

# Gilze en Rijen, Distributie planologisch onderzoek

Gemeente Gilze en Rijen

Deel 1: Analyse van de bestaande structuur





# Gilze en Rijen, Distributie planologisch onderzoek

**Gemeente Gilze en Rijen**

**Deel 1: Analyse van de bestaande structuur**

Projectnummer:	204X00395.069088_4
Datum:	23 maart 2011
Contactpersoon:	de heer Jeroen Tolboom
Projectteam BRO:	Tis Kolen en Eefje van der Velden
Bron foto kaft:	Hollandse Hoogte 4
Inhoud:	Beschrijving detailhandelsstructuur in de gemeente Gilze en Rijen. Aanbod, koopstromen, SWOT analyse.

BRO  
Hoofdvestiging  
Postbus 4  
5280 AA Boxtel  
Bosscheweg 107  
5282 WW Boxtel T  
+31 (0)411 850 400  
F +31 (0)411 850  
401 E [info@bro.nl](mailto:info@bro.nl)

**B | R O**  
Ruimte | om *in* te leven



<b>Inhoudsopgave</b>	pagina
<b>1. SAMENVATTING</b>	<b>3</b>
<b>2. AANLEIDING EN VRAAGSTELLING</b>	<b>7</b>
<b>3. DE GEMEENTE GILZE EN RIJEN NADER BEZIEN</b>	<b>11</b>
<b>4. DETAILHANDEL EN ANDERE FUNCTIES IN GILZE EN RIJEN</b>	<b>13</b>
4.1 Aanbod in de gehele gemeente	13
4.2 Het aanbod in de kern Gilze	14
4.2.1 Het centrum van de kern Gilze	15
4.2.2 Verspreide bewinkeling in Gilze	19
4.3 Het aanbod in de kern Rijen	20
4.3.1 Het centrum van Rijen	22
4.3.2 Het Raadhuisplein	27
4.3.3 Verspreide winkels in Rijen	27
4.2 Het aanbod in de overige kernen	28
4.3 Concurrentie in omliggende gemeenten	28
<b>5. DRAAGVLAK EN KOOPSTROMEN IN GILZE EN RIJEN</b>	<b>31</b>
5.1 Het draagvlak	31
5.2 Koopstromen	32
5.3 Omzet en economisch functioneren	33
<b>6. SWOT-ANALYSE</b>	<b>37</b>

## **BIJLAGEN**

Bijlage 1. Winkel- en horeca aanbod in de kern Gilze	1
Bijlage 2. Winkel- en horeca aanbod in de kern Rijen	3
Bijlage 3: Horeca aanbod in met Gilze en Rijen vergelijkbare kernen	4
Bijlage 4. Parkeerlocaties in het centrum van Gilze en in het centrum van Rijen	6
Bijlage 5. Overzicht detailhandelsaanbod omliggende gemeenten (bron: Locatus)	8
Bijlage 6: Branche-indeling Locatus	10
Bijlage 7: Begrippenlijst	14

# 1. SAMENVATTING

In dit hoofdstuk worden de belangrijkste conclusies weergegeven ten aanzien van de huidige structuur van detailhandel en overige publieksgerichte voorzieningen in de kernen Gilze en Rijen van de gemeente Gilze en Rijen.

## **Belangrijkste conclusies kern Gilze**

- De kern Gilze telt momenteel circa 7.700 inwoners.
- Dit aantal zal de komende jaren toenemen tot circa 8.000 inwoners in 2020 en tot ruim 8.300 inwoners in 2030.
- In de kern Gilze zijn in totaal 37 winkels gevestigd met een gezamenlijke omvang van ruim 8.500 m<sup>2</sup> wvo. Hiervan liggen ongeveer 30 winkels van in totaal circa 5.500 m<sup>2</sup> in het centrum. De overige winkels liggen op verspreide locaties.
- Het winkelaanbod in Gilze is in vergelijking met soortgelijke kernen beperkt.
- Belangrijke trekkers in Gilze zijn de beide supermarkten (Emté en C1000) en Action.
- Het winkelaanbod ligt erg verspreid. Van een compact centrum is geen sprake. Er zijn veel onderbrekingen in het winkelfront.
- Het centrum van Gilze richt zich vooral op boodschappen doen en doelgericht bezoek.
- De leegstand van winkels in het centrum van Gilze is minimaal.
- Naast de winkels zijn er in Gilze 16 horecavestigingen, waarvan 9 in het huidige centrumgebied. In het centrum zijn de horecavestigingen gelegen aan de Nieuwstraat, het Steenakkerplein, de Raadhuisstraat en het Bisschop de Vetplein.
- Evenals bij winkels is het horeca aanbod vrij beperkt.
- Naast winkels en horeca voorzieningen zijn er in het centrum van Gilze ook nog een cultureel centrum, een bibliotheek en diverse andere publiekstrekkende functies.
- Op de locatie 'Achter de Hoven' worden nieuwe plannen ontwikkeld om het winkelaanbod met zo'n 3.000 m<sup>2</sup> uit te breiden. Hier zijn o.a. gepland een verplaatsing van de C1000 supermarkt aan de Nieuwstraat, toevoeging van een discount supermarkt en een winkel in huishoudelijke artikelen.
- Action heeft plannen om te verhuizen naar een andere locatie. Zij wil haar winkel dan ook vergroten tot circa 1.300 m<sup>2</sup> wvo.
- Het parkeren in het centrum van Gilze levert geen problemen op.
- Van het totale bestedingspotentieel in de kern Gilze komt op het gebied van dagelijkse goederen circa 92% terecht in een winkel in Gilze. Op het gebied van niet-dagelijkse goederen is dat circa 37%.

- Ongeveer 10 a 15% van de omzet in Gilze op het gebied van dagelijkse goederen komt van buiten Gilze; op het gebied van niet-dagelijkse goederen is dat circa 5 a 10%.
- Veel koopkracht vloeit af naar Tilburg en Breda.
- Over het algemeen kan gesteld worden dat de winkels in de sector dagelijkse goederen iets onder het landelijk gemiddelde functioneren. Op het gebied van niet-dagelijkse goederen liggen de gemiddelde omzetten per m<sup>2</sup> wvo wat verder onder het landelijk gemiddelde.
- De winkels in het centrum van de kern Gilze worden door de consument als aantrekkelijk beschouwd omdat de het in de buurt is, vanwege het gemak, de keuzemogelijkheden, het feit dat winkels dicht bij elkaar in de buurt liggen en vanwege de sfeer.

#### **Belangrijkste conclusies kern Rijen**

- De kern Rijen heeft een bevolkingsomvang van circa 16.500 inwoners.
- Dit aantal zal de komende jaren toenemen tot circa 17.100 inwoners in 2020 en tot circa 17.700 inwoners in 2030.
- Het winkelaanbod in de kern Rijen is aanzienlijk groter dan in Gilze. In Rijen zijn in totaal ruim 80 winkels aanwezig met een totale oppervlakte van ruim 19.300 m<sup>2</sup> wvo. Hiervan is ruim 11.000 m<sup>2</sup> wvo (circa 60 winkels) in het centrum gevestigd.
- Ook aan het Raadhuisplein bevindt zich een aantal winkels.
- In vergelijking met soortgelijke kernen is het winkeloppervlak in de kern Rijen beperkt. Met name op het gebied van kleding en mode, sport en spel, doe-het-zelf en vooral woninginrichting blijft het aanbod achter.
- Naast winkels telt Rijen circa 25 horeca vestigingen, waarvan 11 in het huidige centrumgebied. Ook hier is het aanbod in vergelijking met soortgelijke kernen beperkt.
- In het centrum van Rijen zijn nog diverse andere publieksgerichte functies aanwezig.
- Het cultureel centrum en de bibliotheek liggen niet in het centrum.
- De meeste winkels in het centrum van Rijen liggen rondom het Wilhelminaplein. Het overdekte winkelcentrum de Laverije en de daarin gelegen supermarkten zijn de belangrijkste trekkers van het Rijense centrum. Ook een belangrijke trekker is de tegenover de Laverije gelegen vestiging van HEMA.
- Ook in de Hoofdstraat en de Stationsstraat liggen nog verschillende winkels, doch de concentratiegraad is hier minder dan rondom het Wilhelminaplein.
- Het centrum van Rijen heeft naast een boodschappenfunctie tevens een beperkte recreatieve functie.
- De leegstand van winkels is iets minder dan in centra van vergelijkbare kernen.
- Aan het Wilhelminaplein wordt Centrumplan Oost ontwikkeld. Het bestemmingsplan voorziet o.a. in de bouw van commerciële voorzieningen, 28 appartementen (met een ondergrondse parkeergarage) en 9 grondgebonden wonin-



gen. Daarnaast zal het Wilhelminaplein autovrij gemaakt worden en zal er een omlegging van de Stationsstraat plaats vinden.

- Andere uitbreidingsplannen zijn een vergroting van de C1000 aan de Hoofdstraat tot circa 800 m<sup>2</sup> en een mogelijke verplaatsing van Lidl. Ook de Rabobank aan de Hoofdstraat heeft verhuisplannen.
- Het parkeeronderzoek heeft aangetoond dat de parkeerdruk met name op vrijdagavond en op zaterdag erg hoog is.
- Aan het Raadhuisplein bevindt zich een tweetal kleinere winkelstrips, met daarin voornamelijk doelgericht bezochte winkels.
- Op het gebied van dagelijkse goederen wordt circa 92% van het totale bestedingspotentieel in de kern Rijen besteed in een winkel in de kern Rijen. Op het gebied van niet-dagelijkse goederen is dat circa 36%.
- Veel koopkracht vloeit af naar Tilburg, Breda, Oosterhout en Dongen. Oorzaak hiervan is het gemis aan modewinkels en winkels in de branche woninginrichting.
- Ongeveer 10 a 15% van de omzet in Rijen op het gebied van dagelijkse goederen komt van buiten Rijen; op het gebied van niet-dagelijkse goederen is dat circa 5 a 10%.
- Belangrijke bezoekmotieven voor het winkelcentrum in Rijen zijn het feit dat de winkels in de buurt liggen, de lage prijzen, het overdekte winkelcentrum, de verkeersveiligheid en de keuzemogelijkheden.
- In Rijen behalen de winkels in dagelijkse goederen over het algemeen omzetten die iets onder het landelijk gemiddelde liggen. Op het gebied van niet-dagelijkse goederen liggen de omzetten wat verder beneden het landelijk gemiddelde.



## 2. AANLEIDING EN VRAAGSTELLING

### Visie op de centra

Zowel het centrum van Gilze als het centrum van Rijen hebben een belangrijke verzorgingsfunctie voor haar inwoners. Zowel in het centrum van Gilze als in het centrum van Rijen staat het boodschappenaanbod centraal, waarbij in het centrum van Rijen ook elementen aanwezig zijn van recreatief winkelen. Voor de leefbaarheid van de kernen is het van belang een voorzieningenaanbod passend bij de schaal en omvang van de kern in stand te houden en waar mogelijk te versterken. De gemeente Gilze en Rijen streeft een goed en duurzaam voorzieningenniveau na in beide kernen, zowel voor inwoners als ondernemers. In Rijen spelen vragen als de mogelijkheden voor verdere uitbreiding van het supermarktaanbod, of verplaatsing daarvan, de mogelijke komst van een discounter, versterking aanbod binnen bepaalde branches, eventuele toevoeging van bepaalde horecavoorzieningen<sup>1</sup>. In Gilze speelt onder meer het behoud van een basisvoorzieningenpakket in combinatie met een breed pakket aan kleinschalige winkels die verspreid ten opzichte van elkaar zijn gelegen. De ontwikkelingen in de centrumgebieden kunnen echter niet los gezien worden van mogelijke ontwikkelingen van detailhandel in de periferie.

### Centrumvoorzieningen Gilze



### Centrumvoorzieningen Rijen



<sup>1</sup> Onder horecavoorzieningen worden in deze nota verstaan cafés, restaurants, hotels, cafetaria's, grillrooms, nachtclubs.

### **Actualisering bestemmingsplannen**

De gemeente Gilze en Rijen gaat haar bestemmingsplannen actualiseren. Voor het centrumgebied van Rijen is gekozen voor een apart bestemmingsplan, zodat de ontwikkelingen beter kunnen worden gestuurd. Ook voor het centrum van Gilze bestaat behoefte aan sturingsmogelijkheden. Als voorbereiding op de actualisering van de bestemmingsplannen wordt in voorliggend rapport in opdracht van de gemeente een nieuwe visie opgesteld voor beide centrumgebieden, zodat deze bestemmingsplannen voor langere tijd vastgelegd kunnen worden en kunnen inspelen op toekomstige ontwikkelingen.

### **Behoeftte aan distributie-planologisch onderzoek**

Een belangrijke bouwsteen voor de op te stellen centrumvisies betreft een distributie-planologisch onderzoek (DPO), zoals dat nu voorligt. Het voorliggende onderzoek brengt in kaart aan welke winkels behoefte is in het centrum van beide hoofdkernen en waar de marktmogelijkheden liggen. Voorts wordt in beeld gebracht in hoeverre behoefte is aan overige publieksgerichte voorzieningen als horeca en diensten. Ook de mogelijkheid voor bepaalde voorzieningen rondom het Raadhuisplein in Rijen, eventueel in combinatie met het woonzorgcomplex, spelen hierbij een rol.

### **Vraagstelling**

De probleemstelling die ten grondslag lag aan het voorliggende onderzoek is als volgt geformuleerd:

- *Wat zijn de ontwikkelingsmogelijkheden voor de detailhandel en aanverwante publieksgerichte voorzieningen in de centrumgebieden van Gilze en Rijen?*

De belangrijkste afgeleide onderzoeksvragen zijn:

- *Hoe is het huidige winkelaanbod in de centrumgebieden opgebouwd naar branchering, omvang, kwaliteit en spreiding? Welke relevante initiatieven spelen er in Gilze en Rijen en in de regio? Welke invloed hebben deze ontwikkelingen op de detailhandelsstructuur in Gilze en Rijen en op de ontwikkelingsmogelijkheden?*
- *Wat zijn de kwantitatieve mogelijkheden (distributieve ruimte) en kwalitatieve mogelijkheden voor uitbreiding, verplaatsing c.q. versterking van het winkel-aanbod in de centra van Gilze en Rijen, rekening houdend met ontwikkelingen in consumentengedrag (bijvoorbeeld veranderende koopstromen als gevolg van ontwikkelingen in de regio en de toename van bestedingen via internet) en de te verwachten bevolkingsontwikkelingen in de gemeente?*
- *Wat is een realistisch programma aan detailhandel en overige publieksgerichte voorzieningen, zoals horeca, voor de centrumgebieden van Gilze en Rijen?*

In de voorliggende notitie (deel 1) wordt ingegaan op de huidige structuur van detailhandels- en horeca voorzieningen in de gehele gemeente, waarbij tevens ingezoomd wordt op de verschillende centrumgebieden in de gemeente.

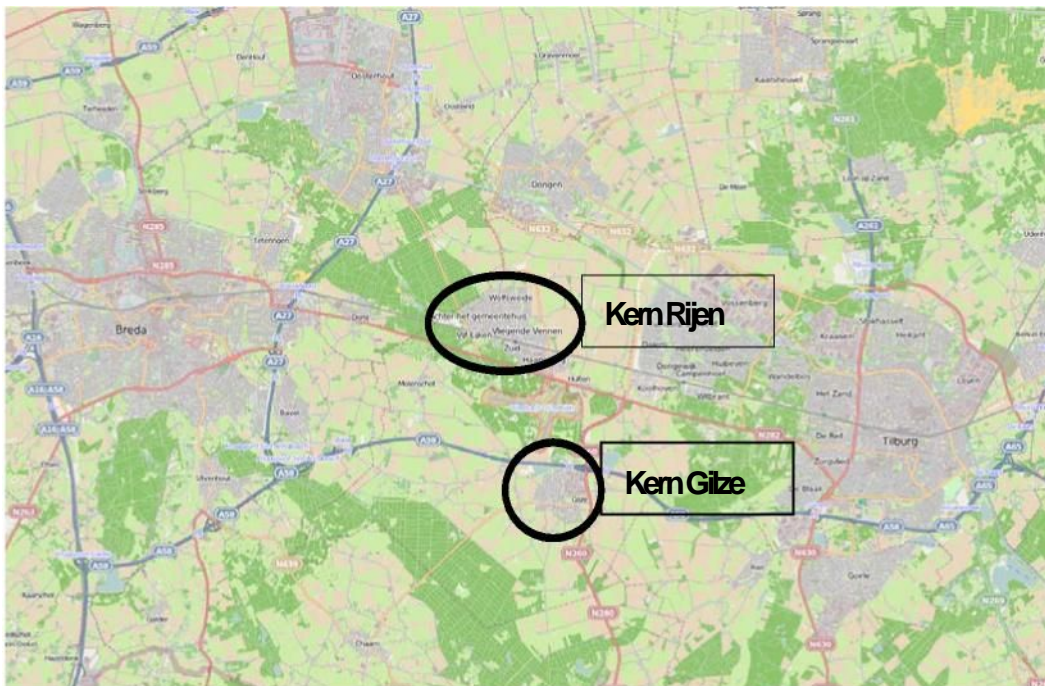
In de delen 2 en 3 van het onderzoek zal specifiek ingegaan worden op de gewenste structuur in respectievelijk de kern Gilze en de kern Rijen.



### 3. DE GEMEENTE GILZE EN RIJEN NADER BEZIEN

De gemeente Gilze en Rijen is een gemeente die vrij centraal in het midden van de provincie Noord-Brabant is gelegen. Op slechts korte afstand van de gemeente liggen de Brabantse steden Tilburg en Breda. Ook Oosterhout en Dongen liggen op een beperkte afstand.

In het hieronder staande kaartje is de ligging aangegeven.



Duidelijk is te zien dat de gemeente doorsneden wordt door de A58 (Rijksweg Breda – Tilburg) en de N282 (Provinciale weg Breda – Tilburg). Ook de vliegbasis Gilze en Rijen ligt tussen de kernen Gilze en Rijen. Deze vliegbasis wordt alleen voor militaire doeleinden gebruikt. De gemeente Gilze en Rijen kent daarmee een uitstekende bereikbaarheid per auto. Ook per spoor en bus is de gemeente bereikbaar. Station Gilze en Rijen bevindt zich in de kern Rijen.

De goede verbindingen van de gemeente hebben zeker bijgedragen tot haar industriële ontwikkeling. Voorheen was de leer-, lederwaren- en schoennijverheid in Rijen de belangrijkste industriebranche. In de loop der jaren ligt de kracht in de gemixte vorm van bedrijvigheid die plaats vindt in de gemeente.

De gemeente telt in totaal circa 26.000 inwoners. Gilze en Rijen bestaat uit een viertal kernen, waarvan de kern Rijen met circa 16.350 inwoners de grootste is, gevolgd door de kern Gilze met circa 7.700 inwoners. De kernen Molenschot (circa 1.300 inwoners) en Hulten (circa 300 inwoners) zijn aanzienlijk kleiner.

Voor de toekomst wordt verwacht dat de gemeente in het jaar 2020 circa 27.000 inwoners zal tellen en in 2030 circa 27.900<sup>2</sup>. Aangenomen wordt dat de bevolkingstoename in de verschillende kernen even groot zijn. Dat betekent voor de kernen Gilze en Rijen de volgende bevolkingsontwikkeling:

**Tabel 3.1 Te verwachten bevolkingsontwikkelingen in de kernen Gilze en Rijen in 2020 en 2030.**

	Kern Gilze	Kern Rijen	Ov. kernen	Totaal gemeente
2011	7.700	16.350	1.715	25765
2020	8.063	17.124	1.798	26985
2030	8.345	17.724	1.861	27930

De gemeente Gilze en Rijen kent geen belangrijke toeristische voorzieningen. Wel zijn in de bosrijke en landelijke omgeving diverse fiets- en wandelroutes uitgezet. Ook zijn er de Boswachterij Dorst en Princenbosch, de Chaamse bossen. Voorts is er een aantal campings, hotels en golfbanen aanwezig.

<sup>2</sup> Bron: Bevolkingsprognose Noord-Brabant, 2011



## 4. DETAILHANDEL EN ANDERE FUNCTIES IN GILZE EN RIJEN

### 4.1 Aanbod in de gehele gemeente

In de gehele gemeente Gilze en Rijen liggen in totaal circa 125 winkels met een totale winkelvloeroppervlakte (wvo<sup>3</sup>) van ruim 31.000 m<sup>2</sup>. Daarnaast staan er 14 winkels leeg van in totaal ruim 1.300 m<sup>2</sup> wvo.

De meeste winkels zijn te vinden in de kern Rijen (circa 85 winkels, 19.300 m<sup>2</sup> wvo), gevolgd door de kern Gilze (circa 35 winkels, 8.500 m<sup>2</sup> wvo). Het winkelaanbod in de kern Molenschot is aanzienlijk geringer. Hier zijn slechts 5 winkels met in totaal circa 3.500 m<sup>2</sup> wvo. Met uitzondering van een kleine campingsupermarkt gaat het hier om enkele wat grotere winkels met een meer dan lokale verzorgingsfunctie (ruitersport<sup>4</sup>, caravancentrum en een tuincentrum). In de kern Hulten zijn geen winkels aanwezig.

Het horeca aanbod spreidt zich uit over in totaal 47 vestigingen, waarvan er 24 gevestigd zijn in de kern Rijen, 16 in de kern Gilze, 4 in Molenschot en 3 in Hulten.

Tabel 4.1 Winkel en horeca aanbod in Gilze en Rijen<sup>5</sup>

Winkelcentrum	Dagelijkse artikelen <sup>6</sup>		Niet dagelijkse artikelen <sup>7</sup>		Totaal winkels		Horeca
	aantal	wvo	aantal	wvo	aantal	wvo	
Kern Rijen	22	5.898	61	13.455	83	19.353	24
• Centrum	19	5.753	40	5.374	59	11.127	11
• Raadhuisplein	2	88	7	1.155	9	1.243	2
• Verspreid	1	57	14	6.926	15	6.983	11
Kern Gilze	12	2.576	25	6.009	37	8.585	16
• Centrum	12	2.576	17	3.015	29	5.591	9
• Verspreid			8	2.994	8	2.994	7
Kern Molenschot	1	174	4	3.232	5	3.406	4
Kern Hulten							3
TOTAAL GILZE EN RIJEN	35	8.648	90	22.696	125	31.344	47

Naast de winkels en de horeca zijn er ook nog diverse andere voorzieningen die het woon- en leefklimaat in de gemeente aantrekkelijk maken. Het gaat hierbij, naast

<sup>3</sup> Onder wvo wordt de winkelvloeroppervlakte verstaan. Dat is de voor het publiek toegankelijke verkoopruimte.

<sup>4</sup> De ruitersportwinkel is inmiddels verdwenen.

<sup>5</sup> Bron: Locatus 2011.

<sup>6</sup> De branches levensmiddelen en persoonlijke verzorging.

<sup>7</sup> Alle branches, exclusief levensmiddelen en persoonlijke verzorging.

diverse maatschappelijke voorzieningen, in Gilze voornamelijk om een museum, een bibliotheek, een fitness en een amusementshal. In de kern Rijen gaat het voornamelijk om het cultureel centrum, zwembad Tropical, fitness, een zonnebank en een amusementshal.

## **4.2 Het aanbod in de kern Gilze**

### **Winkels in Gilze**

Het winkelaanbod in de kern Gilze is aanzienlijk kleiner dan in de kern Rijen. In de kern Gilze bevinden zich in totaal 37 winkels van tezamen circa 8.500 m<sup>2</sup> wvo (zie bijlage 2).

Vergeleken met de situatie in 2007 zijn er nauwelijks kwantitatieve veranderingen in het winkelaanbod opgetreden. In 2007 waren er in totaal in Gilze circa 40 winkels aanwezig met een totale omvang van ruim 8.800 m<sup>2</sup> wvo.

Vergeleken met vergelijkbare woonplaatsen is het winkelaanbod aan de lage kant. Met name is dat het geval in de branches kleding en mode, doe-het-zelf en woninginrichting. Daarentegen is in de kern Gilze een ruim aanbod aanwezig in de branches huishoudelijke artikelen (Action) en dier en plant. In de sector levensmiddelen is in Gilze ruim 2.300 m<sup>2</sup> wvo winkelaanbod aanwezig. Evenals in de kern Rijen bestaat ongeveer 85% van dit aanbod uit supermarkten. Van het aantal levensmiddelenwinkels is dat, evenals in Rijen, circa 20%. De verhouding tussen het supermarktaanbod en het aanbod van andere levensmiddelenwinkels wijkt nauwelijks af van de verhouding tussen supermarkten en andere levensmiddelenwinkels in vergelijkbare kernen.

Voorts staan in de kern Gilze 4 kleine winkelpanden leeg. De meest winkels in de kern Gilze liggen in het centrumgebied. Van een sterke concentratie is hier echter geen sprake. Ook op verspreid liggende locaties wordt nog een aantal winkels aangetroffen.

### **Horeca in Gilze**

Aan horeca telt de kern Gilze in totaal 16 vestigingen. Ruim de helft hiervan ligt in het centrum. Wanneer het horeca aanbod in de kern Gilze vergeleken wordt met het aanbod in andere Noord-Brabantse kernen met een vergelijkbaar aantal inwoners blijkt het aanbod in de kern Gilze laag te zijn (zie bijlage 3).

### **Markten en standplaatsen in Gilze**

Op vrijdagochtend is het markt in Gilze bij de Sporthal 'Achter de Tuintjes' aan de Kapittelstraat. Standplaatsen komen in Gilze niet voor.

### **Dienstverlening in Gilze**

Ook in Gilze bevinden zich op tal van locaties andere publieksgerichte voorzieningen. Een aantal hiervan zijn in het centrumgebied gevestigd.

### **Evenementen in Gilze**

In Gilze staan voor het jaar 2012 de volgende evenementen gepland:

- Mollebos / Bisschop de Vetplein:
  - 30 april Koninginnedag; – voorjaar 2012 Braderie
  - 26, 27 en 28 mei: Mollebosfest – 29, 30 juni en 1 juli: Mollepop.
- Steenakkerplein:
  - 7, 8, 9, 13 en 14 oktober: de kermis.

Voor het belang van evenementen voor het functioneren van centrumgebieden wordt verwezen naar paragraaf 4.3.

#### **4.2.1 Het centrum van de kern Gilze**

In deze paragraaf worden de straten Bisschop de Vetplein, de Kerkstraat (noordelijk gedeeltelijk), de Korte en Lange Wagenstraat, de Nieuwstraat (tussen de Lange Wagenstraat en den Bulk), de Raadhuisstraat en het Steenakkerplein gerekend tot het centrum van de kern Gilze.

#### **Het winkel- en horeca aanbod**

Het centrum heeft een omvang van circa 30 winkels die in totaal een omvang hebben van circa 5.600 m<sup>2</sup> wvo. Qua omvang is dat ongeveer vergelijkbaar met de centra van andere woonplaatsen met eenzelfde aantal inwoners. In het centrum van Gilze is de branche levensmiddelen wat sterker aanwezig dan in andere vergelijkbare centrumgebieden. Dat geldt ook voor de branche huishoudelijke artikelen (Action) en woninginrichting. De branche kleding en mode is minder aanwezig.

#### **Niet sterk geconcentreerd**

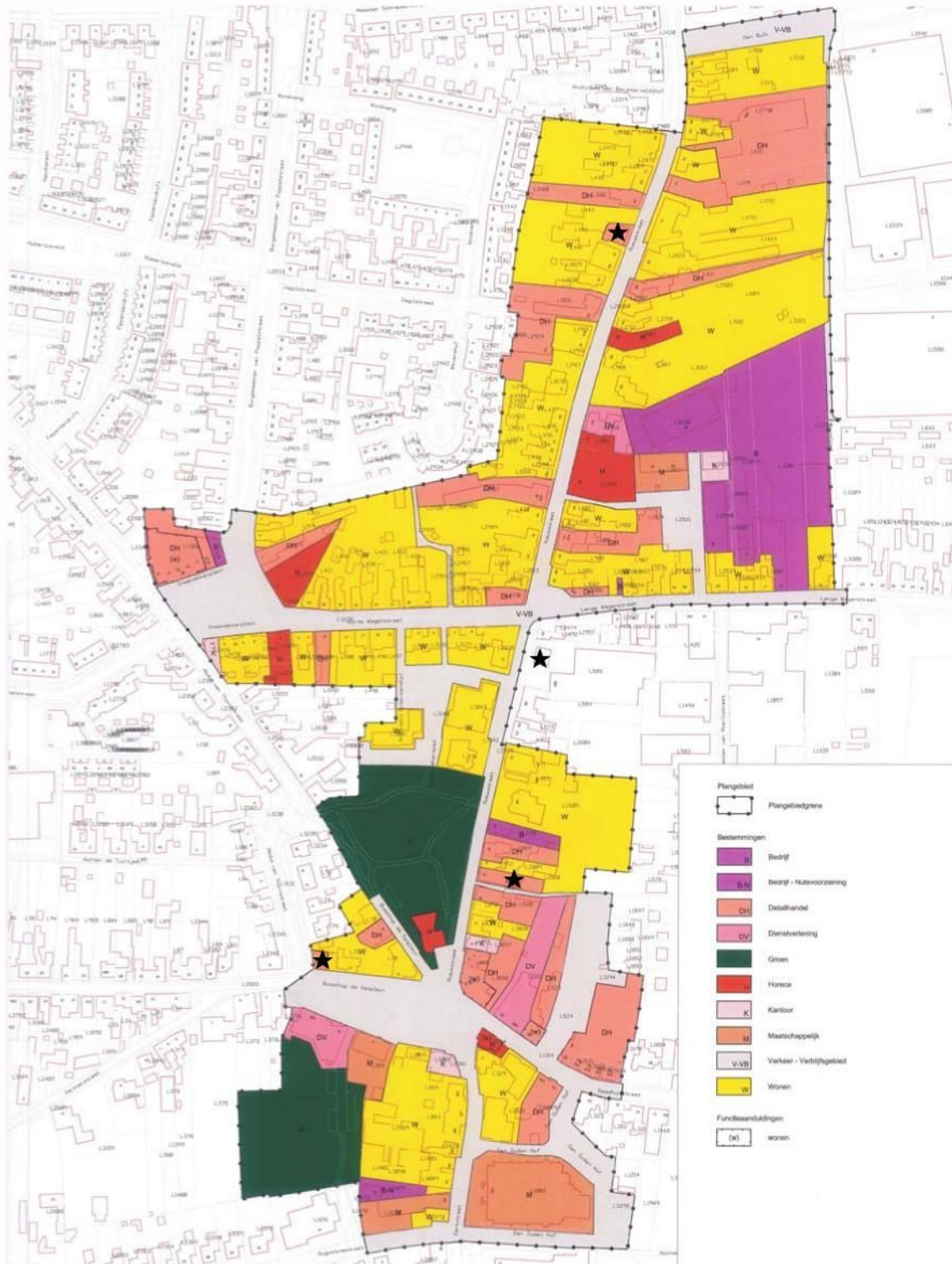
Van een sterke concentratie van winkels in het centrum van Gilze is slechts in beperkte mate sprake. De meeste winkels bevinden zich in het gebied dat omsloten wordt door de Korte/Lange Wagenstraat en de Raadhuisstraat/Bisschop de Vetplein. Hier bevindt zich o.a. de supermarkt van Emté, enkele andere kleinere winkels en een tweetal horecavestigingen. Aan de westzijde van de Nieuwstraat bevindt zich een aantrekkelijk park. Evenals in het centrumgebied van de kern Rijen wordt het winkelfront in het centrum van Gilze op diverse plaatsen onderbroken door andere functies. Met name gaat het hierbij om de functie wonen, en in mindere mate over dienstverlening en bedrijven.



De Emté aan de Raadhuisstraat



Dienstverlenende functies op het Bisschop de Vetplein



\* = leegstand



Ook in de Nieuwstraat, ten noorden van de Korte en Lange Wagenstraat bevindt zich een aantal winkels, doch deze zijn veel meer verspreid en bevinden zich op grote loopafstand van het gebied tussen de Korte/Lange Wagenstraat en de Raadhuisstraat/Bisschop de Vetplein. Hier bevindt zich o.a. de supermarkt C1000, de huishoudelijke artikelenwinkel Novy en woninginrichting Ton de Visser. Aan het Steenakkerplein bevindt zich nog een winkel van Action. Vanwege de grote loopafstand naar het deel tussen de Korte/Lange Wagenstraat en de Raadhuisstraat is de synergie van deze Action met de overige winkels minimaal. Voorts is er geen enkele visuele relatie met de overige winkels.



Top 1 Toys aan de Nieuwstraat



Action op het Steenakkerplein

Ten zuiden van de Raadhuisstraat/Bisschop de Vetplein is de detailhandel slechts zeer beperkt aanwezig. Het functiepatroon is zeer gevarieerd. In de hieronder staande functiekaart is een en ander duidelijk zichtbaar.

### **Dienstverlening in het centrum van Gilze**

Evenals in het centrumgebied van Rijen bevinden zich ook in het centrumgebied van Gilze verschillende dienstverlenende functies. Het gaat hierbij om een aantal financiële dienstverleners, garagebedrijven, makelaars, kapsalons, een stoffeerderij, een fitness, een museum en een verhuurbedrijf.

Daarnaast zijn er nabij het centrum van Gilze nog diverse maatschappelijke voorzieningen gevestigd. De belangrijkste hiervan zijn het cultureel centrum De Schakel en de bibliotheek, beide aan de Kerkstraat. Ook bevinden zich aan de Nieuwstraat nog twee musea (heemkundig centrum 't Oude Raadhuis en het museum De Wascht en Strekt). In het centrum bevinden zich ook diverse instellingen op het gebied van de gezondheidszorg (gehandicaptenzorg, een verpleeghuis, een apotheek, enkele artsen, therapeutische instellingen, tandheelkundige zorg), onderwijs (buitenschoolse opvang, kinderdagverblijven, peuterspeelzaal, basisonderwijs), een seniorensociëteit en een sporthal.

### **Leegstand minimaal**

In het centrumgebied van de kern Gilze is de leegstand minimaal. Slechts 2 a 3% van de winkelloppervlakte staat leeg. Dat is minder dan de noodzakelijke frictieleegstand, die noodzakelijk is om de winkelmarkt goed te kunnen laten functioneren.

### **Vooraf gericht op boodschappen doen en doelgericht bezoek**

Ongeveer de helft van het winkelaanbod in het centrum van Gilze betreft winkels in dagelijkse artikelen. Circa 20 a 25% is gericht op recreatief winkelen en circa 30% op doelgericht winkelen. Het aanbod van recreatief bezochte winkels is zo minimaal dat eigenlijk nauwelijks over recreatief winkelen gesproken kan worden. Het centrum van Gilze heeft derhalve vooral een boodschappenfunctie en een beperkte functie voor doelgericht bezoek. De belangrijkste trekkers zijn de beide supermarkten (C1000 en Emté) en de aan het Steenakkerplein gevestigde Action.

### **Verplaatsingen en nieuwe plannen**

De voormalige bedrijfslocaties van bedrijven Van der Valk en Verwijmeren (Achter de Hoven, Nieuwstraat, Lange Wagenstraat) zijn in het bezit van een ontwikkelaar. Deze wil op de locatie een plan ontwikkelen voor woningbouw, maatschappelijke dienstverlening en 3.000 m<sup>2</sup> commerciële voorzieningen. Dit gebied wordt parallel aan de locatie sportvelden ontwikkeld. De start van de bouwwerkzaamheden staat gepland voor 2013. Op deze voormalige bedrijfslocaties wil zich o.a. de C1000 vestigen (thans gevestigd aan de Nieuwstraat 109).

Naast de C1000 heeft ook de aan het Steenakkerplein gevestigde Action verhuisplannen. Action wil verhuizen en vergroten tot circa 1.300 m<sup>2</sup> vwo.

### **Parkeren in het centrum van Gilze**

Gegevens omtrent het totaal aantal parkeerplaatsen in het centrum van de kern Gilze zijn niet beschikbaar. Wel wordt in het Gemeentelijk Verkeers- en Vervoerplan<sup>8</sup> van de gemeente geconstateerd dat er in het centrum van Gilze geen structurele parkeerproblemen zijn. Het parkeren vindt vooral plaats langs de weg. Specifieke parkeerterreinen bevinden zich (zie tevens bijlage 4) bij het Steenakkerplein (circa 50 parkeerplaatsen), op het Bisschop de Vetplein (circa 12 parkeerplaatsen), rondom de kerk aan de Kerkstraat (circa 50 parkeerplaatsen) en bij de Emté (circa 60 parkeerplaatsen)<sup>9</sup>.

#### **4.2.2 Verspreide bewinkeling in Gilze**

Ook op verspreide locaties in de kern Gilze worden winkels aangetroffen. Hierbij gaat het voornamelijk om enkele kleine doelgericht bezochte winkels op het gebied van fietsen, bruin- en witgoed en een enkele modezaak. Op een bedrijfsterrein aan de Lange Wagenstraat bevindt zich een Boerenbondwinkel van circa 1.200 m<sup>2</sup> vwo

<sup>8</sup> Bron: Gemeentelijk Verkeers- en Vervoerplan 2009-2015, gemeente Gilze en Rijen, 6 april 2009.

<sup>9</sup> Bron: Tellingen van BRO.

en buiten de bebouwde kom is er nog het tuincentrum van Lanslots met een omvang van circa 900 m<sup>2</sup> wvo.

### **4.3 Het aanbod in de kern Rijen**

#### **Winkels in Rijen**

In de kern Rijen zijn in totaal 83 winkels aanwezig met een totaal metrage van ruim 19.000 m<sup>2</sup> wvo. Ongeveer een kwart van het winkelaanbod betreft winkels in dagelijkse goederen (levensmiddelen en persoonlijke verzorging). In de sector levensmiddelen is in Rijen ruim 5.250 m<sup>2</sup> wvo winkelaanbod aanwezig. Hiervan bestaat ongeveer 85% uit supermarktaanbod. Van het aantal levensmiddelenwinkels bestaat 22% uit supermarkten. De verhouding tussen het supermarktaanbod en het aanbod van andere levensmiddelenwinkels wijkt nauwelijks af van de verhouding tussen supermarkten en andere levensmiddelenwinkels in vergelijkbare kernen.

Evenals in de kern Gilze is het winkelaanbod in Rijen de afgelopen jaren nauwelijks gewijzigd. In 2007 waren er in totaal circa 75 winkels aanwezig met een totale omvang van circa 19.000 m<sup>2</sup> wvo.

In de kern Rijen bevinden zich twee winkelconcentratiegebieden, nl. het centrum gebied en de winkels rond het Raadhuisplein. De overige winkels bevinden zich op verspreide locaties binnen de bebouwde kom en op bedrijfsterreinen. In bijlage 2 is het aanbod in de kern Rijen uitgesplitst naar locatie en hoofdbranche.

Het aanbod van niet-dagelijkse goederen telt ruim 60 winkels van in totaal circa 13.500 m<sup>2</sup> wvo. Wanneer de kern Rijen vergeleken wordt met soortgelijke woonplaatsen in Nederland (tussen de 15.000 en 20.000 inwoners) blijkt dat Rijen niet veel winkelaanbod heeft. In soortgelijke woonplaatsen is gemiddeld circa 30.000 m<sup>2</sup> wvo aanwezig. De grootste verschillen zitten in de branche kleding en mode, sport en spel, doe-het-zelf en vooral woninginrichting. In deze laatste branches scoort Rijen laag.

#### **Horeca in Rijen**

De kern Rijen telt in totaal 24 horecavestigingen, waarvan ongeveer de helft in het centrumgebied. Wanneer het horeca aanbod in de gehele kern vergeleken wordt met het horeca aanbod in vergelijkbare woonplaatsen in Noord-Brabant valt op dat Rijen niet hoog scoort (zie bijlage 3). Het horeca aanbod is enigszins aan de lage kant.



### **Markten en standplaatsen in Rijen**

In Rijen is er iedere donderdagmiddag markt op en rondom het Wilhelminaplein en een gedeelte van de Stationsstraat. Ook aan het Burgemeester Sweensplein staan op woensdag enkele marktkramen (brood en banket en een vishandel).

### **Dienstverlening in Rijen**

Naast de winkel- en horecavoorzieningen beschikt Rijen over een uitgebreid dienstenaanbod. Een aantal van deze diensten zijn in het centrumgebied gevestigd.

### **Evenementen in Rijen**

Jaarlijks worden op het Burgemeester Sweensplein en op het Wilhelminaplein diverse evenementen georganiseerd. Zo staan er voor het lopend jaar de volgende evenementen op het programma:

- Burgemeester Sweensplein:
  - 29 en 30 april: Oranjeboel –
  - 10 juni: Rijen Ruikt
  - 2 september: Grenzeloos Gilze-Rijen
  - 8 september: Circus,
  - de jaarmarkt op de derde dinsdag van oktober en –
  - 21, 22, 23, 27 en 28 oktober: de Kermis.
- Wilhelminaplein:
  - 1 april: de Voorjaarsmarkt
  - 3 juni American Day Smell&Sound
  - 30 juni en 1 juli: Pasar Malam.

Evenementen zijn belangrijk voor het functioneren van centrumgebieden. Zo wordt in een onderzoek van HBD<sup>10</sup> geconstateerd dat evenementen een positieve bijdrage leveren aan de attractiviteit van centrumgebieden. Een van de voorbeelden die in deze HBD nota worden aangehaald betreft Groningen, waar de evenementen niet alleen leiden tot een hogere omzet voor winkels en horeca, maar ook bijdragen aan de levendigheid en de gezelligheid van het centrum.

Een ander voorbeeld is Haarlem. In een in opdracht van de Kamer van Koophandel Amsterdam uitgevoerd onderzoek<sup>11</sup> naar de synergie tussen grote evenementen en de functie van de binnenstad is aangetoond dat grote evenementen niet alleen een lokale maar ook een regionale functie vervullen. Voorts is aangetoond dat er voor, tijdens en na het evenement door veel bezoekers een bezoek gebracht wordt aan horecagelegenheden en detailhandel. Dit loopt op van 9 tot 68% in de gewone horeca en van 5 tot 63% in de tijdelijke horeca. Verder is in het Haarlemse onderzoek

---

<sup>10</sup> Bron: Effecten van evenementen op de locatie van de warenmarkt, HBD, mei 2004.

<sup>11</sup> Bron: Haarlem beleeft het!, Kamer van Koophandel Amsterdam en gemeente Haarlem, oktober 2008.

gebleken dat 4 tot 32% het evenementenbezoek combineert met een bezoek aan Haarlemse winkels.

#### **4.3.1 Het centrum van Rijen**

In deze paragraaf worden tot het centrum van Rijen gerekend de straten Heistraat, nagenoeg de gehele Hoofdstraat, Mangrovelaan, Pastoor Gillisstraat, Pieter Breugelhof, Stationsstraat en het Wilhelminaplein. In het hieronder staande kaartje is op maaiveldniveau aangegeven waar de winkels en de andere voorzieningen zich bevinden.

##### **Het winkel en horeca aanbod**

Het centrum telt in totaal circa 60 winkels met een totale omvang van ruim 11.000 m<sup>2</sup> vvo. Dat is minder in vergelijking met de centra van andere woonplaatsen met een zelfde inwonertal. In het centrum van Rijen is de branche levensmiddelen sterk aanwezig. Minder sterk aanwezig is vooral de kleding en mode branche, de branche sport en spel, media, bruin- en witgoed en woninginrichting.



Ook aan de delen van de Hoofdstraat tussen de Heistraat en de Mariastraat en ten zuiden van het Pieter Breugelhof bevinden zich winkels, doch in veel minder geconcentreerde vorm dan in het gebied rondom het Wilhelminaplein. Deze straten vormen de aanlooproutes naar de kern van het winkelcentrum (Wilhelminaplein en directe omgeving). Het functiepatroon in deze delen van het centrumgebied is ook veel diverser dan in het gedeelte tussen de Mariastraat en het Pieter Breugelhof.

#### **Ook enige concentratie van horeca rondom het Wilhelminaplein**

Ook op het gebied van horeca wordt enige concentratie aangetroffen rondom het Wilhelminaplein. Met name tussen het winkelcentrum en de Pastoor Gillisstraat. Hier bevindt zich een aantal horecavestigingen.

#### **Onderbrekingen winkel/horecafront**

Verder kan geconstateerd worden dat het winkel/horecafront in dit deel van het centrumgebied op verschillende plekken onderbroken wordt door niet commerciële functies.



Winkelcentrum de Laverije met belangrijke trekkers



Ook trekkers tegenover de Laverije

#### **Klein in vergelijking met centra van vergelijkbare woonplaatsen**

Het centrum heeft een omvang van circa 60 winkels met in totaal ruim 11.000 m<sup>2</sup> wvo. Daarmee ligt de omvang enigszins onder het niveau van centrumgebieden in vergelijkbare woonplaatsen. Opvallend is verder dat, wanneer naar de branchering gekeken wordt, het centrum veel aanbod heeft op het gebied van levensmiddelen (Albert Heijn, Emté, C1000, Lidl) en slechts weinig aanbod op het gebied van mode (kleding, schoenen), media, bruin en witgoed en woninginrichting. De branches sport, antiek en kunst en hobbyartikelen ontbreken volledig. Voorts zij vermeld dat van de in het centrum aanwezige supermarkten zowel Albert Heijn als Emté een marktconforme omvang hebben van circa 1.500 m<sup>2</sup> wvo, maar dat de supermarkten Lidl en C1000 slechts een beperkte omvang hebben. Beide zijn circa 750 m<sup>2</sup> wvo groot.

### **Vooral bezocht om boodschappen te doen en beperkt recreatief**

Ongeveer de helft van het winkelaanbod (in m<sup>2</sup> wvo uitgedrukt) richt zich op dagelijkse artikelen, en circa 30% op recreatief aanbod (warenhuis, kleding en mode, schoenen en lederwaren, juwelier en optiek, huishoudelijke artikelen en luxe, sport en spel). Het centrum van Rijen kan daarmee getypeerd worden als een dorpscentrum dat zich vooral richt op de dagelijkse verzorging en in wat mindere mate op recreatief winkelen.

### **Leegstand beperkt zich tot frictieleegstand**

De leegstand in het centrumgebied van Rijen bedraagt circa 10% van het aantal winkels. Uitgedrukt in m<sup>2</sup> wvo staat circa 5 a 6% leeg. Dat is iets minder dan in vergelijkbare woonplaatsen<sup>12</sup> en ongeveer vergelijkbaar met de noodzakelijke leegstand om de winkelmarkt goed te kunnen laten functioneren (frictieleegstand).

### **Dienstverlening, maatschappelijke dienstverlening en cultuur in het centrum van Rijen**

Naast de winkels en horeca telt het centrum van Rijen nog diverse andere functies. Zo zijn er in het centrum een aantal kappers gevestigd, een schoenreparatie/sleutelservice, enkele makelaars, een zonnebank, enkele financiële dienstverleners, uitzendbureaus, garagebedrijven, een schoonheidssalon, een dierentrimsalon, een videotheek, een stomerij, een amusementshal, een reisbureau en een postagentschap.

Het aanbod van maatschappelijke dienstverlening en cultuur in het centrumgebied van Rijen is beperkt. Zo bevinden zich in het centrumgebied enkele medische voorzieningen (een dierenartsenpraktijk, een apotheek, een huisarts, therapeutische voorzieningen, tandheelkundige zorg) en een RK kerk.

De bibliotheek en het Cultureel Centrum De Boodschap bevinden zich op locaties buiten het centrumgebied. Dat geldt ook voor de Traditiekamer vliegbasis Gilze-Rijen.

### **Verplaatsingen en nieuwe plannen**

Het college van burgemeester en wethouders van de gemeente Gilze en Rijen stelde op 6 september 2011 het ontwerpbestemmingsplan 'Centrumplan Oost, Rijen' vast. Het bestemmingsplan voorziet in de bouw van 1.250 m<sup>2</sup> bvo aan commerciële ruimten (winkel- en horecaruimte op de begane grond), 28 appartementen (met een ondergrondse parkeergarage voor de bewoners), 9 grondgebonden woningen, het autoluw maken van het Wilhelminaplein en een omlegging van de Stationsstraat. Verwacht wordt dat dit jaar met de bouw begonnen zal worden. De C1000 vestiging aan de Hoofdstraat 50 wenst haar winkel beperkt uit te breiden tot circa 800 m<sup>2</sup>.

<sup>12</sup> In woonplaatsen met een omvang van 15.000 tot 20.000 inwoners staat momenteel circa 11% van het aantal verkooppunten leeg. In wvo uitgedrukt is dat circa 7% (Bron: Locatus)

Thans heeft deze een omvang van circa 700 a 750 m<sup>2</sup> wvo. En ook de Lidl vestiging aan het Pieter Breughelhof 3 doet onderzoek naar de mogelijkheden om – mede vanwege parkeerproblemen – haar winkel te verplaatsen. Tevens wil zij dan haar winkel vergroten.

Ook heeft de Rabobank die thans gevestigd is aan de Hoofdstraat 62 in Rijen te kennen gegeven op zoek te zijn naar een andere ruimte. Deze locatie zal derhalve op termijn leeg komen. Naast het gemeentehuis aan het Raadhuisplein is momenteel een verzorgingstehuis in aanbouw. In dit complex is enige detailhandel voorzien, doch deze is vooral bewonersgericht.

### **Het parkeren in het centrumgebied van Rijen**

In juni 2009 is door DTV Consultants een parkeeronderzoek in het centrum van Rijen uitgevoerd<sup>13</sup>. Het onderzoeksgebied werd aan de zuidzijde begrensd door de spoorlijn Breda – Tilburg en aan de noordzijde door de Mariastraat / Kerkpad. In dit gebied loopt de Stationsstraat/Hoofdstraat, de centrale as in de kern Rijen. Deze as en de daaraan grenzende winkel- en woonstraten vormden globaal het onderzoeksgebied. Voor het gehele gebied werd geconstateerd dat de zaterdag in het centrum het drukst bezocht wordt. De gemiddelde bezettingsgraad van de parkeercapaciteit ligt dan gemiddeld boven de 80% met een piek aan het begin van de zaterdagmiddag van bijna 90%. Op de late vrijdagmiddag en de vroege vrijdagochtend is ruim driekwart van de parkeercapaciteit bezet. Op dinsdag werd een hoogste bezettingsgraad gemeten van circa 60%.

Een hoge parkeerdruk (>80%) leidt, aldus het onderzoek, tot veel zoekverkeer, hetgeen belemmerend werkt voor de doorstroming van verkeer en bij bezoekers veel ergernissen oproept. In het Gemeentelijk Verkeers- en Vervoerplan 2009-2015<sup>14</sup> van de gemeente Gilze en Rijen wordt aangegeven dat de bezettingsgraad van parkeerlocaties in winkelgebieden niet hoger mag zijn dan 90%.

Tevens is door DTV specifiek onderzoek gedaan naar de parkeerbezetting van de parkeerlocaties in het winkelgebied. Tot het winkelgebied werden de parkeerlocaties gerekend die zijn gelegen in de Stationsstraat/Hoofdstraat vanaf het Pieter Breughelhof tot de -C1000, alsmede het parkeerterrein van het winkelcentrum. Het totaal aantal parkeerplaatsen in dit gebied bedraagt 340 parkeerplaatsen (voor een specificatie per locatie, zie bijlage 4). In dit winkelgebied werd op dinsdag een maximale bezettingsgraad geconstateerd van circa 50 a 60%. Deze maxima worden bereikt tussen 11.00 en 17.00 uur. Aan het eind van de vrijdagmiddag en op de wekelijkse koopavond op vrijdag bedroeg de bezettingsgraad maximaal 75%. Op zaterdag werd in het winkelgebied een parkeerbezettingsgraad gemeten van maxi-

<sup>13</sup> Zie Parkeeronderzoek, centrum Rijen, DTV Consultants, juni 2009.

<sup>14</sup> Gemeentelijk Verkeers- en Vervoerplan 2009-2015, gemeente Gilze en Rijen, 6 april 2009.



maal 85 tot 90%. Deze maxima werden bereikt tussen 11.00 uur en 12.30 uur. Daarna daalde de bezettingsraad tot circa 75 a 80%.

Uit het onderzoek is tevens naar voren gekomen dat, met name op vrijdagavond en op zaterdag de parkeerdruk ook op parkeerlocaties buiten het winkelgebied hoog is en oploopt tot maximaal 85 a 90%. Dat wil dus zeggen dat zowel in het winkelgebied als daarbuiten de parkeercapaciteit op deze momenten beperkt is.

Parkeren dient derhalve, aldus het rapport van DTV Consultants, een belangrijk aandachtspunt te zijn in de planvorming omtrent nieuwe ontwikkelingen in het centrum van Rijen. Met name op de in het winkelgebied gelegen locaties winkelcentrum, de Stationsstraat (tussen Marijkestraat en Pieter Breughelhof) en de Marijkestraat (tussen de Hoofdstraat en de A. Leurisstraat) zijn de problemen het grootst.

#### 4.3.2 Het Raadhuisplein

Op het Raadhuisplein bevindt zich een tweetal kleine winkelstrips. Voorheen waren hier enkele supermarkten gevestigd doch deze zijn na de oplevering van de Laverije verhuisd. Thans bestaat het aanbod hier uit enkele vooral doelgericht bezochte winkels, zoals de Harense Smid, Decokay en enkele kleinere buurtverzorgende winkels. In totaal zijn er op het Raadhuisplein 9 winkels gevestigd met een totale omvang van 1.250 m<sup>2</sup> wvo. Naast deze winkels is er ook nog een tweetal horecavestigingen en enkele dienstverleners.



Vooral doelgericht bezochte winkels aan het Raadhuisplein

#### 4.3.3 Verspreide winkels in Rijen

Naast de winkels in het centrumgebied en het Raadhuisplein zijn er in Rijen nog diverse andere winkels op verspreide locaties. Vaak gaat het hierbij om kleine buurtverzorgende winkels in de bebouwde kom, of om – vaak wat grotere – winkels op

bedrijfsterreinen die zeer doelgericht bezocht worden (zoals op het gebied van doe-het-zelf, tuincentra).

## 4.2 Het aanbod in de overige kernen

Het aanbod in de kernen Molenschot en Hulten is beperkt. In Molenschot beperkt het zich tot een kleine Attent supermarkt op de camping en enkele doelgericht bezochte winkels, waaronder een tweetal grotere winkels op het gebied van caravans en een tuinbenodigdheden. In Hulten zijn geen winkels aanwezig. Wel enkele horecavestigingen.

## 4.3 Concurrentie in omliggende gemeenten

In deze paragraaf wordt kort ingegaan op de aanwezigheid van belangrijke concurrerende winkelcentra in de omgeving van Gilze en Rijen. Achtereenvolgens komen aan de orde het winkelaanbod in Breda, Tilburg Oosterhout en Dongen. In bijlage 5 is een overzicht gegeven van het totale winkelaanbod in deze gemeenten. Koopstromen naar andere gemeenten zijn beperkt (zie tevens hoofdstuk 5).

### Winkelaanbod in Breda

Ten westen van Gilze en Rijen ligt Breda, te bereiken vanaf Rijksweg N282. Het centrum van Breda telt 629 winkels en een omvang van bijna 114.000 m<sup>2</sup> wvo. Het detailhandelsaanbod van Breda heeft een bovenregionale verzorgingsfunctie.

Aan de oostzijde van Breda ligt het stadsdeelcentrum Hoge Vucht in de gelijknamige wijk. Het winkelaanbod heeft een omvang van ruim 11.000 m<sup>2</sup> wvo. De omvang is verdeeld over 52 winkels, waaronder Albert Heijn, Aldi, Emté, Hema, Kruidvat, Bart Smit en een enkele bekende ketens op gebied van mode. In Breda mogen alle winkels op zondag open zijn. Dat is echter niet verplicht. Met ondernemers in de binnenstad en ondernemers op de woonboulevard zijn afspraken gemaakt wanneer de meeste winkels open zijn.

In Breda zijn de volgende plannen en initiatieven op het gebied van detailhandel actueel:

- NAC-stadion: komst van een megasupermarkt van de formule Jumbo (6.000 m<sup>2</sup> bvo<sup>15</sup>) bij het stadion. Daarnaast verplaatst winkelcentrum De Lunet naar deze locatie. De nieuwe omvang bedraagt 8.500 m<sup>2</sup> bvo. Er is nog meer ruimte voor grootschalige detailhandel.

---

<sup>15</sup> Bedoeld wordt hier de brutovloeroppervlakte (bvo). De bvo is gelijk aan de wvo plus de ruimte die in beslag genomen wordt door magazijn, sanitair, kantoor, enz.



- Binnenstad: plan Achter de lange Stallen. Herontwikkeling van een nu onaantrekkelijk gebied tot een integraal onderdeel van het hoofdwinkelcentrum. Het is de bedoeling om via het toevoegen van nieuwe commerciële ruimte in te spelen op ontwikkelingen als schaalvergroting en de komst van nieuwe formules. De geplande omvang voor detailhandel bedraagt 24.000 m<sup>2</sup> bvo. Er zijn gesprekken gaande met De Bijenkorf om als trekker van het gebied te gaan fungeren.

### **Winkelaanbod in Tilburg**

Tilburg ligt ten Oosten van Gilze en Rijen, bereikbaar via rijkswegen N282 en A58. Het detailhandelsaanbod in het centrum van Tilburg is aanzienlijk kleiner dan Breda, maar heeft eveneens een bovenregionale verzorgingsfunctie. Het centrum van Tilburg heeft bijna 400 winkels. De omvang van dit aanbod is meer dan 98.000 m<sup>2</sup> wvo. Wijkwinkelcentrum Westermarkt ligt ten westen van het centrum van Tilburg, goed bereikbaar vanaf Gilze en Rijen vanuit de Bredaseweg. Winkelcentrum Westermarkt heeft een omvang van bijna 14.000 m<sup>2</sup> wvo verdeeld over 72 winkels. Branchegroepen mode en luxe en dagelijkse artikelen zijn het sterkst vertegenwoordigd. De meest belangrijke trekkers in het winkelcentrum Westermarkt zijn Albert Heijn, Emté, Actie Sport, Blokker, Kruidvat, Bruna, en Shoeby.

Eveneens ten westen van Tilburg ligt in de wijk Reeshof het Winkelcentrum Heyhoef. Vanuit Gilze en Rijen bezien ligt dit winkelcentrum het dichtst bij met een goede ontsluiting vanaf de Burgemeester Letschertweg en de Bredaseweg. Het winkelaanbod omvat meer dan 6.000 m<sup>2</sup> wvo met in totaal 36 winkels. De meest belangrijke winkels hier zijn de supermarkten Jumbo en Plus, maar daarnaast ook He-ma, Bart Smit, Blokker, Bruna, Kruidvat en Shoeby.

Ook Tilburg kent vanaf 1 januari 2012 een algemene koopzondag. Winkels mogen elke zondag open, maar verplicht is dat niet. Wel zijn er afspraken gemaakt met de Ondernemersfederatie Tilburg dat zij nagaat op welke zondagen de meeste winkels open zullen zijn.

In Tilburg zijn de volgende plannen en initiatieven aan de orde:

- De gemeente Tilburg heeft plannen om een extra rondje winkelen te realiseren in de binnenstad. Op de plaats van het stadskantoor in de Stadhuisstraat moeten grootschalige winkelruimten gerealiseerd worden. Er zijn gesprekken gaande met de Britse formule Primark. De omvang bedraagt circa 20.000 m<sup>2</sup> bvo.
- De perifere winkelconcentratie op het AaBe-complex in het zuiden van de stad wordt in de toekomst uitgebreid. Het was de bedoeling om in het complex te vergroten met 33.600 m<sup>2</sup> bvo detailhandel. Onlangs is de planopzet wegens financiële gronden echter gewijzigd. De geplande uitbreiding bedraagt nu 26.400 m<sup>2</sup> bvo.
- Wijkwinkelcentrum Westermarkt gaat de komende periode op de schop. De herstructurering voorziet in een uitbreiding van het winkeloppervlak met 5.000

m<sup>2</sup>. Verder komt er een parkeergarage van drie lagen met daarin bijna 600 parkeerplekken. Bovendien worden 115 woningen en (zorg)appartementen gebouwd.

- Wijkwinkelcentrum Wagnerplein wordt volgens de plannen grondig gerenoveerd. Enerzijds worden de bestaande units in het winkelcentrum opnieuw ingedeeld waardoor een nieuwe routing ontstaat, anderzijds worden er nieuwe units toegevoegd. Netto bedraagt de toevoeging circa 5.750 m<sup>2</sup> bvo. Dit is inclusief de toevoeging van andere functies dan detailhandel zoals horeca en diensten.

### **Winkelaanbod Oosterhout**

Het centrum van Oosterhout is goed bereikbaar vanaf de N631, voor Rijen nog beter te bereiken in vergelijking met Gilze. Het winkelaanbod in het centrum van Oosterhout omvat exact 47.500 m<sup>2</sup> wvo verspreid over 264 winkels. Het centrum heeft een ruim keuzeaanbod in branchegroep in en omhuis; het omvat meer dan 17% van het totale aanbod. Belangrijk onderdeel van het centrum van Oosterhout is het overdekte winkelcentrum Arendshof. In dit winkelcentrum (met ruim 550 parkeerplaatsen) zijn tal van landelijke ketens gevestigd, waaronder V&D, Hema, Blokker en diverse andere ketens op het gebied van mode, sport, speelgoed, enz. Momenteel zijn geen initiatieven bekend ter versterking van het winkelaanbod in Oosterhout.

Evenals in Dongen zijn er in Oosterhout in totaal 12 koopzondagen.

### **Winkelaanbod in Dongen**

Dongen ligt ten noorden van Gilze en Rijen, op kortere afstand van laatstgenoemde. Het centrum van Dongen is vanaf de N282 en provinciale wegen goed bereikbaar. Met bijna 20.000 m<sup>2</sup> wvo aan detailhandel heeft Dongen een uitgebreid winkelaanbod. Het aanbod is verspreid over 94 winkels. Het aanbod in branchegroepen mode & luxe, dagelijks en in en om huis is evenredig verdeeld. In Dongen zijn momenteel geen plannen of initiatieven op het gebied van detailhandel bekend. De gemeente Dongen kent 12 koopzondagen per jaar. Deze zijn voor 2012 vastgesteld.

## 5. DRAAGVLAK EN KOOPSTROMEN IN GILZE EN RIJEN

### 5.1 Het draagvlak

#### Toenemende bevolking

Zoals in hoofdstuk 3 is vermeld zal de bevolking in de gemeente Gilze en Rijen de komende jaren toenemen van circa 26.000 nu tot circa 27.000 in het jaar 2020 en tot 27.500 inwoners in 2030. In de hieronder staande tabel is aangegeven hoe deze ontwikkeling plaats vindt en in welke mate vergrijzing zal gaan optreden.

**Tabel 5.1 Bevolkingsontwikkeling Gilze en Rijen.**

Leeftijdsklasse	2011	2015	2020	2025	2030
0 – 14 jr	17,6%	15,7%	14,9%	15,5%	15,6%
15 - 29 jr	17,6%	17,9%	18,3%	16,0%	15,3%
30 – 54 jr	35,8%	34,2%	32,1%	32,5%	33,1%
55 – 64 jr	14,0%	14,0%	14,6%	14,3%	12,9%
65 – 74 jr	9,3%	11,5%	11,9%	11,8%	12,6%
> 75 jr	5,7%	6,7%	8,2%	9,8%	10,4%
Totaal	100%	100%	100%	100%	100%
Inwoners	25.765	26.330	26.985	27.525	27.390

Ook de gemeente Gilze en Rijen zal de komende jaren te maken krijgen met vergrijzing. Momenteel is circa 15% van de bevolking 65 jaar of ouder; in het jaar 2020 zal dat circa 20% zijn en in 2030 23%. In alle andere leeftijdsgroepen zal de relatieve omvang sterk verminderen.

#### Gemiddelde inkomens per inwoner ongeveer hetzelfde als in het gehele land

De gemiddelde besteedbare inkomens van de bevolking in Gilze en Rijen wijken nauwelijks af van die in geheel Nederland. Per inwoner wordt in Gilze en Rijen een besteedbaar inkomen verdiend van circa € 14.600,- vergeleken met circa € 14.800 in het gehele land. Een en ander betekent dat de bestedingen van inwoners van de gemeente Gilze en Rijen aan dagelijkse en niet-dagelijkse goederen niet of nauwelijks zullen afwijken van de gemiddelde bestedingen in het gehele land.

#### Aanwezige bestedingspotentieel

Inwoners van Nederland besteden jaarlijks circa € 2.240,- per inwoner aan dagelijkse goederen. Gedurende de afgelopen jaren zijn deze vrij constant geweest. Aan niet-dagelijkse goederen wordt gemiddeld per inwoner voor circa € 2.580,- besteed. De bestedingen voor niet-dagelijkse artikelen zijn de afgelopen jaren sterk gedaald. Bedroegen deze in 2008 nog gemiddeld circa € 2.850,- per hoofd van de bevolking,

in 2010 zijn deze (mede als gevolg van de recessie en toenemende internetverkoop) met zo'n 10% gedaald tot circa € 2.580,-.

Aangezien de gemiddelde inkomens van inwoners van de gemeente Gilze en Rijen niet of nauwelijks afwijken van de gemiddelde inkomens in Nederland, zullen de bestedingen van inwoners van Gilze en Rijen ook niet veel afwijken. Dit betekent dat alle inwoners van Gilze en Rijen tezamen in 2010 voor circa € 58,2 miljoen besteden aan dagelijkse artikelen en voor circa € 67,0 miljoen aan niet dagelijkse artikelen. Echter niet al deze bestedingen hebben plaats gevonden in winkels in Gilze en Rijen. Veel bestedingen vonden plaats bij winkels buiten de gemeente. Hoeveel dat is, is hieronder aangegeven.

## 5.2 Koopstromen

### Veel koopkrachtafvlouing op gebied van niet-dagelijkse artikelen

Uit een in 2007 gehouden koopstromenonderzoek in Midden Brabant<sup>16</sup> is gebleken dat winkels in de gemeente Gilze en Rijen ruim 93% van het aanwezige bestedingspotentieel aan dagelijkse goederen aan zich binden. Op het gebied van niet-dagelijkse goederen was dat ruim 36%. Ofwel met andere woorden: de koopkrachtbinding bedraagt ruim 93% voor dagelijkse artikelen en ruim 36% voor niet-dagelijkse artikelen.

In de hieronder staande tabel zijn de koopstromen per winkelgebied weergegeven.

**Tabel 5.2 Koopstromen in Gilze en Rijen**

Winkellocatie	Binding dagelijkse artikelen			Binding niet-dagelijkse artikelen		
	Gilze	Rijen	Totaal gemeente	Gilze	Rijen	Totaal gemeente
Winkels in Gilze	92,2%	0,9%	29,3%	36,8%	0,1%	11,3%
Winkels in Rijen	4,3%	91,6%	64,0%	2,5%	36,0%	25,2%
Elders	3,5%	7,5%	6,6%	60,7%	65,9%	63,5%
Totaal	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Op het gebied van niet-dagelijkse artikelen wordt veel koopkracht verloren aan winkels in Tilburg (circa 14% van het totale bestedingspotentieel aan niet-dagelijkse goederen) en aan winkels in Breda (circa 22%). Ook Dongen en Oosterhout blijken een aantrekkelijk alternatief. In totaal bedraagt de totale afvlouing van koopkracht in niet-dagelijkse artikelen circa 64%. Dat is veel.

Een groot deel van de afvlouing van koopkracht wordt veroorzaakt door de kleding en mode branche en de woonbranche. Op dit gebied weten de winkels in Gilze en

<sup>16</sup> Midden-Brabant Koopstromenonderzoek 2007, BRO, 1 maart 2007.

Rijen slechts 15 a 20% van het bestedingspotentieel aan zich te binden. Vooral winkels in Breda en in iets mindere mate in Tilburg zijn hiervoor verantwoordelijk. In de overige branches wordt gemiddeld circa 50% van het bestedingspotentieel gebonden. Ook hier zijn winkels in Breda en Tilburg de belangrijkste concurrenten.

#### **Omzettoevloeiing beperkt**

Omzettoevloeiing van buiten de gemeente Gilze en Rijen naar winkels in Gilze en Rijen is beperkt. De winkels in Gilze en Rijen hebben voornamelijk een lokaal verzorgende functie. Het omzetaandeel dat van buiten de gemeente afkomstig is wordt ingeschat op circa 10 a 15% voor dagelijkse artikelen en op circa 5 a 10% voor niet-dagelijkse artikelen.

#### **Bezoekmotieven**

Inwoners van Gilze bezoeken het centrum van Gilze voor hun dagelijkse aankopen vooral omdat dat voor hen dicht in de buurt is en vanwege het gemak.

Voor het centrum van Rijen worden meerdere bezoekmotieven genoemd. Zo is op het gebied van dagelijkse goederen voor veel mensen niet alleen het feit dat de winkels in de buurt liggen een belangrijk bezoekmotief, maar ook de lage prijzen, het overdekte winkelcentrum, de verkeersveiligheid en de keuzemogelijkheden worden vaak genoemd. Voor de aankopen van niet-dagelijkse artikelen worden, evenals in het centrum van Gilze, motieven als goede keuzemogelijkheden en dicht bij elkaar liggende winkels vaak genoemd. Daarnaast is ook het overdekte winkelcentrum een belangrijk bezoekmotief.

Opvallend is verder dat het makkelijk parkeren zowel in Gilze als in Rijen niet vaak genoemd wordt als bezoekmotief.

#### **Vooraf kledingwinkels worden gemist**

Kleding en mode winkels worden volgens de consument het meest gemist.

### **5.3 Omzet en economisch functioneren**

In de hieronder staande tabel is een inschatting gemaakt van de omzetten die momenteel in de kernen Gilze en Rijen gerealiseerd worden. Tevens is gezien in hoeverre de in de kernen Gilze en Rijen gerealiseerde omzetten afwijken van de omzetten die doorgaans in Nederland gerealiseerd worden.

**Tabel 5.3 Huidige omzet en het huidig economisch functioneren van de detailhandel in de kern Gilze  
(excl. BTW)**

	Dagelijkse artikelen	Niet-dagelijkse artikelen
Inwoners kern Gilze in 2011	7.700	7.700
Winkelbestedingen per hoofd	€ 2.240	€ 2.580
Bestedingspotentieel gemeente	€ 17,2 miljoen	€ 19,8 miljoen
Koopkrachtbinding	92,2%	36,8%
Koopkrachttoevloeiing	10 %	5%
Omzet	€ 17,7 miljoen	€ 7,7 miljoen
Omvang detailhandel in m <sup>2</sup> wvo	2.576	6.009
Gemiddelde omzet per m <sup>2</sup>	€ 6.859	€ 1.280
Landelijke omzet per m <sup>2</sup> wvo	€ 6.910	€ 1.960

**Tabel 5.4 Huidige omzet en het huidig economisch functioneren van de detailhandel in de kern Rijen  
(excl. BTW)**

	Dagelijkse artikelen	Niet-dagelijkse artikelen
Inwoners kern Rijen in 2011	16.350	16.350
Winkelbestedingen per hoofd	€ 2.240	€ 2.580
Bestedingspotentieel gemeente	€ 36,6 miljoen	€ 42,2 miljoen
Koopkrachtbinding	91,6%	36,0%
Koopkrachttoevloeiing	15%	15%
Omzet	€ 39,5 miljoen	€ 17,8 miljoen
Omvang detailhandel in m <sup>2</sup> wvo	5.898	13.455
Gemiddelde omzet per m <sup>2</sup>	€ 6.691	€ 1.327
Landelijke omzet per m <sup>2</sup> wvo	€ 6.910	€ 1.960

Uit bovenstaande berekeningen blijkt dat op het gebied van dagelijkse goederen zowel in de kern Gilze als in de kern Rijen de gemiddelde omzetten per m<sup>2</sup> wvo enigszins onder het landelijk gemiddelde liggen.

Op het gebied van de niet-dagelijkse goederen zien we hetzelfde beeld, alhoewel hier de verschillen met de landelijke cijfers groter zijn. Hier wordt per m<sup>2</sup> winkel-aanbod in zowel de kern Gilze als de kern Rijen slechts een omzet gerealiseerd van circa € 1.300 per m<sup>2</sup> wvo, terwijl dat landelijk circa € 1.960 is. De conclusie zou getrokken kunnen worden dat deze winkels slecht tot zeer slecht functioneren. Enige nuancering is echter gewenst. Immers wanneer gekeken wordt naar het winkelaanbod in zowel Rijen als in Gilze in de sector niet-dagelijkse artikelen valt op dat in beide kernen enkele grote winkels op het gebied van tuinartikelen en aanverwante artikelen aanwezig is. Genoemd kunnen worden Lanslots, Garden Master, Boerenbond (2x), bouwmarkt Formido en tuincentrum Princebosch. Deze winkels hebben een gezamenlijke omvang van circa 7.000 m<sup>2</sup> wvo. Daarnaast is er ook nog de buitensportwinkel Linberg Caravans van circa 1.500 m<sup>2</sup> wvo. Gemiddeld hebben dergelijke grootschalige winkels een veel lagere omzet per m<sup>2</sup> wvo dan winkels die nor-

maliter in winkelcentra worden aangetroffen<sup>17</sup>. Indien op de bovenstaande berekeningen de omzetten van deze grote winkels in mindering wordt gebracht, resulteert een gemiddelde omzet per m<sup>2</sup> van circa € 1.530. Dat is nog altijd lager dan hetgeen doorgaans in Nederland wordt gerealiseerd. De conclusie kan derhalve getrokken worden dat de winkels in deze sector onder het Nederlands gemiddelde functioneren.

---

<sup>17</sup> Zo wordt landelijk in de tuincentrumbranche een omzet gerealiseerd van € 550,- per m<sup>2</sup> wvo (bron: HBD).





## 6. SWOT-ANALYSE

In dit afsluitende hoofdstuk van de analyse van de omvang en het functioneren van het winkel- en horeca aanbod in de gemeente Gilze en Rijen wordt zowel voor het centrum van Gilze als van het centrum van Rijen een overzicht gegeven van de belangrijkste sterkten (strengths) en zwakten (weaknesses), kansen (opportunities) en bedreigingen (threats).

### Centrum Gilze

<p><b>Sterkten</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Vooral gericht op boodschappen doen en doelgericht winkelen</li> <li>• Aanwezigheid Action</li> <li>• Geen parkeerproblemen</li> <li>• Hoge binding aan dagelijkse artikelen</li> <li>• Park in centrumgebied</li> </ul>	<p><b>Zwakten</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Beperkt primair draagvlak (7.700 inwoners)</li> <li>• Relatief weinig winkelaanbod (kleding, doe het zelf en woninginrichting)</li> <li>• Grote spreiding van winkels en veel onderbrekingen van het winkelfront</li> <li>• Weinig horeca aanbod</li> <li>• Weinig synergie tussen Action en overige winkels</li> <li>• Veel koopkrachtverlies aan niet-dagelijkse goederen</li> <li>• Weinig koopkrachttoevoeiing</li> <li>• Vooral bij winkels in niet-dagelijkse goederen lage omzetten per m<sup>2</sup> wvo</li> </ul>
<p><b>Kansen</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Enige bevolkingsgroei</li> <li>• Ontwikkeling Achter de Hoven met 3.000 m<sup>2</sup> commercieel aanbod (o.a. supermarkten)</li> </ul>	<p><b>Bedreigingen</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Sterke vergrijzing</li> <li>• Verhuizing Action naar buiten de kern</li> <li>• Concurrentie met winkels in Tilburg (w.c. Heyhoef in de Reeshof), Breda, Dongen en Oosterhout</li> <li>• Internetbestedingen en dalende consumentenvertrouwen</li> </ul>

## Centrum Rijen

<b>Sterkten</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Groter primair draagvlak (16.500 inwoners)</li><li>• Sterke concentratie winkels rondom Wilhelminaplein</li><li>• Aanwezigheid enkele landelijke trekkers en 4 supermarkten</li><li>• Aanwezigheid overdekt winkelcentrum De Laverije met parkeerdek voor 175 auto's</li><li>• Vooral boodschappen gericht, beperkt recreatief</li><li>• Iets minder leegstand dan in vergelijkbare woonplaatsen</li><li>• Hoge binding aan dagelijkse artikelen</li></ul>	<b>Zwakten</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Relatief weinig winkelaanbod (kleding, sport en spel, woninginrichting)</li><li>• Weinig horeca aanbod</li><li>• Onderbrekingen winkelfront</li><li>• Recreatief winkelen beperkt</li><li>• Hoge parkeerdruk op sommige locaties</li><li>• Veel koopkrachtverlies aan niet-dagelijkse goederen</li><li>• Weinig koopkrachttoevoeiing</li><li>• Vooral op het gebied van niet-dagelijkse goederen lage omzetten per m<sup>2</sup> vvo</li></ul>
<b>Kansen</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Enige bevolkingsgroei</li><li>• Realisatie Centrumplan Oost</li><li>• Autovrij Wilhelminaplein</li><li>• Versterking boodschappenfunctie door uitbreidingsplannen supermarkten</li><li>• Action (maar dan wel in het centrumgebied)</li></ul>	<b>Bedreigingen</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Sterke vergrijzing</li><li>• Toename parkeerdruk bij uitbreiding centrumgebied</li><li>• Concurrentie met winkels in Breda, Tilburg, Dongen en Oosterhout</li><li>• Internetbestedingen en daling consumentenvertrouwen</li></ul>

**BIJLAGEN**



## Bijlage 1. Winkel- en horeca aanbod in de kern Gilze

Hoofdbranche	Gilze Totaal			Referentie woonplaatsen			Gilze Centrum <sup>18</sup> (7.466 inwoners)			Woonplaatsen (7.500-10.000 inw.)*			Verspreid in Gilze		
	vkp	m <sup>2</sup> wvo	schaal	vkp	m <sup>2</sup> wvo	schaal	vkp	m <sup>2</sup> wvo	schaal	vkp	m <sup>2</sup> wvo	schaal	vkp	m <sup>2</sup> wvo	schaal
Levensmiddelen	10	2.320	232	10	2.462	246	10	2.320	232	7	1.792	256	0	0	0
Persoonlijke verzorging	2	256	128	3	434	145	2	256	128	2	391	196	0	0	0
<i>Subtotaal dagelijks</i>	12	2.576	215	13	2.896	223	12	2.576	215	9	2.183	243	0	0	0
Warenhuis	0	-	-	1	160	160	0	-	-	0	156	156	0	0	0
Kleding & mode	3	458	153	7	1.077	154	2	172	86	6	976	163	1	286	286
Schoenen & lederwaren	1	82	82	1	251	125	1	82	82	1	247	247	0	0	0
Juwelier & optiek	1	63	63	2	110	55	1	63	63	2	103	51	0	0	0
Huishoudelijk & luxe	2	730	365	2	362	181	2	730	365	2	330	165	0	0	0
Antiek & kunst	0	-	-	1	57	57	0	-	-	0	21	21	0	0	0
Sport & spel	1	160	160	2	292	146	1	160	160	1	169	169	0	0	0
Hobby	1	30	30	1	92	92	1	30	30	1	66	66	0	0	0
Media	1	60	60	1	160	160	1	60	60	1	152	152	0	0	0
Dier & plant	5	2.462	492	4	1.897	474	3	371	124	2	260	130	2	2091	1045
Bruin- & witgoed	2	234	117	2	292	146	0	-	-	1	180	180	2	234	117
Fietsen & autoaccessoires	3	524	175	2	364	182	1	222	222	1	148	148	2	302	151
Doe-het-zelf	2	181	91	2	1.385	693	1	100	100	1	162	162	1	81	40
Wonen	1	900	900	5	2.990	598	1	900	900	2	498	249	0	0	0
Detailhandel overig	2	125	63	2	416	208	2	125	63	1	152	152	0	0	0
<i>Subtotaal niet-dagelijks</i>	25	6.009	240	34	9.905	291	17	3.015	177	22	3.582	163	8	2994	374
<b>Totaal</b>	37	8.585	232	47	12.802	272	29	5.591	193	31	5.765	186	8	2994	374
<b>Horeca</b>	16						9						7		
<b>Leegstand</b>	5	203	51				4	155	51				1	48	48

- gecorrigeerd voor het inwonertal van Gilze
- Voor definiëring hoofdbranche zie bijlage 6.

<sup>18</sup> Onder het centrum van Gilze wordt verstaan: het Bisschop de Vetplein, de Kerkstraat, de Korte en Lange Wagenstraat, de Nieuwstraat, de Raadhuisstraat en het Steenakkerplein. In paragraaf 4.2.1 is dit gebied grafisch weergegeven.



## Bijlage 2. Winkel- en horeca aanbod in de kern Rijen

Hoofdbranche	Rijen Totaal			Referentie woonplaatsen			Rijen Centrum <sup>19</sup> (16.576 inwoners)			Centra van woonplaatsen (15.000-20.000 inw.)*			Raadhuisplein			Verspreid		
	Vkp	m <sup>2</sup> wvo	schaal	vkp	m <sup>2</sup> wvo	schaal	vkp	m <sup>2</sup> wvo	schaal	vkp	m <sup>2</sup> wvo	schaal	vkp	m <sup>2</sup> wvo	schaal	vkp	m <sup>2</sup> wvo	schaal
Levensmiddelen	18	5.262	292	22	5.069	234	16	5.174	323	15	3.213	214	2	88	44	0	0	0
Persoonlijke verzorging	4	636	159	6	887	158	3	579	193	4	759	190				1	57	57
<i>Subtotaal dagelijks</i>	<i>22</i>	<i>5.898</i>	<i>268</i>	<i>27</i>	<i>5.956</i>	<i>218</i>	<i>19</i>	<i>5.753</i>	<i>303</i>	<i>19</i>	<i>3.972</i>	<i>209</i>	<i>2</i>	<i>88</i>	<i>44</i>	<i>1</i>	<i>57</i>	<i>57</i>
Warenhuis	1	467	467	1	672	770	1	467	467	1	582	582				0	0	
Kleding & mode	14	1.480	106	21	3.127	152	12	1.362	114	20	2.972	149	1	58	58	1	60	60
Schoenen & lederwaren	4	611	153	4	931	223	3	556	185	4	834	208				1	55	55
Juwelier & optiek	4	263	66	5	329	68	4	263	66	5	316	63				0	0	0
Huishoudelijk & luxe	3	670	223	4	687	187	3	670	223	3	629	210				0	0	0
Antiek & kunst	0	-	-	1	113	100	0	-	-	1	56	56				0	0	0
Sport & spel	2	110	55	4	1.068	280	2	110	55	3	577	192				0	0	0
Hobby	0	-	-	3	218	80	0	-	-	2	168	84				0	0	0
Media	1	210	210	3	443	135	1	210	210	3	424	141				0	0	0
Dier & plant	10	4.307	431	8	4.065	526	4	385	96	4	526	132	2	128	64	4	3794	949
Bruin- & witgoed	6	759	127	5	689	144	2	130	65	4	506	127	3	569	190	1	60	60
Fietsen & autoaccessoires	3	268	89	4	671	191	1	66	66	2	281	141				2	202	101
Doe-het-zelf	2	2.221	1.111	4	3.353	788	0	-	-	1	234	234	1	400	400	1	1821	1821
Wonen	8	1.194	149	12	5.883	511	5	885	177	5	1.235	247				3	309	103
Detailhandel overig	3	895	298	4	969	221	2	270	135	2	402	201				1	625	625
<i>Subtotaal niet-dagelijks</i>	<i>61</i>	<i>13.455</i>	<i>221</i>	<i>81</i>	<i>23.218</i>	<i>286</i>	<i>40</i>	<i>5.374</i>	<i>134</i>	<i>58</i>	<i>9.743</i>	<i>168</i>	<i>7</i>	<i>1.155</i>	<i>165</i>	<i>14</i>	<i>6926</i>	<i>495</i>
<b>Totaal</b>	<b>83</b>	<b>19.353</b>	<b>233</b>	<b>109</b>	<b>29.174</b>	<b>269</b>	<b>59</b>	<b>11.127</b>	<b>189</b>	<b>77</b>	<b>13.715</b>	<b>179</b>	<b>9</b>	<b>1.243</b>	<b>138</b>	<b>15</b>	<b>6.983</b>	<b>465</b>
<b>Horeca</b>	<b>24</b>						<b>11</b>						<b>2</b>			<b>11</b>		
<b>Leegstand</b>	<b>9</b>	<b>1.014</b>	<b>113</b>				<b>6</b>	<b>638</b>	<b>106</b>				<b>1</b>	<b>48</b>	<b>48</b>	<b>2</b>	<b>328</b>	<b>164</b>

- gecorrigeerd voor het inwonertal van Rijen
- Voor definiëring zie bijlage 6.

<sup>19</sup> Onder het centrumgebied van Rijen verstaan: de Heistraat, nagenoeg de gehele Hoofdstraat, Mangrovelaan, Pastoor Gillisstraat, Pieter Breugelhof, Stationsstraat en het Wilhelminaplein. Voor een grafische weergave van dit gebied wordt verwezen naar paragraaf 4.3.1.





### Bijlage 3: Horeca aanbod in met Gilze en Rijen vergelijkbare kernen

<b>Vergelijkbaar met kern Gilze (7.500 - 10.000 inwoners)</b>	<b>Gemeente</b>	<b>Aantal horecavestigingen</b>	<b>Totale bevolking</b>
<i>Gilze</i>	<i>Gilze en Rijen</i>	16	7.700
Hilvarenbeek	Hilvarenbeek	26	7.580
Budel	Cranendonk	26	7.605
Udenhout	Tilburg	19	7.655
Zundert	Zundert	28	7.780
Heeze	Heeze-Leende	24	8.055
Eersel	Eersel	25	8.165
Oirschot	Oirschot	46	8.635
Grave	Grave	22	8.855
Mierlo	Geldrop-Mierlo	21	8.910
Beek en Donk	Laarbeek	18	8.990
Bergeijk/Loo	Bergeijk	31	9.090
Bladel	Bladel	27	9.180
Hoogerheide/Woensdrecht	Woensdrecht	18	9.355
Sint Michielsgestel	Sint Michielsgestel	19	9.455
Someren	Someren	36	9.940
Steenbergen (NB.)	Steenbergen	30	9.970

<b>Vergelijkbaar met kern Rijen (15.000 - 20.000 inwoners)</b>	<b>Gemeente</b>	<b>Aantal horecavestigingen</b>	<b>Totale bevolking</b>
<i>Rijen</i>	<i>Gilze en Rijen</i>	24	16.500
Vlijmen	Heusden	18	15.490
Cuijk	Cuijk	41	16.800
Drunen	Heusden	30	17.265
Oisterwijk	Oisterwijk	64	18.300
Geertruidenberg	Geertruidenberg	13	18.450
Nuenen	Nuenen	36	18.505
Goirle	Goirle	28	19.085
Kaatsheuvel/Vrijhoeve	Loon op Zand	34	19.735
Valkenswaard	Valkenswaard	92	19.825



## Bijlage 4. Parkeerlocaties in het centrum van Gilze en in het centrum van Rijen

### Centrum Gilze:

• Steenakkerplein	50 ppl;
• Bisschop de Vetplein	12 ppl;
• Rondom kerk Kerkstraat	50 ppl;
• Emte	<u>60 ppl;</u>
<b>Totaal centrum Gilze</b>	<b>172 ppl</b>

### Centrum Rijen:

• Parkeerterrein Mangrovelaan	71 ppl;
• Parkeer winkelcentrum	175 ppl;
• Parkeerterrein Stationsstraat	25 ppl;
• Marijkestraat tussen Hoofdstraat en A. Leurisstraat	20 ppl;
• Stationsstraat tussen Marijkestraat en P. Breugelhof	4 ppl;
• Parkeerterrein C1000	41 ppl;
• Hoofdstraat tussen wegversmalling en Marijkestraat	<u>4 ppl;</u>
<b>Totaal parkeercapaciteit winkelgebied</b>	<b>340 ppl.</b>



### Bijlage 5. Overzicht detailhandelsaanbod omliggende gemeenten (bron: Locatus)

Hoofdbranche	Breda		Tilburg		Oosterhout		Dongen	
	Aantal	Wvo	Aantal	Wvo	Aantal	Wvo	Aantal	Wvo
Levensmiddelen	217	47127	225	49.570	51	13.602	29	7.361
Persoonlijke verzorging	67	8422	64	8.977	15	1.988	5	743
<i>Subtotaal Dagelijkse art</i>	<i>284</i>	<i>55.549</i>	<i>289</i>	<i>58.547</i>	<i>66</i>	<i>15.590</i>	<i>34</i>	<i>8.104</i>
Warenhuis	7	13.536	5	10.945	2	3.196	1	470
Kleding en mode	265	43.371	202	41.080	91	14.235	25	5.217
Schoenen en lederwaren	57	8.817	56	9.229	21	4.445	5	1.331
Juwelier en optiek	56	3.170	41	2.696	13	1.054	7	519
Huishoudelijke artikelen, luxe	48	9.433	33	7.409	14	3.419	3	607
Antiek en kunst	21	1.911	12	1.113	1	65	-	-
Sport en spel	51	14.701	56	13.544	8	1.749	3	665
Hobby	29	3.459	32	4.569	11	850	2	140
Media	39	4.905	37	5.858	12	1.560	2	285
Dier en plant	61	38.505	60	19.997	27	15.200	10	10.334
Bruin- en witgoed	51	10.983	59	12.156	18	3.478	4	1.099
Fietsen en autoaccessoires	34	7.054	37	8.506	7	1.560	4	1.390
Doe-het-zelf	28	38.058	33	36.639	12	7.968	7	4.066
Wonen	142	94.750	110	67.052	34	24.998	12	4.186
Overige detailhandel	63	8.302	64	8.320	18	2.468	2	90
<i>Subtotaal niet-dagelijkse art</i>	<i>952</i>	<i>300.955</i>	<i>837</i>	<i>249.113</i>	<i>289</i>	<i>86.245</i>	<i>87</i>	<i>30.399</i>
<b>Totaal detailhandel</b>	<b>1.236</b>	<b>356.504</b>	<b>1.126</b>	<b>307.660</b>	<b>355</b>	<b>101.835</b>	<b>121</b>	<b>38.503</b>



## Bijlage 6: Branche-indeling Locatus

### Groep

00-Leegstand

#### Hoofdbranche

00.000-Leegstand

#### Branche

00.000.000-Leeg

### Groep

r /-DageOkr.

#### Hoofdbranche

/ 1.010-Levensmiddelen

#### Branche

11.010.005-Diepvriesarf

11.010.012-GroenterFr

11.010.111-Bakker

#### **11.010. 112-Vlaaien**

11.010.12043uitenlOr

11.010.123-Toko

11.010.132-Chocola

11.010.137-Koffie/Thee

11.010.141-Deficatessen

11.010.261-Kaas

11.010.270-Kampwinkel

11.010.309-W~

11.010.350-Nahtwinkel

11.010.379-Noten

11.010.399-Poelier

11.010.423-Reform

11.010.471 Slagerij

11.01a477-Skter

11.010.519-Supermarkt

11.010.522-Tataielect

11.010.598-Vis

#### **11.010.657-Zoetwaren**

11.010. 912-Ziekenh Wink

11.010.950-Levensmid Or

#### Hoofdbranche

11.020-Persoonlijke

#### Verzorging Branche

11 .020. 024-Apotheek

11.020.156-Drogist

11.020.393-Parfumerie

11.020.950-Pers Ver Or

## Branche-indeling Locatus

---

### Groep

22-Mode & Luxe

---

### Hoofdbranche

22.030-Warenhuis

---

### Branche

22.030.618-Warenhuis

---

### Hoofdbranche

22.040-Kleding & Mode

---

### Branche

22.040.072-Beenmode  
22.040.093-Bont  
22.040.114-Bruidskled  
22.040.135-Damesmode  
22.040.138-D&H Mode  
22.040.216-Herenmode  
22.040.258-Kindermode  
22.040.324-Leermode  
22.040.330-Lingerie  
22.040.360-Modeaccess  
22.040.495-Sportkleding  
22.040.543-Textielsuper  
22.040.546-Modewarenh

---

### Hoofdbranche

22.050-Schoenen & Lederwaren

---

### Branche

22.050.321-Lederwaren  
22.050.453-Schoenen

---

### Hoofdbranche

22.060-Juwelier & Optiek

---

### Branche

22.060.252-Juwelier  
22.060.570-Uurwerken  
22.060.770-Optiek

---

### Hoofdbranche

22.070-Huishoudelijke- & Luxe Ar

---

### Branche

22.070.207-Glas/Aardew  
22.070.240-Huishoud Art  
22.070.243-Huish linnen  
22.070.264-Cadeau-Art  
22.070.288-Kookwinkel  
22.070.301-Rotan/Rietw

---

### Hoofdbranche

22.080-Antiek & Kunst

---

### Branche

22.080.021-Antiek  
22.080.312-Kunsthandel

---



**Groep**

35-Vrije Tijd

**Hoofdbranche**

35.100-Sport & Speelgoed

**Branche**

35.100.125-Bugenzport  
35.100.444-Ruitersport  
35.100.486-Speelgoed  
35.100.467-Modelbouw  
35.100.492-Sportzaak  
35.100.591-Hengelsport  
35.100.627-Watersport  
35.100.950-Sport **Spec**

**Hoofdbranche**

35.110-Hobby

**Branche**

35.110.165-Electronica  
35.110.189-Foto/Film  
35.110.227-Handvaardigh  
35.110.228-Wol/Handwerk  
35.110.366-MuntervPostz  
[35.110.372-Muziekinst.](#)

**35.110.375-Naaimachines**

**35.110.510-Stoffen**

**Hoofdbranche**

**35.120-Mechanica**

**Branche** 35.120.090-  
Boekhandel 35.120.091-  
Stripboeken 35.120.129-  
Beeld & Geluid  
Sofware/Games  
35.120.276-Kantoorart  
35.120.411-Postkaart  
35.120.750-Boek & Kantoor  
35.120.760-Inktvulpen

**Groep**

37-1n/0m Huis

**Hoofdbranche**

37.130-Plant & Dier

**Branche**

37.130.027-Aquariums  
37.130.087-Bloem/Plant  
37.130.147-Dier  
37.130.555-Tuinartikelen  
37.130.556-Tuincentrum  
37.130.559-Tuinmeubelen

**Hoofdbranche**

37.150-Bruin & Witgoed

**Branche**

37.150.117-Radio & Tv  
37.150.1313-Computer  
37.150.231-Huishoud Ond  
37.150.537-Telecom  
37.150.639-Witgoed  
37.150.642-Electro

**Hoofdbranche**

37.160-Auto & Fiets

**Branche**

37.160.039-Automaterialen  
37.160.043-Car HiFi  
37.160.177-Rijwielen

**Hoofdbranche**

37.170-Doe-Het-Zelf

**Branche**

37.170.096-Bouwmantel  
37.170.099-Bouw materiaal  
37.170.102-DeurlKo2ijn  
37.170.108-Bredpakket  
37.170.237-Hout  
37.170.249-Yzen4Gereed  
37.170.290-Sanitair  
37.170.576-Verf/Behang

## Branche-indeling Locatus

### Hoofdbranche

37.180-Wonen

#### Branche

37.180.054-Babywoonwinkel  
37.180.066-Slaapkam/Bed  
37.180.291-Keukens  
37.180.348-Meubelen  
37.180.350-Woonwarenh  
37.180.381-Oost Tapyten  
37.180.440-Keukens/Badk  
37.180.447-Badkamers  
37.180.579-Verlichting  
37.180.630-Parket/Lamin  
37.180.635-Tegels  
37.180.645-Woninginr  
37.180.648-Woningtext  
37.180.651-Woondecorat  
37.180.663-Zonwering

### Groep

38-Detailh Overig

#### Hoofdbranche

38.200-Detailhandel Overig

#### Branche

38.200.003-2Eh Diversen  
38.200.013-2Eh Kleding  
38.200.033-2Eh Boeken  
38.200.153-Partijgoed  
38.200.154-Legerdump  
38.200.174-Feestartikel  
38.200.225-Paramedisch  
38.200.226-Hoortoestel  
38.200.433-New Age  
38.200.450-Smartshop  
38.200.451-Growshop  
38.200.468-Erotica  
38.200.501-Sportprijzen  
38.200.610-Souvenirs  
38.200.905-Odd-Shops  
38.200.910-Haarden/Kach  
38.200.920-Natuursteen  
38.200.950-Non-Food Ov

## **Bijlage 7: Begrippenlijst**

### **Bestedingspotentieel**

Totaal aan winkelbestedingen die door de inwoners van een bepaald gebied gedaan kunnen worden. Gebaseerd op inwoneraantal en gemiddelde (landelijke) toonbankbesteding per hoofd van de bevolking. Groepering daarvan noemt men bestedingsvolumes.

### **Bouwmarkt**

Het betreft verkooppunten met een breed assortiment DHZ-artikelen, waaronder ten minste 6 van de volgende groepen: ijzerwaren, handgereedschap; installatiemateriaal (elektra/water); elektrisch handgereedschap, hout en houtwaren; groot en/of klein sanitair; verf, verfproducten en toebehoren, behang; tuinartikelen niet-levend.

### **Bruto vloeroppervlakte (bvo)**

De totale ruimte van een winkel, bestaande uit de winkelvloeroppervlakte en niet voor consumenten toegankelijke ruimten (zoals het magazijn, sanitaire ruimten, kantoor, etalage, etc.).

### **Cross channel**

Het combineren van marketingactiviteiten in de fysieke winkel met de mogelijkheden die het internet biedt.

### **Dagelijkse artikelen**

Het aanbod in de branchegroepen voedings- en genotsmiddelen en persoonlijke verzorging (drogisterij en parfumerie).

### **Detailhandel**

Verkoopkanaal voor goederen rechtstreeks aan de eindgebruiker.

### **Detailhandel (als activiteit)**

Het bedrijfsmatig te koop aanbieden, waaronder de uitstalling ten verkoop, verkopen en/of leveren van goederen aan de uiteindelijke gebruiker of verbruiker.

### **GDV-locatie (Geconcentreerde Grootschalige Detailhandelsvestigingslocatie)**

Detailhandellocaties op perifere locaties (buiten bestaande winkelcentra, maar binnen de bebouwde kom), bedoeld voor bundeling van grootschalige detailhandelsvestigingen. Het gaat om vestigingen groter dan 1.500 m<sup>2</sup> bvo. Er geldt geen branchebeperking.

### **Koopkrachtbinding**

Mate waarin inwoners van een bepaald gebied hun bestedingen verrichten bij winkels die in dat gebied gevestigd zijn.

**Koopkrachtafvloeiing**

Mate waarin inwoners van een bepaald gebied hun detailhandelsbestedingen plaatsen bij gevestigde winkels **buiten** dat gebied.

**Koopkrachttoevoeiing**

Gedeelte van de omzet die van buiten de kern komt.

**Niet-dagelijkse artikelen**

Via detailhandel te koop aangeboden artikelen, niet behorend tot de groep dagelijkse artikelen.

**Overige locaties**

Winkellocaties die geen deel uitmaken van regionale / subregionale hoofdwinkelgebieden, lokale basisvoorzieningen (inclusief buurt- en wijkvoorzieningen) en perifere en grootschalige winkelgebieden. Het gaat dus in feite over de verspreide bewinning.

**PDV-Perifere Detailhandelsvestigingslocatie** Detailhandellocaties buiten reguliere winkelcentra, maar wel binnen de bebouwde kom (aan stadsranden, langs grote wegen, op bedrijfsterreinen, enz.). Voor PDV-locaties geldt een branchebeperking. Deze branches zijn: ABC branches (auto's, boten, caravans), woninginrichting (ook keukens), bouwmarkten en tuincentra. Er geldt geen omvangbeperking.

**PDV-locatie**

Plaats waar detailhandel gevestigd is buiten de reguliere winkelcentra, in de branches tuincentra, bouwmarkten, woninginrichting, keukens en sanitair.

**PDV-branches**

De branches in volumineuze artikelen: auto's, boten en caravans (ABC-branches), woninginrichting, bouwmarkten en tuincentra, die volgens het PDV-beleid ontheffing kregen om zich op daartoe bestemde perifere locaties te vestigen.

**Retail**

Alle functies die worden aangetroffen in winkelcentra, die gezamenlijk de aantrekkingskracht van de winkelcentra bepalen.

**Tuincentra**

Tuincentra zijn grootschalige detailhandelscentra met een breed basisassortiment aan 'levende en niet-levende' huis en -tuingerelateerde artikelgroepen, waarbij bloemen en planten de belangrijkste artikelgroepen vormen. De grotere tuincentra hebben tegenwoordig een gemiddelde omvang van circa 4.000-9.000 m<sup>2</sup> wvo<sup>20</sup>.

---

<sup>20</sup> Volgens de definitie van Locatus omvat het wvo van een tuincentrum: de voor publiek toegankelijke ruimte dat overdekt en verwarmd is.

Voor tuincentra worden echter diverse definities gehanteerd. Gewoonlijk wordt het assortiment van tuincentra globaal onderverdeeld in de volgende 'levende' en 'dode' artikelen:

- **'Levende' artikelgroepen**, zoals kamerplanten, eenjarige tuinplanten, meerjarige tuinplanten, bollen/zaden, snijbloemen etc.
- **'Dode' artikelgroepen**, onder andere groot onderhoud en aanleg, tuingereedschappen, tuinmeubelen, barbecues, decoratie buitenshuis (potterie, ornamenten), klein onderhoud (bestrijdingsmiddelen, grond, mest), sfeerverlichting en seizoensartikelen buiten, sfeer- en seizoensartikelen binnen (Kerstmis, Pasen), decoratie en gebruiksartikelen binnenshuis, dierbenodigdheden binnen en buiten.
- **Dieren en dierbenodigdheden**, zoals huisdieren, diervoeding en dierbenodigdheden, zoals hokken, kooien, speeltjes, riemen, etc.
- de verhuur van machines, gereedschappen en aanhangers, het aanbieden van activiteiten op het gebied van tuinarchitectuur en tuinlease.

Samen met een schaalvergroting breiden tuincentra veelal ook het assortiment uit. Tuincentra verkopen steeds meer artikelen zoals cadeau-, decoratieartikelen en woonaccessoires. In de keuze van het 'nieuwe' nevenassortiment is meestal wel te zien dat een relatie met de branche aanwezig is. In de tuincentra blijven dan ook de tuin en het thema 'groen' centraal staan.

#### **Vloerproductiviteit**

De omzet per m<sup>2</sup> winkelvloeroppervlak (wvo).

#### **Winkel verkoopvloeroppervlak (wvo)**

Winkelruimte die voor de consument toegankelijk is (dus exclusief magazijn, kantoor, etalage, etc.).

BRO heeft vestigingen in Boxtel | Amsterdam | Tegelen | Hasselt  
[www.BRO.nl](http://www.BRO.nl)

# Gilze

## Distributie planologisch onderzoek

Gemeente Gilze en Rijen

Deel 2: Visie op de gewenste detailhandelsstructuur in Gilze







# Gilze

## Distributie planologisch onderzoek

### Gemeente Gilze en Rijen

#### Deel 2: Visie op de gewenste detailhandelsstructuur in Gilze

Projectnummer: 204X00395.069088\_5

Datum: 23 maart 2011

Contactpersoon: de heer Jeroen Tolboom

Projectteam BRO: Tis Kolen en Eefje van der Velden

Bron foto kaft: Hollandse Hoogte 4

Inhoud: Visie op de gewenste centrumontwikkeling van de kern Gilze in de gemeente Gilze en Rijen.

BRO  
Hoofdvestiging  
Postbus 4  
5280 AA Boxtel  
Bosscheweg 107  
5282 WW Boxtel T  
+31 (0)411 850 400  
F +31 (0)411 850  
401 E [info@bro.nl](mailto:info@bro.nl)

**BRO**  
Ruimte | om *in* te leven



## Inhoudsopgave

pagina

<b>1. AANLEIDING EN VRAAGSTELLING</b>	<b>3</b>
<b>2. SAMENVATTING BELANGRIJKSTE ONDERZOEKSRISULTATEN DEEL 1</b>	<b>5</b>
<b>3. TRENDS EN ONTWIKKELINGEN</b>	<b>7</b>
3.1 Algemene trends en ontwikkelingen	7
3.2 Trends aan de vraagzijde	9
3.3 Trends aan de aanbodzijde	10
3.4 Ruimtelijke hiërarchie	12
3.5 Het detailhandelsbeleid	12
<b>4. DE AMBITIES VAN HET CENTRUM VAN GILZE</b>	<b>15</b>
4.1 De ambities voor het centrum van Gilze	15
4.2 Functionele ontwikkelingsmogelijkheden detailhandel in centrum Gilze	16
4.2.1 Gericht op behoud en versterken van dagelijkse voorzieningen	16
4.2.2 De mogelijke omvang	16
4.3 Ruimtelijke ontwikkelingsmogelijkheden centrum Gilze	21
4.3.1 De structuur	21
4.3.2 Overige ruimtelijke aspecten	24
4.4 Overige relevante aspecten	25
<b>BIJLAGEN</b>	<b>29</b>
Bijlage 1: Verslag gebiedsconferentie centrum Gilze.	1
Bijlage 2: Berekening marktruimte detailhandel in de kern Gilze in 2020 en 2030	5
Bijlage 3: Begrippenlijst	7



# 1. AANLEIDING EN VRAAGSTELLING

## Visie op de centra

Het centrum van Gilze heeft een belangrijke verzorgingsfunctie voor haar inwoners. In het centrum van Gilze staat vooral het dagelijkse boodschappenaanbod centraal. Voor de leefbaarheid van de kern Gilze is het van belang een voorzieningenaanbod passend bij de schaal en omvang van de kern in stand te houden en waar mogelijk te versterken. In Gilze spelen vragen als de mogelijkheden voor verdere uitbreiding van het supermarktaanbod, of verplaatsing daarvan, de mogelijke komst van een discounter, de herinrichting van het gebied 'Achter de Hoven' een belangrijke rol.

## Centrumvoorzieningen Gilze



## Actualisering bestemmingsplannen

De gemeente Gilze en Rijen gaat haar bestemmingsplannen actualiseren. Voor het centrumgebied van Gilze is gekozen voor een apart bestemmingsplan, zodat de ontwikkelingen beter kunnen worden gestuurd. Als voorbereiding op de actualisering van de bestemmingsplannen wordt in voorliggend rapport in opdracht van de gemeente een nieuwe visie opgesteld voor het centrumgebied van Gilze.

## Behoeftte aan distributie-planologisch onderzoek

Een belangrijke bouwsteen voor de op te stellen centrumvisie betreft een distributie-planologisch onderzoek (DPO), zoals dat nu voorligt. In deel 1 van dit onderzoek wordt in kaart gebracht hoe de huidige detailhandelsstructuur er in Gilze uitziet. In dit deel van het onderzoek (deel 2, kern Gilze) wordt in kaart gebracht hoe het toekomstige centrumgebied van Gilze er uit dient te zien, aan welke winkels en horeca behoefte is in het centrum van Gilze en waar de marktmogelijkheden liggen. In deel 3 wordt een visie gegeven op de mogelijke ontwikkelingen in de kern Rijen.

## Vraagstelling

De probleemstelling die ten grondslag lag aan het voorliggende onderzoek is als volgt geformuleerd:

- *Wat zijn de ontwikkelingsmogelijkheden voor de detailhandel en aanverwante publieksgerichte voorzieningen in het centrumgebied van Gilze?*

De belangrijkste afgeleide onderzoeksvragen zijn:

- *Hoe is het huidige winkelaanbod in de centrumgebieden opgebouwd naar branchering, omvang, kwaliteit en spreiding? Welke relevante initiatieven spelen er in Gilze en Rijen en in de regio? Welke invloed hebben deze ontwikkelingen op de detailhandelsstructuur in Gilze en Rijen en op de ontwikkelingsmogelijkheden?*
- *Wat zijn de kwantitatieve mogelijkheden (distributieve ruimte) en kwalitatieve mogelijkheden voor uitbreiding, verplaatsing c.q. versterking van het winkelaanbod in de centra van Gilze en Rijen, rekening houdend met ontwikkelingen in consumentengedrag (bijvoorbeeld veranderende koopstromen als gevolg van ontwikkelingen in de regio en de toename van bestedingen via internet) en de te verwachten bevolkingsontwikkelingen in de gemeente?*
- *Wat is een realistisch programma aan detailhandel en overige publieksgerichte voorzieningen, zoals horeca, voor de centrumgebieden van Gilze en Rijen?*

In de voorliggende notitie (deel 2) wordt ingegaan op de gewenste structuur van detailhandels- en horeca voorzieningen in de kern Gilze, waarbij tevens ingezoomd wordt op de mogelijkheden voor het gebied 'Achter de Hoven' in Gilze. Voor een visie op de gewenste structuur van detailhandels- en horecavoorzieningen in de kern Rijen wordt verwezen naar deel 3 van deze nota.

## 2. SAMENVATTING BELANGRIJKSTE ONDERZOEKSRISULTATEN DEEL 1

In dit hoofdstuk worden de belangrijkste conclusies kort samengevat betreffende de huidige structuur van detailhandel en overige publieksgerichte voorzieningen in de kern Gilze van de gemeente Gilze en Rijen.

### **Belangrijkste conclusies kern Gilze:**

- De kern Gilze telt momenteel circa 7.700 inwoners.
- Dit aantal zal de komende jaren toenemen tot circa 8.000 inwoners in 2020 en tot ruim 8.300 inwoners in 2030.
- In de kern Gilze zijn in totaal 37 winkels gevestigd met een gezamenlijke omvang van ruim 8.500 m<sup>2</sup> wvo. Hiervan liggen ongeveer 30 winkels van in totaal circa 5.500 m<sup>2</sup> in het centrum. De overige winkels liggen op verspreide locaties.
- Het winkelaanbod in Gilze is in vergelijking met soortgelijke kernen beperkt.
- Belangrijke trekkers in Gilze zijn de beide supermarkten (Emté en C1000) en Action.
- Het winkelaanbod ligt erg verspreid. Van een compact centrum is geen sprake. Er zijn veel onderbrekingen in het winkelfront.
- Het centrum van Gilze richt zich vooral op boodschappen doen en doelgericht bezoek.
- De leegstand van winkels in het centrum van Gilze is minimaal.
- Naast de winkels zijn er in Gilze 16 horecavestigingen, waarvan 9 in het huidige centrumgebied. In het centrum zijn de horecavestigingen gelegen aan de Nieuwstraat, het Steenakkerplein, de Raadhuisstraat en het Bisschop de Vetplein.
- Evenals bij winkels is het horeca aanbod vrij beperkt.
- Naast winkels en horeca voorzieningen zijn er in het centrum van Gilze ook nog een cultureel centrum, een bibliotheek en diverse andere publiekstrekkende functies.
- Op de locatie 'Achter de Hoven' worden nieuwe plannen ontwikkeld om het winkelaanbod met zo'n 3.000 m<sup>2</sup> uit te breiden. Hier zijn o.a. gepland een verplaatsing van de C1000 supermarkt aan de Nieuwstraat, toevoeging van een discount supermarkt en een winkel in huishoudelijke artikelen.
- Action heeft plannen om te verhuizen naar een andere locatie. Zij wil haar winkel dan ook vergroten tot circa 1.300 m<sup>2</sup> wvo.
- Het parkeren in het centrum van Gilze levert geen problemen op.
- Van het totale bestedingspotentieel in de kern Gilze komt op het gebied van dagelijkse goederen circa 92% terecht in een winkel in Gilze. Op het gebied van niet-dagelijkse goederen is dat circa 37%.

- Ongeveer 10 a 15% van de omzet in Gilze op het gebied van dagelijkse goederen komt van buiten Gilze; op het gebied van niet-dagelijkse goederen is dat circa 5 a 10%.
- Veel koopkracht vloeit af naar Tilburg en Breda.
- Over het algemeen kan gesteld worden dat de winkels in de sector dagelijkse goederen iets onder het landelijk gemiddelde functioneren. Op het gebied van niet-dagelijkse goederen liggen de gemiddelde omzetten per m<sup>2</sup> wvo wat verder onder het landelijk gemiddelde.
- De winkels in het centrum van de kern Gilze wordt door de consument aantrekkelijk beschouwd omdat de het in de buurt is, vanwege het gemak, de keuzemogelijkheden, het feit dat winkels dicht bij elkaar in de buurt liggen en vanwege de sfeer.

#### SWOT analyse Centrum Gilze

<p><b>Sterkten</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Vooral gericht op boodschappen doen en doelgericht winkelen</li> <li>• Aanwezigheid Action</li> <li>• Geen parkeerproblemen</li> <li>• Hoge binding aan dagelijkse artikelen</li> <li>• Park in centrumgebied</li> </ul>	<p><b>Zwakten</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Beperkt primair draagvlak (7.700 inwoners)</li> <li>• Relatief weinig winkelaanbod (kleding, doe het zelf en woninginrichting)</li> <li>• Grote spreiding van winkels en veel onderbrekingen van het winkelfront</li> <li>• Weinig horeca aanbod</li> <li>• Weinig synergie tussen Action en overige winkels</li> <li>• Veel koopkrachtverlies aan niet-dagelijkse goederen</li> <li>• Weinig koopkrachttoevoeiing</li> <li>• Vooral bij winkels in niet-dagelijkse goederen lage omzetten per m<sup>2</sup> wvo</li> </ul>
<p><b>Kansen</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Enige bevolkingsgroei</li> <li>• Ontwikkeling Achter de Hoven met 3.000 m<sup>2</sup> commercieel aanbod (o.a. supermarkten)</li> </ul>	<p><b>Bedreigingen</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Sterke vergrijzing</li> <li>• Verhuizing Action naar buiten de kern</li> <li>• Concurrentie met winkels in Tilburg (w.c. Heyhoef in de Reeshof), Breda, Dongen en Oosterhout</li> <li>• Internetbestedingen en daling consumentenvertrouwen</li> </ul>



## 3. TRENDS EN ONTWIKKELINGEN

De dynamiek in de Nederlandse detailhandel is groot. Er zijn enkele leidende trends en ontwikkelingen te onderscheiden die van toepassing zijn op vrijwel alle branches en winkelgebieden. De belangrijkste trends worden hierna kort benoemd; ze zijn onderverdeeld in vier categorieën: algemene trends en ontwikkelingen, trends aan de vraagzijde, trends aan de aanbodzijde en trends in de ruimtelijke hiërarchie.

### 3.1 Algemene trends en ontwikkelingen

#### **Serieuze dreiging van sterk toenemende leegstand**

In diverse publicaties doen zich steeds meer signalen voor dat de leegstand in winkelgebieden de komende jaren sterk zal gaan toenemen. Hiervoor zijn verschillende oorzaken aan te geven. Voor een toenemend aantal deelgebieden en gemeenten in Nederland is er de komende jaren (decennia) een bevolkingskrimp te verwachten. Momenteel is dat echter nog niet aan de orde in Gilze en Rijen. Het kopen via internet neemt sterk toe en de daling van het consumentenvertrouwen en de daaruit voortvloeiende daling van de bestedingen geven aan dat de dreiging van een sterke toename van de leegstand van winkels in de komende jaren een belangrijke rol zal gaan spelen in de winkelplanning in Nederland. Binnen dit kader hebben diverse belangenorganisaties, waaronder het Hoofdbedrijfschap Detailhandel, CBW-Mitex, het Planbureau voor de leefomgeving, grote vraagstekens gezet bij een verdere groei van het winkelaanbod in Nederland<sup>1</sup>. In sommige toekomstscenario's wordt al uitgegaan van een toename van de leegstand in Nederland tot circa 20% van de winkelvoorraad.

Een en ander betekent dat in de toekomst bij eventuele toekomstige uitbreidingen van het winkelaanbod steeds meer gelet dient te worden op de toegevoegde waarde hiervan ten opzichte van het bestaande aanbod.

#### **Winkelen als vorm van vrijetijdsbesteding staat onder druk**

De hoeveelheid vrije tijd van Nederlanders is de afgelopen decennia ongeveer gelijk gebleven. De mogelijkheden om deze tijd te besteden, zijn daarentegen enorm toegenomen. Het recreatieve winkelcentrum concurreert met de bioscoop, het café, attractiepark of museum. Daarnaast besteden we onze tijd buitenshuis aan familiebezoek, vakantie, sport en evenementen. Doordat we mobieler zijn, zijn de verschillende mogelijkheden om onze spaarzame tijd te besteden ook dichterbij gekomen. Wel zijn we kritisch op de verhouding prijskwaliteit. De klantentrouw staat onder druk.

---

<sup>1</sup> Zie onder andere: Rapport Retail 2020, Re'structure; CBW-Mitex, november 2010.

Belevingsaspecten van winkelcentra worden steeds belangrijker en zullen hun vertaalslag dienen te krijgen in het bestaande winkelaanbod.

### **Verwachtingspatroon wordt bepaald door het bezoekdoel**

Het verwachtingspatroon van consumenten wordt ingegeven door het bezoekdoel. Boodschappen moeten snel en eenvoudig kunnen worden gedaan. Het liefst parkeert de consument daarbij in de winkel. Ook laagfrequente aankopen moeten efficiënt plaatsvinden. Gaat de consument om te kijken, te vergelijken en te snuffelen, dan besteedt hij daar meer tijd aan, maar stelt ook hogere eisen aan comfort, sfeer en gezelligheid. Immers, het gaat om de emotie, de belevenis.

### **De retail reageert op de veranderende consument**

De traditionele winkelhiërarchie staat op de helling. Binnen de detailhandel leiden vooral de trends van schaalvergroting, specialisatie en filialisering, technologische ontwikkelingen, de behoefte aan ruimere openingstijden en internet tot veranderingen in de verschijningsvorm van de winkel (fysieke winkels, webwinkels, cross channel). Nieuwe elementen (Factory Outlet Centra) en leisure en retailconcepten zijn in opkomst; detailhandel wordt steeds meer gecombineerd met horeca en leisure. Verder wordt de binnenstad hergewaardeerd, met name door de functiemenging die hier van oudsher al sterk aanwezig was. Maar ook de positie van stadsdeelcentra, wijkcentra, buurtcentra is aan verandering onderhevig mede door de toenemende concurrentie tussen deze winkelgebieden en de gevolgen van internet. Ook stadsdeelcentra worden multifunctioneler, met meer horeca, leisure en andere functies.

### **Koopzondagen**

Uit onderzoek van Q&A Research & Consultancy uit 2009 evenals uit onderzoek van BRO blijkt dat de koopzondag aan populariteit wint. Maakte in 2007 ca. 60% van de Nederlanders wel eens gebruik van de koopzondag, in 2008 was dat percentage opgelopen tot ca. 74%. Ca. 21% van de Nederlanders geeft aan dat winkels in hun gemeente elke zondag geopend zouden moeten zijn. Hier staat tegenover dat ca. 59% geheel en 9% gedeeltelijk tegen een permanente zondagopenstelling is. Ca. 59% vindt één koopzondag per maand voldoende. Ca. 25% vindt één koopzondag per maand daarentegen te weinig. Tegen supermarkten die elke zondag open zijn, bestaat minder bezwaar. Uit BRO onderzoek (2009) blijkt dat ca. 34% van de uitgaven van Nederlanders op zondag kunnen worden bestempeld als extra uitgaven. Dit zijn bestedingen die anders niet worden gedaan of bestedingen die anders terecht komen in andere sectoren, zoals bijvoorbeeld attractieparken of in de horeca. De overige 66% van de uitgaven kan gezien worden als bestedingen die door de consument 'verschoven' worden van de andere weekdays naar de zondag. Vooral (grote) recreatieve winkelgebieden zijn in trek op koopzondag. De koopstromen op koopzondag richten zich vooral op centrumgebieden (binnensteden) en thematische winkelcentra zoals woonboulevards en Factory Outlet Centers.

Ook in het recentelijk verschenen Koopstromenonderzoek van de Randstad<sup>2</sup> is ruim aandacht besteed aan de koopzondag. De belangrijkste conclusies uit dit onderzoek was dat de oriëntatie op de koopzondag vergeleken met 2004 is toegenomen. Het aandeel dat zegt nooit op zondag te winkelen is gedaald van 56 procent in 2004 naar 34 procent in 2011.

Bij de eventuele invoering van koopzondagen in de gemeente Gilze en Rijen is van belang in hoeverre de gemeente gezien kan worden als een toeristische gemeente en welke andere belangen een rol kunnen spelen. Genoemd kunnen worden:

- het aantal toeristische overnachtingen naar verblijfsvorm;
- bezoekersaantallen van recreatieve voorzieningen met een bovenlokale functie;
- de omvang van het lokale horeca aanbod;
- het economisch belang van toerisme (inkomsten, bedrijvigheid, werkgelegenheid);
- de gemeentelijke ambities op gebied van toerisme en recreatie;
- de zondagsrust;
- de leefbaarheid, veiligheid en de openbare orde.

### **3.2 Trends aan de vraagzijde**

De dynamiek in de detailhandel en andere publieksgerichte voorzieningen en de verwachtingen omtrent de toekomstige ontwikkeling bieden belangrijke aanknopingspunten voor de visievorming. In deze paragraaf zijn de relevante trends aan de vraagzijde op een rij gezet.

#### **Trends bij consumenten**

Het totale aantal consumenten zal in Nederland de eerstkomende jaren niet veel veranderen. Wel is de samenstelling aan verandering onderhevig. De belangrijkste veranderingen zijn:

- In sommige delen van Nederland is reeds op korte termijn een bevolkingskrimp te verwachten. Dit is echter nog niet van invloed in de provincie Noord-Brabant en de gemeente Gilze en Rijen.
- Vergrijzing en ontgroening: meer ouderen en (relatief) minder jongeren. De seniorenmarkt wordt steeds belangrijker. Bereikbaarheid en parkeermogelijkheden in centrumgebieden zullen daarom in de toekomst steeds belangrijker worden.
- Cultureel en etnisch: een toenemend aantal bewoners van buitenlandse afkomst met andere consumptiegewoonten die soms ook worden overgenomen door autochtone Nederlanders.
- Huishoudensituatie: minder traditionele gezinnen, meer alleenwonenden en tweepersoonshuishoudens.

---

<sup>2</sup> Bron: Randstad Koopstromenonderzoek 2011.

- Inkomensverschillen nemen toe door de grotere groep ouderen (vaak met goede pensioenen), instroom van allochtonen en een toenemend aantal benedenmodaal.
- Arbeidspatronen: door de toegenomen arbeidsparticipatie (tweeverdieners, werkende eenpersoonshuishoudens) neemt de druk op vrije tijd toe waardoor andere voorkeuren ontstaan in koopgedrag.

Niet alleen de consument verandert, ook het koopgedrag. Door ervaring en de overvloed aan informatie is de hedendaagse consument kritisch. Men is vooral op zoek naar waarde. In het koopgedrag wordt, naast de prijs, steeds meer rekening gehouden met factoren als tijd, inspanning, gemak en plezier. Vooral de factor tijd is van invloed op het koopgedrag en de winkelkeuze ten aanzien van het boodschappen doen.

### 3.3 Trends aan de aanbodzijde

- **Internet** is een belangrijk communicatiemiddel voor de consument. Voor de retailer vormt de opkomst van internetwinkelen enerzijds een bedreiging, anderzijds een kans. Steeds meer winkelketens openen een webshop. Daarnaast creëren webwinkels in toenemende mate fysieke afhaalpunten in bestaande winkelgebieden. In de toekomst functioneren fysiek winkelen en virtueel winkelen naast elkaar (cross channel). Zo wordt in een onderzoek van ABN/AMRO en CBW-Mitex<sup>3</sup> aangegeven dat in 2011 de fysiek kopende consument met 54,5% nog de grootste kopersgroep is en dat online kopers goed zijn voor 10,4%. In 2011 koopt 35,2% zowel online als offline (cross channel kopers). ABN/AMRO en CBW-Mitex verwachten dat deze verhouding de komende jaren gaat veranderen. In 2015 zullen de meeste consumenten cross channel kopers zijn, namelijk 54,1%. Dit gaat zowel ten koste van de online en de offline kopers. Ondanks deze cijfers zullen de fysieke winkels (in combinatie met e-commerce) een belangrijke rol in het retaillandschap blijven spelen. Met de recente fusie tussen Ahold en [Bol.com](http://Bol.com) wordt reeds sterk ingespeeld op deze combinatie.

Tabel 3.1 Verhouding on-, offline en multi channel kopers in 2011 en 2015

	2011	2015
Online kopers	10,4%	8,8%
Offline kopers	54,5%	37,2%
Cross channel	35,2%	54,1%
Totaal	100,0%	100%

<sup>3</sup> Cross channel retail, de toekomst (2015), ABN/AMRO, CBW-MITEX, november 2011.

In 2010 hadden de internetverkoop (online en multi channel) reeds een omvang van € 8,2 miljard en vormden circa 10% van de totale detailhandelsverkoop<sup>4</sup>. In 2005 hadden de internetverkoop nog maar een omvang van € 2,2 miljard en vormden nog maar circa 2,8% van de totale detailhandelsverkoop. In een periode van 5 jaar zijn de internetverkoop derhalve verviervoudigd! CBW-Mitex voorziet een sterke groei van het aantal consumenten dat online aankopen doet<sup>5</sup>. Jones Lang LaSalle<sup>6</sup> verwacht een daling van 7% tot 9%, voornamelijk in de aanloopstraten van centrale winkelgebieden. Als gevolg van de groei in online winkelen zal de vraag naar winkelruimte de komende jaren afnemen. Anderzijds zullen in de toekomst door de combinatie van fysieke winkels en internetactiviteiten (cross channel) nieuwe kansen ontstaan voor succesvol ondernemen.

- **Schaalvergroting zet door:** De schaalvergroting in supermarkt- en themagericht aanbod (sport, bruin- en witgoed), als ook in de horeca, zet onverminderd door. Dit zien we ook in de modebranches.
- **Tegentrend van schaalverkleining en specialisatie:** Tegenover de schaalvergroting is tegelijk een trend van schaalverkleining en (super)specialisatie waar te nemen. Er duiken winkels op met een zeer specialistisch of bijzonder assortiment.
- **Branchevervaging:** Sector- en branchevervaging zijn duidelijk herkenbaar. Voorbeelden van branchevervaging zijn de verkoop van boeken, DVD's en computers in supermarkten en CD's in boekwinkels. Ook moet hierbij gedacht worden aan totaalconcepten, bijvoorbeeld op het gebied van koken, waar zowel woondecoratie, linnen- en serviesgoed, keukengerei als levensmiddelen verkocht worden.
- **Opleving dorps-, wijk-, en stadsdeelcentra:** Er is een opleving gaande van dorps-, wijk- en stadsdeelcentra. Het aanbod in deze centra wordt meer geconcentreerd en vooral de supermarkten maken een schaa sprong. Steeds vaker wordt gekozen voor de renovatie en uitbreiding van dit type centra.
- **Expansie ketens:** De filialisering in de detailhandel zet gestaag voort. Er zijn verschillende nieuwe ketens die zich willen vestigen in Nederland (waarbij in het verleden het succes nogal wisselend is geweest) en daarnaast breiden gevestigde ketens het aantal filialen uit.
- **Parkeren en bereikbaarheid worden belangrijker:** Het aantal auto's neemt snel toe. Datzelfde geldt voor het auto gebruik. Het belang van een goede autobereikbaarheid en parkeergelegenheid neemt daardoor voor winkelvoorzieningen toe. 'No parking, no business'.
- **Trafficlocaties:** Trafficlocaties worden steeds belangrijker. Niet alleen op vliegvelden, maar ook op trein- en busstations is steeds meer detailhandel te vinden.
- **Duurzaamheid:** CO2-neutraal en antiglobalisering zijn tegenwoordig belangrijke waarden, wanneer het gaat over de ontwikkeling van duurzame winkelcentra.

---

<sup>4</sup> Bron: Detailhandel en Beleid, een continue wisselwerking; Planbureau voor de Leefomgeving, november 2011.

<sup>5</sup> Bron: Onderzoek Retail 2020, CBW-Mitex, november 2010.

<sup>6</sup> Retail Market Special 2009. Jones Lang LaSalle, 2009

### 3.4 Ruimtelijke hiërarchie

Onder invloed van de vraag- en aanbodontwikkelingen is de traditionele winkelhiërarchie langzaam komen te veranderen. Het kaartbeeld verschuift steeds verder naar een functionele hiërarchie. Daarin zijn niet meer de ligging, omvang en verzorgingsgebied de centrale begrippen voor de typering van een winkelgebied, maar gaat het meer om de kwalitatieve en functionele invulling van een centrum en om ruimere openingstijden van de winkels ('s avonds, zondag). Globaal zijn in deze functionele hiërarchie de volgende centra te benoemen:

- Centra met basisvoorzieningen: **de boodschappencentra**. Hoge dichtheid, gericht op gemak, voornamelijk boodschappen, supermarkten als trekker. Gemak, efficiëntie, regelmatig bezoek en nabijheid zijn in verband met de vergrijzing van de bevolking steeds belangrijkere kernbegrippen.
- **Stadsdeelcentra en grotere dorpscentra**: Boodschappen doen en recreatief winkelen op beperktere schaal (efficiënt recreatief winkelen) worden hier gecombineerd. Compactheid, compleetheid, overzichtelijkheid en bekendheid zijn kernbegrippen. Lokale ondernemingen kunnen hierbij voor de benodigde uniciteit zorgen. Klanten komen specifiek bij deze winkels voor kwaliteit, service persoonlijke benadering en specialisme. Maar de consument vraagt daarnaast tevens om de aanwezigheid van de bekende landelijke formules.
- **Grootschalige clusters**: gericht op laagfrequente aankopen, vervangingsaankopen, woninginrichting, doe-het-zelf, tuincentra, enz. Gemak, helderheid, parkeren en bereikbaarheid zijn kernbegrippen.
- **Binnensteden**: hier staat het recreatieve winkelen centraal. De consument komt hier om zich te ontspannen en te vermaken. Voor het winkelen is de branchegroep mode & luxe daarbij de basis. Naast modewinkels zorgen andere luxe producten, zoals juwelier, boeken, media, cosmetica voor een totaal pakket. Vermaak, sfeer, verrassing zijn kernbegrippen.
- **Trafficlocaties** worden een steeds belangrijkere aankoopplaats. Dit is begonnen met de komst van winkels op grote vliegvelden. Deze trend zet zich door andere locaties, zoals trein- en busstations. De grotere NS-stations hebben al een ruim aanbod aan winkels, zoals Amsterdam en Leiden CS. Andere stations zullen volgen.

### 3.5 Het detailhandelsbeleid

#### De Europese Dienstenrichtlijn

De Europese Dienstenrichtlijn heeft als doel de concurrentie tussen dienstverleners van lidstaten te bevorderen. In de Dienstenrichtlijn zijn economische vestigingseisen verboden. Zo kunnen winkels niet worden geweigerd op basis van gebrek aan (economische) marktruimte, of het failliet gaan van andere winkels. Voorschriften inzake ruimtelijke ordening en stedenbouw of het gebruik van land vallen niet on-

der de Dienstenrichtlijn. Hier liggen immers geen economische criteria aan ten grondslag. Het is en blijft dus toegestaan bestemmingen aan gronden toe te kennen. De Dienstenrichtlijn staat voorwaardelijke kwantitatieve of territoriale beperkingen toe, bijvoorbeeld op basis van bevolkingsomvang of de minimale afstand tussen dienstenverrichters. Dergelijke beperkingen zijn toegestaan mits:

- geen onderscheid naar nationaliteit plaatsvindt (discriminatieverbod);
- eisen gerechtvaardigd zijn om dwingende reden van algemeen belang (noodzaak);
- eisen geschikt zijn om het nagestreefde doel te bereiken en niet verder gaan dan nodig is (evenredigheid).

In de jurisprudentie komt, in lijn met hetgeen in de Europese Dienstenrichtlijn staat, steeds naar voren dat het feit dat bestaande winkels meer concurrentie ondervinden of zelfs failliet gaan, niet relevant is bij de beoordeling van winkelplannen. Deze verdringing kan in feite als een gezonde ontwikkeling worden gezien. In de jurisprudentie over duurzame ontwrichting is de consument het uitgangspunt: deze dient op aanvaardbare afstand de geregelde aankopen te kunnen doen<sup>7</sup>.

### **Het Rijksbeleid**

Met de komst van de Nota Ruimte in 2006 is het detailhandelsbeleid gedecentraliseerd, waardoor provincies en gemeenten verantwoordelijk zijn voor een nadere uitwerking van het ruimtelijke beleid. De Nota Ruimte vervangt het locatiebeleid voor voorzieningen en bedrijven (ABC-locatiebeleid) en het locatiebeleid voor Perifere en Grootchalige Detailhandelsvoorzieningen (PDV/GDV) door een integraal locatiebeleid voor voorzieningen en bedrijven. Hiermee is de mogelijkheid ontstaan voor de provincies om af te stappen van de strikte branchebeperkingen ten aanzien van detailhandel in gebieden buiten de reguliere centra. In eerste instantie leken de provincies het oude overheidsbeleid ten aanzien van detailhandel te continueren, maar verschillende provincies wijken hier nu toch van af.

### **Provincie Noord-Brabant**

Per 1 januari 2011 is de nieuwe Structuurvisie ruimtelijke ordening van de provincie in werking getreden. De Provincie onderscheidt twee ontwikkelingsperspectieven: stedelijk concentratiegebied en kernen in het landelijk gebied. De stedelijke concentratiegebieden liggen in en rond Eindhoven-Helmond, Waalwijk, 's-Hertogenbosch, Oss, Tilburg, Breda, Oosterhout, Etten-Leur, Veghel, Bergen op Zoom en Roosendaal. In het stedelijk concentratiegebied met de bijhorende zoekgebieden voor verstedelijking wordt het merendeel van de verstedelijkingsopgave opgevangen.

In de Structuurvisie ruimtelijke ordening is opgenomen dat de provincie streeft naar een robuuste, dat wil zeggen economisch levensvatbare voorzieningenstructuur.

---

<sup>7</sup> Bron: Dynamiek door Beleid, Hoe de overheid de winkelmarkt stimuleert; DTNP in opdracht van CBW-Mitex en HBD, 26 april 2011.

Vanwege de verwachte geringe groei van de bevolking is er een beperkte ruimte voor de uitbreiding van detailhandelsvoorzieningen. Daarom is het belangrijk zorgvuldig om te gaan met de bestaande winkelcentra. Dit ziet de provincie als een primaire verantwoordelijkheid van de gemeenten.

De provincie stuurt op grootschalige, bezoekersintensieve ontwikkelingen met een regionaal en bovenregionaal karakter. Deze ontwikkelingen kunnen de economische en toeristische aantrekkingskracht van het stedelijk concentratiegebied en Noord-Brabant als geheel vergroten. Ontwikkelingen zijn mogelijk als deze het bestaande voorzieningenniveau versterken en de ruimtelijke effecten inpasbaar zijn in de omgeving. Ontwikkelingen van bovenregionale voorzieningen zijn alleen mogelijk in of nabij hoogstedelijke zones en na afstemming in regionaal ruimtelijk overleg en BrabantStad.

Dit geldt niet voor dit soort voorzieningen met een extensief ruimtegebruik. Deze zijn mogelijk op goed ontsloten plekken in de zoekruimte voor verstedelijking. Ontwikkelingen van voorzieningen met een bovenlokaal verzorgingsgebied zijn mogelijk na afstemming in het regionaal ruimtelijk overleg. Bezoekersintensieve bovenlokale voorzieningen zijn bovendien alleen mogelijk in de hoogstedelijke zones of bij de stedelijke knooppunten.



## 4. DE AMBITIES VAN HET CENTRUM VAN GILZE

### 4.1 De ambities voor het centrum van Gilze

#### **Ambitie: Behoud en versterken van basisvoorzieningen**

De kern Gilze beschikt over in totaal circa 7.700 inwoners. Dit aantal zal de komende jaren toenemen tot circa 8.000 inwoners in het jaar 2020 en tot circa 8.300 in het jaar 2030. Het draagvlak van voorzieningen in de kern Gilze is derhalve beperkt. Desalniettemin zijn zowel het gemeentebestuur van de gemeente Gilze en Rijen als de ondernemers en andere belanghebbenden in Gilze ervan overtuigd dat de kern Gilze genoeg kwaliteiten heeft om te kunnen voorzien in een aantrekkelijk – op de kern Gilze afgestemd - aanbod van voorzieningen. Tijdens de gebiedsconferentie op 10 februari 2012 is uitgebreid hierover van gedachten gewisseld met het gemeentebestuur, gemeente ambtenaren en vertegenwoordigers van de belangrijkste winkelvoorzieningen in de kern Gilze. Een verslag van deze bijeenkomst treft u aan in bijlage 1 van deze nota.

Nadrukkelijk kwam in deze gebiedsconferentie naar voren dat het beleid in de kern Gilze zich vooral zal moeten richten op *het behoud en versterken van de aanwezige basisvoorzieningen*. Een van die basisvoorzieningen is het behoud en het versterken van een goed voorzieningenniveau op het gebied van dagelijkse winkels (supermarkten, levensmiddelenwinkels, drogisterijen en eventueel andere frequent bezochte niet-dagelijkse winkels, zoals bijvoorbeeld een bloemenzaak, een dierenwinkel) zodat de kwaliteit van het woon- en leefklimaat in Gilze behouden kan blijven. Op het gebied van minder frequent benodigde niet-dagelijkse artikelen wordt vooral ingezet op het zoveel mogelijk behouden en eventueel versterken van de bestaande voorzieningen. Hierbij zal echter wel rekening gehouden moeten worden met het beperkte draagvlak en de grote concurrentie met omliggende gemeenten.

#### **Onderscheidende kwaliteiten kern Gilze en haar centrumgebied**

Toch biedt de kern Gilze en het centrum van de kern Gilze in het bijzonder een aantal onderscheidende kwaliteiten die wellicht in de toekomst ruimte bieden voor speciale functies. Het parkeeraanbod in het centrum, maar vooral ook de relatie met de parken (tussen de Nieuwstraat en het Bisschop de Vetplein en achter de Rabobank aan het Bisschop de Vetplein) bieden mogelijkheden om nieuwe ontwikkelingen te stimuleren. Maar daarnaast is er ook nog het toerisme, de groene en bosrijke woonomgeving (fietsers, wandelaars), de golfbanen, het rijke verenigingsleven en vooral ook de saamhorigheid in Gilze, waarvan het centrum zou kunnen profiteren.

In dit hoofdstuk zal vooral ingegaan worden op de mogelijkheden en de onmogelijkheden die er in Gilze bestaan op het gebied van detailhandel en horeca.

## **4.2 Functionele ontwikkelingsmogelijkheden detailhandel in centrum Gilze**

### **4.2.1 Gericht op behoud en versterken van dagelijkse voorzieningen**

Zoals hierboven duidelijk is aangegeven richt de ambitie van het gemeentebestuur en van de ondernemers zich vooral op het *behoud en het versterken van de dagelijkse voorzieningen* in de kern Gilze. Het centrum van Gilze zal zich meer moeten positioneren als een centrum voor de dagelijkse verzorging van inwoners van de kern Gilze.

### **4.2.2 De mogelijke omvang**

Om de ontwikkelingsmogelijkheden voor detailhandel in de kern Gilze in beeld te brengen, wordt in deze paragraaf allereerst inzichtelijk gemaakt welke mogelijkheden er eventueel in de kern Gilze zijn om het winkelaanbod kwantitatief uit te breiden. Van groot belang hierbij is hoe – onder invloed van de toenemende bestedingen via internet – de winkelbestedingen zich zullen ontwikkelen en in welke mate een eventuele verhoging van de koopkrachtbinding en koopkrachttoevloeiing in de kern Gilze mogelijk is.

#### **Detailhandelsbestedingen**

Zoals in tabel 5.3 van het analyserapport is weergegeven bedragen de winkelbestedingen momenteel circa € 2.240,- per hoofd van de bevolking in de dagelijkse sector en circa € 2.580,- per hoofd van de bevolking in de niet-dagelijkse sector. In het hoofdstuk over trends en ontwikkelingen is aangegeven dat de komende jaren de bestedingen via internet aanzienlijk zullen stijgen. Om de mogelijke effecten hiervan op het winkelvastgoed in beeld te brengen wordt er in deze nota vanuit gegaan dat de pure internetbestedingen (waar dus geen fysieke winkel aan te pas komt) de komende jaren zullen toenemen met circa 5% op het gebied van dagelijkse goederen en met circa 10% op het gebied van niet-dagelijkse goederen. Een en ander betekent derhalve dat de gemiddelde winkelbestedingen de komende jaren met dezelfde percentages zullen afnemen. Bij het berekenen van de marktruimte (zie bijlage 2) is hiermee rekening gehouden.

#### **Koopkrachtbinding in Gilze**

Zoals in paragraaf 5.2 van het analyserapport is gebleken bedraagt de koopkrachtbinding op het gebied van dagelijkse goederen in de kern Gilze circa 92%. Dat wil zeggen dat ruim 90% van de bestedingen van inwoners van de kern Gilze op het gebied van dagelijkse goederen ook daadwerkelijk besteed wordt bij een winkel in Gilze. Dat is vrij hoog. Op het gebied van niet-dagelijkse goederen is dat circa 37%. Gegeven het beperkte draagvlak in Gilze en de sterke concurrentie met winkelaanbod in omliggende gemeenten en het feit dat er altijd enige koopkrachtafvloeiing

zal zijn is het niet realistisch om, zowel op het gebied van dagelijkse als op het gebied van niet-dagelijkse goederen, een verhoging van de binding aan de kern Gilze of een versterking van de aantrekkingskracht van buiten Gilze na te streven. Inspanningen dienen vooral gericht te zijn op het behoud van de koopkrachtbinding.

Voor de komende jaren achten wij derhalve een behoud van de huidige koopkrachtbinding op het gebied van dagelijkse goederen aan de winkelvoorzieningen in de kern Gilze als het maximaal haalbare. Op het gebied van niet-dagelijkse goederen zal de koopkrachtbinding in de komende jaren enigszins afnemen tot circa 30 a 35%.

### **Geen marktruimte in Gilze voor nieuwe winkels**

Op basis van:

- de bevolkingsontwikkelingen in de kern Gilze (zie hoofdstuk 3 uit het analyse-rapport),
- de hierboven staande veronderstellingen ten aanzien van de toenemende internetbestedingen,
- de te verwachten koopkrachtbinding in de kern Gilze en,
- enige omzetgroei in bestaande winkels,

is er in de komende decennia geen uitbreidingsruimte voor nieuwe winkels (zie bijlage 2). Dat geldt zowel voor de winkels in de dagelijkse als in de niet-dagelijkse sector.

### **Wel uitbreidingsmogelijkheden voor bestaande winkels**

Het feit dat er geen uitbreidingsruimte voor nieuwe winkels is, wil overigens niet zeggen dat er voor reeds bestaande winkels geen uitbreidingsmogelijkheden zijn. Immers wil het gemeentebestuur succesvol zijn in haar pogingen om het bestaande voorzieningenniveau op peil te houden en te versterken, zal zij ook aan de bestaande ondernemers de mogelijkheid moeten bieden om hun winkels marktconform in te richten op de meest geschikte locaties daarvoor.

Voorbeeld hiervan is de bestaande en buiten het centrum gelegen C1000 supermarkt aan de Nieuwstraat die slechts beschikt over een winkelvloeroppervlakte van circa 700 m<sup>2</sup> wvo. Dat is weinig. C1000 heeft derhalve plannen om te verplaatsen naar de locatie 'Achter de Hoven' en tegelijkertijd haar winkelvloeroppervlakte te vergroten tot een meer marktconforme omvang.

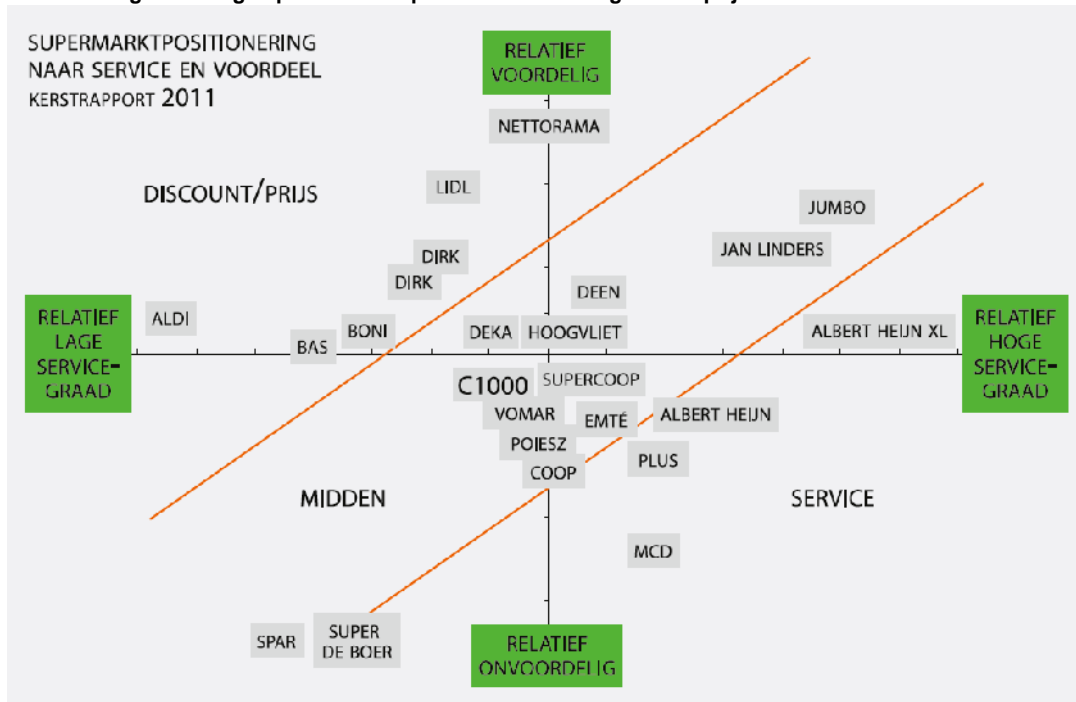
Ook Action aan het Steenakkerplein is momenteel met circa 600 m<sup>2</sup> wvo krap gehuisvest. Action heeft derhalve ook aangegeven te willen verplaatsen en tegelijkertijd te vergroten naar een meer marktconforme omvang. De locatie waar Action naar toe wil verhuizen is echter nog niet bekend.

### **Het supermarktaanbod in Gilze**

Momenteel zijn in de kern Gilze twee supermarkten gevestigd, de Emté aan de Raadhuisstraat en C1000 aan de Nieuwstraat. Op de locatie 'Achter de Hoven' is door Nieuwe Borg (de ontwikkelaar van 'Achter de Hoven') een ontwikkelingsplan opgesteld dat voorziet in een toevoeging van circa 3.000 m<sup>2</sup> bvo commerciële voorzieningen. Belangrijk onderdeel van de planvorming betreft een verplaatsing en tegelijkertijd een vergroting naar een meer marktconforme omvang van de thans reeds aan de Nieuwstraat gevestigde supermarkt C1000. Daarnaast wordt ook gesproken over het toevoegen van een derde supermarkt (een discountsupermarkt) op deze locatie. Het toevoegen van een derde supermarkt (discountsupermarkt) aan de detailhandelsomvang van de kern Gilze betekent dat:

- Voorzien wordt in een supermarktsegment dat thans nog niet aanwezig is in Gilze. Immers zowel de C1000 als de Emté bevinden zich in het middensegment. (zie tevens onderstaand plaatje met segmentering van supermarkten). Het hogere en het discount segment ontbreken in de supermarktstructuur van Gilze. Toevoeging van een discounter zal de keuzemogelijkheden van de consument in Gilze voor wat betreft supermarktbezoek aanzienlijk vergroten en is derhalve van toegevoegde waarde op de keuzemogelijkheden van de consument.
- Overbewinkeling gaat ontstaan op het gebied van levensmiddelen in de kern Gilze. In de marktruimteberekening van de dagelijkse sector in Gilze is immers aangetoond dat er in de toekomst geen marktruimte is voor het toevoegen van een nieuwe supermarkt. Een nieuwe supermarkt zal derhalve leiden tot omzetvermindering in de bestaande supermarkten.
- Enige koopkrachttoevloeiing van buiten Gilze gaat ontstaan. Bekend is immers dat discount supermarkten een grotere geografische aantrekkingskracht hebben dan andere supermarkten. Of dat ook in Gilze het geval zal zijn, valt te betwijfelen. Immers, met uitzondering van de kern Alphen en de kern Riel, bevinden zich in alle nabijgelegen gemeenten ten zuiden van de A58 discountsupermarkten. Zo is er in de gemeente Alphen-Chaam een Lidl supermarkt gevestigd en in Goirle een Aldi supermarkt.

Kaart 4.1 Segmentering supermarkten op basis van Servicegraad en prijsniveau.



(Bron: Gfk Kerstrapport 2011)

Zoals in de Dienstenrichtlijn is aangegeven mogen economische factoren (zoals hierboven zijn aangegeven) geen rol spelen bij de vergunningverlening aan nieuwe winkels. Het zijn uitsluitend ruimtelijke aspecten die bij de overwegingen betrokken mogen worden. Daarbij gaat het om vragen als:

1. Leidt het scheppen van mogelijkheden voor een derde supermarkt in Gilze tot inefficiënt ruimtegebruik? Zoals reeds hierboven is weergegeven is de binding van de bevolking in Gilze reeds nagenoeg maximaal aan het lokale winkelaanbod. De toevloeiing van omzet van buiten Gilze is marginaal en zal door het toevoegen van een derde supermarkt niet wezenlijk toenemen. Ook het toevoegen van een discountsupermarkt zal niet tot grote wijzigingen hierin leiden, daar momenteel reeds een aantal discountsupermarkten in de omgeving van Gilze (waaronder in Rijen) is gevestigd. Alleen in de kernen Alphen (gemeente Alphen-Chaam) en in Riel (gemeente Goirle) zijn geen discountsupermarkten aanwezig, doch inwoners van deze kernen zullen meer op Chaam respectievelijk Goirle georiënteerd zijn dan op Gilze. Het winkelaanbod in Chaam en in Goirle is immers aanzienlijk groter dan in de kern Gilze. Het toevoegen van een derde supermarkt (discount) in Gilze zal derhalve niet leiden tot een vergroting van de marktruimte/omzet en werkgelegenheid en dus leiden tot inefficiënt ruimtegebruik in het centrum van Gilze (minder omzet en minder arbeidsplaatsen per m<sup>2</sup> wvo).

2. Leidt de vestiging van derde supermarkt op de locatie 'Achter de Hoven' tot een duurzame verstoring van de detailhandelsstructuur, waardoor inwoners van Gilze niet meer op aanvaardbare afstand een supermarkt kunnen bezoeken? Het antwoord op deze vraag is negatief. Immers indien op de locatie 'Achter de Hoven' zich een C1000 winkel gaat vestigen en gegeven de aanwezigheid van Emté aan de Raadhuisstraat is van een dergelijke situatie in het geheel geen sprake.
3. Leidt de vestiging van een derde supermarkt op de locatie 'Achter de Hoven' tot een te grote verkeersdruk om de locatie veilig te kunnen bereiken? Vooral nog lijkt ook hier het antwoord negatief te zijn. Nader onderzoek zou moeten aantonen in hoeverre dit een juiste conclusie is.
4. In hoeverre kan voorzien worden in de realisatie van het vereist aantal parkeerplaatsen? Vestiging van een derde supermarkt op deze locatie vraagt al snel om een extra parkeeraanbod van circa 50 a 60 parkeerplaatsen en kan leiden tot extra zoekverkeer. Deze aantallen komen bovenop het vereist aantal parkeerplaatsen dat nodig is:
  - Om te komen tot een evenwichtige spreiding van parkeervoorzieningen in het winkelgebied van Gilze en
  - Voor de verplaatsing van de C1000 formule aan de Nieuwstraat.
 In totaal zal al snel een parkeercapaciteit aanwezig dienen te zijn van circa 150 a 175 parkeerplaatsen. In de eerste schetsen zoals die door de ontwikkelaar zijn opgesteld, kan hierin voorzien worden.
5. In hoeverre leidt de vestiging van een derde supermarkt op de locatie 'Achter de Hoven' tot ongewenste milieueffecten (bijvoorbeeld fijnstof)? Nader milieutechnisch onderzoek zou hierover uitsluitsel kunnen geven.

Het feit dat realisatie van een derde supermarkt leidt tot inefficiënt ruimtegebruik en de ambitie van het gemeentebestuur om het bestaande voorzieningenaanbod zoveel mogelijk overeind te houden, is het niet wenselijk om aan de bestaande supermarktstructuur van de kern Gilze een derde supermarkt toe te voegen.

### **Mogelijkheden horeca**

Hierboven is aangegeven welke mogelijkheden er zijn voor de detailhandel in Gilze. In deze paragraaf zal vooral worden ingegaan op de ontwikkelingsmogelijkheden voor horeca in het centrumgebied van Gilze. Met name gaat het hierbij om de mogelijkheden voor horeca aan het Bisschop de Vetplein en bij de ontwikkeling "Achter de Hoven". Zoals reeds eerder in deze nota is aangegeven heeft het centrum van Gilze onderscheidende kwaliteiten die mogelijkheden bieden om het horeca aanbod te versterken. Genoemd zijn het parkeeraanbod in het centrum, de relatie van het centrum met het park, het toerisme, de groene en bosrijke woonomgeving (fietsers, wandelaars), de golfbanen, het rijke verenigingsleven en vooral ook de saamhorig-

heid in Gilze. Hierbij wordt voornamelijk gedacht aan het realiseren van kwalitatief hoogwaardige restaurants.

Tijdens de gebiedsconferentie is aangegeven dat het momenteel lastig is om exploitanten voor hoogwaardige horeca in het winkelgebied te kunnen vinden, doch bij een intensieve samenwerking tussen het gemeentebestuur, de VVV, de lokale horeca, enz. kan wellicht een stap in de goede richting worden gezet. Hierbij valt niet alleen te denken aan het bieden van bijvoorbeeld arrangementen, maar ook het uitbreiden van het parkeeraanbod op het Bisschop de Vetplein (een belangrijke voorwaarde voor het scheppen van een gunstig investeringsklimaat) en het voeren van een gericht acquisitiebeleid. Met een actief acquisitiebeleid kan de gemeente voorwaarden creëren voor het aantrekken van nieuwe horecabedrijven. Horecaondernemers moeten echter wel zelf de potenties van vestiging in Gilze zien en zich hier willen vestigen. Het acquisitieplan moet er bijvoorbeeld mede voor zorgen dat het centrum van Gilze mee opgenomen wordt in de toeristische attracties van de regio

### **4.3 Ruimtelijke ontwikkelingsmogelijkheden centrum Gilze**

#### **4.3.1 De structuur**

In deze paragraaf wordt ingegaan op de belangrijkste ruimtelijke aspecten waaraan voldaan dient te worden om te streven naar behoud en zo mogelijk een versterking van het winkelaanbod in Gilze op het gebied van dagelijks benodigde artikelen en frequent benodigde niet-dagelijkse goederen..

Zoals in het analyserapport is aangegeven ligt het winkelaanbod in de kern Gilze erg verspreid, zodat er nauwelijks mogelijkheden zijn om te kunnen profiteren van elkaars aantrekkingskracht. Van combinatiebezoek is derhalve nauwelijks sprake.

Winkels willen het liefst zo dicht mogelijk bij elkaar zitten. Winkels kunnen dan profiteren van combinatiebezoek, terwijl de aantrekkingskracht van centrumgebieden (hoe meer winkels en hoe meer functies bij elkaar: hoe meer bezoekmotieven) daarmee wordt vergroot. Trekkers dienen gelokaliseerd te zijn op strategische locaties in het centrumgebied. Dit levert loopstromen op, waar andere winkels hun voordeel mee kunnen doen.

#### **Het winkelconcentratiegebied**

Voor het centrum van Gilze betekent dit dat het toekomstige winkelgebied zo compact mogelijk dient te zijn. Het huidige centrum wordt gevormd door het Bisschop de Vetplein, Kerkstraat, Korte en Lange Wagenstraat, de Nieuwstraat, het Raadhuis-

plein en het Steenakkerplein. Dat is – voor een compact centrum - een te groot en te langgerekt gebied.

De herontwikkeling van de locatie Achter de Hoven (hoek Nieuwstraat / Lange Wagenstraat) biedt mogelijkheden om naast woningen en eventueel andere functies te voorzien in nieuwe winkels. Hierbij zal het dan dienen te gaan om winkels:

- die niet leiden tot inefficiënt ruimtegebruik, echt van toegevoegde waarde zijn voor de kern Gilze en niet leiden tot een duurzame versterking van de detailhandelsstructuur of
- voor winkels die willen verplaatsen.

Het front van de hier te vestigen winkels zal aan de Nieuwstraat gelegen moeten zijn teneinde de synergie met andere winkels aan de Nieuwstraat te maximaliseren. Met de realisatie van het gebied 'Achter de Hoven' wordt de noordelijke verankering van het winkelgebied gerealiseerd. Aan de zuidkant vormt de Raadhuisstraat tot aan de ingang naar de Emté supermarkt de verankering.

In het aldus vormgegeven winkelconcentratiegebied zal gestreefd worden naar maximale concentratie van winkelvoorzieningen met aan de uiteinden een supermarkt als trekker. Gaten in deze structuur dienen zoveel mogelijk voorkomen te worden.

In het structuurkaartje, zoals is weergegeven onder de paragraaf parkeren en bereikbaarheid is de toekomstige begrenzing van het winkelconcentratiegebied in het centrum van Gilze weergegeven. In dit winkelgebied zal de ruimtelijke kwaliteit zodanig vorm gegeven moeten worden dat deze zich optimaal leent voor het duurzaam exploiteren van winkelvoorzieningen (bereikbaarheid, parkeren, openbare ruimte, enz.).

In het hierboven genoemde winkelconcentratiegebied is de belangrijkste trekker gelokaliseerd aan de zuidkant (de Emté). Met de realisatie van het project 'Achter de Hoven' kan ook aan de noordzijde voorzien worden in een trekker. Een verplaatsing van de huidige C1000 supermarkt aan de Nieuwstraat kan hierin voorzien.

Een andere mogelijkheid om te kunnen voorzien in een sterk winkelaanbod op de locatie 'Achter de Hoven' is een eventuele verplaatsing van de huidige vestiging van Action aan het Steenakkerplein. Met de eventuele vestiging van Action op de locatie 'Achter de Hoven' blijft Action behouden voor de kern Gilze en levert zij bovendien een aanzienlijke bijdrage aan een versterking van het winkelconcentratiegebied van Gilze. Voorkomen dient in ieder geval te worden dat Action zich op een perifere locatie gaat vestigen. Met de vestiging van Action op een perifere locatie gaan immers belangrijke passantenstromen verloren voor het winkelconcentratiegebied van Gilze.



Met de realisatie van aantrekkelijke winkelformules op de locatie 'Achter de Hoven' ontstaan wellicht nieuwe mogelijkheden voor eventuele uitbreidingen van het winkelaanbod in dagelijks benodigde artikelen of eventueel andere functies, die tot nu toe wellicht te weinig aanwezig zijn in de kern Gilze. Hierbij valt te denken aan thans nog niet aanwezige subbranches in Gilze, zoals een groenteboer, chocolaterie, delicatessen winkel, kaaswinkel, viswinkel, poelier, enz. Uiteraard dient het dan wel te gaan om kwalitatief hoogwaardige winkels, die een sterke concurrentiekracht hebben en dus complementair zijn aan de bestaande supermarkten. In het hieronder staande structuurkaartje met de toekomstige begrenzing van het winkelconcentratiegebied in het centrum van Gilze is de locatie van de trekkers aangegeven.

### **Toeloopstraten**

Het niet tot het winkelconcentratiegebied behorende deel van de Nieuwstraat (ten noorden van de Lange Wagenstraat tot aan de doorsteek naar de Jagilstraat), de Korte Wagenstraat, het Bisschop de Vetplein en de Kerkstraat tot de Augustinastraat worden gedefinieerd als toeloopstraten. Deze zones sluiten direct aan op het winkelconcentratiegebied en worden gekenmerkt door een grote diversiteit aan functies. Naast wonen komen er ook kleinschalige winkels, dienstverlenende functies en kleinschalige bedrijfsactiviteiten voor. Deze dorpskarakteristiek zal voor de toekomst behouden dienen te blijven.

Nieuwvestiging van winkels is niet het uitgangspunt in deze toeloopstraten en wordt dan ook niet gestimuleerd. Nieuwvestiging kan echter wel overwogen worden indien het winkelconcentratiegebied geen geschikte ruimte biedt en de benodigde winkelruimte kleinschalig is (bijvoorbeeld kleiner dan 50 m<sup>2</sup> wvo). Met name voor starters bieden deze toeloopstraten goede vestigingscondities.

### **Uitloopstraten**

De delen van de Nieuwstraat en de Kerkstraat die wat verder van het winkelconcentratiegebied liggen en direct aansluiten op de toeloopstraten worden gedefinieerd als uitloopstraten. Het betreft hier het gedeelte van de Nieuwstraat van de Jagilstraat tot aan de Meester Schrauwenstraat en de Kerkstraat vanaf de Augustinastraat tot aan Alphensebaan. In deze uitloopstraten is de relatie met het winkelconcentratiegebied beperkt. Wonen is de meest voorkomende functie in deze gebieden. Bestaande winkels kunnen gehandhaafd worden met een beperkte uitbreidingsmogelijkheid.

### **Subcentrum**

Het Steenakkerplein neemt in de ruimtelijke structuur van het centrum van Gilze een aparte positie in. Evenals de toeloopstraten kenmerkt het plein zich door een diversiteit aan functies en een grootschalige parkeervoorziening. De diversiteit aan functies dient in de toekomst behouden te blijven en waar nodig versterkt. Uitzondering daarop vormen de detailhandelsactiviteiten. Verplaatsing naar het winkelconcentratiegebied dient gestimuleerd te worden.

### 4.3.2 Overige ruimtelijke aspecten

#### Bereikbaarheid en parkeren

Bereikbaarheid en parkeermogelijkheden zijn de belangrijkste factoren waarbij rekening gehouden dient te worden bij de inrichting van winkelgebieden die zich nagenoeg volledig richten op de dagelijkse verzorging van de consument. Gemak en comfort staan hierbij voorop. Dat wil zeggen dat het hierboven beschreven winkelconcentratiegebied zowel per auto als per fiets makkelijk bereikbaar dient te zijn en dat er ook voldoende parkeerplaatsen en fietsenstallingmogelijkheden dienen te zijn. Momenteel bestaat het parkeeraanbod in het centrum van Gilze uit de volgende locaties:

- Bisschop de Vetplein: 12 parkeerplaatsen;
- Parking Emté: 57 parkeerplaatsen en
- Parking rondom de kerk: 50 parkeerplaatsen.

Naast deze parkeerplaatsen zijn er ook nog diverse parkeerplaatsen langs de Nieuwstraat. Voor zover deze gelegen zijn in het hierboven beschreven winkelconcentratiegebied hebben zij ook een functie voor de daar gelegen winkels. Parkeerplaatsen aan de Nieuwstraat ten noorden van de Lange Wagenstraat hebben geen functie voor het winkelconcentratiegebied. Ook op het Steenakkerplein is nog een 50-tal parkeerplaatsen gelegen, doch deze liggen op een te grote afstand van het hierboven omschreven winkelconcentratiegebied.

Zoals uit bovenstaand overzicht blijkt ligt het merendeel van de parkeerplaatsen in of nabij het zuidelijk deel van het winkelconcentratiegebied. Met de realisatie van winkelvoorzieningen op de locatie 'Achter de Hoven' dient tevens voorzien te worden in parkeervoorzieningen. Afhankelijk van de omvang van de hier te realiseren winkels zal de parkeerbehoefte voor winkels uitkomen op circa 100 a 125 parkeerplaatsen (3 parkeerplaatsen per 100 m<sup>2</sup> bvo). En indien zich op deze locatie ook een discount supermarkt zal gaan vestigen nog eens circa 50 a 60 parkeerplaatsen extra. Tevens zal voorzien moeten worden in een parkeerregulering. Veel van de hierboven genoemde parkeerplaatsen worden gebruikt door langparkeerders en nemen derhalve de parkeerplaatsen in beslag die eigenlijk bedoeld zijn voor winkelbezoekers.

Als instrument/middel om parkeeroverlast te voorkomen wordt voorgesteld om op de voor winkelbezoek bestemde parkeerterreinen een blauwe zone in te richten, waarbij de maximale parkeerduur beperkt wordt tot bijvoorbeeld een uur. Het invoeren van een blauwe zone leidt vaak tot ongewenste effecten voor de bestaande parkeervoorzieningen voor bewoners. Op de langparkeerplaatsen aan de Nieuwstraat geldt geen parkeerregulering. Ook bewoners kunnen hier parkeren.

De voorgestelde toekomstige spreiding van de parkeervoorzieningen (P) is in het structuurkaartje op de volgende pagina weergegeven. In dit kaartje is ook de begrenzing van het winkelconcentratiegebied (1), de toeloopstraten (2), de uitloopstraten (3), het subcentrum (4) en de locatie van de trekkers (T) weergegeven.

#### **De markt naar het Bisschop de Vetplein**

Momenteel wordt de wekelijkse markt gehouden op de locatie 'Achter de Tuintjes' bij de sporthal. Op deze locatie heeft de markt geen synergie met het centrumgebied van Gilze. Daarvoor is de afstand te groot. Onderzocht zou kunnen worden wat de effecten zijn van een eventuele verplaatsing van de wekelijkse markt naar het Bisschop de Vetplein. Op deze locatie is de synergie met de winkelvoorzieningen in het centrum van Gilze aanzienlijk groter dan op de huidige locatie en kunnen reeds bestaande en aldaar gelegen horecavestigingen mee profiteren van de aantrekkingskracht van de wekelijkse markt.

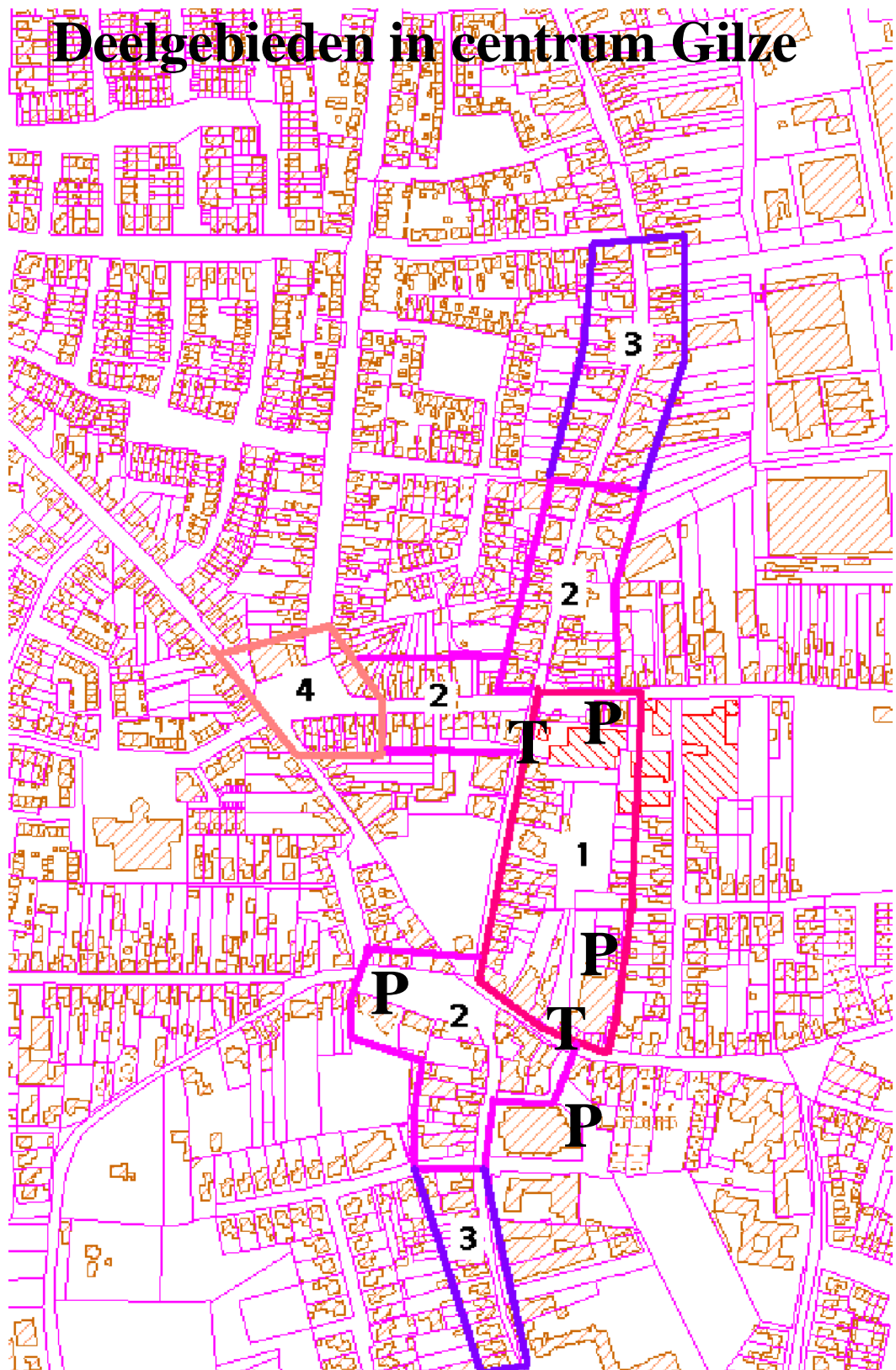
### **4.4 Overige relevante aspecten**

#### **Perifere detailhandel**

In de kern Gilze zijn op enkele verspreide en perifere locaties met het centrum concurrerende winkels gevestigd. Hierbij gaat het voornamelijk om enkele doelgericht bezochte winkels op het gebied van fietsen, bruin- en witgoed en een enkele modezaak. Voorts is er op een bedrijfsterrein aan de Lange Wagenstraat een Boerenbond winkel. Voorkomen dient te worden dat zich op deze locaties andere branches kunnen gaan vestigen die concurrerend zijn voor de beoogde ontwikkelingen in het centrumgebied van Gilze.

Immers met het toevoegen van met het centrum concurrerende winkels op verspreide of perifere locaties kunnen de plannen om het centrum van Gilze te versterken een aanzienlijke vertraging oplopen, met als uiteindelijk gevolg dat de beoogde ontwikkelingen in het centrum van Gilze niet gerealiseerd worden.

# Deelgebieden in centrum Gilze



### **Koopzondag in Gilze**

Binnen de gemeente Gilze en Rijen wordt momenteel veel discussie gevoerd over het wel of niet invoeren van een algemene koopzondag in de gemeente. Zoals uit hoofdstuk 3 is gebleken neemt de belangstelling om op zondag te winkelen, respectievelijk boodschappen te doen sterk toe. En steden als Breda en Tilburg kennen reeds een algemene koopzondag. De mogelijkheid bestaat dat door de invoering van de algemene koopzondag in Tilburg en in Breda de koopkrachtafvloeiing vanuit Gilze en Rijen naar deze steden nog meer zal toenemen.

Immers reeds een vrij groot deel van de bevolking in Gilze en Rijen is voor haar aankopen op het gebied van niet-dagelijkse goederen reeds in sterke mate georiënteerd op winkelcentra in Tilburg en Breda en dat kan in de toekomst alleen maar meer worden. Zeker wanneer in de gemeente Gilze en Rijen (buiten de 12 toegestane koopzondagen) geen mogelijkheden zijn om op zondag boodschappen te doen of te winkelen.

Zoals reeds eerder in deze notitie is vermeld, is de hoofddoelstelling van het gemeentebestuur om zoveel mogelijk koopkracht in de gemeente te behouden (handhaven van de koopkrachtbinding, respectievelijk de koopkrachtafvloeiing zoveel mogelijk te beperken). Het invoeren van een algemene koopzondag in de gemeente Gilze en Rijen kan derhalve bijdragen aan het in stand houden, respectievelijk versterken van het voorzieningenniveau in de gehele gemeente. Uiteraard dient bij het invoeren van een algemene koopzondag aangetoond te worden dat de gemeente een belangrijke toeristische functie heeft.

### **Functieverandering in leegkomende winkels**

Leegkomende winkels in de gebieden die niet tot het winkelconcentratiegebied behoren of gelegen zijn in de toeloopstraten zullen bij vertrek van de huidige functies moeten transformeren naar andere bestemmingen. Hierbij kan o.a. gedacht worden aan een transformatie naar woningen, maatschappelijke of andere voorzieningen. Voorkomen dient in ieder geval te worden dat zich op de vrijkomende ruimten nieuwe winkels gaan vestigen. Dit zou van grote negatieve invloed kunnen zijn op de beoogde vorming van het winkelconcentratiegebied tussen de Lange Wagenstraat en de Raadhuisstraat.



**BIJLAGEN**





## **Bijlage 1: Verslag gebiedsconferentie centrum Gilze.**

Datum	10 februari 2012
Opdrachtgever	Gemeente Gilze en Rijen
Aanwezig:	Lijst van aanwezigen: <ul style="list-style-type: none"><li>• Dhr. vd Groes (Gemeente Gilze en Rijen)</li><li>• Dhr. Rutgers (Gemeente Gilze en Rijen)</li><li>• Dhr. Tolboom (Gemeente Gilze en Rijen)</li><li>• Dhr. Lavooij (Wethouder gemeente Gilze en Rijen)</li><li>• Dhr. Dols (Wethouder gemeente Gilze en Rijen)</li><li>• Dhr. Van Hoek (CC De Schakel)</li><li>• Dhr. Marijnissen (Emté)</li><li>• Dhr. Van Nimwegen (Emté)</li><li>• Dhr. J. Hapers (C1000)</li><li>• Dhr. D. Hapers (C1000)</li><li>• Dhr. C Hapers (C1000)</li><li>• Dhr. Van de Wiel (winkeliersvereniging Gilze)</li><li>• Dhr Kolen (BRO)</li><li>• Mevr. vd Velden (BRO)</li></ul>

Opgesteld door : E. van der Velden, BRO

---

### **1) Opening wethouder Lavooij**

Wethouder Lavooij licht toe dat de gemeente Gilze en Rijen haar bestemmingsplannen gaat actualiseren. Ter voorbereiding hierop wil de gemeente een nieuwe visie opstellen zowel voor het centrumgebied van Gilze als voor het centrumgebied van Rijen. Tevens is de gemeente bezig met een woonvisie. De bevolking in de gemeente neemt tot 2050 licht toe, maar er zullen wel minder woningen worden gebouwd dan verwacht.

### **2) Bespreking onderzoeksresultaten eerste fase van het onderzoek**

De heer Kolen benadrukt dat deze bijeenkomst vooral bedoeld is om de ondernemers aan het woord te laten. Wat zijn hun ervaringen op het gebied van detailhandel in Gilze, hoe zien zij de toekomst, waar liggen kansen, enz. Alvorens over de toekomst te gaan praten, geeft de heer Kolen een presentatie over de eerste onderzoeksresultaten. Belangrijkste opmerkingen:

- Voor het uitbreidingsplan Achter de Hoven is in eerste instantie een behoeftebepaling belangrijk. De behoefte bepaalt uiteindelijk welke besluitvorming plaats gaat vinden en niet andersom. Er ligt dus nog niets vast over de invulling.
- De koopkrachtcijfers worden bediscussieerd. De lage koopkrachtbinding voor niet-dagelijkse artikelen komt vooral door concurrentie van omringende plaatsen op korte afstand (Breda, Tilburg, Oosterhout).
- De cijfers en het geschetste beeld is herkenbaar voor aanwezigen.

## 2) Discussie toekomstmogelijkheden centrum Rijen

### Stelling 1)

**Gilzenaren en Rijenaren gaan niet bij elkaar boodschappen doen of winkelen! Gilze en Rijen zal nooit één gemeente worden.**

De twee kernen liggen op aanzienlijke afstand (8 kilometer) van elkaar, gescheiden door een snelweg, spoorweg en een vliegveld. Deze afstand blijft samen met concurrentie (Tilburg, Breda, Oosterhout) sterker dan de aantrekkelijkheid om naar elkaars winkelgebied te gaan.

Rijenaren komen echter wel voor de Action naar Gilze. Het is bekend dat Action graag een groter pand zou willen betrekken; Action wil een lage huur met een groot verzorgingsgebied. Mocht de Action een pand kunnen betrekken dat hier beter aan voldoet, zullen ze weg gaan. Dit zou wel een verlies voor Gilze zijn. Verhuizing van Action naar het plan Achter de Hoven is voor Action niet aan de orde.

### Stelling 2)

**Het centrum van Gilze moet gelijkwaardig worden aan het centrum van Rijen!**

Het centrum van Gilze heeft met name een boodschappenfunctie, dit geldt overigens ook voor Rijen, alhoewel in Rijen ook recreatieve winkels aanwezig zijn. De toekomst van Gilze is niet gelegen in een sterke uitbreiding van de detailhandel (niet-dagelijkse aankopen). Bij toevoeging van niet-dagelijks aanbod zal de kans op leegstand waarschijnlijk groter zijn dan de kans dat het centrum van Gilze wordt versterkt. Met een gering aantal inwoners en forse concurrentie is er immers te weinig draagvlak voor meer niet-dagelijks aanbod. Veel belangrijker is de vraag hoe het dagelijks aanbod overeind gehouden kan worden. Daar moeten de prioriteiten liggen.

### Stelling 3)

**Gilze is en blijft een dorpscentrum en neemt op het gebied van detailhandel een zeer ondergeschikte rol in ten opzichte van Rijen en de regio!**

**Gilze moet zich veel meer concentreren op toerisme, goede horeca en**

**vermaak! Laat de winkels (met uitzondering van dagelijkse artikelen) maar naar Rijen gaan!** Men is het over eens dat er primair gericht moet worden op behoud van eigen koopkrachtbinding op het gebied van dagelijkse goederen. Op het gebied van niet-dagelijkse artikelen kan Gilze niet concurreren met omringende plaatsen Oosterhout, Breda en Tilburg.

Aantrekken van consumenten buiten Gilze is een te hoge ambitie. Daarom is het van belang op zoek te gaan naar onderscheidende kwaliteiten van Gilze. Zo zouden er bijvoorbeeld op het gebied van horeca wel mogelijkheden bestaan. De ruimtelijke structuur (met het park) leent zich daar goed voor. Vraag is echter hoe investeerders bereid gevonden kunnen worden om in centrum Gilze iets te beginnen.

#### **Stelling 4)**

**Er is geen enkele reden voor Rijenaren of voor mensen buiten de gemeente, om naar Gilze toe te gaan. Er is in Gilze niets wat zich onderscheidt van Rijen of van andere centra in de regio!**

Benoemde onderscheidende kwaliteiten:

- Groene woonomgeving
- Rust
- Golfbanen
- Rijk verenigingsleven
- Saamhorigheid

De heer Lavooij vraagt hoe we condities kunnen creëren om deze onderscheidende kwaliteiten meer kunnen benutten. De heer Kolen geeft aan dat het creëren van randvoorwaarden zoals een aantrekkelijke ruimtelijke omgeving en sfeer hier bij kan helpen voor de komst van bijvoorbeeld horeca. Ook het park biedt in dit opzicht mogelijkheden. Vervolgens wordt vermeld dat in het verleden initiatieven omtrent herinrichting van het park op weerstand zijn gestuit. En de vraag is ook hoe investeerders bereid gevonden kunnen worden om in Gilze in de horeca te investeren. Wellicht liggen er ook mogelijkheden om het toerisme meer te benutten; musea, cultureel centrum de Schakel, fiets- en wandelpaden.

Wat het draagvlak betreft, geeft de heer Dols aan dat het trainings- en opleidingscentrum van World Class Aviation Academy op het voormalige Ericsson terrein 4.000 tot 5.000 arbeidsplaatsen biedt. Hij wijst erop dat een deel van de werknemers ook waarschijnlijk gaat wonen op de plek waar ze werken. Het trainingscentrum brengt zo direct en indirect werkgelegenheid op. Daarnaast is het voor Gilze ook positief dat het inwonertal in ieder geval niet gaat krimpen maar licht zal toenemen.

In Gilze liggen niet zo zeer kansen op winkelgebied (klein draagvlak en grote concurrentie), wel in horeca en/of toerisme. Deze ontwikkelingen dienen samen tot stand te komen, samenwerking tussen de gemeente, (creatieve) ondernemers, winkeliersvereniging en het VVV is daarvoor essentieel. De uitspraak "Gilze is een gat en blijft een gat" is wellicht te negatief. Het is wel zaak om het voorzieningen niveau op peil te houden, maar ook de beperkingen onder ogen te zien.

#### **Stelling 6)**

**Het parkeren in Gilze is dramatisch, vooral op zaterdag!**

Op vrijdag en zaterdag is het vrij druk met parkeren. Veel mensen die geen boodschappen doen, parkeren bij Emté vanwege de gunstige ligging. Daarnaast is de parkeerdruk tijdens uitvaarten op vrijdag en zaterdag groot. De parkeercapaciteit kan hier echter niet op worden ingericht. De vraag is of de consument dusdanige parkeerproblemen ervaart waardoor de consument niet meer in Gilze gaat winkelen. Structurele problemen lijken niet aan de orde te zijn, maar deze grens wordt net niet overschreden.

Wethouder Lavooij oppert om eerst goed te inventariseren welke parkeerplaatsen beschikbaar zijn en welke behoefte er is. De heer Kolen geeft aan dat bijvoorbeeld

een parkeerkaart ingevoerd kan worden. Dit lost het probleem op dat bewoners parkeerplaatsen bezet houden voor winkelpubliek.

### **Stelling 8)**

**Na de geplande realisatie van het project Achter de Hoven, zijn er drie supermarkten in Gilze (Emté, C1000 en een discounter). Dat is veel te veel!**

**Beter is om Action te verplaatsen naar Achter de Hoven in plaats van het toevoegen van een derde supermarkt!**

De consument zal tevreden zijn met nog meer aanbod, maar in werkelijkheid is er niet voldoende marktruimte voor twee full-service supermarkten en een discounter. De komst van de Action in het centrum zou wel de centrumfunctie versterken. Maar zoals eerder aangehaald wordt deze kans niet reëel geacht (te laag rendement vanwege hogere huur).

De bewinkeling in Gilze is nu zeer verspreid; concentratie van het aanbod zou goed zijn voor het centrum. De heer C. Hapers geeft echter aan dat het een illusie is dat een dorp als Gilze ooit over een centrum beschikt waar alle winkels geconcentreerd bij elkaar zitten. De levensvatbaarheid van kleine winkels is laag bij verplaatsing. Daarnaast zal bij verplaatsing naar het centrum leegstand ontstaan bij oorspronkelijke panden, met wellicht verloedering tot gevolg omdat sloop van de panden waarschijnlijk niet mogelijk is (te duur). Bij verplaatsing van winkels kan bijvoorbeeld wel nagedacht worden over functietransformatie, verandering van het bestemmingsplan in wonen bijvoorbeeld.

Tot slot:

De heer Dols vraagt zich af wat de invloed is van zondagsopenstelling in Tilburg en Breda op de koopkracht in Gilze. Heeft deze zondagsopenstelling tot gevolg dat er nog meer koopkracht afvloeit naar deze plaatsen? De heer J. Hapers geeft aan dat de zondagsopenstelling in Gilze extra omzet betekent. Er vindt dus geen verschuiving plaats van de omzet, maar meer omzet.

## Bijlage 2: Berekening marktruimte detailhandel in de kern Gilze in 2020 en 2030

Berekeningen marktruimte in de kern Gilze in 2020	Dagelijks	Niet dagelijks	Totaal
Inwoners kern Gilze	8063	8063	8063
bestedingen NLD per hoofd in € (excl. BTW)	2240	2580	4820
bestedingen Gilze en Rijen per hoofd in € (excl. BTW)	2240	2580	4820
Afvloeiing via internet	5%	10%	
Bestedingen in winkels x € 1 mln. (excl. BTW)	2128	2322	4450
Bestedingspotentieel in winkels (x 1 mln. euro, excl. BTW)	17,2	18,7	35,9
Koopbinding	92,2%	32,5%	
Omzettoevloeiing	10,0%	5,0%	
Omzet (x 1 mln. euro, excl. BTW)	17,6	6,4	24,0
Huidige omzet in kern Gilze en kern Rijen	17,7	7,7	25,4
Omzetgroei bestaande winkels	5%	10%	
Omzet bestaande aanbod	18,6	8,5	27,1
<b>Marktruimte (x 1 mln.)</b>	<b>-1,0</b>	<b>-2,1</b>	<b>-3,1</b>
Gemiddelde omzet per m <sup>2</sup> in Nederland, excl. BTW	6910	1960	
<b>Marktruimte in m<sup>2</sup> wvo</b>	<b>-146</b>	<b>-1054</b>	<b>-1199</b>

Berekeningen marktruimte in de kern Gilze in 2030	Dagelijks	Niet dagelijks	Totaal
Inwoners gehele gemeente	8345	8345	8345
bestedingen NLD per hoofd in € (excl. BTW)	2240	2580	4820
bestedingen Gilze en Rijen per hoofd in € (excl. BTW)	2240	2580	4820
Afvloeiing via internet	5%	10%	
Bestedingen in winkels x € 1 mln. (excl. BTW)	2128	2322	4450
Bestedingspotentieel in winkels (x 1 mln. euro, excl. BTW)	17,8	19,4	37,1
Koopbinding	92,2%	32,5%	
Omzettoevloeiing	10,0%	5,0%	
Omzet (x 1 mln. euro, excl. BTW)	18,2	6,6	24,8
Huidige omzet in kern Gilze en kern Rijen	17,7	7,7	25,4
Omzetgroei bestaande winkels	5%	10%	
Omzet bestaande aanbod	18,6	8,5	27,1
<b>Marktruimte</b>	<b>-0,4</b>	<b>-1,8</b>	<b>-2,2</b>
Gemiddelde omzet per m <sup>2</sup> in Nederland, excl. BTW	6910	1960	
<b>Marktruimte in m<sup>2</sup> wvo</b>	<b>-57</b>	<b>-939</b>	<b>-996</b>



## **Bijlage 3: Begrippenlijst**

### **Bestedingspotentieel**

Totaal aan winkelbestedingen die door de inwoners van een bepaald gebied gedaan kunnen worden. Gebaseerd op inwoneraantal en gemiddelde (landelijke) toonbankbesteding per hoofd van de bevolking. Groepering daarvan noemt men bestedingsvolumes.

### **Bouwmarkt**

Het betreft verkooppunten met een breed assortiment DHZ-artikelen, waaronder ten minste 6 van de volgende groepen: ijzerwaren, handgereedschap; installatiemateriaal (elektra/water); elektrisch handgereedschap, hout en houtwaren; groot en/of klein sanitair; verf, verfproducten en toebehoren, behang; tuinartikelen niet-levend.

### **Bruto vloeroppervlakte (bvo)**

De totale ruimte van een winkel, bestaande uit de winkelvloeroppervlakte en niet voor consumenten toegankelijke ruimten (zoals het magazijn, sanitaire ruimten, kantoor, etalage, etc.).

### **Cross channel**

Het combineren van marketingactiviteiten in de fysieke winkel met de mogelijkheden die het internet biedt.

### **Dagelijkse artikelen**

Het aanbod in de branchegroepen voedings- en genotsmiddelen en persoonlijke verzorging (drogisterij en parfumerie).

### **Detailhandel**

Verkoopkanaal voor goederen rechtstreeks aan de eindgebruiker.

### **Detailhandel (als activiteit)**

Het bedrijfsmatig te koop aanbieden, waaronder de uitstalling ten verkoop, verkopen en/of leveren van goederen aan de uiteindelijke gebruiker of verbruiker.

### **GDV-locatie (Geconcentreerde Grootschalige Detailhandelsvestigingslocatie)**

Detailhandellocaties op perifere locaties (buiten bestaande winkelcentra, maar binnen de bebouwde kom), bedoeld voor bundeling van grootschalige detailhandelsvestigingen. Het gaat om vestigingen groter dan 1.500 m<sup>2</sup> bvo. Er geldt geen branchebeperking.

### **Koopkrachtbinding**

Mate waarin inwoners van een bepaald gebied hun bestedingen verrichten bij winkels die in dat gebied gevestigd zijn.

**Koopkrachtafvloeiing**

Mate waarin inwoners van een bepaald gebied hun detailhandelsbestedingen plaatsen bij gevestigde winkels **buiten** dat gebied.

**Koopkrachttoevoeiing**

Gedeelte van de omzet die van buiten de kern komt.

**Niet-dagelijkse artikelen**

Via detailhandel te koop aangeboden artikelen, niet behorend tot de groep dagelijkse artikelen.

**Overige locaties**

Winkellocaties die geen deel uitmaken van regionale / subregionale hoofdwinkelgebieden, lokale basisvoorzieningen (inclusief buurt- en wijkvoorzieningen) en perifere en grootschalige winkelgebieden. Het gaat dus in feite over de verspreide bewinning.

**PDV-Perifere Detailhandelsvestigingslocatie** Detailhandellocales buiten reguliere winkelcentra, maar wel binnen de bebouwde kom (aan stadsranden, langs grote wegen, op bedrijfsterreinen, enz.). Voor PDV-locaties geldt een branchebeperking. Deze branches zijn: ABC branches (auto's, boten, caravans), woninginrichting (ook keukens), bouwmarkten en tuincentra. Er geldt geen omvangbeperking.

**PDV-locatie**

Plaats waar detailhandel gevestigd is buiten de reguliere winkelcentra, in de branches tuincentra, bouwmarkten, woninginrichting, keukens en sanitair.

**PDV-branches**

De branches in volumineuze artikelen: auto's, boten en caravans (ABC-branches), woninginrichting, bouwmarkten en tuincentra, die volgens het PDV-beleid ontheffing kregen om zich op daartoe bestemde perifere locaties te vestigen.

**Retail**

Alle functies die worden aangetroffen in winkelcentra, die gezamenlijk de aantrekkingskracht van de winkelcentra bepalen.

**Toeloopstraten**

Toeloopstraten zijn straten die direct aansluiten op het winkelconcentratiegebied en zich kenmerken door een zeer sterke functiemix.

**Tuincentra**

Tuincentra zijn grootschalige detailhandelscentra met een breed basisassortiment aan 'levende en niet-levende' huis en -tuingerelateerde artikelgroepen, waarbij



bloemen en planten de belangrijkste artikelgroepen vormen. De grotere tuincentra hebben tegenwoordig een gemiddelde omvang van circa 4.000-9.000 m<sup>2</sup> wvo<sup>8</sup>. Voor tuincentra worden echter diverse definities gehanteerd. Gewoonlijk wordt het assortiment van tuincentra globaal onderverdeeld in de volgende 'levende' en 'dode' artikelen:

- **'Levende' artikelgroepen**, zoals kamerplanten, eenjarige tuinplanten, meerjarige tuinplanten, bollen/zaden, snijbloemen etc.
- **'Dode' artikelgroepen**, onder andere groot onderhoud en aanleg, tuingereedschappen, tuinmeubelen, barbecues, decoratie buitenshuis (potten, ornamenten), klein onderhoud (bestrijdingsmiddelen, grond, mest), sfeerverlichting en seizoensartikelen buiten, sfeer- en seizoensartikelen binnen (Kerstmis, Pasen), decoratie en gebruiksartikelen binnenshuis, dierbenodigdheden binnen en buiten.
- **Dieren en dierbenodigdheden**, zoals huisdieren, diervoeding en dierbenodigdheden, zoals hokken, kooien, speeltjes, riemen, etc.
- de verhuur van machines, gereedschappen en aanhangers, het aanbieden van activiteiten op het gebied van tuinarchitectuur en tuinlease.

Samen met een schaalvergroting breiden tuincentra veelal ook het assortiment uit. Tuincentra verkopen steeds meer artikelen zoals cadeau-, decoratieartikelen en woonaccessoires. In de keuze van het 'nieuwe' nevenassortiment is meestal wel te zien dat een relatie met de branche aanwezig is. In de tuincentra blijven dan ook de tuin en het thema 'groen' centraal staan.

### **Uitloopstraten**

Uitloopstraten zijn delen van het centrumgebied waar de relatie met het winkelconcentratiegebied beperkt is en waar wonen de meest voorkomende functie is.

### **Vloerproductiviteit**

De omzet per m<sup>2</sup> winkelvloeroppervlak (wvo).

### **Winkel verkoopvloeroppervlak (wvo)**

Winkelruimte die voor de consument toegankelijk is (dus exclusief magazijn, kantoor, etalage, etc.).

### **Winkelconcentratiegebied**

Het gedeelte van het centrumgebied waar gestreefd wordt naar een maximale clustering van winkels, zoveel mogelijk aaneengesloten zonder onderbrekingen.

---

<sup>8</sup> Volgens de definitie van Locatus omvat het wvo van een tuincentrum: de voor publiek toegankelijke ruimte dat overdekt en verwarmd is.

BRO heeft vestigingen in Boxtel | Amsterdam | Tegelen | Hasselt  
[www.BRO.nl](http://www.BRO.nl)