

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

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

Inhoudsopgave	pagina
1. SAMENVATTING	3
2. AANLEIDING EN VRAAGSTELLING	7
3. DE GEMEENTE GILZE EN RIJEN NADER BEZIEN	11
4. DETAILHANDEL EN ANDERE FUNCTIES IN GILZE EN RIJEN	13
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
5. DRAAGVLAK EN KOOPSTROMEN IN GILZE EN RIJEN	31
5.1 Het draagvlak	31
5.2 Koopstromen	32
5.3 Omzet en economisch functioneren	33
6. SWOT-ANALYSE	37

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 m² wvo. Hiervan liggen ongeveer 30 winkels van in totaal circa 5.500 m² 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 m² 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 m² 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 m² 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 m² wvo. Hiervan is ruim 11.000 m² 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 m² 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 horecavoorzieningen¹. 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



¹ 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?*

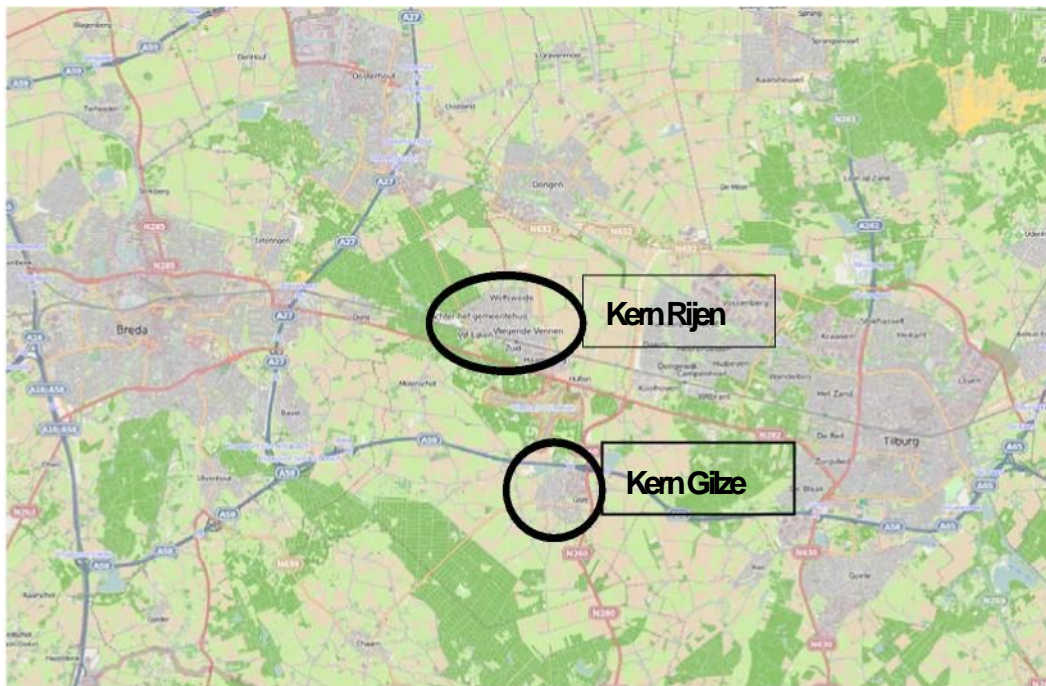
In de voorliggende notitie (deel 1) wordt ingegaan op de huidige structuur van detailhandels- en horeca voorzieningen in de gehele gemeente, waarbij tevens ingezoomd wordt op de verschillende centrumgebieden in de gemeente.

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 27.900². 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.

² 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 (wvo³) van ruim 31.000 m². Daarnaast staan er 14 winkels leeg van in totaal ruim 1.300 m² wvo.

De meeste winkels zijn te vinden in de kern Rijen (circa 85 winkels, 19.300 m² wvo), gevolgd door de kern Gilze (circa 35 winkels, 8.500 m² wvo). Het winkelaanbod in de kern Molenschot is aanzienlijk geringer. Hier zijn slechts 5 winkels met in totaal circa 3.500 m² wvo. Met uitzondering van een kleine campingsupermarkt gaat het hier om enkele wat grotere winkels met een meer dan lokale verzorgingsfunctie (ruitersport⁴, 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 Rijen⁵

Winkelcentrum	Dagelijkse artikelen ⁶		Niet dagelijkse artikelen ⁷		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

³ Onder wvo wordt de winkelvloeroppervlakte verstaan. Dat is de voor het publiek toegankelijke verkoopruimte.

⁴ De ruitersportwinkel is inmiddels verdwenen.

⁵ Bron: Locatus 2011.

⁶ De branches levensmiddelen en persoonlijke verzorging.

⁷ 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 m² 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 m² 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 m² 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 m² 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

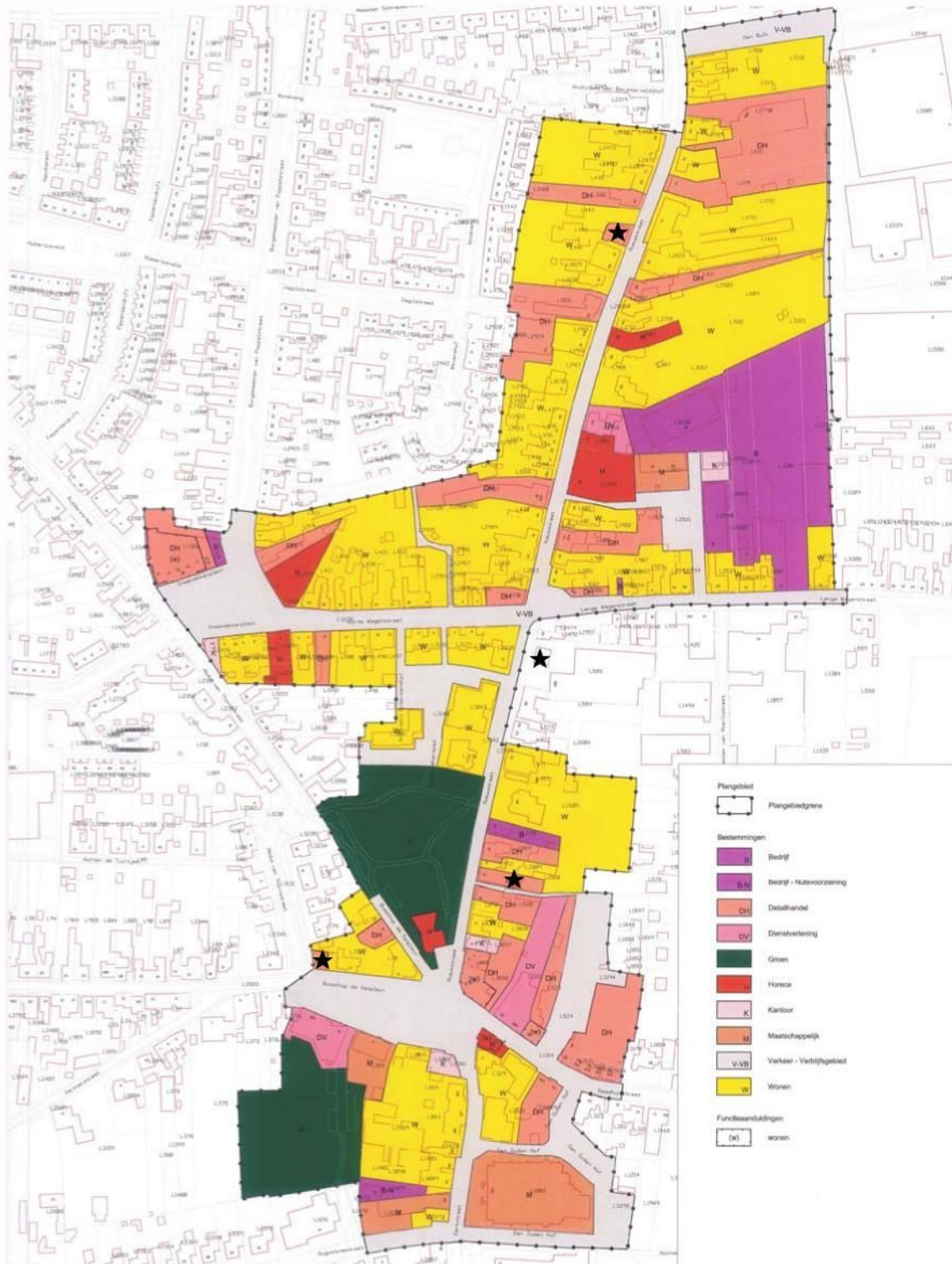
Van een sterke concentratie van winkels in het centrum van Gilze is slechts in beperkte mate sprake. De meeste winkels bevinden zich in het gebied dat omsloten wordt door de Korte/Lange Wagenstraat en de Raadhuisstraat/Bisschop de Vetplein. Hier bevindt zich o.a. de supermarkt van Emté, enkele andere 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 m² 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 m² 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 Vervoerplan⁸ 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)⁹.

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 m² vwo

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

⁹ Bron: Tellingen van BRO.

en buiten de bebouwde kom is er nog het tuincentrum van Lanslots met een omvang van circa 900 m² 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 m² 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 m² 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 m² 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 m² 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 m² 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 HBD¹⁰ 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 onderzoek¹¹ 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

¹⁰ Bron: Effecten van evenementen op de locatie van de warenmarkt, HBD, mei 2004.

¹¹ 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 m² 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 Breughelhof 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 Breughelhof.

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 m² 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 m² wvo, maar dat de supermarkten Lidl en C1000 slechts een beperkte omvang hebben. Beide zijn circa 750 m² wvo groot.

Vooral bezocht om boodschappen te doen en beperkt recreatief

Ongeveer de helft van het winkelaanbod (in m² 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 m² wvo staat circa 5 a 6% leeg. Dat is iets minder dan in vergelijkbare woonplaatsen¹² 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 m² 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 m².

¹² 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 m² 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 uitgevoerd¹³. 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 2009-2015¹⁴ 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-

¹³ Zie Parkeeronderzoek, centrum Rijen, DTV Consultants, juni 2009.

¹⁴ 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 m² 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 m² 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 m² 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 m² bvo¹⁵) bij het stadion. Daarnaast verplaatst winkelcentrum De Lunet naar deze locatie. De nieuwe omvang bedraagt 8.500 m² bvo. Er is nog meer ruimte voor grootschalige detailhandel.

¹⁵ 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 m² 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 m² 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 m² 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 m² 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 m² 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 m² bvo detailhandel. Onlangs is de planopzet wegens financiële gronden echter gewijzigd. De geplande uitbreiding bedraagt nu 26.400 m² bvo.
- Wijkwinkelcentrum Westermarkt gaat de komende periode op de schop. De herstructurering voorziet in een uitbreiding van het winkeloppervlak met 5.000

m². 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 m² 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 m² 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 m² 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 koopkrachtafvloeiing op gebied van niet-dagelijkse artikelen

Uit een in 2007 gehouden koopstromenonderzoek in Midden Brabant¹⁶ 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 afvloeiing van koopkracht in niet-dagelijkse artikelen circa 64%. Dat is veel.

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

¹⁶ 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 ² wvo	2.576	6.009
Gemiddelde omzet per m ²	€ 6.859	€ 1.280
Landelijke omzet per m ² 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 ² wvo	5.898	13.455
Gemiddelde omzet per m ²	€ 6.691	€ 1.327
Landelijke omzet per m ² 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 m² 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 m² winkel-aanbod in zowel de kern Gilze als de kern Rijen slechts een omzet gerealiseerd van circa € 1.300 per m² 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 m² wvo. Daarnaast is er ook nog de buitensportwinkel Linberg Caravans van circa 1.500 m² wvo. Gemiddeld hebben dergelijke grootschalige winkels een veel lagere omzet per m² wvo dan winkels die nor-

maliter in winkelcentra worden aangetroffen¹⁷. Indien op de bovenstaande berekeningen de omzetten van deze grote winkels in mindering wordt gebracht, resulteert een gemiddelde omzet per m² 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.

¹⁷ Zo wordt landelijk in de tuincentrumbranche een omzet gerealiseerd van € 550,- per m² 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>Sterkten</p> <ul style="list-style-type: none"> • Vooral gericht op boodschappen doen en doelgericht winkelen • Aanwezigheid Action • Geen parkeerproblemen • Hoge binding aan dagelijkse artikelen • Park in centrumgebied 	<p>Zwakten</p> <ul style="list-style-type: none"> • Beperkt primair draagvlak (7.700 inwoners) • Relatief weinig winkelaanbod (kleding, doe het zelf en woninginrichting) • Grote spreiding van winkels en veel onderbrekingen van het winkelfront • Weinig horeca aanbod • Weinig synergie tussen Action en overige winkels • Veel koopkrachtverlies aan niet-dagelijkse goederen • Weinig koopkrachttoevoeiing • Vooral bij winkels in niet-dagelijkse goederen lage omzetten per m² vvo
<p>Kansen</p> <ul style="list-style-type: none"> • Enige bevolkingsgroei • Ontwikkeling Achter de Hoven met 3.000 m² commercieel aanbod (o.a. supermarkten) 	<p>Bedreigingen</p> <ul style="list-style-type: none"> • Sterke vergrijzing • Verhuizing Action naar buiten de kern • Concurrentie met winkels in Tilburg (w.c. Heyhoef in de Reeshof), Breda, Dongen en Oosterhout • Internetbestedingen en dalende consumentenvertrouwen

Centrum Rijen

Sterkten <ul style="list-style-type: none">• Groter primair draagvlak (16.500 inwoners)• Sterke concentratie winkels rondom Wilhelminaplein• Aanwezigheid enkele landelijke trekkers en 4 supermarkten• Aanwezigheid overdekt winkelcentrum De Laverije met parkeerdek voor 175 auto's• Vooral boodschappen gericht, beperkt recreatief• Iets minder leegstand dan in vergelijkbare woonplaatsen• Hoge binding aan dagelijkse artikelen	Zwakten <ul style="list-style-type: none">• Relatief weinig winkelaanbod (kleding, sport en spel, woninginrichting)• Weinig horeca aanbod• Onderbrekingen winkelfront• Recreatief winkelen beperkt• Hoge parkeerdruk op sommige locaties• Veel koopkrachtverlies aan niet-dagelijkse goederen• Weinig koopkrachttoevoeiing• Vooral op het gebied van niet-dagelijkse goederen lage omzetten per m² wvo
Kansen <ul style="list-style-type: none">• Enige bevolkingsgroei• Realisatie Centrumplan Oost• Autovrij Wilhelminaplein• Versterking boodschappenfunctie door uitbreidingsplannen supermarkten• Action (maar dan wel in het centrumgebied)	Bedreigingen <ul style="list-style-type: none">• Sterke vergrijzing• Toename parkeerdruk bij uitbreiding centrumgebied• Concurrentie met winkels in Breda, Tilburg, Dongen en Oosterhout• Internetbestedingen en daling consumentenvertrouwen

BIJLAGEN

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

Hoofdbranche	Gilze Totaal			Referentie woonplaatsen			Gilze Centrum ¹⁸ (7.466 inwoners)			Woonplaatsen (7.500-10.000 inw.)*			Verspreid in Gilze		
	vkp	m ² wvo	schaal	vkp	m ² wvo	schaal	vkp	m ² wvo	schaal	vkp	m ² wvo	schaal	vkp	m ² 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
Totaal	37	8.585	232	47	12.802	272	29	5.591	193	31	5.765	186	8	2994	374
Horeca	16						9						7		
Leegstand	5	203	51				4	155	51				1	48	48

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

¹⁸ 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 ¹⁹ (16.576 inwoners)			Centra van woonplaatsen (15.000-20.000 inw.)*			Raadhuisplein			Verspreid		
	Vkp	m ² wvo	schaal	vkp	m ² wvo	schaal	vkp	m ² wvo	schaal	vkp	m ² wvo	schaal	vkp	m ² wvo	schaal	vkp	m ² 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>
Totaal	83	19.353	233	109	29.174	269	59	11.127	189	77	13.715	179	9	1.243	138	15	6.983	465
Horeca	24						11						2			11		
Leegstand	9	1.014	113				6	638	106				1	48	48	2	328	164

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

¹⁹ 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

Vergelijkbaar met kern Gilze (7.500 - 10.000 inwoners)	Gemeente	Aantal horecavestigingen	Totale bevolking
<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

Vergelijkbaar met kern Rijen (15.000 - 20.000 inwoners)	Gemeente	Aantal horecavestigingen	Totale bevolking
<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>

Totaal centrum Gilze 172 ppl

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>

Totaal parkeercapaciteit winkelgebied 340 ppl.

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>
Totaal detailhandel	1.236	356.504	1.126	307.660	355	101.835	121	38.503

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-Muziekinr.tr](#)
35.110.375-Naairnachine
35.110.510-Stoffen

Hoofdbranche

35.120-Mecha

Branche 35.120.090-
Boekhandel 35.120.091-
Stripboeken 35.120.129-
Beel&Gehnd
Sofwr/Games
35.120.276-Kantoorart
35.120.411-PostenKaart
35.120.750-Boek&Kantoor
35.120.760-Inktvulers

Groep

37-1n/0m Huis

Hoofdbranche

37.130-Plant & Dier

Branche

37.130.027-Aquariums
37.130.087-Bloem/Plant
37.130.147-Dibeve
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-Bouwmant
37.170.099-Bouwmateriaal
37.170.102-DeurlKo2ijn
37.170.108-Bredpakket
37.170.237-Hout
37.170.249-Yzenr4Gereed
37.170.290-Sanital
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 m² 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 m² wvo²⁰.

²⁰ 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 m² 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

Rijen

Distributie planologisch onderzoek

Gemeente Gilze en Rijen

Deel 3: Visie op de gewenste detailhandelsstructuur



Rijen

Distributie planologisch onderzoek

Gemeente Gilze en Rijen

Deel 3: Visie op de gewenste detailhandelsstructuur in Rijen

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:	Visie op de gewenste centrumontwikkeling van de kern Rijen 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

Inhoudsopgave

pagina

1. AANLEIDING EN VRAAGSTELLING	3
2. SAMENVATTING BELANGRIJKSTE ONDERZOEKSRISULTATEN DEEL 1	5
3. TRENDS EN ONTWIKKELINGEN	7
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
4. DE AMBITIES VAN HET CENTRUM VAN RIJEN	15
4.1 De ambities voor het centrum van Rijen	15
4.2 Functionele ontwikkelingsmogelijkheden detailhandel in centrum Rijen	15
4.2.1 Berekening marktruimte	16
4.2.2 Gewenste branchering	19
4.3 Ruimtelijke ontwikkelingsmogelijkheden centrum Rijen	21
4.3.1 De structuur	21
4.3.2 Overige ruimtelijke aspecten	23
4.4 Overige relevante aspecten	27
BIJLAGEN	29
Bijlage 1: Verslag Gebiedsconferentie centrum Rijen	1
Bijlage 2: Berekening marktruimte detailhandel in de kern Rijen in 2020 en 2030.	7
Bijlage 3: Begrippenlijst	9

1. AANLEIDING EN VRAAGSTELLING

Visie op de centra

Het centrum van Rijen heeft een belangrijke verzorgingsfunctie voor haar inwoners. In het centrum van Rijen staat het boodschappenaanbod centraal, waarbij ook elementen aanwezig zijn van recreatief winkelen. Voor de leefbaarheid van de kern Rijen 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 Rijen spelen vragen als de mogelijkheden voor verdere uitbreiding van het winkelaanbod (supermarktaanbod, of verplaatsing daarvan), de realisatie van het gebied Centrum Oost, versterkingen van het aanbod binnen bepaalde branches en eventuele toevoeging van bepaalde horecavoorzieningen¹. De ontwikkelingen in de centrumgebieden kunnen echter niet los gezien worden van mogelijke ontwikkelingen van detailhandel in de periferie.



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. 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 Rijen.

Behoeftte aan distributie-planologisch onderzoek

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

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

mogelijkheid voor bepaalde voorzieningen rondom het Raadhuisplein in Rijen, eventueel in combinatie met het woonzorgcomplex, speelt 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 het centrumgebied van 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 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 3) wordt ingegaan op de gewenste structuur van detailhandels- en horeca voorzieningen in de kern Rijen, waarbij tevens ingezoomd wordt op het Raadhuisplein in Rijen. Voor een visie op de gewenste structuur van detailhandels- en horecavoorzieningen in de kern Gilze wordt verwezen naar deel 2 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 Rijen van de gemeente Gilze en Rijen.

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 m² vwo. Hiervan is ruim 11.000 m² vwo (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 woningen. 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 m² 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.

SWOT analyse Centrum Rijen

<p>Sterkten</p> <ul style="list-style-type: none"> • Groter primair draagvlak (16.500 inwoners) • Sterke concentratie winkels rondom Wilhelminaplein • Aanwezigheid enkele landelijke trekkers en 4 supermarkten • Aanwezigheid overdekt winkelcentrum De Laverije met parkeerdek voor 175 auto's • Vooral boodschappen gericht, beperkt recreatief • Iets minder leegstand dan in vergelijkbare woonplaatsen • Hoge binding aan dagelijkse artikelen 	<p>Zwakten</p> <ul style="list-style-type: none"> • Relatief weinig winkelaanbod (kleding, sport en spel, woninginrichting) • Weinig horeca aanbod • Onderbrekingen winkelfront • Recreatief winkelen beperkt • Hoge parkeerdruk op sommige locaties • Veel koopkrachtverlies aan niet-dagelijkse goederen • Weinig koopkrachttoevoeiing • Vooral op het gebied van niet-dagelijkse goederen lage omzetten per m² wvo
<p>Kansen</p> <ul style="list-style-type: none"> • Enige bevolkingsgroei • Realisatie Centrumplan Oost • Autovrij Wilhelminaplein • Versterking boodschappenfunctie door uitbreidingsplannen supermarkten • Action (maar dan wel in het centrumgebied) 	<p>Bedreigingen</p> <ul style="list-style-type: none"> • Sterke vergrijzing • Toename parkeerdruk bij uitbreiding centrumgebied • Concurrentie met winkels in Breda, Tilburg, Dongen en Oosterhout • Internetbestedingen en daling consumentenvertrouwen

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 Nederland². 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.

² 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 terechtkomen 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 Randstad³ 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.

³ 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-Mitex⁴ 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 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%

⁴ Cross channel retail, de toekomst (2015), ABN/AMRO, CBW-MITEX, november 2011.

In 2010 hadden de internetverkopen (online en multi channel) reeds een omvang van € 8,2 miljard en vormden circa 10% van de totale detailhandelsverkopen⁵. In 2005 hadden de internetverkopen nog maar een omvang van € 2,2 miljard en vormden nog maar circa 2,8% van de totale detailhandelsverkopen. In een periode van 5 jaar zijn de internetverkopen derhalve verviervoudigd! CBW-Mitex voorziet een sterke groei van het aantal consumenten dat online aankopen doet⁶. Jones Lang LaSalle⁷ 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 autogebruik. 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.

⁵ Bron: Detailhandel en Beleid, een continue wisselwerking; Planbureau voor de Leefomgeving, november 2011.

⁶ Bron: Onderzoek Retail 2020, CBW-Mitex, november 2010.

⁷ 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 dienstverrichters 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 doen⁸.

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 Grootschalige 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.

⁸ 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 RIJEN

4.1 De ambities voor het centrum van Rijen

Een nog meer verzorgende functie voor haar inwoners

Zowel het gemeentebestuur als de ondernemers in Rijen hebben grote ambities om het centrum van Rijen op de kaart te zetten. Dat blijkt niet alleen uit allerlei initiatieven die er in de kern Rijen bestaan en door de gemeente omarmd worden, maar ook uit de discussies die op 23 januari 2012 zijn gevoerd tijdens een gebiedsconferentie waarbij de toekomstvisie voor het centrum van Rijen gespreksonderwerp was. Voor een verslag van deze gebiedsconferentie wordt verwezen naar bijlage 1 van deze nota.

Tijdens deze gebiedsconferentie is er o.a. op gewezen dat het centrum van Rijen goede perspectieven heeft en een nog belangrijkere rol kan spelen in de verzorging van haar inwoners wanneer het centrum zowel functioneel als ruimtelijk een kwaliteitsslag maakt.

De conclusies uit de gebiedsconferentie stemmen overeen met de ambities van het gemeentebestuur op het gebied van centrumontwikkelingen. Met de actualisering van het bestemmingsplan voor het centrumgebied wenst de gemeente haar centrumgebied nieuwe impulsen te geven die garant staan voor een verdere duurzame ontwikkeling en haar weerbaarheid ten opzichte van concurrerende centra versterken.

4.2 Functionele ontwikkelingsmogelijkheden detailhandel in centrum Rijen

In deze paragraaf wordt ingegaan op de functionele versterkingsmogelijkheden die er voor het centrum van Rijen bestaan. Uitgangspunt hierbij is dat ook in de ruimtelijke structuur van het centrumgebied een aantal verbeteringen worden gerealiseerd, die o.a. betrekking hebben op de afbakening van het winkelconcentratiegebied, het verblijfsklimaat, de bereikbaarheid, het parkeren en de spreiding van winkels (zie paragraaf 4.3).

Eerst zal begonnen worden met het in beeld brengen van de marktruimte die er in de toekomst in de kern Rijen zal bestaan.

4.2.1 Berekening marktruimte

De berekening van de marktruimte vindt plaats aan de hand van de toekomstige demografische ontwikkelingen, de winkelbestedingen, de koopstromen in de kern Rijen en haar omgeving en de gemiddelde omzetten die gerealiseerd moeten worden voor een rendabele bedrijfsvoering.

Winkelbestedingen

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.

Momenteel te weinig binding vanuit Rijen

Uit het onderzoek zoals uitgevoerd in deel 1 van deze studie is gebleken dat het aanbod van winkels zowel in de gehele gemeente als in de kern Rijen beperkt is ten opzichte van vergelijkbare plaatsen. Het gevolg hiervan is dat er een grote koopkrachtafvloeiing naar concurrerende centra plaats vindt. Deze koopkrachtafvloeiing kan beperkt worden door het toevoegen van nieuwe winkels, met name in het centrumgebied van Rijen. Ook het invoeren van een koopzondag kan hiertoe bijdragen.

Zoals in deel 1 van dit onderzoek bleek is ongeveer 92% van de bevolking van de kern Rijen georiënteerd op winkels in dagelijkse goederen in Rijen. Op het gebied van niet-dagelijkse goederen wordt door winkels in de kern Rijen circa 36% van de koopkracht in de kern Rijen gebonden. Een en ander betekent dat op het gebied van niet-dagelijkse goederen circa 64% van het bestedingspotentieel in Rijen op het gebied van dagelijkse goederen afvloeit naar elders.

Binding in andere gemeenten is aanzienlijk hoger

Uit onlangs gehouden koopstromenonderzoeken in Noord-Brabant⁹ is gebleken dat gemeenten met een inwonertal rond de 20.000 inwoners gemiddeld circa 86% en

⁹ Bron: SRE Koopstromenonderzoek, 23 sept 2009; Koopstromenonderzoek West-Brabant, dec 2005 en het Koopstromenonderzoek Midden-Brabant, 2007.

van de koopkracht aan dagelijkse artikelen binden en gemiddeld circa 40% van de koopkracht aan niet-dagelijkse artikelen (zie tabel 4.1).

Tabel 4.1 Koopkrachtbindingspercentages in vergelijkbare gemeenten in Midden-Brabant

Gemeente	Aantal inwoners	Binding dagelijkse artikelen	Binding niet-dagelijkse artikelen
Asten	16.400	89%	60%
Geertruidenberg	21.300	91%	51%
Cranendonk	20.200	88%	48%
Hilvarenbeek	15.000	93%	46%
Bergeijk	18.100	78%	43%
Zundert	21.100	93%	43%
Steenbergen	23.000	92%	42%
Nuenen	15.400	89%	41%
Son en Breugel	15.000	88%	40%
Someren	18.200	79%	40%
Aalburg	12.600	89%	36%
Kern Rijen	16.500	92%	36%
Woensdrecht	21.700	91%	33%
Oirschot	18.000	82%	33%
Rucphen	22.000	82%	32%
Heeze-Leende	15.100	78%	29%
Eersel	18.000	70%	29%
Woudrichem	14.400	87%	27%
Gemiddeld		86%	40%

Ten opzichte van vergelijkbare gemeenten in Noord-Brabant blijft de koopkracht-binding in de kern Rijen op het gebied van de niet-dagelijkse goederen enigszins achter bij de binding in andere gemeenten. Op het gebied van dagelijkse goederen zijn er geen opvallende verschillen.

Streven naar een hogere binding in Rijen op gebied van niet-dagelijkse goederen

De conclusie kan derhalve getrokken worden dat op het gebied van dagelijkse goederen nauwelijks enige toename van de koopkrachtbinding verwacht mag worden. Deze is nagenoeg al maximaal. Daarentegen kan op het gebied van niet-dagelijkse goederen wel enige toename van de koopkrachtbinding gerealiseerd worden. Bij de realisatie van een nieuwe aantrekkelijke ruimtelijke structuur van het centrumgebied en bij toevoeging van nieuwe winkels die complementair zijn aan het huidige winkelbestand (meer kwaliteit, meer onderscheidend vermogen) moet een koopkrachtbinding in de kern Rijen gerealiseerd kunnen worden van circa 45 a 50%. Dat wil zeggen dat in de kern Rijen een toename van de koopkrachtbinding op het ge-

bied van niet-dagelijkse goederen gerealiseerd moet kunnen worden van circa 10 a 15%.

Bij een versterking van de functionele en ruimtelijke (zie paragraaf 4.3) kwaliteiten van het centrumgebied van Rijen zal ook de aantrekkingskracht van buiten de kern Rijen toenemen. Zoals uit het analyserapport blijkt komt momenteel circa 15% van de omzet in de kern Rijen van buiten Rijen. Door dit percentage constant te houden, zal ook de omzet van buiten Rijen in gelijke mate toenemen als de omzet die vanuit Rijen zelf afkomstig is.

Invoeren van koopzondag meer defensief dan offensief

Het invoeren van een koopzondag in de gemeente Gilze en Rijen zal niet van grote invloed zijn op een verhoging van de binding aan de winkelvoorzieningen in Rijen. Immers ook in de belangrijkste centra in de directe omgeving bestaat een algemene koopzondag. Het invoeren van een koopzondag in de gemeente Gilze en Rijen dient derhalve meer gezien te worden als een bijdrage om de huidige binding in de toekomst te kunnen handhaven (defensief), dan dat daardoor de binding verhoogd zal kunnen worden en extra omzetten gegenereerd zouden kunnen worden.

Netto marktruimte van circa 1.500 m² wvo winkelruimte

In bijlage 2 zijn de berekeningen omtrent de toekomstige marktruimte in de kern Rijen gegeven. In deze berekeningen is ervan uitgegaan dat de bevolking in de kern Rijen de komende jaren licht zal toenemen van circa 16.500 in 2011 tot ruim 17.000 in 2020 en tot 17.700 in 2030 (zie hoofdstuk 3 van het analyserapport). Uit de berekeningen blijkt dat, ondanks de toename van de internetverkoop er in 2020 een omzet gerealiseerd kan worden van ruim € 61 miljoen in 2020 en van ruim € 63 miljoen in 2030. Dat is respectievelijk € 4 miljoen en € 6 miljoen meer dan in 2011.

Op basis van deze omzetberekeningen en de aanname dat ook bestaande winkels zullen meeprofitieren van de toegenomen aantrekkingskracht van het centrum van Rijen, zal er de komende jaren een netto marktruimte aanwezig zijn van circa 1.500 m² wvo voor nieuwe winkels.

Marktruimte voor nieuwe horeca circa 300 m² wvo

Met het aantrekkelijker worden van het centrumgebied van Rijen zal er, naast de behoefte aan nieuwe winkels ook behoefte zijn aan uitbreiding van horeca voorzieningen. Doorgaans bedraagt in vergelijkbare centrumgebieden de horeca oppervlakte circa 20% van de winkeloppervlakte. Indien dit ook geldt voor het centrumgebied van Rijen betekent dit een additionele ruimte voor horeca van circa 300 m² wvo. Hierbij gaat het met name om winkelondersteunende horeca (zoals bijvoorbeeld lunchrooms)

Verplaatsingen naar het centrumgebied, maximaal 500 m² wvo

Met een duidelijke keuze van de gemeente om in het centrumgebied te streven naar een maximale winkel/horecadichtheid, zullen ook winkels en/of horecavestigingen, die thans nog gevestigd zijn op locaties buiten het centrum mogelijk interesse hebben om naar het centrum te verplaatsen. De omvang hiervan wordt echter niet hoog ingeschat (maximaal circa 500 m² wvo in de komende jaren) omdat het aantal winkels en horecavestigingen elders in Rijen beperkt is.

Samengevat maximaal 2.300 m² wvo uitbreidingsruimte voor het centrumgebied

De maximale uitbreidingsruimte voor het centrumgebied van Rijen wordt derhalve ingeschat op:

• Extra ruimte voor nieuwe winkels	1.500 m ² wvo;
• Extra ruimte voor nieuwe horeca	300 m ² wvo;
• Verplaatsingsbehoefte winkels en horeca	<u>500 m² wvo;</u>
Totaal	2.300 m ² wvo.

Doorgaans bedraagt de wvo circa 80% van de bvo¹⁰. Uitgedrukt in bvo bedraagt de uitbreidingsruimte in het centrumgebied derhalve circa 2.750 a 3.000 m² bvo.

Inmiddels wordt reeds voor circa 1.250 m² bvo voorzien in deze behoefte door de realisatie van het Centrumplan Oost. Dit betekent dat er per saldo, na realisatie van Centrumplan Oost, een uitbreidingsruimte resteert van circa 1.000 m² bvo.

4.2.2 Gewenste branchering

De gewenste branchering in het centrum van Rijen

In de hieronder staande tabel is de huidige branchering in centrum van Rijen gegeven. Tevens is hierbij aangegeven hoe de branchering er uit ziet in winkelcentra die vergelijkbaar zijn met het centrum van Rijen (zie tevens bijlage 2 in het analyserapport).

¹⁰ Onder de bvo (brutovloeroppervlakte) wordt de totale oppervlakte van een functie gerekend, dus inclusief de magazijnruimte, sanitair, kantoor, e.d. Onder de wvo (winkelvloeroppervlakte) wordt alleen de ruimte gerekend die voor de consument toegankelijk is (dus exclusief de magazijnruimte, sanitair, kantoor, e.d.).

Tabel 4.2 Huidige branchering in het centrum van Rijen

Hoofdbranche	Centrum Rijen		Referentiecentra	
	Aantal winkels	Winkelvloer- oppervlakte (wvo)	Aantal winkels	Winkelvloer- oppervlakte (wvo)
Levensmiddelen	13	4.970	15	3.213
Persoonlijke verzorging	2	520	4	759
Warenhuizen	1	467	1	582
Kleding en mode	11	1.317	20	2.972
Schoenen en lederwaren	3	556	4	834
Juwelier en optiek	3	193	5	316
Huishoudelijke en luxe artikelen	2	250	3	629
Antiek en kunst			1	56
Sport en spel	1	35	3	577
Hobby			2	168
Media	1	210	3	424
Plant en dier	3	345	4	526
Bruin- en witgoed	2	130	4	506
Fietsen en autoaccessoires			2	281
Doe het zelf			1	234
Woninginrichting	1	40	5	1.235
Overige detailhandel	1	80	2	402
Totaal detailhandel	68	9.518	77	13.715

Uit dit overzicht blijkt duidelijk dat het winkelaanbod in het centrum van Rijen, in vergelijking met andere winkelcentra in vergelijkbare woonkernen, gering is. Zoals hierboven berekend is, is er in de kern Rijen, na realisatie van het Centrum plan Oost, een uitbreidingsruimte aan winkels en horeca aanwezig van circa 1.000 m² wvo. De uitbreiding van het winkelaanbod zal vooral gezocht moeten worden in nieuwe winkels met een hoog kwaliteitsniveau, respectievelijk winkels die tot nu toe ondervertegenwoordigd zijn in het centrum van Rijen. Met name gaat het hierbij om winkels op het gebied van recreatief winkelen, zoals winkels op het gebied van kleding en mode, schoenen en lederwaren, huishoudelijke artikelen, sport en spel. Ook op het gebied van woninginrichting is enige uitbreiding gewenst, maar dan wel geen grote meubelwinkels maar veelmeer kleinschalige woonzaken.

Versterking branchering winkelcentrum De Laverije

Met de mogelijkheden voor uitbreiding van het winkelaanbod in meer recreatieve winkelfuncties dienen ook de mogelijkheden in het winkelcentrum de Laverije opnieuw gezien te worden. Het verblijfsklimaat in deze overdekte winkelpassage biedt hiervoor optimale mogelijkheden. Thans is de branchering in de Laverije echter zodanig dat deze zich voor een groot deel richt op boodschappen doen. Daarnaast

nemen de beide supermarkten en de Scapino veel frontbreedte in beslag waardoor voor nieuwe winkels slechts beperkte mogelijkheden in de Laverije bestaan.

Om deze lange fronten te doorbreken zou gezien moeten worden in hoeverre er mogelijkheden bestaan om deze grote supermarkten af te zoomen met kleinere winkels en zou gezien moeten worden in hoeverre er mogelijkheden zijn om Scapino te verplaatsen naar een andere locatie in het centrum. De in het winkelcentrum de Laverije vrijkomende ruimte kan dan ingevuld worden met bijvoorbeeld mode-winkels of andere branches die een versterking betekenen voor het winkelen in de Laverije.

Daarnaast zal onderzocht moeten worden in hoeverre het mogelijk is om in de overdekte winkelpassage mogelijkheden te scheppen voor een lunchroom met terras. Realisatie hiervan zal in belangrijke mate bijdragen aan het verlengen van de verblijfsduur in de Laverije en in het gehele centrum.

4.3 Ruimtelijke ontwikkelingsmogelijkheden centrum Rijen

4.3.1 De structuur

In deze paragraaf wordt ingegaan op de ruimtelijke aspecten die van belang zijn voor een versterking van het functioneren van het centrum van Rijen.

Het winkelconcentratiegebied

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. Horeca vestigingen in dit gebied dienen ter ondersteuning van het functioneren van de winkels en ter verlenging van de verblijfsduur.

Het winkelconcentratiegebied in het centrum van Rijen dient derhalve zo scherp mogelijk afgebakend te worden. Dit voorkomt een te grote spreiding van winkels en aanverwante functies over een te groot gebied. Bij een te grote spreiding van centrumfuncties komt de gewenste synergie tussen winkelfuncties in gevaar.

In de huidige ruimtelijke opbouw van het centrumgebied is duidelijk zichtbaar dat in en rondom het Wilhelminaplein de concentratie van winkels het grootst is. Dit gebied wordt daarom het winkelconcentratiegebied genoemd. Met de ontwikkeling van het "Centrumplan Oost" wordt de oostzijde van het Wilhelminaplein / Stationsstraat verder stedenbouwkundig en functioneel vorm gegeven met detailhandel, horeca, bovenwoningen, grondgebonden woningen en parkeer- en groenvoorzieningen. Het Wilhelminaplein wordt na de realisatie van het Centrumplan Oost auto-

vrij, publieksvriendelijk en kwalitatief hoogwaardig ingericht. Het Wilhelminaplein zal daardoor nog meer het karakter van een dorpshart krijgen.

In het winkelconcentratiegebied zal gestreefd moeten worden naar maximale invulling op de begane grond met commerciële functies (winkels, horeca, dienstverlening). Gaten in deze structuur dienen voorkomen te worden.

In de structuurkaart onder de paragraaf over bereikbaarheid en parkeren is de begrenzing van het winkelconcentratiegebied weergegeven.

De toeloopstraten

Het deel van het centrum dat zich uitstrekt van het Wilhelminaplein tot aan het kruispunt met de Pastoor Gillistraat en de Tuinstraat wordt gedefinieerd als een toeloopstraat. Deze zone sluit direct aan op het winkelconcentratiegebied en wordt gekenmerkt door een grote diversiteit aan functies. Deze mix aan functies zal voor de toekomst behouden dienen te blijven. Ook hier wordt gestreefd naar een maximale aaneengesloten bebouwing. Gelet op de aanvullende werking van deze straten op het winkelconcentratiegebied (overloopfunctie) en om de functionele samenhang ervan te versterken heeft verwinkeling ervan sterk de voorkeur.

De uitloopstraten

Het deel van de Hoofdstraat tussen de Pastoor Gillistraat / Tuinstraat en Pastoor Oomenstraat en het deel van de Stationsstraat tussen het Pieter Breugelhof en de Spoorlaan Noord vormen de uitloopstraten van het centrumgebied. In deze uitloopstraten is de relatie met het winkelconcentratiegebied beperkt. Bestaande winkels kunnen gehandhaafd worden met een beperkte uitbreidingsmogelijkheid. Ook nieuwe winkels zullen zich in dit gebied - met een afwijkingsbevoegdheid - kunnen vestigen, alhoewel dit niet gestimuleerd zal worden. Met name gaat het dan om kleinschalige winkels die in het winkelconcentratiegebied of in de toeloopstraten geen geschikte locatie kunnen vinden. Hierbij kan bijvoorbeeld gedacht worden aan startende winkels.

Subcentrum

Het subcentrum Raadhuisplein ligt op grote afstand van het winkelconcentratiegebied en de toe- en uitloopstraten. De relatie met het centrum is zeer beperkt. Aan het Raadhuisplein zijn verschillende kleinschalige winkels en enkele doelgericht bezochte winkels gevestigd. Ook is er een aantal dienstverlenende bedrijven gevestigd. Voor de toekomst zal ingezet worden op een behoud van de functie van het Raadhuisplein. Dat wil zeggen dat het subcentrum Raadhuisplein zijn functiemix zal dienen te behouden en, naast maatschappelijke en financiële dienstverlening en kleinschalige bedrijvigheid, plaats kan bieden aan commerciële functies die niet conflicteren met de belangen van het winkelconcentratiegebied en de toe- en uitloopstraten. Wat winkels betreft gaat het dan om buurtverzorgende winkels en doelgericht bezochte winkels.

4.3.2 Overige ruimtelijke aspecten

Trekkers in het winkelconcentratiegebied op strategische locaties

Trekkers dienen gelokaliseerd te zijn op strategische locaties in het winkelconcentratiegebied. Dit levert loopstromen op, waar andere winkels hun voordeel mee kunnen doen. In het winkelconcentratiegebied zal met name aandacht geschonken moeten worden aan het lokaliseren van trekkers op de uiteinden van het concentratiegebied. Dat wil zeggen dat de locatie waar thans Lidl is gevestigd, bij een eventuele verhuizing van Lidl, plaats zou moeten bieden voor een andere belangrijke trekker. Mogelijkerwijs zou een verhuizing van Scapino uit de Laverije hiervoor een mogelijkheid kunnen zijn (zie tevens paragraaf 4.3). Aan de andere zijde van het winkelconcentratiegebied is met een vestiging van HEMA reeds voorzien in een sterke trekker.

Naast de trekkers op deze polen van het winkelconcentratiegebied wordt onderzocht of er een sterke trekker gevestigd kan worden op de locatie Mangrovelaan oftewel de westzijde van het winkelconcentratiegebied. Door de realisatie van een trekker aan de Mangrovelaan tussen de brandweerkazerne en het winkelcentrum de Laverije zal ook de achterzijde van het winkelcentrum de Laverije (met vestigingen van een drankwinkel, enkele levensmiddelenzaken en dienstverlenende functies) meer aan aantrekkingskracht winnen.

Bereikbaarheid en parkeren

Bereikbaarheid en parkeren zijn van groot belang voor het functioneren van centrumgebieden van kleinere gemeenten. Juist in dit opzicht kunnen zij zich onderscheiden van de centrumgebieden in de grotere steden. Het parkeren dient zo gemakkelijk mogelijk en indien mogelijk ook gratis, gemaakt te worden. Parkeerlocaties dienen zo dicht mogelijk bij het centrum gelegen te zijn en dienen het startpunt te zijn voor de routing in het centrumgebied. Hetzelfde geldt voor andere bronpunten (busstation, treinstation).

Zoals uit een inventariserend onderzoek van de gemeente is gebleken is het aanbod van parkeerlocaties in het winkelconcentratiegebied enigszins beperkt. Met name op piekmomenten is de parkeerbelasting te hoog. Dat betekent dat – zeker bij toevoeging van nieuwe functies – voorzien dient te worden in extra parkeerplaatsen. In paragraaf 4.2 is berekend dat in het centrumgebied van Rijen mogelijkheden bestaan om het aanbod van commerciële functies met zo'n 3.000 m² bvo uit te breiden. Alleen al door de toevoeging van circa 3.000 m² bvo zouden bij een norm van 2,5 a 3 parkeerplaatsen per 100 m² bvo¹¹ in totaal ongeveer 75 a 100 extra parkeerplaatsen gerealiseerd moeten worden.

¹¹ Deze norm wordt doorgaans gebruikt voor soortgelijke centrumgebieden.

Evenals bij de spreiding van trekkers in het centrumgebied is het ook gewenst om te komen tot spreiding van de parkeerlocaties. Immers parkeerlocaties vormen het startpunt voor centrumbezoek en dienen derhalve zoveel mogelijk geconcentreerd te zijn op strategische locaties.

Hiervoor komen, naast de parkeerplaatsen langs de weg, in eerste instantie in aanmerking:

- het parkeerdek boven het winkelcentrum de Laverije (175 parkeerplaatsen);
- de parkeerlocatie bij de huidige vestiging van Lidl (60 parkeerplaatsen);
- de parkeerlocatie aan de Mangrovelaan (68 parkeerplaatsen);
- de parkeerlocatie bij C1000 (circa 58 parkeerplaatsen);
- de parkeerlocatie bij de Prins Hendriklaan (circa 25 parkeerplaatsen) en
- het langsparkeren aan de Hoofdstraat en de Stationsstraat.

Nader onderzoek dient uitgevoerd te worden naar de mogelijkheden om de parkeercapaciteit op een van de genoemde locaties te verhogen met circa 100 parkeerplaatsen. Daarnaast dient extra aandacht besteed te worden aan een betere bewegwijzering naar parkeerlocaties. In de hieronder staande structuurkaart is de afbakening van het winkelconcentratiegebied, de locatie van de trekkers en de gewenste spreiding van de parkeervoorzieningen weergegeven.

Kwalitatief hoogwaardigere omgeving

De consument hecht niet alleen steeds meer waarde aan de kwaliteit van de winkels, maar ook aan de winkelomgeving. Als de consument hier niet tevreden over is, is hij al snel geneigd om naar een verder weg gelegen winkelcentrum te rijden. De toenemende mobiliteit stelt hem hiertoe in staat. Een prettig verblijfsklimaat in een centrumgebied is derhalve een noodzakelijke voorwaarde voor een goed functionerend winkelgebied. Immers recreatief en vergelijkend winkelen is een vrijetijdsbesteding en de consument zoekt daarvoor naar locaties waar het prettig verblijven is. Daarnaast is het realiseren van een hoogwaardige verblijfsomgeving ook een van de voorwaarden om kwalitatief hoogwaardige winkels en onderscheidende functies naar het centrum van Rijen te trekken.

Een hoogwaardige verblijfsomgeving kan met name gerealiseerd worden op het autoluwe Wilhelminaplein. Door het realiseren van terrassen, zitjes, waterpartijen, groenvoorzieningen, speelvoorzieningen en dergelijke kan de verblijfswaarde van het Wilhelminaplein sterk vergroot worden.

Daarnaast zal het Wilhelminaplein zodanig ingericht moeten worden dat niet alleen ruimte biedt voor de wekelijkse markt, maar ook ruimte biedt voor de organisatie van evenementen. Evenementen kunnen immers van groot belang zijn voor de aantrekkelijkheid van het centrumgebied en voor extra inkomsten zorgen voor de commerciële voorzieningen die hier gevestigd zijn.

Naast het feit dat een hoogwaardige verblijfsomgeving van belang is voor het verlengen van de verblijfsuur in het centrum en voor het aantrekken van kwalitatief hoogwaardige functies heeft het centrum van Rijen tevens een belangrijke ontmoetingsfunctie voor inwoners van Rijen en wellicht ook voor inwoners van Gilze. Ook voor deze doelgroepen dient de verblijfswaarde kwalitatief hoogwaardig te zijn.

Lengte winkelconcentratiegebied is optimaal

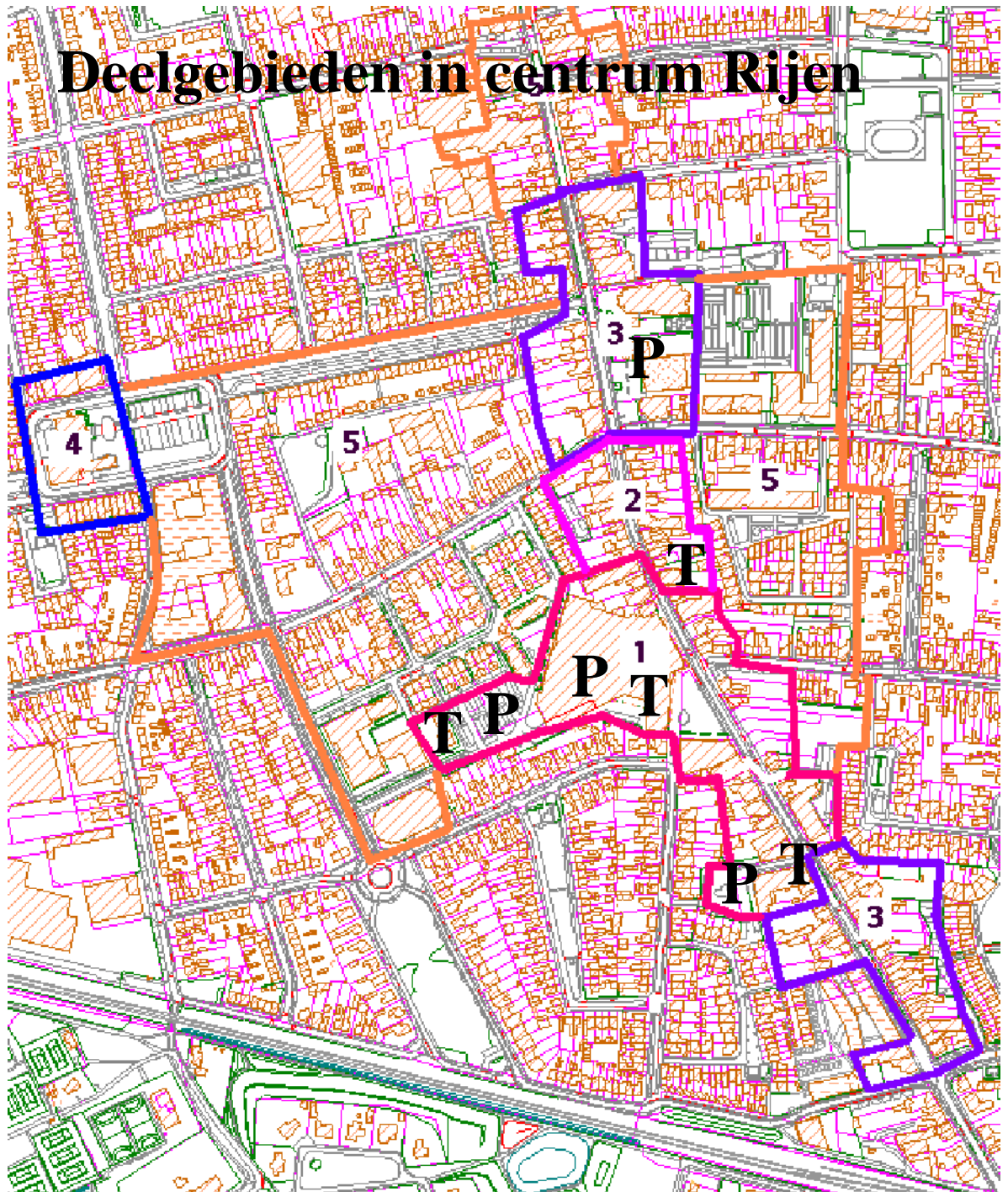
Lange winkellinten zijn niet prettig voor de consument. Zij zijn te lang (te lange loopafstanden) om kennis te nemen van het complete winkelaanbod. Winkelcircuits (winkelrondjes) of kortere winkellinten voorzien hier wel in.

In het centrumgebied van Rijen is het onmogelijk om een winkelrondje te realiseren. Wel is het mogelijk om de achterzijde van de Laverije meer te betrekken in het winkelconcentratiegebied, waardoor enige vorm van circuitbewinkeling kan worden gerealiseerd. Door een eventuele realisatie van een trekker op de Mangrovelaan kan een extra stimulans uitgaan naar een sterker functioneren van de achterzijde van de Laverije.

Het winkelconcentratiegebied van Rijen heeft in de voorgestelde vorm een totale lengte van circa 200 meter. Dat is een beloopbare afstand voor de consument om het gehele winkelconcentratiegebied te bezoeken.

In de hieronder staande structuurkaart is het winkelconcentratiegebied (1) met daarop de locatie van de trekkers, de toeloopstraten (2), de uitloopstraten (3) en het subcentrum Raadhuisplein (4) weergegeven.

Deelgebieden in centrum Rijen



4.4 Overige relevante aspecten

Ook ruimte voor grotere winkels

Binnenstedelijke centra hebben vaak het nadeel dat zij vanwege de beperkte mogelijkheden nauwelijks ruimte kunnen bieden aan grotere winkels. Echter ook in binnenstedelijke centra moet ruimte gevonden kunnen worden voor grotere winkels. Vaak gaat het bij grotere winkels om filiaalbedrijven, die voor een groot deel verantwoordelijk voor de regionale trekkracht van winkelcentra.

Om te kunnen voorzien in mogelijkheden voor grotere winkels zal het bestemmingsplan zodanig vorm gegeven moeten worden dat ook mogelijkheden ontstaan voor het toevoegen van grotere winkels. Wellicht dat hiervoor de mogelijkheden gerealiseerd kunnen worden in het Centrumplan Oost (1.250 m² bvo) en wellicht op andere locaties in het centrumgebied.

Perifere detailhandel

In de kern Rijen zijn op enkele perifere locaties grootschalige winkels gevestigd. Hierbij gaat het voornamelijk om enkele winkels op het gebied van doe-het-zelf en tuinartikelen. 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 Rijen. Immers met het toevoegen van met het centrum concurrerende grootschalige winkels op perifere locaties kunnen de plannen om het centrum van Rijen een upgrading te geven en weerbaar te maken ten opzichte van concurrerende winkelcentra in de omgeving, aanzienlijke vertraging ondervinden, met als uiteindelijk gevolg dat de beoogde versterking van het centrumgebied van Rijen niet gerealiseerd wordt.

Koopzondag in Rijen

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 zal gaan 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.

Ondanks het feit dat de binding op het gebied van dagelijkse goederen vrij hoog is (ruim 90%) moet ook in deze sector gevreesd worden voor een toename van de

koopkrachtafvloeiing naar Breda en Tilburg. Ook voor wat betreft de dagelijkse goederen zal enige koopkrachtafvloeiing gaan optreden naar deze steden.

Zoals reeds eerder in deze notitie is vermeld, is de hoofddoelstelling van het gemeentebestuur om zoveel mogelijk koopkracht in de gemeente te behouden (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.

BIJLAGEN

Bijlage 1: Verslag Gebiedsconferentie centrum Rijen

Datum : 30 januari 2012
Opdrachtgever : Gemeente Gilze en Rijen
Aanwezig: Lijst van aanwezigen:

- Dhr. vd Groes (Gemeente Gilze en Rijen)
- Dhr. Rutgers (Gemeente Gilze en Rijen)
- Dhr. Tolboom (Gemeente Gilze en Rijen)
- Mevr. Langen (Directeur CC De Boodschap)
- Dhr. Lavooij (Wethouder gemeente Gilze en Rijen)
- Dhr. Dols (Wethouder gemeente Gilze en Rijen)
- Dhr. Boek (Kamer van Koophandel Brabant)
- Mevr Derksen (MVGGM, Laverije ING)
- Dhr. Scheenstra (Winkeliersvereniging Rijen)
- Dhr. Vonk (Winkeliersvereniging Rijen)
- Dhr. Vd Luijtengaarden (Albert Heijn)
- Dhr. Balkon (Albert Heijn)
- Dhr. Hapers (C1000)
- Dhr. Baans (Koninklijke Horeca Nederland)
- Dhr. Marcelissen (Horeca ondernemer)
- Dhr Kolen (BRO)
- Mevr. vd Velden (BRO)

Opgesteld door E. van der Velden

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 licht toe en in de woningvoorraad gaat een evenwichtige toevoeging plaatsvinden. De nieuwe bevolkingsprognoses van de provincie Noord-Brabant zijn op korte termijn beschikbaar.

2) Bespreking onderzoeksresultaten eerste fase van het onderzoek

Belangrijkste opmerkingen ten aanzien van de eerste onderzoeksresultaten:

- Hoe ziet het aanbod (aantal winkels) van Rijen er uit ten opzichte van haar referentiekader. Wat missen we?
- Constatie hoge koopkrachtafvlouing niet-dagelijkse artikelen (65%) is een eerste stap, belangrijk is hoe we daar verandering in kunnen krijgen.
- Winkeliers zien vestiging van nieuwe concurrenten vaak als een bedreiging en veel minder als een kans voor versterking van het aanbod (geldt vooral voor modewinkels).

- Rijen ziet graag meer onderscheidend aanbod, liefst in het hogere segment. Er moeten redenen zijn om naar het centrum van Rijen toe te gaan
- Heer van de Luytengaarden stelt de vraag of er ook is onderzocht waarom consumenten niet in Rijen kopen. Dit probeert BRO te achterhalen.
- Naar aanleiding van de prognoses van on-, offline en multichannel aankopers wordt aangegeven dat grote ketens in het voordeel zijn wat betreft internet-toepassingen. Dit hoeft niet per definitie het geval te zijn, bewustzijn van kansen dat internet kan bieden is belangrijk voor ondernemers. In dit kader wordt Het Nieuwe Winkelen toegelicht.
- Wethouder Dols wil graag meer weten over de invloed van koopzondagen in concurrerende gemeenten (Tilburg, Breda etc) op de koopkrachtafvoeiing van Rijen naar deze gemeenten. BRO zal nader ingaan op de effecten van Koopzondagen.
- Ook over de invloed van evenementen in Rijen op de koopstromen in Rijen zou de heer Dols graag meer willen weten. Wat levert dat bijvoorbeeld in andere gemeenten op?
- De heer Lavooij vraagt zich af op welke manier de komst van nu ontbrekende branches in Rijen gestimuleerd kan worden. De heer Kolen antwoordt hierop dat het winkelaanbod verder weg van het Wilhelminaplein dunner wordt; concentratie van het aanbod maakt je centrum weerbaarder. Een lintenmanager die op zoek gaat naar nieuwe investeerders in een zo aantrekkelijk mogelijke ruimtelijke omgeving, kan veel doen. Maar daarvoor moet het gebied, waar de gemeente de winkels wil hebben (rondom Wilhelminaplein) die kwaliteiten heeft dat investeerders automatisch daar hun oog op laten vallen.
- Het centrumgebied van Rijen loopt grofweg van de supermarkt C1000 tot Lidl, de gemeente stimuleert winkels zich in dit gebied te vestigen. Ruimtelijke kwaliteiten moeten dan optimaal zijn. In de gebieden daaromheen ligt de focus niet primair op detailhandel.
- De gemeente Gilze en Rijen heeft ten opzichte van haar referentie gemeenten minder aanbod vanwege:
 - concurrerend aanbod in nabije omgeving (Oosterhout, Breda, Tilburg); – de gemeente bestaat uit 2 aparte kernen met ieder een eigen centrum;
 - het aantal vierkante meters aanbod is niet voorhanden, daar is juiste vastgoed voor nodig, eigendom in Hoofdstraat is versnipperd;
 - welke ambities heeft de gemeente en hoe worden die doorvertaald in m² winkelvloeroppervlakte.

2) Discussie toekomstmogelijkheden centrum Rijen

Stelling 1)

Er is een groot spanningsveld tussen Gilzenaren en Rijenaren. Men gaat niet bij elkaar boodschappen doen of winkelen!

Mensen uit Gilze hebben nu niet veel reden om naar Rijen te gaan voor het winkelaanbod, tenzij het aanbod in Rijen onderscheidend is en er met Oosterhout, Breda en Tilburg geconcurrereerd kan worden.

Stelling 2)

Rijen is en blijft een dorpscentrum!

Ja, maar er is meer onderscheidend aanbod nodig om mensen te bewegen om naar het centrum van Rijen te gaan. Dat geldt ook voor mensen uit Gilze. Die zou je ook in Rijen moeten kunnen krijgen. Vestiging van een winkel in Rijen heeft bestaansrecht, dit vergt echter wel ondernemerschap met kwaliteiten en creativiteit. Primair zal de aandacht moeten liggen om de koopkrachtafvloeiing zoveel mogelijk te beperken, pas daarna aandacht voor versterking omzettoevloeiing van buiten Rijen

Stelling 3)

Er is veel te weinig horeca!

De komst van horeca in de Laverije moet niet als een bedreiging gezien worden maar als een kans (bestrijding onrust hangjeugd, voldoen aan behoefte van een kop koffie). Wel problemen vanwege de brandveiligheid, te weinig ruimte.

Over het algemeen is er te weinig echt goede horeca in het centrum. Daar is wel behoefte aan.

Stelling 4)

Het winkelcentrum van Rijen krijgt het de komende jaren erg moeilijk!

Het winkelcentrum dient aantrekkelijker te worden, wat aanbod en uitstraling betreft. In Rijen is sprake van betrokken en creatieve ondernemers, een actieve winkeliersvereniging en een actieve gemeente. Samenwerking tussen deze partijen biedt veel mogelijkheden.

Stelling 5)

Het parkeren in Rijen is dramatisch, vooral op zaterdag!

Koopavond op vrijdag is erg druk, maar niet overdreven. Goede bereikbaarheid en parkeren zijn belangrijk voor de consument in een centrum zoals Rijen. Oudere mensen gaan steeds meer naar de winkelcentra in hun directe omgeving en mijden steeds meer de grotere centra in de grote steden (o.a. vanwege bereikbaarheid, parkeren, veiligheid).

Er is behoefte aan een betere bewegwijzering naar de parkeerplaatsen (Mangrovelaan en parkeerdek nu alleen aangegeven).

De waarschuwing in het parkeeronderzoek dat de parkeerproblematiek in het centrum aandacht behoeft, moet zeker bij uitbreiding van de winkeloppervlakte serieus bekeken worden. Dan zal er nieuwe parkeerruimte gerealiseerd moeten worden. Juist nu (met het opstellen van het bestemmingsplan) is er de mogelijkheid om hier aandacht aan te besteden. Het zoeken naar nieuwe parkeerlocaties zal niet meevalen, maar er zijn wel mogelijkheden. Genoemd werden:

- het gasstation (tegenover Wereldwinkel), deze locatie heeft alleen geen verbinding met het centrum. Maar kan wellicht gemaakt worden;
- een tweede locatie is de plek waar thans Lidl is gevestigd. Bij een verplaatsing van deze supermarkt zou men er aan kunnen denken om op de vrijkomende locatie extra parkeermogelijkheden te scheppen.
- Gepleit wordt ook voor een spreiding van bronpunten. Hierbij bijvoorbeeld denken aan een P structuur waarbij zowel bij C1000 als op de Lidl locatie grote bronpunten gemaakt kunnen worden. Zorgt voor een goede voeding van het winkelapparaat.

Stelling 6)

Door internet zullen er in Rijen over 15 jaar veel minder winkels zijn dan nu. Het centrum van Rijen bestaat niet meer!

Er zullen niet minder winkels zijn, maar andere winkels. Er zullen kwalitatieve winkels zijn waar ondernemers hun klanten persoonlijk kennen.

Stelling 7)

Als Action in Gilze weg wil, dan moet hij naar het centrum van Rijen komen.

De meningen zijn hierover verdeeld. Enerzijds zijn er mensen die Action liever niet in het centrum zien. Hoe om te gaan met de extra benodigde parkeerruimte? De gemeente ziet de Action in ieder geval niet op een industrieterrein vanwege het wegvallen van combinatiebezoek met het centrum. Geconcludeerd wordt dat de Action niet op een industrieterrein zou moeten komen, wel in het centrum mits voldoende parkeergelegenheid. Ondernemers hebben het gevoel dat er niet veel combinatie bezoek plaatsvindt door de extra passanten. Aan de andere kant is elk combinatiebezoek meegenomen.

Stelling 8)

Webwinkels zijn erg in opmars. Zij mogen gerust naar bedrijventerreinen, maar er moeten wel beperkingen aan gesteld worden.

Er is behoefte aan een definiëring van een webwinkel zodat vastgesteld kan worden wat wel en niet toegestaan mag worden op bedrijventerreinen. De gemeente pleit

ervoor om verkapte detailhandelszaken niet te tolereren en regels op te stellen om dit te kunnen handhaven. Accurate handhaving is in de praktijk echter niet altijd makkelijk.

Stelling 9)

De winkels aan het Raadhuisplein sterven langzaam af. Dat is in de toekomst geen retaillocatie.

Ondernemers hebben het op deze locatie moeilijk, om die reden zouden ook andere functies zoals dienstverlening toegestaan kunnen worden. Tegelijk zouden nieuwe ondernemers gestimuleerd moeten worden zich te vestigen in het centrum en niet op het Raadhuisplein.

Bijlage 2: Berekening marktruimte detailhandel in de kern Rijen in 2020 en 2030.

Berekeningen marktruimte in de kern Rijen in 2020	Dagelijks	Niet dagelijks	Totaal
Inwoners kern Rijen	17124	17124	17124
bestedingen NLD per hoofd (excl. BTW)	2240	2580	4820
bestedingen Gilze en Rijen per hoofd (excl. BTW)	2240	2580	4820
Afvloeiing via internet	5%	10%	
Bestedingen in winkels (excl. BTW)	2128	2322	4450
Bestedingspotentieel in winkels (x 1 mln. euro, excl. BTW)	36,4	39,8	76,2
Koopbinding	91,6%	47,5%	
Omzettoevloeiing	15,0%	15,0%	
Omzet (x 1 mln. euro, excl. BTW)	39,3	22,2	61,5
Huidige omzet in kern Rijen	39,5	17,8	57,3
Omzetgroei bestaande winkels	5%	10%	
Omzet bestaande aanbod	41,5	19,6	61,1
Marktruimte in € (x 1 mln)	-2,2	2,6	0,4
Gemiddelde omzet per m ² in Nederland, excl. BTW	6910	1960	
Marktruimte in m² wvo in 2020	-319	1347	1028

Berekeningen marktruimte in de kern Rijen in 2030	Dagelijks	Niet dagelijks	Totaal
Inwoners kern Rijen	17724	17724	17724
bestedingen NLD per hoofd (excl. BTW)	2240	2580	4820
bestedingen Gilze en Rijen per hoofd (excl. BTW)	2240	2580	4820
Afvloeiing via internet	5%	10%	
Bestedingen in winkels (excl. BTW)	2128	2322	4450
Bestedingspotentieel in winkels (x 1 mln. euro, excl. BTW)	37,7	41,2	78,9
Koopbinding	91,6%	47,5%	
Omzettoevloeiing	15,0%	15,0%	
Omzet (x 1 mln. euro, excl. BTW)	40,6	23,0	63,6
Huidige omzet in kern Rijen	39,5	17,8	57,3
Omzetgroei bestaande winkels	5%	10%	
Omzet bestaande aanbod	41,5	19,6	61,1
Marktruimte in € (x 1 mln.)	-0,8	3,4	2,6
Gemiddelde omzet per m ² in Nederland, excl. BTW	6910	1960	
Marktruimte in m² wvo in 2030	-120	1744	1624

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 m² 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 m² wvo¹². 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.

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 m² 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.

¹² 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