

Waalwijk, Effectenanalyse
uitbreiding detailhandel Zanddonk
Gemeente Waalwijk



Waalwijk, Effectenanalyse Uitbreiding detailhandel Zanddonk

Gemeente Waalwijk

Rapportnummer:	204X00493.080191_13
Datum:	15 oktober 2014
Contactpersoon opdrachtgever:	Mevr. M Clijssen, mevr. O. Renders
Projectteam BRO:	Wanda Blommensteijn, Aiko Mein
Trefwoorden:	Distributieplanologisch onderzoek, ladder, effecten, uitbreiding, woonboulevard, Waalwijk, wonen, consumentenelectronica, fiets- en autoaccessoires, kampeerartikelen
Bron foto kaft:	Hollandse Hoogte 13
Beknopte inhoud:	Naar aanleiding van de uitspraak van de Raad van State d.d. 6 augustus 2014 heeft BRO in opdracht van de gemeente Waalwijk in het kader van de Ladder voor Duurzame Verstedelijking de distributieve mogelijkheden en ruimtelijk-functionele effecten onderzocht voor de uitbreiding van de detailhandelsmogelijkheden die het nieuwe bestemmingsplan op Zanddonk mogelijk maakt.

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

Inhoudsopgave

pagina

1. INLEIDING	3
1.1 Achtergrond en vraagstelling	3
1.2 Onderzoeksgebied	4
1.3 Ladder voor duurzame verstedelijking	4
2. ZANDDONK IN PERSPECTIEF	7
2.1 Inleiding	7
2.2 Kenschets detailhandelsaanbod Zanddonk	7
2.3 De concurrerende woonboulevards	9
2.4 Relevante trends en ontwikkelingen	11
2.5 Perspectief voor Zanddonk	13
3. ONDERBOUWING VERSTERKING DETAILHANDEL ZANDDONK	17
3.1 Kwantitatieve en kwalitatieve mogelijkheden woonboulevard Zanddonk	17
3.1.1 De woonboulevard in de regio	17
3.1.3 GDV-branches	21
3.2 Toepassing Ladder: uitbreiding Woonboulevard Zanddonk	24
3.3 Toepassing Ladder: ABC-goederen	27
3.4 Tot slot	28
4. ONTWIKKELINGSKADERS	29
4.1 Woonbranche	29
4.2 Baby(woon)winkel	31
4.3 Doe-het-zelf	31
4.4 Plant en dier	32
4.5 Bruin- en witgoed (consumentenelectronica)	33
4.6 Fietsen en autoaccessoires	34
4.7 Gespecialiseerde buitensport	36
4.8 ABC-goederen	37
4.9 Leegstand	39
4.10 Beleidskaders	40
4.11 Bevolkingsomvang en -ontwikkeling	42
4.12 Verdieping distributieve uitbreidingsruimte woonbranche	43

BIJLAGEN

Bijlage 1. Kaart Zanddonk - gebiedsaanduiding

Bijlage 2. Overzicht branches en oppervlaktes detailhandel
Woonthema-centrum

Bijlage 3. Panden Waalwijk-centrum 500 – 1.000 m² bvo

1. INLEIDING

1.1 Achtergrond en vraagstelling

De gemeente Waalwijk heeft een nieuw bestemmingsplan “Bedrijventerreinen” opgesteld. Dit bestemmingsplan omvat tevens het ten westen van de kern Waalwijk gelegen bedrijventerrein “Zanddonk”. Hier is de gelijknamige woonboulevard gevestigd langs de centrale Prof. Dr. Kamerlingh Onnesweg. Het nieuwe bestemmingsplan maakt ten opzichte van het vigerende bestemmingsplan een uitbreiding van de verkoopruimte mogelijk, evenals een beperkte brancheverbreiding. Deze uitbreiding is noodzakelijk om (structurele) leegstand op Zanddonk te voorkomen.

Tegen dit bestemmingsplan is beroep ingesteld bij de Raad van State. Een belangrijke beroepsgrond was gericht op het niet op juiste wijze doorlopen van de Ladder voor Duurzame Verstedelijking (art. 3.1.6 lid 2 Besluit ruimtelijke ordening, hierna: de ladder) en meer specifiek dat de effecten voor het centrum van Waalwijk niet goed afgewogen zijn. De Afdeling heeft overwogen dat, rekening houdend met de in het plan opgenomen wijzigings- en afwijkingsbevoegdheden, het grootschalige karakter van de detailhandel als onderscheidend element (zoals benoemd in de gemeentelijke Detailhandelsvisie) onvoldoende tot uitdrukking komt in de planregels. Daarnaast was het begrippenkader in de planregels onvoldoende helder. De Afdeling heeft hierop bepaald dat er alsnog een toetsing aan de ladder plaats moet vinden en dan wel het besluit gewijzigd moet worden door een andere planregeling vast te stellen. Het onderhavige rapport voorziet in voornoemde toetsing aan de ladder.

Daartoe is er voor het gehele plangebied van bestemmingsplan Bedrijventerreinen een analyse gemaakt van verruimde detailhandelsmogelijkheden die mogelijk als ‘nieuwe stedelijke ontwikkeling’ in de zin van het Besluit ruimtelijke ordening (art. 1.1.1) aangemerkt zouden kunnen worden. Geconstateerd is dat er beperkte mogelijkheden gecreëerd zijn ten aanzien van kleinschalige, havengerelateerde detailhandel. Ook zijn de mogelijkheden voor detailhandel in ABC-goederen aangepast ten opzichte van het voorgaande bestemmingsplan¹. Daarnaast zijn de mogelijkheden voor detailhandel op Zanddonk op verschillende onderdelen aangepast ten opzichte van het voorgaande bestemmingsplan. Ter onderbouwing van deze verruiming van de mogelijkheden, voor het plangebied in het algemeen en voor Zanddonk in het bijzonder, is BRO gevraagd een ruimtelijke-functionele effectenanalyse uit te voeren. Daar waar nodig is ook een voorstel voor aanpassing van de bestemmingsvoorwaarden gedaan.

¹ Bestemmingsplan Bedrijventerreinen, 1995

Vraagstelling

Gezien de aard en omvang van de woonboulevard en de uitbreiding zal er mogelijk sprake zijn van gemeente overstijgende effecten. De toepassing van de 'Ladder voor duurzame verstedelijking' in de onderbouwing bij het bestemmingsplan is daarmee verplicht. De vragen in dit kader zijn:

- Wat is de actuele regionale behoefte aan uitbreiding van het detailhandelsaanbod in de relevante branches op bedrijventerrein Zanddonk²?
- Is er sprake van een toename van de leegstand in Waalwijk en regio door het initiatief en wat zijn daarvan de gevolgen voor het woon-, leef en ondernemersklimaat?
- In hoeverre kunnen bestaande leegstaande winkelpanden in het stedelijke gebied het beoogde functionele programma accommoderen, ook rekening houdend met de effecten op de consumentenverzorging en de detailhandelsstructuur?

1.2 Onderzoeksgebied

Bij de analyses is uitgegaan van de regio Hart van Brabant³ en daarnaast de drie tot het Land van Heusden en Altena behorende gemeenten Werkendam, Woudrichem en Aalburg. Dit gebied beslaat geheel Midden Brabant en vormt het regionale verzorgingsgebied van Woonboulevard Zanddonk.

Ook is de concurrentiepositie onderzocht ten opzichte van andere woonboulevards in de omgeving van Waalwijk. Meest relevant zijn de woonboulevards in Breda en Son en Breugel bij Eindhoven, maar ook de kleinere woonboulevards in Tilburg, 's-Hertogenbosch en Oosterhout.

1.3 Ladder voor duurzame verstedelijking

Achtergrond

In zijn algemeenheid wordt steeds meer waarde gehecht aan het zorgvuldig omgaan met het ruimtegebruik. Dit is tevens een belangrijk uitgangspunt bij een in oktober 2012 doorgevoerde wijziging in het Besluit ruimtelijke ordening (Bro). Hierin is vastgelegd dat de toelichting bij een bestemmingsplan/projectafwijking dat een nieuwe stedelijke ontwikkeling mogelijk maakt, moet voldoen aan de systematiek van de 'Ladder voor duurzame verstedelijking'⁴ (hierna te noemen: de ladder).

Zoals gezegd moet de ladder verplicht toegepast worden bij ruimtelijke besluiten die een zogenaamde 'nieuwe stedelijke ontwikkeling' mogelijk maken. In art. 1.1.1 Bro is gedefi-

² Wonen, bruin- en witgoed, doe-het-zelf, tuincentra, (huis)dierbenodigdheden en -voeding, (outdoor) sport en fietsen.

³ Hart van Brabant omvat de gemeenten Dongen, Gilze en Rijen, Goirle, Heusden, Hilvarenbeek, Loon op Zand, Oisterwijk, Tilburg en Waalwijk.

⁴ Eerder ook wel SER-ladder genoemd.

nieerd wat hieronder valt. Een ruimtelijke ontwikkeling van detailhandel valt hier ook onder.

De ladder omvat de volgende stappen:

- a) "Er wordt beschreven dat de voorgenomen stedelijke ontwikkeling voorziet in een actuele regionale behoefte;
- b) indien uit de beschrijving, bedoeld in onderdeel a, blijkt dat sprake is van een actuele regionale behoefte, wordt beschreven in hoeverre in die behoefte binnen het bestaand stedelijk gebied van de betreffende regio kan worden voorzien door benutting van beschikbare gronden door herstructurering, transformatie of anderszins, en;
- c) indien uit de beschrijving, bedoeld in onderdeel b, blijkt dat de stedelijke ontwikkeling niet binnen het bestaand stedelijk gebied van de betreffende regio kan plaatsvinden, wordt beschreven in hoeverre wordt voorzien in die behoefte op locaties die, gebruikmakend van verschillende middelen van vervoer, passend ontsloten zijn of als zodanig worden ontwikkeld."

Trede 0; nieuwe stedelijke ontwikkeling

Grofweg worden er in het bestemmingsplan Bedrijventerreinen 3 verruimingen op het gebied van detailhandel mogelijk gemaakt die potentieel onder de definitie 'nieuwe stedelijke ontwikkeling' zouden kunnen vallen:

1. Kleinschalige, havengebonden detailhandel
2. Aanpassing regeling detailhandel in ABC-goederen
3. Uitbreiding woonboulevard Zanddonk (ruimtelijk en functioneel)

1) Kleinschalige havengebonden detailhandel

Deze detailhandelsmogelijkheid is uitsluitend mogelijk na afwijking van het bestemmingsplan middels een omgevingsvergunning. Aan deze afwijking zijn voorwaarden verbonden. De relevante voorwaarden in dit kader zijn:

1. Het brutovloeroppervlak per vestiging bedraagt niet meer dan 200 m².
2. Het aanbod is afgestemd op de behoefte van de havenrecreanten.
3. Door de verlening van de omgevingsvergunning mogen geen structurele leegstandseffecten ontstaan binnen het centrum van Waalwijk en de regio.

Deze mogelijkheid is dusdanig beperkt en daarnaast juridisch ingeperkt dat er geen sprake is van een detailhandelsontwikkeling van enige omvang zoals bedoeld in artikel 1.1.1 Bro en ook niet anderszins van een 'nieuwe stedelijke ontwikkeling' kan worden gesproken.

2) ABC-goederen

Het feit dat er per saldo voor de ABC-goederen geen toename van de verkoop binnen het plangebied zal zijn, wil niet noodzakelijkerwijs zeggen dat er geen sprake is van een 'nieuwe stedelijke ontwikkeling'. Hiervan is immers sprake als er een nieuwe planolo-

gische ontwikkeling is op een locatie waar dat voorheen niet mogelijk was⁵. In het geval van de afwijkingsbevoegdheid voor ABC-goederen is er sprake van een nieuwe planologische ontwikkeling op een locatie waar het voorheen niet mogelijk was, dus moet deze in beginsel worden getoetst aan artikel 3.1.6, lid 2, Bro. Voor ABC-goederen is dit uitgewerkt in paragraaf 3.3.

3) Uitbreiding woonboulevard Zanddonk

In de volgende hoofdstukken van onderhavige rapportage wordt nader ingegaan op de uitbreiding van de woonboulevard Zanddonk. De Ladder wordt op dit punt in paragraaf 3.2 doorlopen.

Trede 1: Actuele regionale behoefte

De eerste stap in de ladder is dat er wordt beschreven dat de voorgenomen stedelijke ontwikkeling voorziet in een actuele regionale behoefte. Hierbij kan het gaan om zowel kwantitatieve als kwalitatieve aspecten⁶.

Trede 2: Benutting bestaande panden en leegstand

Specifiek voor trede 2 is in de toelichting bij het betreffende Bro-artikel aangegeven dat het bij detailhandel moet gaan om het aangeven in hoeverre bestaande leegstaande winkelpanden via transformatie of herstructurering het initiatief zouden kunnen huisvesten. Gesteld kan worden dat grootschalige zaken in de relevante, doelgericht bezochte branches door hun omvang en benodigde parkeervoorzieningen een dusdanig groot ruimtebeslag kennen dat een inpassing in bestaande reguliere winkelcentra vaak niet mogelijk is of slechts tegen dusdanig hoge kosten dat er geen sprake kan zijn van een rendabele exploitatie. Dit is overigens een van de redenen dat onder meer de woonwinkels, bouwmarkten en tuincentra zich in Nederland al lang op perifere locaties willen vestigen, meestal op bedrijventerreinen.

Trede 3: Multimodale ontsluiting

Trede 3 van de Ladder is in het geval van dit plan niet aan de orde omdat de locatie in stedelijk gebied ligt.

⁵ Zie ECLI:NL:RVS:2014:307 en ECLI:NL:RVS:2014:340, r.o. 6.6., als ook de noot van Kortmann bij BR 2014/54 en van Van Bommel bij JM 2014/83.

⁶ Bron: Nota van Toelichting bij het besluit, p. 49-51 (Staatsblad 2012, 388).

2. ZANDDONK IN PERSPECTIEF

2.1 Inleiding

Het overgrote deel van het op “doelgerichte” winkelaanbod in Waalwijk is gevestigd op bedrijventerrein Zanddonk. Daarmee vervult dit bedrijventerrein een belangrijke functie binnen de detailhandelsstructuur van deze gemeente. Door de aanwezigheid van de Woonboulevard reikt de functie echter nog veel verder: de bezoekers komen uit geheel Midden Brabant en ook van daarbuiten.

Met de realisatie van meerdere grote en kleine woonboulevards en PDV-locaties elders in Noord-Brabant, heeft de Waalwijkse woonboulevard wel aan uniciteit en bovenregionale uitstraling ingeboet. Om op z'n minst haar huidige positie in het detailhandelslandschap te behouden, zal Woonboulevard Zanddonk ook in moeten spelen op de landelijke en regionale veranderingen in vraag en aanbod. Dat geldt ook voor het overige winkelaanbod op het bedrijventerrein. Het thans vigerende bestemmingsplan biedt hiervoor geen mogelijkheden. Het nieuwe bestemmingsplan biedt die mogelijkheden wel.

In dit hoofdstuk wordt ingegaan op de wijze waarop dit vorm gegeven is en waarom een verruiming van de mogelijkheden ten opzichte van het huidige bestemmingsplan noodzakelijk is. Begonnen wordt echter met een korte beschrijving van de uitgangssituatie.

2.2 Kenschets detailhandelsaanbod Zanddonk

De tot Woonboulevard Zanddonk behorende winkels zijn grotendeels gelegen ten zuiden van de Kamerlingh Onnesweg; aan de noordzijde bevinden zich slechts drie zaken. Aan de zuidzijde van deze weg zijn de belangrijkste publiekstrekkers gevestigd, te weten Piet Klerkx (ca. 20.000 m² wvo) en Woonexpress (ca. 6.500 m² wvo). De meeste overige winkels zijn gelegen langs de aanpalende Prof. Zeemanweg.

In de nabijheid van de woonboulevard bevinden zich elders op het bedrijventerrein nog twee bouwmarkten (Gamma en Karwei) en een Boerenbondwinkel. Aan de noordkant van het bedrijventerrein zijn meerdere garagebedrijven gevestigd.

De omvang van de winkels varieert sterk. De meeste winkels zijn grootschalig, maar er zijn ook meer kleinschalige winkels aanwezig. Zo kent de woonbranche een zevental winkels met een winkelverkoopoppervlakte van minder dan 1.000 m² wvo. In totaal gaat het om ca. 4.500 m² wvo (= ca. 5.500 m² bvo).

Het betreft de volgende zaken:

- Carpetright woningtextiel 460 m² wvo
- Prominent meubelen 666 m² wvo
- Beter bed slaapkamerinrichting 764 m² wvo
- Bruynzeel keukens 907 m² wvo
- Beddenreus slaapkamerinrichting 456 m² wvo
- Top vloeren 556 m² wvo
- Rofra Home meubelen 750 m² wvo

Uit het overzicht komt naar voren dat het met name om meer gespecialiseerde winkels gaat.

Sinds 2007 is de omvang van de verkoopruimte op de woonboulevard vrijwel gelijk gebleven. Er staat 1 winkelpand leeg (1.400 m² wvo). Dit solitaire pand bevindt zich helemaal aan de zuidzijde van het bedrijventerrein, op grote afstand van de centrale winkel.

Een sterk punt van de woonboulevard is de aanwezigheid van een grootschalige, bijzondere trekker (Piet Klerkx). Op de woonboulevard zijn vrijwel alleen woonwinkels aanwezig. Dit woonaanbod wordt echter sterk gedomineerd door woonwarenhuizen en er zijn relatief weinig speciaalzaken. Hiermee is sprake van een sterke monofunctionaliteit. Zanddonk kijkt op dit punt af van de concurrerende woonboulevards, waar een meer gevarieerd aanbod aanwezig is.

Tabel 2.1: Winkelaanbod Woonboulevard en Zanddonk totaal

Branche	Aantal verkooppunten	m ² wvo	Gemiddelde schaal
Tuinmeubelen	1	2.000	2.000
Deur/kozijn	1	50	50
Slaapkamer/Bed	3	4.108	1.369
Keukens	1	907	907
Meubelen	4	5.516	1.379
Woonwarenhuis*	4	31.047	7.762
Keukens/Badkamers	1	4.189	4.189
Parket/laminaat	1	550	550
Woningtextiel	2	1.942	971
Totaal Woonboulevard	18	50.309	2.795
Bouwmarkt	2	6.039	3.020
Tuinartikelen	1	2.052	2.052
Totaal Zanddonk	21	58.400	2.781

Bron: Locatus, Peildatum december 2013

* Inclusief Piet Klerkx en Woonexpress

2.3 De concurrerende woonboulevards

In de omgeving van Waalwijk zijn verschillende woonboulevards te vinden, waaronder enkele met een (boven)regionale functie. De belangrijkste concurrenten bevinden zich in Breda en Son en Breugel bij Eindhoven, maar ook in Tilburg, 's-Hertogenbosch en Oosterhout zijn woonboulevards aanwezig.

De woonboulevards in Breda en Son en Breugel hebben een bovenregionaal verzorgingsbereik. Ekkersrijt behoort met het onlangs vernieuwde Meubelplein (met BCC) tot de grootste woonboulevards van Nederland. Grote trekker hier is IKEA met 34.500 m² wvo, en er komt nog een Media Markt bij. Op de woonboulevard in Breda is IKEA ook gevestigd, evenals Media Markt en BCC.

De woonboulevards in Oosterhout, Tilburg en 's-Hertogenbosch zijn kleiner, maar liggen wel dichterbij Waalwijk. Woonwarenhuizen en bouwmarkten vormen een belangrijk onderdeel van het aanbod, maar echt grote publiekstrekkers ontbreken. Wel komt er op de Bossche Woonboulevard onder meer een Media Markt bij (en mogelijk ook een BCC). Hiermee vergroot deze woonboulevard haar bovenlokale aantrekkingskracht. De woonboulevards van Tilburg en Oosterhout zijn vooral lokaal-verzorgend. Navolgend is de omvang en branchering van de woonboulevards in tabelvorm weergegeven.

Uit het overzicht blijkt duidelijk het beperkte aanbod aan meubelspecialzaken op Zanddonk ten opzichte van de twee grootste concurrenten. Ook is er in tegenstelling tot de woonboulevards geen baby(woon)zaak of electro-aanbod aanwezig.

Op de omringende woonboulevards zijn momenteel geen fietsenzaken⁷ aanwezig en nauwelijks buitensportaanbod. Beide branches passen prima in het thema "wonen, in & om het huis en buitenleven". De woonboulevard kan zich op dit punt eventueel onderscheiden. Opvallend is verder de aanwezigheid van de branche huishoudelijke artikelen (bijvoorbeeld partijenwinkel Action in Oosterhout).

⁷ Vestiging is bestemmingsplanmatig wel mogelijk in Breda en 's-Hertogenbosch.

Tabel 2.2: Detailhandelsaanbod woonboulevards

	Kruisvoort (Breda)		Ekkersrijt (Son en Breugel)		Bossche Boulevard (’s-Hertogenbosch)		Woonboulevard Oosterhout		Leypark (Tilburg)	
	a.w.	m² wvo	a.w.	m² wvo	a.w.	m² wvo	a.w.	m² wvo	a.w.	m² wvo
Babywoonwinkel	1	1.292	1	4.520	1	1.975	-	-	2	4.531
Slaapkamer/bed	5	4.269	6	5.689	3	3.070	3	2.070	2	2.000
Keukens	1	1.100	5	4.450	3	3.603	1	2.330	-	-
Meubelen	16	21.828	14	31.445	6	9.897	2	5.905	2	3.050
Woonwarenhuis	5	23.658	5	43.594	4	8.946	-	-	2	4.594
Keukens/badkamers	3	2.302	4	3.311	2	1.425	-	-	-	-
Verlichting	2	1.561	1	1.200	-	-	-	-	-	-
Woninginrichting	1	1.200	-	-	-	-	-	-	-	-
Woningtextiel	2	1.442	2	2.960	1	800	2	1.593	-	-
Sanitairmaterialen	-	-	-	-	2	861	-	-	-	-
Tuincentrum	1	4.669	-	-	-	-	-	-	-	-
Tuinmeubelen	1	822	-	-	1	264	-	-	-	-
Verf/behang	-	-	-	-	1	500	-	-	-	-
Bouwmarkt	-	-	2	7.140	1	5.700	1	1.745	1	1.800
Dierenspecialzaak	1	1.049	-	-	-	-	-	-	-	-
Telecom	1	915	-	-	-	-	-	-	-	-
Electro	2	4.752	1	1.050	-	-	2	1.998	1	550
Huish. en luxe art.	1	950	1	575	-	-	1	903	-	-
Sport speciaal	-	-	-	-	-	-	-	-	1	162
Automaterialen	-	-	-	-	-	-	-	-	1	745
Tweedehands div.	-	-	-	-	1	1.100	-	-	-	-
Totaal	43	71.809	42	105.934	26	38.141	12	16.544	12	17.432

a.w. = aantal winkels

Plannen en initiatieven

Een zeer groot deel van de plannen voor nieuwe verkoopruimte in de niet-dagelijkse sector in Noord-Brabant heeft betrekking op (thematische) ontwikkelingen op perifere locaties⁸. De belangrijkste plannen voor versterking van de woonboulevards in de omgeving van Waalwijk zijn:

- Het AaBé Complex in Tilburg wordt herontwikkeld tot een retailpark. Het project wordt 27.000 m² groot met een retailcenter op het gebied van wonen en een buurtwinkelcentrum. Het buurtwinkelcentrum is eind 2014 gereed, de overige delen zijn eind 2015, medio 2016 gereed. In het vernieuwde AaBé komen onder meer vestigingen van Lidl, Jumbo en Blokker, Big Bazar, Xenos, Kruidvat, Beter Bed en Intertoys.
- Aan de westzijde van Tilburg zal mogelijk Landgoed de Groene Kamer ontwikkeld worden. Het betreft een centrum rondom het thema groen en buitenleven. Hoofdele-

⁸ BRO heeft de plannen en initiatieven geïnventariseerd in het kader van het opstellen van de Detailhandelsfoto's voor Hart van Brabant en Noordoost-Brabant, het actualiseren van de detailhandelsvisie voor West-Brabant en het opstellen van een visie voor Zuidoost-Brabant (stedelijk gebied).

ment is een grootschalig tuincentrum, maar er komt ook enig gespecialiseerd winkel-aanbod op het gebied van outdoorsport.

- Het vernieuwde Meubelplein op de woonboulevard Ekkersrijt (in Son en Breugel) is inmiddels opgeleverd. Wel zijn er nog plannen voor een verdere uitbreiding van Ekkersrijt. De vestiging van een Media Markt van ca. 4.000 m² wvo is inmiddels definitief.
- In Breda spelen diverse plannen, zoals de Bavelse Berg (themacentrum outdoorsport met onder meer Decathlon en vermaak, in totaal 11.500 m² bvo) en de uitbreiding van de woonboulevard (fase 5; ca. 3.200 m² bvo in principe is electro, fietsen, etc. mogelijk).
- 's-Hertogenbosch: De Bossche Boulevard wordt gedeeltelijk geherstructureerd en er vindt ook een uitbreiding van het aanbod plaats. Daarbij wordt tevens een beperkte brancheverbreiding ten opzichte van de klassieke PDV-branches toegestaan (consumentenelectronica, fietsen, kampeerartikelen). Bekend is dat er enkele nieuwe woonzaken bij komen en wellicht twee electrozaken.
- Oosterhout De Meerstoel: Er zijn wel initiatieven geweest voor een uitbreiding van het aanbod maar momenteel zijn er geen concrete plannen bekend.

Conclusie

In vergelijking met de woonboulevards in de directe omgeving heeft de woonboulevard in Waalwijk zich veel minder kunnen vernieuwen en daardoor is haar concurrentiepositie ten opzichte van de belangrijkste concurrenten verminderd. Aangezien de meeste concurrenten zich binnenkort nog verder gaan versterken, zal de concurrentiepositie nog moeilijker worden, met als gevolg een toenemend risico op leegstand op de woonboulevard.

2.4 Relevante trends en ontwikkelingen

Er is een aantal landelijke trends te benoemen die bepalend zullen zijn voor de ontwikkeling van de detailhandelsstructuur en de sturing daarop. De voor het perspectief van Zanddonk belangrijkste trends en ontwikkelingen zijn:

- De sinds 2008 heersende economische crisis en de malaise op de woningmarkt hebben er toe geleid dat de detailhandelsbestedingen in de niet-dagelijkse artikelensector zijn gedaald. Met name branches die woongerelateerd zijn (woninginrichting, doe-het-zelf, tuin, consumentenelectronica) hebben veel moeten inleveren. Positief is dat er tekenen van economisch herstel zijn, de woningmarkt weer aantrekt en dat het consumentenvertrouwen aanzienlijk gestegen is. Met name de bouwmarkten en tuincentra hebben in het eerste half jaar van 2014 hun omzet al weer zien stijgen. Specifiek voor de woonbranche geldt dat veel vervangingsaankopen uitgesteld zijn, en dat daarom ook verwacht mag worden dat de markt weer zal aantrekken. Een negatief punt is dat de investeringsmogelijkheden bij veel ondernemingen in deze branche ge-

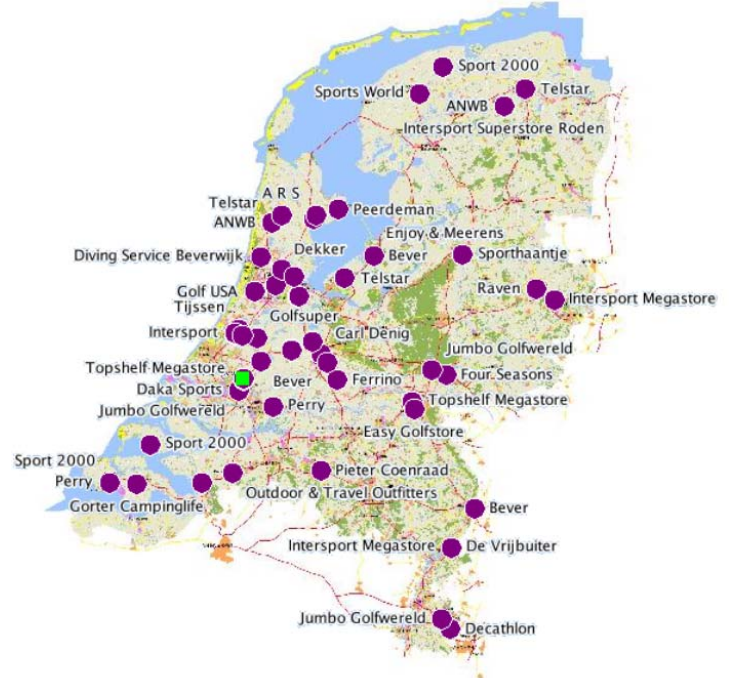
ring zijn (de eigen reserves zijn uitgeput en banken zijn zeer terughoudend met het verstrekken van financiering).

- De verwachting is dat het internet zich de komende jaren als volwaardig aankoopkanaal gaat ontwikkelen waardoor de online detailhandelsbestedingen verder zullen gaan stijgen. Hoewel de effecten nog moeilijk te overzien zijn, staat het buiten kijf dat hierdoor minder detailhandelsomzet in de winkels terecht gaat komen, dat er een toenemende vraag zal zijn naar internetafhaalpunten en dat het voor ondernemers een kans waar op in moet worden gespeeld door midden van een multi-channel strategie. Specifiek voor de klassieke PDV-branches (wonen, keukens/badkamers, bouwmarkt, tuincentrum) geldt dat de bestedingen via internet nog maar heel gering zijn en verwacht wordt dat ze slechts in bescheiden mate zullen stijgen. Bij GDV-branches als bruin- en witgoed en sport is het aandeel momenteel al hoog en er wordt nog een aanzienlijke stijging verwacht.
- Vanwege verschillende demografische veranderingen, zoals de vergrijzing, de toenemende culturele diversiteit en de gezinsverdunding, zal het koopgedrag van de consument gaan veranderen. Bijvoorbeeld winkelgebieden die goed bereikbaar zijn en service en kwaliteit bieden, zullen populair zijn onder ouderen. Een- en tweepersoonshuishoudens hebben een ander bestedingspatroon dan gezinnen. Op dergelijke ontwikkelingen dienen winkelgebieden en retailers te anticiperen.
- Een deel van de perifere winkelgebieden in Nederland functioneert momenteel matig en hier neemt de leegstand toe. Het zijn vooral de kleinere en onduidelijke geprofileerde woonboulevards en andere perifere clusters die hier mee te maken hebben: de meeste grote perifere winkelgebieden functioneren relatief goed en hebben ook het meeste perspectief.
- De concurrentie tussen winkelgebieden neemt toe omdat de consument steeds hogere eisen gaat stellen aan aanbodkwaliteit, keuzemogelijkheid, prijsstelling, bereikbaarheid en parkeren en beleving en vermaak. De consument is steeds minder trouw aan haar aankooplocaties, ook vanwege de toegenomen mobiliteit. Hierdoor is er sprake van een toenemende polarisatie tussen winnaars en verliezers, zowel op het niveau van individuele winkels als winkelgebieden.
- De vraag naar schaalvergroting en netwerkverdichting van filiaalbedrijven zet door. Bij een deel van de aanbieders resulteert dit ook in een vraag naar vestiging op perifere locaties.
- Met de moeilijke marktomstandigheden op veel Nederlandse woonboulevards neemt de roep voor brancheverbreiding op perifere locaties toe (doelgericht bezochte branches als dibevo, bruin- en witgoed, rijwielen, sport). Onder meer electronicazaken en (buiten)sportwinkels worden beschouwd als nieuwe trekkers die een positieve invloed kunnen hebben op de bezoekersaantallen. De bijgevoegde kaarten geven aan dat in bruin- en witgoed en (buiten)sport al veel grootschalige winkels op perifere locaties gevestigd zijn.

Bruin- en witgoed op perifere locaties in Nederland



Sportdetailhandel op perifere locaties in Nederland



- De consument is tijdens het winkelen steeds meer op zoek naar vertier, ontspanning en beleving. Dit geldt vooral voor een bezoek aan een binnenstad, maar ook steeds meer voor ondersteunende en perifere winkelgebieden. Door detailhandel te combineren met leisure (horeca, kinderspeelhal, etc.) wordt doorgaans de verblijfsduur verlengd. In z'n algemeenheid heeft een langere verblijfsduur een positief effect op de bestedingen in een winkelgebied.

Conclusie

In tegenstelling tot de meeste omringende woonboulevards heeft Zanddonk de afgelopen jaren nauwelijks ingespeeld op de veranderingen in vraag en aanbod met betrekking tot perifere winkelgebieden.

2.5 Perspectief voor Zanddonk

Versterking noodzakelijk

Uit het voorgaande komt naar voren dat Zanddonk niet is mee geëvolueerd met de landelijke en regionale ontwikkelingen rondom (grotere) woonboulevards, en dat als dat niet gebeurt, de concurrentiepositie verder zal verslechteren. Dat kan tot het uitblijven van vernieuwing leiden en zelfs tot een verschraving van het aanbod.

Met het oog hierop heeft de gemeente Waalwijk al in 2012 in haar beleid⁹ aangegeven dat gestreefd wordt naar een uitbouw van de Woonboulevard naar een meer compleet perifeer winkelgebied gericht op doelgericht aankopen doen. Hierbij wordt ingezet op een functionele versterking, die op haar beurt bij kan dragen aan een ruimtelijke versterking. De randvoorwaarden om dit te bereiken zijn aanwezig in de vorm van de bekendheid, de aanwezigheid van grootschalige trekkers, zicht vanaf een doorgaande route, een goede autobereikbaarheid uit een ruime regio via de A59 en de aangepaste N261 en de afstand tot Breda en Ekkersrijt.

Functionele versterking

Om de noodzakelijke functionele versterking te bewerkstelligen, is er voor gekozen de huidige monofunctionaliteit te doorbreken en het oorspronkelijke woonthema te verbreden tot het hoofdthema "wonen, in & om het huis en buitenleven". Daarbij wordt ingezet op het mogelijk maken van een uitbreiding van het aantal gespecialiseerde woonwinkels. Daarnaast wordt binnen en gerelateerd aan het hoofdthema, deels onder voorwaarden, de vestiging van de volgende soorten winkels of branches op en/of in de nabijheid van de woonboulevard mogelijk gemaakt:

Perifere detailhandelsvestigingen (PDV)

- Bouwmarkten en andere aanbieders van doe-het-zelfartikelen.
- Tuincentra (inclusief dierenbenodigdheden en -voeding) en andere aanbieders van tuinartikelen.
- Detailhandel in volumineuze artikelen zoals haarden, zwembaden, tuinhuisjes, etc.

Grootschalige detailhandelsvestigingen (GDV)

- Bruin- en witgoedzaken (consumentenelectronica).
- (Huis)dierenspecialzaak.
- Gespecialiseerde buitensportzaken zoals tenten en kampeerartikelen, ruitersport, watersport.
- Baby(woon)winkel.
- Rijwielen.

Voor de exacte indeling verwijzen wij naar de bijlage 2.

Versterking binnen grenzen

Behalve het vergroten van de variëteit aan winkelaanbod en daarmee het verhogen van de aantrekkelijkheid van het winkelgebied, zijn uitgangspunten voor de versterking:

- Zo veel mogelijk ruimtelijk concentreren in en bij de huidige woonboulevard.
- Schaalvergroting faciliteren.
- Complementariteit met en zo min mogelijk negatieve effecten voor centrum Waalwijk.

⁹ Detailhandelsvisie Waalwijk, sept. 2012

In het kader van deze uitgangspunten zijn behalve de branchebeperkingen ook minimumeisen gesteld aan de omvang van de winkels en daarnaast maxima aan de totaal mogelijk toe te voegen winkelruimte. Voor de klassieke branche wonen is een minimummaat van 1.000 m² bvo aangehouden en daarnaast is ook de ruimte geboden voor de vestiging van een beperkt aantal kleinere zaken (minimummaat 500 m² bvo)¹⁰. Dit laatste is ingegeven door feit dat een uitbreiding van het aanbod met speciaalzaken gewenst is en veel gespecialiseerde woonwinkels gewoonlijk kleiner zijn dan 1.000 m² bvo. Daarnaast zijn er al kleinere zaken aanwezig op de woonboulevard waardoor deze speciaalzaken goed passen bij het bestaande aanbod. Voor woonwinkels die kleiner zijn dan 500 m² bvo blijft Waalwijk-centrum het aangewezen vestigingsmilieu.

Voor de PDV-branches doe-het-zelf, tuin en volumineuze artikelen, die zich al sinds jaar en dag buiten winkelcentra mogen vestigen, is een minimummaat van 1.000 m² bvo aangehouden. Met deze maatvoering is het ook voor meer gespecialiseerd winkelaanbod mogelijk om zich te vestigen. Voor de overige, nieuw toegevoegde GDV-branches gaat het om 1.500 m² bvo. Grootschaligheid vormt hiervoor het uitgangspunt en landelijk wordt deze maat vaak voor grootschalig aanbod op perifere locaties aangehouden. Met deze insteek wordt bereikt dat kleinschalig winkelaanbod in deze branches zich in de bestaande winkelcentra zal moeten blijven vestigen.

Voor de verschillende branches zijn op basis van de analyses met betrekking tot de distributieve mogelijkheden, de marktontwikkelingen (o.a. gebruikelijke maatvoering grootschalige winkels) en de eventuele effecten op de consumentenverzorging en de detailhandelsstructuur, de volgende maximale uitbreiding bepaald. De onderbouwing hiervoor is neergelegd in de volgende hoofdstukken. De maximale uitbreidingsmogelijkheden per branche zijn als volgt:

Tabel 2.3: Maximale uitbreidingsmogelijkheden branches

Wonen	10.000 m ² bvo
Baby(woon)artikelen	4.000 m ² bvo
Doe-het-zelf	4.000 m ² bvo
Bruin- en witgoed	4.000 m ² bvo
Tuin	10.000 m ² bvo
(Huis)dierenspeciaalzaak	2.000 m ² bvo
Gesp. buitensport	4.000 m ² bvo
Rijwielen	2.000 m ² bvo
Volumineus	4.000 m ² bvo
Totaal	44.000 m² bvo

Er van uitgaande dat de winkelverkoopoppervlakte (wvo) gemiddeld 80% van de bedrijfsruimte (bvo) uit maakt, komt de maximaal mogelijke toevoeging uit op ca. 35.000 m² wvo. Dat lijkt een aanzienlijke uitbreiding, maar deze is op kwantitatieve en/of kwalitatieve

¹⁰ Het gaat hierbij nadrukkelijk niet om huishoudelijke artikelenzaken of partijenwinkels met ook woonartikelen in het assortiment.

gronden goed te onderbouwen, zoals uit navolgende hoofdstukken blijkt. In veel branches wordt de facto ook maar de vestiging van één of hooguit twee grootschalige zaken mogelijk gemaakt. Indien de maximale mogelijkheden daadwerkelijk worden benut, dan is de omvang van de woonboulevard vergelijkbaar met Breda en blijft iets achter bij Ekkersrijt. Daarmee beschikt Noord-Brabant (weer) over drie woonboulevards met een (boven)regionale functie, goed verdeeld over het westen, midden en oosten van de Provincie.

Vanuit de concentratiegedachte, de bijdrage aan de verlevendiging van de woonboulevard en de ruimtelijke mogelijkheden, zijn alle branches/soorten winkels bestemmingsplanmatig rechtstreeks toegelaten in het centrale woonthematicentrumgebied. Voor een gebied ten noorden van het themacentrum is een wijzigingsbevoegdheid voor alle genoemde branches/soortenwinkels in het bestemmingsplan opgenomen. Ten slotte is voor het gedeelte van het bedrijventerrein ten zuiden van de woonboulevard de vestiging van alle genoemde branches/soortenwinkels via een afwijkingsprocedure mogelijk, met uitzondering van de tot de woonbranche behorende winkels. Bij deze laatste groep staat kijken en vergelijken namelijk voorop en daarvoor wordt een zo optimaal mogelijke concentratie op de woonboulevard nagestreefd.

3. ONDERBOUWING VERSTERKING DETAILHANDEL ZANDDONK

3.1 Kwantitatieve en kwalitatieve mogelijkheden woonboulevard Zanddonk

Uit hoofdstuk 2 blijkt dat het noodzakelijk is de woonboulevard Zanddonk functioneel te versterken. Om dat te bereiken is gekozen voor een brancheverbreiding naar het hoofdthema 'wonen, in & om het huis en buitenleven' en door in te zetten op een voorkeursvolgorde voor de locatiekeuze. Bij vestiging van detailhandel in het kader van uitbreiding/versterking van de woonboulevard, is daarvoor in het bestemmingsplan de volgende voorkeursvolgorde geregeld:

1. Woonthema-centrum: groene arcering op kaart bijlage 1.
2. Gebied met wijzigingsbevoegdheid: groen gekruiste arcering op de kaart.
3. Gebied met afwijkingsbevoegdheid: rode omlijning op de kaart (met uitzondering van de woonbranche).

In Hoofdstuk 4 is een analyse per branche gemaakt van de kwantitatieve ontwikkelingsmogelijkheden voor de relevante branches en enkele andere relevante trends en ontwikkelingen. Navolgend wordt in samengevatte vorm per branche aangegeven wat de mogelijkheden voor en effecten van een uitbreiding van het detailhandelsaanbod op Zanddonk zijn en daarbij wordt tevens ingegaan op de kwalitatieve aspecten.

3.1.1 De woonboulevard in de regio

De woonbranche vormt de kern van de woonboulevard en dit zal ook met het nieuwe bestemmingsplan zo blijven. Beleidsmatig is hier door de gemeente Waalwijk ook op ingezet. Qua omvang van de verkoopruimte behoort Zanddonk tot de grotere woonboulevards in Noord-Brabant. Het sterke pluspunt vormt de aanwezigheid van een zeer groot-schalige trekker in de woonbranche (Piet Klerks/ Woonexpress), maar verder onderscheidt Zanddonk zich vooral in negatieve zin van de andere grote Brabantse woonboulevards:

- Het aantal woonwinkels is relatief klein evenals het aantal gespecialiseerde woonwinkels. Diverse subbranches ontbreken of zijn zwak vertegenwoordigd. De keuzemogelijkheden voor de consument zijn daarmee relatief beperkt.
- Het verblijfsklimaat op de woonboulevard is, mede door de ruimtelijke opzet, matig.
- In tegenstelling tot alle andere grote woonboulevards, maar ook het kleinere De Meerstoel in Oosterhout, is er geen bruin- en witgoed aanbod aanwezig. Dergelijke relatief bezoekersintensieve winkels dragen sterk bij aan de levendigheid op woonboulevards.
- De bouwmarkten en boerenbondwinkel liggen afzijdig van de woonwinkels.

De omringende grotere woonboulevards hebben zich versterkt of gaan dat binnenkort doen. Zanddonk bevindt zich al in een achterstandssituatie en als dit cluster zich niet aanpast aan de verander(en)de concurrentieverhoudingen, dan zal de consument steeds uitwijken naar andere, modernere woonboulevards. De kans op leegstand neemt daarmee toe, hetgeen weer een negatieve impact zal hebben op de uitstraling van de woonboulevard. Er gaat dan een negatieve spiraal ontstaan waarbij het steeds moeilijker wordt om er uit te komen omdat investeringen zullen uitblijven. Wat bij dit scenario uiteindelijk zal resteren is een PDV-cluster met een beperkt aanbod in verspreid gelegen panden. Daarmee zal de consumentenverzorging in Waalwijk en ruime omgeving een forse stap terug doen. Aangezien Zanddonk dé regionaal-verzorgende woonboulevard voor Midden-Brabant is, en dat vanwege de beperkte versterking van Leypark in Tilburg ook kan blijven, is daarmee een actuele regionale behoefte aanwezig voor de in het bestemmingsplan voorziene stedelijke ontwikkeling.

Binnen de regio neemt het aantal inwoners de komende jaren nog toe met ca.17.600 inwoners. Daarmee neemt het consumentendraagvlak voor winkelveorzieningen ook toe. Tegelijkertijd zal de omvang van het winkelaanbod in veel branches “autonoom” afnemen door bijvoorbeeld het feit dat ondernemers er vanwege de leeftijd mee stoppen en er geen opvolging is. Er ontstaat dus een zekere distributieve ruimte voor nieuwe winkelontwikkelingen. Hier staat echter tegenover dat eveneens wordt verwacht dat de detailhandelsbestedingen de komende jaren verder zullen dalen als gevolg van het toenemend gebruik van internet als aankoopkanaal.

Een consequentie van de geschetste ontwikkelingen is dat een versterking van woonboulevard Zanddonk wel effecten kan hebben op bestaande aanbieders. In algemene zin zal dat echter geen onaanvaardbare negatieve effecten op de consumentenverzorging of detailhandelsstructuur hebben. Zo er al bestaand aanbod verdwijnt dan zal dat vooral nu vanuit de structuur bezien ongunstig gevestigd aanbod zijn. Het betreft in het geval van de “doelgericht bezochte” PDV- en GDV-branches vaak zaken die op verspreide locaties gevestigd zijn, bijvoorbeeld op bedrijventerreinen. Per saldo zijn de effecten op de regionale winkelstructuur daarmee positief, want de consument krijgt er een meer geconcentreerd winkelaanbod voor terug.

Voor effecten op de concurrerende grote woonboulevards hoeft niet gevreesd te worden omdat deze clusters ieder een eigen groot en groeiend primair en secundair verzorgingsgebied kennen. Zij zullen alleen iets minder koopkracht uit Midden Brabant gaan trekken, maar dit is juist de ambitie van het regionale detailhandelsbeleid van “Hart van Brabant” (zie par. 4.10).

Navolgend gaan we op de mogelijkheden en effecten per branche in.

3.1.2 Wonen en overige PDV-branches

Woonbranche

Versterking aanbod

In totaliteit kent deze branche in de regio een omvang die ca. 6% beneden het landelijke gemiddelde ligt. Dit geeft aan dat er wellicht distributieve ruimte is voor een uitbreiding van het aanbod. Ook uitgaande van het huidige functioneren van het aanbod op Zanddonk en een versterking van het aanbod een uitbreidingsruimte te berekenen van ca. 8.300-10.400 m² wvo (= maximaal ca. 13.000 m² bvo). Er van uitgaande dat het grootste deel van deze ruimte gerealiseerd dient te worden in het regionaal-verzorgende themacentrum Woonboulevard Zanddonk, is een uitbreiding hier met maximaal 10.000 m² bvo goed te verantwoorden.

Hiervan mag maximaal 3.000 m² bvo ingevuld worden met winkels met een oppervlakte van 500 – 1.000 m² bvo. Op deze wijze wordt een grotere differentiatie van het woonaanbod door middel van de vestiging van speciaalzaken mogelijk gemaakt, zonder daarmee afbreuk te doen aan de grootschaligheid die Zanddonk kenmerkt. .

In kwalitatief opzicht is een dergelijke versterking met name nodig om binnen deze branche de variëteit in het aanbod naar marktsegment en specialisatie sterk te verbeteren. In vergelijking met de woonboulevards van Breda en Ekkersrijt vormt de samenstelling van het woonaanbod momenteel een zwak punt van Zanddonk. Met genoemd metrage kan kwalitatieve versterking bereikt worden. Het toevoegen van meer woonwinkels kan ook bijdragen aan een verbetering van de omgevingskwaliteit (aantrekkelijker verblijfsklimaat door meer winkels met een externe presentatie).

In het centrum van Waalwijk hebben ca. 14 winkelpanden een omvang tussen de 500 en 1.000 m² bvo (zie bijlage 3). Dit is een klein aandeel van het totaal aantal winkelpanden in het centrum (ca. 7%). Beleidsmatig zijn bovendien in deze panden winkels met een meer recreatief karakter gewenst, passend bij het profiel van het centrum. Winkels op het gebied van wonen hebben een meer doelgericht karakter en zijn beleidsmatig juist gewenst op Zanddonk.

Bovenregionale effecten versterking Zanddonk

De versterking van Zanddonk is gericht op het vergroten van de aantrekkingskracht, op consumenten binnen maar ook buiten de regio. Het ligt in de rede te veronderstellen dat eventuele negatieve effecten zich hierdoor spreiden over een relatief groot gebied en veel woonaanbieders/-boulevards. Aangezien de consument gewoonlijk meerdere woonaanbieders bezoekt alvorens (duurdere) woonartikelen aan te schaffen, deze woonboulevards ieder een eigen marktgebied hebben, er diverse plannen ter versterking van deze woonboulevards zijn en er hier nog sprake zal zijn van bevolkingsgroei, zullen de effecten

op het functioneren van deze woonboulevards ten gevolge van de uitbreiding van het woonaanbod op Zanddonk te verwaarlozen zijn.

Regionale effecten

Door het uitbreiden van het woonaanbod op Zanddonk kan de regionale verzorgingsfunctie versterkt worden. De dynamiek wordt gefaciliteerd en de consument wordt uiteindelijk beter bediend. Consumenten die immers meer keuzemogelijkheden willen, zullen dit nu buiten de regio doen (grotere woonboulevards). Het gaat dus vooral om de ombuiging van koopstromen, waardoor minder omzet af zal vloeien. Desalniettemin kan een consequentie van de uitbreiding zijn dat een deel van het nu in de regio ongunstig gesitueerd of verouderd aanbod in de branche verdwijnt. Dit is echter ook deels een autonoom proces, dat door uitbreiding van het woonaanbod op Zanddonk en de andere grote en grotere woonboulevards versneld wordt. Er is al geruime tijd sprake van een ruimtelijke concentratie van woonaanbod op perifere winkelclusters. Voor de structuur is deze ontwikkeling niet ongunstig; de consument krijgt immers de beschikking over modern aanbod geclusterd op bestaande, goed bereikbare en bekende locaties.

Lokale effecten

Het Waalwijkse woonaanbod is al heel lang voor het overgrote deel geconcentreerd op Zanddonk. De woonwinkels die zich elders in Waalwijk bevinden, functioneren met dit gegeven. Zij trekken autonoom klanten door zich te richten op specifieke doelgroepen, hun naamsbekendheid of specifieke locatiekwaliteiten. Versterking van het woonaanbod op Zanddonk zal niet direct een negatieve invloed hebben op het functioneren van dat aanbod; hun functioneren wordt veel meer beïnvloed door meer algemene en/of branchespecifieke trends en ontwikkelingen in vraag en aanbod. De winkels in het Waalwijkse centrum hebben bovendien overwegend een meer recreatief karakter, terwijl de woonwinkels op Zanddonk vooral doelgericht bezocht worden: in dat opzicht zijn ze complementair en kunnen goed naast elkaar bestaan. Het onverhoopt verdwijnen van woonaanbod buiten het centrum van Waalwijk betekent geen aantasting van de Waalwijkse detailhandelsstructuur.

Een versterking van Zanddonk zal naar verwachting resulteren in meer bezoekers van buiten de stad. Dit kan een positief effect hebben op het functioneren van het centrum van Waalwijk, omdat een deel van de bezoekers hun bezoek zal combineren met een bezoek aan het centrum. Door samenwerking tussen de ondernemers van de woonboulevard en van het centrum, bijvoorbeeld op het gebied van promotie, kan het onderlinge combinatiebezoek worden gestimuleerd.

Doe-het-zelf

In vergelijking met het landelijke gemiddelde, blijft de omvang van de verkoopruimte van het doe-het-zelfaanbod in zowel Waalwijk als de regio ca. 9% achter. Dit duidt op een indicatieve uitbreidingsruimte van ca. 7.500 m² vwo in de regio. In kwalitatief opzicht past dit aanbod bij thema "wonen, in & om het huis en buitenleven" en bouwmarkten komen

zeer veelvuldig voor op woonboulevards, waaronder ook op alle omringende woonboulevards. Bouwmarkten zijn relatief bezoekersintensief en dragen daardoor bij aan de levendigheid op woonboulevards. Het bestemmingsplan maakt een eventuele uitbreiding mogelijk van maximaal 4.000 m² bvo. Deze maximale omvang past binnen de indicatieve uitbreidingsruimte in de regio. Overigens is ook invulling door de verplaatsing van een bestaande zaak denkbaar.

Tuincentra

De omvang van het aanbod aan tuincentra in Midden Brabant blijft ca. een derde achter bij het landelijke gemiddelde, er is daarmee sprake van een aanzienlijke kwantitatieve uitbreidingsruimte in de regio (indicatief ca. 15.000 m² vvo). Tuincentra mogen zich reeds vestigen op Zanddonk. Een dergelijke aanbieder past zeer goed bij het thema 'wonen in & en om het huis en buitenleven'. De inrichting van de woonomgeving staat immers bij tuincentra centraal. Een modern tuinentrum kan daarom Zanddonk completer maken. Het bestemmingsplan biedt ruimte voor tuinentrumaanbod van maximaal 10.000 m² bvo op Zanddonk. Dit is inpasbaar binnen de indicatieve kwantitatieve uitbreidingsruimte in de regio en laat ook nog ruimte voor versterking elders.

Overig volumineus

De tot deze groep behorende winkels zijn vanwege het volumineuze karakter van het gevoerde assortiment gewoonlijk al buiten de reguliere winkelcentra gevestigd, soms ook omdat ze verbonden zijn met andere bedrijvigheid (productie, installatie). In veel gevallen gaat het om zaken die gerelateerd zijn aan het kernthema van de woonboulevard. Als zodanig dragen ze bij aan een verbreding en verdieping van het assortiment. Er wordt ruimte geboden aan maximaal 4.000 m² bvo volumineus.

3.1.3 GDV-branches

Baby(woon)zaken

Dit aanbod ontbreekt nu als specialisme op Zanddonk en in de gemeente Waalwijk. In de regio als geheel is er wel een relatief ruim aanbod aanwezig, maar vooral in het zuidelijke deel, met name in Tilburg. Op alle concurrerende woonboulevards zijn verder ook baby(woon)warenhuizen aanwezig. Dit aanbod complementeert het aanbod in het kernthema van de Woonboulevard Zanddonk. Afgaande op de omvang van dit aanbod op de concurrerende woonboulevards en de beperkte omvang in het noordelijke deel van de regio is een maximale omvang van 4.000 m² bvo verantwoord. Zo er al bestaand aanbod in deze branche verdwijnt als gevolg van de eventuele vestiging van een babywoonzaak op Zanddonk, dan blijven er in de regio voldoende keuzemogelijkheden over en specifiek voor het noordelijke deel van de regio geldt dat er een versterking van de structuur plaatsvindt (versterking cluster, verzwakking verspreid aanbod).

(Huis)dierenspecialzaken

Op regionaal niveau kent deze branche een gemiddelde omvang, maar in de gemeente Waalwijk is het aanbod relatief beperkt met name door de kleinschaligheid van het aanbod (verkoopruimte blijft in totaal ca. 30% achter). Een grootschalige aanbieder kan de keuzemogelijkheden voor de consument dus verruimen. Dierenwinkels worden bovendien doelgericht bezocht en een deel van het assortiment heeft een volumineus karakter (met name zakken voeding). Dibevo¹¹-aanbod maakt landelijk bovendien bijna standaard deel uit van het assortiment van grote tuincentra en komt mede daardoor al veelvuldig voor op perifere locaties. Specialzaken zijn onder meer aanwezig op de woonboulevards van Breda en Helmond. Op Zanddonk wordt maximaal ca. 2.000 m² bvo mogelijk gemaakt. Daarmee blijven de eventuele effecten op het bestaande aanbod beperkt.

Bruin- en witgoed

Versterkingsmogelijkheden

Deze branche is zowel in de regio als in Waalwijk qua omvang redelijk normaal vertegenwoordigd. De in Waalwijk aanwezige electrowinkels zijn relatief kleinschalig. Het aanbod in deze branche is op regionaal niveau in zeer sterke mate geconcentreerd in Tilburg, de overige gemeenten kennen vrijwel allemaal een absoluut en relatief beperkt aanbod.

Binnen de branche heeft zich een sterke, zoals hiervoor al is aangegeven, trend naar schaalvergroting voorgedaan. Consumentenelectronicawinkels komen landelijk bovendien veel voor op woonboulevards, ook op de met Waalwijk concurrerende woonboulevards. Dit aanbod heeft ook een sterke verwantschap met thema 'wonen, in & om het huis en buitenleven' en kan daardoor, maar ook door de relatief hoge bezoekersintensiteit, een goede bijdrage leveren aan een versterking van de woonboulevard Zanddonk. Op de woonboulevard kan met maximaal ca. 4.000 m² bvo ruimte geboden worden aan modern electronica-aanbod. Ook hierbij geldt weer dat door het opnemen van een maximum maat, de effecten elders beperkt blijven.

Gezien de (moeilijke) marktomstandigheden in deze branche, is het onwaarschijnlijk dat een grootschalige winkel zich op een centrumlocatie van een middelgrote of kleine kern vestigt. Het aantal electrozaken neemt hier juist af. Tegelijkertijd blijft er vanuit de markt interesse voor vestiging op woonboulevards, zoals de ontwikkelingen rondom de Bosche Woonboulevard en Ekkersrijt aantonen. Omdat Zanddonk, in tegenstelling tot de concurrerende woonboulevards, niet over een of meerdere winkels op het gebied van consumentenelectronica beschikt, wordt het functioneren als themacentrum bemoeilijkt.

Effecten

Evenals bij de woonbranche zullen de effecten van de vestiging van een of twee electrozaken op Zanddonk zich spreiden over een groot gebied met veel aankoopplaatsen. Me-

¹¹ Dibevo = dierenbenodigdheden en -voeding

de omdat het inwonertal van de omringende grote steden nog verder groeit, zal de versterking van Zanddonk in deze branche niet in bovenregionale effecten sorteren.

Door het verbreden van het woonaanbod op Zanddonk wordt de dynamiek gefaciliteerd en de consument beter bediend (aanbod aanwezig voor recreatief winkelgedrag in het centrum én aanbod voor doelgericht aankoopgedrag op Zanddonk). Desalniettemin kan een consequentie zijn dat een deel van het nu ongunstig gesitueerd of verouderd aanbod in de branche bruin- en witgoed verdwijnt, mede omdat het webwinkelen juist in deze branche sterk groeit, evenals de mobiliteit van de consument. Dit proces is in Midden Brabant nu ook al gaande omdat de consument sterk gericht is op het grootschalige aanbod in de omringende grote steden.

De aanwezigheid van een of twee meer grootschalige electrozaken op Zanddonk zal met name concurrerend zijn voor het bestaande aanbod in de gemeente Waalwijk, vooral voor de beide allroundzaken. Beide zaken zijn echter aan de rand van het centrum gevestigd, in aanloopstraatmilieu's die al te maken hebben met ontwinkeling. Het centrum wordt ruimtelijk compacter. Wij wijzen er op dat de versterking van Zanddonk uiteraard ook kan geschieden door verplaatsing en vergroting van deze zaken. De versterking betekent overigens niet dat de gehele branche elders uit de gemeente Waalwijk of uit de omringende gemeenten zal verdwijnen; er blijft altijd marktruimte voor gespecialiseerde en/of op service gerichte zaken met een sterke lokale binding. De voortgaande vergrijzing is voor hen een positieve ontwikkeling.

Fietsen

In de regio als geheel is er een redelijk ruim aanbod aan fietsenzaken. De omvang van de verkoopruijme ligt ook iets boven het landelijke gemiddelde. In kwantitatieve zin is er daarom op dat niveau geen distributieve ruijme aan te geven. In Waalwijk en enkele aangrenzende gemeenten is er daarentegen sprake van een beperkt en kleinschalig aanbod. In kwalitatieve zin kan de vestiging van een grootschalige zaak daarom bijdragen aan een verbetering van de keuzemogelijkheden voor de consument. Een fietsenzaak wordt bovendien sterk doelgericht bezocht en kan invulling geven aan het thema "wonen, in & om het huis en buitenleven". De vestiging van de branche fietsen wordt beperkt toegestaan met een maximale omvang van 2.000 m² bvo. Hiermee zullen de effecten op het bestaande aanbod beperkt blijven en zullen geen structurele negatieve effecten voor de detailhandelsstructuur optreden.

Gespecialiseerde buitensport

Het bestemmingplan maakt uitsluitend zeer gespecialiseerde buitensportzaken mogelijk. Dergelijke winkels worden gewoonlijk heel sterk doelgericht bezocht en komen weinig in reguliere winkelcentra voor. Bovendien kennen ze vaak een aanzienlijk aanbod aan volumineuze artikelen (bv. tenten, ruitersportartikelen, surfplanken, etc.). Met name kampeerwinkels komen veel perifeer voor, evenals ruitersportzaken. De synergie met de woon- en andere winkels op Zanddonk is vooral indirect. Wel dragen ze bij aan het on-

derscheidend vermogen van Zanddonk ten opzichte van concurrerende woonboulevards.

Kwantitatief gezien blijft de omvang van het aanbod in de regio momenteel ruimschoots achter bij het landelijke gemiddelde en dat geldt nog meer voor Waalwijk, waar het aanwezige buitensportsportaanbod bovendien kleinschalig is. Afgaande op de beperkte omvang in Waalwijk en de regio is een maximale omvang van 4.000 m² bvo verantwoord. Ook hierbij geldt weer dat door het opnemen van een maximummaat de effecten elders beperkt blijven.

Conclusie

In een deel van de genoemde branches blijft de omvang van het aanbod op regionaal niveau achter. Bij een ander deel geldt dit niet voor de regio, maar wel voor de gemeente Waalwijk (en directe omgeving). Een versterking van het aanbod op Zanddonk conform de mogelijkheden die het nieuwe bestemmingsplan biedt, zorgt er daardoor niet alleen voor dat de woonboulevard aantrekkelijker wordt en daarmee haar positie kan behouden, maar ook de consumentenverzorging in de gemeente en regio wordt er door versterkt. Binnen de woonbranche kan het aanbod in de breedte en de diepte verruimd worden, en in diverse andere branches kan zich een grootschalige zaak vestigen, waardoor de consument ruimere keuzemogelijkheden krijgt. Daarmee wordt invulling gegeven aan het regionale detailhandelsbeleid (beperken koopkrachtafvloeiing naar omringende regio's).

Een versterking van de detailhandel op Zanddonk zal wel tot een verandering van de concurrentieverhoudingen in de gemeente en regio leiden en dat kan effecten hebben op de detailhandelsstructuur en de leegstand. In navolgende paragraaf wordt hier in het kader van de ladder voor Duurzame Verstedelijking nader op ingegaan.

3.2 Toepassing Ladder: uitbreiding Woonboulevard Zanddonk

Het gaat bij de planologisch mogelijk gemaakte uitbreiding van Woonboulevard Zanddonk om een nieuwe stedelijke ontwikkeling, omdat het om een detailhandelsontwikkeling gaat van een aanzienlijke omvang (art. 1.1.1 Bro, definiëring begrippen).

Trede 1: Actuele regionale behoefte

Teneinde de woonboulevard Zanddonk gerechtvaardigd uit te mogen breiden in het bestemmingsplan, moet voor wat betreft de eerste trede op basis van onderhavige rapportage geconstateerd worden dat er theoretische distributieve ruimte in de regio is voor een uitbreiding van het aanbod in de branches wonen, bruin- en witgoed, doe-het-zelf, dibev, buitensport en tuincentra, of dat die ruimte onder voorwaarde van versterking van het aanbod kan ontstaan. Het bestemmingsplan voorziet daarmee in kwantitatieve zin in een actuele regionale behoefte. De aanwezige distributieve ruimte toont aan dat er in de betrokken branches weinig of geen grootschalig aanbod aanwezig is. De uitbreiding van

Zanddonk betekent daarenboven meer keuzemogelijkheden op kortere afstand voor de consument.

In kwalitatieve zin speelt de uitbreiding in op actuele trends in vraag en aanbod op het gebied van doelgericht en thematisch aankopen doen (o.a. schaalvergroting, gemak, veel keuzemogelijkheden voor de consument). Het bestemmingsplan biedt Woonboulevard Zanddonk ook de mogelijkheid om in functionele zin te moderniseren. Gebeurt dit niet, dan zal de concurrentiepositie ten opzichte van de omringende woonboulevards verder verzwakken en ligt een verschraling van het aanbod voor de hand. Dit heeft negatieve gevolgen voor de consumentenverzorging in Waalwijk en omgeving.

Vanwege de sterke regionale en bovenregionale functie van Zanddonk zullen de effecten van de beoogde versterking zich spreiden over een groot gebied met veel aanbieders. Als er door de vernieuwing ergens een bestaande winkel in de onderzochte branches verdwijnt, heeft dat geen structurele effecten op de consumentenverzorging of detailhandelsstructuur. Recente jurisprudentie hierover bevestigt nog eens dat vernieuwing in de detailhandel belangrijk is, zelfs in gevallen waarin onvoldoende kwantitatieve ruimte bestaat¹².

Door de ruimtelijke clustering van de genoemde soorten grootschalige winkels op Zanddonk wordt zowel de consument als de marktpartijen helderheid geboden en wordt een (verdere) versnippering van perifere winkelontwikkelingen voorkomen. De uitbreiding draagt bij aan een versterking van de lokale en regionale detailhandelsstructuur en de consumentenverzorging. Voor het centrum van Waalwijk geldt daarbij dat de versterking van Zanddonk zich vooral richt op de op Zanddonk al toegestane PDV-branches. De uitbreiding richt zich verder op GDV-branches en soorten winkels die heel sterk doelgericht bezocht worden en landelijk veel op perifere locaties voorkomen. Dergelijke, overwegend grootschalige winkels passen vaak minder goed in en bij het op recreatief winkelen gerichte centrum van Waalwijk.

De complementariteit tussen het centrum van Waalwijk en Zanddonk is met de in het bestemmingsplan opgenomen restricties ten aanzien van branchering, maatvoering en omvang gewaarborgd. Door de recente vestiging van winkels op het gebied van mode en luxe is de recreatieve functie van het centrum verder versterkt en de eventuele realisatie van het schoenen- en leercentrum zal deze functie nog een extra impuls kunnen geven.

Tot slot wordt zorg gedragen dat slechts ondernemingen die voorzien in de geconstateerde actuele regionale behoefte zich op Zanddonk kunnen vestigen. Daartoe worden de maximale uitbreidingsmogelijkheden in vierkante meters per branche, de minimale hoeveelheid vierkante meters per vestiging en het soort branche dat zich mag vestigen in Zanddonk opgenomen in het plan.

¹² Onder andere ABRS 7 mei 2014 nr. 201307684/1, Zaanstad, Zuiderhout

Trede 2: Benutting bestaande panden en leegstand

Er staan volgens de meest recente Locatus-gegevens in de regio enkele winkelpanden van 1.000 m² wvo of meer leeg, waarvan 1 in Waalwijk (1.400 m² wvo, verspreide bewinning), maar met name door hun locatie in een kleinere kern of buiten winkelgebieden zijn deze panden niet of minder geschikt voor herinvulling met grootschalige winkels met een bovenlokaal verzorgingsbereik. De vestiging van dergelijke winkels op de woonboulevard Zanddonk draagt meer bij aan de versterking van de regionale detailhandelsstructuur. Door clustering ontstaat helderheid voor de consument en kunnen de bedrijven van elkaars aantrekkingskracht profiteren. Bovendien worden onnodige verkeersbewegingen beperkt.

Impact op leegstand

Ondanks het feit dat er distributieve ruimte beschikbaar is, is het niet uit te sluiten dat er als gevolg van de veranderde concurrentieverhoudingen door de versterking van Zanddonk effecten op het bestaande winkelaanbod kunnen zijn in de regio (en in het bijzonder het centrum van Waalwijk) en dat er hierdoor leegstand zal ontstaan. Uit de effectenanalyse blijkt dat er sprake is van de spreiding van effecten waardoor het niet zal gaan om grote aantallen en zeker niet in één plaats of winkelgebied. Deels zal het winkels in bedrijfspanden op bedrijventerreinen betreffen. Verder zal het gaan om ongunstig (bijvoorbeeld solitair) gelegen en/of verouderde winkels. Voor wat betreft het centrum van de gemeente Waalwijk blijkt dat door de ruime bestemming die op het centrumgebied rust en het schaalverschil tussen het aanbod op Zanddonk en het aanbod in het centrumgebied er slechts zeer beperkte leegstandseffecten zullen kunnen zijn. Ook op het bedrijventerrein zullen de leegstandseffecten zeer beperkt zijn gelet op het feit dat vrijwel overal primair een bedrijfsbestemming opgenomen is. Eventuele vertrekkende detailhandel kan dus eenvoudig door andere bedrijvigheid worden vervangen. Bovendien is er binnen Waalwijk nog steeds een grotere vraag naar bedrijfspanden dan dat er aanbod is. Dit blijkt onder meer uit het feit dat er geen structurele leegstand van bedrijfsobjecten is. Er is slechts sprake van frictieleegstand¹³. Gelet op het voorgaande is de kans op structurele, onaanvaardbare leegstand afwezig. Voorts zal naar verwachting ook geen sprake zijn van duurzame negatieve effecten op het woon-, leef en ondernemersklimaat.

Effecten op andere woonboulevards

Door de versterking van Zanddonk zal de concurrentiedruk voor de bestaande middelgrote en grote woonboulevards in de omgeving van de regio Waalwijk beperkt toenemen. In totaal zal het verdringingseffect voor de (middel)grote woonboulevards in de omgeving van de regio Waalwijk echter uitermate gering zijn, mede omdat zij beschikken over grote primaire verzorgingsgebieden (minimaal 200.000 inwoners) en er ook daar sprake zal zijn van bevolkingsgroei. Bovendien versterken deze woonboulevards zich de komende jaren ook nog. De kans op structurele onaanvaardbare leegstand op deze woonboulevards is daarmee te verwaarlozen.

¹³ Bron: Gemeente Waalwijk

Effecten lokaal en regionaal

Door een versterking van woonboulevard Zanddonk wordt de (boven)regionale verzorgingsfunctie versterkt, de dynamiek in de detailhandel gefaciliteerd en de consument beter bediend (meer keuzemogelijkheden). Dit heeft positieve effecten op het woon-, leef- en ondernemersklimaat in Waalwijk en omliggende gemeenten. Gezien de geconstateerde distributieve ruimte zullen de negatieve effecten lokaal en regionaal minimaal zijn. Op voorhand kan echter niet met zekerheid worden uitgesloten dat er een individuele zaak zal verdwijnen. Maar voor de detailhandelsstructuur en de consumentenverzorging zal dat geen onaanvaardbare effecten hebben. Via combinatiebezoek kan verder, zoals eerder is aangegeven, het centrum van Waalwijk enigszins profiteren van de toegenomen aantrekkingskracht van Zanddonk.

3.3 Toepassing Ladder: ABC-goederen

Trede 1: Actuele regionale behoefte

De afgelopen jaren zijn door de slechte economische omstandigheden erg lastig geweest voor deze branche. Het aantal nieuwe auto's dat wordt verkocht is de afgelopen twee jaar met bijna 20% gedaald¹⁴. Sinds 1990 is het aantal autodealers in Nederland afgenomen van circa 4.500 tot circa 2.500 in 2013. Daarbij is er sprake van schaalvergroting en samengaan van dealers. Deze schaalvergroting wordt sterk gestimuleerd door de importeurs, mede op basis van de huidige Europese distributieverordening. In de toekomst zal ook het aantal vestigingen verder moeten gaan afnemen¹⁵.

Door samenvoeging van dealers en opschaling van showrooms, is er behoefte aan grote locaties en panden. Clustering blijft van groot belang om de consument compact te bedienen. Daarbij is zowel ruimte voor grotere showrooms als mogelijkheden om geclusterd te kunnen vestigen nodig. Er is dus sprake van een actuele regionale behoefte.

De gemeente Waalwijk wil hier ruimte voor bieden, maar wel gedoseerd. Vandaar dat ervoor gekozen is om voor deze vorm van detailhandel een afwijkingsbevoegdheid op te nemen, waarmee men onder voorwaarden mogelijkheden kan scheppen. Deze ruimte is echter gemaximeerd. Bij het afwegen of de omgevingsvergunning voor afwijken al dan niet verleend moet worden, moet de gemeente voorts opnieuw voor die specifieke aanvraag toetsen aan de ladder.

Trede 2: Benutting bestaande winkelpanden en leegstand

Vanwege de aard en omvang van detailhandelsvestigingen in ABC-goederen is het genoeg onmogelijk en zeker onwenselijk om dit soort detailhandel in reguliere winkelcentra zoals het centrumgebied van Waalwijk te vestigen. Het centrum heeft hier ook geen

¹⁴ <http://www.cbs.nl/nl-NL/menu/themas/handel-horeca/publicaties/artikelen/archief/2014/2014-4022-wm.htm>

¹⁵ Bron: Rabobank Cijfers en Trends, branche-informatie merkdealers, 2014

belang bij, aangezien het een totaal ander type bezoeker genereert en ook de benodigde bebouwing niet past bij centrumwinkelgebieden. Op Zanddonk zijn voorts reeds verschillende detailhandelsvestigingen in ABC-goederen gevestigd en ook het gemeentelijk beleid is altijd gericht geweest op de situering van dit detailhandelstype aldaar.

3.4 Tot slot

Woonboulevard Zanddonk heeft zich in vergelijking met de grote woonboulevards in de omgeving de afgelopen jaren nauwelijks verder ontwikkeld en daardoor is de concurrentiepositie aanzienlijk verslechterd. Het bestemmingsplan biedt de mogelijkheid om in te spelen op de algemene trends en ontwikkelingen in vraag en aanbod op het gebied van detailhandel, vernieuwing te faciliteren en daarmee tevens de basis te leggen voor een verbetering van de omgevingskwaliteit. Blijft een impuls uit, dan is verschraling welhaast onafwendbaar en dat is negatief voor de consumentenverzorging in Waalwijk en omgeving: de inwoners zullen voor hun inkopen steeds meer georiënteerd raken op het aanbod in de grote steden in plaats van op het aanbod in de eigen regio. Dit komt het woon-, leef en ondernemersklimaat in Waalwijk en omgeving niet ten goede. Gelet op het bepaalde in artikel 3.1.6 Bro is het echter wel belangrijk om de vernieuwing en versterking te maximaleren ter voorkoming van onaanvaardbare negatieve (leegstands-)effecten elders in de regio.

4. ONTWIKKELINGSKADERS

Dit hoofdstuk omvat de verantwoording voor de conclusies over de distributieve mogelijkheden en effecten zoals die in het vorige hoofdstuk zijn aangegeven. Begonnen wordt met een analyse van het gevestigde aanbod in de branches wonen, doe-het-zelf, tuincentra, dieren en dierenbenodigdheden, bruin- en witgoed, fietsen en autoaccessoires, (outdoor)sportartikelen en ABC-goederen in de gemeente Waalwijk en regio. Vervolgens wordt er ingegaan de ontwikkeling van het consumentendraagvlak en de beleidskaders. Het hoofdstuk wordt afgesloten met een benadering van de distributieve ruimte in de regio in de woonbranche.

4.1 Woonbranche

De gemeente Waalwijk heeft een woonaanbod dat bestaat uit 38 winkels met samen een winkelvloeroppervlak (wvo) van ruim 56.500 m² wvo. Met name de woonwarenhuizen vertegenwoordigen dankzij de schaal van de winkels veel winkelruimte. In navolgende tabel wordt het woonaanbod naar subbranche weergegeven.

Tabel 4.1 Overzicht woonaanbod gemeente Waalwijk naar subbranche

Woonaanbod	Aantal	m ² wvo	Schaal
Slaapkamer/bed	6	5.844	974
Keukens	2	1.471	736
Meubelen	9	6.335	704
Woonwarenhuis	4	31.047	7.762
Keukens/badkamers	1	4.189	4.189
Badkamers	1	900	900
Verlichting	1	213	213
Parket/Laminaat	2	660	330
Tegels	1	80	80
Woninginrichting	3	3.342	1.114
Woningtextiel	6	2.287	381
Woondecoratie	2	170	85
Totaal	38	56.538	17.467

Ontbrekende subbranches zijn een babywoonwinkel, oosterse tapijten en zonwering, maar ook het aantal gespecialiseerde winkels is relatief beperkt.

Circa 85% van de verkoopruimte in de branche wonen in de gemeente Waalwijk is te vinden op de Woonboulevard. Grotere zaken elders in de gemeente zijn Magneet, Henschoten en Kemi in het centrum van Waalwijk, Hoefnagels badkamers in Sprang-Capelle en De Statie Wonen en Horsten in Waspik.

Sinds 2007 is het aanbod in de woonbranche in de gemeente Waalwijk gekrompen met 9 winkels en ca. 3.870 m² wvo. Landelijk is het aanbod ook afgenomen, maar veel minder sterk.

Landelijk gezien bedraagt het woonaanbod per 1.000 inwoners 381 m² wvo. In de gemeente Waalwijk ligt dit met ca. 1.216 m² wvo veel hoger. Echt uitzonderlijk is dat echter niet, want bijvoorbeeld ook in kleinere gemeenten als Duiven, Son en Breugel, Tholen of Oldenzaal is er een grote woonboulevard. In de regio als geheel is ondanks de aanwezigheid van de Waalwijkse woonboulevard sprake van een beneden-gemiddelde omvang van het aanbod (358 m² wvo per 1.000 inwoners).

Tabel 4.2: Aanbod wonen regio Midden Brabant

Gemeente	Aantal winkels	m ² wvo	m ² wvo per 1.000 inwoners
Aalburg	6	1.669	130
Dongen	9	1.266	50
Gilze en Rijen	10	2.038	78
Goirle	11	1.939	84
Heusden	21	9.908	229
Hilvarenbeek	9	1.808	120
Loon op Zand	23	13.979	604
Oisterwijk	18	10.719	416
Tilburg	96	63.603	302
Werkendam	16	9.899	375
Woudrichem	8	3.025	210
<i>Totaal overige regio</i>	<i>227</i>	<i>119.853</i>	<i>269</i>
<i>Waalwijk</i>	<i>38</i>	<i>56.538</i>	<i>1.216</i>
Totaal regio	265	176.391	358
Landelijk gemiddelde			381

In totaal is in de regio 176.400 m² wvo in de branche wonen aanwezig, exclusief Waalwijk is dit slechts circa 119.850 m² wvo. Met name Tilburg heeft absoluut gezien veel aanbod, maar relatief gezien is dit weinig. De gemeenten Loon op Zand (Keukenboulevard) en Oisterwijk kennen relatief juist veel woonaanbod. In de andere gemeenten is zowel absoluut als relatief veel minder aanbod aanwezig.

In Kaatsheuvel is er verspreid over een bedrijventerrein en relatief groot aantal keukenzaken aanwezig die samen de Keukenboulevard vormen. Dit laatste cluster is uniek in Nederland omdat het afgezien van de woonboulevards een van de weinige gespecialiseerde perifere winkelgebieden is. Leypark in Tilburg zal zich door een aanzienlijke brancheverbreiding meer richting een retailpark gaan ontwikkelen.

4.2 Baby(woon)winkel

In de regio zijn in totaal 8 babywoonwinkels gevestigd, met een totale omvang van ca. 6.930 m² wvo. Specifiek voor het aanbod aan babywoonwinkels geldt dat per 1.000 inwoners in de regio 14,0 m² wvo aanwezig is. Landelijk is dit 9,8 m² wvo. Het aanbod aan babywoonwinkels is daarmee in de regio relatief bovengemiddeld. Dit wordt met name veroorzaakt door de ruime aanwezigheid in Tilburg (5 winkels, 4.900 m² wvo). In het noordelijke deel van de regio is het aanbod veel beperkter, namelijk 2 winkels met ca. 1.880 m² wvo. Het overgrote deel hiervan wordt in beslag genomen door 1 winkel, namelijk Baby-dump in Sleeuwijk (gemeente Werkendam). Specifiek voor de gemeente Waalwijk geldt echter dat dit aanbod hier niet vertegenwoordigd is met een speciaalzaak en dat geldt ook voor de aangrenzende gemeenten Loon op Zand, Dongen, Woudrichem en Aalburg. In het noordelijke deel van de regio (ca. 192.000 inwoners) zijn de keuzemogelijkheden dus veel beperkter dan in het zuidelijke deel. Zo bezien voorziet een babywoonzaak op Zanddonk in een behoefte voor een meer beperkte regio. Bovendien beschikken zoals gezegd de meeste concurrerende woonboulevards wel over een of meer babywoonzaken (zie tabel 2.2).

4.3 Doe-het-zelf

Het doe-het-zelf-aanbod in Waalwijk wordt gedomineerd door de op bedrijventerrein Zanddonk gelegen bouwmarkten Gamma en Karwei. Het aanbod aan overige zaken is beperkt. In totaliteit blijft de omvang van de verkoopruimte ca. 9% achter bij het landelijke gemiddelde en dat geldt ook voor de regio als geheel. Alleen Oisterwijk, Werkendam en Woudrichem kennen een relatief ruim aanbod.

Tabel 4.3: Aanbod doe-het-zelf gemeente Waalwijk naar subbranche

Subbranche	Aantal	m ² wvo	Schaal
Bouwmarkt	2	6.039	3.020
Deur/Kozijn	1	50	50
Breedpakket	1	388	388
Hout	1	60	60
Verf/Behang	2	327	164
Totaal	7	6.864	980

In de regio zijn meerdere bouwmarkten van de landelijk bekende formules met een omvang van ca. 1.500-3.500 m² wvo aanwezig. Alleen de Hornbach in Tilburg is aanzienlijk groter.

Tabel 4.4: Aanbod doe-het-zelf regio Midden Brabant

Gemeente	Aantal winkels	m ² wvo	m ² wvo per 1.000 inwoners
Aalburg	2	1.095	85
Baarle-Nassau	3	1.380	208
Dongen	5	3.967	156
Gilze en Rijen	4	2.313	89
Goirle	4	2.182	95
Heusden	7	3.654	85
Hilvarenbeek	3	1.896	126
Loon op Zand	7	3.227	140
Oisterwijk	4	5.264	204
Tilburg	22	34.088	162
Werkendam	3	4.948	187
Woudrichem	4	2.568	178
<i>Totaal overige regio</i>	<i>65</i>	<i>65.502</i>	<i>147</i>
<i>Waalwijk</i>	<i>7</i>	<i>6.864</i>	<i>148</i>
<i>Totaal regio</i>	<i>72</i>	<i>71.736</i>	<i>146</i>
Landelijk gemiddelde			161

4.4 Plant en dier

Waalwijk beschikt over een relatief ruim aanbod in de branche plant en dier, met name door de aanwezigheid van enkele grote tuinzaken, waaronder een tuincentrum. De omvang van het aanbod in de regio is vrijwel gelijk aan het landelijk gemiddelde, maar het aanbod tuincentra blijft achter (zie hierna). De omvang per 1.000 inwoners ligt in de gemeenten Aalburg, Dongen, Gilze en Rijen, Hilvarenbeek, Oisterwijk en Woudrichem (ruimschoots) boven het landelijke gemiddelde. Met name de aanwezigheid van meerdere tuincentra werkt sterk door in de cijfers. Enkele grotere tuincentra zijn Groenrijk in Eethen, Drunen in Drunen en Groenrijk in Waalwijk. Verdere zijn er meerdere boerenbondswinkels en de zeer grootschalige tuinartikelenzaak van Van Cranenbroeck in Dongen.

Tabel 4.5: Aanbod plant & dier gemeente Waalwijk naar subbranche

Subbranche	Aantal	m ² wvo	Schaal
Bloem/plant	13	994	76
Dier (Dibevo)	4	506	127
Tuinartikelen	3	3.524	1.175
Tuincentrum	1	3.193	3.193
Tuinmeubelen	1	2.000	2.000
Totaal	22	10.217	464

Tabel 4.6: Aanbod plant en dier regio Midden Brabant

Gemeente	Aantal winkels	Plant en dier		w.v. tuincentra	w.v. dibevo ¹⁶
		m ² wvo	m ² wvo per 1.000 inwoners	m ² wvo	m ² wvo
Aalburg	8	5.379	418	4.030	294
Dongen	11	10.512	414	1.500	363
Gilze en Rijen	16	7.103	273	2.314	572
Goirle	7	1.454	63	300	651
Heusden	16	6.144	142	2.263	457
Hilvarenbeek	6	5.261	349	3.500	715
Loon op Zand	13	3.760	163	-	1.697
Oisterwijk	13	8.608	334	4.000	266
Tilburg	52	15.311	73	5.730	1.518
Werkendam	12	2.207	84	-	562
Woudrichem	4	7.528	522	7.135	303
<i>Totaal overige regio</i>	<i>158</i>	<i>73.267</i>	<i>164</i>	<i>30.772</i>	<i>7.398</i>
<i>Waalwijk</i>	<i>22</i>	<i>10.217</i>	<i>220</i>	<i>3.193</i>	<i>506</i>
<i>Totaal regio</i>	<i>180</i>	<i>83.484</i>	<i>170</i>	<i>33.965</i>	<i>7.904</i>
Landelijk gemiddelde			167		

Tuincentra en dierenspecialzaken

In de regio is gemiddeld per 1.000 inwoners 69 m² wvo aan tuincentra aanwezig, voor dierenspecialzaken is dit 16 m² wvo. Landelijk is dit respectievelijk 100 en 16 m². Hiermee blijft het aanbod aan tuincentra in de regio afgezet tegen het inwonertal sterk achter. De omvang van het aanbod aan dierenspecialzaken is gemiddeld.

Voor de gemeente Waalwijk geldt dat er eveneens gemiddeld per 1.000 inwoners 69 m² wvo aanwezig is, in de branche dibevo is dit 11 m² wvo. Op gemeenteniveau blijft het aanbod beide branches dus sterk achter.

4.5 Bruin- en witgoed (consumentenelectronica)

Het aanbod in de bruin- en witgoedbranche in de gemeente Waalwijk bestaat uit 19 winkels met samen ca. 2.000 m² wvo. Het aanbod is vooral kleinschalig: de grootste winkels zijn De Harense Smid (450 m² wvo en Electro World (320 m² wvo), beiden gevestigd in het centrum. Zowel in Waalwijk als in de regio is de omvang van het aanbod vergelijkbaar met het landelijk gemiddelde.

¹⁶ Dibevo = Dierenbenodigdheden en -voeding

Tabel 4.7: Aanbod bruin- en witgoed gemeente Waalwijk naar subbranche

Subbranche	Aantal	m ² wvo	Schaal
Computers	4	291	73
Huishoudelijke onderdelen	1	108	108
Telecom	10	572	57
Witgoed	0	0	0
Electro	4	1.066	266
Totaal	19	2.037	107

Tabel 4.8: Aanbod bruin- en witgoed regio Midden Brabant

Gemeente	Aantal winkels	m ² wvo	m ² wvo per 1.000 inwoners
Aalburg	3	1.991	155
Dongen	3	837	33
Gilze en Rijen	4	732	28
Goirle	4	469	20
Heusden	5	780	18
Hilvarenbeek	3	285	19
Loon op Zand	4	597	26
Oisterwijk	5	578	22
Tilburg	53	11.749	56
Werkendam	3	212	8
Woudrichem	-	-	-
<i>Totaal overige regio</i>	<i>87</i>	<i>18.230</i>	<i>41</i>
<i>Waalwijk</i>	<i>19</i>	<i>2.037</i>	<i>44</i>
Totaal regio	106	20.267	41
Landelijk gemiddelde			43

De enige echte grootschalige aanbieder in de regio is Saturn in het centrum van Tilburg (5.000 m² wvo). De overige wat grotere aanbieders zijn vooral lokaalverzorgend (de Harense Smid, BCC). Verder is de omvang van het totale aanbod in Tilburg is ook relatief groot, evenals in Aalburg. De meeste andere gemeenten hebben relatief weinig aanbod in deze branche.

4.6 Fietsen en autoaccessoires

In totaal ligt de omvang van het aanbod aan fietsen en autoaccessoires in de regio net iets boven het landelijke gemiddelde, maar in de gemeente Waalwijk is de omvang van het aanbod relatief beperkt. De verkoopruimte is in Waalwijk ook wat afgenomen sinds 2007 (- ca. 250 m² wvo). In Waalwijk is geen van de zaken groter dan 250 m² wvo.

Binnen de regio kennen Aalburg, Goirle, Hilvarenbeek, Oisterwijk en Werkendam een relatief ruim aanbod, terwijl het aanbod in de overige gemeenten gering is. Grotere aanbieders zijn fietsenzaak Spijkers in Tilburg (1.100 m² wvo), automaterialenzaak Broekhuizen in Tilburg (960 m² wvo) en fietsenzaak Rings in Goirle (880 m² wvo).

Tabel 4.9: Aanbod auto&fiets gemeente Waalwijk naar subbranche

Subbranche	Aantal	m ² wvo	Schaal
Automaterialen	3	438	0
Car HiFi	0	0	0
Fietsen	8	915	124
Scooters/brommers	3	204	72
Totaal	14	1.557	111

Tabel 4.10: Aanbod auto & fiets regio Midden Brabant

Gemeente	Aantal winkels	Auto & fiets		w.v. fietsen	
		m ² wvo	m ² wvo per 1.000 inwoners	m ² wvo	m ² wvo
Aalburg	4	1.135	88	1.000	
Dongen	4	552	22	412	
Gilze en Rijen	5	712	27	658	
Goirle	5	1.894	82	1.714	
Heusden	8	1.773	41	1.653	
Hilvarenbeek	4	871	58	832	
Loon op Zand	5	391	17	131	
Oisterwijk	7	2.555	99	1.697	
Tilburg	38	8.306	39	6.009	
Werkendam	9	1.572	60	1432	
Woudrichem	1	551	38	551	
<i>Totaal overige regio</i>	<i>90</i>	<i>20.312</i>	<i>46</i>	<i>16.099</i>	
<i>Waalwijk</i>	<i>14</i>	<i>1.557</i>	<i>33</i>	<i>915</i>	
<i>Totaal regio</i>	<i>104</i>	<i>21.869</i>	<i>44</i>	<i>17.004</i>	
Landelijk gemiddelde			40		

Landelijk is er ca. 31 m² wvo per 1.000 inwoners aan fietsenzaken aanwezig, in de regio Midden Brabant ligt dit op 35 m² wvo, maar in Waalwijk zelf is er slechts 20 m² wvo. De fietsenzaken in de gemeente Waalwijk zijn voorts kleinschalig.

4.7 Gespecialiseerde buitensport

Het aanbod aan sportzaken in Waalwijk is sinds 2007 zowel naar aantal vestigingen als verkoopruimte fors gedaald (toen 14 zaken met 2.600 m² wvo). In totaal is het aanbod momenteel met 7 winkels en 1.140 m² wvo ook niet ruim te noemen. De grootste winkel is Intersport in het centrum van Waalwijk (450 m² wvo). Specifiek voor de door Locatus onderscheiden buitensportsubbranches buitensport, ruitersport, hengelsport en watersport geldt dat deze ook niet ruim in de gemeente Waalwijk zijn vertegenwoordigd.

Tabel 4.11: Aanbod sport gemeente Waalwijk naar subbranche

Subbranche	Aantal	m ² wvo	Schaal
Buitensport	1	140	140
Ruitersport	2	171	86
Sportzaak	2	646	323
Watersport	1	65	65
Sport speciaalzaak	1	121	121
Totaal	7	1.143	163

De omvang van het gespecialiseerde buitensport aanbod in de gemeente en regio ligt ruimschoots onder het landelijke gemiddelde. Alleen in Tilburg en Gilze en Rijen is er een ruim aanbod aanwezig. Het aanbod is in absolute zin zeer sterk in Tilburg geconcentreerd. Relatief gezien beschikt vooral Gilze en Rijen over een ruim aanbod. Grootschalige winkels in de regio zijn hengelsportzaak Raven in Tilburg (1.855 m² wvo) en buitensportzaak Linberg in Gilze en Rijen (1.500 m² wvo).

Tabel 4.12: Aanbod buitensport regio Midden Brabant

Gemeente	Aantal winkels	m ² wvo	m ² wvo per 1.000 inwoners
Aalburg	-	-	-
Dongen	1	86	3
Gilze en Rijen	1	1.500	58
Goirle	-	-	-
Heusden	3	1.026	24
Hilvarenbeek	-	-	-
Loon op Zand	-	-	-
Oisterwijk	-	-	-
Tilburg	8	3.986	19
Werkendam	2	220	8
Woudrichem	-	-	-
<i>Totaal overige regio</i>	<i>15</i>	<i>6.818</i>	<i>15</i>
<i>Waalwijk</i>	<i>4</i>	<i>376</i>	<i>8</i>
Totaal regio	19	7.194	14
Landelijk gemiddelde			25

Het volgende overzicht geeft de aanwezigheid van de diverse subbranches binnen de sportbranche in de regio weer.

Tabel 4.13: Aanbod outdoorsport regio Midden Brabant naar branche

	m ² vvo	m ² per 1.000 inwoners regio Midden Brabant	m ² per 1.000 inwoners landelijk
Buitensport	3.726	7,5	18,4
Ruitersport	838	1,7	2,5
Hengelsport	2.145	4,3	1,9
Watersport	485	1,0	2,5

Uit bovenstaande tabel is op te maken dat de buitensportsubbranches beperkt vertegenwoordigd zijn in de regio, met uitzondering van de branche hengelsport.

4.8 ABC-goederen

In Waalwijk zijn 63 zaken in ABC-goederen gevestigd. Afgezet naar het aantal inwoners is dit 1,4 per 1.000 inwoners. Dit ligt boven het landelijk gemiddelde van 1,0 per 1.000 inwoners.

Tabel 4.14: Aanbod ABC-goederen gemeente Waalwijk naar subbranche

Subbranche	Aantal
Caravans	1
Boten	3
Autodealer	13
Autoruiten	1
Autoschade	8
Garagebedrijven	35
Motorfietsen	2
Totaal	63

Uit navolgende tabel is op te maken dat het aantal zaken in de regio vergelijkbaar is met het landelijk gemiddelde.

Tabel 4.15: Aanbod ABC-goederen regio Midden Brabant naar subbranche

Gemeente	Aantal	Aantal per 1.000 inwoners
Aalburg	31	2,4
Dongen	31	1,2
Gilze en Rijen	31	1,2
Goirle	21	0,9
Heusden	53	1,2
Hilvarenbeek	13	0,9
Loon op Zand	39	1,7
Oisterwijk	29	1,1
Tilburg	140	0,7
Werkendam	31	1,2
Woudrichem	11	0,8
<i>Totaal overige regio</i>	<i>430</i>	<i>1,0</i>
<i>Waalwijk</i>	<i>63</i>	<i>1,4</i>
<i>Totaal regio</i>	<i>493</i>	<i>1,0</i>
Landelijk gemiddelde		1,0

Ontwikkelingen automotive¹⁷

De verkoop van nieuwe auto's blijft moeizaam. De omzet van het dealerbedrijf staat daarom ook in 2014 onder druk. In het huidige dealerbusinessmodel is de verkoop van nieuwe auto's nauwelijks winstgevend. Gemiddeld genomen wordt er zelfs verlies gemaakt. Andere bedrijfsactiviteiten, met name onderhoud en reparatie, voldoen wel aan de rendementsdoelstellingen. De verkoop van (nieuwe) auto's zorgt ondertussen wel voor het in stand houden van het rijdend wagenpark waarop onderhoud en reparatie gepleegd wordt.

De Rabobank verwacht een volumedaling van 2% vergeleken met 2013. Voor 2014 worden naar verwachting circa 400.000 nieuwe personenauto's verkocht. Dat is een lichte daling vergeleken met 2013, waarin de afname uiteindelijk 17% bedroeg vergeleken met een jaar eerder.

Voor de aanschaf van een nieuwe personenauto of bestelwagen kan de consument terecht bij circa 2.500 showrooms. Er zijn veel mutaties in de dealernetwerken door de samenvoegingen van rayons, bedrijfsovernames en de toename van de multi-merkdealerschappen. Het aantal contractanten (dealers) neemt daardoor al jaren af tot (in 2013) circa 1.200 dealers, 300 subdealers en 370 erkende reparateurs met in totaal ruim 2.650 outlets (salesvestigingen). Deze schaalvergroting wordt sterk gestimuleerd door de importeurs mede op basis van de huidige Europese distributieverordening. In de toekomst zal ook het aantal vestigingen (moeten) gaan afnemen. Ook in de regio Waal-

¹⁷ Bronnen: Rabobank Cijfers en Trends branche-informatie 2015, Bovag rapport Automotive in retail 2015

wijk doet deze trend zich voor. Daardoor ontstaat er een actuele behoefte aan locaties waar deze bedrijfsactiviteiten geconsolideerd kunnen worden. Deze behoefte is echter niet te kwantificeren.

4.9 Leegstand

In de gemeente Waalwijk ligt de winkelleegstand op een gemiddeld niveau, maar in enkele omliggende gemeenten zoals Hilvarenbeek, Werkendam en Dongen is de leegstand bovengemiddeld. In enkele andere gemeenten is echter sprake van relatief weinig leegstand. In totaal gaat het in de regio als geheel om 466 panden met ruim 84.000 m² wvo. Dit komt overeen met een leegstandspercentage van 15% op pandniveau en 7% naar winkelmeters. De omvang van de leegstand ligt daarmee naar verkooppunten iets boven het landelijk gemiddelde (14,2%) en naar winkelmeters iets onder het landelijke gemiddelde (7,7%).

In de gemeente Waalwijk is er slechts 1 leegstaand winkelpand dat groter is dan 1.000 m² wvo, namelijk een pand aan de Keesoomweg op het bedrijventerrein Zanddonk (1.400 m² wvo), deze locatie ligt niet in de nabijheid van de woonboulevard.

Tabel 4.16: Leegstand winkelpanden regio Midden Brabant

Gemeente	Aantal panden	% panden	m ² wvo	% m ² wvo	per 1.000 inwoners
Aalburg	4	6%	1.612	5%	125
Dongen	25	19%	7.442	13%	293
Gilze en Rijen	20	15%	2.551	6%	98
Goirle	24	17%	5.800	13%	252
Heusden	24	10%	1.843	3%	43
Hilvarenbeek	23	22%	5.953	16%	394
Loon op Zand	21	13%	4.804	7%	208
Oisterwijk	41	19%	10.594	12%	411
Tilburg	194	15%	28.189	6%	134
Werkendam	31	19%	4.462	8%	169
Woudrichem	3	4%	1.137	3%	79
Totaal overige regio	410	15%	74.387	7%	167
Waalwijk	56	15%	9.752	5%	210
Totaal regio	466	15%	84.139	7%	171
Landelijk gemiddelde		14,2%		7,7%	

Navolgende tabel geeft een overzicht van de grotere leegstaande panden in de regio.

Tabel 4.17: Leegstaande panden regio Midden Brabant groter dan 800 m² wvo

Gemeente	Locatie	m ² wvo
Aalburg	Centrum Veen	1.150
Dongen	Centrum Dongen	1.225
	Bebouwde kom	2.613
Goirle	Bedrijfsterrein	1.540
Hilvarenbeek	Bebouwde kom	926
Loon op Zand	Centrum Kaatsheuvel	850
	Bedrijfsterrein	813
Oisterwijk	Sprendlingenpark	3.750
	Bebouwde kom	1.176
	Sprendlingenpark	1.500
Tilburg	Bebouwde kom	850
	Bossheweg	1.000
Waalwijk	Zanddonk	1.400

4.10 Beleidskaders

Provinciaal beleid

Ook de provincie Noord Brabant heeft het onderwerp Detailhandel tegenwoordig hoog op de agenda staan. Er is door de provincie een notitie 'werk aan de winkel in de regio' opgesteld¹⁸. Met de notitie informeert de provincie Noord-Brabant gemeenten, marktpartijen en kennisinstellingen over de wijze waarop de provincie detailhandel inzet om de ambities te realiseren. De notitie is tevens een reactie op de adviezen die zijn gegeven vanuit het 'Expertteam Detailhandel Noord-Brabant', SER Brabant en de Provinciale Omgevingscommissie. Het (urgente) beeld dat hieruit naar voren komt is dat de detailhandelsmarkt niet langer een groeimarkt is.

Voor de uitwerking van de regionale detailhandelsvisies zijn door de provincie enkele richtinggevende uitgangspunten benoemd:

- Streef naar concentratie van detailhandel en voorkom verspreide bewinkeling.
- Scherp de toepassing van de 'ladder voor duurzame verstedelijking' aan door detailhandelsontwikkelingen in of aansluitend aan bestaande winkelgebieden te accommoderen.
- Wees terughoudend met perifere detailhandelsontwikkelingen (zowel wat uitbreiding als branchering betreft).
- Voeg per saldo géén extra winkelmeters toe¹⁹.
- Benoem perspectiefrijke en perspectiefarme winkelgebieden.

¹⁸ Bron: Werk aan de winkel in de regio – Naar een regionale aanpak ter versterking van de detailhandelsstructuur in Noord-Brabant, Provincie Noord-Brabant, November 2013

¹⁹ Dit uitgangspunt is later door de provincie genuanceerd: het gaat er niet letterlijk om dat er per saldo geen extra winkelmeters bij komen, maar dat een eventuele uitbreiding van het aanbod zorgvuldig afgewogen wordt.

- Investeer in perspectiefrijke gebieden en bied alternatieven voor perspectiefarme gebieden.
- Speel in op de ruimtelijke effecten van internetwinkelen: bestem showrooms of afhaalpunten van internetwinkels zo veel mogelijk in of aansluitend aan winkelgebieden (geen showrooms buiten bestaande winkelgebieden).
- Bied ruimte aan innovatieve concepten.
- Verbind nieuwe ontwikkelingen met (de effecten op) de bestaande detailhandelsstructuur.
- Laat detailhandelsinitiatieven aansluiten bij de specifieke kwaliteit en uniciteit (het DNA) en de ambities van de regio.
- Betrek marktpartijen, kennisinstellingen en centrummanagement bij de opstelling van regionale detailhandelsvisies en de vormgeving van nieuwe detailhandelsontwikkelingen.

Om de detailhandelsstructuur vitaal te houden en toekomstbestendig te maken ziet de provincie een primaire rol voor zichzelf op ruimtelijk vlak. Dit doet zij door te signaleren, agenderen, reguleren en te verbinden. Relevante plannen worden getoetst op toepassing van de Ladder van duurzame verstedelijking. Regionale afstemming is hierbij een belangrijk aspect. Tenslotte gaat men indien nodig het indienen van zienswijzen bij ontwerpbestemmingsplannen en een reactieve aanwijzing of beroep bij vastgestelde plannen toepassen (met terughoudendheid). De beleidslijnen krijgen een vertaling in de provinciale Verordening Ruimte. Begin 2015 zal de provincie de uitgangspunten van het detailhandelsbeleid evalueren en zo nodig bijstellen.

Regionale Detailhandelsfoto en Afsprakenkader Hart van Brabant

In november 2013 is door BRO voor de regio Hart van Brabant een 'Detailhandelsfoto' gemaakt. Deze detailhandelsfoto geeft inzicht in de uitgangssituatie van de bestaande detailhandelsstructuur om tot een betere onderlinge regionale afstemming te komen.

In z'n algemeenheid wordt de winkelstructuur van de gemeenten gekenmerkt door een stevige basis met veel winkelgebieden die kern- en buurt- of wijkverzorgend zijn. Het is een robuust netwerk van winkelgebieden met in eerste instantie een lokale of beperkt regionale functie. De top, winkelgebieden met een (boven)regionaalverzorgende functie is zwak. Van bovenregionale centra is geen sprake.

In dit gebied liggen goede kansen om zich (nog) meer als toeristisch-recreatieve regio te profileren. De winkelcentra kunnen profiteren van de inzet op het verlengen van de verblijfsduur. Het gaat daarbij om de op boodschappen doen gerichte winkelcentra in de buurt van verblijfsrecreatieve accommodaties en daarnaast ook de meer op recreatief winkelen gerichte winkelcentra.

Mede op basis van de foto hebben de tot Hart van Brabant behorende gemeenten een afsprakenkader opgesteld om tot een betere afstemming van de detailhandelsontwikkelingen in de regio te komen.

Kernpunten hieruit zijn:

- De ambitie is de huidige verzorgingsstructuur te behouden en te versterken, met nadruk op de bestaande winkelgebieden.
- De gemeenten willen de koopkrachtafvloeiing naar de omliggende regio's en grote steden veerminderen. Hier is onder meer aanbodversterking en kwaliteitsverbetering in de centra voor doelgerichte aankopen nodig.

De met het bestemmingsplan mogelijk gemaakte versterking van de woonboulevard Zanddonk past in het regionale afsprakenkader.

Gemeentelijk beleid

Het detailhandelsbeleid van de gemeente Waalwijk is neergelegd in de Detailhandelsvisie Waalwijk, vastgesteld september 2012. Hierin wordt de ambitie uitgesproken de (boven)regionale functie van de woonboulevard te behouden. Kernpunten hierbij zijn een verdere clustering van het aanbod, een uitbreiding/verbreding van het woonaanbod met meer speciaalzaken en een verbreding van het thema van alleen "wonen naar wonen, in en om het huis en buitenleven". In verband hiermee wordt een beperkte brancheverbreding voor grootschalige, voornamelijk doelgericht bezochte winkels voorgestaan.

Hoofdlijn van beleid is om Zanddonk te transformeren tot een gemengde economische zone (GEZ) ofwel een werklandschap met een focus op bedrijvigheid in de sectoren recreatie, zorg, leisure en detailhandel. Bedrijvigheid in deze vormen is reeds aanwezig.

Voor detailhandel op periferie locaties wordt uitgegaan van zo veel mogelijk concentratie van het aanbod op (delen van) het bedrijventerrein Zanddonk, in concreto het kwadrant tussen de Prof. Kamerlingh Onnesweg, de Prof. Lorentzweg, de Prof. Keesomweg en de Reigersbosweg en het gedeelte direct ten noorden van de Prof. Kamerlingh Onnesweg.

Om te voorkomen dat de positie van de Woonboulevard verzwakt en om de huidige functie te kunnen behouden, wordt ingezet op een functionele en ruimtelijke versterking. Hiermee wordt de regio-positie van Waalwijk als koopstad versterkt en wordt de eigen inwoners meer keuze geboden. Gestreefd wordt naar een functionele uitbouw van de Woonboulevard tot een meer compleet centrum door het oorspronkelijke woonthema te verbreden tot het thema 'wonen, in & om het huis en buitenleven'.

4.11 Bevolkingsomvang en -ontwikkeling

De gemeente Waalwijk heeft in 2014 ca. 46.500 inwoners. In de periode tussen 2014 en 2025 groeit het aantal inwoners in de gemeente nog enigszins, met name door de verdere uitbouw van de nieuwe woonwijk landgoed Driessen. In totaal groeit de gehele regio tot 2020 nog met ca.10.000 inwoners en tot 2025 met ca. 17.600 inwoners. De grootste bevolkingsgroei vindt plaats in Tilburg.

Tabel 4.18: Bevolkingsprognose regio Midden Brabant (Bron: provincie Noord-Brabant)

Gemeente	2014	2020	2025
Aalburg	12.876	13.360	13.660
Dongen	25.392	25.400	25.350
Gilze en Rijen	26.038	26.985	27.525
Goirle	23.050	23.185	22.945
Heusden	43.199	44.765	45.550
Hilvarenbeek	15.092	15.425	15.515
Loon op Zand	23.126	23.115	23.035
Oisterwijk	25.780	25.725	25.575
Tilburg	210.289	215.035	219.840
Werkendam	26.414	27.350	27.695
Woudrichem	14.410	14.795	14.980
<i>Totaal overige regio</i>	<i>445.666</i>	<i>455.140</i>	<i>461.670</i>
<i>Waalwijk</i>	<i>46.495</i>	<i>47.570</i>	<i>48.115</i>
<i>Totaal regio</i>	<i>492.161</i>	<i>502.710</i>	<i>509.785</i>

4.12 Verdieping distributieve uitbreidingsruimte woonbranche

De woonbranche vormt de kern van het functionele thema van de woonboulevard Zanddonk en zal ook naar de toekomst toe het functioneren van dit themacentrum blijven bepalen. De andere branches zijn door aard en (bestemmingsplanmatig mogelijk gemaakte maximale en minimale) omvang meer aanvullend op deze hoofdbranche. Dit is een reden om voor de branche wonen een nadere distributie-planologische analyse uit te voeren. Een tweede reden is dat het verzorgingsbereik van deze branche in totaal ook veel groter is dan dat bij de andere branches het geval is.

Vergelijking met landelijke gemiddelde

In een van de vorige paragrafen is aangegeven dat de omvang van het woonaanbod in de regio Midden Brabant ca. 358 m² wvo per 1.000 inwoners bedraagt. Dat is ca. 6% beneden het landelijke gemiddelde van 381 m² wvo per 1.000 inwoners. Als er van uitgegaan wordt dat het landelijke gemiddelde ook maatgevend is voor een regio met bijna een half miljoen inwoners als Midden Brabant, dan zou er ca. 187.500 m² wvo aanwezig moeten zijn. Er is echter slechts 176.400 m² wvo aanwezig. Zo bezien is er is er een uitbreidingsruimte van ca. 11.100 m² wvo, zonder nog rekening te houden met de bevolkingsgroei en de autonome afname van aanbod als gevolg van de marktomstandigheden.

Distributie-planologische benadering

Een andere methode is de traditionele distributie-planologische berekening. Daarvoor moet eerst het huidige functioneren in beeld gebracht worden. Daartoe worden een aantal uitgangspunten gehanteerd.

Inkomensniveau

Het inkomensniveau van de inwoners in de regio is vrijwel gelijk aan het landelijk gemiddelde van € 14.900,- (-1,8%). Het inkomen is van invloed op de bestedingen. Bij een afwijking groter dan 5% passen wij een correctie toe op de bestedingscijfers. Daar de afwijking kleiner dan 5% is, is een correctie niet nodig.

Bestedingen

Voor de bestedingen gaan we doorgaans uit van landelijke gemiddelden. Echter, omdat de bestedingen in de meeste branches sinds 2011 verder gedaald zijn als gevolg van de economische recessie en internet, passen we een correctie op de 'huidige' bestedingen toe. Deze correcties zijn gebaseerd op de omzetontwikkeling²⁰ van de winkels in de betreffende branche sinds het uitkomen van de omzetkengetallen. Voor de woonbranche bedroegen de bestedingen per hoofd van de bevolking in 2011 € 360,- (excl. BTW). Voor 2014 gaan we uit van € 325,-.

Voor de bestedingscijfers in 2025 wordt in de branche wonen een stabilisatie van de cijfers van 2014 aangenomen. De internetverkoop neemt voor deze branche naar verwachting niet sterk toe, bovendien zullen aankopen in deze branche via internet vooral geschieden via bestaande zaken die een online verkoopkanaal hebben. Wel mag verwacht worden dat er een zekere inhaalslag plaats zal vinden (uitgestelde aankopen).

Koopstromen

Het koopgedrag van de consument verschilt sterk per branche. Bij de aankoop van bijvoorbeeld woonartikelen staat het kijken en vergelijken voorop en is men bereid meer kilometers te reizen. Gewoonlijk is er daarom vaak sprake van een relatief lagere binding (en hogere toevloeiing bij een meer omvangrijk en/of bijzonder aanbod). Uit de in 2011 gehouden consumentenenquête in de gemeente Waalwijk is een koopkrachtbindingspercentage van 74% gemeten. In 2007 is een consumentenenquête in de regio Midden Brabant gehouden en daar kwam een koopkrachtbinding op regionaal niveau van 72% uit. Over de koopkrachttoevloeiing (als aandeel van de totale omzet) zijn geen recente gegevens voor Waalwijk of de regio voorhanden. In de berekeningen zijn deze percentages ingeschat op basis van de aantrekkingskracht van het aanbod in Waalwijk en regio en in de omringende grote steden.

Vloerproductiviteit

Een daling van de bestedingscijfers leidt doorgaans ook tot een daling van de vloerproductiviteit en gewoonlijk wordt in distributieplanologische berekeningen uitgegaan van de in hetzelfde jaar als de bestedingen gemeten gemiddelde landelijke omzet per m² wvo. Deze gemiddelde vloerproductiviteit wordt gezien als noodzakelijk voor een op een normaal niveau functioneren van het aanbod. Echter, de bestedingen dalen al enkele jaren en bekend is dat veel winkelbedrijven verlies maken. Daarom wordt hier niet als referen-

²⁰ Wonen: ca. -10%, bruin- en witgoed: ca. -2, fietsen: ca. -15% % afgeleid van HBD omzetcijfers (www.hbd.nl).

tie uitgegaan van de theoretisch in 2014 behaalde vloerproductiviteit, maar die van 2011 (dus van voor de sterke daling van de bestedingen). Voor wonen was dat € 1.170,-.

Benadering economisch functioneren

De confrontatie van de omzetclaim van het aanbod met de totale gebonden bestedingen (koopkrachtbinding en –toevloeiing) geeft inzicht in het huidige economisch functioneren.

Tabel 4.19: Huidig economisch functioneren 2014 gemeente Waalwijk en regio Midden Brabant

	Gemeente Waalwijk	Midden Brabant
Aantal inwoners	46.500	492.161
Bestedingen per hoofd (€)	325	325
Totale bestedingspotentieel (€ mln.)	15,1	160,9
Koopkrachtbinding	74%	70%
Gebonden bestedingen (€ mln.)	11,2	112,6
Koopkrachttoevloeiing als aandeel van de omzet	70-75%	Ca. 20%
Koopkrachttoevloeiing absoluut (€ mln.)	24.7-31,8	28,2
Totale omzet (€ mln.)	37,3-44,8	140,8
Aanwezig m ² wvo)	57.980	176.391
Gerealiseerde vloerproductiviteit	640-770	800
Landelijk gemiddelde vloerproductiviteit (€ per m ² wvo)	1.170	1.170
Uitbreidingsruimte (m² wvo)	-	-

Ten aanzien van de branche wonen dient opgemerkt te worden dat de berekende omzet per m² wvo in vergelijking met het landelijke gemiddelde laag lijkt, maar gezien de aard en locatie van het aanwezige aanbod (veel grootschalige winkels, veel op perifere clusters of in kleine kernen aanwezig) is dit geen uitzonderlijke uitkomst.

Uit bovenstaande zeer indicatieve berekeningen komt naar voren dat er in de regio als geheel theoretisch geen uitbreidingsruimte aan te geven is in de woonbranche. Hieruit zou geconcludeerd kunnen worden dat er dus geen regionale behoefte bestaat aan een uitbreiding van dit aanbod op de Waalwijkse woonboulevard. Naar de toekomst toe neemt het inwonertal van de regio echter nog toe evenals dat van de omringende grote steden Tilburg, 's-Hertogenbosch en Breda. Het consumentendraagvlak voor winkelvoorzieningen neemt dus zowel in de regio als direct daarbuiten nog toe en daar dient rekening mee gehouden te worden.

Belangrijker is echter te constateren dat de woonboulevards in de omgeving van de regio zich de komende jaren nog verder zullen versterken. Deze woonboulevards worden (nog) aantrekkelijker als aankoopplaats voor zowel de inwoners van de betreffende steden en aangrenzende gemeenten als voor de inwoners van de regio Waalwijk. Als de Waalwijkse woonboulevard hier niet in meegaat dan is de consequentie dat er minder koopkracht van buiten de regio toevloeit en er meer koopkracht afvloeit naar de omringende steden. Dit geldt met name voor de branches wonen, waar kijken en vergelijken een belangrijk

aspect in het koopgedrag vormt. Uiteindelijk zullen de inwoners van de regio Waalwijk daardoor minder keuzemogelijkheden in de eigen regio hebben.

Toekomstige uitbreidingsruimte

Op basis van de bevolkingsontwikkeling en de verwachte ontwikkeling van de koopstromen en bestedingen is hieronder een benadering gemaakt van de extra distributieve mogelijkheden naar de nabije toekomst toe (2025). Hierbij is uitgegaan van de volgende uitgangspunten:

- Het aanbod op woonboulevard Zanddonk wordt versterkt waardoor de keuzemogelijkheden voor de consument toenemen. De versterking zal met name gericht zijn op het thema wonen. Tevens vindt een algehele upgradering van de omgevingskwaliteit (het verblijfsklimaat) plaats.
- De versterking resulteert voor de woonbranche in iets minder koopkrachtafvlouing vanuit de regio naar elders, dus een iets hogere regionale koopkrachtbinding (het niveau zoals dat in 2007 is gemeten). De toevoeging van grootschalige zaken in andere branches op Woonboulevard Zanddonk kan resulteren in relatief meer omzet van buiten de regio, mede door de indirecte synergie met het woon- en overige winkel-aanbod, met name de woonwinkels.
- Het aanwezige aanbod blijft op het huidige niveau functioneren.

Tabel: 4.20: Benadering toekomstig economisch functioneren 2025 regio Midden Brabant

	Midden Brabant
Aantal inwoners	509.785
Bestedingen per hoofd (€)	325
Totale bestedingspotentieel (€ mln.)	165,7
Koopkrachtbinding	72%
Gebonden bestedingen (€ mln.)	119,3
Koopkrachttoevloeiing als aandeel van de omzet	Ca. 20%
Koopkrachttoevloeiing absoluut (€ mln.)	29,8
Totale omzet (€ mln.)	149,1
Huidige omzet (€ mln.)	140,8
Verschil (€ mln.)	8,3
Benodigde vloerproductiviteit (€ per m ² wvo)	800-1.000
Uitbreidingsruimte (m² wvo)	- 8.300- 10.400

Op basis van de in de aangegeven uitgangspunten, waaronder een forse versterking van het aanbod, is in de woonbranches op regionaal niveau een aanzienlijke uitbreidingsruimte aan te geven.

Kwaliteit boven kwantiteit

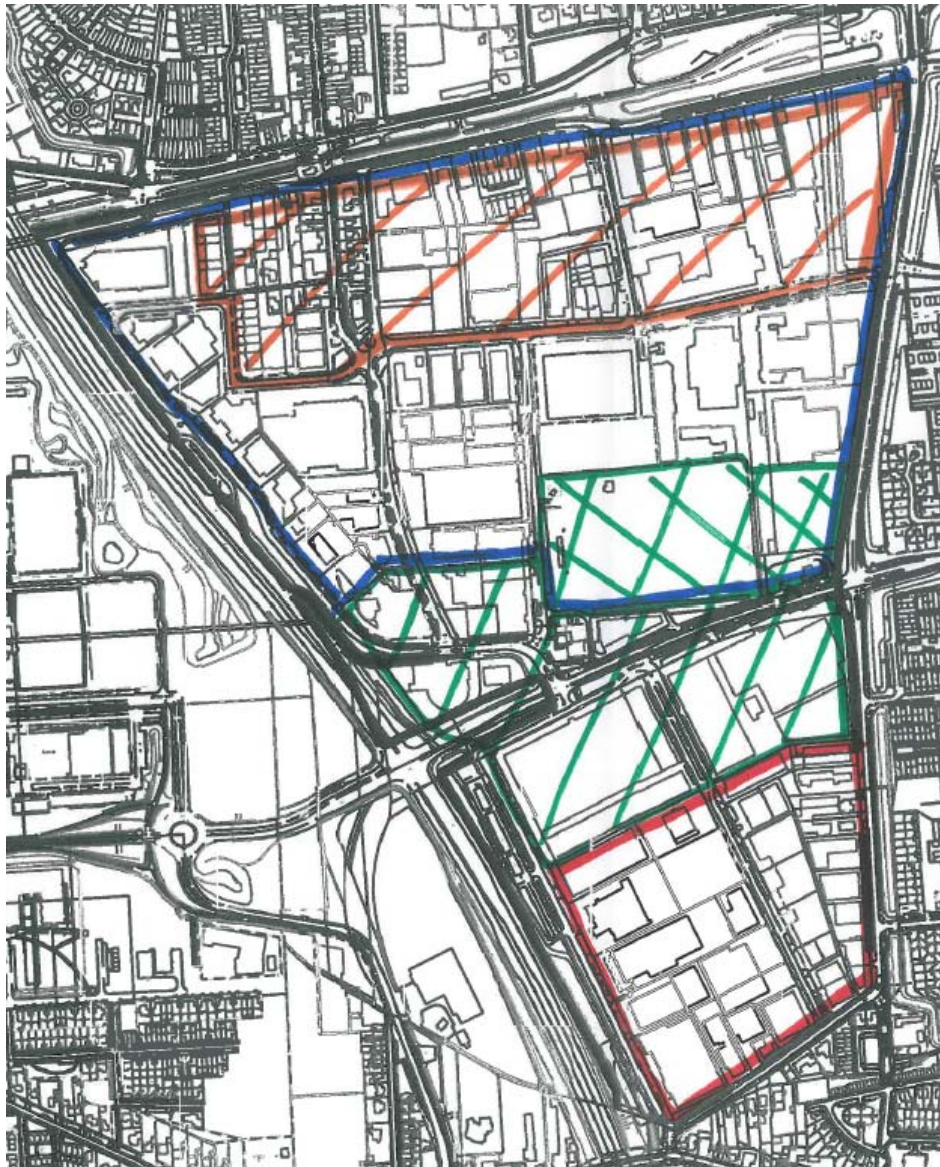
De hiervoor aangegeven distributieve uitbreidingsruimte is het resultaat van berekeningen die gebaseerd zijn op meerdere aannames. Het gaat immers om toekomstige ontwikkelingen en op voorhand kunnen die nooit exact voorspeld worden. De woningbouw





kan bijvoorbeeld vertraging oplopen, de gemiddelde woningbezetting kan hoger of lager uitvallen, de bestedingen kunnen sterk stijgen of juist dalen en koopstromen kunnen toch iets anders lopen dan verwacht. De uitkomsten van de berekeningen mogen daarom nooit als normatief gezien worden, maar als indicatief.

In dit verband is het ook van belang aan te geven dat aan kwalitatieve aspecten bij winkelontwikkelingen vaak meer waarde gehecht dient te worden dan aan de kwantitatieve distributieve mogelijkheden. Als bijvoorbeeld nieuwe winkelontwikkelingen, op een vanuit de structuur gezien goede plek, als resultaat hebben dat verouderd aanbod op een slechte plek verdwijnt, dan is de detailhandelsstructuur er per saldo op vooruitgegaan. Er is immers modern aanbod en/of een aantrekkelijk verblijfsklimaat bij gekomen en daar heeft de consument uiteindelijk het meeste baat bij. Het, in het kader van structuurverbeteringen, meer realiseren dan de berekende distributieve uitbreidingsruimte hoeft dus helemaal niet erg te zijn, vooropgesteld dat de effecten per saldo positief zijn.

BIJLAGEN

Bijlage 1. Kaart Zanddonk - gebiedsaanduiding



	Detailhandel Themacentrum
	Wijzigingsbevoegdheid uitbreiding Detailhandel Themacentrum
	Flexibiliteitsbepaling detailhandel PDV
	Flexibiliteitsbepaling detailhandel ABC- goederen
	Wijzigingsbevoegdheid wonen/werken

Bijlage 2. Overzicht branches en oppervlaktes detailhandel Woonthema-centrum

Tabel Detailhandel Woonthema-centrum Zanddonk	Branche-soort	Bestaande oppervlakte	Minimale oppervlakte	Maximale uitbreiding	Maximale totale oppervlakte Zanddonk	Wvo
Branches						
Detailhandel binnen het hoofdthema 'wonen, in & om het huis en buitenleven' (A) en doelgerichte aankopen gerelateerd aan het hoofdthema (B) in de volgende branches:		in m2 bvo	per vestiging in m2 bvo	ten opzichte van bestaand in m2 bvo	bestaand + maximale uitbreiding in m2 bvo	%
A. Thematische detailhandel						
1. woninginrichtingsartikelen (meubelen, woontextiel, slaapkamerinrichting, meubel- annex woontextielwinkels)	Wonen	63.000	1.000	10.000	73.000	80
2. parket-, laminaat- en houtvloeren		waarvan 4.600 met een minimum oppervlak van 500 tot 1.000	en 500 tot 1.000 indien expliciet aangegeven in de overige kolommen	waarvan maximaal 3.000 met een minimum oppervlak van 500 tot 1.000	waarvan maximaal 7.600 met een minimum oppervlak van 500 tot 1.000	
3. tuinmeubelen						
4. keukens, badkamers, sanitair en tegels						
5. doe-het-zelfartikelen, waaronder in ieder geval bouwmarkten	PDV	8.000	1.000	4.000	12.000	80
6. tuinartikelen, waaronder in ieder geval tuincentra (inclusief dierenbenodigdheden en –voeding)	PDV	3.000	1.000	10.000	13.000	80
7. andere volumineuze artikelen binnen het hoofdthema waaronder in ieder geval haarden, zonwering, tuinhuisjes, buitenspeeltoestellen, zwembaden, tuinbeelden, grafzerken, etc. en met uitzondering van detailhandel in ABC-goederen	PDV		1.000	4.000	4.000	80
B. Themagerelateerde detailhandel						
8. bruin-, wit, en grijsgoed;	GDV		1.500	4.000	4.000	80
9. tenten, kampeerartikelen en gespecialiseerde buitensportartikelen, waaronder in ieder geval artikelen voor de golfsport, jachtsport, ruitersport, watersport	GDV		1.500	4.000	4.000	80
10. huisdierenspecialzaak	GDV		1.500	2.000	2.000	80
11. baby(woon)artikelen	GDV		1.500	4.000	4.000	80
12. rijwielen	GDV		1.500	2.000	2.000	80

PDV = Perifere Detailhandelsvestiging

GDV = Grootschalige Detailhandelsvestiging

Bijlage 3. Panden Waalwijk-centrum 500 – 1.000 m² bvo

Naam/branche	Straat	m ² wvo	m ² bvo ²¹
Aldi	De Els	416	520
Blokker	De Els	432	540
Takko Fashion	Stationsstraat	435	544
Intersport	Grotestraat	447	559
Coolcat	De Els	448	560
Harens Smid	Stationsstraat	453	566
Schoenenreus	De Els	460	575
Clous Mode	Grotestraat	500	625
Leegstand	De Els	500	625
Action	Irenestraat	562	703
Vogele	De Els	689	861
Kruidvat	Stationsstraat	700	875
Leegstand	Grotestraat	741	926
Veraa (kleding)	Grotestraat	756	945

Bron: Locatus

²¹ Dataleverancier Locatus werkt met winkelvloeroppervlakte. De afmetingen van Locatus zijn daarom omgerekend naar bruto vloeroppervlakte, hierbij is gerekend met een bvo/wvo-factor van 0,8.

