

# Breda, Toekomstperspectief winkelgebieden

Gemeente Breda

Definitief



# Breda, Toekomstperspectief winkelgebieden

**Gemeente Breda**

**Definitief**

Rapportnummer:	203X01464_2
Datum:	16 maart 2018
Opdrachtgever:	Gemeente Breda
Contactpersoon:	Mevr. Van Haaren-Stoks
Projectteam BRO:	Felix Wigman, Geri Wijnen, Maartje Verhulst
Trefwoorden:	Analyse, detailhandelsvisie, trends en ontwikkelingen, aanbod, leegstand, doelgroep, koopstromen, economisch functioneren, marktruimte, bezoekers, demografie
Bron foto kaft:	BRO

BRO  
Hoofdvestiging  
Bosscheweg 107  
5282 WV Boxtel  
T +31 (0)411 850 400  
E info@bro.nl

<b>Inhoudsopgave</b>	<b>Pagina</b>
<b>1.INLEIDING</b>	<b>3</b>
1.1Achtergrond en vraagstelling	3
1.2Leeswijzer	4
<b>2.HOOFDPUNTEN ANALYSE</b>	<b>5</b>
2.1Aanbod	5
2.2Vraag	6
2.3Economisch functioneren en toekomstperspectief winkelgebieden	7
<b>3.ONTWIKKELRICHTING NAAR SECTOR EN BRANCHE</b>	<b>9</b>
3.1Economisch functioneren dagelijks aanbod	9
3.2Economisch functioneren niet-dagelijks aanbod	10
3.2.1 Recreatief aanbod	12
3.2.2 Doelgericht aanbod	13
<b>4.ONTWIKKELRICHTING STADSDELEN EN DORPEN</b>	<b>16</b>
4.1Centrum (binnenstad + station)	16
4.2Noord	20
4.3Oost	23
4.4Zuid-Oost / Zuid	26
4.5West	29
4.6Noord-West	32
4.7Bavel	35
4.8Prinsenbeek	37
4.9Teteringen	39
4.10Ulvenhout	41
<b>5.CONCLUSIES</b>	<b>43</b>

## **BIJLAGEN**

Bijlage 1: Toelichting distributieplanologisch onderzoek en begrippen	1
Bijlage 2: Trends en ontwikkelingen	6
Bijlage 3: Vraagzijde	11
Bijlage 4: Aanbodzijde	14
Bijlage 5: Huidig en toekomstig functioneren	35
Bijlage 6: Beleidsanalyse	45
Bijlage 7. Lijst met geïnterviewde personen	52
Bijlage 8. Factsheets per winkelgebied	53

# 1. INLEIDING

## 1.1 Achtergrond en vraagstelling

In verband met enkele detailhandelsinitiatieven die momenteel in Breda spelen, wenst gemeente Breda inzicht in het huidige functioneren en het toekomstperspectief van de Bredase winkelstructuur en de individuele winkelgebieden daarbinnen. Dit rapport bevat de belangrijkste resultaten van die analyse.

Er is een kwalitatieve en een kwantitatieve beschouwing gemaakt van de huidige stand van de Bredase detailhandel. De kwantitatieve beoordeling is een theoretische benadering van de werkelijkheid op basis van cijfers en aannames (distributieplanologische benadering, zie verdere uitleg over methodiek in Bijlage 1). Er wordt dan gekeken naar het (economisch) 'functioneren' van winkelgebieden, wat is gebaseerd op de berekende vloerproductiviteit van een winkelgebied (omzet per m<sup>2</sup> wvo).

Input die gebruikt is voor het onderzoek zijn onder andere Locatus-gegevens (november 2017), een schouw (september 2017) en een koopstromenonderzoek<sup>1</sup> (november 2017- januari 2018). Deze gegevens zijn naast bestaande gegevens uit het Koopstromenonderzoek 2009 en de Visie op de detailhandelsstructuur 2009-2020 gelegd om inzicht te krijgen in de ontwikkeling van de Bredase detailhandel en de individuele winkelgebieden en de ontwikkelingsmogelijkheden naar de toekomst toe (2030).

Als uitkomst zijn op het niveau van de gemeente (naar branche) en op stadsdeel- en dorpsniveau mogelijke ontwikkelrichtingen en aandachtspunten geformuleerd en de te maken keuzes. De gemeente kan deze uitkomsten gebruiken om de toekomstige koers voor de verschillende winkelgebieden te bepalen (nieuw detailhandelsbeleid en binnenstadsvisie), om detailhandelsinitiatieven van marktpartijen te toetsen en voor het opstellen van een Omgevingsvisie.

De centrale vragen in het onderzoek zijn:

- Hoe staat de detailhandel er momenteel voor in Breda?
- Wat is het perspectief voor de detailhandel in Breda op de korte en langere termijn?
- Is er momenteel sprake van een evenwichtige, duurzame detailhandelsstructuur?
- Is er marktruimte voor uitbreidingen en zo ja, in welke branches en op welke locaties?
- Wat is de gewenste ontwikkelingsrichting voor de perifere subcentra (woonboulevard, Stada Stores, Breepark)?

---

<sup>1</sup> Breda, Koopstromenonderzoek 2017-2018, uitgevoerd in gemeente Breda en 13 omliggende gemeenten (door BRO in samenwerking met Veldwerk Optimaal).

## 1.2 Leeswijzer

Dit rapport is als volgt opgebouwd:

- **Hoofdstuk 2:** Belangrijkste conclusies van de analyse van het huidige functioneren van de Bredase detailhandelsstructuur en de individuele winkelgebieden. De totale analyse is te vinden in de bijlage.
- **Hoofdstuk 3:** Functioneren van detailhandel naar sector (dagelijks en niet-dagelijks, recreatief en doelgericht) en branches en mogelijke ontwikkelrichtingen.
- **Hoofdstuk 4:** Functioneren van detailhandel naar stadsdelen, dorpen en de belangrijkste winkelgebieden en mogelijke ontwikkelrichtingen.
- **Hoofdstuk 5:** Conclusies en advies
- **Bijlagen:** De complete analyse is in de bijlage opgenomen: trends en ontwikkelingen, analyse van vraag- en aanbodzijde, het huidige en toekomstige functioneren van de Bredase detailhandel, een beleidsanalyse en factsheets per winkelgebied. In de bijlage is tevens een uitleg opgenomen over koopstromen, het berekenen van 'economisch functioneren' en daarnaast een begrippenlijst.

Daar waar in het stuk alleen sprake is van m<sup>2</sup> wordt winkelvloeroppervlak (wvo) bedoeld.

Ook wordt in het stuk veelvuldig de termen 'dagelijks' en 'niet-dagelijks' aanbod gebruikt.

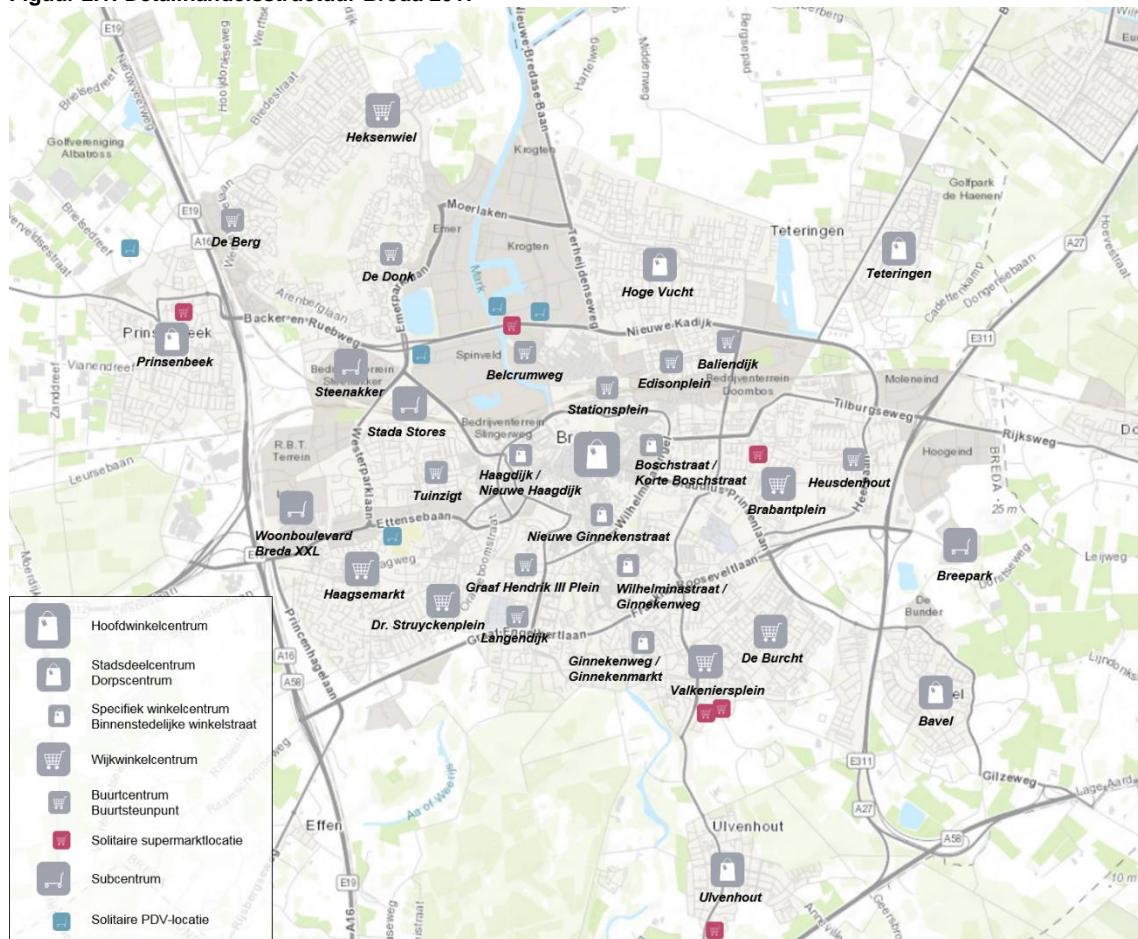
- Bij dagelijks winkelaanbod gaat het om winkels die dagelijkse artikelen verkopen: voedings- en genotmiddelen (vgm) en artikelen op het gebied van persoonlijke verzorging. In de praktijk gaat het hierbij om supermarkten, versspeciaalzaken en drogisterijen.
- Bij niet-dagelijks winkelaanbod gaat het om winkels die niet-dagelijkse artikelen verkopen: alle artikelen die niet behoren tot de dagelijkse artikelensector.

Er wordt aangesloten op de branche-indeling van Locatus (zie bijlage 1).

## 2. HOOFDPUNTEN ANALYSE

### 2.1 Aanbod

Figuur 2.1: Detailhandelsstructuur Breda 2017



- Breda heeft relatief veel aanbod aan detailhandel ten opzichte van de referentieplaatsen<sup>2</sup> in Nederland, zowel in het aantal zaken als in winkelvloeroppervlak. Per 1.000 inwoners 2.097 m<sup>2</sup> wvo versus 1.645 m<sup>2</sup> wvo landelijk.
- De belangrijkste veranderingen in de detailhandelsstructuur ten opzichte van 2010 zijn de realisatie Stada Stores, sluiten van de Lunet (volledig leeg), realisatie Dr. Struyckenplein, renovatie/uitbreiding van De Burcht, realisatie Decathlon en realisatie Hornbach. Daarbij zijn er tussen 2010 en 2017 ruim 10.000 m<sup>2</sup> wvo supermarktmeters bijgekomen (waarvan 6.000 m<sup>2</sup> Jumbo Foodmarkt in Stada Stores). In de branches mode & luxe, vrije tijd en in & om huis is het aantal verkooppunten flink afgenomen, maar het metrage is niet of nauwelijks gedaald of zelfs toegenomen (in & om

<sup>2</sup> Benchmark Locatus met gemeenten met inwonertal tussen 100.000 en 175.000 inwoners.

huis). Opvallend is het feit dat de detailhandel in de binnenstad in omvang flink is afgenomen, in tegenstelling tot de andere locaties (ondersteunend, PDV-locaties, speciale winkelgebieden en verspreide bewinkeling) waar het winkelaanbod juist in omvang is toegenomen.

- In de periode 2010 – 2017 is het aantal horecazaken met 9% gestegen. Ten opzichte van de benchmark<sup>3</sup> telt Breda echter relatief weinig restaurants en hotels. Ook het aantal leisurevoorzieningen en dienstverleners ligt lager dan in referentiekernen (voornamelijk cultureel aanbod en ambachten).
- Het leegstandspercentage in Breda is op het aantal verkooppunten (7,0%) hoger dan gemiddeld in vergelijking met referentiekernen<sup>4</sup>, terwijl het percentage leegstand op winkelvloeroppervlak (6,5%) juist lager is dan gemiddeld. In totaal staat er nu 40.000 m<sup>2</sup> vvo leeg. De leegstand is vooral toegenomen in de binnenstad (nu ca. 12.000 m<sup>2</sup> / 88 panden, waarvan 9.100 m<sup>2</sup> / 63 panden in het kernwinkelgebied) en in Heksenwiel (ca. 1.350 m<sup>2</sup> / 13 panden). In de binnenstad is de leegstand in de afgelopen twee jaar wel met meer dan 10% gedaald. In buurtstrips als de Edisonstraat is de leegstand de afgelopen jaren opvallend afgenomen. Deze leegstand is opgevuld met detailhandel en horeca/dienstverlening.
- In Breda staan nog verschillende detailhandelsinitiatieven op stapel, sommigen zijn al bestemmingsplanmatig 'hard' en anderen zijn nog wensen vanuit marktpartijen. In de binnenstad gaan de komende tijd in ieder geval enkele concrete ontwikkelingen plaatsvinden (totaal 6.000 – 7.000 m<sup>2</sup> vvo). Andere locaties waar plannen zijn, zijn De Hoge Vucht, Heksenwiel, Woonboulevard, opwaardering winkelgebied Belcrumweg (Havenkwartier) en herontwikkeling Scheperij in Teteringen. In de regio zijn de belangrijkste plannen de ontwikkelingen in de binnenstad van Tilburg, de nieuwbouw van Van Cranenbroek in Dongen (van 8.000 naar 15.000 m<sup>2</sup>) en de centrumplannen in Gilze-Rijen en Alphen-Chaam.

## 2.2 Vraag

- De demografische samenstelling van Breda (relatief veel jonge doelgroepen), inkomensniveau (gemiddelde besteedbaar inkomen +4% boven landelijk), bevolkingsprognose tot aan 2030 (+7,9% inwoners en + 8,6% huishoudens) en woningbouwprogramma zijn gunstig met het oog op consumentendraagvlak voor detailhandel. Met name Teteringen, stadsdeel Noord en het Centrum zullen de komende jaren erg hard zullen groeien. Alleen in Noord-West zal het inwonertal licht dalen. De groei in de regio (1%) is een stuk minder sterk.
- In 2009 is in Breda voor het laatst een gemeentelijk koopstromenonderzoek uitgevoerd, terwijl het consumentengedrag en de winkelmarkt sindsdien sterk zijn veranderd. Eind 2017 / begin 2018 is een nieuw koopstromenonderzoek uitgevoerd om een gedetailleerd en actueel beeld te verkrijgen van het koopgedrag van de Bredase consument op het gebied van de dagelijkse en niet-dagelijkse artikelensector en de verschillende branches daarbinnen. Op basis hiervan is inzicht verkregen in het economisch functioneren van winkelgebieden (kwantitatief). In bijlage 1 is een uitleg opgenomen over koopstromen, het berekenen van 'economisch functioneren' en is tevens een begrippenlijst opgenomen.

<sup>3</sup> Benchmark HorecaDNA: weging naar inwonertal Breda in de klasse gemeenten met meer dan 100.000 inwoners

<sup>4</sup> Benchmark Locatus met gemeenten met inwonertal tussen 100.000 en 175.000 inwoners.

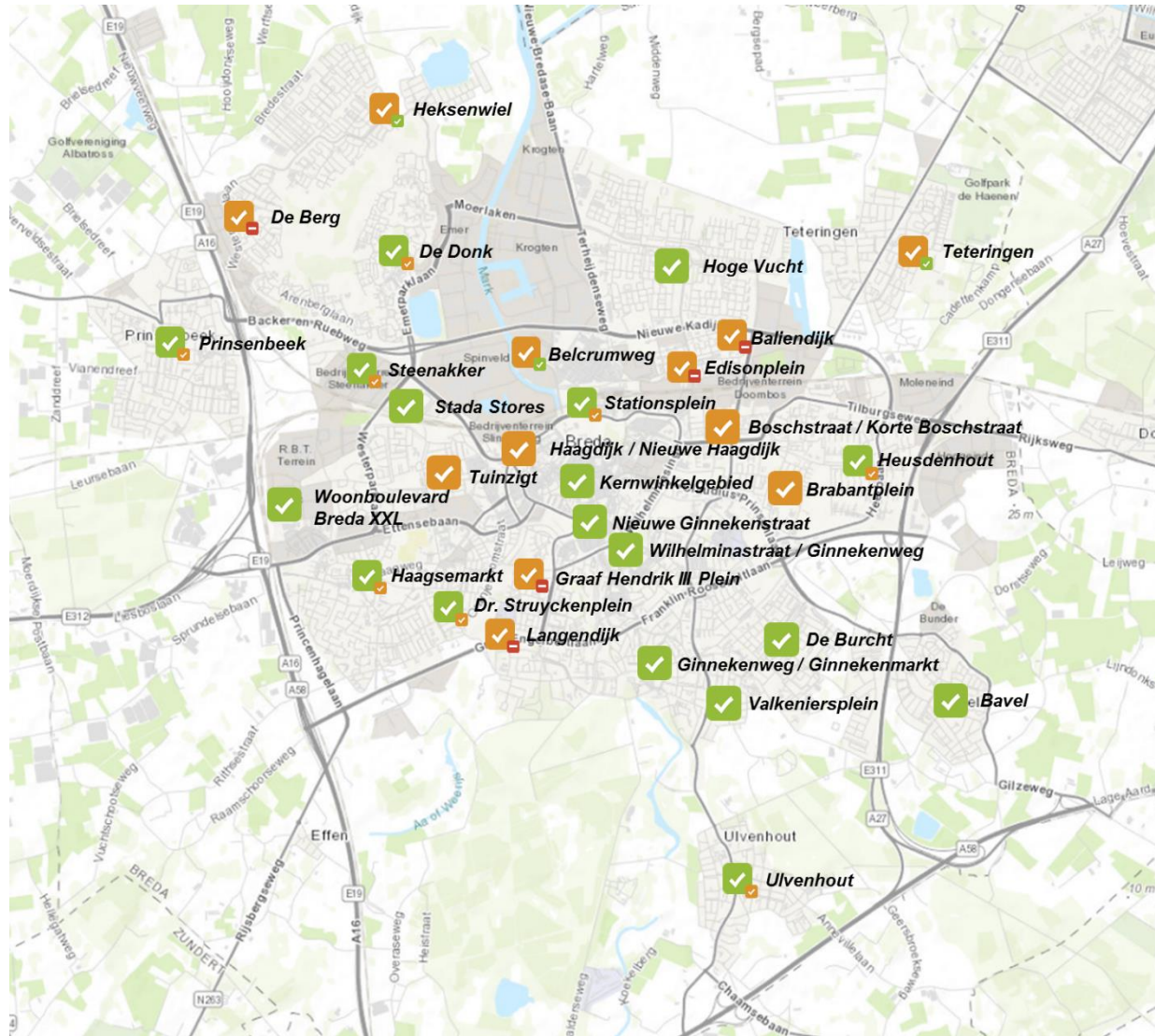


- De koopkrachtbinding in de gemeente Breda in de dagelijkse artikelensector is sinds 2009 iets afgenomen (van 98% naar 96%). Dit betekent dat inwoners uit Breda iets minder dagelijkse boodschappen doen in de eigen gemeente, maar de binding is nog altijd heel hoog. De afname van de binding is overigens een landelijk verschijnsel; de consument is mobieler en beter geïnformeerd, waardoor hij sneller naar andere winkelgebieden gaat als die meer aansluiten op zijn wensen.
- De koopkrachtbinding in de gemeente Breda in de niet-dagelijkse sector is sinds 2009 eveneens iets afgenomen (van 91% naar 89%). Dit betekent dat inwoners uit Breda minder aankopen doen in de eigen gemeente. Ook dit hangt samen met de verandering van consumentengedrag: men is mobieler, beter geïnformeerd en bereid verder te reizen voor winkelaanbod dat aansluit bij zijn wensen.

### **2.3 Economisch functioneren en toekomstperspectief winkelgebieden**

- Het economisch functioneren van het dagelijks winkelaanbod (behaalde vloerproductiviteit) ligt op gemeenteniveau ca. 11% onder de landelijk gemiddelde vloerproductiviteit (zie tabel 3.1 op pagina 9). De gemiddelde vloerproductiviteit van het niet-dagelijks aanbod in Breda ligt ca. 5% boven de landelijke gemiddelde vloerproductiviteit (zie tabel 3.2 op pagina 10). In hoofdstukken 3 en 4 wordt in detail in gegaan op het economisch functioneren per sector, branche, stadsdelen en winkelgebieden.
- Figuur 2.2 geeft een samenvatting van het toekomstperspectief per winkelgebied op basis van analyse (huidige situatie en kansen en bedreigingen) en een benadering van het economisch functioneren van het winkelgebied. Een uitwerking hiervan en de bijhorende factsheets per winkelgebied zijn in de bijlage te vinden.

Figuur 2.2: Beoordeling toekomstperspectief winkelgebieden Breda 2017



-  Goed
-  Goed met aandachtspunten
-  Onzeker
-  Onzeker met concrete kansen
-  Onzeker met afnemend perspectief

### 3. ONTWIKKELRICHTING NAAR SECTOR EN BRANCHE

#### 3.1 Economisch functioneren dagelijks aanbod

Tabel 3.1: Economisch functioneren dagelijks aanbod

	Economisch functioneren (in € / m <sup>2</sup> wvo)	Landelijk gemiddelde vloerproductiviteit (in € / m <sup>2</sup> wvo)
Levensmiddelen	7.375	8.311
Persoonlijke verzorging	5.825	6.570
<b>Totaal dagelijks</b>	<b>7.175</b>	<b>8.108</b>

#### Gemeenteniveau

Het economisch functioneren van het dagelijks winkelaanbod (behaalde vloerproductiviteit) ligt op gemeenteniveau ca. 11% onder de landelijk gemiddelde vloerproductiviteit. Dit betekent dat er, uitgaande van de landelijk gemiddelde vloerproductiviteit als norm, op gemeenteniveau in principe geen uitbreidingsruimte is in deze sector. Ook naar de toekomst toe is dat niet het geval, ondanks een flinke bevolkingsgroei tot 2030. Dit wil echter niet zeggen dat er lokaal (op stadsdeelniveau) geen ruimte is voor versterking of kwaliteitsverbetering, in samenhang met de ontwikkeling van het lokale consumentendraagvlak en het toekomstperspectief van het bestaande winkelaanbod (zie kader). Op de ontwikkelingsmogelijkheden, voorziene ontwikkelplannen en te maken keuzes wordt per stadsdeel ingegaan in hoofdstuk 4.

#### Beoordeling planinitiatieven: kwaliteit boven kwantiteit

Belangrijk is om steeds te realiseren dat de aangegeven marktruimte het resultaat is van berekeningen die gebaseerd zijn op meerdere aannames. Het gaat immers om toekomstige ontwikkelingen en op voorhand kunnen die nooit exact voorspeld worden. De uitkomsten van de berekeningen mogen daarom nooit als normatief gezien worden, maar als indicatief.

In dit verband is het tevens van belang aan te geven dat aan de kwalitatieve aspecten bij winkelontwikkelingen meer waarde gehecht dient te worden dan aan de kwantitatieve distributieve mogelijkheden. In de ruimtelijke ordening dient op basis van ruimtelijk relevante argumenten beoordeeld te worden of het consumentenbelang op langere termijn wordt gediend; het gaat niet om een verslechterde concurrentiepositie voor individuele bedrijven.

Als bijvoorbeeld nieuwe winkelontwikkelingen, op een vanuit de structuur bezien 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 niet erg te zijn, vooropgesteld dat de effecten op de consumentenverzorging en het woon-, leef- en ondernemersklimaat per saldo positief zijn.

### **Naar branche**

Ook in de individuele branches 'levensmiddelen' en 'persoonlijke verzorging' ligt het benaderde vloerproductiviteit onder de landelijke gemiddelden, waardoor er in beginsel geen uitbreidingsruimte is. Voor beide branches is de koopkrachtbinding licht gedaald, in lijn met de afname van de binding op de totale dagelijkse sector ten opzichte van 2009 (van 98% naar 96%).

Hoewel de afname van de binding een landelijk verschijnsel is, geeft dit des te meer het belang aan van aanbodkwaliteit, diversiteit en complementariteit. De consument is immers breed georiënteerd en geïnformeerd, kritisch, mobiel en kan, zeker op het gebied van levensmiddelen, op steeds meer verschillende plekken terecht. Denk aan winkels aansluitend op werk- en trafficlocaties, diverse mengconcepten van horeca en detailhandel (direct of uitgesteld consumeren), maar ook aan maaltijdboxen en andere innovatieve concepten. Onderscheidende concepten met bijzonder aanbod en gericht op gemak en/of beleving zijn in staat consumenten te trekken. Dit geldt zowel voor boodschappencentra als voor recreatieve verblijfsgebieden zoals de binnenstad.

#### **Te maken keuzes**

- Geen mogelijkheden bieden voor nieuwe solitaire supermarkten. Inzetten op verplaatsing van bestaande (kleinschalige) solitaire supermarkten naar winkelgebieden.
- Uitbreidingen van dagelijks aanbod (supermarkten) slechts mogelijk maken ten behoeve van kwaliteitsverbetering van bestaand winkelaanbod en in samenhang met de ontwikkeling van het consumentendraagvlak in de lokale verzorgingsgebieden (stadsdeel/wijk). Een mogelijkheid voor vernieuwing van de structuur kan ook zijn het samenvoegen van bestaand aanbod, eventueel op nieuwe locaties. Kernwoorden zijn: aanbodkwaliteit, diversiteit, complementariteit, onderscheidend, gemak en beleving.

## **3.2 Economisch functioneren niet-dagelijks aanbod**

Uit de hoge mate van toevloeiing op de niet-dagelijkse sector blijkt het belang van dit aanbod voor de gemeente en de regio, en dan met name van de binnenstad en de Woonboulevard. Het totale niet-dagelijkse winkelaanbod in Breda functioneert qua vloerproductiviteit momenteel ca. 5% boven de landelijke gemiddelde vloerproductiviteit<sup>5</sup>. Vanuit die optiek is er enige marktruimte voor versterking van het niet-dagelijkse aanbod (ca. 13.500 m<sup>2</sup> wvo). Tot aan 2030 neemt deze marktruimte verder toe naar 21.000 m<sup>2</sup> wvo, als gevolg van de bevolkingsgroei in Breda. Dit is uitgaande van de landelijk gemiddelde vloerproductiviteit, inclusief een correctie op de bestedingscijfers van 5% als gevolg van de toename van online bestedingen en onder voorwaarde van gelijkblijvende koopkrachtbinding en koopkrachttoevloeiing. Voor de niet-dagelijkse sector is hierna in paragraaf 3.2.2 een opsplitsing gemaakt naar recreatief winkelaanbod (groepen 'mode & luxe' en 'vrije tijd', m.u.v. sport) en in paragraaf 3.2.3

<sup>5</sup> Daarbij is uitgegaan van een totale toevloeiing op Breda van 39% in plaats van 38% zoals gemeten in het koopstromenonderzoek. Dit aangezien zowel de binnenstad als de woonboulevard ook koopkracht trekken van buiten de regio die in het koopstromenonderzoek onderzocht is (Zundert, Etten-Leur, Rucphen, Halderberge, Drimmelen, Geertruidenberg, Oosterhout, Dongen, Gilze-Rijen, Alphen-Chaam in Nederland en Hoogstraten en grensgemeente Baarle-Nassau/Baarle-Hertog).

naar doelgerichte branches ('woninginrichting', 'doe-het-zelf', 'rijwielen', 'tuincentra', 'sport- en kamperen' en 'bruin- en witgoed').

**Tabel 3.2: Economisch functioneren niet-dagelijks aanbod**

		Economisch functioneren (in € / m <sup>2</sup> wvo)	Landelijk gemiddelde vloerproductiviteit (in € / m <sup>2</sup> wvo)
Recreatief	Kleding, mode en schoenen	3.350	2.601
	Huishoudelijke artikelen	1.450	1.219
	Media (m.u.v. Sport)	3.375	2.759
Doelgericht	Sporten en kamperen	1.700	1.742
	Bruin- en witgoed	6.975	5.045
	Doe-het-zelfartikelen	1.100	1.575
	Woninginrichting (m.u.v. keukens & badkamers)	1.225	1.335
	Tuincentra	475	737
	Rijwielen	1.900	2.606
<b>Totaal niet-dagelijks</b>		<b>2.125</b>	<b>2.018</b>

**Tabel 3.3: Uitkomsten theoretische marktruimtebenadering niet-dagelijkse sector, gemeente Breda**

	Marktruimte 2018	Marktruimte 2030
Marktruimte niet-dagelijks gemeente Breda (o.b.v. huidige koopstromen)	13.500 m <sup>2</sup>	21.000 m <sup>2</sup>
<i>waarvan in recreatieve branches</i>	<i>9.900 m<sup>2</sup></i>	<i>12.500 m<sup>2</sup></i>
<i>waarvan in Stadsdeel Centrum</i>	<i>6.600 m<sup>2</sup></i>	<i>11.000 m<sup>2</sup></i>
<i>waarvan kernwinkelgebied binnenstad</i>	<i>5.500 m<sup>2</sup></i>	<i>7.500 m<sup>2</sup></i>

### Nuancering marktruimte: inzet op de juiste plekken

In het bepalen van de marktruimte is daarnaast ook de beschikbare 'plancapaciteit' van belang: de fysieke ruimte die er is in leegstaande panden, maar ook de mogelijkheden die er in bestemmingsplannen zitten. Ook moeten bestaande 'harde' planinitiatieven worden meegenomen, bijvoorbeeld waar het bestemmingsplan in procedure is of omdat er contractuele afspraken zijn tussen marktpartijen en/of gemeente.

- *Leegstand*: In Breda staat tegenover de marktruimte nog een leegstand van in totaal 40.000 m<sup>2</sup> wvo in Breda, waarvan 12.000 m<sup>2</sup> wvo in de binnenstad.
- *Planinitiatieven*: Een deel van de berekende marktruimte zal op korte termijn ook worden ingevuld in de binnenstad, door een aantal planinitiatieven (totaal ca. 6.000 - 7.000 m<sup>2</sup> wvo) waarmee deels ook leegstand wordt heringevuld. Daarnaast zijn er ook 'zachtere' initiatieven voor uitbreiding van de woonboulevard (ook ca. 6.000 - 7.000 m<sup>2</sup> wvo) en de Hoge Vucht (1.500 - 4.000 m<sup>2</sup> wvo). In totaal gaat het om ca. 13.500 - 18.000 m<sup>2</sup> aan planinitiatieven
- *Overige plancapaciteit*: Ook is er bestemmingsplanmatig 'harde' uitbreidingsruimte in de sportbranche op Breepark, maximaal ca. 6.000 m<sup>2</sup> wvo.

Uit het voorgaande blijkt dat er niet voldoende marktruimte is om alle beschikbare plancapaciteit (leegstand en in bestemmingsplannen) in te vullen met detailhandel en alle bestaande planinitiatieven te

realiseren. Er moeten dus keuzes gemaakt worden welke initiatieven te realiseren en waar. Tegelijkertijd is ook absoluut een saneringsopgave voor 'slechte meters' (in te vullen met een andere functie of ontwikkelopgave).

Bij de keuze waar de marktruimte in te zetten is het van belang te realiseren dat deze in grote mate (zo niet een-op-een) samenhangt met de aantrekkingskracht van de binnenstad en de Woonboulevard. Zowel op het gebied van recreatief als doelgericht winkelen is de consument in de laatste jaren kritischer geworden en meer op zoek naar aantrekkelijke verblijfsgebieden en vermaak/beleving. Men kiest in toenemende mate voor de grotere, complete winkelgebieden: de grotere binnensteden maar ook de grotere perifere winkellocaties boven de (middelgrote) aankoopplaatsen in middelgrote steden. Hoewel er in de regio veel focus is op lokaal verzorgende winkelgebieden, vraagt juist dit consumentengedrag om het verder versterken van deze (reeds) complete winkelgebieden met een (boven)regionale functie. De marktruimte is dus niet op een willekeurige plek in Breda inzetbaar. In dat kader is voorzichtigheid geboden met uitbreidingen van winkelgebieden die daar minder op gericht zijn, zo ook voor de grotere wijkcentra Hoge Vucht en Heksenwiel en de perifere winkellocaties Steenakker, Stada Stores en Breepark.

### 3.2.1 Recreatief aanbod

Het economisch functioneren van het recreatieve winkelaanbod ligt op gemeenteniveau flink boven de landelijke gemiddelde vloerproductiviteiten, ondanks de toegenomen bestedingen via e-commerce. Dit geldt zowel voor de branches 'kleding mode en schoenen' (+24%), 'huishoudelijke artikelen' (+19%) en 'media' (+22%). Het goede functioneren van deze sector is met name toe te schrijven aan het sterke en omvangrijke recreatieve aanbod in de Bredase binnenstad en de (boven)regionale aantrekkingskracht daarvan. De binding op de modische branche is gemeentebreed wel afgenomen ten opzichte van 2009 (-6%) evenals die op media (-2%). Op huishoudelijke artikelen is de binding gelijk gebleven. Deze teruggang is overigens in lijn met het landelijke beeld: consumenten zijn kritischer en mobieler en zijn bereid verder te reizen voor specifiek recreatief aanbod. De daling in koopkrachtbinding op recreatief aanbod is vooral terug te zien in de binnenstad, waar het modisch aanbod sterk aanwezig is.

#### Ontwikkelingsmogelijkheden

De recreatieve sector<sup>6</sup> is met name gevestigd in de binnenstad van Breda (ruim tweederde van het totale aanbod). Voor de beoordeling van de marktruimte hanteren we daarom een vloerproductiviteit van € 3.000 als norm (gemiddelde voor deze branches in Breda), in plaats van het landelijk gemiddelde (€ 2.018), wat meer aansluit bij de gemiddelde vloerproductiviteit in binnensteden. Daarop afgaande is er, in combinatie met de huidige koopstromen, een maximale uitbreidingsruimte in de recreatieve branches van ca. 9.900 tot 12.500 m<sup>2</sup> wvo naar de toekomst toe (2030).

- **Binnenstad:** Gezien de positie van de binnenstad in de detailhandelsstructuur, het (economisch) functioneren van de binnenstad, de aantrekkingskracht op recreatieve branches, maar ook gezien

---

<sup>6</sup> Branches: 'Kleding, mode en schoenen', 'Media (excl. sport)' en 'Huishoudelijke artikelen'

de daar aanwezige leegstand (ca. 12.000 m<sup>2</sup> vvo) en de teruggelopen koopkrachtbinding, is versterking van het recreatieve aanbod het meest op zijn plek in de binnenstad. Een deel van de berekende uitbreidingsruimte in recreatieve branches wordt de komende tijd ook al ingevuld door verschillende concrete planinitiatieven in de binnenstad waarmee leegstand wordt weggenomen (in totaal zeker 6.000 – 7.000 m<sup>2</sup>).

- **Hoge Vucht:** Ook in de Hoge Vucht zijn plannen om het recreatieve aanbod verder uit te breiden (totale uitbreiding 1.500 – 4.000 m<sup>2</sup>). Het zou daarbij hoofdzakelijk gaan om uitbreiding van bestaande winkels. Een voorwaarde is in ieder geval dat de toevoegingen aansluiten op het profiel van het winkelcentrum als uitgebreid boodschappencentrum (groot wijkverzorgend centrum) en het efficiënt-recreatieve karakter. Met het oog op de toekomst moeten de toevoegingen in de niet-dagelijkse sector nadrukkelijk de dagelijkse loop stimuleren (de recent gevestigde Action is daar een goed voorbeeld van).
- **Overig:** Substantiële uitbreidingen van andere winkelgebieden met recreatief aanbod is met het oog op de gewenste versterking van de binnenstad (herinvulling leegstand en behouden dan wel vergroten van de koopkrachtbinding) en behoud van de bestaande koopstromen in de wijk- en dorpscentra ongewenst. De Wilhelminastraat/Ginnekenweg en het Ginneken nemen als recreatieve verblijfsgebieden wel een bijzondere plek in binnen de Bredase detailhandelsstructuur. Het behoud van het unieke karakter dat hier van belang is, geeft echter (juist) geen aanleiding tot grootscheepse ontwikkelingen.

#### **Te maken keuzes**

- Uitbreidingsruimte in recreatieve branches (met name modisch) benutten voor het versterken van de binnenstad, met oog op herinvulling van leegstand en vergroten koopkrachtbinding. De binnenstadsranden met daarin verschillende potentiële ontwikkellocaties kunnen daarbij overloopgebieden vormen.
- Uitbreidingen van niet-dagelijks winkelaanbod in de Hoge Vucht enkel nadrukkelijk ter versterking van de aantrekkingskracht van de dagelijkse verzorgingsfunctie.
- Substantiële uitbreidingen van andere winkelgebieden met recreatief aanbod is ongewenst.

### **3.2.2 Doelgericht aanbod**

Ten opzichte van 2009 is de binding op het doelgerichte aanbod voor een groot aantal branches afgenomen. Enkel voor rijwielen is de binding toegenomen (+1%) en voor doe-het-zelfartikelen is deze gelijk gebleven. In de berekende vloerproductiviteit van het doelgerichte aanbod zit per branche redelijk wat variatie. De meeste branches functioneren echter onder de landelijk gemiddelde (branchespecifieke) vloerproductiviteit, met uitzondering van de branche 'bruin- en witgoed'. Dit is te verklaren door de grootschaligheid van de doelgerichte winkels in Breda (gemiddeld 669 m<sup>2</sup> vvo versus 495 m<sup>2</sup> vvo landelijk gemiddeld), waardoor het lage niveau van de vloerproductiviteit niet zorgwekkend is. De lage vloerproductiviteit is wellicht ook te verklaren door het feit dat ruim een derde van het aanbod in deze

sector op verspreide locaties gelegen is, waar de huurlasten vaak (zeer) laag zijn en men met een lagere omzet toch rendabel kan functioneren.

### Ontwikkelingsmogelijkheden

Op basis van de benaderde vloerproductiviteit in 2030 (uitgaande van de huidige koopstromen) is er in geen van de doelgerichte branches uitbreidingsruimte, zowel nu als in de toekomst niet. Dit is ook het geval indien de huidige vloerproductiviteit als norm gehanteerd wordt. Uitzondering is de branche 'bruin- en witgoed' waar een marktruimte berekend is van 3.700 - 4.000 m<sup>2</sup> wvo.

Indien gekeken wordt naar individuele winkelgebieden met specifiek doelgericht aanbod, dan is het beeld ten aanzien van functioneren en ontwikkelingsmogelijkheden genuanceerder:

- **Woonboulevard Breda XXL:** Deze locatie is breed gericht op grootschalig aanbod in de groep 'in en om huis' en is op dit vlak een van de grootste woonboulevards van Nederland. Dit is ook terug te zien in het economisch functioneren: de benaderde vloerproductiviteit ligt ruim boven de vloerproductiviteit die op basis van het aanbod op de woonboulevard verwacht zou worden (gewogen vloerproductiviteit). Dit heeft te maken met het feit dat er elektronicaformules als MediaMarkt en BCC gevestigd zijn, maar ook een IKEA, die allen een vloerproductiviteit draaien die flink hoger is dan het gemiddelde voor de branche 'in en om huis'. De binding op de woonboulevard (in niet-dagelijks artikelen) is daarnaast ook fors gestegen van 12% naar 21%, wat enerzijds samenhangt met de toename van het aanbod (+14.000 m<sup>2</sup> wvo), maar zeker ook met de toename van bestedingen in de woonbranche in de afgelopen jaren en anderzijds met de afname van de binding op het centrum (verhoudingen binnen het uitgavenpatroon zijn gewijzigd). De verwachting is dat deze binding de komende jaren stabiliseert of weer licht afneemt. Echter, zelfs bij een daling van de koopkrachtbinding is er zowel nu als in de toekomst uitbreidingsruimte voor de Woonboulevard. Plannen om de Woonboulevard verder uit te breiden in de groep 'in en om huis' zijn daarmee in beginsel passend. Dit vraagt wel een totaalvisie op de woonboulevard om de samenhang op de woonboulevard te behouden (voorkomen van versnippering), evenals flankerend beleid om transformatie van verouderde locaties te stimuleren, waaronder wegbestemmen van (onbenutte) plan-capaciteit op verspreide locaties.
- **Steenakker:** Een meer traditionele PDV-locatie met voornamelijk aanbod in de doe-het-zelf branche en diverse winkels in keukens en badkamers<sup>7</sup>. Zowel qua profiel als qua verzorgingsfunctie en economisch functioneren is Steenakker niet te vergelijken met de Woonboulevard, ondanks enige overlap in aanbod. Steenakker heeft duidelijk een lokale verzorgingsfunctie, want 90% van de omzet komt uit de eigen gemeente. De binding aan het winkelgebied is min of meer gelijk gebleven ten opzichte van 2009. De benaderde vloerproductiviteit (€ 1.025) is lager dan wat qua branchering zou mogen worden verwacht, maar is wel verklaarbaar doordat er een zeer grootschalige Praxis (9.200 m<sup>2</sup> wvo) gevestigd is. De relatief lage vloerproductiviteit, in combinatie met het onder druk staande toekomstperspectief van dit soort kleinschalige PDV-locaties, maakt dat er geen ontwikkelingsmogelijkheden voor aanvullende detailhandel gezien worden naar de toekomst toe.
- **Breepark:** Op deze locatie is bestemmingsplanmatig een vergroting mogelijk van de reeds aanwezige Decathlon (thematische detailhandel in de branche 'sport') tot in totaal 11.500 m<sup>2</sup> bvo

<sup>7</sup> In de berekening van het functioneren zijn de keukens en badkamerzaken niet meegenomen, omdat deze ook niet separaat zijn meegenomen in het koopstromenonderzoek.



(maximaal ca. 6.000 m<sup>2</sup> wvo extra ten opzichte van huidige situatie)<sup>8</sup>. Op het gebied van sport en kamperen is in de basis echter geen marktruimte in Breda (ook niet na het vertrek van Brejaart). Dit is ook niet het geval wanneer de bevolkingsgroei naar de toekomst toe wordt meegenomen en de verwacht ontwikkelingen in de sportbranche. De winkel van Decathlon functioneert op zichzelf wel goed. Een substantiële uitbreiding van deze winkel is door de eigen aantrekkingskracht van de winkel (met name vergroting van koopkrachttoevloeiing) en de bestaande juridisch-planologische mogelijkheden daarom wel een optie. Het toevoegen van een tweede grootschalige sportzaak is slechts een mogelijkheid indien Decathlon deze ruimte niet zal benutten én er in de binnenstad en de binnenstadsranden geen mogelijkheden zijn.

- **Overig:** Substantiële uitbreidingen van winkelgebieden in andere doelgerichte branches is gezien het functioneren op gemeentelijk niveau niet aan de orde. Wel is het mogelijk dat individuele bestaande winkels in deze branches dusdanig goed functioneren dat uitbreiding aan de orde kan zijn.

**Tabel 3.4: Economisch functioneren winkelgebieden met specifiek doelgericht aanbod**

	Niet-dagelijks	Normvloerproductiviteit (in € / m <sup>2</sup> wvo)
Steenakker	1.025	1.500
Woonboulevard Breda XXL	2.725	1.500
Breepark (Decathlon)	3.300	1.925
<b>Vloerproductiviteit sector doelgericht in Breda</b>	<b>1.320</b>	<b>1.550</b>

#### **Te maken keuzes**

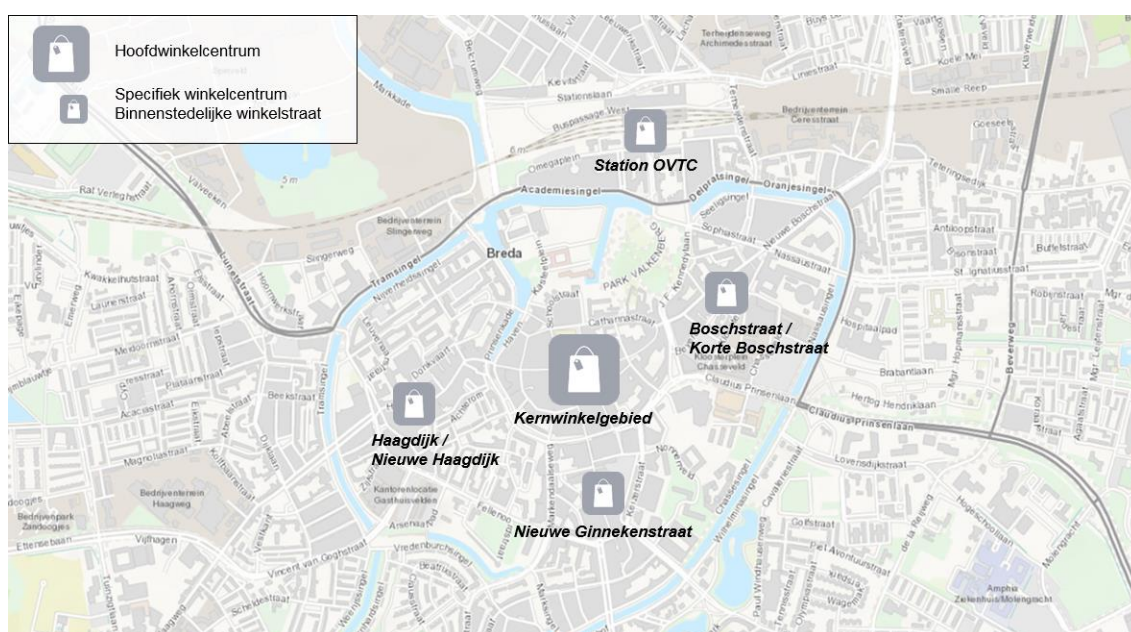
- In totale doelgerichte sector streven naar clustering en thematisering.
- Woonboulevard de ruimte geven voor uitbreidingen in branche 'in en om huis' op basis van totaalvisie voor gebied om samenhang te behouden. Geen prioriteit geven aan / niet inzetten op PDV-locatie Steenakker.
- Geen marktruimte in de branche 'sport en kamperen'. Gezien bestemmingsruimte op Breepark is uitbreiding van Decathlon wel een mogelijkheid. Het toevoegen van een tweede grootschalige sportzaak op Breepark is slechts een mogelijkheid indien Decathlon deze ruimte niet zal benutten én er in de binnenstad en de binnenstadsranden geen mogelijkheden zijn.
- Substantiële uitbreidingen van andere winkelgebieden met doelgericht aanbod zijn ongewenst. Voor zover aan de orde wel ruimte bieden aan goed functionerende individuele bestaande winkels.
- Op verspreide, solitaire locaties en bedrijventerreinen overcapaciteit uit de markt te halen: bijv. bij bedrijfsbeëindiging, verplaatsing of indien ongebruikt.

<sup>8</sup> Uitgaande van wvo = 80% van bvo is maximaal 9.200 m<sup>2</sup> wvo mogelijk. De huidige omvang van Decathlon is 3.360 m<sup>2</sup> wvo.

## 4. ONTWIKKELRICHTING STADSDELEN EN DORPEN

### 4.1 Centrum (binnenstad + station)

Bevolking <sup>9</sup>		Aanbod	
2017	2030	Dagelijks	Niet-dagelijks
15.066 inwoners	16.702 inwoners	9.312 m <sup>2</sup> wvo	76.545 m <sup>2</sup> wvo
Koopkrachtbinding		Koopkrachttoevoeling	
Dagelijks	Niet-dagelijks	Dagelijks	Niet-dagelijks
8%	36%	67%	94%



Tabel: Economisch functioneren stadsdeel Centrum (in € / m<sup>2</sup> wvo)

	Dagelijks	Niet-dagelijks		Toekomstperspectief
Kernwinkelgebied	4.850	3.700	✓	Goed
<b>Totaal Centrum</b>	<b>5.275</b>	<b>3.750</b>		
<b>Normvloerproductiviteit</b>	<b>6.000 – 7.500</b>	<b>3.000 – 4.000</b>		

#### Huidig functioneren

Binnen het stadsdeel Centrum ligt de focus voornamelijk op het kernwinkelgebied.

<sup>9</sup> Onderzoek en Inzicht, Gemeente Breda, 2017

### Niet-dagelijkse sector

- Het kernwinkelgebied bindt de meeste Bredase koopkracht aan zich in de niet-dagelijks sector en kent ook een grote toevloeiing vanuit de regio en daarbuiten. Ten opzichte van 2009 is koopkrachtbinding op het totale stadsdeel Centrum echter behoorlijk gedaald van 47% naar 36%. De verandering in koopkrachtbinding is enerzijds een gevolg van de crisis, gedurende welke er in het centrumgebied veel zaken zijn verdwenen (V&D, Bijenkorf, schoenenzaken, etc.) en er veel leegstand is ontstaan<sup>10</sup>. Anderzijds is een verklaring dat de verhoudingen binnen de bestedingen in de niet-dagelijkse sector de afgelopen jaren enigszins zijn veranderd, wat zijn weerslag heeft op de relatieve bindingspercentages (binnenstad versus woonboulevard). In de afgelopen jaren zijn consumenten in de modische sector relatief minder gaan besteden in fysieke winkels, terwijl men voor woninginrichting en dergelijke nog steeds frequent naar een woonboulevard gaat.
- De toevloeiing van buiten de gemeente is vergelijkbaar met eerdere metingen: deze bedraagt nu 43% vanuit de regio, waar dit eerder uitkwam op een totaal van 40% aan toevloeiing vanuit de regio<sup>11</sup>. Naar verwachting is de totale toevloeiing nog licht hoger dan 43%, als gevolg van bezoekers vanuit elders in Nederland, België en toeristen<sup>12</sup>. In de benadering van het economisch functioneren is nu uitgegaan van een totale toevloeiing naar het Centrum van 46%. De toegenomen toevloeiing sluit aan op de trend van meer bezoek aan de grotere binnensteden voor recreatief verblijf. Daarin speelt horeca en cultuur en de aantrekkelijkheid van de omgeving (historische sfeer) in toenemende mate een belangrijke rol.
- Aanvullend op het kernwinkelgebied kent Breda Centrum een aantal aanloopstraten met ieder hun eigen karakter. De verzorgingsfunctie is ook wisselend, bijv. de Nieuwe Ginnekenstraat kenmerkt zich door (hoogwaardiger) modisch aanbod in combinatie met horeca, terwijl de Haagdijk een meer gemengde aanloopstraat met veelal aanbod in het lagere marktsegment en ook een boodschappenfunctie (Albert Heijn en Ekoplaza). De verzorgingsfunctie van de Boschstraat is beperkt: het is een gemengd aanloopgebied naar de binnenstad, met cultuuraanbod (Stedelijk Museum) en enig aanbod van speciaalzaken.
- In de niet-dagelijkse sector komt de benaderde vloerproductiviteit voor zowel het stadsdeel Centrum (€ 3.750) als het kernwinkelgebied (€ 3.700) flink boven het landelijk gemiddelde uit (€2.018). De omzet per m<sup>2</sup> is echter vergelijkbaar met de gemiddelde omzet die gebruikelijk is voor dit type winkelgebieden<sup>13</sup> (€ 3.000 - € 4.000 / m<sup>2</sup>), maar wel hoger dan de gewogen vloerproductiviteit (€3.450 voor het kernwinkelgebied).

<sup>10</sup> Volgens Locatus (peildatum november 2017) gaat het om 88 panden en 12.180 m<sup>2</sup> wvo, wat vergelijkbaar is met andere binnensteden van plaatsen met een inwonertal groter dan 175.000 inwoners

<sup>11</sup> Strabo, Koopstromenonderzoek Binnenstad Breda (2013) en Koopstromenonderzoek West-Brabant (2005).

<sup>12</sup> Zie rapportage 'Inzicht in Bezoekers Centrum Breda, december 2017' (BRO). Hierin is op basis van GSM-data over de maand december 2017 in beeld gebracht waar bezoekers aan het stadsdeel Centrum (inclusief station) vandaan komen. Hieruit blijkt dat 40% van de bezoekers uit de gemeente Breda zelf komt (exclusief inwoners stadsdeel Centrum) en 60% van de bezoekers van buiten de gemeente. Deze 60% kan echter niet gelijk gesteld worden aan het percentage koopkrachttoevloeiing, omdat het aantal gemeten bezoekers niet uitsluitend consumenten betreft die feitelijk aankopen doen in de binnenstad (maar bijv. ook mensen die in het stadsdeel Centrum werken, horeca en cultuur bezoeken of op familiebezoek gaan). Alleen een bezoekersonderzoek in het centrum (evt. in combinatie met periodiek gemeten GSM-data) kan uitsluitend geven over hoe groot de totale koopkrachttoevloeiing is (incl. van buiten de regio).

<sup>13</sup> Er is een vergelijking gemaakt met de vloerproductiviteit in andere binnensteden: Amersfoort, Delft, Dordrecht, Haarlem, Leiden, Zoetermeer, Amsterdam, Den Haag, Rotterdam en Den Haag.

### Dagelijkse sector

- De totale koopkrachtbinding in dagelijkse bestedingen is in het hele stadsdeel Centrum vrij laag, terwijl de toevloeiing in diezelfde dagelijkse sector vrij hoog is. Dit is te verklaren door het beperkte aantal inwoners in verhouding tot het aantal bezoekers. Daarbij wonen de meeste mensen in het zuiden van het stadsdeel, waardoor zij in grotere mate op de stadsdelen Zuid-Oost en Zuid gericht zijn. Het dagelijks aanbod in de binnenstad bestaat hoofdzakelijk uit een drietal Albert Heijnvestigingen en veel zelfstandige zaken. Recent is er in het centrum een Spar gerealiseerd met een 'cityconcept'. Later dit jaar zal ook de Coöp een soortgelijke winkel openen.
- Het economisch functioneren van de dagelijkse sector in het kernwinkelgebied van Breda ligt beneden het landelijk gemiddelde. Reden voor de lage vloerproductiviteit is het grote aandeel kleinschaliger en specialistisch aanbod. Een deel van de aanwezige dagelijkse winkels (bijv. bakkers) vervullen daarbij ook meer een horecafunctie, terwijl deze bestedingen niet zijn meegenomen in het koopstromenonderzoek (in werkelijkheid zal de vloerproductiviteit van dit soort zaken dus hoger liggen). De vloerproductiviteit zal hierdoor wat vertekend zijn.

### **Ontwikkelingsrichting**

#### Niet-dagelijks

Op basis van de gewogen vloerproductiviteit van de Bredase binnenstad (€ 3.450), gelijkblijvende koopstromen een afname van de bestedingen met 5% als gevolg van de toename van e-commerce, is er voor de binnenstad (kernwinkelgebied) een marktruimte benaderd van ca. 5.500 m<sup>2</sup> nu tot maximaal 7.500 m<sup>2</sup> in 2030 en voor het totale stadsdeel Centrum van 6.600 tot 11.000 m<sup>2</sup>. Dit sluit in grove lijnen ook aan bij de marktruimte die gemeentebreed is berekend in de recreatieve sector (9.900 - 12.500 m<sup>2</sup> wvo). Bij de invulling van deze marktruimte dient de bestaande leegstand in de binnenstad (à 12.000 m<sup>2</sup>, waarvan 9.100 m<sup>2</sup> in het kernwinkelgebied) in acht genomen te worden. Dit brengt uiteraard herontwikkelings- en herstructureringsopgaven met zich mee, want niet al het leegstaande vastgoed is courant als winkelpand. Positief is dat de leegstand in de binnenstad in de afgelopen 2 jaar al aanzienlijk (met meer dan 10%) is teruggelopen. Bovendien wordt een deel van de berekende marktruimte (ca. 6.000 - 7.000 m<sup>2</sup> wvo) de komende tijd al ingevuld door verschillende concrete planinitiatieven in de binnenstad, waarmee ook leegstand wordt weggenomen (zie bijlage 4.3).

Uitgaande van de deze planinitiatieven en de huidige koopstromen is er daarmee nog ongeveer 5.500 a 6.500 m<sup>2</sup> wvo marktruimte 'over'. Echter, met het realiseren van de planinitiatieven wordt er in de toekomst mogelijk meer koopkracht naar het centrum getrokken, waardoor er aanvullend marktruimte beschikbaar is. Ook ander nieuw bijzonder (grootschalig) winkel- of leisureaanbod dat zich vestigt in de binnenstad kan in staat zijn meer koopkracht te trekken en daarmee aanvullende marktruimte te genereren.

Het uitgangspunt zou moeten zijn om nieuwe detailhandelsinitiatieven zoveel mogelijk te concentreren in het kernwinkelgebied of in de randen direct aangrenzend daaraan (bijv. Lange Stallen). Daarnaast bieden ook de randen van het centrum in ruimere zin (zoals bijv. de stationsomgeving, Havenkwartier en Gasthuisvelden (fysieke) ruimte voor programmering met een deels recreatief-verblijfskarakter. De

gewenste ontwikkelingen daar moeten worden meegewogen (ten opzichte van bijv. perifere locaties) indien detailhandelsinitiatieven zich melden die niet inpasbaar zijn in de binnenstad.

### Dagelijks

Er zijn geen projecten gepland om in de toekomst het dagelijks aanbod in de binnenstad te versterken, met uitzondering van de city store van Coöp. Vanuit de berekeningen blijkt ook dat er geen marktruimte is voor dagelijks aanbod op deze locatie. De toevloeiing van buiten het stadsdeel zou wel verhoogd kunnen worden door het toevoegen van dagelijks aanbod, maar dit dient dan wel een kwaliteitsimpuls te zijn die passend is in het recreatieve verblijfsprofiel van de binnenstad. Met name concepten waarin de combinatie met horeca gemaakt worden zijn kansrijk, denk bijvoorbeeld aan een foodhal waar het consumeren ter plekke een belangrijk element is of een hybride concept waarin de grenzen van winkel en horeca niet meer herkenbaar zijn (bijv. formule Stach). Dit sluit aan bij de wensen en behoefte van (regionale) bezoekers én bij die van bewoners. Een volwaardige supermarkt past niet zozeer bij de functie van de binnenstad (in combinatie met lastiger bereikbaarheid en parkeren), maar wel kleinschaliger gemakswinkels zoals de recent geopende Spar en te openen Coöp.

### **Te maken keuzes**

- Inzetten op concentreren van winkelaanbod in het kernwinkelgebied en keuzes ten aanzien van overige programmering voor herstructurerings- en ontwikkelopgaven in de binnenstad en de binnenstadsranden (Havenkwartier, Gasthuisvelden, Lange Stallen).
- In kernwinkelgebied in toekomst dan evt. weer mogelijkheden voor Achter De Lange Stallen ontwikkeling, echter enkel in samenhang met daadwerkelijke concentratie van aanbod.
- Verkleuring van aanloopstraten Boschstraat/Korte Boschstraat en Haagdijk naar nog meer andere niet-detailhandelsfuncties en wonen.
- Voor Nieuwe Ginnekenstraat inzetten op recreatief-verblijfsprofiel (combi modisch en horeca), als verbindingsstraat tussen kernwinkelgebied en Wilhelminastraat/Ginnekenweg
- Toevoegen van dagelijks aanbod slechts mogelijk op voorwaarde van kwaliteitsimpuls en passend bij het recreatieve verblijfsprofiel van de binnenstad: bijzondere concepten i.c.m. horeca of kleinschaliger (hybride) gemakconcepten.

## 4.2 Noord

Bevolking <sup>14</sup>	
2017	2030
25.433 inwoners	29.617 inwoners

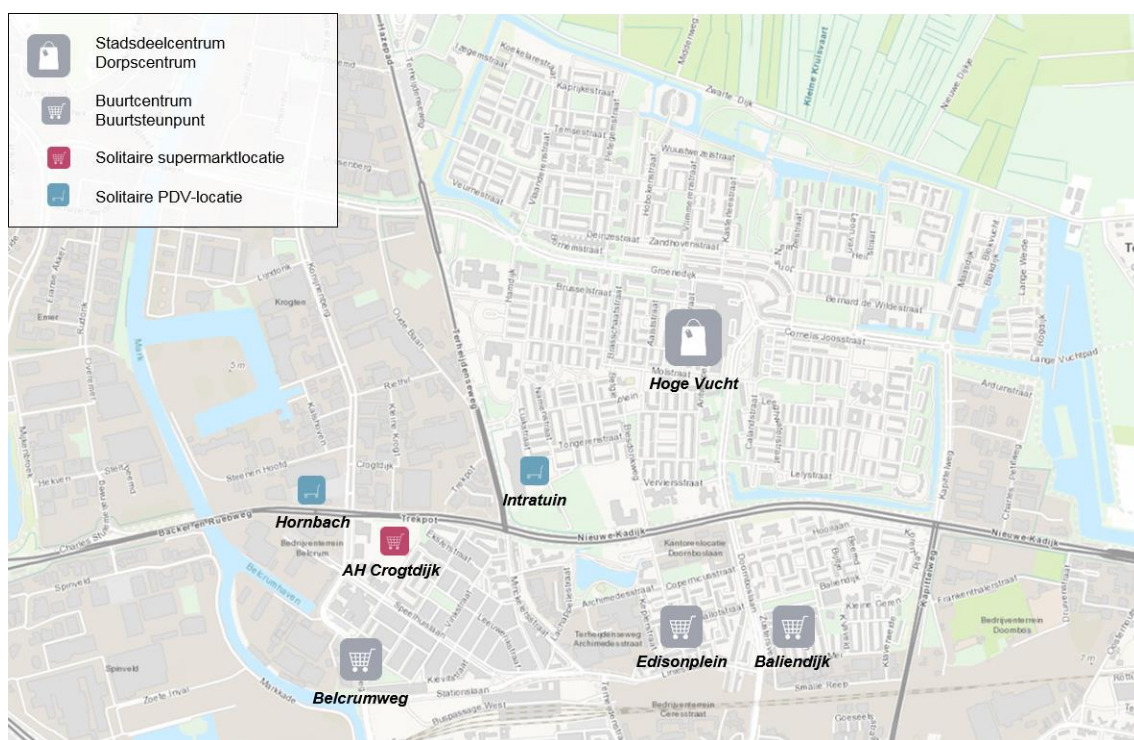
  

Koopkrachtbinding	
Dagelijks	Niet-dagelijks
14%	10%

Aanbod	
Dagelijks	Niet-dagelijks
11.450 m <sup>2</sup> wvo	40.298 m <sup>2</sup> wvo

Koopkrachttoevoeiing	
Dagelijks	Niet-dagelijks
31%	76%



Tabel: Economisch functioneren stadsdeel Noord (in € / m<sup>2</sup> wvo)

	Dagelijks	Niet-dagelijks		Toekomstperspectief
Hoge Vucht	9.650	3.725	✓	Goed
<b>Totaal Noord</b>	<b>6.400</b>	<b>1.425</b>		
<b>Landelijk gemiddelde vloerproductiviteit</b>	<b>8.108</b>	<b>2.018</b>		

### Huidig functioneren

De benaderde vloerproductiviteit van zowel het dagelijks als niet-dagelijks winkelaanbod in Noord ligt onder het landelijk gemiddelde. De lage vloerproductiviteit in de dagelijkse sector is verklaren door de

<sup>14</sup> Onderzoek en Inzicht, Gemeente Breda, 2017

aanwezigheid van enkele matig functionerende buurtcentra (Belcrumweg, Baliendijk en Edisonplein). In de niet-dagelijkse sector is de verklaring de aanwezigheid van grootschalige winkels Hornbach en Intratuin (branche 'in & om huis), waar een lagere gemiddelde vloerproductiviteit van toepassing is.

- **Hoge Vucht (Moerwijk):** De binding op het dagelijkse aanbod in Hoge Vucht bedraagt 12%, waarmee dit winkelgebied wat dagelijkse boodschappen betreft op nummer één staat van alle winkelgebieden in Breda. De binding op niet-dagelijkse artikelen bedraagt 3%. Ten opzichte van 2009 is de binding op zowel dagelijkse als niet-dagelijkse artikelen iets afgenomen met 1%-punt. De benaderde vloerproductiviteit van de dagelijkse winkels in Hoge Vucht is ca. 20% hoger dan het landelijk gemiddelde. In de niet-dagelijkse sector ligt de vloerproductiviteit ook flink boven de gemiddelde omzet die gebruikelijk is voor dit type winkelgebieden (€2.500). De sterke positie en functioneren van dit winkelgebied binnen het stadsdeel en de gemeente is te verklaren door het sterke supermarkt aanbod in combinatie met frequent niet-dagelijks en recreatief winkelaanbod, samen met een goede bereikbaarheid en goede parkeersituatie. In de detailhandelsvisie 2010-2020 is de Hoge Vucht ook aangemerkt als klein stadsdeelcentrum. Overall is het toekomstperspectief van dit winkelgebied goed, vanwege de groei van het aantal inwoners door nieuwbouw in Noord en rondom Teteringen (+6.000).
- **Belcrumweg:** Het economisch functioneren van de dagelijkse sector op de Belcrumweg is momenteel matig, als gevolg van een beperkte koopkrachtbinding. De binding is ten opzichte van 2009 wel toegenomen van 1% naar 2%. Er is een complementair supermarktaanbod aanwezig (Jumbo, Aldi en Amazing Oriental), maar de uitstraling, het parkeertarief en ruimtelijke opzet van het winkelgebied – dat gescheiden wordt door een weg – maakt dat deze winkelconcentratie niet optimaal functioneert. Het vermoeden bestaat ook dat deze supermarkten veelal als secundaire of tertiaire aankoopplaatsen bezocht worden.
- **Overig:** Edisonplein en Baliendijk zijn ondersteunende buurtcentra met beide een matig toekomstperspectief. Voor Baliendijk hangt dat voornamelijk samen met de kleinschaligheid van de Jumbo. Op het Edisonplein is überhaupt geen supermarkt gevestigd en geldt dat het functioneren voornamelijk afhankelijk is van de trekkracht en kwaliteit van individuele ondernemers. Een solitaire supermarkt in dit stadsdeel is de Albert Heijn gelegen aan de Crogtijk (1.300 m<sup>2</sup>). De Action aan de Charleroistraat en een drietal tweedehandszaken van relatief grote omvang (ca. 750 m<sup>2</sup> wvo) vallen verder nog op als verspreide bewinkeling. Daarnaast telt dit stadsdeel ook een Hornbach en Intratuin van grote omvang (zie ook hoofdstuk 3). Ook zijn er recent enkele winkels in hoekpanden gevestigd op de Speelhuislaan (in voormalige winkelpanden), een positieve ontwikkeling met het oog op leefbaarheid in de wijk.

### Ontwikkelingsrichting

- **Hoge Vucht:** Voor de Hoge Vucht zijn er uitbreidingsplannen, met name in het niet-dagelijks segment (1.500 – 4.000 m<sup>2</sup> uitbreiding ten behoeve van o.a. formules Scapino, Kruidvat en Hema) in combinatie met een interne facelift. De Action heeft sinds half januari 2018 haar intrede gemaakt. Ook de Emte-formule zal onder een andere vlag gaan draaien (Jumbo of Coöp). Deze ontwikkelingen zijn in beginsel een versterking van het huidige aanbod en sluiten goed aan op het huidige functioneren van dit winkelgebied en de sterke positie in de detailhandelsstructuur. De geplande woningbouw in dit stadsdeel komt deze versterking ook ten goede, aangezien het consumenten-

draagvlak daardoor toeneemt. Een voorwaarde is wel dat de detailhandelsuitbreidingen nadrukkelijk aansluiten op het profiel van het winkelcentrum als uitgebreid boodschappencentrum voor de wijk en het efficiënt-recreatieve karakter.

- **Belcrumweg:** Ondanks de huidige opzet en uitstraling van de omgeving is het toekomstperspectief redelijk goed. Dit gezien de complementariteit van de supermarktformules, de voorziene opwaardering en de geplande woningbouw in omgeving (Havenkwartier-ontwikkeling met ca. 1.000 woningen). Als onderdeel van deze ontwikkeling wordt het winkelgebied aan de Belcrumweg opgewaardeerd naar een buurtcentrum. Door versterken van het aanbod (bijv. toevoegen van enkele winkels in dagelijks en frequent niet-dagelijkse artikelen) en het verbeteren van de opzet, ontsluiting, parkeren en uitstraling van het winkelcentrum zal de koopkrachtbinding, het economisch functioneren en daarmee het toekomstperspectief verbeteren.
- **Overig:** Met de versterking van het dagelijks aanbod in Hoge Vucht en Belcrumweg is de verwachting dat het perspectief van de winkelgebieden Baliendijk (kleinschalige Jumbo) en Edisonplein zonder ingrijpen verder afneemt. Ook de renovatie en vergroting van De Scheperij in Teteringen zal deze ontwikkeling versterken. Daarnaast is de bedoeling dat de Albert Heijn aan de Crogtwijk op termijn terug verplaatst naar de omgeving van het station. Het is echter nog niet duidelijk wanneer en of dit daadwerkelijk zal gaan plaatsvinden.

#### **Te maken keuzes**

- Hoge Vucht: Bepalen van omvang uitbreiding van niet-dagelijks winkelaanbod aansluitend op profiel (uitgebreid wijkverzorgend boodschappencentrum en efficiënt-recreatief karakter).
- Mate van versterking van Belcrumweg. Afwegen van omvang van aanvullend aanbod in relatie tot effecten op Baliendijk en Edisonplein.
- Afweging toekomstperspectief van Baliendijk in relatie tot uitbreiding van Hoge Vucht, opwaardering Belcrumweg en de (fysieke) uitbreidingsmogelijkheden van de Jumbo op Baliendijk.
- Onderzoeken van wenselijkheid van terugplaatsen Albert Heijn Crogtwijk naar stationsomgeving.



### 4.3 Oost

Bevolking <sup>15</sup>	
2017	2030
24.063 inwoners	26.136 inwoners

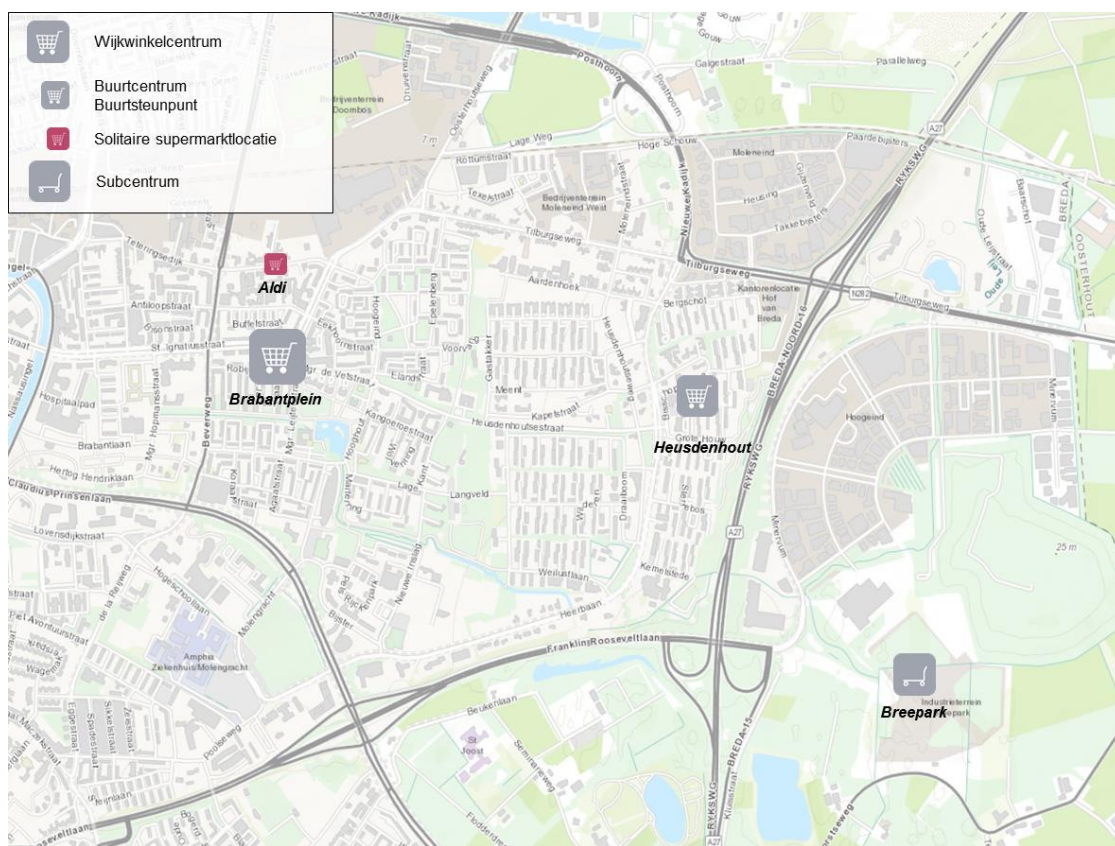
  

Koopkrachtbinding	
Dagelijks	Niet-dagelijks
7%	2%

Aanbod	
Dagelijks	Niet-dagelijks
4.836 m <sup>2</sup> wvo	12.562 m <sup>2</sup> wvo

Koopkrachttoevoeiing	
Dagelijks	Niet-dagelijks
31%	80%



Tabel: Economisch functioneren stadsdeel Oost (in € / m<sup>2</sup> wvo)

	Dagelijks	Niet-dagelijks	Toekomstperspectief
Brabantplein	7.675		🟡 Onzeker
Heusdenhout	8.775		🟢 Goed met aandachtspunten
<b>Totaal Oost</b>	<b>7.150</b>	<b>1.175</b>	
<b>Landelijk gemiddelde vloerproductiviteit</b>	<b>8.108</b>	<b>2.018</b>	

<sup>15</sup> Onderzoek en Inzicht, Gemeente Breda, 2017

## Huidig functioneren

Zowel het dagelijks als niet-dagelijks winkelaanbod in Oost functioneert over het geheel onder de landelijk gemiddelde vloerproductiviteit. Dit stadsdeel telt slechts twee grotere winkelgebieden met supermarkten, te weten Brabantplein en Heusdenhout en een solitaire Aldi aan de Teteringsedijk, waardoor de binding in algemene zin laag is, wat een verklaring is voor de lage vloerproductiviteit. Daarnaast is specialistisch doelgericht aanbod gevestigd: Decathlon (Breepark), Formido en Karwei. Deze branches kennen gemiddeld genomen ook een relatief lage vloerproductiviteit, waardoor deze niet zorgelijk laag is. Een andere verklaring is ook het relatief lage bestedingsniveau in Breda Noord.

- **Brabantplein:** De binding op het Brabantplein is sinds 2009 licht gedaald van 4% naar 3%, waarmee het winkelgebied net onder het landelijk gemiddelde functioneert (vloerproductiviteit is 5% onder het landelijk gemiddelde). Het toekomstperspectief is kwetsbaar: voor een wijkverzorgend centrum heeft het winkelgebied namelijk een (te) beperkt supermarktaanbod (Albert Heijn en drie zelfstandige (mini)supers). Ook zijn de parkeermogelijkheden matig (aantal plekken en afstand tot centrum). Er is echter sprake van een stand-stil situatie: er zijn in het verleden al verschillende keren studies verricht om tot een herontwikkeling te komen om het perspectief te verbeteren. Het versnipperende eigendom, de beperkte ruimte en de verkeers- en parkeersituatie maken het een (te) complexe opgave. Deze situatie maakt dat het perspectief naar de toekomst niet zal toenemen.
- **Heusdenhout:** Heusdenhout huisvest een grote Albert Heijn samen met een compleet aanbod in versspecialzaken, waardoor het winkelgebied relatief veel koopkracht bindt in Oost. Het benaderde economisch functioneren van Heusdenhout komt daarmee boven het landelijk gemiddelde (+8%). De binding is ten opzichte van 2009 gelijk gebleven. Het toekomstperspectief van het winkelgebied is redelijk goed.
- **Overig:** De Aldi aan de Teteringsedijk is erg kleinschalig (540 m<sup>2</sup> wvo) en functioneert als een solitaire supermarkt met een beperkte trekkracht. Daarnaast is er in dit stadsdeel een hoge toevloeiing op het niet-dagelijkse aanbod, verklaarbaar door de specialistische winkels in sport (Decathlon) en doe-het-zelf (Karwei en Formido). Deze winkels omvatten samen ca. 56% van het aanwezige winkelvloeroppervlak in niet-dagelijkse artikelen.

## Ontwikkelingsrichting

In algemene zin is het wenselijk het dagelijkse aanbod in Oost te versterken om de consumentenverzorging op peil te houden. Momenteel is de afvloeiing naar andere gebieden (Noord, Teteringen en Oosterhout) hoog als gevolg van het ontbreken van aanbod in het eigen stadsdeel.

- **Brabantplein:** Om het Brabantplein voldoende toekomstperspectief te laten houden als wijkcentrum, is het wenselijk een tweede, complementaire supermarkt (discounter) toe te voegen aan dit winkelgebied in combinatie met een oplossing voor het parkeren. Bij voorkeur is dat een verplaatsing van een solitair gevestigde supermarkt, zoals de Aldi aan de Teteringsedijk of een andere formule. Zoals aangegeven is in het verleden echter niet gelukt tot een ontwikkeling op het Brabantplein te komen. Het is daarom wenselijk opnieuw naar de situatie in Breda Oost te kijken en te onderzoeken op welke wijze in stadsdeel Oost de consumentenverzorging voor dagelijks aanbod op peil gehouden kan worden.

- **Heusdenhout:** Het winkelgebied functioneert momenteel redelijk goed door een grote marktconforme supermarkt en compleet versaanbod. Aansluitend op de positie als ondersteunend buurtcentrum en het toekomstperspectief zijn geen ingrijpende ontwikkelingen van het aanbod vereist. Onderhoud aan panden en de openbare ruimte is daarentegen wel gewenst.
- **Overig:** Het toekomstperspectief van Aldi aan de Teteringsedijk is onzeker, gezien de beperkte omvang van de winkel en ook de plannen die er nu zijn voor de vestiging van Aldi in Teteringen. Het sluiten of verplaatsen van deze winkel is (op termijn) zeer goed denkbaar.

#### **Te maken keuzes**

- Met het oog op de gewenste, maar (te) complexe versterking van het Brabantplein opnieuw onderzoeken op welke wijze in stadsdeel Oost de consumentenverzorging voor dagelijks aanbod op peil gehouden kan worden. Leidend is daarbij de mogelijkheid om twee complementaire supermarkten samen te faciliteren (full service supermarkt en discounter, bijv. Aldi van Teteringsedijk).

## 4.4 Zuid-Oost / Zuid

Bevolking <sup>16</sup>	
2017	2030
27.097 inwoners	28.788 inwoners

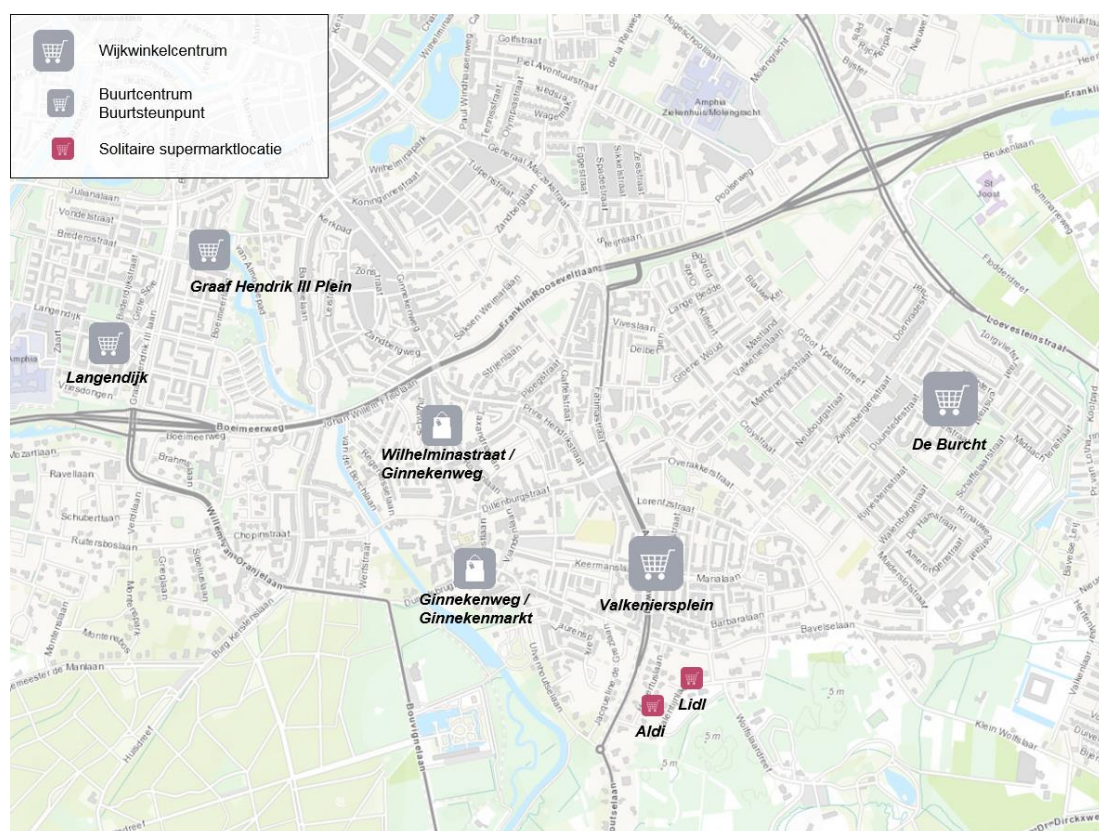
  

Koopkrachtbinding	
Dagelijks	Niet-dagelijks
21%	4%

Aanbod	
Dagelijks	Niet-dagelijks
12.338 m <sup>2</sup> wvo	18.261 m <sup>2</sup> wvo

Koopkrachttoevloeiing	
Dagelijks	Niet-dagelijks
49%	52%



Tabel: Economisch functioneren stadsdeel Zuid-Oost / Zuid (in € / m<sup>2</sup> wvo)

	Dagelijks	Niet-dagelijks		Toekomstperspectief
De Burcht	9.250	2.825	✓	Goed
Valkeniersplein	9.350		✓	Goed
<b>Totaal Zuid-Oost / Zuid</b>	<b>8.550</b>	<b>925</b>		
<b>Landelijk gemiddelde vloerproductiviteit</b>	<b>8.108</b>	<b>2.018</b>		

<sup>16</sup> Onderzoek en Inzicht, Gemeente Breda, 2017

## Huidig functioneren

De dagelijkse sector in de stadsdelen Zuid-Oost en Zuid functioneert boven de landelijk gemiddelde vloerproductiviteit. Er is in deze stadsdelen ook relatief veel dagelijks aanbod (veel winkelgebieden) ten opzichte van andere stadsdelen en het bestedingsniveau ligt ook flink hoger dan het Bredase en landelijke gemiddelde. Winkelgebieden De Burcht, het Valkeniersplein, het Ginneken en de Wilhelminastraat behoren tot deze stadsdelen. Ook Graaf Hendrik III-plein en Langendijk zijn hier gelegen (stadsdeel Zuid), evenals de solitaire supermarkten Lidl (1.200 m<sup>2</sup> wvo) in de Jorisstraat en Aldi (ca. 650 m<sup>2</sup> wvo) aan de Allerheiligenweg (beiden stadsdeel Zuid-Oost). In algemene zin kennen deze stadsdelen een hoge binding en vloeit er veel koopkracht naar toe vanuit andere stadsdelen en dorpen (Centrum, Ulvenhout, Oost en Bavel).

- **De Burcht:** Dit winkelgebied kent een hoge gemeentelijke binding op dagelijkse artikelen: 7%. Dit is een toename van 1% ten opzichte van 2009, wat het effect van de uitbreiding en de renovatie weerspiegelt. De benaderde vloerproductiviteit ligt 14% boven het landelijk gemiddelde. Zowel qua supermarktaanbod en versaanbod, als qua uitstraling, opzet, bereikbaarheid en parkeren is dit winkelcentrum helemaal bij de tijd.
- **Valkeniersplein:** Dit winkelgebied telt slechts één supermarkt, maar deze is dusdanig groot (1.900 m<sup>2</sup>) dat het winkelgebied een sterke aantrekkingskracht heeft en ruim bovengemiddeld functioneert (15% boven landelijk gemiddelde vloerproductiviteit). De binding is de afgelopen jaren wel 3% afgenomen (van 8% naar 5%). Dit zou te maken kunnen hebben met de uitbreiding en renovatie van de Burcht. Het toekomstperspectief is goed, waarbij de parkeersituatie een aandachtspunt is.
- **Het Ginneken:** Dit is het gebied ten zuiden van de Zuidelijke Rondweg tot aan de Ginnekenmarkt (Ginnekenweg/Ginnekenmarkt). Het gebied telt voornamelijk horecagelegenheden en verder wat niet-dagelijks winkelaanbod. Met dit bijzondere profiel lijkt het gebied redelijk goed te functioneren, echter niet zozeer als winkelgebied maar meer als recreatief-verblijfsgebied. Net buiten dit gebied zijn de solitaire supermarkten Aldi en Lidl gelegen. Het economisch functioneren van deze supermarkten lijkt op peil te zijn.
- **Wilhelminastraat / Ginnekenweg:** Met name de Wilhelminastraat is een bijzondere winkelstraat met veelal luxueuzere modische zaken en woninginrichtingszaken te vinden. De straten zijn ruimtelijk-functioneel gezien een uitloper van de binnenstad (sluiten aan op aanloopstraat Nieuwe Ginnekenstraat en kernwinkelgebied in Ginnekenstraat). Uit de benaderde vloerproductiviteit blijkt niet direct het goede economisch functioneren van deze winkelstraat (heeft mogelijk te maken met de laagfrequente aankopen die hier gedaan worden), maar uit de koopstroomcijfers blijkt wel dat de hogere inkomens sterker aan dit winkelgebied gebonden zijn. Uit het segment winkels dat hier gevestigd is, de positieve vestigingsdynamiek en de beperkte leegstand blijkt echter wel dat het toekomstperspectief goed is.
- **Overig:** Het toekomstperspectief van winkelstrip Langendijk is kwetsbaar: door het ontbreken van een supermarkt hangt het perspectief sterk samen met de gezamenlijke trekkracht van de individuele ondernemers. Het Graaf Hendrik III Plein functioneert feitelijk als solitaire supermarktlocatie, waarbij het toekomstperspectief ook matig is gezien de zeer kleinschalige Aldi.

## Ontwikkelingsrichting

In algemene zin is het toekomstperspectief van de winkelgebieden in dit stadsdeel goed, waardoor een versterking van het winkelaanbod niet direct noodzakelijk is, met uitzondering van de winkelgebieden Langendijk en Graaf Hendrik III Plein.

- **De Burcht:** Als gevolg van de recente modernisering en uitbreiding is het toekomstperspectief van dit winkelgebied als volwaardig wijkcentrum goed. Verdere ingrepen in dit winkelgebied zijn voor het moment niet noodzakelijk. Het goede economisch functioneren geeft overigens ook niet direct ruimte voor uitbreiding: de bestaande winkels zullen ook een hogere omzet moeten draaien om de nieuwe huren te kunnen betalen. In de toekomst zou het aanbod verder versterkt kunnen worden door toevoeging (door verplaatsing) van een complementaire supermarkt (discounter).
- **Valkeniersplein:** Alleen parkeren is een aandachtspunt voor dit gebied.
- **Het Ginneken en Wilhelminastraat/Ginnekenweg:** Dit zijn hele specifieke winkelgebieden: bijzondere elementen en smaakmakers binnen de Bredase winkelstructuur, waarbij het Ginneken meer een recreatief-verblijfskarakter heeft vanwege de horeca. Deze gebieden zijn mede bepalend voor de uitstraling van Breda. Daarom is het van belang te streven naar behoud van het unieke karakter van deze straten.
- **Overig:** Voor winkelgebieden Langendijk en Graaf Hendrik III Plein is het toekomstperspectief onzeker. De verwachting is dat de Aldi op het Graaf Hendrik III Plein op termijn zal willen vergroten in combinatie met een verplaatsing. Het is wenselijk dat moment aan te grijpen om de detailhandelsstructuur te versterken door een samenvoeging van beide winkelgebieden dan wel een versterking van andere winkelgebieden in stadsdeel West. Een concrete kans daartoe zou de ontwikkeling van het Amphibia-terrein aan de Langendijk kunnen zijn. Op dit voormalige ziekenhuisterrein zullen in de toekomst 270 woningen op gerealiseerd worden.

### Te maken keuzes

- In de toekomst eventueel versterken van De Burcht door toevoeging van een complementaire supermarkt (discounter), mits dat een verplaatser is.
- Inzetten op Langendijk of Graaf Hendrik III Plein als toekomstbestendig buurtcentrum bij vergrotings/verplaatsingswens Aldi. Mogelijk dat de ontwikkeling van het Amphibia-terrein hiervoor kansen biedt.
- Streven naar behoud van unieke karakter van Het Ginneken en Wilhelminastraat/Ginnekenweg.

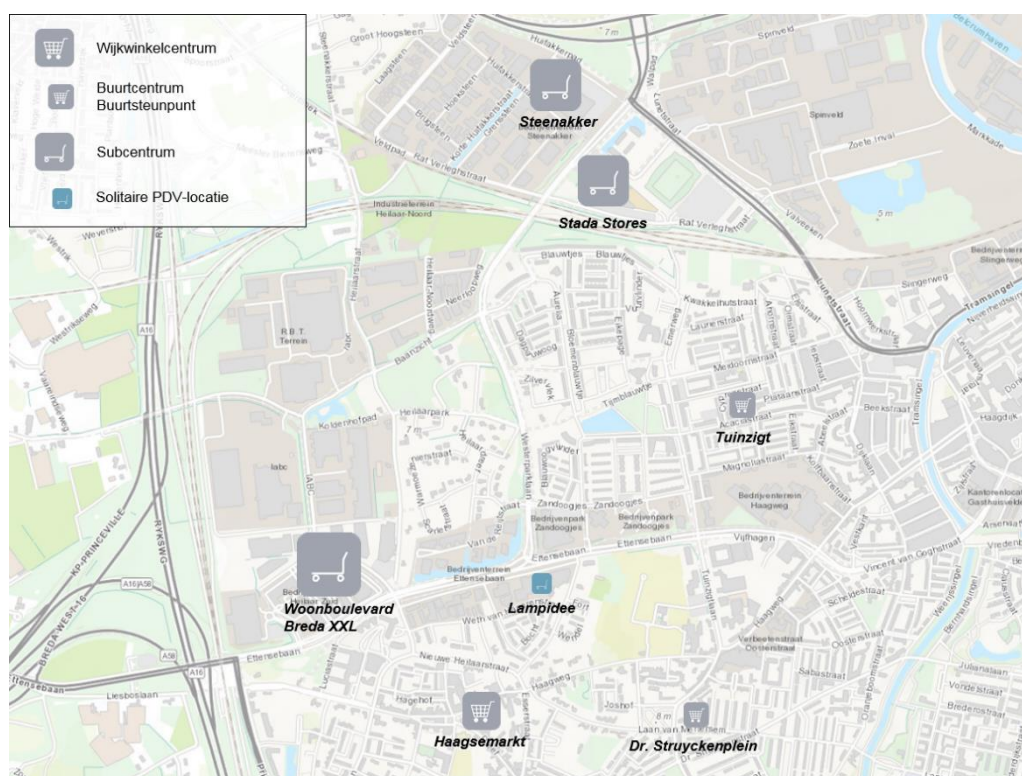
## 4.5 West

Bevolking <sup>17</sup>	
2017	2030
31.813 inwoners	33.484 inwoners

Koopkrachtbinding	
Dagelijks	Niet-dagelijks
19%	27%

Aanbod	
Dagelijks	Niet-dagelijks
14.097 m <sup>2</sup> wvo	114.027 m <sup>2</sup> wvo

Koopkrachttoevoeling	
Dagelijks	Niet-dagelijks
41%	88%



Tabel: Economisch functioneren stadsdeel West (in € / m<sup>2</sup> wvo)

	Toekomstperspectief			
	Dagelijks	Niet-dagelijks		
Dr. Struyckenplein	7.450	✓	Goed met aandachtspunten	
Princenhage (Haagsemarkt)	10.050	✓	Goed met aandachtspunten	
Tuinzigt	5.000	✓	Onzeker	
Stada Stores	5.325	875	✓	Goed
<b>Totaal West</b>	<b>6.900</b>	<b>1.925</b>		
<b>Landelijk gemiddelde vloerproductiviteit</b>	<b>8.108</b>	<b>2.018</b>		

<sup>17</sup> Onderzoek en Inzicht, Gemeente Breda, 2017

## Huidig functioneren

Het stadsdeel West heeft enorm veel winkelvloeroppervlak in zowel de dagelijkse als de niet-dagelijkse sector. In dit stadsdeel zijn dan verschillende grote (perifere) winkelgebieden gelegen met een gemeentelijke en deels zelfs (boven)regionale aantrekkingskracht, zoals Woonboulevard Breda XXL, Steenakker en Stada Stores. De grootschaligheid van het aanbod en het zwaartepunt in de branche 'in en om huis' verklaart ook de lage gemiddelde vloerproductiviteit. Ook Tuinzigt, Princenhage (Haagsemarkt) en het Dr. Struyckenplein liggen in dit stadsdeel.

- **Dr. Struyckenplein, Princenhage en Tuinzigt** zijn winkelgebieden die voornamelijk zijn toegespitst op het dagelijkse aanbod. Met name het economisch functioneren van Tuinzigt staat sterk onder druk (€ 5.000) en de vraag is of nog sprake is van rendabel functioneren. Dit winkelcentrum stond ook in het verleden al onder druk en er is slechts één supermarkt aanwezig. Princenhage functioneert flink ruim boven de landelijk gemiddelde vloerproductiviteit (24%). De binding op Princenhage is echter wel behoorlijk gedaald ten opzichte van 2009 (van 9% naar 6%). Ook de binding op Tuinzigt is gedaald van 3% naar 2%. De binding op het Dr. Struyckenplein is daarentegen gestegen van 0 tot 4%, als gevolg van herontwikkeling waarbij twee nieuwe supermarkten zijn gerealiseerd. De benaderd vloerproductiviteit ligt echter nog wel 8% onder het landelijk gemiddelde.
- **Stada Stores:**
  - Het in 2013 gerealiseerde perifere winkelgebied Stada Stores, met daarin de Jumbo Foodmarkt, heeft duidelijk zijn effecten gehad op het functioneren van de Bredase detailhandelsstructuur. Het winkelgebied neemt inmiddels ca. 3% van de totale bestedingen in het Bredase winkelaanbod voor zijn rekening (6% dagelijks en 1% niet-dagelijks). Met name vanuit Noord-West en Prinsenbeek vloeit omzet af naar Stada Stores (respectievelijk 12% en 11% van het bestedingspotentieel), maar ook vanuit Noord en West zelf. De effecten van de komst van Stada Stores spreiden zich echter over een groot aantal winkelgebieden. In verschillende winkelgebieden in Noord-West, West, Noord en Prinsenbeek is de binding gedaald ten opzichte van 2009. Echter, het is niet exact terug te herleiden in hoeverre deze daling te wijten is aan Stada Stores. Zo heeft de crisis, online winkelen, veranderd consumentengedrag, het achterwege blijven van investeringen in winkelgebieden en de realisatie van het Dr. Struyckenplein ook zijn effecten gehad. De winkelgebieden, waar sinds 2009 de koopkrachtbinding op dagelijks aanbod het meest gedaald is, zijn Hoge Vucht (van 14% naar 12%), Princenhage (van 9 naar 6%), Heksenwiel (van 9% naar 7%), Prinsenbeek van 7% naar 6%) en Tuinzigt (van 3% naar 2%). In De Berg en De Donk is de binding gelijk gebleven op 2%. Per saldo is daarbij het dagelijkse winkelaanbod in deze winkelgebieden (West, Noord-West en Prinsenbeek) niet gedaald.
  - In de dagelijkse sector is Stada Stores inmiddels het vierde winkelgebied van Breda. Binnen de niet-dagelijkse sector weet het winkelgebied wel veel koopkracht te binden in huishoudelijke artikelen (10%). Dit is ook te verklaren door de aanwezigheid van zowel Action, Blokker, Big Bazar en Xenos. De gemiddelde omzet per m<sup>2</sup> ligt zowel in dagelijks als niet-dagelijks wel flink lager dan het landelijk gemiddelde, waardoor de vraag is of de Jumbo Foodmarkt en de andere winkels wel voldoende rendabel functioneren. Deels is de lage vloerproductiviteit echter wel verklaarbaar door de grootschaligheid de winkels. Stada Stores functioneert momenteel feitelijk als een wijkwinkelcentrum met een sterke focus op dagelijks (supermarkt, bakker, slijter) en frequent niet-dagelijks (huishoudelijk en dibevo).



- **Woonboulevard en Steenakker:** op het functioneren van deze gebieden is ingegaan in paragraaf 3.2.2.
- **Overig:** Naast de hierboven genoemde winkelgebieden is nog wat verspreide bewinkeling in dit stadsdeel te vinden. Het gaat hierbij voornamelijk om perifere detailhandel in de branche 'in en om huis', zoals een verlichtingszaak (ca. 4.500 m<sup>2</sup> wvo), een saunazaak (ca. 1.000 m<sup>2</sup> wvo) en een woningtextielzaak (ca 1.000 m<sup>2</sup> wvo). Aan de Ettensebaan zit ook rijwielzaak van Dijk (660 m<sup>2</sup> wvo). Verder zijn er nog vele kleine zaken in de woonbranche te vinden.

### Ontwikkelingsrichting

- **Tuinzicht:** Hoewel Tuinzigt voor een buurtcentrum voldoet qua opzet en aanbod is het toekomstperspectief onzeker als gevolg van de beperkte binding en daarmee een matig economisch functioneren. Het toevoegen van een tweede supermarkt (discounter) door verplaatsing van elders zou het toekomstperspectief kunnen verstevigen, wat wenselijk is vanuit het oogpunt van consumentenverzorging en de toenemende vergrijzing in de wijk Tuinzigt. Ruimtelijk is dit echter zeer lastig en daardoor minder reëel.
- **Dr. Struyckenplein:** Het toekomstperspectief voor dit winkelgebied is redelijk goed door de aanwezigheid van twee complementaire moderne supermarkten. Voldoende parkeermogelijkheden is een aandachtspunt, evenals de leegstand.
- **Princenhage:** Conform de huidige Detailhandelsvisie wordt dit winkelgebied aangemerkt als wijkcentrum met een bijzonder karakter. Het winkelgebied is de laatste jaren wat onder druk komen te staan, maar het perspectief van dit winkelgebied is nog altijd redelijk goed, gezien het aanwezige complete dagelijks en niet-dagelijkse aanbod en aanvullende onderscheidende horeca en uitstraling. De parkeermogelijkheden zijn een aandachtspunt. Positief zijn de plannen voor herinrichting van de openbare ruimte met meer groen en optimaliseren van de parkeersituatie op de Haagse Markt.
- **Stada Stores:** Hoewel het functioneren van de supermarkt en de andere winkels wel wat onder druk lijkt te staan, is het gezien de prominente positie die Stada Stores inmiddels inneemt in de detailhandelsstructuur (groot wijkcentrum, in dagelijks vierde winkelgebied van Breda) niet wenselijk dit winkelgebied verder te versterken. Om tot een rendabel functioneren te komen is immers een dusdanige verhoging van de koopkrachtbinding nodig dat dit ten koste gaat van andere winkelgebieden (met name de kleinere centra) in de omliggende wijken, waarmee de leefbaarheid onder druk komt te staan. Voor verschillende van deze winkelgebieden in de omgeving ligt er bovendien nog een stevige opgave om ze toekomstbestendig te maken. Om de investeringen op die locaties mogelijk te maken zullen ook verdienmogelijkheden voor investeerders zichtbaar gemaakt moeten worden.

#### Te maken keuzes

- Mogelijkheid voor een tweede supermarkt (discounter) in Tuinzigt openhouden, mits verplaatser en fysiek inpasbaar.
- Gezien de prominente positie van Stada Stores en opgaven in winkelgebieden in de omliggende wijken is het niet wenselijk om het (dagelijks) winkelaanbod hier verder te vergroten.

## 4.6 Noord-West

Bevolking <sup>18</sup>	
2017	2030
26.536 inwoners	26.427 inwoners

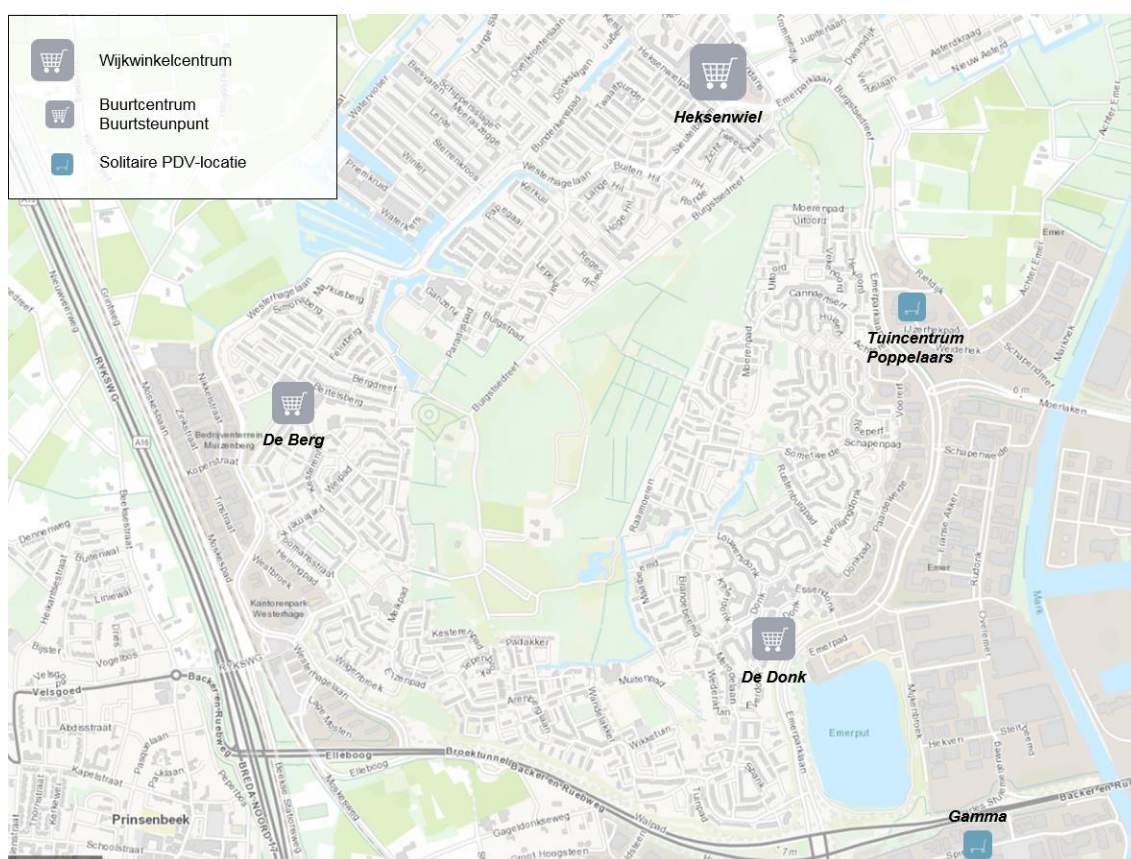
  

Koopkrachtbinding	
Dagelijks	Niet-dagelijks
11%	4%

Aanbod	
Dagelijks	Niet-dagelijks
6.030 m <sup>2</sup> wvo	17.539 m <sup>2</sup> wvo

Koopkrachttoevoeiing	
Dagelijks	Niet-dagelijks
6%	65%



Tabel: Economisch functioneren stadsdeel Noordwest (in € / m<sup>2</sup> wvo)

	Dagelijks	Niet-dagelijks	Toekomstperspectief
De Berg	2.800		🟡🟠 Onzeker tot kwetsbaar
De Donk	8.800		🟢🟡 Goed met aandachtspunten
Heksenwiel	9.950	2.300	🟢🟡 Onzeker met concrete kansen
<b>Totaal Noordwest</b>	<b>8.300</b>	<b>1.075</b>	
<b>Landelijk gemiddelde vloerproductiviteit</b>	<b>8.108</b>	<b>2.018</b>	

<sup>18</sup> Onderzoek en Inzicht, Gemeente Breda, 2017

### Huidig functioneren

Zowel in de dagelijkse als niet-dagelijkse sector heeft stadsdeel Noord-West een minder groot vloeroppervlak ten opzichte van andere stadsdelen. In dit stadsdeel zijn winkelgebieden De Berg, De Donk en Heksenwiel gelegen. Deze winkelgebieden zijn vrijwel alleen gericht op de inwoners van het eigen stadsdeel (geen toevloeiing van buiten). Uitzondering is de Gamma en tuincentrum Poppelaars, die ook bezoekers vanuit andere stadsdelen trekt. Op dagelijks gebied ligt het economisch functioneren in dit stadsdeel net boven de landelijk gemiddelde vloerproductiviteit, maar het niet-dagelijks aanbod functioneert flink onder het landelijk gemiddelde. Dit is enerzijds toe te schrijven aan het beperkte niet-dagelijkse aanbod in de drie winkelgebieden, de beperkte aantrekkingskracht daarvan en anderzijds aan de lage vloerproductiviteit van het tuincentrum. In de veranderde koopkrachtbinding van de verschillende winkelgebieden is de komst van Stada Stores niet direct één op één terug te zien. Wel vloeit in totaal 12% van de koopkracht uit Noord-West af naar Stada Stores.

- **Heksenwiel:** Het economisch functioneren op dagelijks aanbod is redelijk goed met een Albert Heijn, Emte, minisuper en ander versaanbod (23% boven de landelijk gemiddelde vloerproductiviteit). Ook op niet-dagelijks aanbod functioneert Heksenwiel nog boven het landelijk gemiddelde, dit ondanks de hoge leegstand (voornamelijk aan de buitenzijde). De binding op dagelijkse artikelen is ten opzichte van 2009 wel gedaald (van 9% naar 7%).
- **De Berg:** Functioneert zeer zwak en het toekomstperspectief is zeer kwetsbaar. Vanuit de benadering van de vloerproductiviteit gebaseerd op de gemeten koopstromen lijkt er geen sprake meer te zijn economisch rendabel functioneren. Dit winkelcentrum huisvest ook alleen een vrij kleine Albert Heijn in combinatie met slechts 3 dagelijkse winkels en verder enkel dienstverlening en horeca. De binding is dan ook laag. Het functioneren van dit winkelgebied staat echter ook al jaren onder druk. Ten opzichte van 2009 is er weinig veranderd in de binding en is het effect van de komst van de Stada Stores niet direct in terug te zien. Daarbij is het een reële mogelijkheid dat de Albert Heijn in dit winkelgebied zijn deuren sluit nadat de winkel in Heksenwiel is uitgebreid.
- **De Donk:** Het toekomstperspectief van dit winkelcentrum is redelijk tot goed. De benaderde vloerproductiviteit van het dagelijks aanbod (compacte Jumbo en enkele verszaken) ligt ongeveer 9% boven het landelijk gemiddelde. De binding op dit winkelgebied is nauwelijks veranderd ten opzichte van 2009. De uitstraling en onderhoud van het winkelgebied en het op peil houden van het overige winkelaanbod is een aandachtspunt.
- **Overig:** Een filiaal van de Gamma (5.200 m<sup>2</sup>) is ook in dit stadsdeel gevestigd. Deze winkel lijkt bovengemiddeld te functioneren. Ook tuincentrum Poppelaars neemt met ca. 4.300 m<sup>2</sup> een groot aandeel in het totale wvo van niet-dagelijkse artikelenzaken in dit stadsdeel. Het tuincentrum is waarschijnlijk ook de reden voor de lage gemiddelde vloerproductiviteit op niet-dagelijks in dit stadsdeel.

### Ontwikkelingsrichting

Stadsdeel Noord-West is het enige stadsdeel van Breda waar de bevolkingsprognose een daling laat zien in het aantal inwoners. Dit betekent een afname van het consumentendraagvlak voor winkels en andere voorzieningen. Belangrijkste vraagpunt voor dit stadsdeel is of naar de toekomst drie of twee winkelcentra in de wijk zullen blijven bestaan. Dit wordt nu open aan marktpartijen gelaten.

- **Heksenwiel:** Het toekomstperspectief van het winkelgebied is redelijk tot goed, echter onder voorwaarde van versterking van het supermarktaanbod (beoogde vergroting Albert Heijn en verandering Emté naar Jumbo of Coöp als gevolg van verkoop van de formule) en de geplande ingrepen in parkeren en openbare ruimte. Een groot deel van de leegstand zal niet opnieuw een winkelin-vulling krijgen. Om het toekomstperspectief echt solide te maken is het wenselijk een derde supermarkt (discounter) toe te voegen. De kansen hiertoe moeten in samenhang gezien worden met ontwikkelingen in de Berg.
- **De Berg:** De dagelijkse verzorgingsfunctie van dit winkelgebied leunt op de supermarkt, terwijl het niet ondenkbaar is dat Albert Heijn vertrekt uit De Berg na vergroting van de winkel in Heksenwiel. Een mogelijke optie voor herinvulling is een discount-supermarkt, afhankelijk van de ontwikkelingen in Heksenwiel. In dat geval heeft het winkelgebied wel toekomstperspectief. Indien de supermarkt niet heringevuld wordt, heeft het winkelgebied geen toekomst als boodschappencentrum en zal een verder verkleuring naar horeca, diensten of anderszins (herontwikkeling) plaatsvinden.
- **De Donk:** Geen ontwikkelingen voorzien. Een beperkte vergroting van de bestaande supermarkt zou op termijn denkbaar kunnen zijn om het toekomstperspectief goed te houden.

#### **Te maken keuzes**

- Toekomstperspectief en functie Heksenwiel voor de wijk (met een derde (discount)supermarkt) afwegen tegen toekomstperspectief van de Berg (met een discountsupermarkt).
- Voor De Donk de mogelijkheid voor een beperkte vergroting van de supermarkt op termijn openhouden om het toekomstperspectief goed te houden.

## 4.7 Bavel

Bevolking <sup>19</sup>	
2017	2030
8.248 inwoners	8.391 inwoners

Koopkrachtbinding	
Dagelijks	Niet-dagelijks
3%	1%

Aanbod	
Dagelijks	Niet-dagelijks
1.885 m <sup>2</sup> wvo	4.924 m <sup>2</sup> wvo

Koopkrachttoevoeiing	
Dagelijks	Niet-dagelijks
17%	48%



Tabel: Economisch functioneren dorp Bavel (in € / m<sup>2</sup> wvo)

	Dagelijks	Niet-dagelijks	Toekomstperspectief
Totaal Bavel	7.025	1.425	✓ Goed
Landelijk gemiddelde vloerproductiviteit	8.108	2.018	

### Huidig functioneren

In de afgelopen jaren heeft schaalvergroting en modernisering van het centrum van Bavel plaatsgevonden. De Albert Heijn is daarbij vergroot met ca. 350 m<sup>2</sup> wvo. Het totale dagelijkse aanbod in de kern Bavel functioneert net onder de landelijk gemiddelde vloerproductiviteit (13%). In het centrum van de kern is het beeld wat gunstiger. De binding op dagelijkse artikelen is redelijk laag (3%), maar deze is ten opzichte van 2009 nauwelijks veranderd. De lage binding is voor een belangrijk deel te wijten aan de ligging van Bavel nabij de winkelgebieden De Burcht en Valkeniersplein, die beiden een sterk dagelijks aanbod kennen en goed functioneren. Ook het niet-dagelijkse aanbod in Bavel functioneert onder de landelijk gemiddelde vloerproductiviteit. Dit hangt waarschijnlijk samen met de grootschaligheid van het bijzondere modische aanbod (Bastiaansen Mode) en een omvangrijke woninginrichtingszaak (Bastiaansen Wonen).

<sup>19</sup> Onderzoek en Inzicht, Gemeente Breda, 2017

### **Ontwikkelingsrichting**

Het toekomstperspectief van de dorpskern is redelijk goed, zeker na de gerealiseerde modernisering en schaalvergroting van enkele winkels. De aanwezigheid van Bastiaansen Mode en Bastiaansen Wonen zijn een bijzondere aanvulling hierop die het dorp een relatief sterke positie geven. Naar de toekomst toe zijn voorlopig geen ontwikkelingen voorzien en benodigd. Ondanks de afvloeiing is het inwonertal van het dorp ruim voldoende om een supermarkt rendabel te kunnen laten functioneren.

#### **Te maken keuzes**

- Geen

## 4.8 Prinsenbeek

Bevolking <sup>20</sup>	
2017	2030
11.606 inwoners	12.373 inwoners

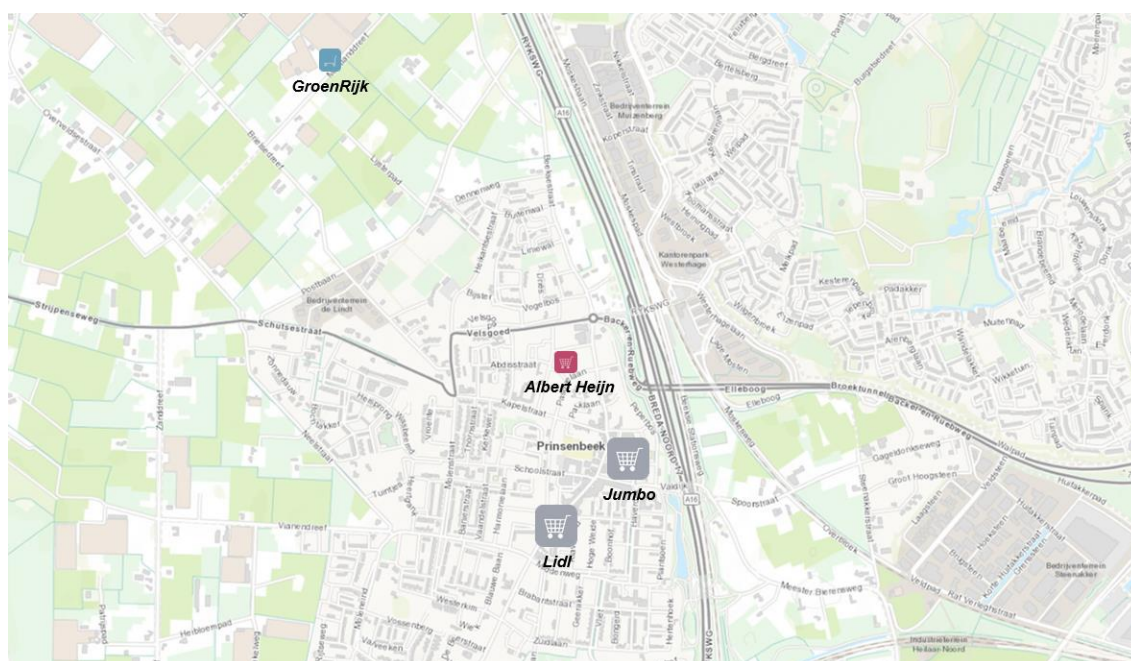
  

Koopkrachtbinding	
Dagelijks	Niet-dagelijks
6%	2%

Aanbod	
Dagelijks	Niet-dagelijks
3.807 m <sup>2</sup> wvo	8.383 m <sup>2</sup> wvo

Koopkrachttoevoeiing	
Dagelijks	Niet-dagelijks
20%	42%



Tabel: Economisch functioneren dorp Prinsenbeek (in € / m<sup>2</sup> wvo)

	Dagelijks	Niet-dagelijks	Toekomstperspectief
Totaal Prinsenbeek	7.450	1.225	✅ Goed met aandachtspunten
Landelijk gemiddelde vloerproductiviteit	8.108	2.018	

### Huidig functioneren

Prinsenbeek ligt ten noordwesten van de stad Breda, dichtbij de winkelgebieden in Noordwest en West. In vergelijking met de andere dorpen in de gemeente Breda telt Prinsenbeek veruit de meeste inwoners en bindt het behoorlijk wat eigen koopkracht. Het dagelijks aanbod in het centrum bestaat uit een Jumbo, Lidl en een compleet aanvullend versaanbod. Net buiten het centrum is nog een Albert

<sup>20</sup> Onderzoek en Inzicht, Gemeente Breda, 2017

Heijn gelegen. De benaderde vloerproductiviteit van het dagelijks aanbod in de totale kern ligt net onder het landelijk gemiddelde (8%). In het centrum is dit beeld positiever. Ook het niet-dagelijks aanbod, dat overigens vrij omvangrijk is (met name modisch en effectief-recreatief) functioneert beneden de landelijk gemiddelde vloerproductiviteit. Ten opzichte van 2009 is de binding op de dagelijkse sector in Prinsenbeek licht gedaald (van 7% naar 6%) en gelijk gebleven voor de niet-dagelijkse sector (2%). Het effect van de komst van de Stada Stores is daar niet direct in terug te zien. Wel vloeit in totaal 11% van de koopkracht uit Prinsenbeek af naar Stada Stores. Naast een verzorgingsfunctie voor de eigen inwoners, trekt het winkelaanbod in Prinsenbeek ook nog redelijk wat publiek uit het stadsdeel Noord-West. Dit kan verklaard worden door het beperkte, matig functionerende winkelaanbod in Noord-West en het ontbreken van een discounter aldaar.

### **Ontwikkelingsrichting**

Het toekomstperspectief is redelijk goed. Een optimalisatie / schaalvergroting van de supermarkten en parkeerfaciliteiten (Markt en Lidl) is gewenst, evenals een verdere concentratie van het winkelaanbod (voor zover de ruimtelijke mogelijkheden hiervoor aanwezig zijn). Indien daar mogelijkheden toe zijn is bijvoorbeeld de verplaatsing van Albert Heijn naar het centrum zeer gewenst. Een uitbreiding van supermarktmeters kan wel gevolgen hebben voor winkelgebieden in Noordwest, met name voor De Berg dat nu al kwetsbaar is.

#### **Te maken keuzes**

- Mogelijkheden voor versterking en concentratie van supermarktaanbod nadrukkelijk openhouden. Afweging in relatie tot positie De Berg.



## 4.9 Teteringen

Bevolking <sup>21</sup>	
2017	2030
7.662 inwoners	9.533 inwoners

Koopkrachtbinding	
Dagelijks	Niet-dagelijks
2%	

Aanbod	
Dagelijks	Niet-dagelijks
1.408 m <sup>2</sup> wvo	1.911 m <sup>2</sup> wvo

Koopkrachttoevloeiing	
Dagelijks	Niet-dagelijks
18%	51%



Tabel: Economisch functioneren dorp Teteringen (in € / m<sup>2</sup> wvo)

	Dagelijks	Niet-dagelijks	Toekomstperspectief
Totaal Teteringen	8.325	1.600	🟡 Onzeker met concrete kansen
Landelijk gemiddelde vloerproductiviteit	8.108	2.018	

### Huidig functioneren

Het winkelaanbod in Teteringen is van zeer beperkte omvang. Qua dagelijks aanbod is er alleen een gemiddelde Jumbo (1.180 m<sup>2</sup>) met slijterij in de Scheperij. Deze functioneert als solitaire supermarkt. Het geringe overige aanbod is zeer verspreid over de kern gelegen (Hoolstraat en Willem Alexanderplein) en kent geen samenhang als winkelgebied. De koopkrachtbinding in de kern is dan ook erg

<sup>21</sup> Onderzoek en Inzicht, Gemeente Breda, 2017

laag, zowel op dagelijks als niet-dagelijks aanbod. Dit is onveranderd gebleven ten opzichte van 2009. Daarbij ligt Teteringen in het noordoosten van Breda vlakbij winkelgebieden en supermarkten in Noord (Hoge Vucht) en Oost (Brabantplein en solitaire Aldi) en winkelcentra in Oosterhout. De benaderde vloerproductiviteit van het dagelijks winkelaanbod in het dorp komt net boven het landelijk gemiddelde uit, het niet-dagelijks aanbod net eronder.

### **Ontwikkelingsrichting**

In de toekomst (2019) is een herontwikkeling van de Scheperij voorzien. Recent zijn de plannen concreter geworden: Jumbo zal worden uitgebreid en een Aldi wordt toegevoegd, in combinatie met enkele kleinere winkelunits, woningen en horeca. Een positieve ontwikkeling. Zonder ingrijpen is het perspectief van het dorpscentrum van Teteringen als winkelomgeving immers zeer matig en zal er nog meer koopkracht afvloeien naar andere winkelgebieden. De verwachte bevolkingsgroei in Teteringen draagt ook bij aan het draagvlak voor deze ontwikkeling. Positief zou zijn wanneer de ontwikkeling van de Scheperij leidt tot een verplaatsing van momenteel verspreid gelegen winkels aan de Hoolstraat en het Willem-Alexanderplein, waarbij behoud van enige van menging in deze straten wel bijdraagt aan de levendigheid.

Een andere ontwikkeling in het dorp is de vergroting van schoenenzaak Snoeren van 450 naar 1100 m<sup>2</sup> vvo. Dit is met name positief voor de naamsbekendheid van Teteringen.

#### **Te maken keuzes**

- Inzetten op herontwikkeling en uitbreiding De Scheperij (proces al in gang), evt. koppelen aan verplaatsing Aldi vanaf Teteringsedijk.

## 4.10 Ulvenhout

Bevolking <sup>22</sup>	
2017	2030
4.794 inwoners	5.024 inwoners

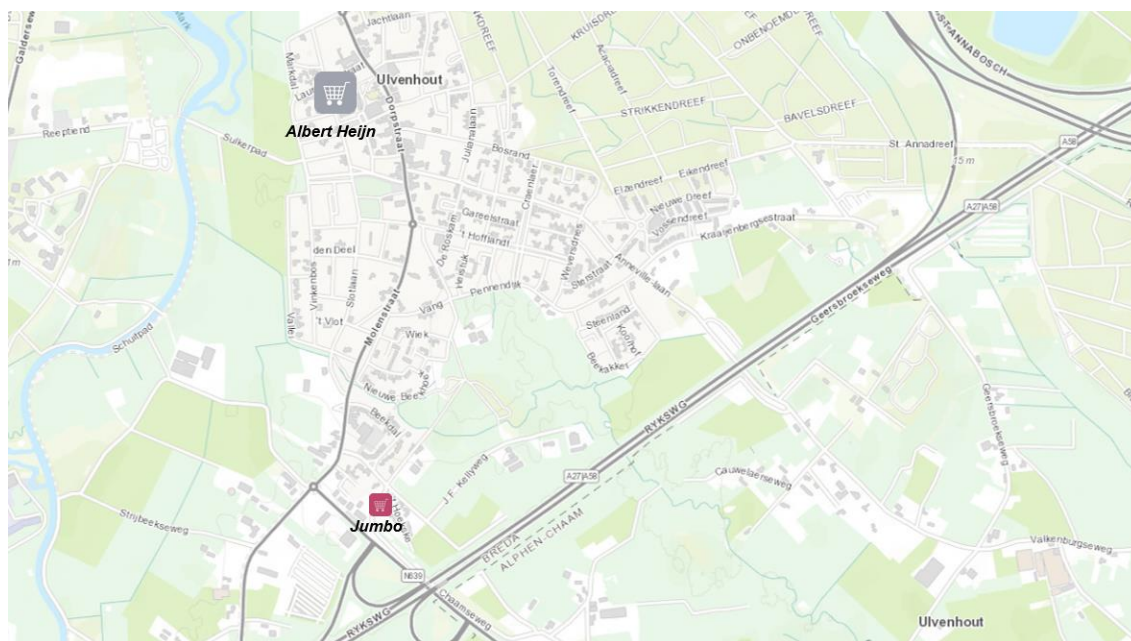
  

Koopkrachtbinding	
Dagelijks	Niet-dagelijks
3%	1%

Aanbod	
Dagelijks	Niet-dagelijks
3.050 m <sup>2</sup> wvo	4.487 m <sup>2</sup> wvo

Koopkrachttoevoeiing	
Dagelijks	Niet-dagelijks
56%	64%



Tabel: Economisch functioneren dorp Ulvenhout (in € / m<sup>2</sup> wvo)

	Dagelijks	Niet-dagelijks	Toekomstperspectief
Totaal Ulvenhout	6.725	1.250	✓ Goed met aandachtspunten
Landelijk gemiddelde vloerproductiviteit	8.108	2.018	

### Huidig functioneren

Ulvenhout ligt ten zuiden van Breda en heeft twee winkelconcentraties: de dorpskern (met compacte Albert Heijn, relatief veel modisch aanbod en horeca) en winkelgebied Chaamseweg (met grote Jumbo en Boerenbond). Door dit onderscheidende aanbod bindt Ulvenhout relatief veel eigen koopkracht en trekt het dorp relatief veel omzet van buiten, met name van buiten de gemeente (Alphen-Chaam en Hoogstraten). Daarnaast is er ook enige toevloeiing vanuit stadsdeel Zuid-Oost. Eveneens

<sup>22</sup> Onderzoek en Inzicht, Gemeente Breda, 2017

is er ook enige afvloeiing naar ditzelfde stadsdeel, voornamelijk naar winkelgebieden De Burcht en het Ginneken. Zowel het dagelijks als niet-dagelijks aanbod in de totale kern functioneert onder de landelijk gemiddelde vloerproductiviteit.

### **Ontwikkelingsrichting**

Het toekomstperspectief van het centrumgebied van Ulvenhout is redelijk goed, met name het omvangrijke mode- en horeca-aanbod maakt het gebied onderscheidend. De Albert Heijn is wel aan de kleine kant. Verdere concentratie van het winkelaanbod is voor zover mogelijk gewenst, vooral rondom het centrale plein (voor Albert Heijn). Dit geldt ook voor het supermarktaanbod. Hoewel het toekomstperspectief van de Chaamseweg als solitaire supermarktlocatie goed is vanwege de omvang van de winkel in combinatie met goede bereikbaarheid en goed parkeren, zou het voor het toekomstperspectief van het centrum van Ulvenhout beter zijn wanneer deze in het centrum gevestigd zou zijn.

#### **Te maken keuzes**

- Nadrukkelijk openhouden van de mogelijkheid om de supermarkt in het centrum te vergroten en supermarkt vanaf de Chaamseweg naar het centrum te verplaatsen.

## 5. CONCLUSIES

In verband met enkele detailhandelsinitiatieven die momenteel in Breda spelen, wenst gemeente Breda inzicht in het huidige functioneren en het toekomstperspectief van de Bredase winkelstructuur en de individuele winkelgebieden daarbinnen. Er is daartoe een kwalitatieve en een kwantitatieve beschouwing gemaakt van de huidige stand van de Bredase detailhandel. De kwantitatieve beoordeling is een theoretische benadering van de werkelijkheid op basis van cijfers en aannames, waarbij is gekeken naar het (economisch) 'functioneren' van winkelgebieden, wat is gebaseerd op de berekende vloerproductiviteit van een winkelgebied (omzet per m<sup>2</sup> wvo).

### **Omvangrijk winkelaanbod, leegstand en kansen aan vraagzijde**

Breda heeft relatief veel aanbod aan detailhandel ten opzichte van vergelijkbare plaatsen. Vooral de binnenstad en de woonboulevard zijn van grote omvang en trekken naast Bredanaren ook veel bezoekers uit de regio en zelfs van daarbuiten (ook België). Tegenover het omvangrijke aanbod staat ook een flinke leegstand van 40.000 m<sup>2</sup>, waarvan 12.000 m<sup>2</sup> in de binnenstad. In de komende jaren zal het inwonertal van Breda nog fors stijgen, wat aanvullend consumentendraagvlak voor winkelaanbod betekent. Het inwonertal in de regio stabiliseert de komende jaren. Trends in consumentengedrag zijn daarbij positief voor Breda: consumenten zijn mobieler, bereid verder te reizen voor winkelaanbod dat aansluit bij zijn wensen en in toenemende mate gericht op aantrekkelijke verblijfsplekken die meer bieden dan alleen winkelen (ook horeca, cultuur en evenementen).

### **Dagelijkse artikelensector: inzet op structuurversterking in de wijken**

De dagelijkse artikelensector is qua totale omvang op peil. Tussen 2010 en 2017 heeft er een flinke groei van supermarktmeters plaatsgevonden (+10.000 m<sup>2</sup>, waarvan 6.000 m<sup>2</sup> in Stada Stores). Het economisch functioneren van het dagelijks aanbod (behaalde vloerproductiviteit) ligt op gemeenteniveau ca. 11% onder het landelijk gemiddelde. Dit betekent dat er, uitgaande van de landelijk gemiddelde vloerproductiviteit als norm, op gemeenteniveau in principe geen uitbreidingsruimte is in deze sector. Het economisch functioneren loopt echter per winkelgebied en dorp sterk uiteen: op sommige plaatsen gaat het goed en op andere plaatsen staat dit (sterk) onder druk. Het toekomstperspectief van de winkelgebieden verschilt daardoor.

Het uitgangspunt zou daarom moeten zijn om geen mogelijkheden te bieden voor nieuwe solitaire supermarkten. Uitbreidingen van dagelijks aanbod (supermarkten) zouden slechts mogelijk moeten zijn ten behoeve van kwaliteitsverbetering van bestaande winkelgebieden en in samenhang met de ontwikkeling van het consumentendraagvlak in lokale verzorgingsgebieden (stadsdeel/wijken). Daarbij is het wenselijk in te zetten op verplaatsing van bestaande (kleinschalige) solitaire supermarkten naar winkelgebieden. Een mogelijkheid voor vernieuwing van de structuur kan ook zijn het samenvoegen van bestaand aanbod, eventueel op nieuwe locaties.

### Niet-dagelijks: ruimte voor versterking

Uit de hoge mate van toevloeiing op de niet-dagelijkse sector blijkt het belang van dit winkelaanbod voor de gemeente en de regio, en dan met name van de binnenstad en de Woonboulevard. Het totale niet-dagelijkse winkelaanbod in Breda functioneert qua vloerproductiviteit momenteel ca. 5% boven de landelijke gemiddelde vloerproductiviteit. Vanuit die optiek is er enige marktruimte voor versterking van het niet-dagelijkse aanbod (ca. 13.500 m<sup>2</sup> wvo). Tot aan 2030 neemt deze marktruimte verder toe naar 21.000 m<sup>2</sup> wvo, als gevolg van de bevolkingsgroei in Breda (zie tabel 5.1). Daarbij is rekening gehouden met een verdere afname van de bestedingen (-5%) als gevolg van een toename van e-commerce.

**Tabel 5.1: Uitkomsten theoretische marktruimtebenadering niet-dagelijkse sector, gemeente Breda**

	Marktruimte 2018	Marktruimte 2030
Marktruime niet-dagelijks gemeente Breda (o.b.v. huidige koopstromen)	13.500 m <sup>2</sup>	21.000 m <sup>2</sup>
<i>waarvan in recreatieve branches</i>	9.900 m <sup>2</sup>	12.500 m <sup>2</sup>
<i>waarvan in Stadsdeel Centrum</i>	6.600 m <sup>2</sup>	11.000 m <sup>2</sup>
<i>waarvan kernwinkelgebied binnenstad</i>	5.500 m <sup>2</sup>	7.500 m <sup>2</sup>

#### *Nuancering marktruimte: inzet op de juiste plekken*

De berekende marktruimte is niet voldoende is om alle beschikbare plancapaciteit (leegstand á 40.000 m<sup>2</sup>, waarvan 12.000 m en in bestemmingsplannen) in te vullen met detailhandel en alle bestaande planinitiatieven te realiseren. Er moeten dus keuzes gemaakt worden welke initiatieven te realiseren en waar. Tegelijkertijd is ook absoluut een saneringsopgave voor 'slechte meters' (in te vullen met een andere functie of ontwikkelopgave).

Bij de keuze waar de marktruimte in te zetten is het van belang te realiseren dat deze in grote mate (zo niet een-op-een) samenhangt met de aantrekkingskracht van de binnenstad en de Woonboulevard. Zowel op het gebied van recreatief als doelgericht winkelen is de consument in de laatste jaren kritischer geworden en meer op zoek naar aantrekkelijke verblijfsgebieden en vermaak/beleving. Men kiest in toenemende mate voor de grotere, complete winkelgebieden: de grotere binnensteden maar ook de grotere perifere winkellocaties boven de (middelgrote) aankoopplaatsen in middelgrote steden. Hoewel er in de regio veel focus is op lokaal verzorgende winkelgebieden, vraagt juist dit consumentengedrag op het verder versterken van de (reeds) complete winkelgebieden met een (boven)regionale functie: de winkelgebieden met een bijzonder karakter als verblijfsgebied. Daar kan het toevoegen van niet-dagelijkse winkels immers meerwaarde hebben. De marktruimte is dus niet op een willekeurige plek in Breda inzetbaar:

- Marktruimte in de *recreatieve branches* zou vooral benut moeten te worden voor het versterken van de binnenstad, met het oog op herinvulling van leegstand en vergroten van de koopkrachtbinding. De binnenstadsranden (bijv. Lange Stallen, Havenkwartier, Gasthuisvelden) met daarin verschillende potentiële ontwikkellocaties kunnen daarbij overloopgebieden vormen. Substantiële uitbreidingen van andere winkelgebieden met recreatief aanbod zijn ongewenst.
- In de *doelgerichte sector* zijn er kansen voor de woonboulevard. Plannen om de Woonboulevard verder uit te breiden in de groep 'in en om huis' zijn in beginsel passend. Dit vraagt wel

een totaalvisie op de woonboulevard om de samenhang op de woonboulevard te behouden (voorkomen van versnippering), evenals flankerend beleid om transformatie van verouderde locaties te stimuleren, waaronder wegbestemmen van (onbenutte) plancapaciteit op verspreide locaties.

- Specifiek voor de *branche sport en kamperen* geldt dat er op gemeentelijk niveau geen markt-ruimte is. Detailhandelsinitiatieven in deze branche kunnen terecht in de binnenstad of, gezien de reeds bestaande mogelijkheden in bestemmingsplan, op Breepark. Het toevoegen van een derde locatie met mogelijkheden voor grootschalige sportdetailhandel is onwenselijk, met name vanwege het ontbreken van meerwaarde.
- Voorzichtigheid is geboden met uitbreidingen in de niet-dagelijkse sector van winkelgebieden die minder gericht zijn op recreatief-verblijf, zo ook voor de grotere wijkcentra Hoge Vucht en Heksenwiel en de perifere winkellocaties Steenakker, Stada Stores en Breepark.

### **Kwaliteit boven kwantiteit**

Zowel in dagelijks als niet-dagelijkse artikelen sector is het belangrijk om steeds te realiseren dat de aangegeven markt-ruimte het resultaat is van berekeningen die gebaseerd zijn op meerdere aannames. Het gaat immers om toekomstige ontwikkelingen en op voorhand kunnen die nooit exact voorspeld worden. De uitkomsten van de berekeningen mogen daarom nooit als normatief gezien worden, maar als indicatief.

Als ergens is opgenomen dat er 'in principe geen markt-ruimte is', wil dit zeggen dat dit op basis van de huidige koopstromen niet het geval is. Echter, door een wijziging in koopstromen, het toevoegen van bijzonder aanbod, maar ook door een grotere bevolkingsgroei dan verwacht, kan er dus toch markt-ruimte voor nieuwe initiatieven zijn. Aan de andere kant kunnen ontwikkelingen op het gebied van bijvoorbeeld e-commerce of andere economische ontwikkelingen of veranderingen in het consumentengedrag markt-ruimte ook tenietdoen.










Aan de kwalitatieve aspecten bij winkelontwikkelingen dient daarom meer waarde gehecht te worden dan aan de kwantitatieve distributieve mogelijkheden. In de ruimtelijke ordening dient op basis van ruimtelijk relevante argumenten beoordeeld te worden of het consumentenbelang op langere termijn wordt gediend; het gaat niet om een verslechterde concurrentiepositie voor individuele bedrijven.

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 niet erg te zijn, vooropgesteld dat de effecten op de consumentenverzorging en het woon-, leef- en ondernemersklimaat per saldo positief zijn.

### **Afwegingen per winkelgebied**

In het kader van het voorgaande is het voor individuele winkelgebieden nodig om concrete afwegingen te maken in relatie tot het toekomstperspectief. Deze zijn weergegeven in tabel 5.2.

Tabel 5.2: Ontwikkelrichtingen en te maken keuzes per winkelgebied

Stadsdeel	Winkelgebied	Afweging
Centrum	Kernwinkelgebied	<ul style="list-style-type: none"> <li>  </li> </ul> <ul style="list-style-type: none"> <li><i>Dagelijks</i>: Toevoegen van dagelijks aanbod slechts mogelijk op voorwaarde van kwaliteitsimpuls en passend bij het recreatieve verblijfsprofiel van de binnenstad: bijzondere concepten i.c.m. horeca of kleinschaliger (hybride) gemakconcepten.</li> <li><i>Niet-dagelijks</i>: Inzetten op concentreren van winkelaanbod in het kernwinkelgebied en keuzes ten aanzien van overige programmering voor herstructurerings- en ontwikkelopgaven in de binnenstad en de binnenstadsranden. In kernwinkelgebied in toekomst dan evt. weer mogelijkheden voor Achter De Lange Stallen ontwikkeling, echter enkel in samenhang met daadwerkelijke concentratie van aanbod.</li> </ul>
	Nieuwe Ginnekenstraat	<ul style="list-style-type: none"> <li>  </li> </ul> <ul style="list-style-type: none"> <li>Inzetten op recreatief-verblijfsprofiel (combi modisch en horeca), als verbindingsstraat tussen kernwinkelgebied en Wilhelminastraat/Ginnekenweg.</li> </ul>
	Haagdijk / Nieuwe Haagdijk	<ul style="list-style-type: none"> <li>  </li> </ul> <ul style="list-style-type: none"> <li>Verkleuring naar nog meer andere niet-detailhandelsfuncties en wonen.</li> </ul>
	Boschstraat / Korte Boschstraat	<ul style="list-style-type: none"> <li>  </li> </ul> <ul style="list-style-type: none"> <li>Verkleuring naar nog meer andere niet-detailhandelsfuncties en wonen.</li> </ul>
Noord	Hoge Vucht	<ul style="list-style-type: none"> <li>  </li> </ul> <ul style="list-style-type: none"> <li>Bepalen van omvang uitbreiding van niet-dagelijks winkelaanbod aansluitend op profiel (uitgebreid wijkverzorgend boodschappen-centrum en efficiënt-recreatief karakter).</li> </ul>
	Belcrumweg	<ul style="list-style-type: none"> <li>  </li> </ul> <ul style="list-style-type: none"> <li>Mate van versterking van Belcrumweg. Afwegen van omvang van aanvullend aanbod in relatie tot effecten op Baliendijk en Edisonplein.</li> </ul>
	Baliendijk	<ul style="list-style-type: none"> <li>  </li> </ul> <ul style="list-style-type: none"> <li>Afweging toekomstperspectief van Baliendijk in relatie tot uitbreiding van Hoge Vucht, opwaardering Belcrumweg en de (fysieke) uitbreidingsmogelijkheden van de Jumbo op Baliendijk.</li> </ul>
	Overig	<ul style="list-style-type: none"> <li>  </li> </ul> <ul style="list-style-type: none"> <li>Onderzoeken van wenselijkheid van terugplaatsen Albert Heijn Crogdijk naar stationsomgeving.</li> </ul>
Oost	Brabantplein	<ul style="list-style-type: none"> <li>  </li> </ul> <ul style="list-style-type: none"> <li>Met het oog op de gewenste, maar (te) complexe versterking van het Brabantplein opnieuw onderzoeken op welke wijze in stadsdeel Oost de consumentenverzorging voor dagelijks aanbod op peil gehouden kan worden. Leidend is daarbij de mogelijkheid om twee complementaire supermarkten samen te faciliteren (full service supermarkt en discounter, bijv. Aldi van Teteringsdijk).</li> </ul>



Stadsdeel	Winkelgebied		Afweging
<b>Zuid / Zuid-Oost</b>	De Burcht		<ul style="list-style-type: none"> <li>In de toekomst eventueel versterken van De Burcht door toevoeging van een complementaire supermarkt (discounter), mits dat een verplaatser is.</li> </ul>
	Langendijk		<ul style="list-style-type: none"> <li>Inzetten op Langendijk of Graaf Hendrik III Plein als toekomstbestendig buurtcentrum bij vergrotings/verplaatsingswens Aldi. Mogelijk dat de ontwikkeling van het Amphia-terrein hiervoor kansen biedt.</li> </ul>
	Graaf Hendrik II Plein		
	Wilhelminastraat / Ginneken	 	<ul style="list-style-type: none"> <li>Streven naar behoud van unieke karakter van Het Ginneken en Wilhelminastraat/Ginnekenweg.</li> </ul>
<b>West</b>	Tuinzicht		<ul style="list-style-type: none"> <li>Mogelijkheid voor een tweede supermarkt (discounter) in Tuinzigt openhouden, mits verplaatser en fysiek inpasbaar.</li> </ul>
	Stada Stores		<ul style="list-style-type: none"> <li>Gezien de prominente positie van Stada Stores en opgaven in winkelgebieden in de omringende wijken is het niet wenselijk om het (dagelijks) winkelaanbod hier verder te vergroten.</li> </ul>
	Woonboulevard / Steenakker	 	<ul style="list-style-type: none"> <li>Woonboulevard de ruimte geven voor uitbreidingen in branche 'in en om huis'. Geen prioriteit / niet inzetten op Steenakker.</li> </ul>
<b>Noordwest</b>	Heksenwiel / De Berg	 	<ul style="list-style-type: none"> <li>Toekomstperspectief en functie Heksenwiel voor de wijk (met een derde (discount)supermarkt) afwegen tegen toekomstperspectief van de Berg (met een discountsupermarkt).</li> </ul>
	De Donk		<ul style="list-style-type: none"> <li>Voor De Donk de mogelijkheid voor een beperkte vergroting van de supermarkt op termijn open houden om het toekomstperspectief goed te houden.</li> </ul>
<b>Bavel</b>	Centrum		<ul style="list-style-type: none"> <li>Geen</li> </ul>
<b>Prinsenbeek</b>	Centrum		<ul style="list-style-type: none"> <li>Mogelijkheden voor versterking en concentratie van supermarktaanbod nadrukkelijk openhouden. Afweging in relatie tot positie De Berg.</li> </ul>
<b>Teteringen</b>	Centrum		<ul style="list-style-type: none"> <li>Inzetten op herontwikkeling en uitbreiding De Scheperij (proces al in gang), evt. koppelen aan verplaatsing Aldi vanaf Teteringsedijk.</li> </ul>
<b>Ulvenhout</b>	Centrum		<ul style="list-style-type: none"> <li>Nadrukkelijk openhouden van de mogelijkheid om de supermarkt in het centrum te vergroten en supermarkt vanaf de Chaamseweg naar het centrum te verplaatsen.</li> </ul>

**BIJLAGEN**

# BIJLAGE 1: TOELICHTING DISTRIBUTIEPLANologisch ONDERZOEK EN BEGRIPPEN

## 1.1 Toelichting 'economisch functioneren' en berekening marktruimte

Dit onderzoek omvat een kwalitatieve en een kwantitatieve beschouwing van de huidige stand van de Bredase detailhandel. De kwantitatieve beoordeling is een theoretische benadering van de werkelijkheid op basis van cijfers en aannames, ook wel distributieplanologisch onderzoek genaamd. Er wordt dan gekeken naar het (economisch) 'functioneren' van winkelgebieden, wat is gebaseerd op de berekende vloerproductiviteit van een winkelgebied (omzet per m<sup>2</sup>).

### Berekening van vloerproductiviteit (economisch functioneren) en bepaling marktruimte

De berekening van de vloerproductiviteit van een gebied ('het economisch functioneren') is een theoretische exercitie, een benadering van de werkelijkheid. De som is gebaseerd op:

- het inwonertal van een gebied (bijv. de gemeente of een stadsdeel);
- de gemiddelde winkelbesteding per inwoner (per branche);
- de mate waarin koopkracht in het gebied gebonden wordt (% koopkrachtbinding);
- de mate waarin koopkracht van buiten het gebied naar het gebied toevloeit (% koopkrachttoevoeiing)<sup>23</sup>.

De som is als volgt:

- inwonertal van een gebied x gemiddelde besteding per inwoner = *bestedingspotentieel*;
- bestedingspotentieel x (% koopkrachtbinding) = *gebonden omzet*;
- gebonden omzet / (100% - % koopkrachttoevoeiing) = *totale omzet*;
- totale omzet / totale winkelvloeroppervlak = *omzet per m<sup>2</sup> wvo (= vloerproductiviteit)*.

Vervolgens wordt de berekende vloerproductiviteit vergeleken met een normvloerproductiviteit om te bepalen of er sprake is van goed of matig functioneren, wat een indicatie geeft van de beschikbare marktruimte.

- Als de berekende vloerproductiviteit vergelijkbaar is met, of hoger is dan de normproductiviteit, is dat een indicatie van goed functioneren. Dit kan betekenen dat er marktruimte is voor extra detailhandel.
- Als de berekende vloerproductiviteit lager is dan de normproductiviteit, is dat een indicatie van minder goed of matig functioneren.

---

<sup>23</sup> De in dit onderzoek gebruikte gegevens over bevolkingscijfers zijn afkomstig van gemeente Breda (Onderzoek en Inzicht, Gemeente Breda, 2017). De bestedingscijfers per inwoner en de landelijk gemiddelde vloerproductiviteit zijn afkomstig uit de notitie Omzetkengetallen 2016, ten behoeve van ruimtelijk-economisch onderzoek (InRetail, 2017). De koopkrachtbinding en koopkrachttoevoeiing zijn gemeten in het Koopstromenonderzoek 2017-2018 (BRO).

### **Gebruik van normvloerproductiviteit**

Als normproductiviteit wordt vaak de landelijk gemiddelde vloerproductiviteit aangehouden. In sommige gevallen is het landelijke gemiddelde echter niet representatief voor het type winkelgebied, de locatie of het winkelaanbod (qua branchering of omvang). Daarom wordt in sommige gevallen een andere normvloerproductiviteit aangehouden in de benadering van de marktruimte. Een aantal voorbeelden:

- Bijvoorbeeld in landelijke gebieden is het heel gebruikelijk dat de gemiddelde vloerproductiviteit lager is dan het landelijk niveau, omdat ook de exploitatiekosten (huur, personeel) lager zijn dan landelijk gemiddeld. In grotere winkelgebieden, zoals binnensteden, liggen deze kosten juist hoger, waardoor ook de benodigde vloerproductiviteit hoger is om rendabel te kunnen functioneren.
- Bij grootschalige winkels is de vloerproductiviteit vaak lager ten opzichte van kleinere winkels: de exploitatielasten nemen niet in dezelfde mate toe als de omvang van de winkel, waardoor grotere winkels vaak een lagere vloerproductiviteit kennen dan gemiddeld.
- Soms wordt de gewogen vloerproductiviteit van een winkelgebied aangehouden. Dat is het geval wanneer een winkelgebied qua branchering zo afwijkt van de landelijke gemiddelde verhoudingen dat de reguliere vloerproductiviteit niet kloppend zou zijn. Dat is bijvoorbeeld op een PDV-locatie het geval waar slechts een beperkt aantal branches gevestigd zijn.
- Soms wordt ook de huidige vloerproductiviteit van een winkelgebied aangehouden. Dan wordt ervan uit gegaan dat er bij de huidige vloerproductiviteit sprake is een evenwichtssituatie is in plaats van sprake van matig functioneren.

### **Toekomstig functioneren (2030): verandering van parameters**

Naast het huidige functioneren wordt vaak ook een berekening van het toekomstig functioneren gemaakt. Dit betekent dat gekeken wordt naar de situatie over circa 10 jaar. De verwachte bevolkingsontwikkeling wordt daarin meegenomen, evenals soms een bijstelling van de bestedingscijfers. Zo is in dit onderzoek de verwachte bevolkingsgroei in Breda tot 2030 meegenomen. En de bestedingen in de niet-dagelijkse sector zijn met 5% naar beneden bijgesteld in 2030, als gevolg van een verwachte toename van online bestedingen.

Daarnaast kunnen ook de koopstromen veranderen. Bijvoorbeeld de afgelopen jaren zijn consumenten voor recreatief winkelen steeds meer gericht geraakt op grotere binnensteden in plaats van middelgrote winkelgebieden. Dat betekent een verandering in koopkrachtbinding en koopkrachttoevoeling. Voorbeelden in Breda zijn de komst van Decathlon, de ontwikkeling van het Dr. Struyckenplein en de komst van Stada Stores, waardoor koopstromen gewijzigd zijn. Ook in de toekomst kunnen koopstromen veranderen doordat ergens bijzonder aanbod wordt toegevoegd. Het nieuwe winkelaanbod kan dan 'zijn eigen markt' creëren. Bijvoorbeeld doordat (nog) meer bezoekers van buiten getrokken worden.

In dit onderzoek is naar de toekomst toe echter steeds uitgegaan van de *huidige koopstromen*, er zijn dus geen bijstellingen in koopstromen gedaan in de berekeningen van de marktruimte naar de toekomst toe. Nieuwe detailhandelsinitiatieven kunnen echter wel leiden tot veranderingen in koopstromen (bijv. grotere aantrekkingskracht van de binnenstad), waardoor er ook weer meer marktruimte is.

### **Kwaliteit boven kwantiteit**

Belangrijk is om steeds te realiseren dat de aangegeven marktruimte het resultaat is van berekeningen die gebaseerd zijn op meerdere aannames. Het gaat immers om toekomstige ontwikkelingen en op voorhand kunnen die nooit exact voorspeld worden. De uitkomsten van de berekeningen mogen daarom nooit als normatief gezien worden, maar als indicatief.

Als ergens is opgenomen dat er 'in principe geen marktruimte is', wil dit zeggen dat dit op basis van de huidige koopstromen niet het geval is. Echter, door een wijziging in koopstromen, het toevoegen van bijzonder aanbod, maar ook door een grotere bevolkingsgroei dan verwacht, kan er dus toch marktruimte voor nieuwe initiatieven zijn. Aan de andere kant kunnen ontwikkelingen op het gebied van bijvoorbeeld e-commerce of andere economische ontwikkelingen of veranderingen in het consumentengedrag marktruimte ook tenietdoen.

In dit verband is het tevens van belang aan te geven dat aan de kwalitatieve aspecten bij winkelontwikkelingen meer waarde gehecht dient te worden dan aan de kwantitatieve distributieve mogelijkheden. In de ruimtelijke ordening dient op basis van ruimtelijk relevante argumenten beoordeeld te worden of het consumentenbelang op langere termijn wordt gediend; het gaat niet om een verslechterde concurrentiepositie voor individuele bedrijven.

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 niet erg te zijn, vooropgesteld dat de effecten op de consumentenverzorging en het woon-, leef- en ondernemersklimaat per saldo positief zijn.

## **1.2 Begrippen**

### **Bestedingspotentieel**

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

### **Bruto vloeroppervlak (BVO)**

De oppervlakte, gemeten op vloerniveau langs de buitenomtrek van de opgaande scheidingsconstructies, die de desbetreffende ruimte of groep van ruimten omhullen. Meten vindt plaats op basis van NEN 2580.

### **Dagelijkse artikelen**

Voedings- en genotmiddelen (vgm) en artikelen op het gebied van persoonlijke verzorging. In de praktijk gaat het hierbij om supermarktaanbod, aanbod in vgm-speciaalzaken, drogisterij- en parfumeriezaken

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

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

### **Koopstromen**

Het totale patroon van detailhandelsbestedingen naar uitsluitend gevestigde winkels. Koopstromen worden doorgaans uitgedrukt in drie verschillende begrippen: koopkrachtbinding, -afvloeiing en -toevloeiing (in percentages). De koopkrachtbinding en -afvloeiing tellen samen op tot 100% en hebben betrekking op het aandeel van het **totale bestedingspotentieel van inwoners** in een gebied. De koopkrachttoevloeiing is het **aandeel van de totale omzet in de detailhandel** in een gebied dat van buiten dat gebied komt. Navolgend zijn de begrippen gedefinieerd.

### **Koopkrachtbinding**

Mate waarin inwoners van een bepaald gebied hun bestedingen verrichten bij winkels die in dat gebied gevestigd zijn, uitgedrukt in het percentage van totale bestedingspotentieel.

### **Koopkrachtafvloeiing**

Mate waarin inwoners van een bepaald gebied hun detailhandelsbestedingen plaatsen bij gevestigde winkels **buiten** dat gebied, uitgedrukt in percentage van totale bestedingspotentieel.

### **Koopkrachttoevloeiing**

Mate waarin inwoners van **buiten** een bepaald gebied detailhandelsbestedingen plaatsen bij winkels die **in** dat gebied gevestigd zijn (aandeel omzet van buiten).

### **Niet-dagelijkse artikelen**

Alle artikelen die niet behoren tot de dagelijkse artikelensector.

### **Vloerproductiviteit**

Gemiddelde omzet in gevestigde winkels per m<sup>2</sup> verkoopvloeroppervlak (wvo).

### **Winkelvloeroppervlak (WVO)**

De voor publiek toegankelijke, zichtbare, overdekte en ommuurde winkelruimte (dus excl. magazijn, kantoor, etalage, e.d.).

### 1.3 Branche-indeling naar sector, branchegroep, branche

BRO hanteert onderstaande Locatus-indeling in de detailhandel naar sectoren, branchegroepen en hoofdbranches.

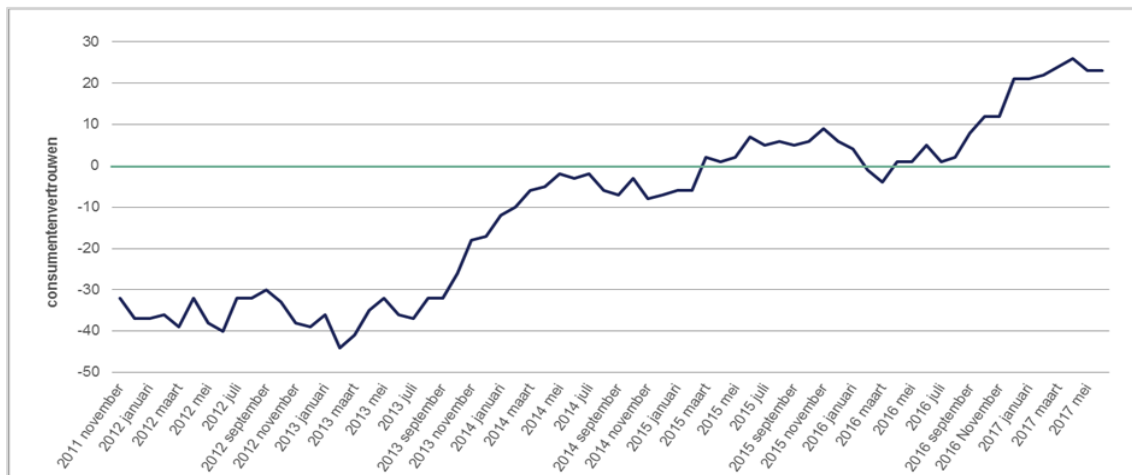
Sector	Branchegroep	hoofdbranche
Dagelijks	Dagelijks	Levensmiddelen Persoonlijke verzorging
<i>Subtotaal dagelijks</i>		
Niet-dagelijks	Mode & luxe	Warenhuis
		Kleding en mode
		Schoenen en lederwaren
		Juwelier en optiek
		Huishoudelijke en luxe
Niet-dagelijks	Vrije tijd	Antiek en kunst
		Sport en spel
		Hobby
Niet-dagelijks	In/om het huis	Media
		Dier en plant
		Bruin- en witgoed
		Fietsen en autoaccessoires
		Doe-het-zelf
Overige detailhandel		Wonen
Overige detailhandel		Overige detailhandel
<i>Subtotaal niet-dagelijks</i>		
<b>Totaal detailhandel</b>		

## BIJLAGE 2: TRENDS EN ONTWIKKELINGEN

### 2.1 Demografische transitie/macro-economie

- Nederland vergrijst. Dit betekent dat het percentage ouderen (65-plussers) groeit in de bevolkingssamenstelling. Volgens het CBS stijgt het aandeel van 17% in 2014 naar 24% in 2025. Deze opkomende doelgroep wenst vooral meer diensten dan producten en is kapitaalkrachtiger.
- De huishoudensamenstelling verandert. Het aantal eenpersoonshuishoudens groeit en het de gemiddelde huishoudensgrootte daalt<sup>24</sup>. Dit houdt in dat het consumentenaantal toeneemt.
- De herkomst van huishoudens verandert. Zo groeit het aandeel huishoudens met een migratieachtergrond en daarmee groeit ook de vraag naar allochtone producten. Hierdoor komen er meer etnische winkels.
- De Nederlandse economie groeit sinds drie jaar weer. De verwachting is dat het economisch herstel zich in 2018 voortzet. Ook het consumentenvertrouwen en de koopbereidheid stijgen sinds 2014.

Figuur 2.1: Consumentenvertrouwen, saldo % positieve en negatieve antwoorden<sup>25</sup>



### 2.2 Consumentengedrag

- De consument is steeds beter geïnformeerd dankzij (mobiel) internet en heeft tegelijkertijd steeds minder tijd. Het resultaat is dat de consument kritisch is bij aankopen en hierbij spelen de thema's offline, online, gemak, snelheid, genieten en beleven een rol.

<sup>24</sup> CBS Statline, Bevolkingssamenstelling, peildatum november 2015.

<sup>25</sup> CBS Statline, peildatum juni 2017.



- De Nederlander koopt steeds meer online. Het aandeel online van de totale detailhandel is anno 2017 circa 23%<sup>26</sup>. De groei van het online kanaal komt voornamelijk door een stijging in de uitgaven in kleding, speelgoed en elektronica. Circa één derde van de totale online bestedingen heeft betrekking op het aankopen van diensten. Het aandeel online in de dagelijkse sector is zeer beperkt, maar neemt wel sterk toe. Momenteel gaat slechts 2,7% van de totale supermarktomszet via online<sup>27</sup>.
- De consument is steeds mobieler en is bereid grotere afstand af te leggen. Hierdoor groeit het referentiekader van consumenten verder. Welke producten wil de consument waar kopen? Keuzes worden gebaseerd op de aanbodkwaliteit, keuzemogelijkheid, prijsstelling, de interne verschijningsvorm (inrichting, uitstraling) en de externe verschijningsvorm (omgevingskwaliteit).
- De consument wil kopen waar en wanneer hij wil en hecht waarde aan de wisselwerking tussen on- en offline, tussen horeca en detailhandel en ook de verruiming van de openingstijden naar avond- en zondag openstellingen.
- Service, persoonlijke aandacht en beleving worden steeds relevanter.
- Het toekomstperspectief en de weerbaarheid per centrum is sterk afhankelijk van het supermarktaanbod en de sociaal-demografische structuur en de bevolkingsdichtheid van het eigen verzorgingsgebied.
- Het aandeel ouderen neemt toe en deze hebben doorgaans relatief veel koopkracht. Bovendien zijn ouderen meer op planmatige winkelcentra dicht bij huis georiënteerd, terwijl jongeren meer kiezen voor de grotere regionaal verzorgende binnensteden.

## 2.3 Bestedingen en omzet

- De detailhandelsomzet is de laatste jaren weer fors toegenomen, met in september 2017 circa 5,6% meer dan dezelfde maand een jaar eerder. Naar verwachting zal de omzet ook de komende jaren blijven toenemen.
- Zoals eerder aangegeven nemen de bestedingen via online sterk toe, maar het grootste gedeelte hiervan komt terecht in de fysieke winkel via multi-channel. Het aandeel pure players (pure internetwinkels) blijft beperkt en is in vergelijking tot fysieke winkels nauwelijks winstgevend.
- De toonbankbestedingen (winkelomzet per hoofd) in Nederland stijgen weer na jaren van krimp<sup>28</sup>. In de dagelijkse sector zijn de bestedingen tussen 2012 en 2016 met bijna 3,4% gestegen. En tussen 2016 en 2017 zijn deze bestedingen ook toegenomen. In de niet-dagelijkse sector was tussen 2012 en 2016 nog sprake van een afname van de bestedingen van circa -8%, maar naar verwachting liggen de bestedingen anno 2017 weer op het niveau van voor de crisis.

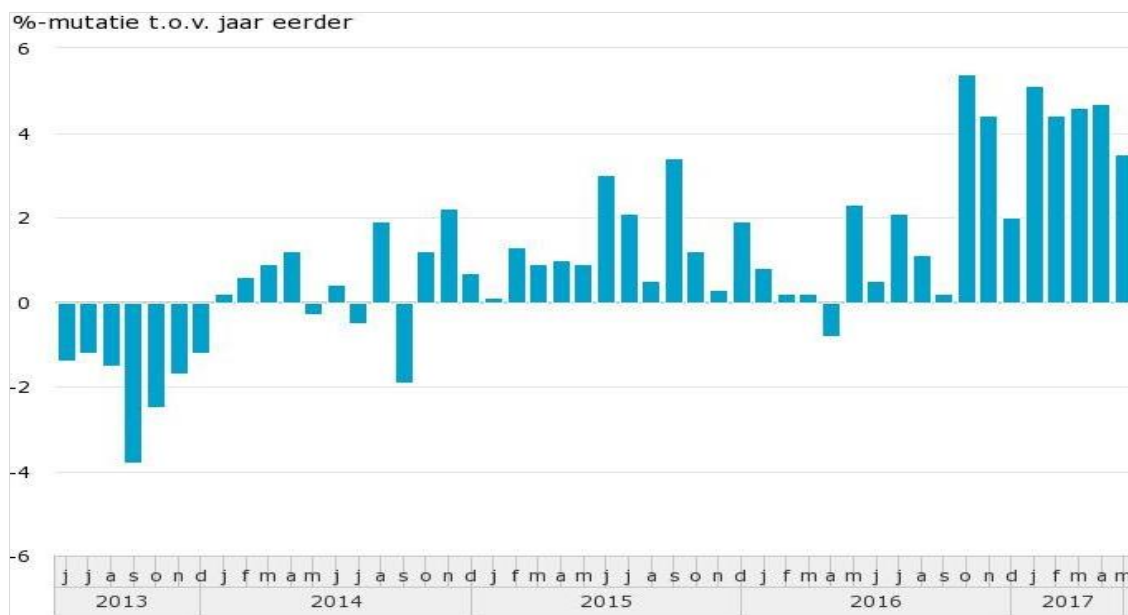
---

<sup>26</sup> Bron: Thuiswinkel Markt Monitor 2017.

<sup>27</sup> Bron: Emerce (2017).

<sup>28</sup> Bron: Detailhandel.info. Omzetkengetallen 2016.

Figuur 2.2: Omzetontwikkeling detailhandel<sup>29</sup>



## 2.4 Supermarkten

- De consument koopt steeds meer levensmiddelen online. Toch is het aandeel online van supermarkten ten opzichte van de totale omzet in de dagelijkse sector nog altijd zeer beperkt (2,7% in Q1 2017)<sup>30</sup>. Uit onderzoek van Supermarkt & Ruimte blijkt dat het aandeel online bij geen enkele supermarkt-artikelgroep boven de 5% uitkomt. Een snelle groei is mogelijk door de opmars van innovatieve concepten als Picnic of Hello Fresh. De groei kan achterblijven omdat online aankopen geen prijsvoordeel oplevert en er geen ruimere keus is.
- Het merendeel van de online-verkoop wordt nog thuisbezorgd, maar verliest wel aandeel aan afhaalpunten. De belangrijkste reden hiervoor is dat de consument zelf bepaalt wanneer hij of zij de boodschappen afhaalt<sup>31</sup>.
- Schaalvergroting van met name supermarkten is relevant. Voor een rendabel functioneren is een steeds groter verkoopvloeroppervlak nodig. Nieuwe, moderne service-supermarkten hebben landelijk gemiddeld veelal een omvang van circa 1.250 - 1.750 m<sup>2</sup> vwo, terwijl ook moderne discount-supermarkten al ca. 1.000-1.500 m<sup>2</sup> vwo omvatten. Wel wordt de maatvoering vaak afgestemd op de omvang van het verzorgingsgebied.
- Supermarkten hebben te maken met een hybride consument. Een supermarkt moet daarom of zo goedkoop mogelijk zijn of een meerwaarde creëren om consumenten te trekken<sup>32</sup>. Daarnaast ontstaan concepten met een hoge toegevoegde waarde. Conceptontwikkeling is essentieel en hierbij

<sup>29</sup> Bron: CBS, omzetontwikkeling detailhandel 2017.

<sup>30</sup> Bron: Emerce Food (2017), Omzetaandeel online supermarkten naar 2,7 procent.

<sup>31</sup> Deloitte (2015), Consumentenonderzoek 2015.

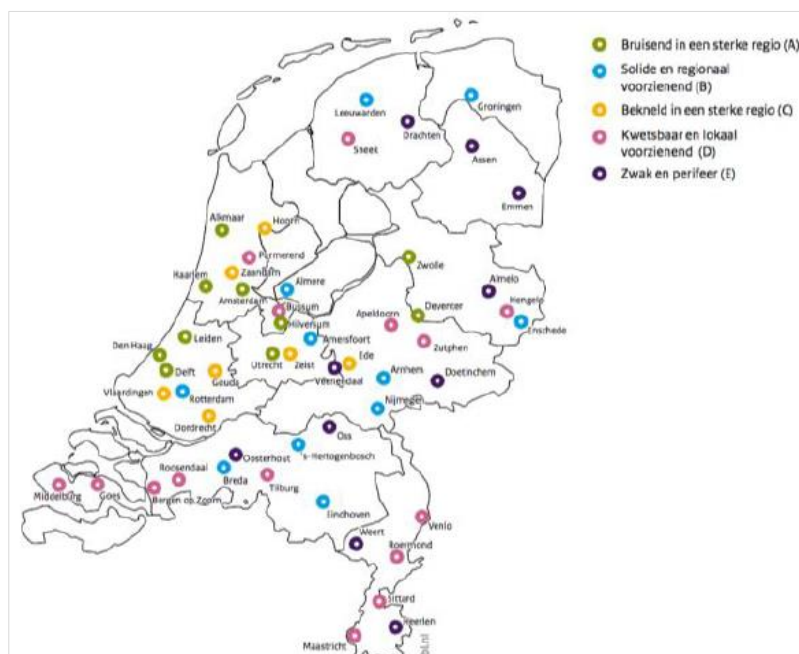
<sup>32</sup> Bron: Levensmiddelenkrant (2016), EFMI: online foodretail in 2025 onder 10 procent.

moet worden ingespeeld op de locatie en de klanten die er komen. Mede door het alsmaar veranderende consumptiegedrag valt de aankoop en de consumptie van levensmiddelen steeds vaker samen. Dit uit zich in zeer uitgebreide versmarkten in grootschalige supermarkten (Jumbo, Albert Heijn) en een toename van gespecialiseerde supermarkten (Marqt en Estafette) en kleinere gemakswinkels (Spar City Stores).

## 2.5 Betekenis voor het detailhandelslandschap

- Er ontstaat een nieuwe evenwichtssituatie door toenemende online verkoop, de voorbije economische crises, de demografische transitie en het gewijzigd consumentengedrag. De verwachting is dat het niet-dagelijkse (recreatief bezochte) winkelaanbod verder zal krimpen in centra van middelgrote steden.
- Het centrum zal verder verkleuren naar een gemengd klimaat waar naast detailhandel, meer ruimte zal zijn voor woningen, horeca, diensten en culturele belevingsconcepten.
- Door 'blurring' zien nieuwe concepten het licht, hierdoor vervagen de grenzen op alle fronten: tussen detailhandel en horeca, tussen food retail en non-food retail en tussen online en offline.
- De diverse trends en ontwikkelingen zorgen voor een versterking van de onderlinge verschillen tussen winkelgebieden die zich in de zoektocht naar onderscheidend vermogen en relevantie steeds nadrukkelijker zullen profileren. Hierbij wordt opgemerkt dat geen enkel winkelgebied in een hokje te plaatsen is, maar dat de toekomstverwachting op hoofdlijnen kan worden geconstateerd (figuur 2.3).

Figuur 2.3: Profielen van grotere centrale winkelgebieden<sup>33</sup>



<sup>33</sup> PBL, 2015

- De noodzaak tot diverse vormen van integrale publiek-private samenwerking om winkelgebieden toekomstbestendig te houden groeit.
- De supermarkten blijven opschalen. Een moderne service-supermarkt heeft tegenwoordig een omvang van minimaal 1.200 m<sup>2</sup> wvo en een discounter respectievelijk 1.000 m<sup>2</sup> wvo.
- Ook in ondersteunende centra worden naast detailhandel steeds vaker horeca (zoals lunchrooms) en diensten (zoals fitness, kappers) ingepast.
- Winkelgebieden zijn van grote waarde voor de mens en vormen een belangrijk onderdeel van onze belevingswereld. Door de toenemende druk en ongelijkheid nemen gemeenten en ook provincies steeds meer de regie om in te zetten op kwaliteitsontwikkeling.
- In de ondersteunende wijk- en buurtcentra zal de boodschappenfunctie en daarmee functionaliteit nog relevanter worden. De consument kiest voor gemak en comfort en dus worden de goed bereikbare boodschappencentra bezocht, met ruime (gratis) parkeermogelijkheden en supermarkten van moderne omvang.

## BIJLAGE 3: VRAAGZIJDE

### 3.1 Samenstelling bevolking

#### Aantal inwoners

De gemeente Breda telt 183.643 inwoners (oktober 2017). Deze inwoners zijn verspreid over 11 wijken, waarvan een aantal (voormalige) dorpskernen. In de wijken Noord, Oost, West en Noordwest wonen de meeste mensen.

Breda zal de komende jaren (tot aan 2030) nog aanzienlijk groeien, zowel in personen (+7,9%) als in aantal huishoudens (+8,6%). Na 2030 zal het aantal personen en huishoudens minder snel stijgen dan de jaren daarvoor. Deze prognose biedt kansen voor extra draagvlak voor voorzieningen. Uit de prognose voor de stadsdelen valt te concluderen dat dorp Teteringen, stadsdeel Noord en het Centrum de komende jaren erg hard zullen groeien. Alleen voor stadsdeel Noordwest is een lichte daling van het aantal inwoners te zien. De regio Breda groeit een stuk langzamer dan de gemeente Breda (+8% tegenover 1%).

Tabel 3.1: Bevolkingsprognose Breda naar personen en huishoudens

Bevolking	2017	2020	2025	2030	Vershil (abs)	Vershil (%)
Personen	182.318	187.100	192.916	196.475	14.157	8%
Huishoudens	86.716	90.676	94.199	97.019	10.303	12%

Tabel 3.2: Bevolkingsprognose Breda naar stadsdelen<sup>34</sup>

Bevolking	2017	2020	2025	2030	Vershil (abs)	Vershil (%)
Breda	182.318	187.100	192.916	196.475	14.157	8%
Centrum	15.066	16.068	16.417	16.702	1.636	11%
Noord	25.433	26.086	28.586	29.617	4.184	16%
Oost	24.063	25.011	25.820	26.136	2.073	9%
Zuid/Zuid-Oost	27.097	27.628	28.383	28.788	1.691	6%
West	31.813	32.657	32.759	33.484	1.671	5%
Noord-West	26.536	26.159	26.156	26.427	-109	0%
Bavel	8.248	8.283	8.301	8.391	143	2%
Prinsenbeek	11.606	12.011	12.157	12.373	767	7%
Teteringen	7.662	8.194	9.371	9.533	1.871	24%
Ulvenhout	4.794	5.003	4.966	5.024	230	5%
Regio Breda <sup>35</sup>	325.005	327.565	329.325	329.425	4.420	1%

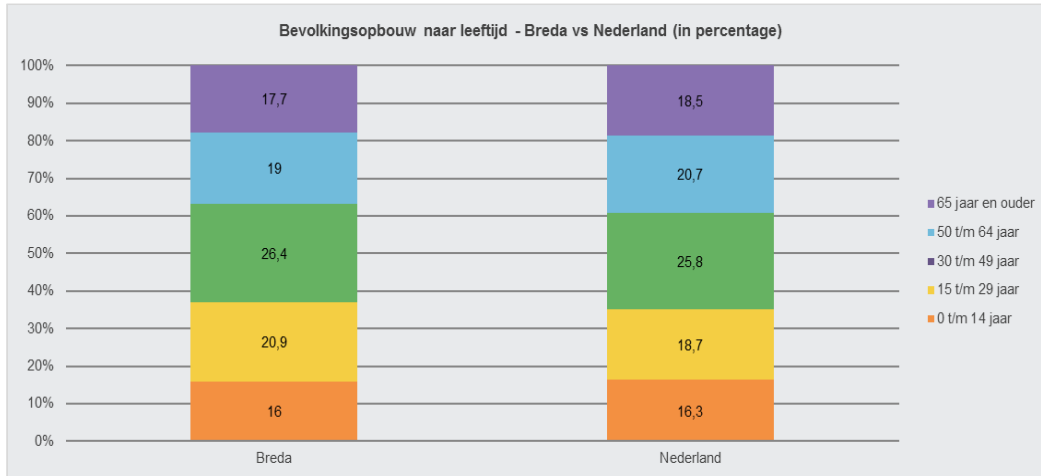
<sup>34</sup> Onderzoek en Inzicht, Gemeente Breda, 2017

<sup>35</sup> Zundert, Etten-Leur, Rucphen, Halderberge, Moerdijk, Drimmelen, Geertruidenberg, Oosterhout, Dongen, Gilze-Rijen en Alphen-Chaam in Nederland, Hoogstraten in België en grensgemeente Baarle-Nassau/Baarle Hertog

## Leeftijd

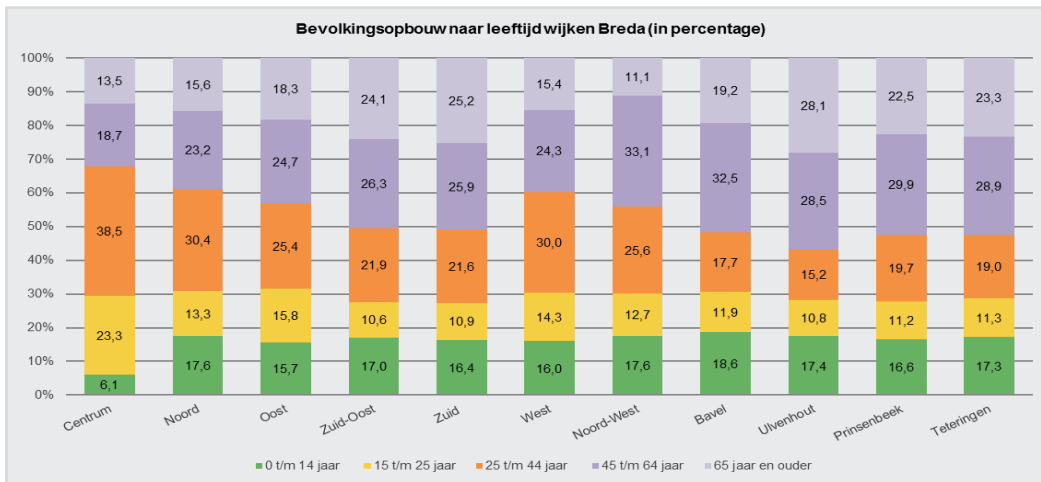
De leeftijdsopbouw van de Bredase bevolking komt op hoofdlijnen overeen met de verdeling op landelijk niveau. In verhouding zijn er iets meer jongere doelgroepen in Breda in vergelijking tot Nederland. Naar de toekomst toe zal de vergrijzing iets minder sterk zijn dan in Nederland.

**Figuur 3.1: Bevolkingsopbouw naar leeftijd in Breda afgezet tegen landelijk gemiddelde**



In het centrum wonen relatief weinig 0-15-jarigen en veel 25-45-jarigen wonen. Dit zijn voornamelijk studenten en starters op de woningmarkt. In de stadsdelen Zuid, Zuid-Oost en Ulvenhout wonen veel ouderen (vergrijzing).

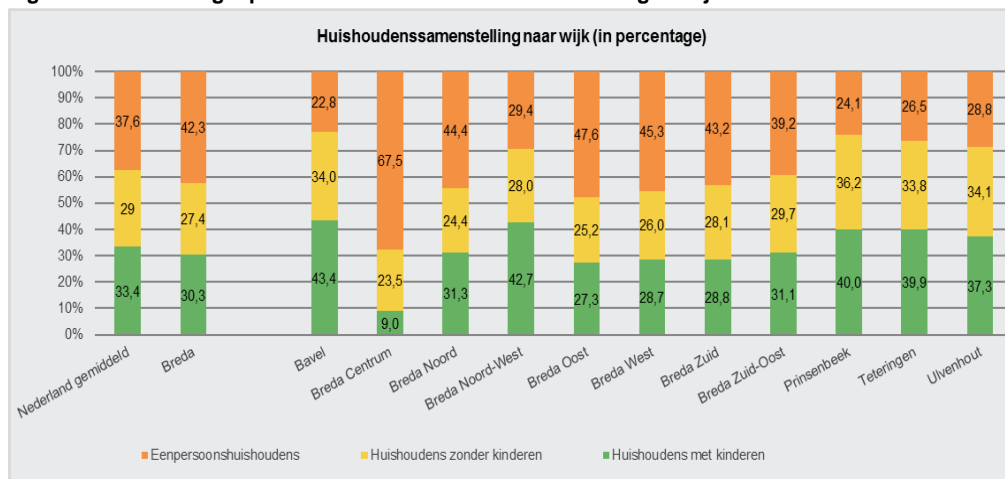
**Figuur 3.2: Bevolkingsopbouw naar leeftijd in wijken en kernen van Breda**



## Huishoudenssamenstelling

Breda kent relatief veel eenpersoonshuishoudens (studenten) en relatief weinig gezinnen met kinderen. Uitgesplitst naar wijk, is te zien dat het centrum de kleinste huishoudens heeft. In de wijken Bavel en Breda Noordwest (Haagse Beemden) wonen naar verhouding de meeste gezinnen met kinderen (groene ruim opgezette buitenwijken).

**Figuur 3.3: Bevolkingsopbouw naar huishoudenssamenstelling in wijken en kernen van Breda**



## Inkomen

Breda is een relatief rijke stad. In beide inkomensvariabelen ligt Breda boven landelijk gemiddeld. In de wijken Breda Zuid, Bavel en Ulvenhout ligt het gemiddelde inkomen veel hoger dan gemiddeld voor de gemeente Breda. Voor de wijken Breda Noord en Breda Centrum ligt het inkomen beduidend lager.

**Tabel 3.3: Gemiddeld inkomen en gemiddeld besteedbaar inkomen inwoners Breda (x 1.000)**

Inkomen	Breda	Nederland	Vershil
Gemiddeld inkomen per inwoner 2015	25,6	24,1	+ 6,2%
Gemiddeld besteedbaar inkomen personen 2012	15,7	15,1	+ 4%

**Tabel 3.4: Gemiddeld inkomen per inwoner in wijken en kernen Breda**

Inkomen	Gemiddeld inkomen (x 1.000)
Breda Centrum	27,5
Breda Noord	19,2
Breda Oost	26,4
Breda Zuid-Oost	29,7
Breda Zuid	32,7
Breda West	22,9
Breda Noordwest	24,6
Bavel	29,1
Ulvenhout	31,3
Prinsenbeek	27,6
Teteringen	28,7
<b>Gemeente Breda</b>	<b>25,6</b>

## BIJLAGE 4: AANBODZIJDE

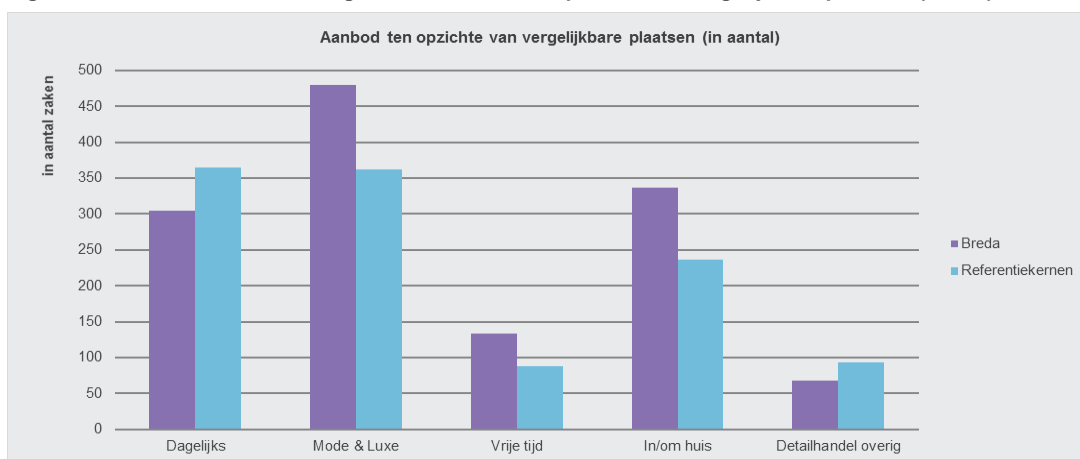
### 4.1 Retailaanbod (gemeenteniveau)

#### 4.1.1 Detailhandel

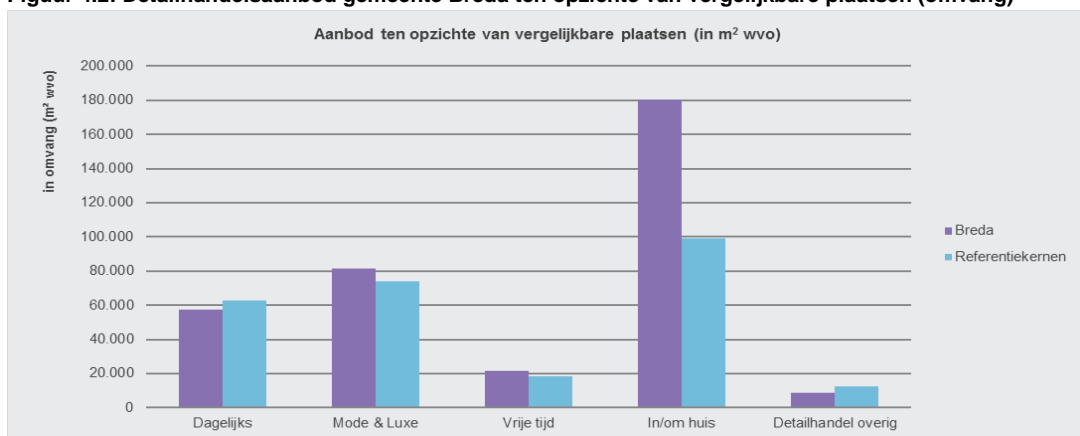
##### Aanbod

Breda heeft relatief veel aanbod aan detailhandel ten opzichte van de referentieplaatsen<sup>36</sup>. Zowel in het aantal zaken als in omvang. Per 1.000 inwoners 2.097 m<sup>2</sup> wvo versus 1.645 m<sup>2</sup> landelijk. Het aantal zaken in mode en luxe en vrije tijd ligt relatief hoog ten opzichte van de referentiecentra (met name binnenstad Breda). Daarnaast is er veel aanbod in de groep in/om huis (met name Woonboulevard, Steenakker en Hornbach).

**Figuur 4.1: Detailhandelsaanbod gemeente Breda ten opzichte van vergelijkbare plaatsen (aantal)**



**Figuur 4.2: Detailhandelsaanbod gemeente Breda ten opzichte van vergelijkbare plaatsen (omvang)**



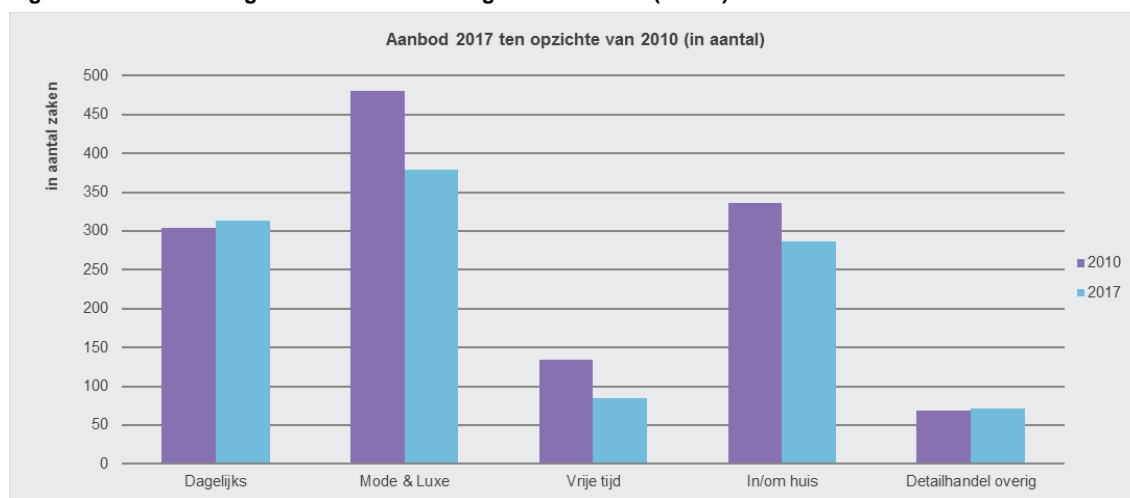
<sup>36</sup> Benchmark Locatus met gemeenten met inwonertal tussen 100.000 en 175.000 inwoners.



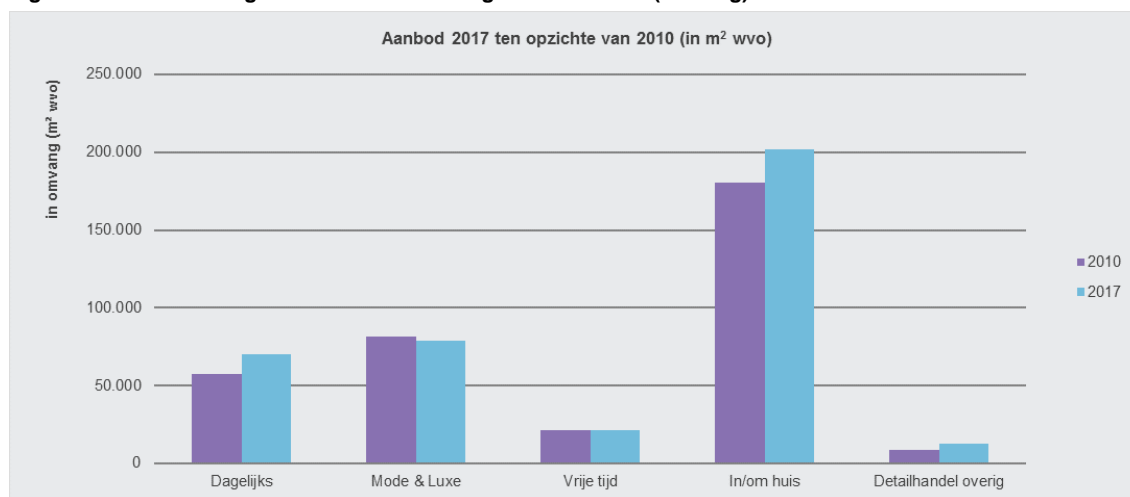
## Aanbodontwikkeling

Het winkelaanbod is in totaliteit ten opzichte van 2010 afgenomen in het aantal verkooppunten. Wel is het winkelvloeroppervlak in deze periode toegenomen, voornamelijk in de dagelijkse artikelsector en de groep in/om huis. Dit valt respectievelijk toe te schrijven aan de schaalvergroting van supermarkten, de komst van de Jumbo foodmarkt, uitbreidingen op de woonboulevard en de komst van Hornbach en Decathlon. In de branches mode & luxe, vrije tijd en in & om huis is het aantal verkooppunten flink afgenomen, maar metrage niet of nauwelijks gedaald of zelfs toegenomen (in & om huis). Op het gebied van mode en luxe is voornamelijk het aantal dames- en kindermodezaken teruggelopen. Ook zijn er in 2017 beduidend minder schoenenwinkels te vinden in Breda. Daarnaast is er een afname te zien in het aantal speelgoedwinkels (in lijn met landelijke beeld). De overige detailhandel is licht toegenomen, mede door de groei van het aantal tweedehandswinkels.

**Figuur 4.3: Ontwikkeling detailhandelsaanbod gemeente Breda (aantal)**



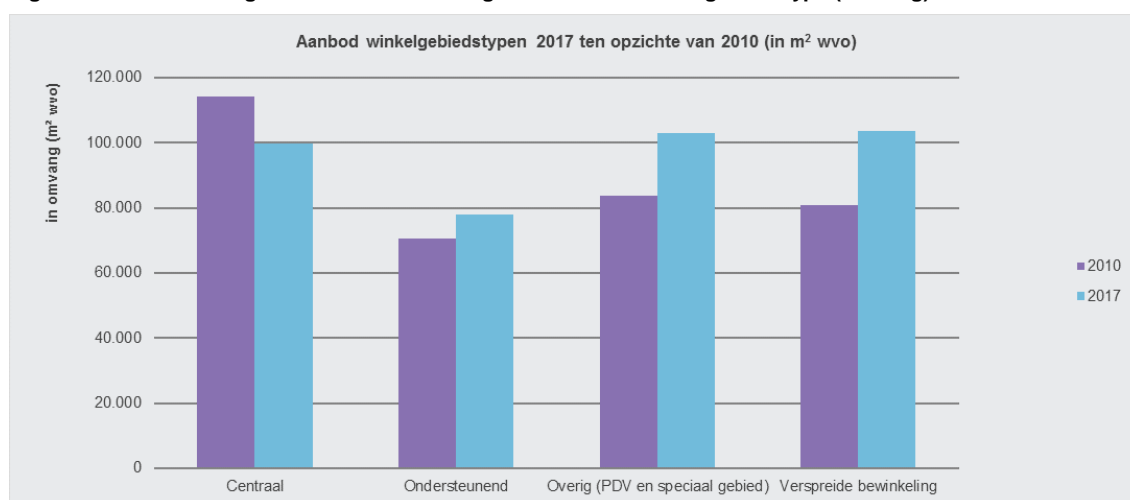
**Figuur 4.4: Ontwikkeling detailhandelsaanbod gemeente Breda (omvang)**



## Aanbodontwikkeling naar winkelgebiedstype

Het winkelaanbod is in alle gebieden toegenomen, behalve in het centrale winkelgebied (binnenstad Breda). Dit is in lijn met het landelijke beeld dat de recreatieve winkelsector een klap heeft gehad in de crisis. De overige bewinkeling<sup>37</sup> is opvallend veel gegroeid. Hieronder valt bijvoorbeeld het station OVTC, waar met de verbouwing een nieuw winkelgebied is toegevoegd (Gravinnen van Nassauboulevard), maar ook Steenakker en Woonboulevard Breda XXL, die beide in omvang zijn toegenomen. De verspreide bewinkeling<sup>38</sup> laat ook een forse toename zien. Met name de sportzaken, tweehandszaken, haarden/kachelverkoop en overige non-foodartikelen zijn in omvang flink gegroeid ten opzichte van 2010.

**Figuur 4.5: Ontwikkeling detailhandelsaanbod gemeente Breda naar gebiedstype (omvang)**



### *Bijzonderheden*

Breda telt vier voormalige (dorps)kernen binnen de gemeente, te weten Bavel, Prinsenbeek, Teteringen en Ulvenhout. De drie eerstgenoemde kernen tellen minder dagelijks en niet-dagelijks aanbod in vergelijking met vergelijkbare kernen. Met name Teteringen heeft een erg beperkt aanbod; het heeft niet eens de helft van wat vergelijkbare plaatsen hebben qua aanbod. Ulvenhout heeft daarentegen een overaanbod in zowel de dagelijkse als niet-dagelijkse sector. Overige bijzonderheden op winkergebiedsniveau zijn te vinden in de factsheets in de bijlage.

### **4.1.2 Leisure en dienstverlening**

#### **Horeca**

Ten opzichte van de benchmark<sup>39</sup> telt Breda relatief weinig restaurants en hotels. In de periode 2010 – 2017 is het aantal horecazaken gestegen van 481 naar 523 zaken (+9%). Met name de fastservice-sector groeide snel, terwijl het aantal drankaanbieders afneemt. Dit zijn beiden ontwikkelingen die zich ook op nationaal niveau voordoen.

<sup>37</sup> Overige bewinkeling houdt alle bewinkeling op PDV-winkellocaties en speciale winkelgebieden in

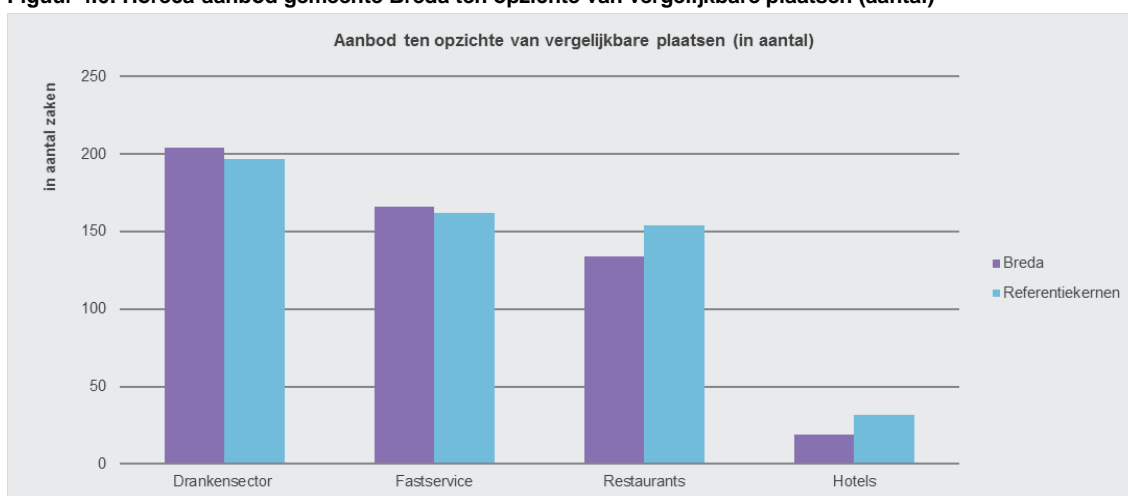
<sup>38</sup> Verspreide bewinkeling houdt alle bewinkeling buiten de gedefinieerde winkelgebieden in Locatus in (winkels op bedrijventerreinen, binnen de bebouwde kom en buiten de bebouwde kom, die niet gerekend worden tot een bepaald winkelgebied)

<sup>39</sup> Benchmark HorecaDNA: weging naar inwonertal Breda in de klasse gemeenten met meer dan 100.000 inwoners

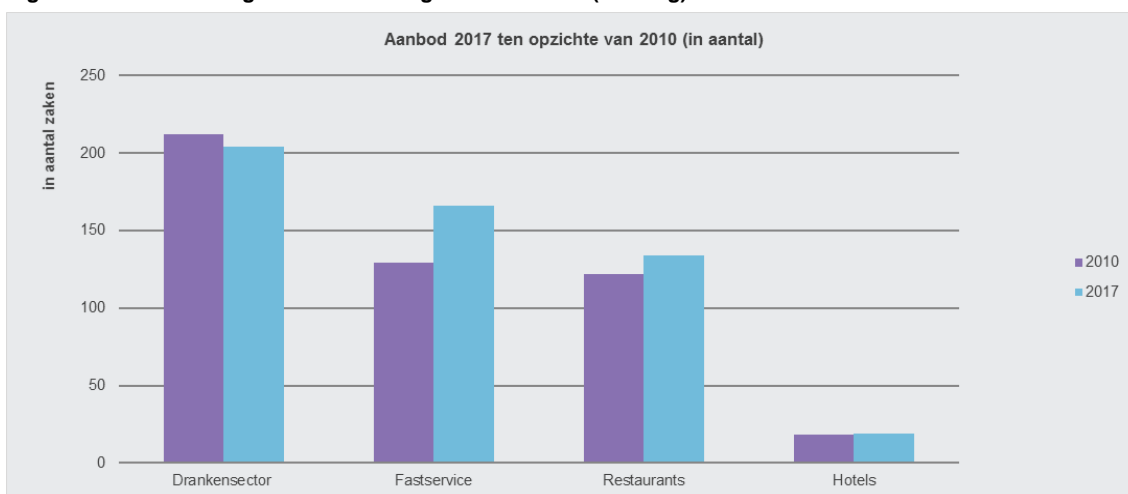
### Leisure en dienstverlening (exclusief horeca)

Breda telt iets minder leisure en dienstverleningsvoorzieningen dan de referentiekernen<sup>40</sup>. Vooral het culturele aanbod blijft achter, in tegenstelling tot de financiële dienstverlening. Het totale aanbod aan leisure en dienstverlening is tussen 2010 en 2017 iets toegenomen, met name door de sterke groei in voorzieningen op het gebied van ontspanning en ambachten, wat in lijn is met het landelijke beeld. Qua ontspanning zijn er vooral veel fitnesszaken en zonnebanken bijgekomen, maar ook een kartbaan, schaatsbaan, drie binnenspeeltuinen en wat escaperooms. Qua ambachten is het aantal kappers, schoonheidsspecialisten, tattoo/piercingshops en kleding- en elektroreparatiezaken toegenomen. Drukwerk, edelsmit en schoenreparatie zijn branches die drastisch zijn afgenomen in deze periode.

**Figuur 4.6: Horeca-aanbod gemeente Breda ten opzichte van vergelijkbare plaatsen (aantal)**

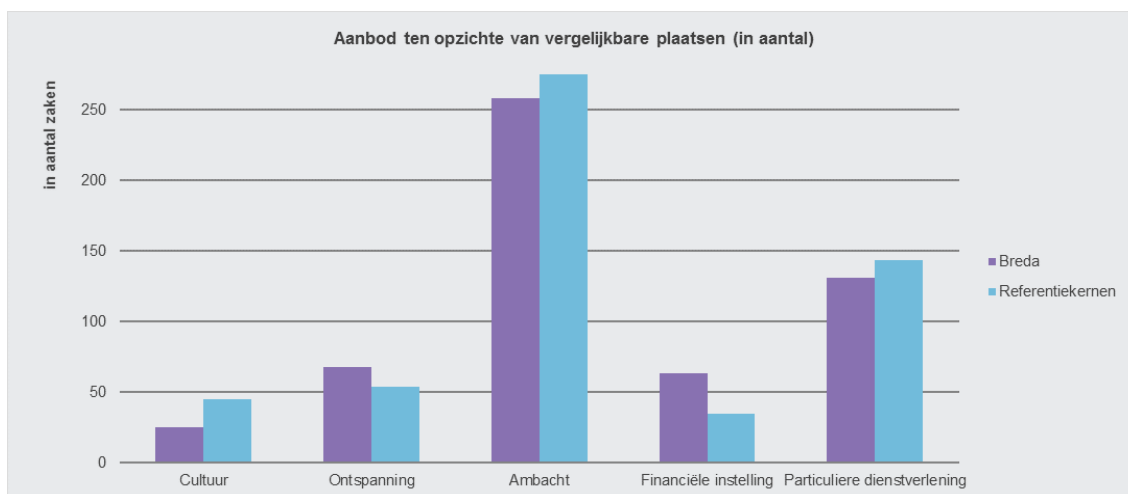


**Figuur 4.7: Ontwikkeling horeca-aanbod gemeente Breda (omvang)**

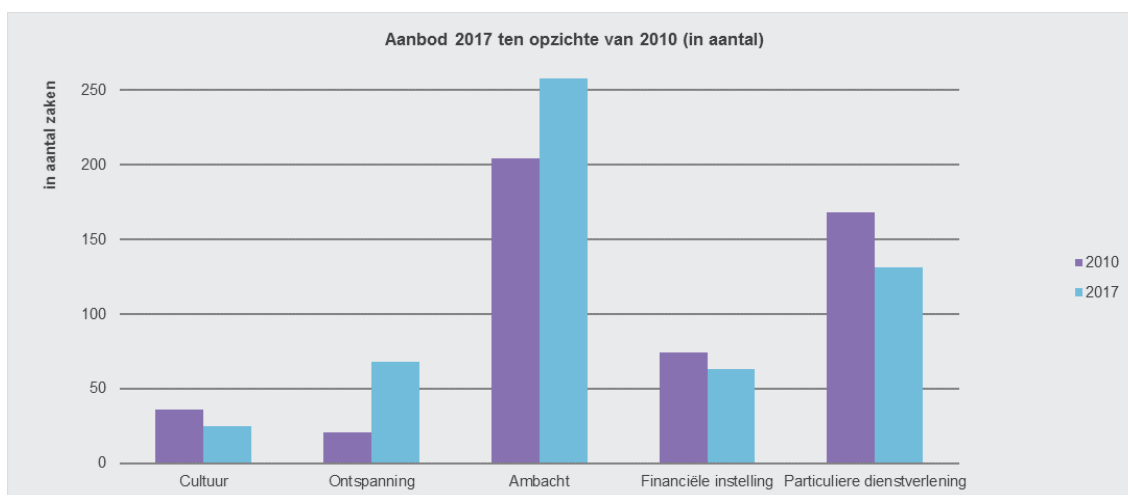


<sup>40</sup> Benchmark Locatus met gemeenten met inwonertal tussen 100.000 en 175.000 inwoners.

**Figuur 4.8: Aanbod leisure en diensten gemeente Breda ten opzichte van vergelijkbare plaatsen (aantal)**



**Figuur 4.9: Ontwikkeling leisure en dienstenaanbod gemeente Breda (aantal)**



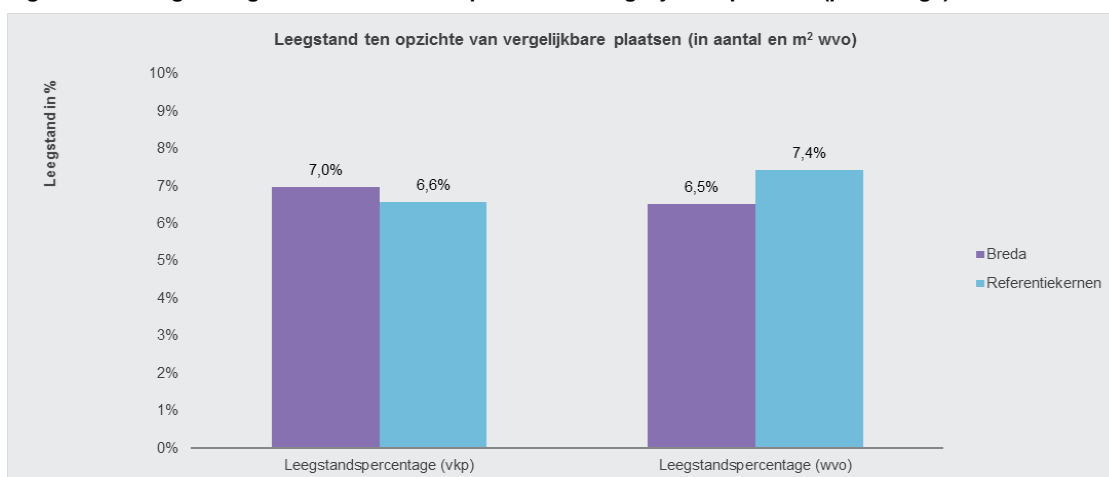
**Bijzonderheden**

Op winkelgebiedsniveau zijn er in het Ginneken, op het station OVTC en de Wilhelminastraat opvallend veel leisurezaken te vinden. Diezelfde Wilhelminastraat scoort – samen met Prinsenbeek en de Haagsemarkt hoog op voorzieningen op het gebied van dienstverlening. Daarnaast scoren drie van de vier voormalige (dorps)kernen matig op het aanbod van horeca. Enkel in Ulvenhout is relatief veel horeca te vinden. Op het gebied van dienstverlening hebben Prinsenbeek en Teteringen een vergelijkbaar aanbod ten opzichte van vergelijkbare kernen. Ulvenhout springt hier weer bovenuit, terwijl Bavel ten opzichte van referentiekernen beneden niveau functioneert op het gebied van dienstverlening.

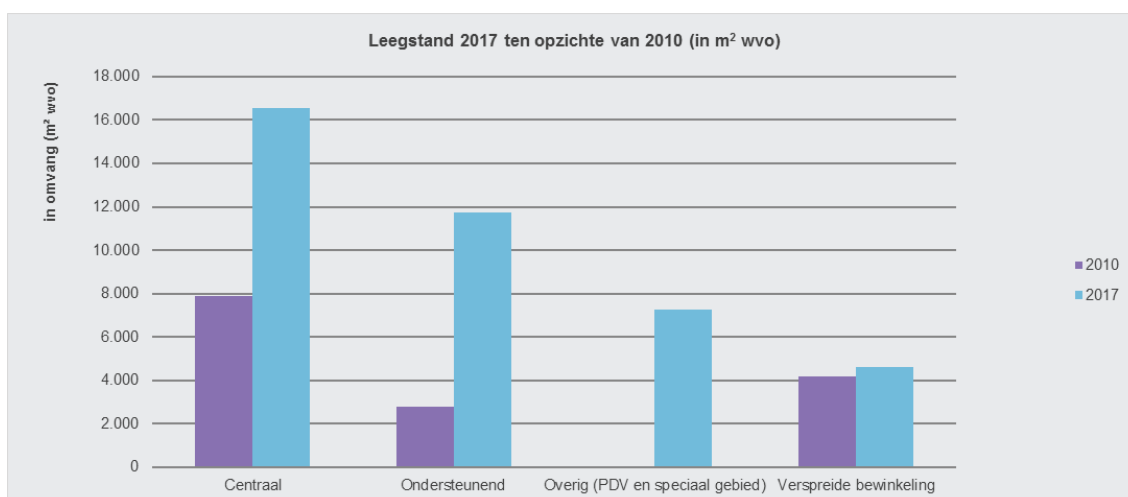
### 4.1.3 Leegstand

De leegstand in Breda bedraagt 40.238 m<sup>2</sup> wvo, verdeeld over 185 panden. Het leegstandspercentage in Breda is op het aantal verkooppunten hoger dan gemiddeld in vergelijking met referentiekernen<sup>41</sup>, terwijl het percentage leegstand op winkelvloeroppervlak juist is lager is dan gemiddeld.

**Figuur 4.10: Leegstand gemeente Breda ten opzichte van vergelijkbare plaatsen (percentage)**



Tussen 2010 en 2017 is de leegstand zowel in verkooppunten als in winkelvloeroppervlak toegenomen in alle winkelgebiedstypen. Het voormalige V&D-pand – waar nu een Hudson's Bay in gevestigd is – wordt in onderstaande grafiek niet tot de leegstand gerekend. De leegstand is vooral toegenomen in de binnenstad (nu ca. 12.000 m<sup>2</sup> / 88 panden, waarvan 9.100 m<sup>2</sup> / 63 panden in het kernwinkelgebied) en in Heksenwiel (ca. 1.350 m<sup>2</sup> / 13 panden). In buurtstrips als Edisonstraat is de leegstand de afgelopen jaren opvallend afgenomen. De leegstand is opgevuld door detailhandel en horeca / dienstverlening.



<sup>41</sup> Benchmark Locatus met gemeenten met inwonertal tussen 100.000 en 175.000 inwoners.

## 4.2 Gemeentelijke detailhandelsstructuur

### 4.2.1 Huidige detailhandelsstructuur

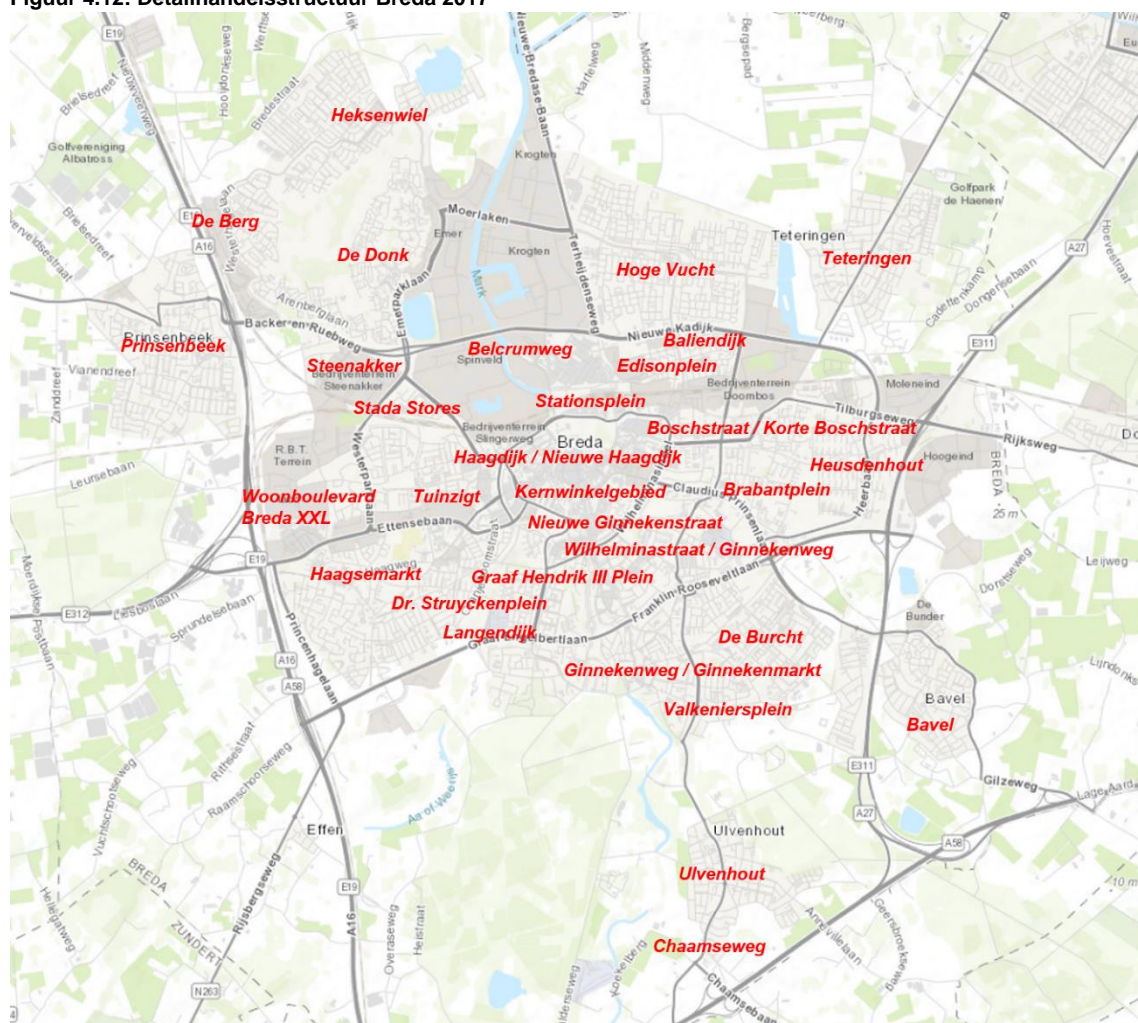
- Breda wordt enerzijds gekenmerkt door haar uitgebreide kernwinkelgebied in de binnenstad. De binnenstad is qua omvang het grootste winkelgebied van Breda met voornamelijk recreatief aanbod en heeft een (boven)regionale aantrekkingskracht. Een ander winkelgebied in Breda van iets kleinere omvang dan het kernwinkelgebied is Woonboulevard Breda XXL. Ook dit winkelgebied heeft een grote (boven)regionale aantrekkingskracht en een uitgebreid doelgericht aanbod in de branche in en om huis.
- In ieder stadsdeel – behalve het centrum – zijn een of meerdere stadsdeel- of wijkwinkelcentra gelegen. Enkel Hoge Vucht in stadsdeel Noord en de Stada Stores (West) hebben een verzorgende functie die stadsdeelloverstijgend is. De rest van de winkelgebieden heeft een functie voor de eigen wijk of het gehele eigen stadsdeel (Brabantplein – Oost, Haagsemarkt – West, Heksenwiel – Noordwest). Stadsdeel Zuid-Oost / Zuid telt zelfs drie wijkverzorgende centra, te weten De Burcht, het Valkeniersplein en het Ginneken.
- Stada Stores naast het NAC stadion is een speciaal winkelgebied. In dit gebied is een Jumbo Foodmarkt gelegen met een omvang van circa 6.000 m<sup>2</sup> vvo. Daarnaast is er nog ongeveer 6.000 m<sup>2</sup> vvo die ingevuld wordt met dagelijkse en huishoudelijke artikelen.
- Naast de Woonboulevard Breda XXL telt Breda nog de grootschalige winkelconcentratie Steenakker met een grote doe-het-zelf zaak en enkele keuken- en badkamerzaken. Ander perifeer aanbod bestaat voornamelijk uit solitair gevestigde winkels, zoals Intratruin en Hornbach in Noord, Gamma en tuincentrum Poppelaars in Noordwest en sportspeciaalzaak Decathlon in Oost, Lampidee in West en GroenRijk in het buitengebied van Prinsenbeek. Al deze zaken zijn van (erg) grote omvang (> 3.000 m<sup>2</sup> vvo) en zijn perifeer gelegen. Het Breepark is in het detailhandelsbeleid opgenomen als perifeer subcentrum, maar huisvest enkel de Decathlon naast een bioscoop en amusementshal.
- De overige winkelgebieden in onderstaande tabel worden gekenmerkt als buurtwinkelcentrum of buurtsteunpunt. Deze gebieden hebben een buurtvoorzienende functie en zijn ondersteunend aan het wijkwinkelcentrum.

Tabel 4.1: Retailstructuur gemeente Breda volgens Locatus en Detailhandelsvisie 2010-2020

Stadsdeel	Winkelgebied	Winkelgebiedstype (volgens Locatus)	Positie detailhandelsstructuur visie (2010-2020)	Winkelaanbod 2017 (in verkooppunten)	Winkelaanbod 2017 (in m <sup>2</sup> vvo)
Centrum	Kernwinkelgebied	Binnenstad	Hoofdwinkelcentrum	440	84.809
	Nieuwe Ginnekenstraat	Binnenstedelijke winkelstraat		20	2.180
	Haagdijk / Nieuwe Haagdijk	Binnenstedelijke winkelstraat		57	6.294
	Boschstraat / Korte Boschstraat	Binnenstedelijke winkelstraat		21	1.539
	Station OVTC	Speciaal winkelgebied		8	860

Stadsdeel	Winkelgebied	Winkelgebiedstype (volgens Locatus)	Positie detailhandels- structuur visie (2010- 2020)	Winkelaanbod 2017 (in ver- kooppunten)	Winkelaanbod 2017 (in m <sup>2</sup> wvo)
<b>Noord</b>	Baliendijk	Buurtwinkelcentrum	Buurtcentrum	6	1.218
	Belcrumweg	Buurtwinkelcentrum	Buurtcentrum	5	2.702
	Edisonplein	Buurtsteunpunt		8	505
	Hoge Vucht	Klein stadsdeelcentrum	Stadsdeelcentrum	42	9.923
<b>Oost</b>	Brabantplein	Wijkwinkelcentrum	Wijkwinkelcentrum	16	2.668
	Heusdenhout	Buurtcentrum	Buurtcentrum	8	2.070
<b>Zuid-Oost / Zuid</b>	Graaf Hendrik III Plein	Buurtsteunpunt	Buurtcentrum	5	783
	Langendijk	Buurtsteunpunt	Buurtcentrum	5	451
	De Burcht	Wijkwinkelcentrum	Wijkwinkelcentrum	23	5.038
	Ginnekenweg / Ginneken- markt	Wijkwinkelcentrum	Specifiek winkelcentrum	22	2.467
	Ginnekenweg / Wilhelmi- nastraat	Binnenstedelijke winkelstraat	Specifiek winkelcentrum	76	11.037
	Valkeniersplein	Wijkwinkelcentrum	Wijkwinkelcentrum	18	4.521
<b>West</b>	Dr. Struyckenplein	Buurtwinkelcentrum	Wijkwinkelcentrum	8	2.958
	Haagsemarkt	Wijkwinkelcentrum bijzonder karakter	Wijkwinkelcentrum	25	4.426
	Stada Stores	Wijkwinkelcentrum	Subcentrum	12	12.278
	Steenakker	Grootschalige concentratie	Subcentrum	16	22.204
	Tuinzigt	Buurtcentrum	Buurtcentrum	9	2.422
	Woonboulevard Breda XXL	Grootschalige concentratie	Subcentrum	46	79.817
<b>Noordwest</b>	De Berg	Supermarktcentrum	Buurtcentrum	4	1.194
	De Donk	Buurtwinkelcentrum	Buurtcentrum	5	1.343
	Heksenwiel	Wijkwinkelcentrum	Wijkwinkelcentrum	24	5.483
	Bavelse Berg/Breepark		Subcentrum		3.360
<b>Bavel</b>	Bavel	Dorpscentrum	Dorpscentrum	12	3.303
<b>Prinsenbeek</b>	Prinsenbeek	Dorpscentrum	Dorpscentrum	35	4.908
<b>Teteringen</b>	Teteringen	Dorpscentrum	Dorpscentrum	7	1.662
<b>Ulvenhout</b>	Chaamseweg	Solitaire supermarktloca- tie		3	1.813
	Ulvenhout	Dorpscentrum	Dorpscentrum	23	3.769

Figuur 4.12: Detailhandelsstructuur Breda 2017



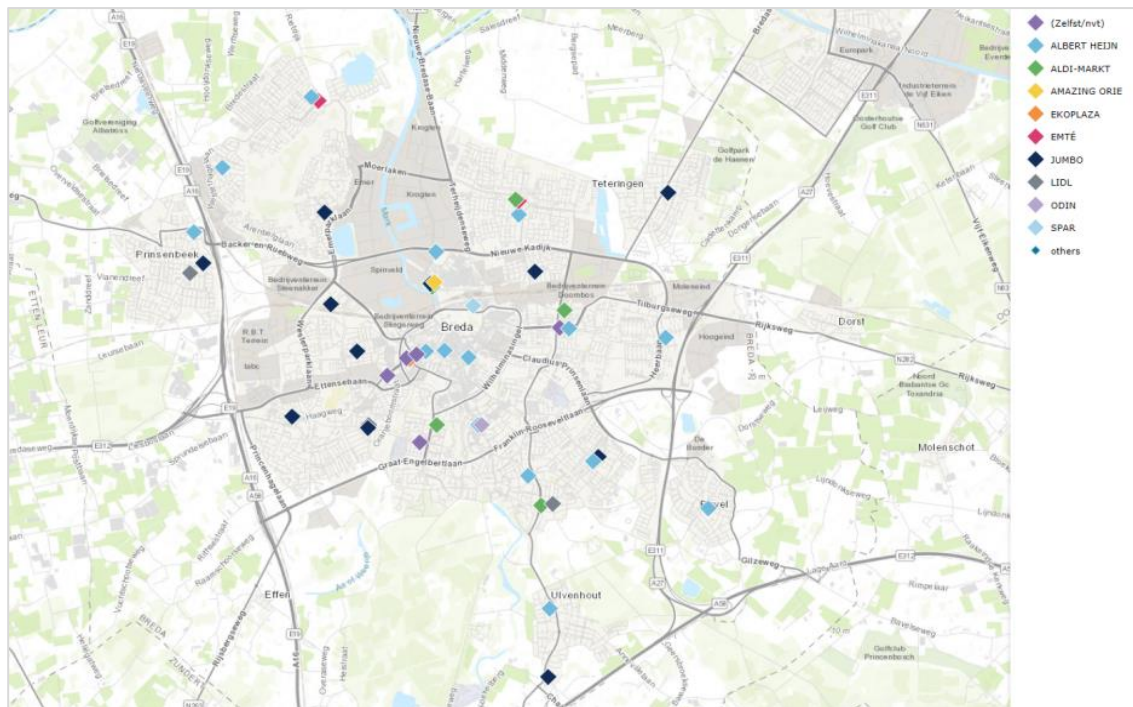
Tabel 4.2: Supermarktaanbod gemeente Breda

Stadsdeel	Winkelgebied	Formule	Adres	wvo
Centrum	Kernwinkelgebied	Albert Heijn	Nieuwstraat 45	821
		Albert Heijn	Oude Vest 5	864
	Aanloopstraat Haagdijk / Nieuwe Haagdijk	Albert Heijn	Haagdijk 108	1.042
		Dunya	Haagdijk 248	196
		EkoPlaza	Nieuwe Haagdijk 7	230
	Station OVTC	Spar City	Willemstraat 13	432
Noord	Baliendijk	Jumbo	Baliendijk 26	305
		Jumbo	Belcrumweg 5	875
	Belcrumweg	ALDI	Belcrumweg 7	1.084
		Amazing Oriental	Belcrumweg 34	759
	Hoge Vucht	ALDI	Brusselstraat 10	593
			944	



Stadsdeel	Winkelgebied	Formule	Adres	wvo
		Albert Heijn	Moerwijk 2	2.106
		EMTE	Moerwijk 23	1.578
		Albert Heijn	Crogt dijk 79	1.334
Oost	Heusdenhout	Albert Heijn	Bisschopshoeve 20	1.306
	Brabantplein	Toko	Brabantplein 1	173
		Albert Heijn	Brabantplein 24	1.131
		ALDI-Markt	Teteringsedijk 130	538
Zuid-Oost / Zuid	De Burcht	Albert Heijn	De Burcht 1	1.162
		Jumbo	De Burcht 20	1.126
	Graaf Hendrik III Plein	Aldi	Graaf Hendrik III Plein 35	422
	Langendijk	Sultan	Langendijk 17	147
	Valkeniersplein	Albert Heijn	Valkeniersplein 2	1.900
	Wilhelminastraat	Albert Heijn	Ginnekenweg 46	1.159
		Odin	Ginnekenweg 65	355
		ALDI	Allerheiligenweg 85	642
		Lidl	Jorisstraat 38	1.050
West		Jumbo	Cypresstraat 21	1.400
	Dr. Struyckenplein	Lidl	Dr. Struyckenplein 6	900
	Tuinzicht	Jumbo	Dr. Struyckenplein 20	1.388
	Princenhage	Albert Heijn	Past Van Spaandonkstraat 48	1.129
		Jumbo	Past Van Spaandonkstraat 60	1.100
	Stada Stores	Jumbo Foodmarkt	Rat Verleghstraat 4	6.000
			Polish Deli	Haagweg 27
Noordwest	De Donk	Jumbo	Donk 4	1.051
	Heksenwiel	Albert Heijn	Heksenwaag 2	1.498
		EMTE	Heksenwaag 37	1.162
	De Berg	Albert Heijn	Kesterenlaan 150	919
Bavel	Centrum	Albert Heijn	Pastoor Doensstraat 4	1.342
Prinsenbeek	Centrum	Lidl	Groenstraat 25	740
	Centrum	Jumbo	Markt 14	1.004
		Albert Heijn	Beeksestraat 55	1.066
Teteringen	Centrum	Jumbo	Scheperij 3	1.183
Ulvenhout	Centrum	Albert Heijn	Dorpstraat 48	1.027
		Jumbo	Chaamseweg 1	1.400

**Figuur 4.13: Supermarktstructuur Breda 2017**



#### 4.2.2 Ontwikkelingen detailhandelsstructuur

De belangrijkste veranderingen in de detailhandelsstructuur ten opzichte van 2010 zijn de realisatie Stada Stores, verdwijnen van de Lunet (volledig leeg), realisatie Dr. Struyckenplein, renovatie/uitbreiding van De Burcht, realisatie Decathlon op Breepark en realisatie Hornbach. Daarnaast is er tussen 2010 en 2017 ruim 10.500 m<sup>2</sup> wvo supermarktmeters bijgekomen. Het betreft deels verplaatsingen, maar het grootste deel zijn nieuwe vestigingen. De grootste toevoeging in winkelvloeroppervlak bedraagt de Jumbo Foodmarkt in Stada Stores (6.000 m<sup>2</sup> wvo). Naast deze uitbreiding van het aanbod zijn er ook een aantal uitbreidingen van supermarktlocaties geweest (2.000 m<sup>2</sup> wvo). Ook zijn de Super de Boer-winkels in deze periode overgegaan naar Jumbo. Qua formules zijn vooral Jumbo en Albert Heijn gevestigd in Breda.

#### 4.2.3 Concurrentiepositie regio

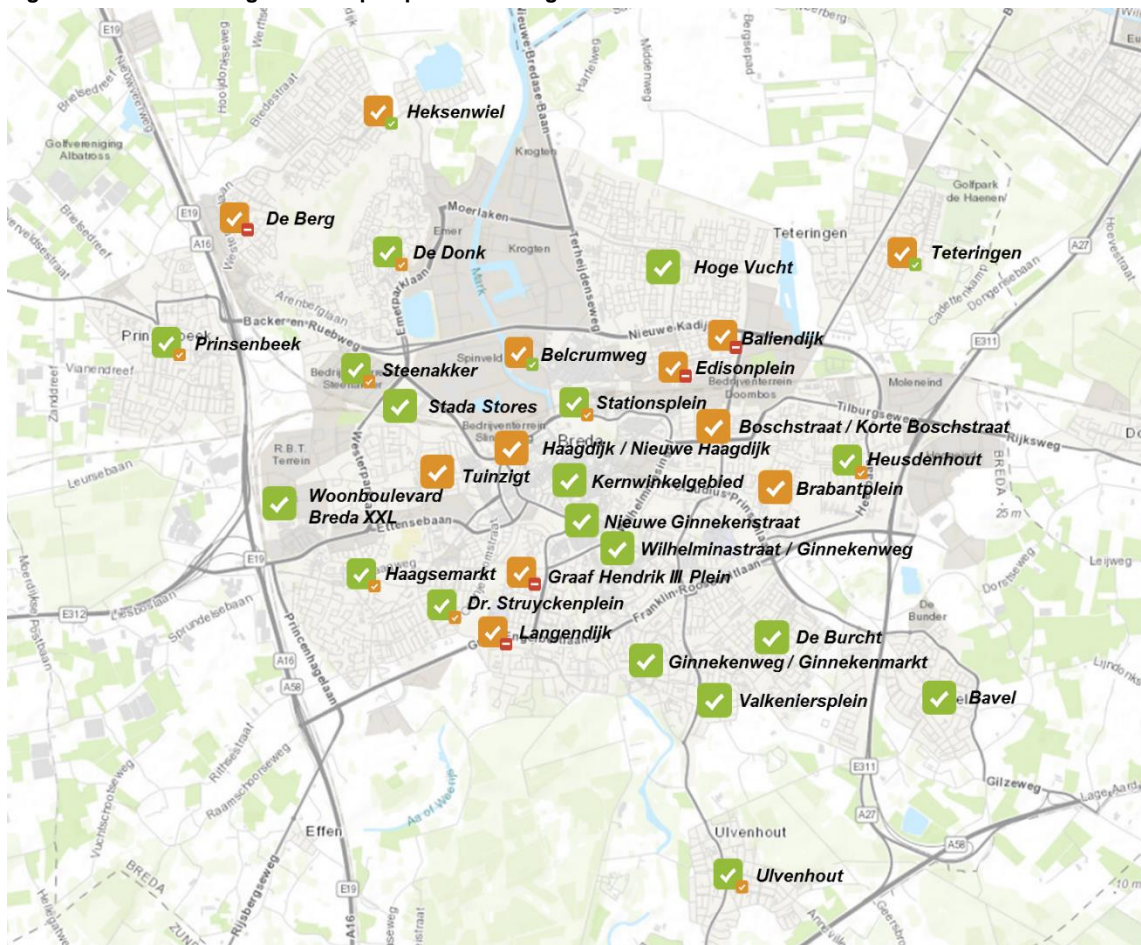
Breda herbergt een groot aantal voorzieningen die niet alleen een functie hebben voor de eigen bevolking, maar ook voor de inwoners van de omliggende regio. Daarnaast heeft de stad een belangrijke toeristisch-recreatieve functie. Op beide gebieden vervult de detailhandel een belangrijke rol. Het recente koopstromenonderzoek bevestigt dit beeld. De koopkrachttoevloeiing vanuit de regio is op dagelijks artikelen 7% en de toevloeiing op niet-dagelijks bedraagt 38%. Voor dagelijkse boodschappen zijn enkel Oosterhout en Etten-Leur in beperkte mate concurrerend in de regio. Voor recreatief winkelen zijn concurrerende winkelgebieden met name Roosendaal (Rosada), Tilburg, Eindhoven, Rotter-

dam, Den Bosch en. Qua winkelaanbod springt Breda er echter flink bovenuit (970 winkels in de binnenstad, 130.500 m<sup>2</sup> wvo), maar ook qua horeca-aanbod. Qua winkelvloeroppervlak hebben Eindhoven en Rotterdam wel meer te bieden en ook op het gebied van leisure. In de binnenstad van Breda staan echter in vergelijking met andere steden ook relatief veel panden leeg. Qua doelgericht winkelen zijn concurrerende winkelgebieden: AaBe Fabriek (Tilburg), Ekkersrijt (Eindhoven/Son) en woonboulevard Waalwijk.

#### **4.2.4 Positie en toekomstperspectief winkelgebieden**

In de bijlage is voor alle Bredase winkelgebied een analyse gemaakt van het aanbod, ontwikkeling daarvan, leegstand en een beoordeling gegeven van naar aspecten als functiemix, spreiding trekkers, uitstraling, ruimtelijk-functionele opzet, bereikbaarheid parkeren en verzorgingsfunctie. De uitkomsten zijn vertaald in een toekomstperspectief per winkelgebied. De conclusies daarvan zijn weergegeven in de volgende kaart en tabel.

Figuur 4.14: Beoordeling toekomstperspectief winkelgebieden Breda 2017



Goed



Goed met aandachtspunten



Onzeker



Onzeker met concrete kansen












Onzeker tot kwetsbaar

Tabel 4.3: Beoordeling toekomstperspectief winkelgebieden Breda 2017

Stadsdeel	Winkelgebied	Winkelgebiedstype	Toekomstperspectief
<b>Centrum</b>	 Kernwinkelgebied	Binnenstad	Toekomstperspectief is in de basis goed door omvangrijk recreatief aanbod en horeca, in sfeervolle, deels historische omgeving. De leegstand is tussen 2014 en 2016 met 20% gedaald en er zijn verschillende concrete plannen voor versterking van aanbod / terugdringen van leegstand.
	 Nieuwe Ginnekenstraat	Binnenstedelijke winkelstraat	Uitloopstraat van kernwinkelgebied, parkeren is gunstig. Aanloopstraat tussen binnenstad en Wilhelminastraat, veel gericht op horeca en diensten. Van belang is dat straat voldoende publieksaanbod houdt om aansluiting tussen binnenstad en Wilhelminastraat te kunnen vervullen.
	 Haagdijk / Nieuwe Haagdijk	Binnenstedelijke winkelstraat	Perspectief van deze straat is goed als aanloopstraat en gemengd gebied naar het centrum. Parkeren is een aandachtspunt (met name voor dagelijkse winkels). Ook leegstand en kwaliteit van het vastgoed.
	 Boschstraat / Korte Boschstraat	Binnenstedelijke winkelstraat	Boschstraat is een gemengd aanloopgebied naar de binnenstad, maar heeft beperkt perspectief als puur winkelgebied. Locatie ligt ook wat verder van het kernwinkelgebied.
	 Station OVTC	Speciaal winkelgebied	Dit nieuwe winkelgebied heeft voornamelijk een functie voor de treinreiziger. Door een toename van inwoners en reizigers op het station neemt het draagvlak van voorzieningen hier verder toe, waardoor het toekomstperspectief goed is. Aandachtspunt is de leegstand aan de buitenzijde. Bedreiging is de ligging buiten de route van de doelgroep, waardoor er weinig passanten zijn.
<b>Noord</b>	 Baliendijk	Buurtwinkelcentrum	Toekomstperspectief is matig. Upgrading van supermarkt naar modernere omvang en verbetering uitstraling is gewenst.
	 Belcrumweg	Buurtwinkelcentrum	Ondanks huidige opzet en uitstraling omgeving is het toekomstperspectief redelijk goed. Dit gezien aanwezigheid complementaire supermarkten, voorziene opwaardering en geplande woningbouw in omgeving.
	 Edisonplein	Buurtsteunpunt	In 2010 gerekend tot verspreide bewinkeling, niet als winkelgebied opgenomen in de detailhandelsvisie. Toekomstperspectief is kwetsbaar, afhankelijk van trekkracht / kwaliteit individuele ondernemers i.v.m. ontbreken supermarkt.
	 Hoge Vucht	Klein stadsdeelcentrum	Toekomstperspectief is goed. Toekomstplannen voor het centrum zijn gewenst (interne upgrade en faciliteren huurders door uitbreiding) is gewenst om perspectief gunstig te houden. Moderniseren en handhaven positie binnen detailhandelsstructuur (klein stadsdeelcentrum).

Tabel 4.3 (vervolg): Weerbaarheidsanalyse winkelgebieden Breda

Stadsdeel	Winkelgebied	Winkelgebiedstype	Toekomstperspectief
<b>Oost</b>	 Brabantplein	Wijkwinkelcentrum	Om het perspectief als wijkcentrum goede te houden, is het wenselijk een tweede supermarkt toe te voegen aan in combinatie met een oplossing voor het parkeren. Tot nu toe is dit een (te) complexe opgave gebleken. De huidige 'standstil' situatie maakt dat het perspectief naar de toekomst niet zal toenemen.
	 Heusdenhout	Buurtcentrum	Perspectief is redelijk goed, er is een redelijk compleet dagelijks aanbod en een grote supermarkt, waardoor dit winkelgebied volstaat als ondersteunend buurtwinkelcentrum. Onderhoud aan openbare ruimte en panden is gewenst.
<b>Zuid-Oost / Zuid</b>	 Graaf Hendrik III Plein	Buurtsteunpunt	Perspectief is matig, gezien kleinschaligheid van Aldi. Verwachting is dat deze op termijn zal willen vergroten of verplaatsen.
	 Langendijk	Buurtsteunpunt	Toekomstperspectief is kwetsbaar, afhankelijk van trekkracht / kwaliteit individuele ondernemers i.v.m. ontbreken supermarkt. Mogelijk dat de ontwikkeling van het Amphia-terrein kansen biedt voor concentratie i.c.m. aanbod Graaf Hendrik III plein.
	 De Burcht	Wijkwinkelcentrum	Toekomstperspectief is goed, mede door modernisering en uitbreiding.
	 Ginnekenweg / Ginnekenmarkt	Wijkwinkelcentrum	Ginneken is een heel specifiek winkelgebied en een bijzonder element in de detailhandelsstructuur. Het biedt vooral veel horeca in een sfeervolle omgeving, waardoor het medebepalend is voor de uitstraling van Breda. Het toekomstperspectief als recreatief-verblijfsgebied (grote horeca-component) is goed.
	 Ginnekenweg / Wilhelminastraat	Binnenstedelijke winkelstraat	De Wilhelminastraat is een specifieke winkelstraat gericht op het hogere segment en hiermee een bijzonder element in de detailhandelsstructuur. Het heeft een luxueus aanbod aan mode en woonzaken, waardoor deze straat medebepalend is voor de uitstraling van Breda. Het toekomstperspectief is goed.
	 Valkeniersplein	Wijkwinkelcentrum	Perspectief is goed als klein ondersteunend wijkcentrum. Er is een compleet dagelijks aanbod aanwezig en wat overige niet-dagelijkse artikelenzaken. Aandachtspunt zijn de parkeermogelijkheden.
<b>West</b>	 Dr. Struyckenplein	Buurtwinkelcentrum	Toekomstperspectief is redelijk goed, door aanwezigheid twee complementaire supermarkten. Parkeren is een aandachtspunt.

Tabel 4.3 (vervolg): Weerbaarheidsanalyse winkelgebieden Breda

Stadsdeel	Winkelgebied	Winkelgebiedstype	Toekomstperspectief
<b>West</b>			
	Haagsemarkt	Wijkwinkelcentrum bijzonder karakter	Perspectief is redelijk goed, gezien aanwezige complete aanbod en aanvullende onderscheidende aanbod en uitstraling. Parkeren is een aandachtspunt. Verdere verschuiving van profiel naar recreatief verblijfsgebied is positief, mits voldoende ruimte voor het dagelijkse winkelaanbod / parkeren.
	Stada Stores		Toekomstperspectief is redelijk goed. Dit winkelcentrum heeft een ruim aanbod op dagelijks en efficiënt-recreatief i.c.m. goede bereikbaarheid en parkeren. Wellicht kan meer sfeer toegevoegd worden om het gebied aantrekkelijker te maken.
	Steenakker	Grootschalige concentratie	Perspectief is redelijk goed, vanwege het aanwezige ruime aanbod aan PDV-zaken. Alles is goed bereikbaar en de openbare ruimte is net, verzorgd en ruim opgezet. Wel hebben kleinschalige PDV-locaties als Steenakker een beperkte aantrekkingskracht, wat een bedreiging kan zijn voor dit winkelgebied.
	Tuinzicht	Buurtcentrum	Hoewel Tuinzicht voor een buurtcentrum voldoet qua opzet en aanbod is het toekomstperspectief onzeker. Het toevoegen van een tweede supermarkt (discounter) zou het perspectief kunnen verstevigen, echter ruimtelijk gezien is dit lastig.
	Woonboulevard Breda XXL	Grootschalige concentratie	Deze PDV-locatie is breed gericht op grootschalig aanbod in de branche 'in en om huis' en is een van de grootste woonboulevards van Nederland. Het functioneren is ruim boven gemiddeld en de regionale aantrekkingskracht is de afgelopen jaren flink gestegen. Het oude gedeelte kan op het gebied van uitstraling wel een upgrade gebruiken.
<b>Noordwest</b>			
	De Berg	Supermarktcentrum	Dagelijkse verzorgingsfunctie leunt op supermarkt. Daarbij is het een reële mogelijkheid dat de Albert Heijn hier op termijn zijn deuren sluit. Indien geen herinvulling van supermarkt plaatsvindt, dan verdere verkleuring naar fastfood/dienstenstrip', niet langer als winkelgebied. Toekomstperspectief is (zeer) kwetsbaar.
	De Donk	Buurtwinkelcentrum	Uitstraling / onderhoud en op peil houden aanbod is een aandachtspunt. Toekomstperspectief is redelijk.
	Heksenwiel	Wijkwinkelcentrum	Het toekomstperspectief van het winkelgebied is redelijk tot goed, echter onder voorwaarde van versterking van het supermarktaanbod (beoogde vergroting Albert Heijn en mogelijke verandering Emté als gevolg van ontwikkelingen binnen de formule) en de geplande ingrepen in parkeren en openbare ruimte.

Tabel 4.3 (vervolg): Weerbaarheidsanalyse winkelgebieden Breda

Stadsdeel	✓	Winkelgebied	Winkelgebiedstype	Toekomstperspectief
Bavel	✓	Bavel	Dorpscentrum	Toekomstperspectief is redelijk goed, zeker na gerealiseerde modernisering en schaalvergroting van enkele winkels. Aanwezigheid Bastiaansen maakt positie sterk.
Prinsenbeek	✓	Prinsenbeek	Dorpscentrum	Toekomstperspectief is redelijk. Optimalisatie / concentratie van supermarkten en parkeerfaciliteiten is gewenst, evenals verdere concentratie van het winkelaanbod (voor zover de ruimtelijke mogelijkheden hiervoor aanwezig zijn).
Teteringen	✓	Teteringen	Dorpscentrum	Zonder herontwikkeling Scheperij is perspectief van dorpscentrum als winkelomgeving zeer matig. Jumbo functioneert als solitaire supermarkt, overig aanbod is verspreid.
Ulvenhout	✓	Chaamseweg	Solitaire supermarktlocatie	Perspectief als solitaire supermarktlocatie is goed (omvangrijke Jumbo).
	✓	Ulvenhout	Dorpscentrum	Toekomstperspectief is redelijk goed, omvangrijke mode- en horeca-aanbod maakt gebied onderscheidend. Het beperkte dagelijks aanbod (incl. kleine supermarkt) is een aandachtspunt. Verdere concentratie van het winkelaanbod is voor zover mogelijk gewenst.



### 4.3 Plannen, initiatieven en ontwikkelingen

Er spelen de volgende relevante andere planinitiatieven in en om de gemeente Breda. De volgende criteria zijn onderscheiden om een plan als hard of zacht te typeren:

	Privaatrechtelijk	Planologisch
Hard	<ul style="list-style-type: none"> <li>(principe)besluit B&amp;W</li> <li>Getekende overeenkomst</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Ontwerp bestemmingsplan</li> <li>Vastgesteld bestemmingsplan</li> <li>Onherroepelijk bestemmingsplan</li> </ul>
Zacht	<ul style="list-style-type: none"> <li>Geen afspraak (slechts informatie)</li> <li>Mondelinge afspraak</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Idee of voorstel</li> </ul>

#### Plannen en initiatieven detailhandel Breda

Tabel 4.4: Plannen en initiatieven detailhandel Breda (peildatum: december 2017)

Winkelgebied/wijk	Aantal m <sup>2</sup> programma	Omschrijving	Planstatus
Binnenstad (Karnemelkstraat)	Coöp: 573 m <sup>2</sup> w.v. 100 m <sup>2</sup> horeca	Vestiging Coöp in pand Big Bazar (Karnemelkstraat), openingsdatum onbekend.	Zacht
Binnenstad (Gasthuyspoort)	330 m <sup>2</sup> horeca	Wordt momenteel gebouwd.	Hard
Binnenstad (Ginnekenstraat)		Vestiging Spar City Store in de Ginnekenstraat is medio november 2017 geopend.	Hard
Binnenstad (Houtmarktpassage)		Bestaand winkelgebied wordt getransformeerd naar open winkelstraat. Bestemmingsplan-technisch worden geen detailhandelsmeters toegevoegd, wel feitelijke uitbreiding winkelvloeroppervlak. Verbouwing september 2018, opening eerste helft 2019	Hard
Binnenstad (pand Breejaart, Veemarktstraat)	ca. 800 m <sup>2</sup> bvo detailhandel + woningen	Pand wordt omgebouwd van 4 verdiepingen winkels naar 2 verdiepingen winkels (BG en kelder), in totaal ca. 800 m <sup>2</sup> bvo. Twee modezaken zullen zich hier vestigen. Verbouwing april 2018, opening ca. medio 2018. Overige meters (ca. 800 m <sup>2</sup> bvo) worden woningen. Aan de zijde van de St. Janstraat is horeca (daghoreca en restaurant) gepland.	Hard
Binnenstad (Eindstraat)		Winkelketen The Sting introduceert in het oude Bredase Zara-pand aan de Eindstraat haar nieuwe keten Distrikt Nørrebro. De vierde winkel in Nederland opent volgens het bedrijf aan het einde van juni 2018 de deuren.	
Binnenstad (hoek Ginnekenstraat – Bleekstraat)	4.000 m <sup>2</sup>	Er zijn plannen om in de Ginnekenstraat in Breda een nieuwe megastore te bouwen. Met 4.000 vierkante	

Winkelgebied/wijk	Aantal m <sup>2</sup> programma	Omschrijving	Planstatus
		meter wordt het één van de grootste winkels in de binnenstad. Het is nog niet bekend welke zaak er in het pand komt.	
Binnenstad (Reigerstraat)	1.600 m <sup>2</sup> horeca	Voormalige Casino-bioscoop (1.600 m <sup>2</sup> bvo) wordt getransformeerd naar horeca (restaurant en café). Bestemmingsplanwijziging nodig.	
Hoge Vucht	1.500 – 4.000 m <sup>2</sup> detailhandel uitbreiding	Planvorming nu gaande. Wens toevoeging Action en vergroting van enkele formules (o.a. Scapino, Kruidvat, Hema) plus interne upgrade winkelcentrum.	Zacht
Heksenwiel	uitbreiding Albert Heijn met 500 m <sup>2</sup> naar ca. 2.100 m <sup>2</sup> wvo	Uitbreiding Albert Heijn, bedoeling is start bouw begin 2018 (ovk nog niet getekend). Verder zal kwaliteitsslag gerealiseerd worden in openbaar gebied (gemeente betaalt mee). In passage wordt doorgang naar parkeerterrein bij sportvelden gemaakt. Verder plan om detailhandel te concentreren in de passage, horeca op het ronde plein en aan de buitenkanten dienstverlening / werkplekken / diverse bedrijvigheid.	Zacht
Lidl Sint Jorisstraat		Lidl wenst winkel uit te breiden (plan uit 2015). Gemeente bepaalde dat uitbreiding enkel binnen bestaande panden toegestaan was.	
Belcrumweg (Havenkwartier)		Huidige buurtwinkelvoorziening (Aldi, Jumbo, pompstation) behouden en opwaarderen met kleinere winkels. Er is ruimte voor nieuwe en bijzondere formules die bijdragen aan een nieuwe identiteit.	
Omgeving station		Terug verhuizing van Albert Heijn aan Crogtwijk	
Scheperij (Teteringen)	Uitbreiding ca. 1.200 m <sup>2</sup>	Plannen herontwikkeling Scheperij met uitbreiding Jumbo en toevoeging Aldi	Zacht
Teteringen	Uitbreiding ca. 650 m <sup>2</sup>	Vergroting van schoenenwinkel Snoeren net buiten kern Teteringen.	Hard
Breepark	Uitbreiding Decathlon	Bestemmingsplanmatig is een uitbreiding tot 11.500 m <sup>2</sup> bvo aan sportdetailhandel mogelijk	Hard
Woonboulevard	IKEA 3.000 m <sup>2</sup> uitbreiding	Verdeeld over twee etages. Bovendien wordt het restaurant fors groter. Van 350 zitplaatsen nu, naar bijna 600. Opening eind november 2017.	Hard
Woonboulevard	6.000-7.000 m <sup>2</sup> bvo	Transformatie voormalig tuincentrum 6.000-7.000 m <sup>2</sup> bvo (fase 1) en mogelijke verdere uitbreiding in fase 2),	Zacht
Stada Stores / NAC stadion P5	10.000 m <sup>2</sup> sportdetailhandel	Combinatie van grootschalige sportzaak met enkele speciaalzaken (o.a. golf, tennis, hockey, etc.). Focus is het midden- en hoogsegment.	

## Plannen en initiatieven detailhandel regio Breda

In de concurrerende winkelgebieden in de regio zijn volop plannen ter versterking. Met name de ontwikkelingen in de Tilburgse binnenstad kunnen van invloed zijn op de aantrekkingskracht van Breda. De centrumontwikkeling in Gilze zou ervoor kunnen zorgen dat de koopkrachttoevloeiing vanuit Gilze en Rijen naar Breda minder wordt. De nieuwbouw van een vestiging van Van Cranenbroek (15.000 m<sup>2</sup> wvo) kan ook een invloed hebben op het bezoek naar Breda. Deze vestiging in Dongen wordt verdubbeld in omvang.

Tabel 4.5: Plannen en initiatieven detailhandel regio Breda

Winkelgebied/wijk	Aantal m <sup>2</sup> programma	Omschrijving	Planstatus
Alphen-Chaam (Chaam)	1.950 m <sup>2</sup> supermarkt 250 m <sup>2</sup> commercieel	(Her)inrichting van het centrum van Chaam (De Eekelaar), winkels, appartementen en parkeerruimte realiseren.	Hard
Dongen	Van Cranenbroek: 15.000 m <sup>2</sup>	Van Cranenbroek bouwt nieuw op industrieterrein Tichelrijt 3, waar nu een afhaalmagazijn zit. De huidige winkel wordt een afhaalmagazijn. Winkel verdubbelt in omvang.	Hard
Eindhoven Ekkersrijt	17.000 m <sup>2</sup> wvo	Gemeente Son en Breugel verleende een vergunning om 17.000 m <sup>2</sup> aan de woonboulevard toe te voegen. Raad van State gaat onderzoeken of dit volgens de regels mag.	Zacht
Geertruidenberg	Plus: tot 1.200 m <sup>2</sup> uitbreiden	Plus-supermarkt krijgt door nieuwbouwplannen voor verpleeghuis De Riethorst de kans om het winkeloppervlak zo goed als te verdubbelen	Zacht
Gilze en Rijen (Gilze)	1.700 m <sup>2</sup> supermarkt 1.050 m <sup>2</sup> dagwinkels 1.250 m <sup>2</sup> maatschappelijke functies	Het bestemmingsplan Centrumplan Gilze-Centrumdeel maakt een nieuwe centrumontwikkeling mogelijk voor het gebied tussen de Nieuwstraat, Heuvelstraat en Lange Wagenstraat.	Hard
Roosendaal (Rosada)	7.200 m <sup>2</sup> uitbreiding	De nieuwe eigenaar van Rosada Fashion Outlet wil na de verbouwing en uitbreiding in 2016 nogmaals 7.200 m <sup>2</sup> wvo toevoegen aan het outletcentre.	Zacht
Rotterdam Hoogstraat	900 m <sup>2</sup>	Vestiging Topshop komt naar Nederland en vestigt zich naast de Hudson's Bay	
Rotterdam Jungerhanspand		Het Jungerhanspand wordt gesloopt om plaats te maken voor een woontoren een Primark-filiaal	
Tilburg Primark	5.250 m <sup>2</sup>	Het gloednieuwe Primark-pand in Tilburg is eind 2017 opgeleverd en Primark wil medio 2018 open. In de kelder, maar ook op de begane grond en eerste verdieping kan het publiek volgend jaar terecht (1.750 m <sup>2</sup> per verdieping)	Hard
Tilburg Decathlon Vreedeplein	2.400 m <sup>2</sup>	Begin november opende de Decathlon haar deuren in het voormalige Achmea Health Center	Hard

Winkelgebied/wijk	Aantal m <sup>2</sup> programma	Omschrijving	Planstatus
Tilburg Hudson's Bay		Hudson's Bay is eind september in het voormalige V&D-pand getrokken.	Hard
Tilburg AaBe Fabriek	27.000 m <sup>2</sup>	Winkelcentrum AaBe Fabriek opende september 2017 officieel haar deuren van het hele complex.	Hard
Tilburg Jumbo Foodmarkt	4.400 m <sup>2</sup> voor winkel 1.700 m <sup>2</sup> in plint	Eind oktober werd het startsein gegeven voor de bouw van de megasupermarkt.	Hard

### Woningbouwinitiatieven Breda

Naast detailhandelsontwikkelingen vinden er ook woningbouwinitiatieven plaats in Breda en de omgeving. In Breda zelf zijn circa 1.600 woningen gepland, waarvan het overgrote deel (circa 1.000 woningen) in het Havenkwartier (Belcrum) gepland staat. Daarnaast wordt hard gebouwd aan 5Tracks: een nieuwbouwcomplex met 150 appartementen, gemixte functies en een hotel in de binnenstad/Belcrum. Ook in Breda Noord wordt een gedeelte van deze initiatieven uitgevoerd (300 woningen). Een andere relevante gebiedsontwikkeling is Gasthuisvelden, op het terrein van de voormalige Seelig-kazerne.

In de regio zijn vooral de bouw van circa 1.500 woningen in Oosterhout van belang om in de gaten te houden. Hier zal wellicht naar de toekomst toe een grotere koopkrachtbinding voorzien kunnen worden vanuit Oosterhout naar Breda.

**Tabel 4.6: Woningbouwinitiatieven Breda > 50 woningen**

Winkelgebied/wijk	Aantal m <sup>2</sup> programma	Omschrijving
Breda (binnenstad)	150 appartementen 14.000 m <sup>2</sup> kantoren	5Tracks (tussen station OVTC en nieuwe gerechtsgebouw), eerste gebouw wordt een hotel, de twee andere krijgen gemixte functies.
Breda (binnenstad)	63 woningen	Gasthuyspoort
Breda Zuidoost (Ginneken)	60 woningen	Huize de Werve
Breda Zuidoost (Boeimeer)	270 woningen	Ontwikkeling voormalig Amphibia-terrein
Breda Noord (Doornboslinie)	300 woningen	Drie Hoefijzers   Fase II
Havenkwartier (Belcrum)	1.000 woningen	

## BIJLAGE 5: HUIDIG EN TOEKOMSTIG FUNCTIONEREN

Tabel 5.1: Huidig- en toekomstig functioneren dagelijkse en niet-dagelijkse artikelensector gemeente Breda

	Dagelijks aanbod		Niet-dagelijks aanbod	
	2017	2030	2017	2030
Aantal inwoners	182.318	196.477	182.318	196.477
Bestedingen per hoofd (in €)	2.606	2.606	2.431	2.309
Bestedingspotentieel (in mln. €)	475,1	512,0	443,2	453,8
Koopkrachtbinding	96%	96%	89%	89%
Totaal gebonden bestedingen (in mln. €)	456,1	491,5	394,5	403,8
Koopkrachttoevoeiing	7%	7%	39%	39%
Totale bestedingen uit toevoeiing (in mln. €)	34,3	34,7	252,2	258,2
Totale omzet (in mln. €)	490,4	526,3	646,7	662,0
Omvang huidig wvo totaal (in m <sup>2</sup> wvo)	68.213	68.213	307.077	307.077
<b>Omzet per m<sup>2</sup> wvo o.b.v. huidig aanbod (in mln. €)</b>	<b>7.200</b>	<b>7.725</b>	<b>2.125</b>	<b>2.175</b>
<b>Normatieve omzet per m<sup>2</sup> wvo (in €)</b>	<b>8.108</b>	<b>8.108</b>	<b>2.018</b>	<b>2.018</b>
<b>Uitbreidingsruimte</b>	<b>geen</b>	<b>geen</b>	<b>13.500</b>	<b>21.000</b>

Tabel 5.2: Huidig functioneren uitgesplitst naar branches

	Levens- middelen	Persoon- lijk	Kleding, mode, schoe- nen	Media	Sport en kampe- ren	Huishou- delijke artikelen	Bruin- en witgoed	Doe-het- zelfarti- kelen	Woning- in- richting	Tuincen- tra	Rijwielen
Aantal inwoners	182.304	182.304	182.304	182.304	182.304	182.304	182.304	182.304	182.304	182.304	182.304
Bestedingen per hoofd (in €)	2.360	246	978	118	81	79	230	208	323	73	78
Bestedingspotentieel (in mln. €)	430,2	44,8	178,3	21,5	14,8	14,4	41,9	37,9	58,9	13,3	14,2
Koopkrachtbinding	96,1%	95,8%	82,2%	95,2%	89,3%	96,0%	93,3%	97,5%	83,6%	90,0%	92,1%
Totaal gebonden bestedingen (in mln. €)	413,6	43,0	146,5	20,5	13,2	13,8	39,1	37,0	49,2	12,0	13,1
Koopkrachttoevoeiing	6,4%	9,5%	44,0%	20,0%	52%	23,6%	43,4%	18,2%	56,0%	21,9%	12,4%
Totale bestedingen uit toevoeiing (in mln. €)	28,3	4,5	115,1	5,1	14,3	4,3	30,0	8,2	62,6	3,3	1,8
Totale omzet (in mln. €)	441,9	47,5	261,7	25,6	27,5	18,1	69,2	45,2	111,8	15,3	15,0
Omvang huidig wvo totaal (in m <sup>2</sup> wvo)	60.028	8.185	78.381	7.608	16.276	12.622	9.936	42.031	93.024	33.921	7.950
<b>Omzet per m<sup>2</sup> wvo o.b.v. huidig aanbod (in mln. €)</b>	<b>7.375</b>	<b>5.825</b>	<b>3.350</b>	<b>3.375</b>	<b>1.700</b>	<b>1.450</b>	<b>6.975</b>	<b>1.100</b>	<b>1.225</b>	<b>475</b>	<b>1.900</b>
<b>Normatieve omzet per m<sup>2</sup> wvo (in €)</b>	<b>8.311</b>	<b>6.570</b>	<b>3.100</b>	<b>2.759</b>	<b>1.742</b>	<b>1.219</b>	<b>5.045</b>	<b>1.575</b>	<b>1.335</b>	<b>737</b>	<b>2.606</b>
<b>Uitbreidingsruimte</b>	<b>geen</b>	<b>geen</b>	<b>6.000</b>	<b>1.650</b>	<b>geen</b>	<b>2.200</b>	<b>3.750</b>	<b>geen</b>	<b>geen</b>	<b>geen</b>	<b>geen</b>

Tabel 5.3: Huidig functioneren dagelijkse artikelensector naar stadsdelen

	Centrum	Noord	Oost	Zuidoost / Zuid	West	Noord- west	Bavel	Prinsen- beek	Teterin- gen	Ulven- hout
Aantal inwoners	15.066	25.433	24.063	27.097	31.813	26.536	8.248	11.606	7.662	4.794
Bestedingen per hoofd (in €)	2.606	2.606	2.606	2.606	2.606	2.606	2.606	2.606	2.606	2.606
Bestedingspotentieel (in mln. €)	39,3	66,3	62,7	70,6	82,9	69,2	21,5	30,2	20,0	12,5
Koopkrachtbinding	40%	76%	38%	76%	69%	68%	51%	75%	48%	72%
Totaal gebonden bestedingen (in mln. €)	15,7	50,4	23,8	53,7	57,2	47,0	11,0	22,7	9,6	9,0
Koopkrachttoevoeiing	68%	31%	31%	49%	41%	6%	17%	20%	18%	56%
Totale bestedingen uit toevloeiing (in mln. €)	33,4	22,6	10,7	51,6	39,8	3,0	2,2	5,7	2,1	11,4
Totale omzet (in mln. €)	49,1	73,0	34,5	105,2	97,0	50,0	13,2	28,4	11,7	20,4
Omvang huidig wvo totaal (in m <sup>2</sup> wvo)	9.312	11.450	4.836	12.338	14.097	6.030	1.885	3.807	1.408	3.050
<b>Omzet per m<sup>2</sup> wvo o.b.v. huidig aanbod (in mln. €)</b>	<b>5.275</b>	<b>6.400</b>	<b>7.150</b>	<b>8.550</b>	<b>6.900</b>	<b>8.300</b>	<b>7.025</b>	<b>7.450</b>	<b>8.325</b>	<b>6.725</b>
<b>Normatieve omzet per m<sup>2</sup> wvo (in €)</b>	<b>6.750</b>	<b>8.108</b>	<b>8.108</b>	<b>8.108</b>	<b>8.108</b>	<b>8.108</b>	<b>8.108</b>	<b>8.108</b>	<b>8.108</b>	<b>8.108</b>
<b>Uitbreidingsruimte</b>	<b>geen</b>	<b>geen</b>	<b>geen</b>	<b>650</b>	<b>geen</b>	<b>150</b>	<b>geen</b>	<b>geen</b>	<b>50</b>	<b>geen</b>



Tabel 5.4: Toekomstig functioneren dagelijkse artikelensector naar stadsdelen 2030

	Centrum	Noord	Oost	Zuidoost / Zuid	West	Noord- west	Bavel	Prinsen- beek	Teterin- gen	Ulven- hout
Aantal inwoners	16.702	29.619	26.136	28.788	33.484	26.427	8.391	12.373	9.533	5.024
Bestedingen per hoofd (in €)	2.606	2.606	2.606	2.606	2.606	2.606	2.606	2.606	2.606	2.606
Bestedingspotentieel (in mln. €)	43,5	77,2	68,1	75,0	87,3	68,9	21,9	32,2	24,8	13,1
Koopkrachtbinding	40%	76%	38%	76%	69%	68%	51%	75%	48%	72%
Totaal gebonden bestedingen (in mln. €)	17,4	58,7	25,9	57,0	60,2	46,8	11,2	24,2	11,9	9,4
Koopkrachttoevoeiing	67%	31%	31%	49%	41%	6%	17%	20%	18%	56%
Totale bestedingen uit toevoeiing (in mln. €)	35,3	26,4	11,6	54,8	41,8	3,0	2,3	6,0	2,6	12,0
Totale omzet (in mln. €)	52,8	85,0	37,5	111,8	102,0	49,8	13,4	30,2	14,5	21,4
Omvang huidig wvo totaal (in m <sup>2</sup> wvo)	9.312	11.450	4.836	12.338	14.097	6.030	1.885	3.807	1.408	3.050
<b>Omzet per m<sup>2</sup> wvo o.b.v. huidig aanbod (in mln. €)</b>	<b>5.675</b>	<b>7.450</b>	<b>7.775</b>	<b>9.075</b>	<b>7.250</b>	<b>8.275</b>	<b>7.150</b>	<b>7.950</b>	<b>10.350</b>	<b>7.025</b>
<b>Normatieve omzet per m<sup>2</sup> wvo (in €)</b>	<b>6.750</b>	<b>8.108</b>	<b>8.108</b>	<b>8.108</b>	<b>8.108</b>	<b>8.108</b>	<b>8.108</b>	<b>8.108</b>	<b>8.108</b>	<b>8.108</b>
<b>Uitbreidingsruimte</b>	<b>geen</b>	<b>geen</b>	<b>geen</b>	<b>1.450</b>	<b>geen</b>	<b>100</b>	<b>geen</b>	<b>geen</b>	<b>400</b>	<b>geen</b>





Tabel 5.5: Huidig functioneren niet-dagelijkse artikelensector naar stadsdelen

	Centrum	Noord	Oost	Zuidoost / Zuid	West	Noord- west	Bavel	Prinsen- beek	Teterin- gen	Ulven- hout
Aantal inwoners	15.066	25.433	24.063	27.097	31.813	26.536	8.248	11.606	7.662	4.794
Bestedingen per hoofd (in €)	2.431	2.431	2.431	2.431	2.431	2.431	2.431	2.431	2.431	2.431
Bestedingspotentieel (in mln. €)	36,6	61,8	58,5	65,9	77,3	64,5	20,1	28,2	18,6	11,7
Koopkrachtbinding	47%	22%	5%	12%	34%	10%	18%	21%	8%	17%
Totaal gebonden bestedingen (in mln. €)	17,2	13,6	2,9	7,9	26,3	6,5	3,6	5,9	1,5	2,0
Koopkrachttoevoeiing	94%	76%	80%	52%	88%	65%	48%	42%	51%	64%
Totale bestedingen uit toevloeiing (in mln. €)	269,7	43,1	11,7	8,6	192,8	12,0	3,3	4,3	1,6	3,5
Totale omzet (in mln. €)	286,9	56,7	14,6	16,5	219,1	18,4	6,9	10,2	3,0	5,5
Omvang huidig wvo totaal (in m <sup>2</sup> wvo)	76.545	40.298	12.562	18.261	114.027	17.539	4.924	8.383	1.911	4.487
<b>Omzet per m<sup>2</sup> wvo o.b.v. huidig aanbod (in mln. €)</b>	<b>3.750</b>	<b>1.425</b>	<b>1.175</b>	<b>925</b>	<b>1.925</b>	<b>1.075</b>	<b>1.425</b>	<b>1.225</b>	<b>1.600</b>	<b>1.250</b>
<b>Normatieve omzet per m<sup>2</sup> wvo (in €)</b>	<b>3.450</b>	<b>2.018</b>	<b>2.018</b>	<b>2.018</b>	<b>2.018</b>	<b>2.018</b>	<b>2.018</b>	<b>2.018</b>	<b>2.018</b>	<b>2.018</b>
<b>Uitbreidingsruimte</b>	<b>6.600</b>	<b>geen</b>	<b>geen</b>	<b>geen</b>	<b>geen</b>	<b>geen</b>	<b>geen</b>	<b>geen</b>	<b>geen</b>	<b>geen</b>



Tabel 5.6: Toekomstig functioneren niet-dagelijkse artikelensector naar stadsdelen 2030

	Centrum	Noord	Oost	Zuidoost / Zuid	West	Noord- west	Bavel	Prinsen- beek	Teterin- gen	Ulven- hout
Aantal inwoners	16.702	29.619	26.136	28.788	33.484	26.427	8.391	12.373	9.533	5.024
Bestedingen per hoofd (in €)	2.309	2.309	2.309	2.309	2.309	2.309	2.309	2.309	2.309	2.309
Bestedingspotentieel (in mln. €)	38,6	68,4	60,4	66,5	77,3	61,0	19,4	28,6	22,0	11,6
Koopkrachtbinding	47%	22%	5%	12%	34%	10%	18%	21%	8%	17%
Totaal gebonden bestedingen (in mln. €)	18,1	15,0	3,0	8,0	26,3	6,1	3,5	6,0	1,8	2,0
Koopkrachttoevloeiing	94%	76%	80%	52%	88%	65%	48%	42%	51%	64%
Totale bestedingen uit toevloeiing (in mln. €)	284,0	47,7	12,1	8,6	192,8	11,3	3,2	4,3	1,8	3,5
Totale omzet (in mln. €)	302,2	62,7	15,1	16,6	219,1	17,4	6,7	10,3	3,6	5,5
Omvang huidig wvo totaal (in m <sup>2</sup> wvo)	76.545	40.298	12.562	18.261	114.027	17.539	4.924	8.383	1.911	4.487
<b>Omzet per m<sup>2</sup> wvo o.b.v. huidig aanbod (in mln. €)</b>	<b>3.950</b>	<b>1.575</b>	<b>1.225</b>	<b>925</b>	<b>1.925</b>	<b>1.000</b>	<b>1.375</b>	<b>1.250</b>	<b>1.900</b>	<b>1.225</b>
<b>Normatieve omzet per m<sup>2</sup> wvo (in €)</b>	<b>3.450</b>	<b>2.018</b>	<b>2.018</b>	<b>2.018</b>	<b>2.018</b>	<b>2.018</b>	<b>2.018</b>	<b>2.018</b>	<b>2.018</b>	<b>2.018</b>
<b>Uitbreidingsruimte</b>	<b>11.000</b>	<b>geen</b>	<b>geen</b>	<b>geen</b>	<b>geen</b>	<b>geen</b>	<b>geen</b>	<b>geen</b>	<b>geen</b>	<b>geen</b>



**Tabel 5.7: Huidig functioneren dagelijkse artikelensector naar belangrijkste winkelgebieden**

	Kernwinkelgebied	Hoge Vucht	De Burcht	Heksenwiel	Stada Stores
Aantal inwoners	182.304	182.304	182.304	182.304	182.304
Bestedingen per hoofd (in €)	2.606	2.606	2.606	2.606	2.606
Bestedingspotentieel (in mln. €)	475,1	475,1	475,1	475,1	475,1
Koopkrachtbinding	6,8%	11,5%	6,5%	7,4%	6,0%
Totaal gebonden bestedingen (in mln. €)	32,3	54,6	30,9	35,2	28,5
Koopkrachttoevoeiing	23,0%	6,0%	3,0%		12,0%
Totale bestedingen uit toevoeiing (in mln. €)	9,6	3,5	1,0	0,0	3,9
Totale omzet (in mln. €)	42,0	58,1	31,8	35,2	32,4
Omvang huidig wvo totaal (in m <sup>2</sup> wvo)	8.656	6.038	3.444	3.538	6.098
<b>Omzet per m<sup>2</sup> wvo o.b.v. huidig aanbod (in mln. €)</b>	<b>4.850</b>	<b>9.650</b>	<b>9.250</b>	<b>9.950</b>	<b>5.325</b>
<b>Normatieve omzet per m<sup>2</sup> wvo (in €)</b>	<b>7.500</b>	<b>8.108</b>	<b>8.108</b>	<b>8.108</b>	<b>8.108</b>
<b>Uitbreidingsruimte</b>	<b>geen</b>	<b>1.150</b>	<b>500</b>	<b>800</b>	<b>geen</b>

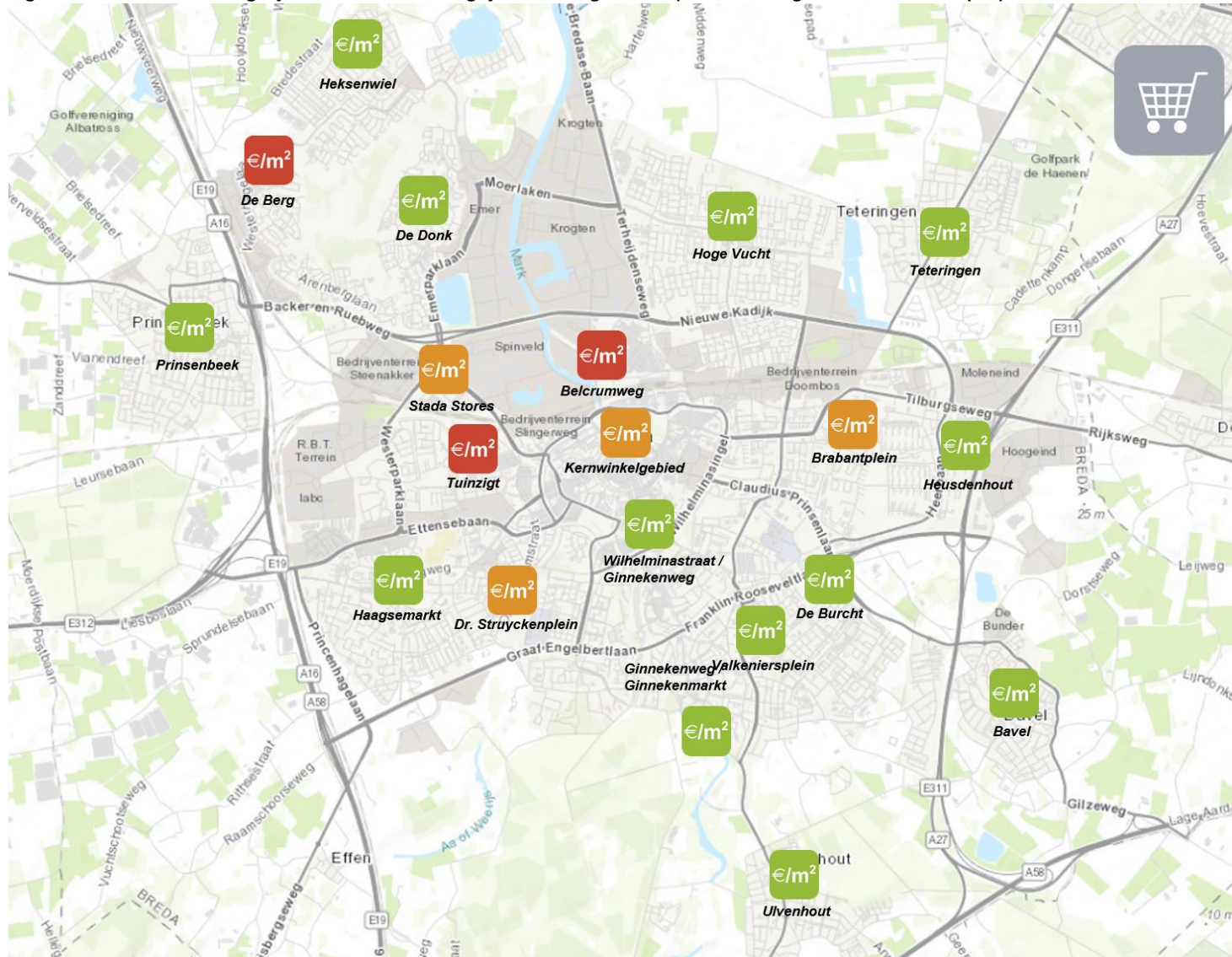


Tabel 5.8: Huidig functioneren niet-dagelijkse artikelensector naar belangrijkste winkelgebieden

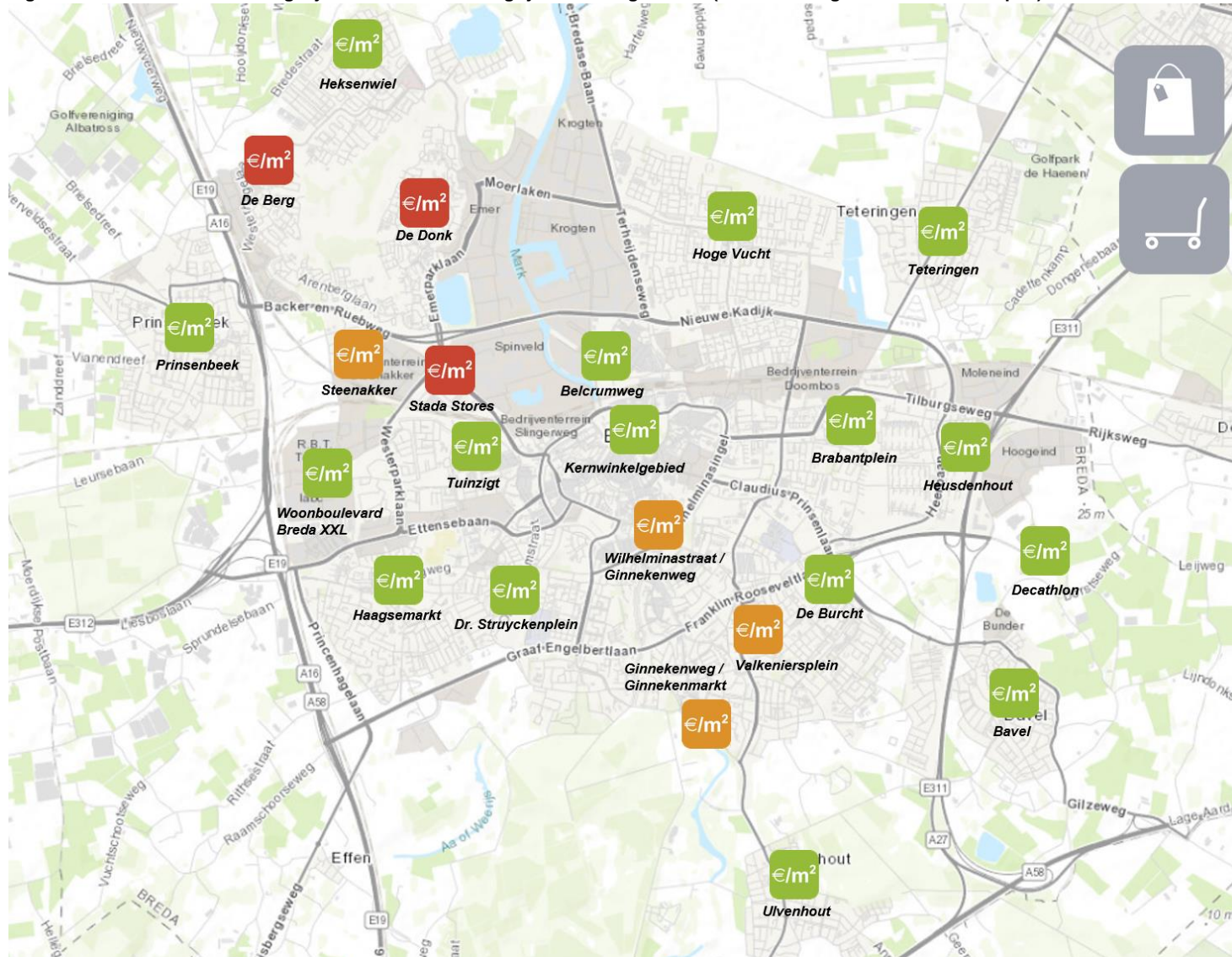
	Kernwinkel- gebied	Hoge Vucht	De Burcht	Heksenwiel	Stada Stores	Steenakker	Woonboule- vard
Aantal inwoners	182.304	182.304	182.304	182.304	182.304	182.304	182.304
Bestedingen per hoofd (in €)	2.431	2.431	2.431	2.431	2.431	2.431	2.431
Bestedingspotentieel (in mln. €)	443,2	443,2	443,2	443,2	443,2	443,2	443,2
Koopkrachtbinding	34,3%	2,9%	1,0%	1,0%	1,1%	3,3%	20,7%
Totaal gebonden bestedingen (in mln. €)	152,0	12,9	4,4	4,4	4,9	14,6	91,7
Koopkrachttoevoeiing	46,0%	11,0%	1,0%		8,0%	9,0%	53,0%
Totale bestedingen uit toevloeiing (in mln. €)	129,5	1,6	0,0	0,0	0,4	1,4	103,4
Totale omzet (in mln. €)	281,5	14,4	4,5	4,4	5,3	16,1	195,2
Omvang huidig wvo totaal (in m <sup>2</sup> wvo)	76.153	3.885	1.594	1.945	6.180	15.821	72.178
<b>Omzet per m<sup>2</sup> wvo o.b.v. huidig aanbod (in mln. €)</b>	<b>3.700</b>	<b>3.725</b>	<b>2.825</b>	<b>2.300</b>	<b>875</b>	<b>1.025</b>	<b>2.725</b>
<b>Normatieve omzet per m<sup>2</sup> wvo (in €)</b>	<b>3.450</b>	<b>2.500</b>	<b>2.018</b>	<b>2.018</b>	<b>2.018</b>	<b>1.500</b>	<b>2.500</b>
<b>Uitbreidingsruimte</b>	<b>5.500</b>	<b>1.900</b>	<b>600</b>	<b>250</b>	<b>geen</b>	<b>geen</b>	<b>6.000</b>



Figuur 5.1: Functioneren dagelijkse sector naar belangrijkste winkelgebieden (incl. centrumgebieden van de dorpen)



Figuur 5.2: Functioneren niet-dagelijkse sector naar belangrijkste winkelgebieden (incl. centrumgebieden van de dorpen)



## BIJLAGE 6: BELEIDSANALYSE

Onderstaand hoofdstuk is een samenvatting van de beleidslijnen, doelstellingen en ambities op lokaal, provinciaal en landelijk niveau. Voor het beleid op lokaal niveau is bekeken welke informatie uit de Detailhandelsnota Breda 2010 - 2020 relevant en actueel is voor de huidige detailhandelsnota. Ook is bekeken hoe de keuzes en het beleid uit overige beleidsstukken doorwerkt in ontwikkelingsmogelijkheden voor de detailhandel. Het provinciale beleid werkt vooral kaderstellend en landelijk speelt met name de Ladder voor Duurzame Verstedelijking en de veranderingen in dit instrument per 1 juli 2017 en de nationale Retail Agenda.

### 6.1 Rijk

Het ministerie van EZ heeft samen met betrokken partijen de **Retailagenda** vastgesteld. De agenda speelt actief in op de trends en ontwikkelingen in de detailhandel en daagt overheden, ondernemers en investeerders uit om blijvend samen te werken aan een toekomstbestendige winkelomgeving. Via 21 activerende afspraken leveren betrokkenen een bijdrage aan de Retailagenda. Hierin zijn samenwerking tussen betrokken partijen en terugdringen van overcapaciteit de sleutelwoorden.

De rijksoverheid is voornemens om in 2019 alle regelingen voor ruimte, wonen, infrastructuur, milieu, natuur en water samen te voegen tot één omgevingswet. Dit heeft tot doel:

- de verschillende plannen voor ruimtelijke ordening, milieu en natuur beter op elkaar af te stemmen;
- duurzaamheidsprojecten te stimuleren;
- lagere overheden meer ruimte te geven om hun omgevings-beleid af te stemmen op hun eigen doelstellingen;
- verder biedt de wet meer ruimte voor particuliere ideeën, omdat er minder gedetailleerde regels gaan gelden; de houding bij het beoordelen van plannen zal 'ja mits' in plaats van 'nee tenzij' worden.

De 'ladder voor duurzame verstedelijking' (art 3.1.6 Besluit ruimtelijke ordening) is een wettelijk verplicht motiveringsinstrument, waaraan iedere 'nieuwe stedelijke ontwikkeling' (art. 1.1.1. Bro) moet worden getoetst. Per 1 juli 2017 luidt het tweede lid van art. 3.1.6. als volgt: "De toelichting bij een bestemmingsplan dat een nieuwe stedelijke ontwikkeling mogelijk maakt, bevat een beschrijving van de behoefte aan die ontwikkeling (o.a. detailhandel, horeca, leisure), en, indien het bestemmingsplan die ontwikkeling mogelijk maakt buiten het bestaand stedelijk gebied, een motivering waarom niet binnen het bestaand stedelijk gebied in die behoefte kan worden voorzien."

## 6.2 Provincie

De Provincie heeft eind 2016 een **Retaildeal** gesloten. Daarin zijn afspraken gemaakt over het terugdringen van winkelleegstand. De Provincie doet dit onder de vlag van de Brabantse leegstands-aanpak. De onderlinge regionale afstemming over detailhandelsontwikkelingen is geborgd in de Verordening Ruimte. Ook zijn er in alle regio's regionale detailhandelsafspraken gemaakt. Een uitwerking daarvan is de provinciale **retailadviescommissie** die voortaan advies uitbrengt over nieuwe winkelplannen in de vier Brabantse regio's.

In de **Verordening Ruimte 2014** (versie vaststelling juli 2017) zijn wijzigingen opgenomen t.a.v. regionale afstemming en afspraken ingeval van de ontwikkeling van detailhandelslocaties. De aanpak van de detailhandel wordt op eenzelfde wijze vormgegeven, zoals dat voor bedrijventerreinen, kantoren en woningbouw het geval is. In de Regionaal Ruimtelijke Overleggen wil de provincie met gemeenten afspraken maken over welke detailhandelslocaties regionaal en bovenregionaal moeten worden afgestemd:

- Ontwikkelingen die het lokale niveau overstijgen maar die niet bovenregionaal zijn, worden besproken in de regionale ruimtelijke overleggen.
- Als er sprake is van een bovenregionale ontwikkeling, vergt dat aparte besluitvorming van provinciale staten.

Van een bovenregionale detailhandelslocatie is sprake wanneer ten minste 20% van de bezoekers afkomstig is buiten een straal van 35 kilometer vanaf de beoogde detailhandelslocatie of het te verwachten aantal bezoekers ten minste 2.500.000 per jaar bedraagt.

## 6.3 Regio

In 2014 is een regionale **Detailhandelsvisie West-Brabant 2014-2020** opgesteld met als doel de aandacht van de regio en de lokale overheden in relatie tot de detailhandelsproblematiek te vergroten om ook op termijn een duurzame en kwalitatief goede detailhandelsstructuur te behouden. Om deze reden is regionale afstemming van nieuwe detailhandelsontwikkelingen nodig. Om deze doelstellingen te bereiken wordt binnen de visie onder andere ingezet op:

- Vernieuwing op de juiste plaats in de regionale detailhandelsstructuur laten plaatsvinden.
- Nieuwe ontwikkelingen toetsen aan de verzorgingsfunctie van het winkelgebied.
- Bevorderen van ruimtelijke concentratie van de detailhandelsvoorzieningen (versterken van bestaande hoofdstructuur).
- Leegstand in goede banen leiden.
- Behoud van dagelijkse voorzieningen in de kleinste kernen en op het buurt- en wijkniveau, wanneer er sprake is van voldoende consumentendraagvlak en perspectief voor de langere termijn.

De *binnenstad van Breda* is aangewezen als bovenregionaal verzorgend centrum. Het uitgangspunt is om de concurrentiekracht van het regionale detailhandelsapparaat te versterken. Qua recreatief winkelen zal dit in belangrijke mate ingevuld moeten worden door de 5 grootste winkelcentra, te weten



Breda, Roosendaal, Bergen op Zoom, Oosterhout en Etten-Leur. Een verdere kwalitatieve en kwantitatieve groei van deze centra is in dit verband gewenst, maar mag echter niet ten koste gaan van elkaars ontwikkelingsmogelijkheden of die van de perspectiefrijke lokaal-verzorgende centra.

De *Woonboulevard Breda* en de *Bavelse Berg* zijn aangewezen als bovenregionale PDV-clusters. Nieuwe en vernieuwende winkelontwikkelingen met een regionale en/of bovenregionale uitstraling kunnen, behalve in de grotere hoofdwinkelcentra, in principe alleen in deze perifere centra plaatsvinden (binnen de vastgestelde mogelijkheden qua branchering en omvang). De volgende branches zijn daarbij toegestaan:

- detailhandel in auto's, motoren, boten, caravans en tenten (beide laatste in combinatie met kampeerartikelen);
- detailhandel in automaterialen (in relatie met inbouw);
- detailhandel in keukens, badkamers, sanitair, tegels;
- bouwmarkten en andere allround doe-het-zelf zaken;
- tuincentra (inclusief dierenbenodigdheden en –voeding en woondecoratie);
- detailhandel in (zeer) volumineuze artikelen als zonwering, tuinhuisjes, buitenspeeltoestellen, zwembaden, tuinbeelden, haarden, grafzerken, trailers, aanhangwagens, etc.;
- brand- en explosiegevaarlijke stoffen, grove bouwmaterialen en landbouwwerktuigen.

Er geldt geen algemeen geldende minimale maatvoering van detailhandelsvestigingen. Hier hebben gemeenten de vrijheid om dit zelf vast te stellen.

## 6.4 Gemeente

In de **Structuurvisie Breda 2030 (2013)** gelden drie hoofdlijnen voor de (ruimtelijke) ontwikkeling van Breda. De drie hoofdlijnen vertegenwoordigen de drie P's, Knooppunt gaat vooral over 'Profit', Markstad over 'Planet' en Mozaïek vooral over 'People'.

- Knooppunt Breda: gaat ervan uit dat de economische kracht en regionale positie verder wordt benut en uitgebouwd.
- Breda Markstad: gaat er vanuit dat kansen en kwaliteit van het water gebruikt worden bij ontwikkeling.
- Breda Mozaïek: heeft de diversiteit aan karakteristieken als basis voor gebiedsopgaven.

Breda heeft de ambitie tot de top van de winkelsteden in Nederland te behoren. Een verdere versterking van de regionale en bovenregionale verzorgingsfunctie is daarvoor nodig. Op de langere termijn zal de nadruk meer op kwaliteit en diversiteit van het aanbod en de winkelomgeving liggen dan op de omvang van het aanbod. De kortere termijn staat vooral in het teken van het realiseren van de reeds bestaande initiatieven. De toekomstige retailontwikkelingen in Breda richten zich op:

- Versterken van de lokale verzorgingsfunctie en de regionale en bovenregionale aantrekkingskracht van de Bredase retail.
- Streven naar een duurzame aanbodstructuur; levensvatbare, elkaar aanvullende retailgebieden. Door aan te sluiten op het diverse koopgedrag van de consument kunnen winkelgebieden zich profileren en een eigen identiteit uitdragen.

- Versterken van het ondernemersklimaat en het bieden van ruimte aan ondernemersinitiatieven om zo in te spelen op de dynamiek in de detailhandel.

Breda maakt voor de toekomstige retailontwikkelingen strategische keuzes:

- Focus op winkelgebieden met toekomstperspectief.
- Niet actief inzetten op het behoud van de detailhandelsfunctie in gebieden zonder toekomstperspectief. Wel actief ondersteunen met de invulling van andere bedrijvigheid.
- Geen nieuwe detailhandelsontwikkelingen buiten de bestaande structuur in de periferie.

Belangrijk is het faciliteren van nieuwe ontwikkelingen op de juiste locatie op basis van een ruimtelijke (structuur)visie voor de detailhandel. Detailhandel heeft naast een belangrijke economische functie (werkgelegenheid) ook een belangrijke sociale functie (ontmoetingsplek, vrijetijdsbesteding). Dit betekent de volgende wijzigingen in de huidige visie voor de detailhandelsbeleid 2010-2020:

- een gewijzigde visie op de 'inlopers' van de binnenstad;
- geen detailhandel in fase 3 van de Stadionlocatie;
- een beperking van de mogelijkheden van detailhandel voor de Praxislocatie.

Voor retail wordt ingezet op een gecontroleerde uitbreiding van het huidig winkelaanbod, waarbij ingespeeld wordt op marktinitiatieven voor de gebieden Bavelse Berg, Stadionkwartier Breda en Achter de Lange Stallen. Voor de buurt-, wijk-, en dorpscentra is het beleid gericht op het behouden en versterken van de bestaande winkelstructuur. Bij leisure is het van belang te blijven vernieuwen in het toeristische product Breda.

Breda ondersteunt initiatieven hiervoor vanuit de sector. Omdat de maatregelen en projecten bij dit beleidsonderdeel hoofdzakelijk door marktpartijen worden gerealiseerd, hebben deze geen effect op het financieel uitvoeringsperspectief. Een uitzondering daarbij vormen de noodzakelijke investeringen in de infrastructuur, samenhangend met de ontwikkeling van Achter De Lange Stallen. De financiële gevolgen daarvan zijn opgenomen in de aanpak van de mobiliteit.

### **Economische Barometer Breda**

Voor retail zijn een duurzame aanbodstructuur, elkaar aanvullende detailhandelsgebieden en het versterken van het ondernemersklimaat de voornaamste uitdagingen. De detailhandel, oftewel de retail, draagt substantieel bij aan een aantrekkelijk woon-, werk-, en verblijfsklimaat van Breda. De kwaliteit van het winkelaanbod bepaalt in belangrijke mate de aantrekkelijkheid van de stad. "Funshoppen" is nog altijd het belangrijkste bezoeks-motief voor de binnenstad. Het accent ligt op versterking van de bestaande structuren en alleen op uitbreiding als dat ook een kwalitatieve bijdrage levert aan het totale voorzieningenpalet in Breda en/of de regio. De belangrijkste locaties waar Breda initiatieven wil honoreren zijn: Binnenstad, Via Breda, Woonboulevard, Stadionlocatie en Bavelse Berg. Het hoofddoel van het regionale retailbeleid is het tot stand brengen van een evenwichtige en duurzame detailhandelsstructuur in West-Brabant.

## Visie op de detailhandelsstructuur 2009-2020

Het huidige gemeentelijke detailhandelsbeleid heeft de volgende hoofddoelstellingen:

1. Versterken van de lokale verzorgingsfunctie en de regionale en bovenregionale aantrekkingskracht van het Bredase detailhandelsapparaat.
2. Streven naar een duurzame aanbodstructuur, bestaande uit ook op langere termijn levensvatbare, elkaar aanvullende retailgebieden (het geheel is meer dan de som der delen).
3. Versterken van het ondernemingsklimaat in de gemeente en het bieden van ruimte aan ondernemersinitiatieven om zo in te spelen op de dynamiek in de detailhandel.

Deze hoofddoelstellingen vertalen zich naar de volgende algemene uitgangspunten voor het detailhandelsbeleid:

- dynamiek detailhandel faciliteren;
- complementariteit en onderscheidend vermogen;
- ruimtelijke concentratie;
- uitbreiding verspreide bewinkeling beperken;
- schaalvergroting op de juiste plek faciliteren;
- koopgedrag als leidraad voor positionering winkelgebieden.

**Tabel 6.1: Positie van winkelgebieden in detailhandelsstructuur en gewenste ontwikkelingsrichting**

	Winkelgebied	Typering binnen structuur	Ontwikkelingsrichting
<b>Binnenstad</b>	Binnenstad	Hoofdwinkelcentrum	
<b>Noord-Oost</b>	Hoge Vucht	Stadsdeelcentrum	moderniseren en uitbouwen tot klein stadsdeelcentrum
	Winkelstrip Charloisstraat	Buurtcentrum / Buurtsteunpunt	handhaven als buurtsteunpunt
	Baliëndijk	Buurtcentrum / Buurtsteunpunt	handhaven als buurtwinkelcentrum
	Belcruweg	Buurtcentrum / Buurtsteunpunt	realisatie nieuw buurtwinkelcentrum, streven naar verplaatsing gevestigd winkelaanbod. Maatvoering afstemmen op primair draagvlak
<b>Zuid-Oost</b>	Brabantplein	Wijkwinkelcentrum / Versterkt buurtwinkelcentrum	uitbouwen tot wijkwinkelcentrum, nader onderzoeken ruimtelijke en distributie-planologische mogelijkheden inpassing tweede supermarkt (bij voorkeur discountsegment en verplaatsing bestaande zaak).
	Heusdenhout (voorheen Bisschopshoeve)	Buurtcentrum / Buurtsteunpunt	handhaven als buurtwinkelcentrum. Een verdere uitbreiding met dagelijkse artikelenwinkels is in principe mogelijk. Geen toevoeging tweede supermarkt.
	De Burcht	Wijkwinkelcentrum / Versterkt buurtwinkelcentrum	handhaven als wijkwinkelcentrum. Modernisering en uitbreiding aanbod is gewenst.

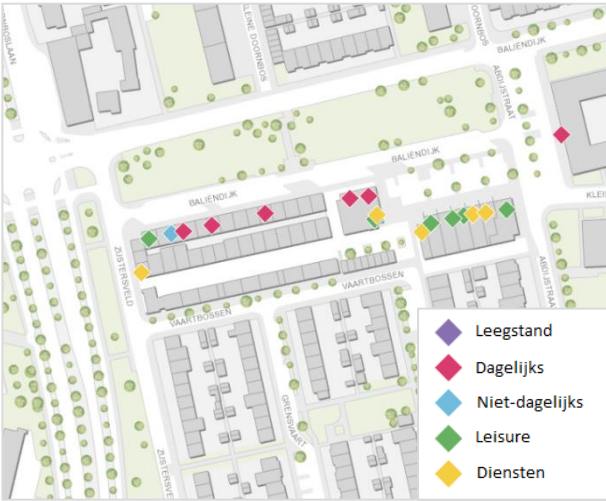
	<b>Winkelgebied</b>	<b>Typering binnen structuur</b>	<b>Ontwikkelingsrichting</b>
	Valkeniersplein	Wijkwinkelcentrum / Versterkt buurtwinkelcentrum	handhaven als wijkwinkelcentrum
	Wilhelminastraat	Specifiek winkelcentrum	handhaven als winkelgebied met bijzonder karakter en tevens een wijkverzorgende functie.
	Ginnekenweg	Specifiek winkelcentrum	handhaven als winkelgebied met bijzonder karakter en tevens een wijkverzorgende functie.
	Ginnekenmarkt	Specifiek winkelcentrum	handhaven als winkelgebied met bijzonder karakter
	Jorisstraat	Buurtcentrum / Buurtsteunpunt	handhaven als buurtwinkelcentrum
<b>Zuid-West</b>	Haagsemarkt (voorheen Princenhage)	Wijkwinkelcentrum / Versterkt buurtwinkelcentrum	handhaven als wijkcentrum met bijzonder karakter
	Tuinzicht	Buurtcentrum / Buurtsteunpunt	handhaven als buurtwinkelcentrum
	Dr. Struyckenplein	Wijkwinkelcentrum / Versterkt buurtwinkelcentrum	opwaarderen tot versterkt buurtcentrum met twee supermarkten
	Graaf Hendrik III plein en Langendijk	Buurtcentrum / Buurtsteunpunt	handhaven als samenhangende buurtcentra
	De Lunet	n.v.t.	streven naar relocatie aanbod naar Stada Stores
<b>Noordwest</b>	Heksenwiel	Wijkwinkelcentrum / Versterkt buurtwinkelcentrum	handhaven als wijkwinkelcentrum
	De Berg	Buurtcentrum / Buurtsteunpunt	nader onderzoek naar positie en perspectief.
	De Donk	Buurtcentrum / Buurtsteunpunt	nader onderzoek naar positie en perspectief
<b>Teteringen</b>		Dorpscentrum	Onderzoek haalbaarheid en effecten van de plannen tot uitbreiding en herstructurering van het winkelaanbod
<b>Bavel</b>		Dorpscentrum	Ingezet wordt op modernisering/schaalvergroting van het bestaande aanbod.
<b>Ulvenhout</b>		Dorpscentrum	Een verdere concentratie van het winkelaanbod in het dorpscentrum is het uitgangspunt (voor zover inpasbaar).
<b>Prinsenbeek</b>		Dorpscentrum	Gestreefd wordt naar een verdere concentratie van het winkelaanbod in het centrumgebied, voor zover de ruimtelijke mogelijkheden hiervoor aanwezig zijn

<b>Winkelgebied</b>	<b>Typering binnen structuur</b>	<b>Ontwikkelingsrichting</b>
Woonboulevard Kruisvoort (Breda XXL)	Subcentrum	verdere versterking als themacentra 'in en om het huis'
Steenakker	Subcentrum	verdere versterking als themacentra 'in en om het huis'
Bavelse Berg	Subcentrum	Op de locatie Bavelse Berg kan een themacentrum gericht op (out-door)sport, wellness en interactivity als onderdeel van de algehele gebiedsontwikkeling (en het concept) ontwikkeld worden (tot maximaal 25.500 m <sup>2</sup> bvo thematische detailhandel).
Stada Stores	Subcentrum	De beoogde detailhandelsontwikkelingen op deze locatie zijn met name bedoeld de schaalvergroting in de detailhandel te faciliteren, waarbij het vooral gaat om sterk doelgericht bezochte detailhandel.

## BIJLAGE 7. LIJST MET GEINTERVIEWDE PERSONEN

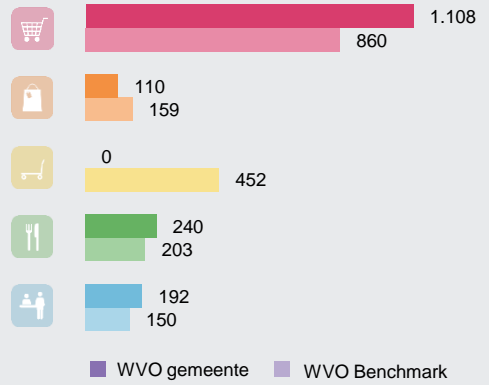
- **Binnenstad:** Kroonenberg (Olaf Nieuwenhuis), Maas-Jacobs (Kris Maas), Stichting Ondernemersfonds Breda (Paul Bluemink)
- **Heksenwiel:** Dela Vastgoed (Dennis Kuijten) en Winkeliersvereniging Heksenwiel (Wilbert Rombouts)
- **Hoge Vucht:** a.s.r. vastgoed Boudewijn Vermeer en Joost van Dijk en Winkeliersvereniging Winkelcentrum Hoge Vucht (Ronald van der Stoep)
- **De Donk:** A.J. Investments (Wijnand Freling) en Winkeliersvereniging De Donk (Huub Miegelsen)
- **Prinsenbeek:** Ondernemers Vereniging Prinsenbeek (Eppo Kawaler) en Dorpsplatform (Marc van Oosterbosch)
- **Tuinzicht:** MVGM (Job Sanders) namens Nova Capital.
- **Woonboulevard:** Ondernemersvereniging Woonboulevard Breda (Toon Verdaasdonk) en Arie Roobol
- **Arie Roobol** namens initiatiefnemers sport-detailhandel bij stadion

## BIJLAGE 8. FACTSHEETS PER WINKELGEBIED

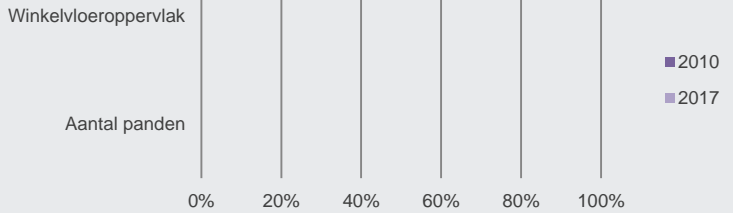


# FEITEN AANBOD

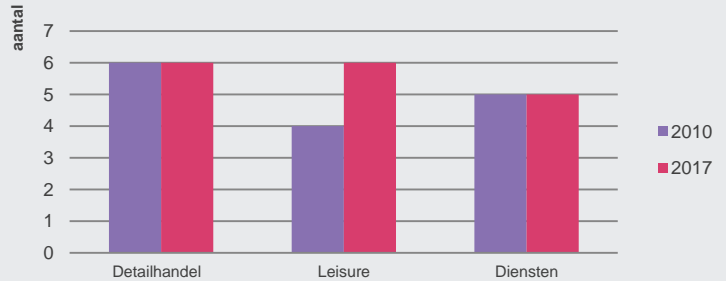
## WVO-benchmark



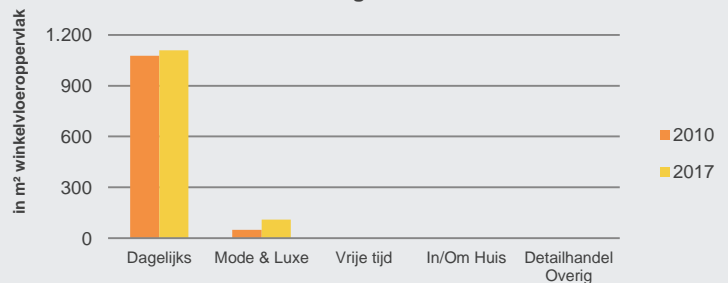
## Leegstandspercentage



## Ontwikkeling commerciële voorzieningen



## Ontwikkeling detailhandel



# FEITEN CENTRUM

Type	Ondersteunend buurtcentrum
Bezoekmotief	
Verzorgingsgebied	Noord
Aantal verkooppunten	17
Winkelvloeroppervlak (incl. horeca/diensten)	1.650
Leegstand (in m² wvo)	0
Trekkers	Jumbo
Parkeren	Gratis



BEOORDELING WINKELCENTRUM



**Dagelijks aanbod**

Een kleine, verouderde Jumbo (875 m<sup>2</sup>) en drie minisupers van geringe omvang. Daarnaast een haarproductenzaak.



**Niet-dagelijks aanbod**

Enkel een cadeau-artikelenzaak



**Overig aanbod**

Voornamelijk bezorg/afhaalhoreca, drie kappers en nog wat ambachten (tattoo/piercingshop en schoonheidsspecialist)



**Leegstand**

Geen leegstaande panden



**Ruimtelijke structuur**

Twee naast elkaar gelegen winkelstrips



**Parkeervoorzieningen**

Langs de strips en op het parkeerplein



**Bereikbaarheid**

Vanuit doorgaande weg (Doornboslaan) gemakkelijk te bereiken



**Uitstraling panden en openbare ruimte**

Redelijk, openbare ruimte is eenvoudig, enig onderhoud is gewenst. Ook uitstraling puien en signing wat verouderd.

KANSEN EN BEDREIGINGEN

**Kansen**

Vergroten supermarkt (echter geen concrete plannen)

**Bedreigingen**

In algemene zin druk op buurtwinkelcentra

Uitbreiding Hoge Vucht

Opwaardering Belcrumweg

**Toelichting**

Toekomstperspectief is matig.  
Upgrading van supermarkt naar modernere omvang en verbetering uitstraling is gewenst.

TOTAALoordeel



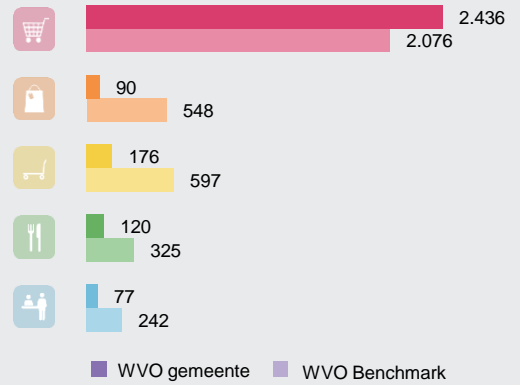


# FEITEN CENTRUM

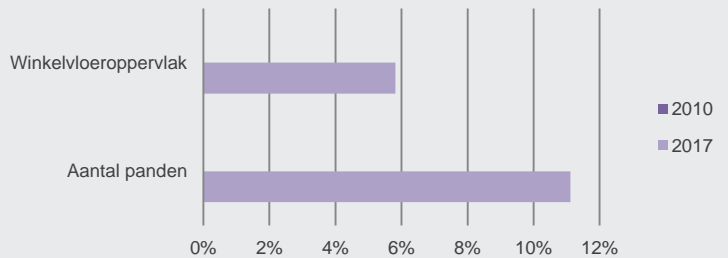
Type	Ondersteunend wijkcentrum klein
Bezoekmotief	
Verzorgingsgebied	Noord
Aantal verkooppunten	7
Winkelvloeroppervlak (incl. horeca/diensten)	2.899
Leegstand (in m <sup>2</sup> wvo)	276
Trekkers	Jumbo, Aldi
Parkeren	Eerste 1,5 uur gratis

# FEITEN AANBOD

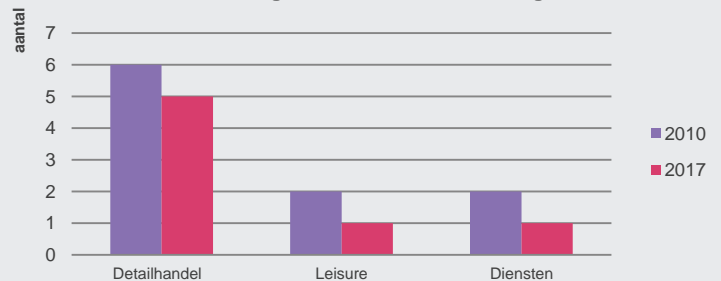
## WVO-benchmark



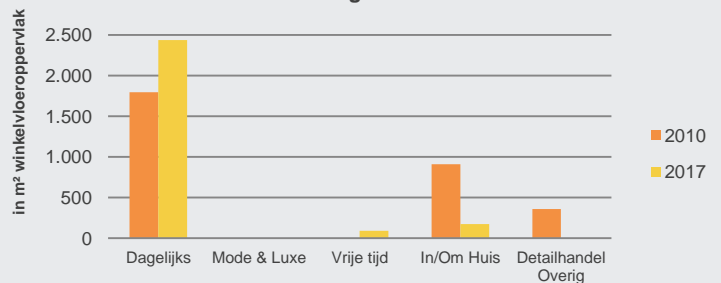
## Leegstandspercentage



## Ontwikkeling commerciële voorzieningen



## Ontwikkeling detailhandel



BEOORDELING WINKELCENTRUM



**Dagelijks aanbod**

Een kleine Aldi (760 m<sup>2</sup>), een marktconforme Jumbo (1.080 m<sup>2</sup>) en een Amazing Oriental



**Niet-dagelijks aanbod**

Een hobbyzaak en een doe-het-zelf-zaak



**Overig aanbod**

Autoverhuur, een tankstation en een postkantoor



**Leegstand**

Twee panden



**Ruimtelijke structuur**

Supermarktcluster met diensten/tankstation en gemengde winkelstrip aan overzijde van de straat. Belcrumweg vormt fysieke barrière tussen supermarkten en winkelstrip.



**Parkeervoorzieningen**

Ruim, maar rommelig parkeerplein met slagboom (betaald na 1,5 uur) voor het supermarktcluster en (gratis) langs de kant van de weg.



**Bereikbaarheid**

Ligt aan grote doorgaande weg, nabij station



**Uitstraling panden en openbare ruimte**

Laagwaardige uitstraling panden en openbare ruimte. Veel ruimte voor infrastructuur, geen groen. Omgeving niet ingericht op voetganger.

KANSEN EN BEDREIGINGEN

**Kansen**

Plannen woningbouw Havenkwartier (toename draagvlak).

Plannen opwaardering naar buurtwinkelvoorziening met kleinere winkels met complementaire waarde

**Bedreigingen**

In algemene zin druk op buurtwinkelcentra

**Toelichting**

Ondanks huidige opzet en uitstraling omgeving is het toekomstperspectief redelijk goed. Dit gezien aanwezigheid complementaire supermarkten, voorziene opwaardering en geplande woningbouw in omgeving.

TOTAALoordeel



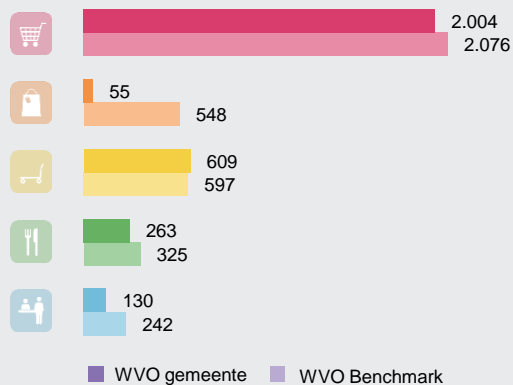


## FEITEN CENTRUM

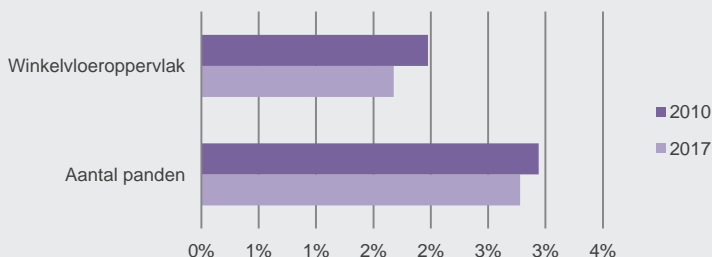
Type	Ondersteunend wijkcentrum klein
Bezoekmotief	  
Verzorgingsgebied	Oost en Teteringen
Aantal verkooppunten	24
Winkelvloeroppervlak (incl. horeca/diensten)	3.061
Leegstand (in m <sup>2</sup> wvo)	70
Trekkers	Kruidvat, Albert Heijn
Parkeren	Gratis

## FEITEN AANBOD

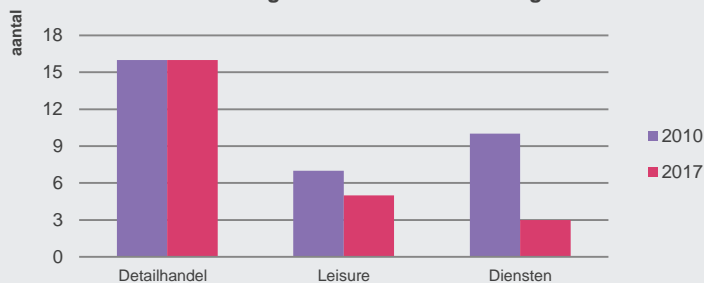
### WVO-benchmark



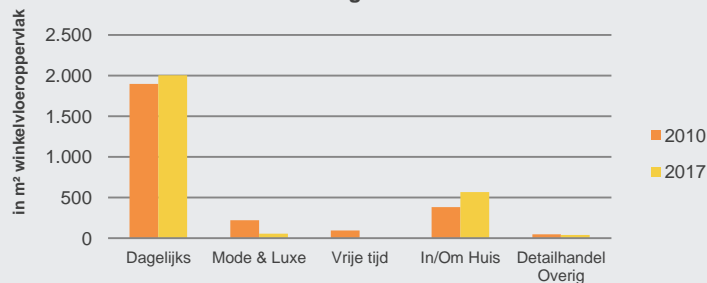
### Leegstandspercentage



### Ontwikkeling commerciële voorzieningen



### Ontwikkeling detailhandel



BEOORDELING WINKELCENTRUM



**Dagelijks aanbod**

Een Albert Heijn van moderne omvang (1.130 m<sup>2</sup>), een zelfstandige supermarkt en twee minisupers. Daarnaast een redelijk compleet aanbod: een bakker, wijnwinkel, tabak/lectuurwinkel, viswinkel en een drogist



**Niet-dagelijks aanbod**

Met name efficiënt-recreatief aanbod: 2 bloemisten, een fietswinkel, woningtextiel, opticien en hoorwinkel.



**Overig aanbod**

Twee fastfoodzaken, een grillroom en twee afhaal/bezorgzaken, daarnaast nog wat ambachten (kapper, schoonheidsspecialist en electroreparatie)



**Leegstand**

Twee panden, waarvan 1 feitelijk buiten het centrum gelegen (Robijnstraat)



**Ruimtelijke structuur**

Verkooppunten zijn rondom plein gelegen met in het midden Albert Heijn, die plein in tweeën splitst. AH door ligging niet goed bereikbaar per auto.



**Parkeervoorzieningen**

Parkeermogelijkheden niet optimaal, beperkt aantal plekken naast en rondom het cluster (o.a. in middenberm Sint Ignatiusstraat), op enige afstand van supermarkt.



**Bereikbaarheid**

Langs doorgaande wegen (Beverweg en Sint Ignatiusstraat)



**Uitstraling panden en openbare ruimte**

Bestrating en groen op plein net en onderhouden, rondom entrees wat minder. Inrichtingselementen wat gedateerd en beperkte zitgelegenheid. Panden kunnen enig onderhoud gebruiken. Signing wat rommelig.

KANSEN EN BEDREIGINGEN

**Kansen**

Uitbouwen tot wijkwinkelcentrum door toevoegen tweede supermarkt (echter niet zeer reëel gezien stuklopen van eerdere pogingen)

**Bedreigingen**

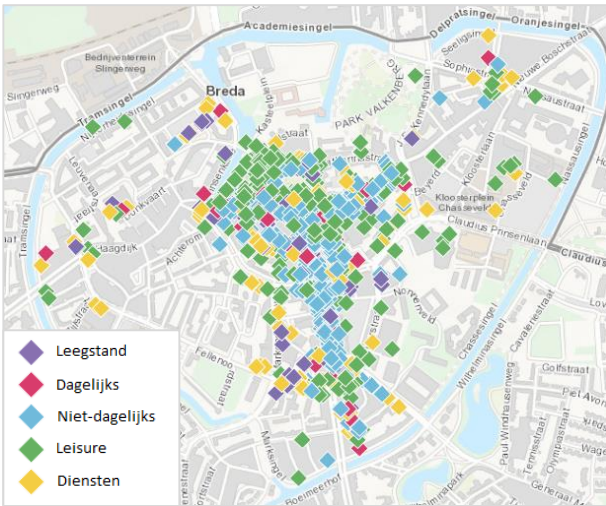
Beperkte parkeermogelijkheden en autobereikbaarheid

**Toelichting**

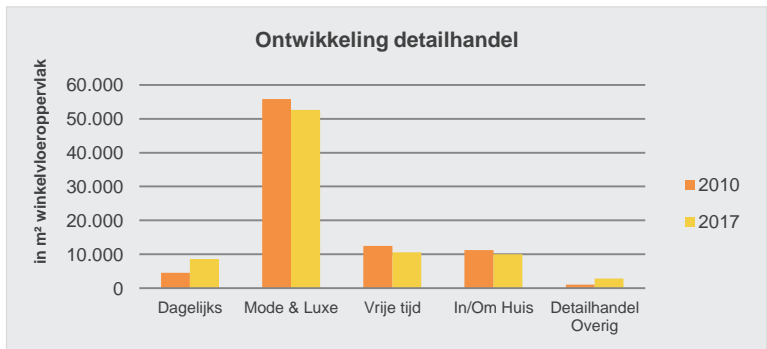
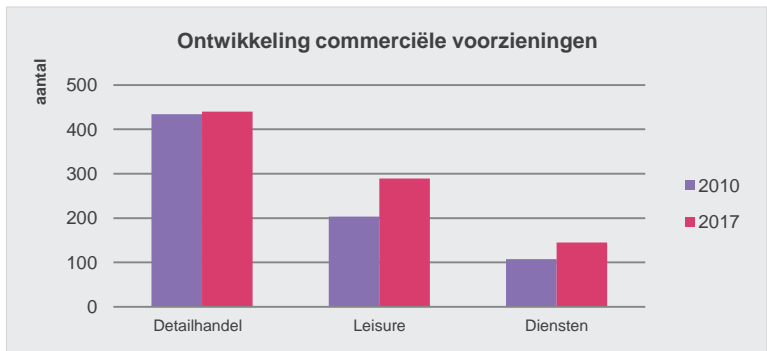
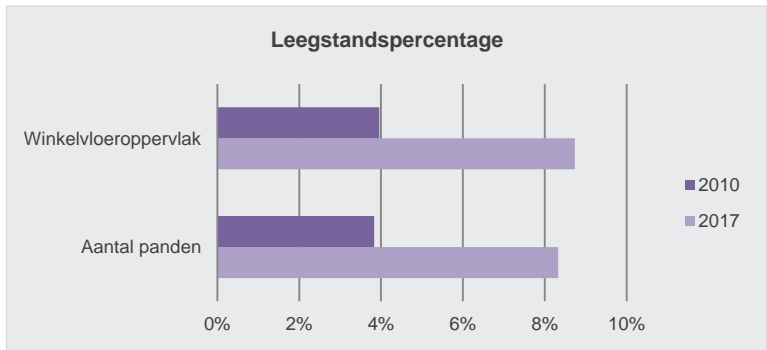
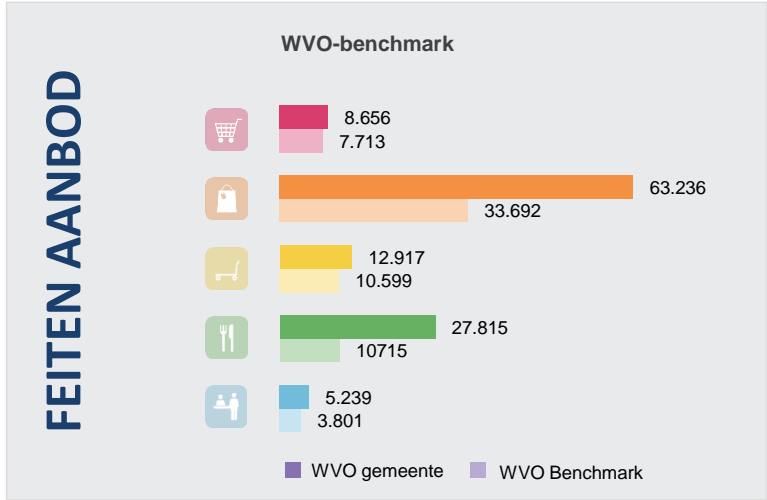
Om het perspectief als wijkcentrum goede te houden, is het wenselijk een tweede supermarkt toe te voegen aan in combinatie met een oplossing voor het parkeren. Tot nu toe is dit een (te) complexe opgave gebleken. De huidige 'standstil' situatie maakt dat het perspectief naar de toekomst niet zal toenemen.

TOTAALoordeel





<b>FEITEN CENTRUM</b>	<b>Type</b>	Binnenstad
	<b>Bezoekmotief</b>	
	<b>Verzorgingsgebied</b>	(Boven)regionaal
	<b>Aantal verkooppunten</b>	874
	<b>Winkelvloeroppervlak (incl. horeca/diensten)</b>	117.863
	<b>Leegstand (in m<sup>2</sup> vvo)</b>	9.080
	<b>Trekkers</b>	ANWB, Bever, H&M, Hudson's Bay, Pull & Bear, The Sting, Zara
	<b>Parkeren</b>	€ 2,20 per uur



## BEOORDELING WINKELCENTRUM

**Dagelijks aanbod**

2 compacte Albert Heijn-filialen (800 – 1.000 m<sup>2</sup> wvo). Recent zijn ook twee city store supermarkten (Spar en Coop geopend). Verder een matig dagelijks aanbod, maar relatief veel bakkers.

**Niet-dagelijks aanbod**

Modisch aanbod is oververtegenwoordigd ten opzichte van referentiesteden. Er zijn veel damesmode-, schoenen- en telecomzaken gevestigd. Trekkers zijn o.a. ANWB, Bever, C&A, H&M, Hudson's Bay, Pull & Bear, The Sting, Zara

**Overig aanbod**

Relatief veel horeca. Veel restaurants, cafes en kappers. Zowel verspreid tussen de winkels als geconcentreerd aan de Markt en de Haven. Er is een reguliere warenmarkt (69 kramen) en een biologische markt.

**Leegstand**

63 panden. De leegstand in het kernwinkelgebied ligt redelijk verspreid. Wel is er een concentratie rondom de Kerkstraat / Houtmarkt.

**Ruimtelijke structuur**

Duidelijke assen met een diversiteit aan aanbod, echter is het gebied wel vrij uitgestrekt. Aan as van oost naar west voornamelijk winkels, o.a. overdekt winkelcentrum de Barones en de Houtmarktpassage. Rondom de Markt en de Haven voornamelijk horeca en uitgaansgelegenheden.

**Parkeervoorzieningen**

Aan de randen van het kernwinkelgebied zijn redelijk wat parkeergarages. Daarnaast zijn er parkeerplaatsen in de wijk en op het parkeerveld bij het Chasséveld.

**Bereikbaarheid**

Redelijk goed. Enkel parkeergarage Barones en parkeerterrein Achter Lange Stallen direct aangrenzend aan kernwinkelgebied.

**Uitstraling panden en openbare ruimte**

In algemene zin sfeervolle uitstraling door historische panden. Echter ook afwisseling met deels verouderde panden. Barones onlangs geheel gerenoveerd. Ginnekenstraat minder historisch en sfeervol.

## KANSEN EN BEDREIGINGEN

**Kansen**

Diverse plannen in binnenstad, o.a. transformatie van Houtmarktpassage, verbouwing van Brejaart pand tot winkels, horeca en woningen, komst van Distrikt Nørrebro aan de Eindstraat (oude Zara-pand), plannen voor megastore (4.000 m<sup>2</sup>) op hoek Ginnekenstraat / Bleekstraat en transformatie voormalige Casino-bioscoop (1.600 m<sup>2</sup> bvo) naar horeca

Bevolkingsgroei in gehele gemeente

**Bedreigingen**

Verdere toename van online bestedingen

Ontwikkelingen in Tilburgse binnenstad

**Toelichting**

Toekomstperspectief is in de basis goed door omvangrijk recreatief aanbod en horeca, in sfeervolle, deels historische omgeving. De leegstand is de afgelopen 2 jaar (meer dan 10%) aanzienlijk gedaald en er zijn verschillende concrete plannen voor versterking van het aanbod / verder terugdringen van leegstand.

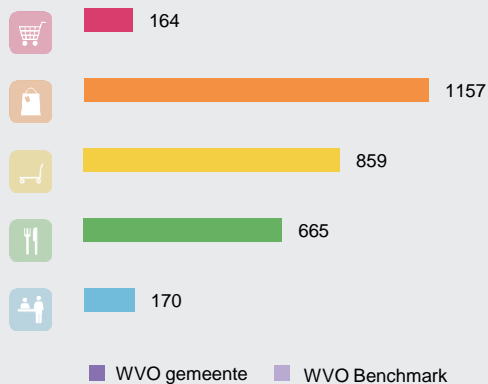
## TOTAALoordeel



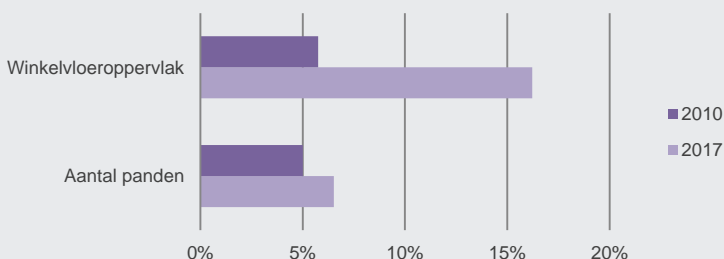


# FEITEN AANBOD

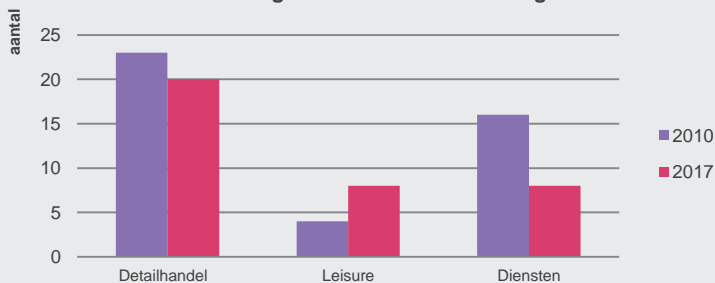
## WVO-benchmark



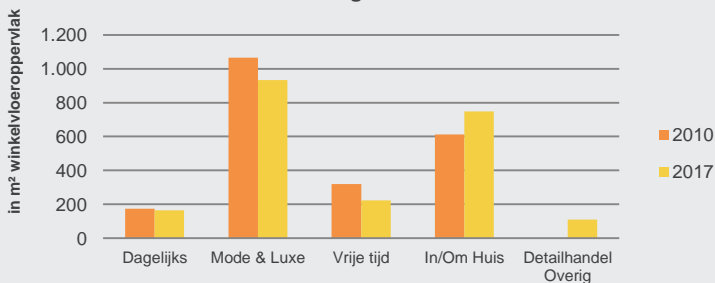
## Leegstandspercentage



## Ontwikkeling commerciële voorzieningen



## Ontwikkeling detailhandel



# FEITEN CENTRUM

Type	Binnenstadsstraat
Bezoekmotief	
Verzorgingsgebied	(Boven)regionaal
Aantal verkooppunten	36
Winkelvloeroppervlak (incl. horeca/diensten)	3.015
Leegstand (in m² wvo)	633
Trekkers	ANWB
Parkeren	€ 1,65 per uur



## BEOORDELING WINKELCENTRUM

**Dagelijks aanbod**

Geen supermarkt en een beperkt versaanbod: een bakker, chocoladewinkel en een viswinkel.

**Niet-dagelijks aanbod**

Het niet-dagelijks aanbod wordt gedomineerd door de modische branche. Er is hierin een gevarieerd aanbod te vinden. Ook ANWB-winkel. Passage Zuidpoort huisvest een aantal van deze niet-dagelijkse detailhandel

**Overig aanbod**

Evenals het niet-dagelijks aanbod is ook het horeca-aanbod breed en divers.

**Leegstand**

3 panden

**Ruimtelijke structuur**

De winkels liggen aan beide zijden van de straat en worden gescheiden door parkeerplaatsen in de middenberm.

**Parkeervoorzieningen**

Voldoende voor deze winkelstraat, in de middenberm van de straat.

**Bereikbaarheid**

Vanaf de ring rondom het centrum is dit gebied makkelijk te bereiken

**Uitstraling panden en openbare ruimte**

Historische panden met woningen erboven. Er zit veel variëteit in de kwaliteit en historiciteit van de panden. Niet alles ziet er even verzorgd en modern uit. Openbare ruimte is prima op orde.

## KANSEN EN BEDREIGINGEN

**Kansen**

Versterking van modisch en horeca-aanbod.

**Bedreigingen**

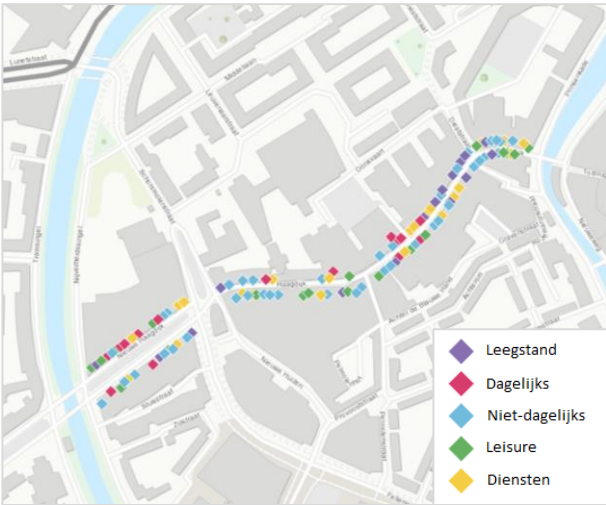
-

**Toelichting**

Uitloopstraat van kernwinkelgebied, parkeren is gunstig. Aanloopstraat tussen binnenstad en Wilhelminastraat, veel gericht op horeca en diensten. Van belang is dat straat voldoende publieksaanbod houdt om aansluiting tussen binnenstad en Wilhelminastraat te kunnen vervullen.

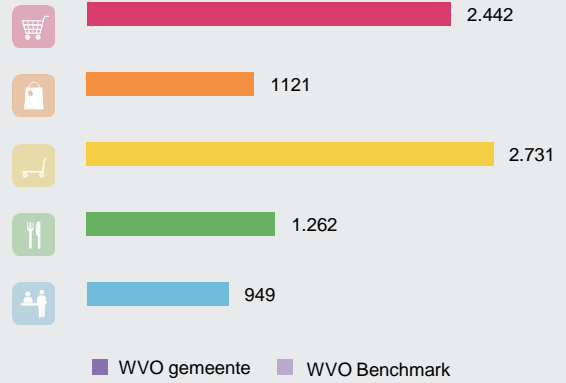
## TOTAALoordeel



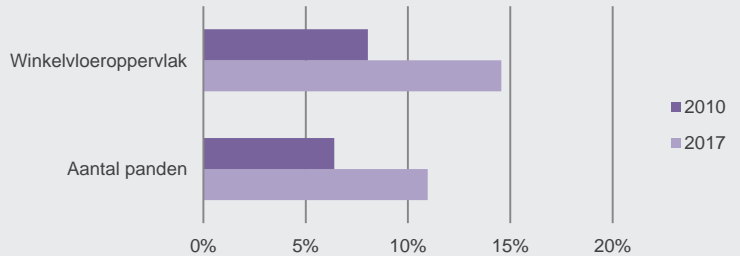


## FEITEN AANBOD

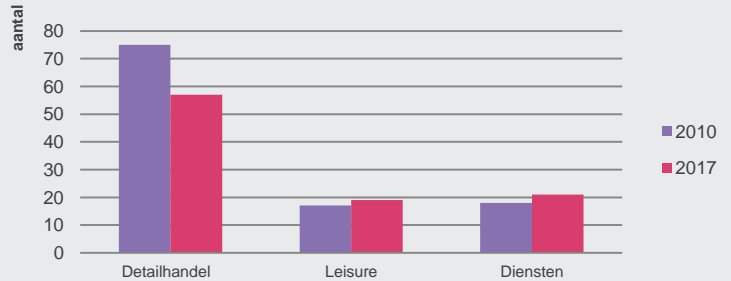
### WVO-benchmark



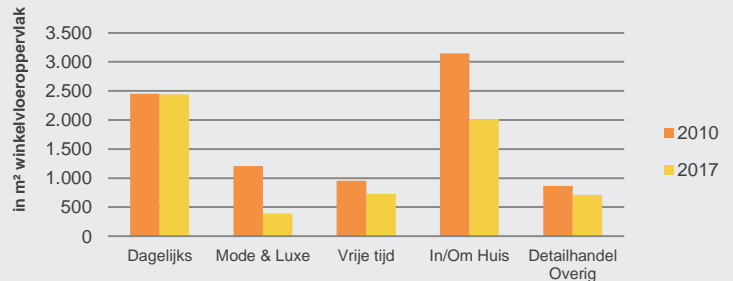
### Leegstandspercentage



### Ontwikkeling commerciële voorzieningen



### Ontwikkeling detailhandel



## FEITEN CENTRUM

Type	Binnenstadsstraat
Bezoekmotief	
Verzorgingsgebied	Centrum, West
Aantal verkooppunten	97
Winkelvloeroppervlak (incl. horeca/diensten)	8.505
Leegstand (in m² wvo)	1.519
Trekkers	Albert Heijn
Parkeren	€ 1,65 per uur

BEOORDELING WINKELCENTRUM



**Dagelijks aanbod**

Een compacte Albert Heijn (1.042 m2 wvo), een Ekoplaza en 2 zelfstandige supermarkten van geringe omvang. In verhouding tot het overige dagelijkse aanbod zijn er veel slijters en tabakszaken. De rest van het versaanbod is matig.



**Niet-dagelijks aanbod**

De groepen in/om huis en overige detailhandel zijn sterk vertegenwoordigd. Het modisch aanbod is meer in de binnenstad te vinden. Telecom-, erotica- en sportspecialzaken komen vaak voor.



**Overig aanbod**

In deze winkelstraat zijn meer diensten te vinden dan horecagelegenheden. Er zijn met name veel kappers en cafés te vinden.



**Leegstand**

Vrij veel leegstand (15 panden), maar zeer verspreid door hele straat.



**Ruimtelijke structuur**

Winkels aan beide zijden van de straat, gescheiden door parkeerplaatsen in de middenberm (Nieuwe Haagdijk). Dit gaat over in een eenrichtingsverkeerstraat met winkels aan beide zijden (Haagdijk).



**Parkeervoorzieningen**

In het voorste gedeelte kan geparkeerd worden in de middenberm van de Nieuwe Haagdijk. Op de Haagdijk kan enkel langsgeparkeerd worden voor de winkels. Albert Heijn heeft geen eigen parkeerplaats.



**Bereikbaarheid**

Vanuit de ringweg rond het centrum is deze winkelstraat goed bereikbaar.



**Uitstraling panden en openbare ruimte**

Openbare ruimte Nieuwe Haagdijk is net (recent heringericht), openbare ruimte Haagdijk is matig qua uitstraling. Ook kwaliteit van de panden is wisselend (deels achterstallig onderhoud)

KANSEN EN BEDREIGINGEN

**Kansen**

Herinvulling leegstaande panden

**Bedreigingen**

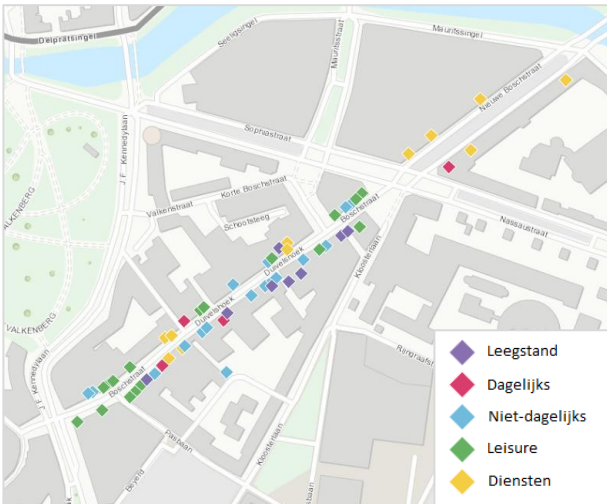
Toename leegstand en verdere verloederling

**Toelichting**

Perspectief van deze straat is goed als aanloopstraat en gemengd gebied naar het centrum. Parkeren is een aandachtspunt (met name voor dagelijkse winkels). Ook leegstand en kwaliteit van het vastgoed.

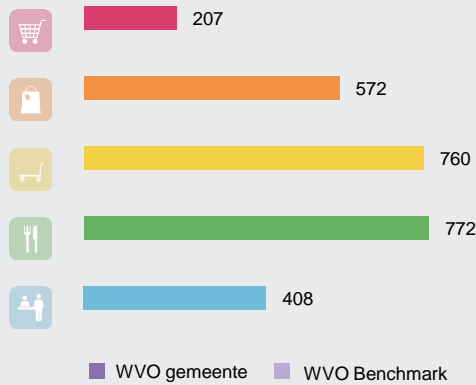
TOTAALoordeel



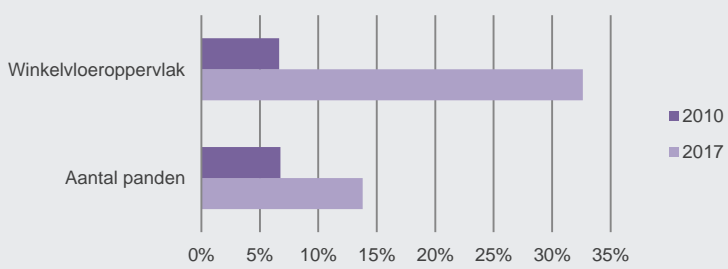


# FEITEN AANBOD

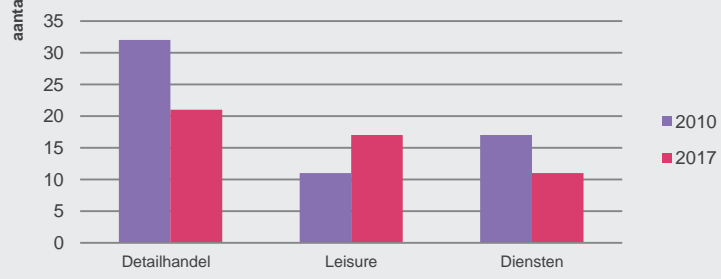
## WVO-benchmark



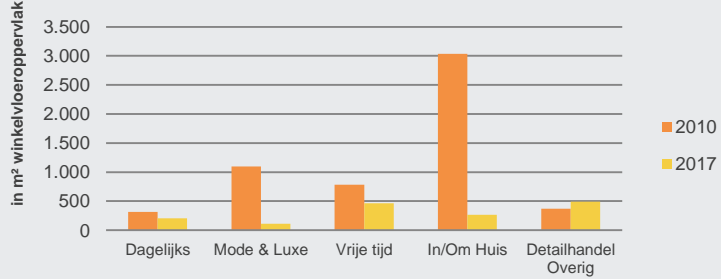
## Leegstandspercentage



## Ontwikkeling commerciële voorzieningen



## Ontwikkeling detailhandel



# FEITEN CENTRUM

Type	Binnenstadsstraat
Bezoekmotief	
Verzorgingsgebied	Centrum, Noord
Aantal verkooppunten	49
Winkelvloeroppervlak (incl. horeca/diensten)	2.719
Leegstand (in m <sup>2</sup> wvo)	1.118
Trekkers	Gemeente Breda
Parkeren	€ 1,65 per uur

## BEOORDELING WINKELCENTRUM

**Dagelijks aanbod**

Naast een minisuper is er geen supermarktaanbod in deze winkelstraat. Wel zijn er 2 bakkers en een drogist gevestigd.

**Niet-dagelijks aanbod**

Beperkt aanbod. Wat damesmodezaken, feestartikelenwinkels en speelgoedzaken.

**Overig aanbod**

Er is redelijk wat horeca in deze straat gevestigd. Bijna alle aanwezige branches zijn in tweevoud aanwezig. Er zijn in verhouding wel minder dienstverleningszaken aanwezig. Daarnaast is het Stedelijk Museum hier gelegen

**Leegstand**

8 panden

**Ruimtelijke structuur**

De Boschstraat is een gemengde aanloopstraat, met eenrichtingsverkeer. De Nieuwe Boschstraat telt weinig voorzieningen en voornamelijk woningen.

**Parkeervoorzieningen**

In de Boschstraat kan voor de winkels langsgeparkeerd worden. In de Nieuwe Boschstraat: is parkeren mogelijk in de middenberm. Daarnaast zijn er ook mogelijkheden voor langsparkeren (mede voor bewoners).

**Bereikbaarheid**

Eenrichtingsverkeer vanaf Sophiastreet / Nassastraat zorgt ervoor dat de autobereikbaarheid van dit gebied minder is.

**Uitstraling panden en openbare ruimte**

De Boschstraat oogt wat verouderd, krap en niet echt toegankelijk voor voetgangers. De Nieuwe Boschstraat is ruimer opgezet, met bomen in de middenberm.

## KANSEN EN BEDREIGINGEN

**Kansen**

Realisatie van woningen Gasthuispoort

**Bedreigingen**

-

**Toelichting**

Boschstraat is een gemengd aanloopgebied naar de binnenstad, maar heeft beperkt perspectief als puur winkelgebied. Locatie ligt ook wat verder van het kernwinkelgebied.

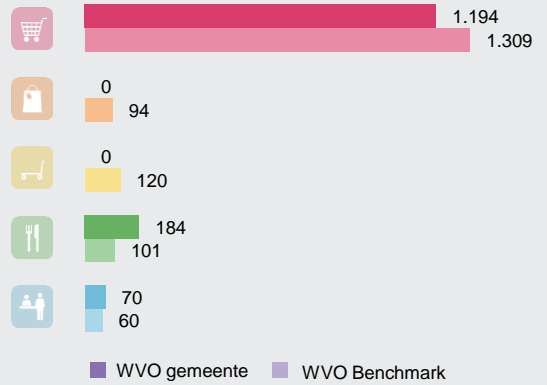
## TOTAALoordeel



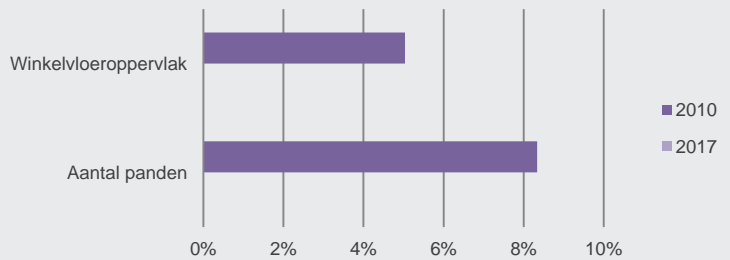


# FEITEN AANBOD

## WVO-benchmark



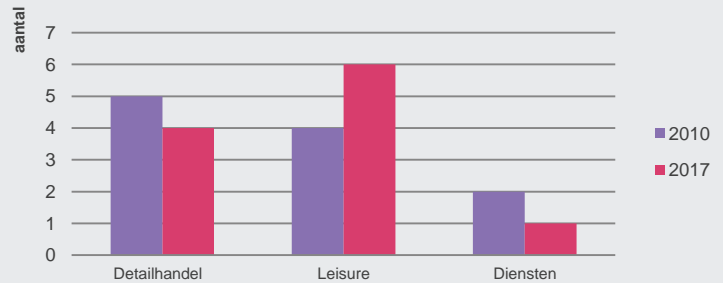
## Leegstandspercentage



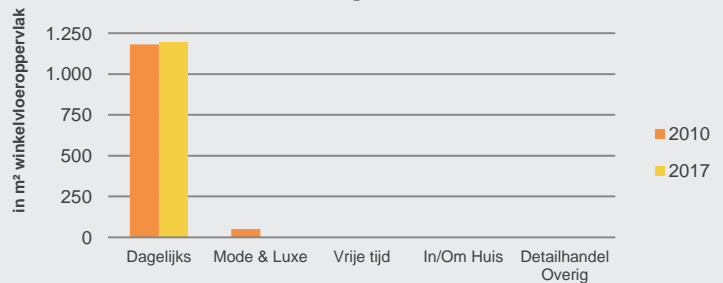
# FEITEN CENTRUM

Type	Ondersteunend supermarktcentrum
Bezoekmotief	
Verzorgingsgebied	Noord-West en Prinsenbeek
Aantal verkooppunten	11
Winkelvloeroppervlak (incl. horeca/diensten)	1.448
Leegstand (in m <sup>2</sup> wvo)	0
Trekkers	Albert Heijn
Parkeren	Gratis

## Ontwikkeling commerciële voorzieningen



## Ontwikkeling detailhandel



## BEOORDELING WINKELCENTRUM

**Dagelijks aanbod**

Een kleine Albert Heijn (919 m<sup>2</sup>). Daarnaast een gering aanbod: een bakker, tabak/lectuurzaak en een drogist.

**Niet-dagelijks aanbod**

Niet-dagelijks aanbod afwezig

**Overig aanbod**

Een vijftal horecazaken (fastfood), daarnaast een kapper en zonnebankstudio.

**Leegstand**

Geen leegstaande panden

**Ruimtelijke structuur**

Winkels centraal rondom plein geconcentreerd.

**Parkeervoorzieningen**

Parkeerplein omringd door winkels

**Bereikbaarheid**

Makkelijk te bereiken vanaf doorgaande weg (Kesterenlaan)

**Uitstraling panden en openbare ruimte**

Verouderde uitstraling. Ontoegankelijke aanblik door beplakte ramen. Wekt de indruk dat er leegstand is, terwijl dit niet het geval is. Kleinschalig.

## KANSEN EN BEDREIGINGEN

**Kansen**

Ruimte voor discount-supermarkt bij mogelijk vertrek Albert Heijn

**Bedreigingen**

Vertrek van Albert Heijn is reëel, waarbij mogelijk niet direct nieuwe invulling paraat is

In algemene zin druk op buurtwinkelcentra

Discounter of supermarktontwikkelingen Heksenwiel

**Toelichting**

Dagelijkse verzorgingsfunctie leunt op supermarkt. Daarbij is het een reële mogelijkheid dat de Albert Heijn hier op termijn zijn deuren sluit. Indien geen herinvulling van supermarkt plaatsvindt, dan verdere verkleuring naar fastfood/dienstenstrip', niet langer als winkelgebied. Toekomstperspectief is (zeer) kwetsbaar.

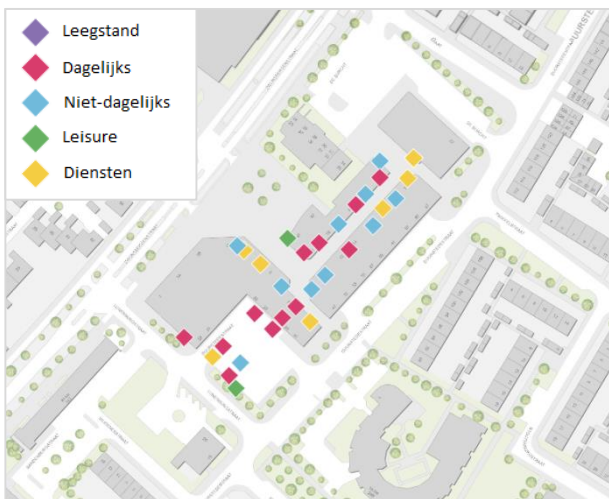
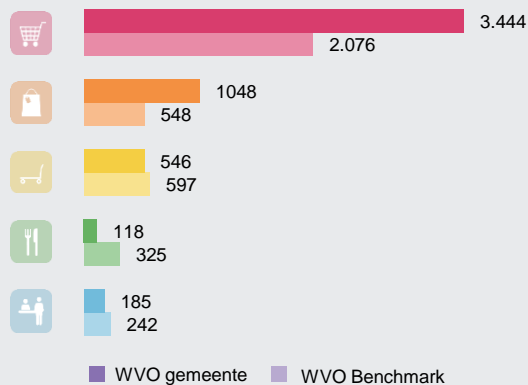
## TOTAALoordeel



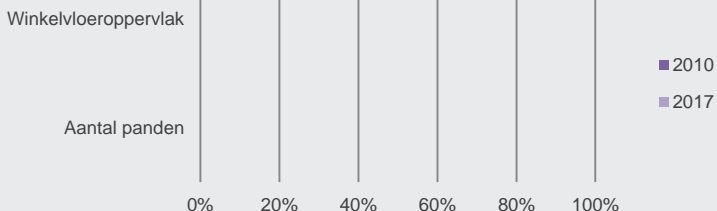


## FEITEN AANBOD

### WVO-benchmark



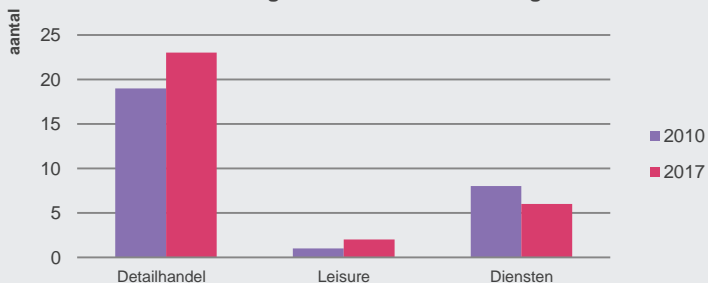
### Leegstandspercentage



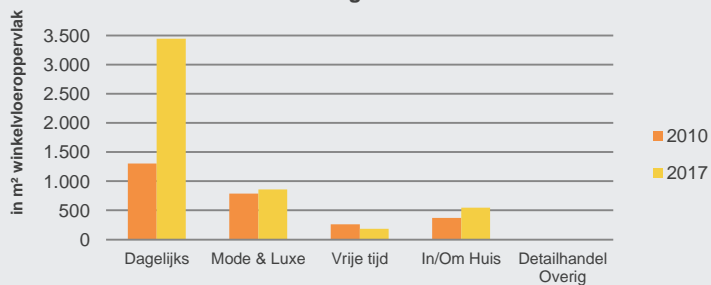
## FEITEN CENTRUM

Type	Ondersteunend wijkcentrum klein
Bezoekmotief	
Verzorgingsgebied	Zuid-Oost, Bavel en Ulvenhout
Aantal verkooppunten	31
Winkelvloeroppervlak (incl. horeca/diensten)	5.341
Leegstand (in m <sup>2</sup> wvo)	0
Trekkers	AH, Jumbo, Kruidvat, Blokker
Parkeren	Gratis

### Ontwikking commerciële voorzieningen



### Ontwikking detailhandel





BEOORDELING WINKELCENTRUM



**Dagelijks aanbod**

Een gemiddelde Albert Heijn (1.160 m<sup>2</sup>) en Jumbo (1.125 m<sup>2</sup>), aangevuld met zeer compleet versaanbod: een bakker, vlaaien, kaaswinkel, slager, slijter, viswinkel en een drogist.



**Niet-dagelijks aanbod**

Aanbod met name gericht op frequent niet-dagelijkse aankopen (Blokker, Zeeman, dierenzaak, bloemist, optiek) en enkele modezaken.



**Overig aanbod**

Enkele horecazaken (fastfood), schoenreparatie, 2 kappers, stomerij, reisbureau en bankfiliaal.



**Leegstand**

Geen leegstaande panden



**Ruimtelijke structuur**

Recent opgeknapte overdekte passage met supermarkten aan weerszijden.



**Parkeervoorzieningen**

Parkeervoorzieningen rondom.



**Bereikbaarheid**

Langs doorgaande weg (Zwijnsbergenstraat)



**Uitstraling panden en openbare ruimte**

Modern, ruim opgezet met zeer verzorgde uitstraling passage en winkels.

KANSEN EN BEDREIGINGEN

**Kansen**

Op termijn verdere versterking door toevoeging complementaire supermark (discounter)

**Bedreigingen**

-

**Toelichting**

Toekomstperspectief is goed, mede door modernisering en uitbreiding. Op termijn evt. Versterken van het aanbod door toevoeging complementaire supermarkt (verplaatsende discounter).

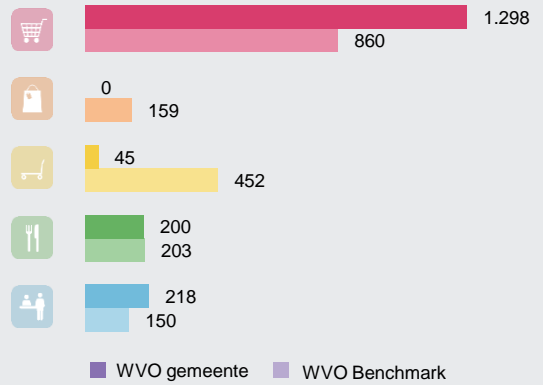
TOTAALoordeel



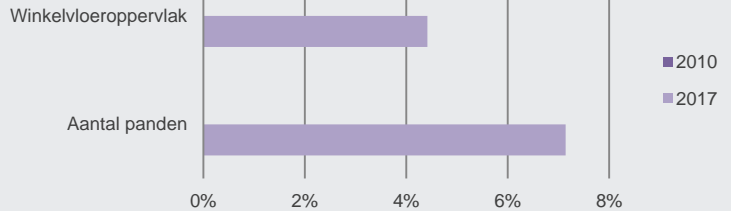


# FEITEN AANBOD

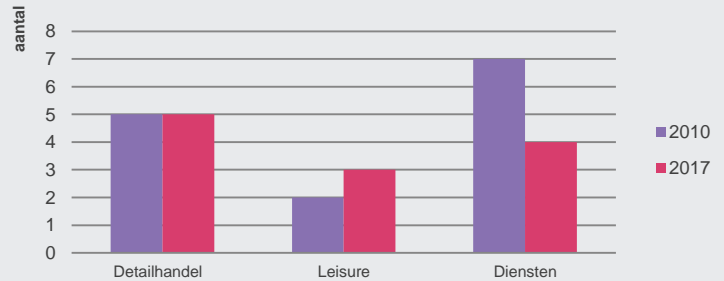
## WVO-benchmark



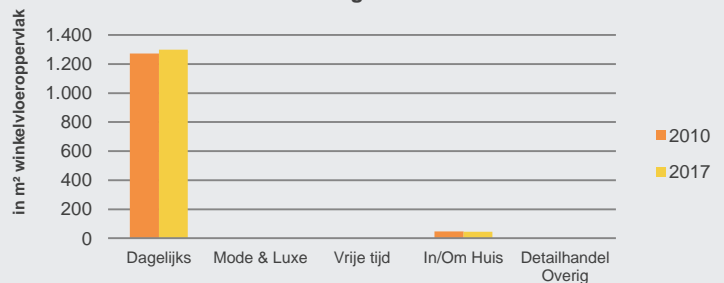
## Leegstandspercentage



## Ontwikking commerciële voorzieningen



## Ontwikking detailhandel



# FEITEN CENTRUM

Type	Ondersteunend buurtcentrum
Bezoekmotief	
Verzorgingsgebied	Noord-West en Prinsenbeek
Aantal verkooppunten	12
Winkelvloeroppervlak (incl. horeca/diensten)	1.761
Leegstand (in m² wvo)	100
Trekkers	Jumbo, Kruidvat
Parkeren	Gratis

## BEOORDELING WINKELCENTRUM



### Dagelijks aanbod

Een compacte Jumbo (1.050 m<sup>2</sup>) met beperkt aanvullend dagelijks aanbod (een bakker, slager en een drogist)



### Niet-dagelijks aanbod

Een bloemist.



### Overig aanbod

Een tweetal horecazaken (fastfood) en diverse dienstverleners (2 kappers, schoonheidsspecialist en fietsreparatie), passend bij functie winkelgebied.



### Leegstand

Eén pand



### Ruimtelijke structuur

Supermarkt met deels overdekte winkelstrip en woningen erboven.



### Parkeervoorzieningen

Opnieuw ingericht, plein om het cluster heen



### Bereikbaarheid

Gemakkelijk vanaf doorgaande weg te bereiken



### Uitstraling panden en openbare ruimte

Verouderde uitstraling complex (ook plafonds, tegels) en smalle donkere steeg tussen winkels. Verbetering uitstraling / onderhoud is wenselijk. Openbare ruimte is recent opgeknapt.

## KANSEN EN BEDREIGINGEN

### Kansen

Aanpak uitstraling winkelcentrum.

### Bedreigingen

Supermarktontwikkelingen Heksenwiel

In algemene zin druk op buurtwinkelcentra

Discounter bij De Berg

### Toelichting

Uitstraling / onderhoud en op peil houden aanbod is een aandachtspunt.

Toekomstperspectief is redelijk.

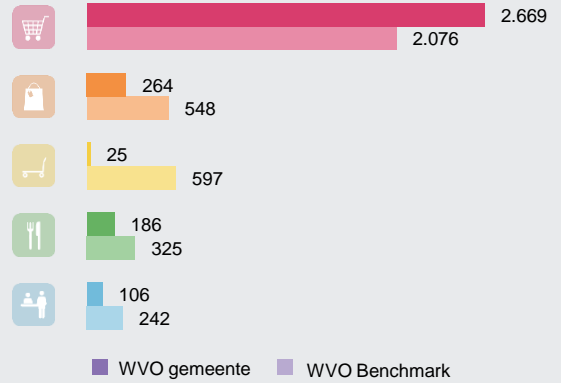
## TOTAALORDEEL



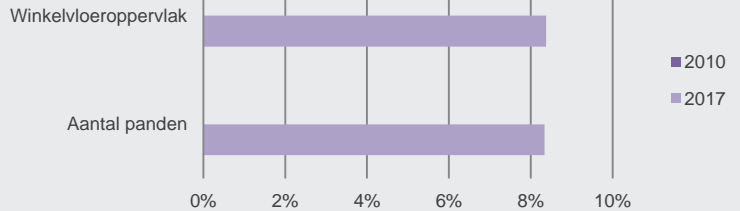


## FEITEN AANBOD

### WVO-benchmark



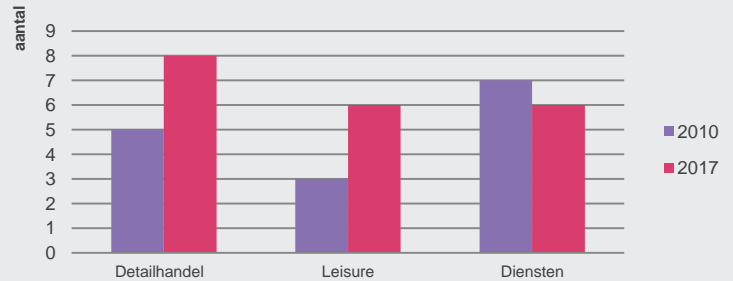
### Leegstandspercentage



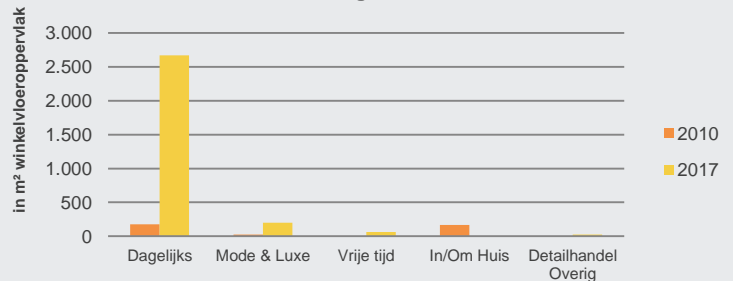
## FEITEN CENTRUM

Type	Ondersteunend wijkcentrum klein
Bezoekmotief	
Verzorgingsgebied	West
Aantal verkooppunten	20
Winkelvloeroppervlak (incl. horeca/diensten)	3.250
Leegstand (in m <sup>2</sup> wvo)	470
Trekkers	Jumbo, Lidl, Kruidvat
Parkeren	Gratis

### Ontwikkeling commerciële voorzieningen



### Ontwikkeling detailhandel



## BEOORDELING WINKELCENTRUM

**Dagelijks aanbod**

Een grote Jumbo (1.390 m<sup>2</sup>) en redelijke Lidl (900 m<sup>2</sup>), aangevuld met beperkt dagelijks aanbod: een bakker, tabak/lectuurzaak en een drogist

**Niet-dagelijks aanbod**

Beperkt aanvullend aanbod: Zeeman, bloemist en tweedehandswinkel.

**Overig aanbod**

In januari is in dit gebied een mondcentrum geopend. Daarnaast zijn er 4 horecazaken (fasfood) en enkele dienstverleners (kappers, postkantoor, massagesalon) aanwezig.

**Leegstand**

Twee panden

**Ruimtelijke structuur**

Aanbod in plint van drie woongebouwen, gescheiden door weg (Dr. Struyckenstraat). Dagelijks aanbod aan een zijde van de weg, diensten en leisure aan andere zijde.

**Parkeervoorzieningen**

Parkeerplein voor de supermarkten. Erg vol en kleine vakken.

**Bereikbaarheid**

Aan doorgaande weg (Dr. Struyckenstraat).

**Uitstraling panden en openbare ruimte**

Net, modern nieuwbouwcomplex met woningen erboven. Verzorgde uitstraling.

## KANSEN EN BEDREIGINGEN

**Kansen**

-

**Bedreigingen**

Onvoldoende parkeerplekken (ook voor bewoners)

**Toelichting**

Toekomstperspectief is redelijk goed, door aanwezigheid twee complementaire supermarkten. Parkeren is een aandachtspunt.

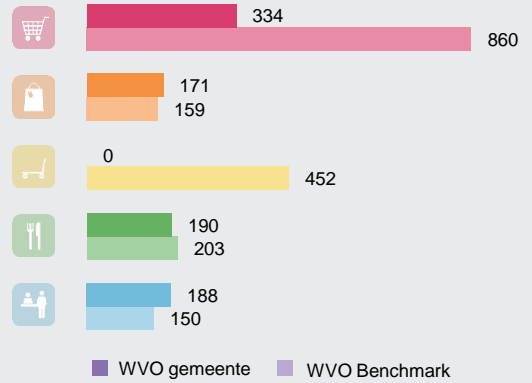
## TOTAALoordeel



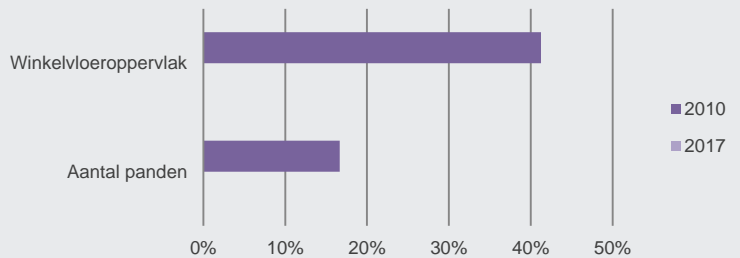


## FEITEN AANBOD

WVO-benchmark



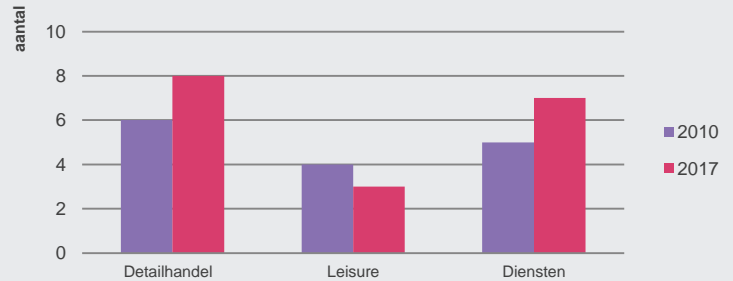
Leegstandspercentage



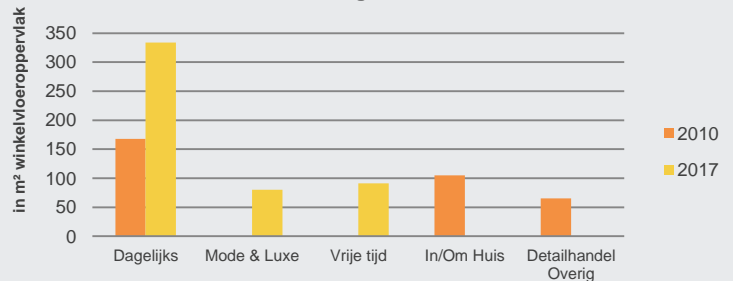
## FEITEN CENTRUM

Type	Ondersteunend buurtcentrum
Bezoekmotief	
Verzorgingsgebied	Noord
Aantal verkooppunten	18
Winkelvloeroppervlak (incl. horeca/diensten)	883
Leegstand (in m <sup>2</sup> wvo)	0
Trekkers	-
Parkeren	Gratis

Ontwikkeling commerciële voorzieningen



Ontwikkeling detailhandel



## BEOORDELING WINKELCENTRUM

**Dagelijks aanbod**

Twee minisupers van geringe omvang. Daarnaast een matig aanbod: een bakker, viswinkel en een toko

**Niet-dagelijks aanbod**

Gering aanbod met een huishoudelijke artikelenzaak, woningtextiel en auto HiFizaak

**Overig aanbod**

Vier horecazaken en vijf ambachtzaken (kappers, kledingreparatie)

**Leegstand**

Geen leegstand volgens Locatus, echter twijfel bij functioneren van 1 winkel.

**Ruimtelijke structuur**

Twee winkelstrips rondom parkeerplein. Deze strips staan haaks op elkaar.

**Parkeervoorzieningen**

Ruim voldoende parkeerplekken op het plein

**Bereikbaarheid**

Vanuit doorgaande weg kan men redelijk snel de wijk in.

**Uitstraling panden en openbare ruimte**

Verzorgd, recent opgeknapt (parkeer)plein. Eenduidigheid in signing. Niet echt sfeervol, maar wel degelijk. Ook uitstraling puien wat verouderd.

## KANSEN EN BEDREIGINGEN

**Kansen**

-

**Bedreigingen**

In algemene zin druk op buurtwinkelcentra

Uitbreiding Hoge Vucht

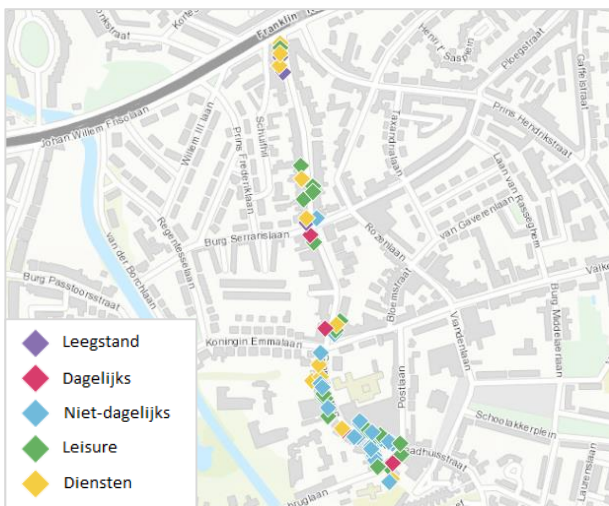
Opwaardering Belcrumweg

**Toelichting**

In 2010 gerekend tot verspreide bewinkeling, niet als winkelgebied opgenomen in de detailhandelsvisie. Toekomstperspectief is kwetsbaar, afhankelijk van trekkracht / kwaliteit individuele ondernemers i.v.m. ontbreken supermarkt.

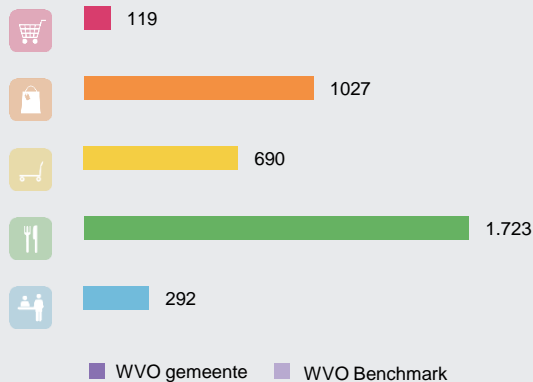
## TOTAALoordeel



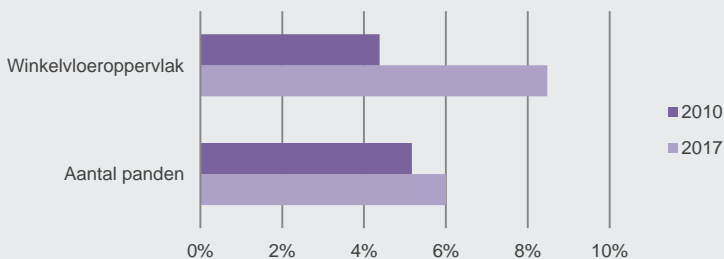


# FEITEN AANBOD

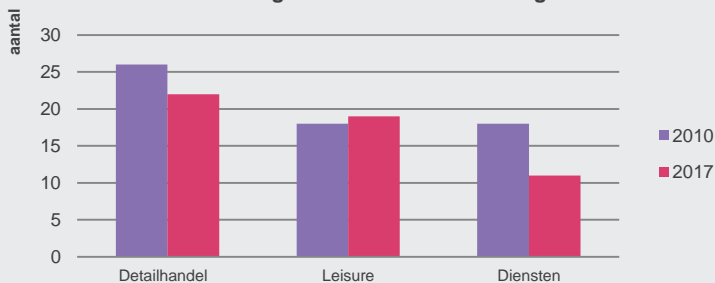
## WVO-benchmark



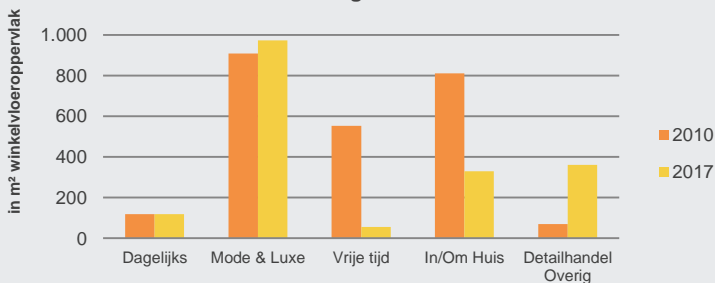
## Leegstandspercentage



## Ontwikking commerciële voorzieningen



## Ontwikking detailhandel



# FEITEN CENTRUM

Type	Winkelstraat
Bezoekmotief	
Verzorgingsgebied	Zuid, Oost, Bavel
Aantal verkooppunten	52
Winkelvloeroppervlak (incl. horeca/diensten)	3.851
Leegstand (in m² wvo)	255
Trekkers	
Parkeren	Gratis



BEOORDELING WINKELCENTRUM



**Dagelijks aanbod**

Er is geen supermarkt aanwezig. Enkel een bakker en 2 wijnwinkels. Ten zuiden van dit winkelgebied zijn wel solitair een Aldi en Lidl gevestigd.



**Niet-dagelijks aanbod**

Er is een beperkt aanbod met niet-dagelijks aanbod, voornamelijk modisch



**Overig aanbod**

In totaal zijn er 18 horecagelegenheden, vijf kappers en wat particuliere dienstverlening (makelaars en massagesalons) gevestigd.



**Leegstand**

Drie panden, maar de apotheek en cafetaria komen later in 2017 te huur te staan.



**Ruimtelijke structuur**

De Ginnekenweg is een straat die uitkomt op de markt. Aan de Ginnekenmarkt zijn voornamelijk horecagelegenheden gevestigd. De Ginnekenweg is smal en er is daardoor weinig ruimte voor auto's.



**Parkeervoorzieningen**

Langs de weg. Smalle straatjes waar er weinig ruimte is voor de auto.



**Bereikbaarheid**

Aan de doorgaande weg, smalle straat. Meer ingericht voor langzaam verkeer.



**Uitstraling panden en openbare ruimte**

De openbare ruimte is sfeervol en gezellig ingericht. Bestrating en groen is net en onderhouden. Weinig ruimte voor autoverkeer. Erg veel horecagelegenheden met terrassen.

KANSEN EN BEDREIGINGEN

**Kansen**

Verder toename van horeca-aanbod.

**Bedreigingen**

-

**Toelichting**

Ginneken is een heel specifiek winkelgebied en een bijzonder element in de detailhandelstructuur. Het biedt vooral veel horeca in een sfeervolle omgeving, waardoor het medebepalend is voor de uitstraling van Breda. Het toekomstperspectief als recreatief-verblijfsgebied (grote horeca-component) is goed.

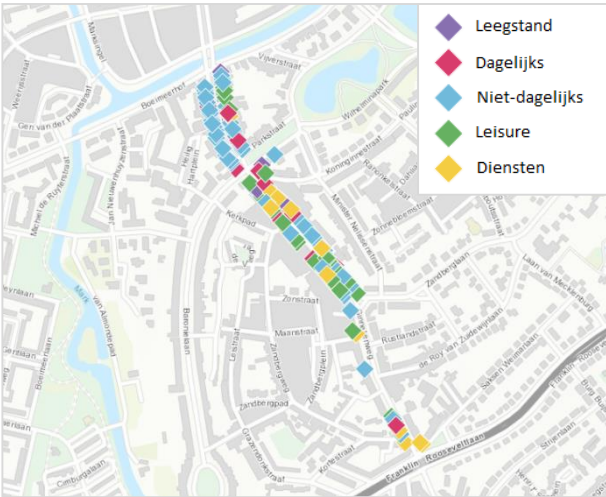
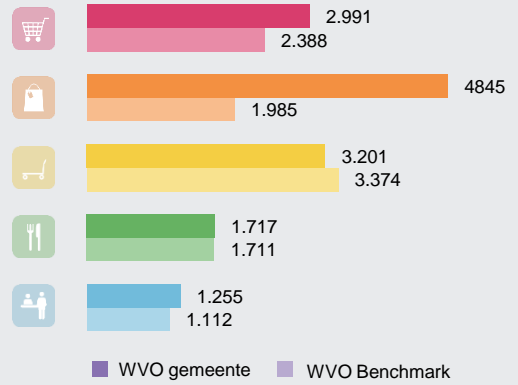
TOTAALoordeel



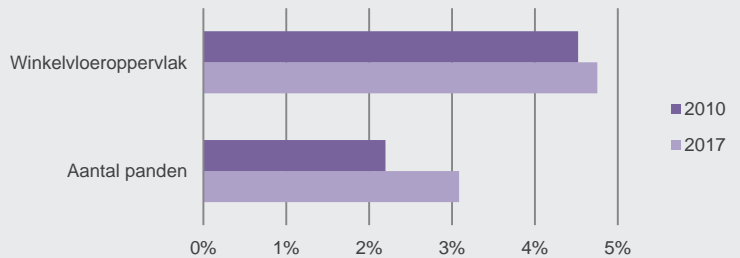


## FEITEN AANBOD

### WVO-benchmark



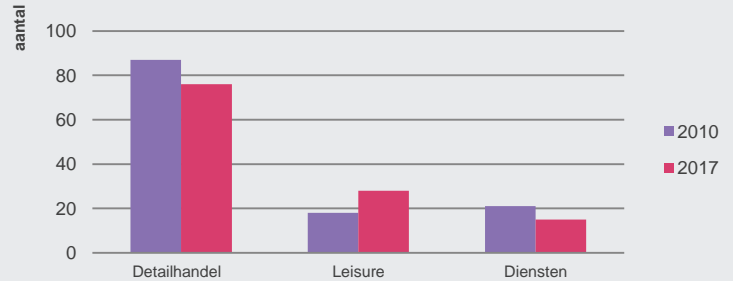
### Leegstandspercentage



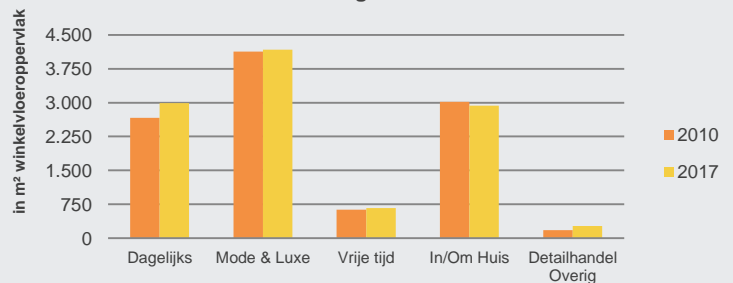
## FEITEN CENTRUM

Type	Binnenstedelijke winkelstraat
Bezoekmotief	
Verzorgingsgebied	Gemeentelijk
Aantal verkooppunten	119
Winkelvloeroppervlak (incl. horeca/diensten)	11.037
Leegstand (in m <sup>2</sup> wvo)	826
Trekkers	Albert Heijn, Kruidvat
Parkeren	€ 1,40 per uur / Gratis

### Ontwikkeling commerciële voorzieningen



### Ontwikkeling detailhandel



BEOORDELING WINKELCENTRUM



**Dagelijks aanbod**

Een Albert Heijn van moderne omvang (1.160 m2) en biologische supermarkt Odin (355 m2). Beperkt overig dagelijks aanbod. In de Wilhelminastraat is geen supermarkt aanwezig, wel een wijnwinkel en twee parfumeries.



**Niet-dagelijks aanbod**

Ruim aanbod: veelal damesmode, woondecoratie en speelgoedzaken. In Wilhelminastraat voornamelijk in hogere segment.



**Overig aanbod**

Een divers aanbod aan horecazaken, ambachten (kappers, schoonheidsspecialist en drukwerk) en particuliere dienstverlening (makelaars, massagesalon en uitzendbureaus)



**Leegstand**

Vijf panden, waarvan een in de Wilhelminastraat. Eén leegstaand pand is inmiddels weer verhuurd.



**Ruimtelijke structuur**

Wilhelminastraat is een vrij langgerekte en brede winkelstraat met aan beide zijden winkels en in het midden parkeren. Aan de Ginnekenweg is het winkelaanbod wat meer versnipperd gelegen langs doorgaande weg.



**Parkeervoorzieningen**

Wilhelminastraat: parkeren in middenberm van de strip met wat groenelementen. Betaald parkeren € 1,40 p/u.  
Ginnekenweg: langsparkeren (gratis)



**Bereikbaarheid**

Prima bereikbaar vanaf de doorgaande weg en het centrum.



**Uitstraling panden en openbare ruimte**

Panden aan de Wilhelminastraat zijn erg historisch en hoogwaardig qua uitstraling, terwijl sommige panden aan de Ginnekenweg wat verouderde / goedkopere uitstraling.

KANSEN EN BEDREIGINGEN

**Kansen**

Uniek karakter

**Bedreigingen**

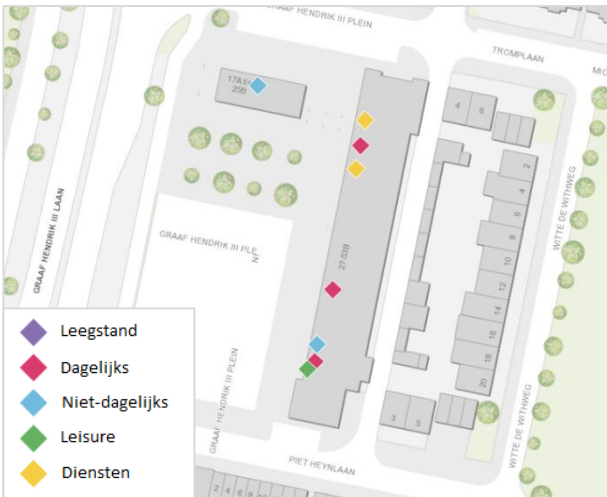
Teveel verschuiving naar 'ketenbedrijven' (in hoge segment), waardoor unieke karakter onder druk komt te staan

**Toelichting**

De Wilhelminastraat is een specifieke winkelstraat gericht op het hogere segment en hiermee een bijzonder element in de detailhandelstructuur. Het heft een luxueus aanbod aan mode en woonzaken, waardoor deze straat medebepalend is voor de uitstraling van Breda. Het toekomstperspectief is goed.

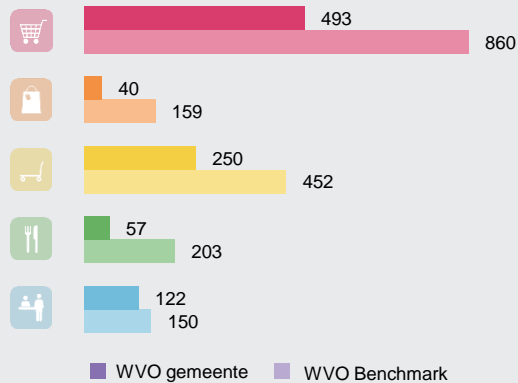
TOTAALoordeel



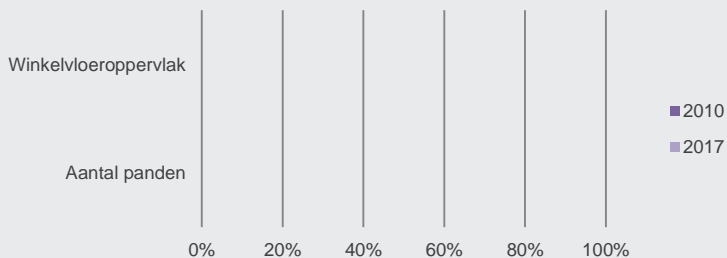


## FEITEN AANBOD

### WVO-benchmark



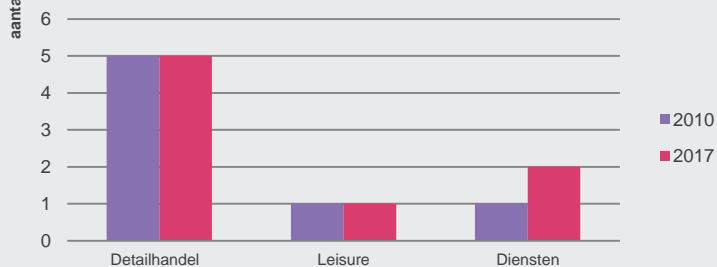
### Leegstandspercentage



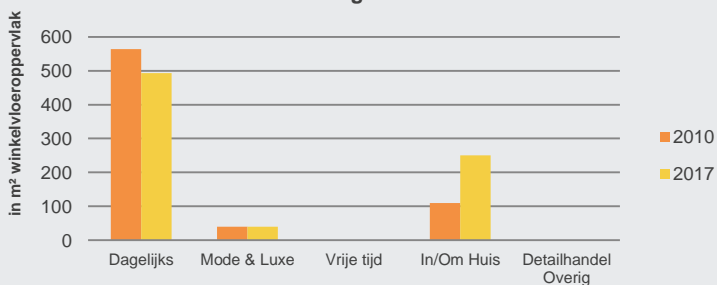
## FEITEN CENTRUM

Type	Ondersteunend buurtcentrum
Bezoekmotief	
Verzorgingsgebied	Zuid
Aantal verkooppunten	8
Winkelvloeroppervlak (incl. horeca/diensten)	962
Leegstand (in m <sup>2</sup> wvo)	0
Trekkers	Aldi
Parkeren	Gratis

### Ontwikkeling commerciële voorzieningen



### Ontwikkeling detailhandel



## BEOORDELING WINKELCENTRUM

**Dagelijks aanbod**

Een zeer kleine Aldi (420 m<sup>2</sup>) en daarnaast een beperkt aanvullend aanbod: bakker en slager

**Niet-dagelijks aanbod**

Een optiek en een meubelenzaak

**Overig aanbod**

Een horecagelegenheid, een kapper en financiële dienstverlening

**Leegstand**

Geen leegstaande panden.

**Ruimtelijke structuur**

Winkelstrip met fietsenrekken en parkeerplaats voor de strip.

**Parkeervoorzieningen**

Voor de winkelstrip

**Bereikbaarheid**

Zijstraat loopt parallel aan doorgaande weg (Graaf Hendrik III straat)

**Uitstraling panden en openbare ruimte**

Redelijk verzorgde strip, met eenvoudige uitstraling, ook openbare ruimte is eenvoudig. Ook uitstraling puien en signing wat verouderd.

## KANSEN EN BEDREIGINGEN

**Kansen**

Evt. op termijn uitbreiding Aldi (echter geen concrete plannen)

**Bedreigingen**

Evt. op termijn vertrek van Aldi

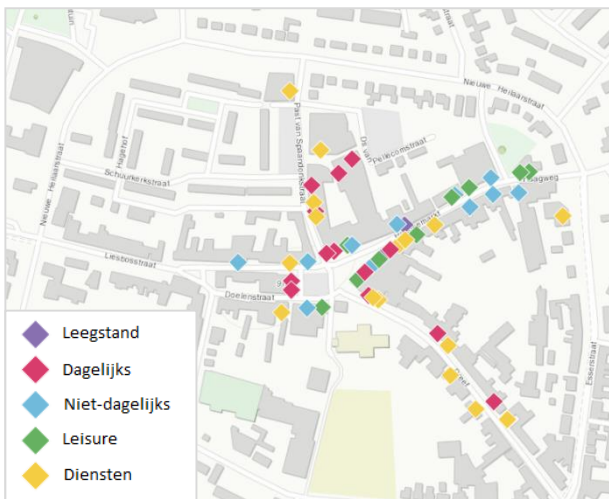
In algemene zin druk op buurtwinkelcentra

**Toelichting**

Perspectief is matig, gezien kleinschaligheid van Aldi. Verwachting is dat deze op termijn zal willen vergroten of verplaatsen.

## TOTAALoordeel



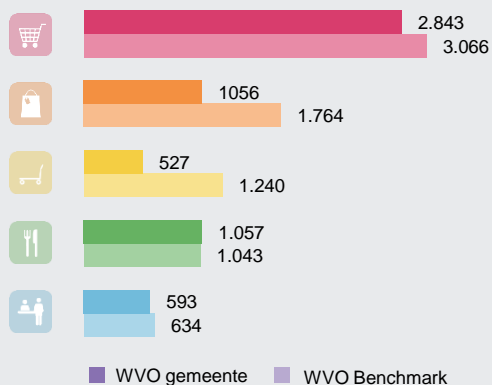


# FEITEN CENTRUM

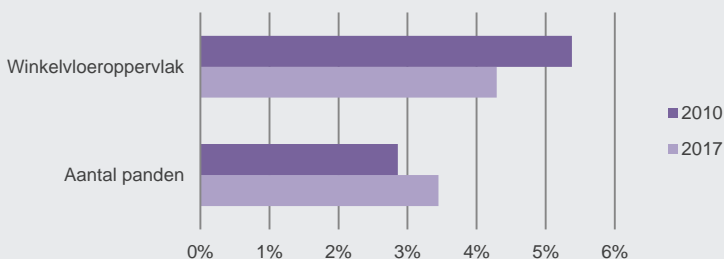
Type	Ondersteunend wijkcentrum groot
Bezoekmotief	
Verzorgingsgebied	West
Aantal verkooppunten	48
Winkelvloeroppervlak (incl. horeca/diensten)	6.069
Leegstand (in m <sup>2</sup> wvo)	319
Trekkers	Jumbo, Albert Heijn, Hema
Parkeren	Gratis

# FEITEN AANBOD

## WVO-benchmark



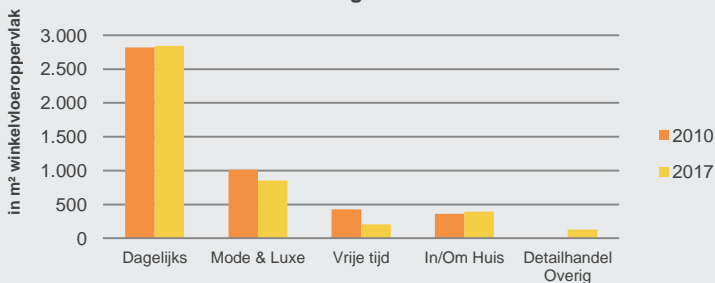
## Leegstandspercentage



## Ontwikkeling commerciële voorzieningen



## Ontwikkeling detailhandel



## BEOORDELING WINKELCENTRUM

**Dagelijks aanbod**

Een Jumbo (1.100 m<sup>2</sup>) en Albert Heijn (1.130 m<sup>2</sup>), beiden van moderne omvang. Daarnaast een compleet aanbod: een bakker, kaaswinkel, slager, slijter, viswinkel, zoetwaren en een drogist.

**Niet-dagelijks aanbod**

Divers aanbod uit de mode/luxe-, vrijetijds- en in/om-huisbranche

**Overig aanbod**

Negen horecazaken, negen ambachtenzaken (kappers, schoonheidsspecialisten) en wat financiële en particuliere dienstverlening.

**Leegstand**

Twee panden

**Ruimtelijke structuur**

Meeste aanbod geconcentreerd rondom marktplein en Haagweg, supermarkten liggen geconcentreerd in een cluster in zijstraat.

**Parkeervoorzieningen**

Hoge parkeerdruk

**Bereikbaarheid**

Centrum van Princenhage is redelijk goed te bereiken

**Uitstraling panden en openbare ruimte**

Rondom plein hoogwaardige uitstraling van historische panden met verzorgde openbare ruimte. Rondom supermarkten is uitstraling sober.

## KANSEN EN BEDREIGINGEN

**Kansen**

Plannen voor herinrichting openbare ruimte met meer groen en optimaliseren van parkeersituatie.

Toename van horeca

**Bedreigingen**

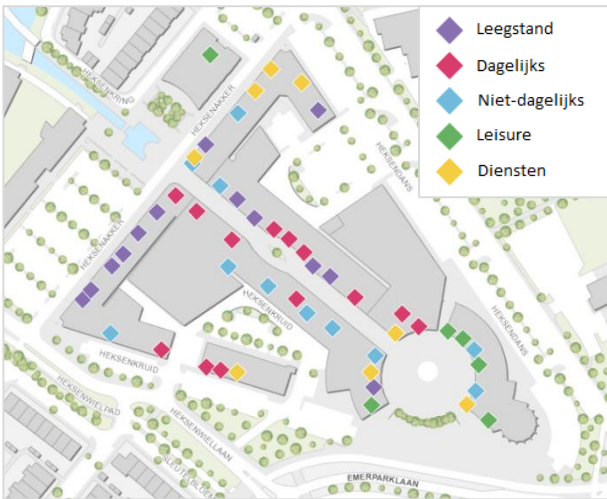
Vertrek van enkele zelfstandig ondernemers.

**Toelichting**

## TOTAALoordeel

Perspectief is redelijk goed, gezien aanwezige complete aanbod en aanvullende onderscheidende aanbod en uitstraling. Parkeren is een aandachtspunt. Verdere verschuiving van profiel naar recreatief verblijfsgebied is positief, mits voldoende ruimte voor het dagelijkse winkelaanbod / parkeren.



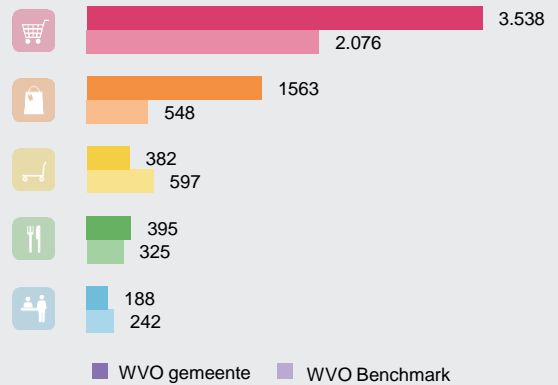


# FEITEN CENTRUM

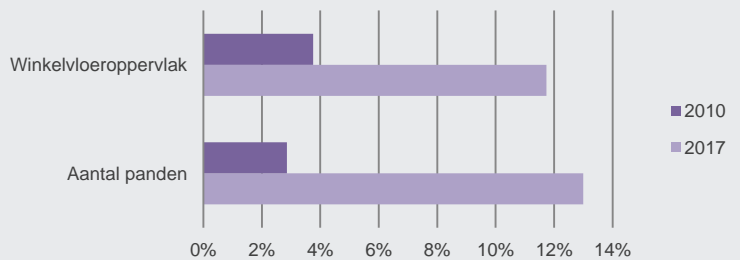
Type	Ondersteunend wijkcentrum klein
Bezoekmotief	
Verzorgingsgebied	Noord-West
Aantal verkooppunten	37
Winkelvloeroppervlak (incl. horeca/diensten)	6.066
Leegstand (in m <sup>2</sup> wvo)	1.187
Trekkers	Albert Heijn, Emté, Kruidvat, Hema, Blokker
Parkeren	Gratis

# FEITEN AANBOD

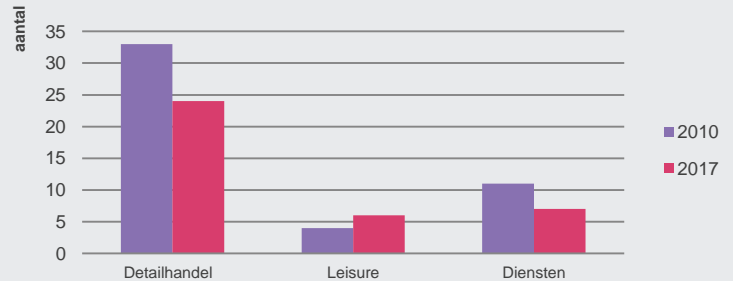
## WVO-benchmark



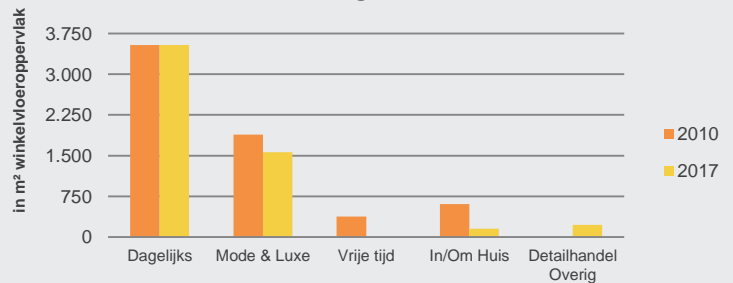
## Leegstandspercentage



## Ontwikkeling commerciële voorzieningen



## Ontwikkeling detailhandel





## BEOORDELING WINKELCENTRUM

**Dagelijks aanbod**

Een grote Albert Heijn (1.500 m<sup>2</sup>), gemiddelde Emté (1.160 m<sup>2</sup>) en minisuper. Daarnaast een compleet aanbod: een bakker, vlaaienwinkel, toko, kaaswinkel, slager, slijter, tabak/lectuurzaak en een drogist

**Niet-dagelijks aanbod**

Matig aanbod met een paar trekkers: Hema, Shoeby, Zeeman, Jola en Blokker

**Overig aanbod**

Gevarieerd aanbod aan horeca, ambachten en financiële en particuliere dienstverlening. Weekmarkt met 22 kramen op woensdag

**Leegstand**

13 panden. De leegstand is met name geconcentreerd rondom de buitenkant van het complex (Heksenwaag). Ook zijn er nog enkele leegstaande panden in de passage gelegen.

**Ruimtelijke structuur**

Centrale winkelpassage in openlucht met aan beide zijden een plein.

**Parkeervoorzieningen**

Parkeeterreinen rondom winkelgebied, echter loopafstanden zijn vrij lang. heen.

**Bereikbaarheid**

Naast doorgaande weg (Emerparklaan, Heksenakker). Doordat winkelgebied in een uithoek van de wijk ligt is de bereikbaarheid minder goed.

**Uitstraling panden en openbare ruimte**

Ruim opgezet, jaren 80/90-stijl. Woningen rondom boven het winkelcentrum. Openbare ruimte is eenvoudig. Ook uitstraling puien en signing wat verouderd.

## KANSEN EN BEDREIGINGEN

**Kansen**

Uitbreiding Albert Heijn

Algemene upgrade met kwaliteitsslag in openbaar gebied, doorgang vanuit passage naar het parkeeterrein bij de sportvelden, concentratie van detailhandel in passage, horeca aan ronde plein, aan de buitenzijden inzet op dienstverlening / werkplekken / diverse bedrijvigheid.

Toevoegen discountsupermarkt

**Bedreigingen**

Verdere toename leegstand

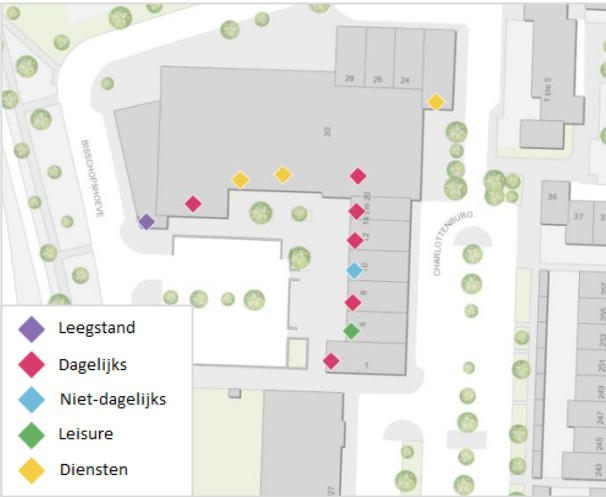
Discounter bij De Berg

**Toelichting**

Het toekomstperspectief van het winkelgebied is redelijk tot goed, echter onder voorwaarde van versterking van het supermarktaanbod (beoogde vergroting AH en mogelijke verandering Emté als gevolg van ontwikkelingen binnen de formule) en de geplande ingrepen in parkeren en openbare ruimte.

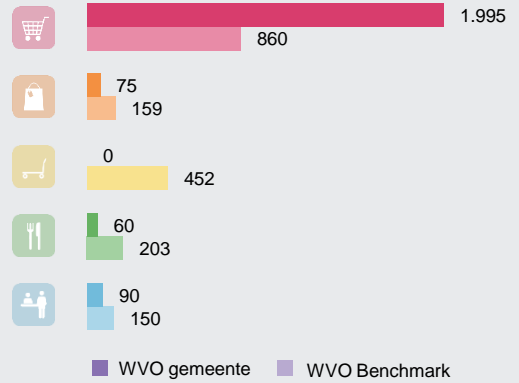
## TOTAALoordeel



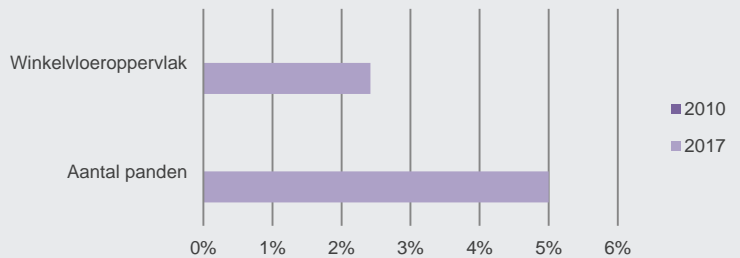


# FEITEN AANBOD

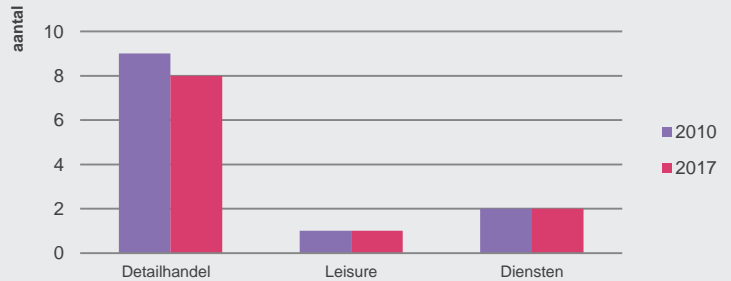
## WVO-benchmark



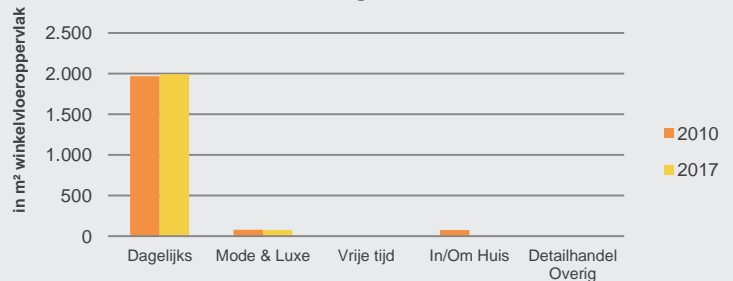
## Leegstandspercentage



## Ontwikkeling commerciële voorzieningen



## Ontwikkeling detailhandel



# FEITEN CENTRUM

Type	Ondersteunend buurtcentrum
Bezoekmotief	
Verzorgingsgebied	Oost, Teteringen
Aantal verkooppunten	11
Winkelvloeroppervlak (incl. horeca/diensten)	2.220
Leegstand (in m <sup>2</sup> wvo)	80
Trekkers	Albert Heijn
Parkeren	Gratis

## BEOORDELING WINKELCENTRUM

**Dagelijks aanbod**

Een grote Albert Heijn (1.300 m<sup>2</sup>) met vrij compleet aanvullend aanbod: een bakker, slager, slijter, tabak/lectuurzaak, viswinkel en een drogist

**Niet-dagelijks aanbod**

Enkel een modezaak

**Overig aanbod**

Vier kappers en een fastfoodzaak

**Leegstand**

Eén pand

**Ruimtelijke structuur**

Compact cluster met winkels, gesitueerd rondom parkeerplein

**Parkeervoorzieningen**

Plein omringd door winkels, wat klein opgezet. Aan de achterzijde van het cluster zijn ook nog parkeervoorzieningen.

**Bereikbaarheid**

Straat loopt parallel aan doorgaande weg

**Uitstraling panden en openbare ruimte**

Redelijk, openbare ruimte is eenvoudig, enig onderhoud is gewenst. Ook uitstraling puien en signing wat verouderd.

## KANSEN EN BEDREIGINGEN

**Kansen**

Aanvullen met niet-dagelijks aanbod

**Bedreigingen**

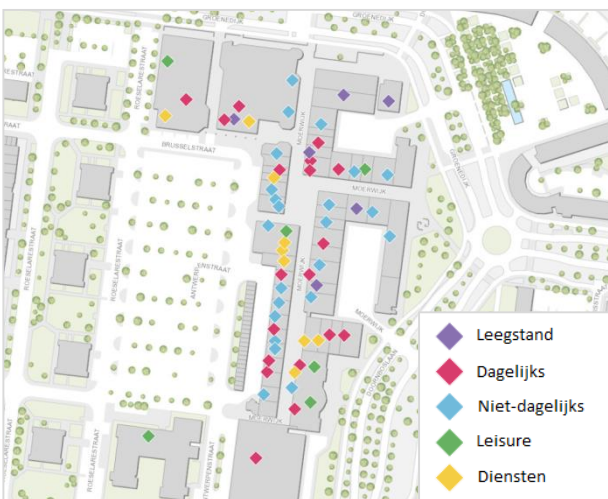
In algemene zin druk op buurtwinkelcentra

**Toelichting**

Perspectief is redelijk goed, er is een redelijk compleet dagelijks aanbod en een grote supermarkt, waardoor dit winkelgebied volstaat als ondersteunend buurtwinkelcentrum. Onderhoud aan openbare ruimte en panden is gewenst.

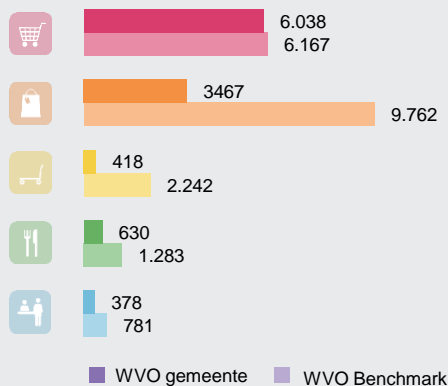
## TOTAALoordeel





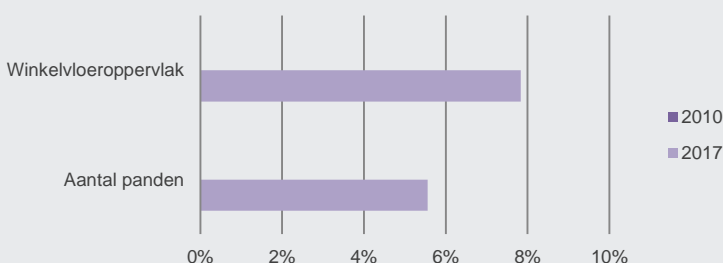
# FEITEN AANBOD

## WVO-benchmark



■ WVO gemeente ■ WVO Benchmark

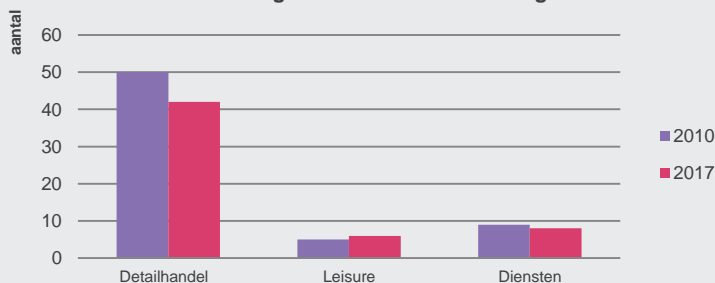
## Leegstandspercentage



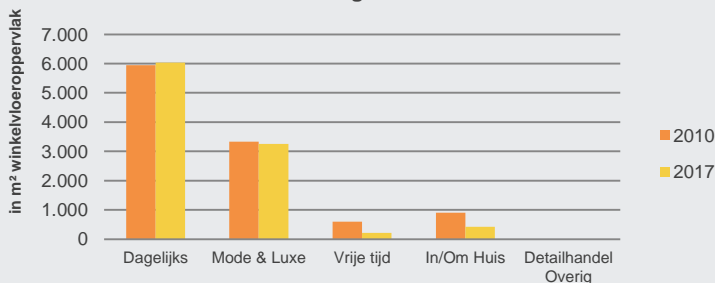
# FEITEN CENTRUM

Type	Ondersteunend stadsdeelcentrum
Bezoekmotief	
Verzorgingsgebied	Noord en Teteringen
Aantal verkooppunten	56
Winkelvloeroppervlak (incl. horeca/diensten)	10.931
Leegstand (in m <sup>2</sup> wvo)	1.450
Trekkers	Kruidvat, Albert Heijn, Emté, Aldi, Hema
Parkeren	Gratis

## Ontwikking commerciële voorzieningen



## Ontwikking detailhandel



## BEOORDELING WINKELCENTRUM

**Dagelijks aanbod**

Drietal supermarkten van moderne omvang: grote Albert Heijn (2.100 m<sup>2</sup>) aan de ene kant van het winkelcentrum en Emté (1.580 m<sup>2</sup>) en Aldi (945 m<sup>2</sup>) aan de andere kant. Daarnaast een compleet aanbod: een groente/fruitwinkel, bakker, vlaaien, toko, minisuper, kaaswinkel, poelier, slijter, tabak, viswinkel, zoetwaren en een drogist

**Niet-dagelijks aanbod**

Redelijk aanbod met efficiënt-recreatieve zaken en verder vooral modezaken. Recente toevoeging Action.

**Overig aanbod**

Redelijk aanbod, waaronder wat lunchrooms, kappers, reisbureaus en banken. Weekmarkt met 18 kramen op donderdagochtend.

**Leegstand**

Zes panden, echter in september 7 nieuwe huurcontracten afgesloten. Panden worden dus in ieder geval deels heringevuld, o.a. door fotozaak en Blokker. Ook enkele panden aan buitenzijde leeg.

**Ruimtelijke structuur**

Overdekt en ruim opgezet centrum, met supermarkten aan weerszijden van het winkelgebied en in het midden een overdekt plein. Sterk naar binnen gericht.

**Parkeervoorzieningen**

Groot parkeerplein aan westzijde winkelcentrum

**Bereikbaarheid**

Prima, sommige entrees zijn enkel ingericht op voetgangers / fietsers

**Uitstraling panden en openbare ruimte**

Intern verouderde uitstraling. Wel pleinoverkapping en bestrating plein recent vernieuwd. Veel uitstallingen in passage geven rommelig beeld.

## KANSEN EN BEDREIGINGEN

**Kansen**

Toekomstplannen winkelcentrum: interne upgrade en vergroting van enkele formules.

**Bedreigingen**

In algemene zin druk op stadsdeelcentra.

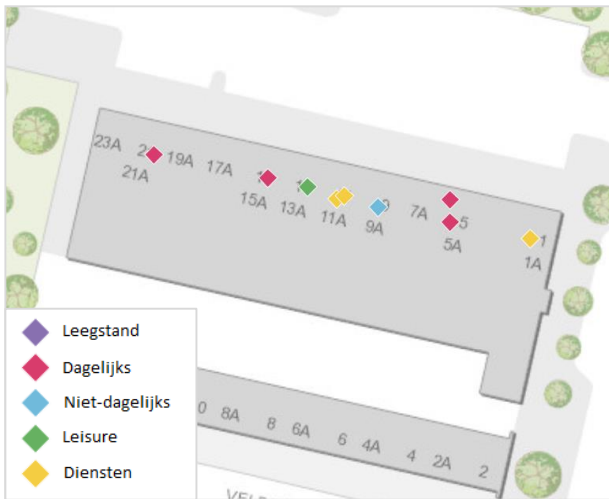
**Toelichting**

Toekomstperspectief is goed. Toekomstplannen voor het centrum zijn gewenst (interne upgrade en faciliteren huurders door uitbreiding) is gewenst om perspectief gunstig te houden.

Moderniseren en handhaven positie binnen detailhandelsstructuur (klein stadsdeelcentrum).

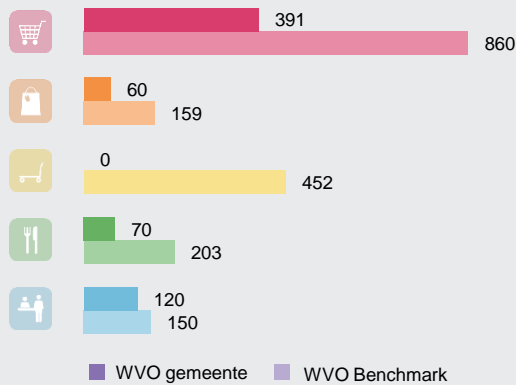
## TOTAALoordeel



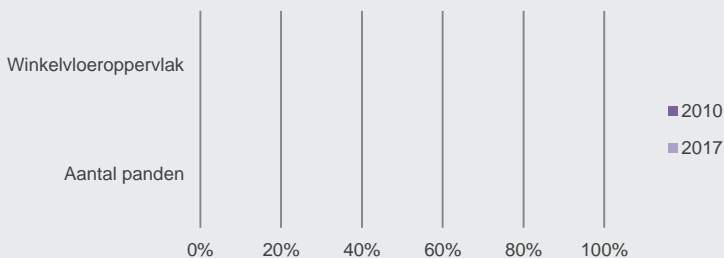


# FEITEN AANBOD

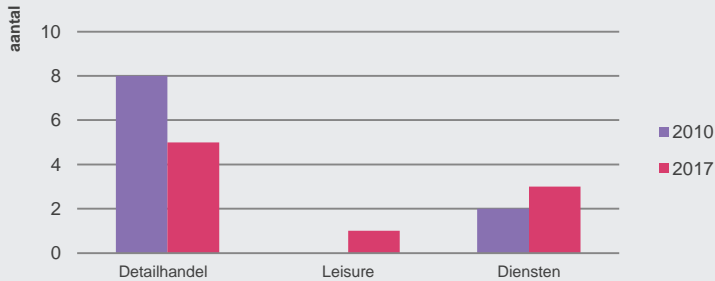
WVO-benchmark



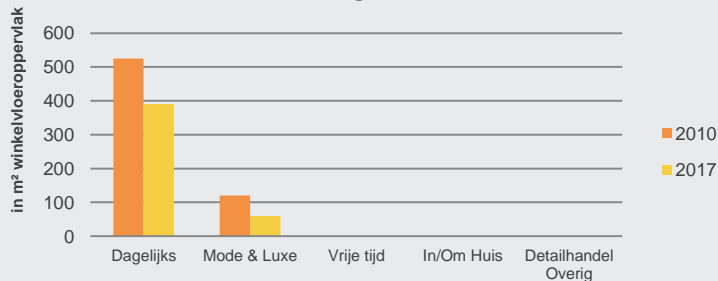
Leegstandspercentage



Ontwikkeling commerciële voorzieningen



Ontwikkeling detailhandel



# FEITEN CENTRUM

Type	Ondersteunend buurtcentrum
Bezoekmotief	
Verzorgingsgebied	Zuid
Aantal verkooppunten	9
Winkelvloeroppervlak (incl. horeca/diensten)	641
Leegstand (in m² wvo)	0
Trekkers	-
Parkeren	Gratis

## BEOORDELING WINKELCENTRUM



### Dagelijks aanbod

Een minisupermarkt, groente/fruitzaak en een slager



### Niet-dagelijks aanbod

Enkel een cadeauartikelenzaak



### Overig aanbod

Een horecazaak, twee kappers en een schoonheidsspecialist



### Leegstand

-



### Ruimtelijke structuur

Eén aaneengesloten strip



### Parkeervoorzieningen

Voor de strip parkeren. Aankleding met groenelementen.



### Bereikbaarheid

Vlakbij doorgaande weg



### Uitstraling panden en openbare ruimte

Wonen boven winkels. Netjes, onderhouden bloembakken. Dezelfde signing, maar wel wat verouderde indruk van puin en omgeving.

## KANSEN EN BEDREIGINGEN

### Kansen

Evt. verplaatsing Aldi vanaf Graaf Hendrik III plein (echter geen concrete plannen)

Ontwikkeling Amphia-terrein

### Bedreigingen

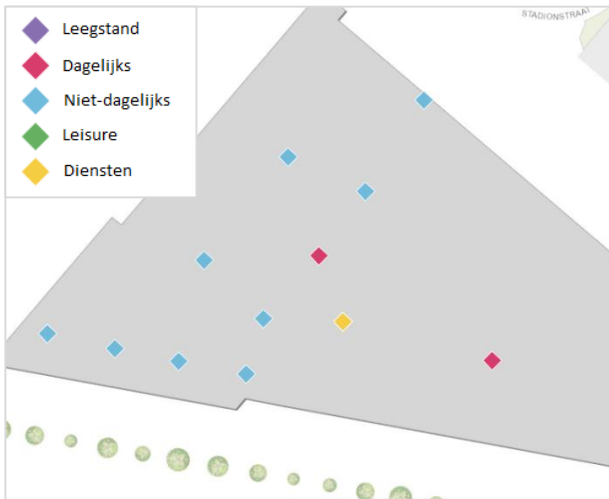
In algemene zin druk op buurtwinkelcentra

### Toelichting

Toekomstperspectief is kwetsbaar, afhankelijk van trekkracht / kwaliteit individuele ondernemers i.v.m. ontbreken supermarkt. Mogelijk dat de ontwikkeling van het Amphia-terrein kansen biedt voor concentratie i.c.m. aanbod Graaf Hendrik III plein.

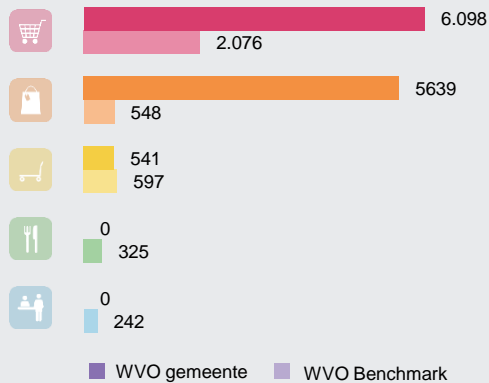
## TOTAALoordeel



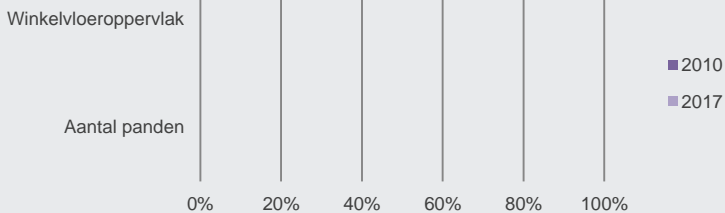


## FEITEN AANBOD

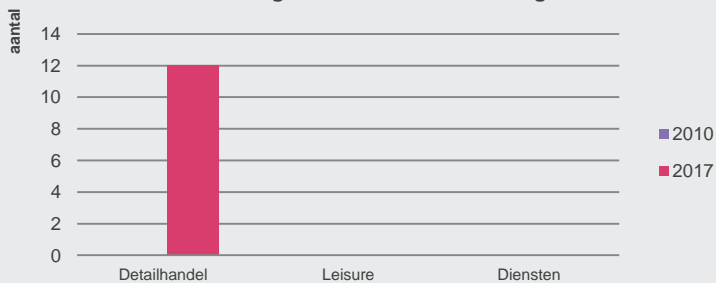
### WVO-benchmark



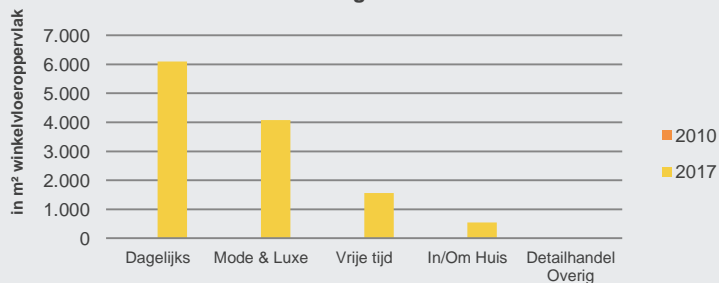
### Leegstandspercentage



### Ontwikkeling commerciële voorzieningen



### Ontwikkeling detailhandel



## FEITEN CENTRUM

Type	Ondersteunend wijkcentrum klein
Bezoekmotief	
Verzorgingsgebied	Gemeentelijk
Aantal verkooppunten	12
Winkelvloeroppervlak (incl. horeca/diensten)	12.278
Leegstand (in m² wvo)	0
Trekkers	Jumbo, Action
Parkeren	Gratis



BEOORDELING WINKELCENTRUM



Dagelijks aanbod

Een grote Jumbo Foodmarkt van 6.000 m<sup>2</sup>. Daarnaast een bakker en een slijter.



Niet-dagelijks aanbod

Voornamelijk grootschalig(er) aanbod: veel huishoudelijke artikelen (Blokker, Action, Big Bazar, Xenos), speelgoed (Toys XL), een Bristol en ook schoenen, woningtextiel en dibevo



Overig aanbod

Horeca aanwezig als onderdeel van de Jumbo Foodmarkt en bakkerij.



Leegstand

-



Ruimtelijke structuur

Overdekt winkelcentrum met ook winkelen op verdieping. Ruim opgezet en roltrap naar bovenverdieping.



Parkeervoorzieningen

Groot plein met voldoende plekken. Parkeersituatie i.c.m. Stadion enigszins verwarrend.



Bereikbaarheid

Goed vanaf doorgaande weg



Uitstraling panden en openbare ruimte

Modern en nieuw complex. Nette maar weinig sfeervolle uitstraling. Ook openbare ruimte weinig sfeervol. Erg kleine en onopvallende entree.

KANSEN EN BEDREIGINGEN

Kansen

Investeren in sfeerelementen om winkelgebied aantrekkelijker te maken

Bedreigingen

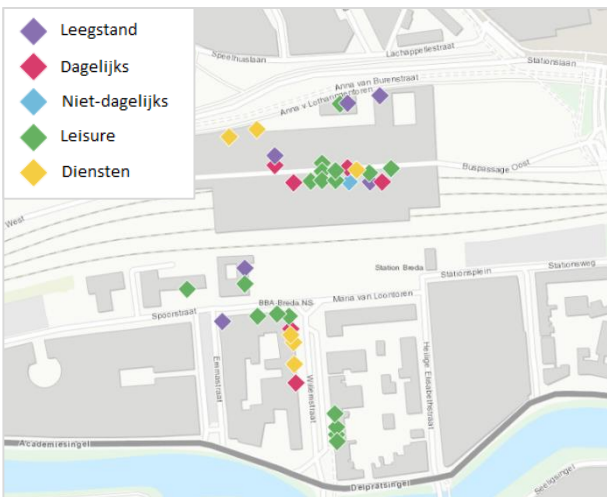
-

Toelichting

Toekomstperspectief is redelijk goed. Dit winkelcentrum heeft een ruim aanbod op dagelijks en efficiënt-recreatief i.c.m. goede bereikbaarheid en parkeren. Wellicht kan meer sfeer toegevoegd worden om het gebied aantrekkelijker te maken.

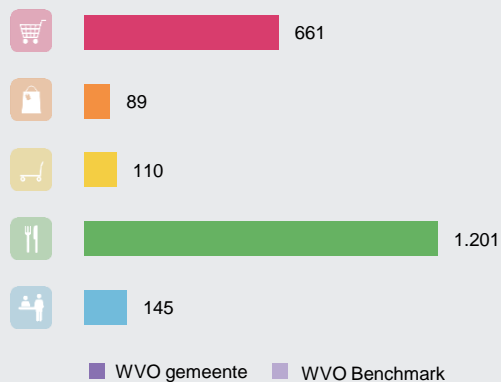
TOTAALoordeel



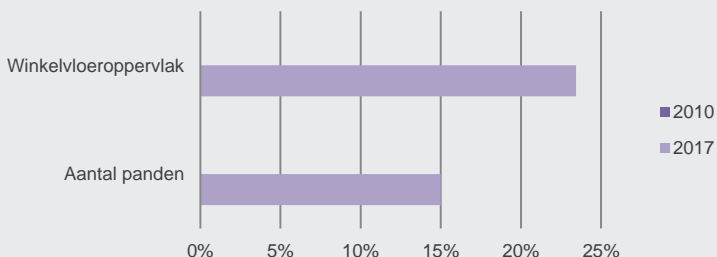


# FEITEN AANBOD

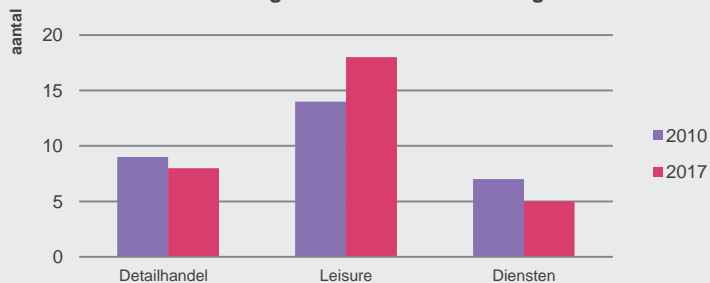
## WVO-benchmark



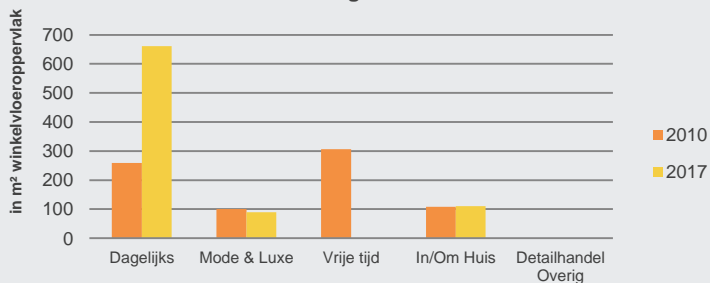
## Leegstandspercentage



## Ontwikking commerciële voorzieningen



## Ontwikking detailhandel



# FEITEN CENTRUM

Type	Speciaal winkelgebied
Bezoekmotief	
Verzorgingsgebied	(Boven)regionaal
Aantal verkooppunten	31
Winkelvloeroppervlak (incl. horeca/diensten)	2.206
Leegstand (in m <sup>2</sup> wvo)	730
Trekkers	AH to GO, Spar
Parkeren	-

## BEOORDELING WINKELCENTRUM

**Dagelijks aanbod**

Een Spar en een AH to Go. Daarnaast een tabak/lectuurzaak en een drogist

**Niet-dagelijks aanbod**

Een boek- en kantoorhandel en modezaak

**Overig aanbod**

16 horecazaken die voornamelijk gericht zijn op de reiziger. Daarnaast nog wat dienstverlening (fietsenstalling, financiële instelling)

**Leegstand**

Zes panden. Leegstand deels aan buitenzijde (bijna hele plint staat leeg), verder redelijk verspreid binnen het gebied.

**Ruimtelijke structuur**

In en rond het station(sgebied). Onder het station is een ruim opgezette winkelboulevard. Ook plinten aan buitenzijde.

**Parkeervoorzieningen**

Kiss and Ride rondom station

**Bereikbaarheid**

Winkelgebied is gericht op openbaar vervoer gebruiker. Vanuit die optiek zeer goed bereikbaar.

**Uitstraling panden en openbare ruimte**

Ruim opgezette paden, nette uitstraling.

## KANSEN EN BEDREIGINGEN

**Kansen**

Verdere toename van inwoners Breda en reizigers op station

Trend van directe en uitgestelde consumptie

**Bedreigingen**

Te weinig passanten/bezoekers door ligging buiten de route

**Toelichting**

Dit nieuwe winkelgebied heeft voornamelijk een functie voor de treinreiziger. Door een toename van inwoners en reizigers op het station neemt het draagvlak van voorzieningen hier verder toe, waardoor het toekomstperspectief goed is. Aandachtspunt is de leegstand aan de buitenzijde. Bedreiging is de ligging buiten de route van de doelgroep, waardoor er weinig passanten/bezoekers zijn.

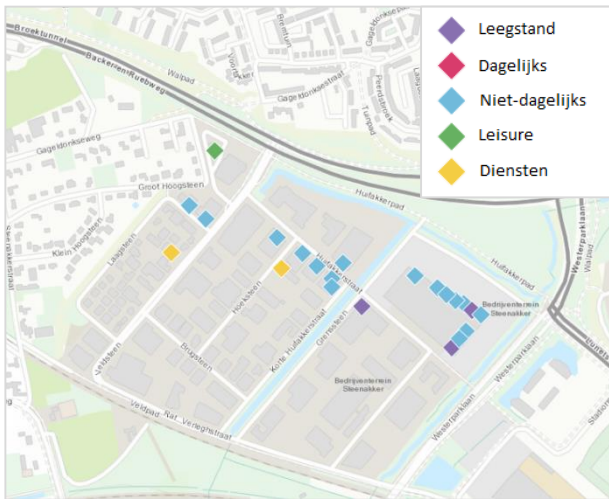
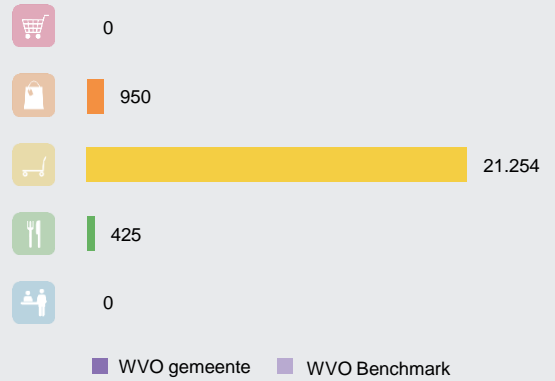
## TOTAALoordeel



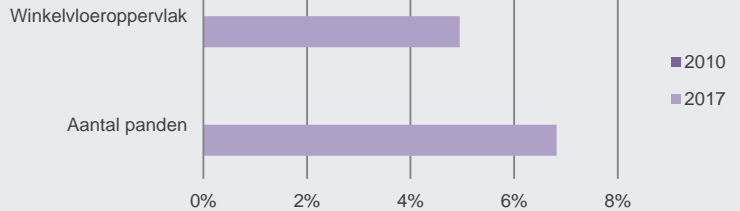


# FEITEN AANBOD

WVO



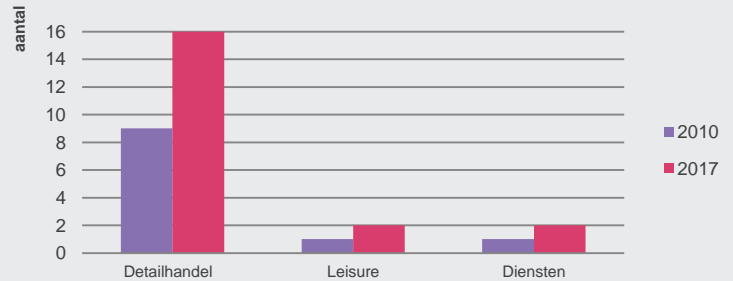
## Leegstandspercentage



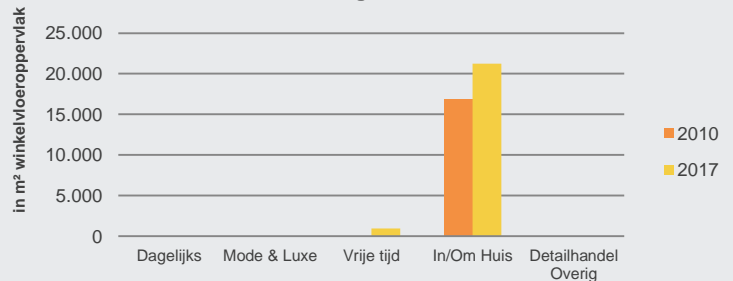
# FEITEN CENTRUM

Type	Grootschalige concentratie
Bezoekmotief	
Verzorgingsgebied	Gemeente Breda
Aantal verkooppunten	20
Winkelvloeroppervlak (incl. horeca/diensten)	22.629
Leegstand (in m <sup>2</sup> wvo)	1.880
Trekkers	-
Parkeren	Gratis

## Ontwikkeling commerciële voorzieningen



## Ontwikkeling detailhandel



BEOORDELING WINKELCENTRUM



**Dagelijks aanbod**

Geen dagelijks aanbod aanwezig, passend bij profiel van dit winkelgebied.



**Niet-dagelijks aanbod**

Praxis met een grote omvang (ca. 9.250 m<sup>2</sup> wvo), daarnaast omvangrijk tuinmeubelenaanbod (Buitenhof) en een tegelzaak (Tegel Megastore). Ook diverse keuken en badkamerzaken.



**Overig aanbod**

Een fastfoodrestaurant, lunchroom, een autowasserij en een auto poetsbedrijf



**Leegstand**

Drie panden



**Ruimtelijke structuur**

Geclusterd op een bedrijventerrein (meerdere straten). Meeste winkels aan Grenssteen rondom Praxis.



**Parkeervoorzieningen**

Ruim opgezet met voldoende parkeerplekken.



**Bereikbaarheid**

Gemakkelijk te bereiken vanuit doorgaande weg



**Uitstraling panden en openbare ruimte**

Net en verzorgd gebied, maar weinig sfeer. Nette bevoorrading en nadrukkelijke presentatie door vele vlaggen en reclameborden. Ruim opgezet met voldoende parkeerplekken.

KANSEN EN BEDREIGINGEN

**Kansen**

Toename woningbouw in gehele gemeente en met name Havenkwartier.

**Bedreigingen**

Verdere uitbreiding Woonboulevard

Beperkte aantrekkingskracht kleinschalige PDV-locaties

**Toelichting**

Perspectief is redelijk goed, vanwege het aanwezige ruime aanbod aan PDV-zaken. Alles is goed bereikbaar en de openbare ruimte is net, verzorgd en ruim opgezet. Wel hebben kleinschalige PDV-locaties als Steenakker een beperkte aantrekkingskracht, wat een bedreiging kan zijn voor dit winkelgebied.

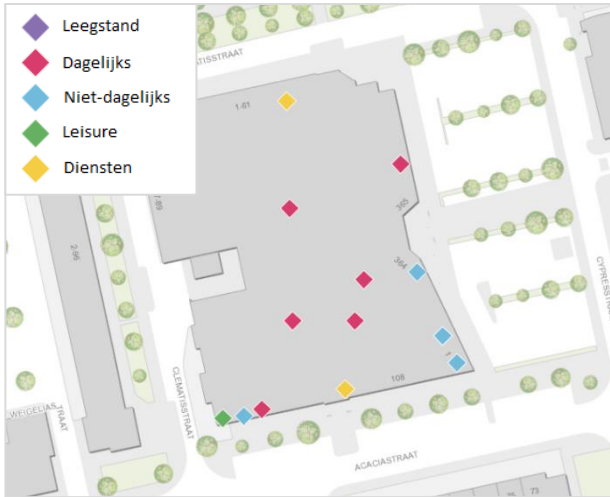
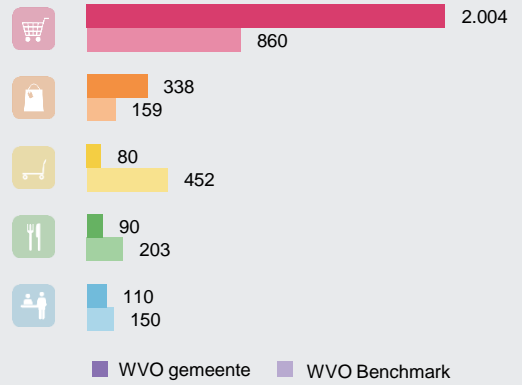
TOTAALoordeel



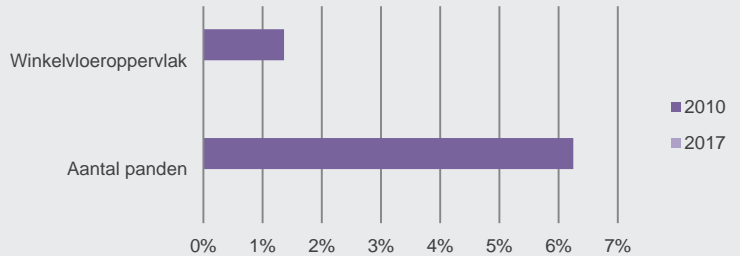


# FEITEN AANBOD

## WVO-benchmark



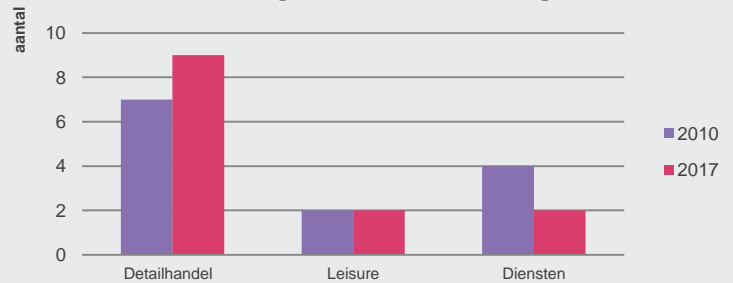
## Leegstandspercentage



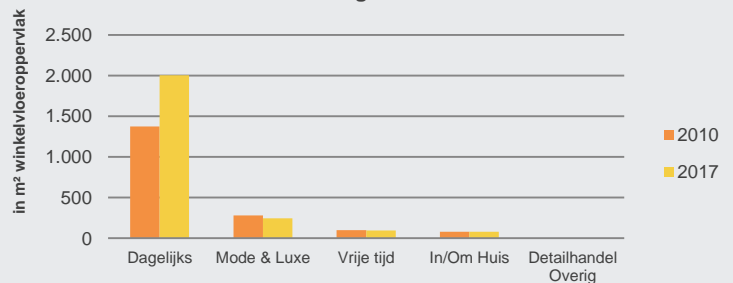
# FEITEN CENTRUM

Type	Ondersteunend buurtcentrum
Bezoekmotief	
Verzorgingsgebied	West
Aantal verkooppunten	13
Winkelvloeroppervlak (incl. horeca/diensten)	2.622
Leegstand (in m <sup>2</sup> wvo)	0
Trekkers	Jumbo
Parkeren	Gratis

## Ontwikkeling commerciële voorzieningen



## Ontwikkeling detailhandel



BEOORDELING WINKELCENTRUM



**Dagelijks aanbod**

Een Jumbo van modern omvang (1.400 m<sup>2</sup> wvo). Daarnaast beperkt aanvullend aanbod: een groente/fruitzaak, bakker, slager en een drogist



**Niet-dagelijks aanbod**

Aanvullend enkel een modezaak, Wibra en boekhandel.



**Overig aanbod**

Twee horecazaken en twee dienstverleners (kapper en schoenreparatie/sleutels)



**Leegstand**

Een pand in opheffingsuitverkoop ten tijde van schouw.



**Ruimtelijke structuur**

Overdekte passage en winkelstrip aan buitenzijde, parkeren aan voorzijde



**Parkeervoorzieningen**

Parkeerplein rondom het gebouw. Aantal plaatsen lijkt beperkt.



**Bereikbaarheid**

Ligt wat dieper in de wijk ten opzichte van de doorgaande wegen



**Uitstraling panden en openbare ruimte**

Klein en de openbare ruimte is eenvoudig, enig onderhoud is gewenst. Ook uitstraling puien en signing wat verouderd. Veel uitstallingen in passage geven rommelig beeld.

KANSEN EN BEDREIGINGEN

**Kansen**

Winkelcentrum heeft sinds kort een nieuwe eigenaar

**Bedreigingen**

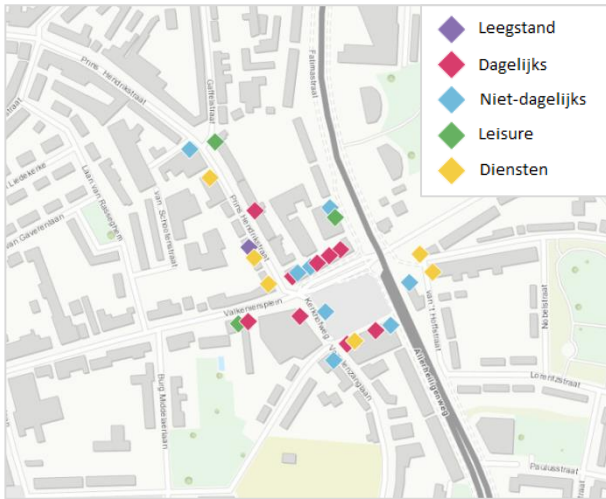
In algemene zin druk op buurtwinkelcentra

**Toelichting**

Hoewel Tuinzigt voor een buurtcentrum voldoet qua opzet en aanbod is het toekomstperspectief onzeker. Het toevoegen van een tweede supermarkt (discounter) zou het perspectief kunnen versterken, echter ruimtelijk gezien is dit lastig.

TOTAALoordeel



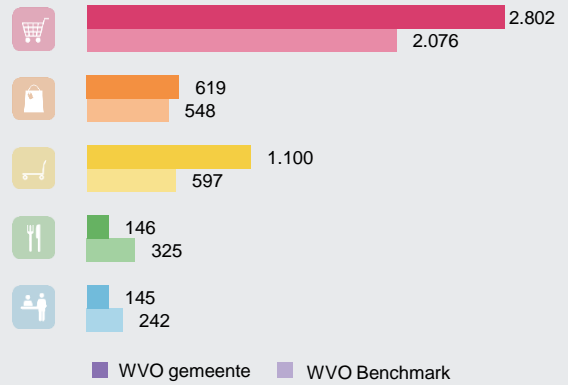


**FEITEN CENTRUM**

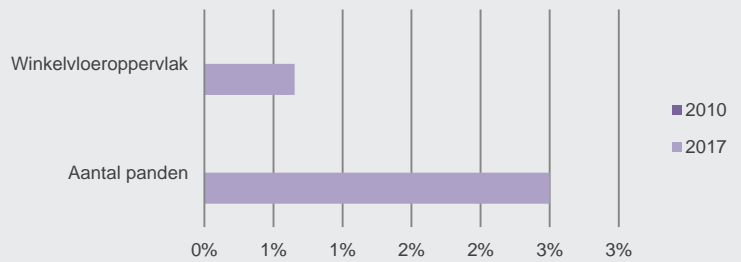
<b>Type</b>	Ondersteunend wijkcentrum klein
<b>Bezoekmotief</b>	  
<b>Verzorgingsgebied</b>	Zuid-Oost, Bavel en Ulvenhout
<b>Aantal verkooppunten</b>	26
<b>Winkelvloeroppervlak (incl. horeca/diensten)</b>	4.812
<b>Leegstand (in m<sup>2</sup> wvo)</b>	45
<b>Trekkers</b>	AH, Kruidvat, Hema
<b>Parkeren</b>	Gratis

**FEITEN AANBOD**

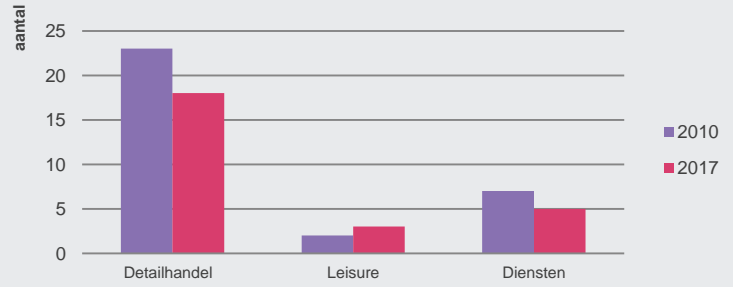
**WVO-benchmark**



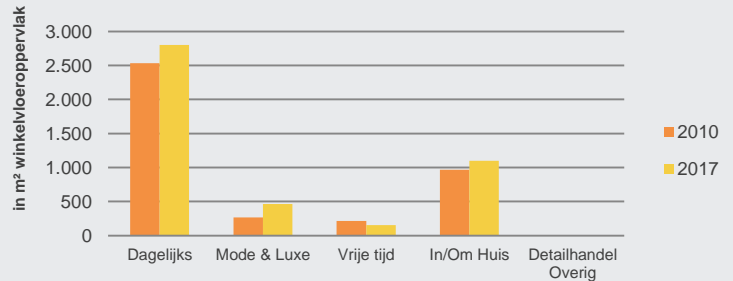
**Leegstandspercentage**



**Ontwikkeling commerciële voorzieningen**



**Ontwikkeling detailhandel**





## BEOORDELING WINKELCENTRUM

**Dagelijks aanbod**

Een grote Albert Heijn (1.900 m<sup>2</sup>). Daarnaast een compleet aanbod: een bakker, delicatessenzaak, slager, slijter, tabakszaak, viswinkel en een drogist

**Niet-dagelijks aanbod**

Enkele modezaken en efficient-recreatief aanbod (bloemen, boekhandel, optiek) en een grote fietsenzaak (500 m<sup>2</sup> vwo)

**Overig aanbod**

Een tweetal horecazaken, drie kappers, stomerij en financiële dienstverlener

**Leegstand**

Eén pand

**Ruimtelijke structuur**

Winkels in cluster rondom een parkeerterrein.

**Parkeervoorzieningen**

Hoge parkeerdruk, relatief klein parkeerterrein. Ook beperkt aantal fietsparkeerplekken.

**Bereikbaarheid**

Langs doorgaande weg

**Uitstraling panden en openbare ruimte**

Goed verzorgde en sfeervolle openbare ruimte met veel groen.

## KANSEN EN BEDREIGINGEN

**Kansen**

-

**Bedreigingen**

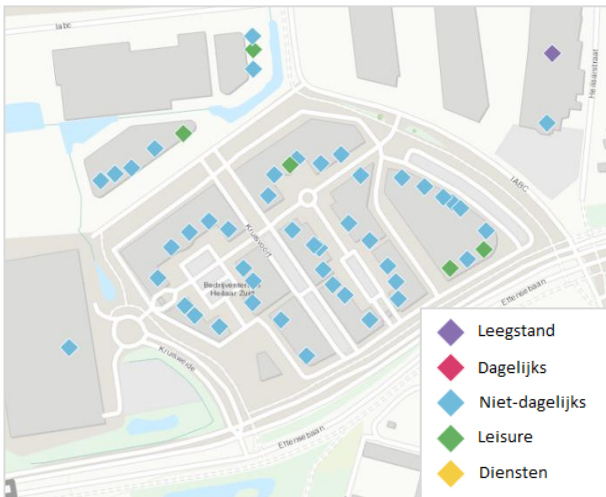
Te weinig parkeervoorzieningen

**Toelichting**

Perspectief is goed als klein ondersteunend wijkcentrum. Er is een compleet dagelijks aanbod aanwezig en wat overige niet-dagelijkse artikelenzaken. Aandachtspunt zijn de parkeermogelijkheden

## TOTAALoordeel



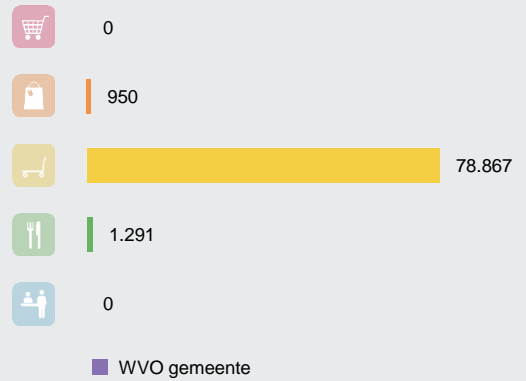


# FEITEN CENTRUM

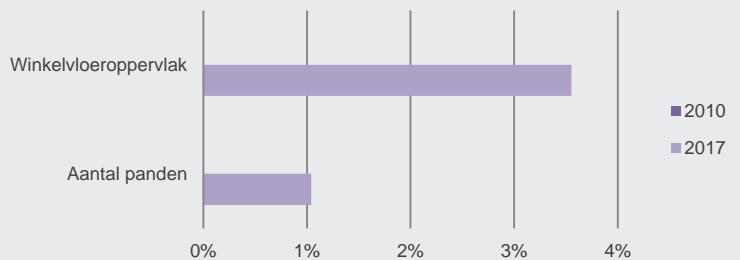
Type	Grootschalige concentratie
Bezoekmotief	
Verzorgingsgebied	(Boven)regionaal
Aantal verkooppunten	51
Winkelvloeroppervlak (incl. horeca/diensten)	81.108
Leegstand (in m <sup>2</sup> wvo)	175
Trekkers	-
Parkeren	Gratis

# FEITEN AANBOD

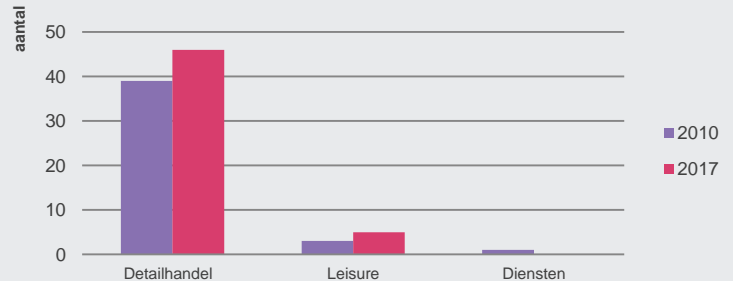
## WVO-benchmark



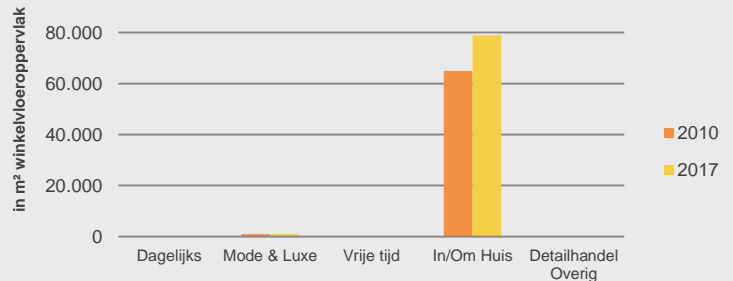
## Leegstandspercentage



## Ontwikkeling commerciële voorzieningen



## Ontwikkeling detailhandel



## BEOORDELING WINKELCENTRUM

**Dagelijks aanbod**

Geen dagelijks aanbod aanwezig.

**Niet-dagelijks aanbod**

Ruim aanbod met gevarieerde meubel- en woonwarenhuizen, zoals IKEA, Hogeboezem, Leen Bakker, Woonexpress en Mediamarkt.

**Overig aanbod**

Twee fastfoodzaken en drie lunchrooms

**Leegstand**

Eén grootschalig pand (overzijde van de weg, deel van pand)

**Ruimtelijke structuur**

Clustering van winkels rondom enkele parkeerterreinen. Loopafstanden voor een woonboulevard daardoor relatief kort.

**Parkeervoorzieningen**

Voldoende, ruim opgezette parkeerplekken.

**Bereikbaarheid**

Langs doorgaande weg (Ettensebaan)

**Uitstraling panden en openbare ruimte**

Ruim opgezet, verzorgd met diverse groenelementen. Nieuwe ontwikkelingen zijn zichtbaar door modernere uitstraling. Het oude deel kan daarentegen een upgrade gebruiken op het gebied van uitstraling.

## KANSEN EN BEDREIGINGEN

**Kansen**

Verdere versterking door uitbreiding binnen branche 'in en om huis'. Diverse partijen wensen zich te vestigen.

Toename woningbouw in gehele gemeente en met name Havenkwartier.

**Bedreigingen**

-

**Toelichting**

Deze PDV-locatie is breed gericht op grootschalig aanbod in de branche 'in en om huis' en is een van de grootste woonboulevards van Nederland. Het functioneren is ruim boven gemiddeld en de regionale aantrekkingskracht is de afgelopen jaren flink gestegen. Het oude gedeelte kan op het gebied van uitstraling wel een upgrade gebruiken.

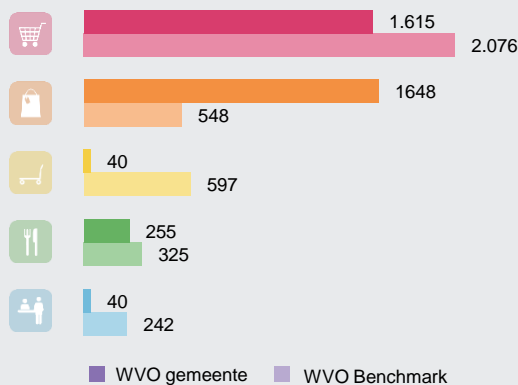
## TOTAALoordeel



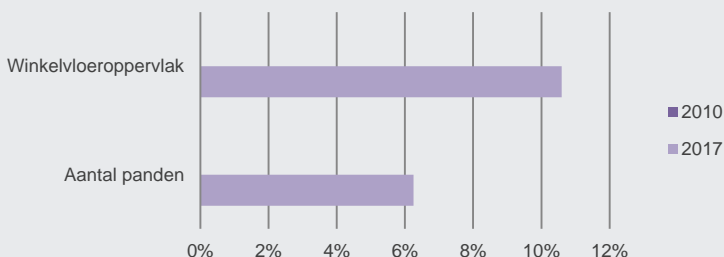


## FEITEN AANBOD

### WVO-benchmark



### Leegstandspercentage



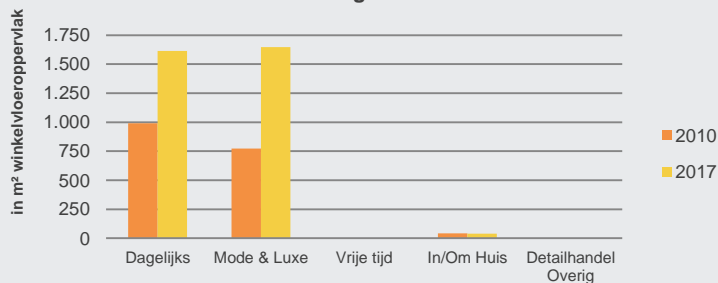
## FEITEN CENTRUM

Type	Centraal kernverzorgend centrum klein
Bezoekmotief	
Verzorgingsgebied	Bavel
Aantal verkooppunten	17
Winkelvloeroppervlak (incl. horeca/diensten)	3.598
Leegstand (in m <sup>2</sup> wvo)	714
Trekkers	Albert Heijn, Bastiaansen
Parkeren	Gratis

### Ontwikkeling commerciële voorzieningen



### Ontwikkeling detailhandel



BEOORDELING WINKELCENTRUM



**Dagelijks aanbod**

Een grote recent nieuwgebouwde Albert Heijn (1.340 m<sup>2</sup>). Daarnaast een redelijk compleet versaanbod: een groente/fruitwinkel, bakker, slager, slijter en een tabak/lektuurzaak.



**Niet-dagelijks aanbod**

Bijzonder modisch aanbod door Bastiaansen Mode. Verder enkele winkels in frequent niet-dagelijks: huishoudelijke artikelen, speelgoed en bloemist. Buiten het centrum is nog een omvangrijke woonwinkel (Bastiaansen) gelegen.



**Overig aanbod**

Aanbod met wat horeca en financiële dienstverlening, passend bij dorpsomvang. Weekmarkt met 5 kramen op donderdagochtend.



**Leegstand**

Twee panden in nieuwbouwplint



**Ruimtelijke structuur**

Winkelgebied is centraal in dorp gelegen rondom kerk, winkels gevestigd in nieuwbouwstrip aan Pastoor Doenstraat en verderop aan Brigidastraat. Verder verspreid nog enkele zaken.



**Parkeervoorzieningen**

Divers parkeerpleinen (naast de kerk en voor en achter AH)



**Bereikbaarheid**

Redelijk goed.



**Uitstraling panden en openbare ruimte**

Een nieuwbouwcomplex met woningen erboven. Voorzieningen zijn modern en gelegen in de plint van het complex. Maakt een verzorgde indruk met groenelementen voor de winkels.

KANSEN EN BEDREIGINGEN

**Kansen**

-

**Bedreigingen**

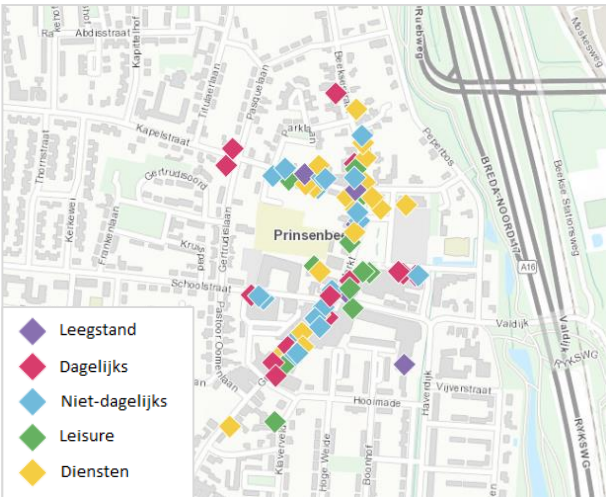
Versterking centrum Gilze-Rijen

**Toelichting**

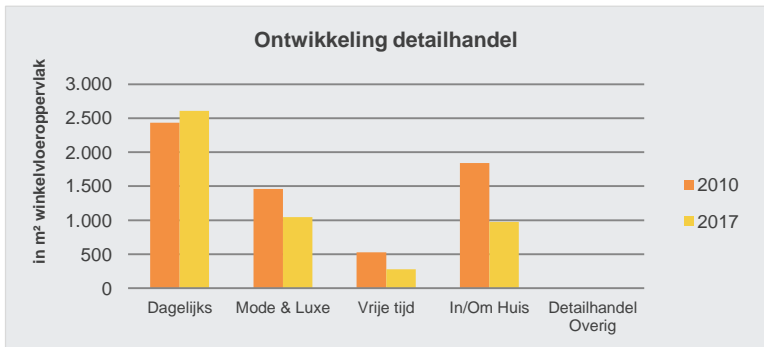
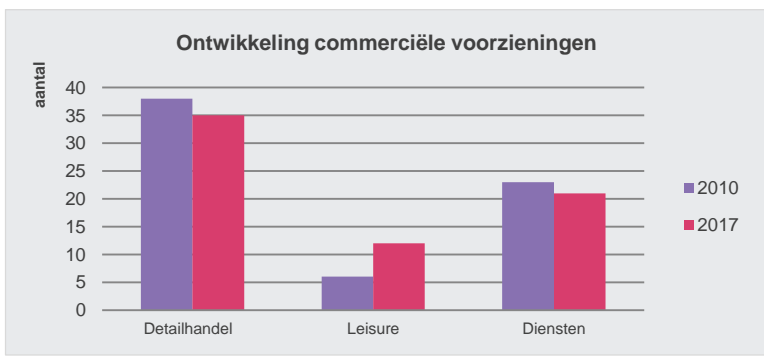
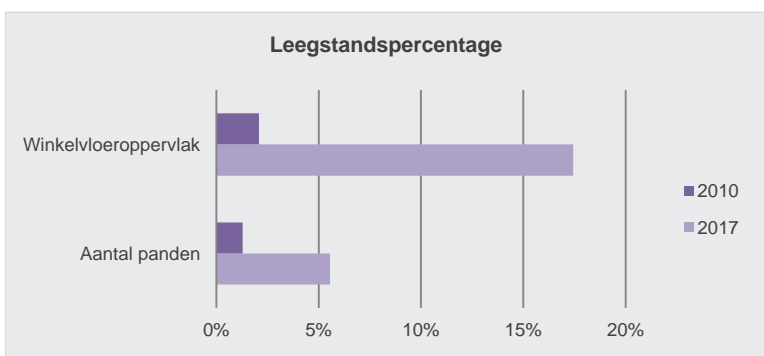
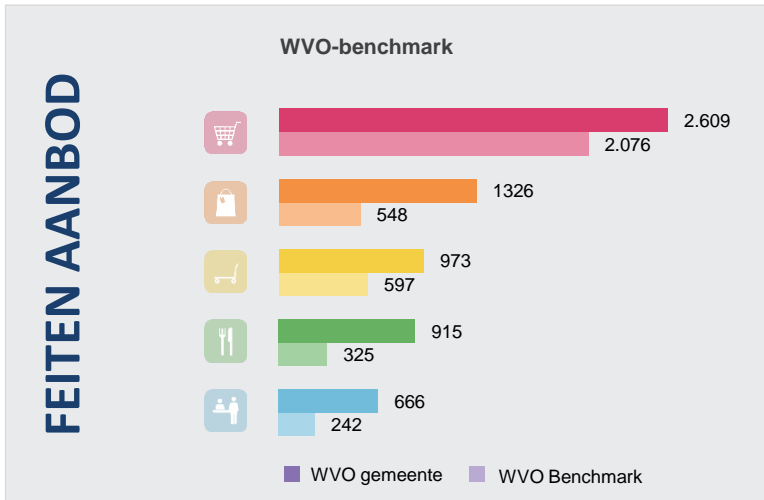
Toekomstperspectief is redelijk goed, zeker na gerealiseerde modernisering en schaalvergroting van enkele winkels. Aanwezigheid Bastiaansen maakt positie sterk.

TOTAALoordeel





<b>FEITEN CENTRUM</b>	Type	Centraal kernverzorgend centrum klein
	Bezoekmotief	
	Verzorgingsgebied	Prinsenbeek, Noord-West
	Aantal verkooppunten	68
	Winkelvloeroppervlak (incl. horeca/diensten)	6.498
	Leegstand (in m <sup>2</sup> wvo)	2.278
	Trekkers	Lidl, Kruidvat, Jumbo, Hema
	Parkeren	Gratis



## BEOORDELING WINKELCENTRUM

**Dagelijks aanbod**

Een compacte Jumbo (1.000 m<sup>2</sup>) en relatief kleine Lidl (740 m<sup>2</sup>). Compleet aanvullend aanbod: een groente/fruitwinkel, bakker, koffie/thee, delicatessen, slagerij, slijter, supermarkt, tabak/lectuurzaak en drogist. Net buiten centrum is ook een Albert Heijn gevestigd.

**Niet-dagelijks aanbod**

Vrij omvangrijk aanbod met HEMA, enkele modezaken en efficiënt-recreatief aanbod (o.a. fietsen, boekhandel, bloemist, electro, 2x opticien). Buiten het centrum is ook een GroenRijk gelegen van 5.600 m<sup>2</sup> wvo.

**Overig aanbod**

Vrij omvangrijk en gevarieerd aanbod aan horeca. Daarnaast veel dienstverleners (8 kappers, 3 fitnessruimtes, 3 schoonheidsspecialisten en 4 makelaars). Weekmarkt met 15 kramen op vrijdagochtend.

**Leegstand**

Vijf panden, waarvan één grote (voormalige) Boerenbond van 2.000 m<sup>2</sup>

**Ruimtelijke structuur**

Markt (Jumbo en Hema) en Groenstraat (Lidl en Kruidvat) zijn de hoofdwinkelstraten, daarnaast enkele aanloopstraten. Aanbod behoorlijk versnipperd, flinke afstanden tussen winkels.

**Parkeervoorzieningen**

Plein op de markt (geen plek wanneer er weekmarkt is), zijstraten en naast de weg wel voldoende plek

**Bereikbaarheid**

Aan doorgaande weg

**Uitstraling panden en openbare ruimte**

Prettige openbare ruimte met veel groen. Groot opgezet centraal dorpsplein. Bomen in Groenstraat zijn sfeerol maar beperken zicht op winkels.

## KANSEN EN BEDREIGINGEN

**Kansen**

Herinrichting Markt (o.a. verbeteren parkeerfaciliteiten)

**Bedreigingen**

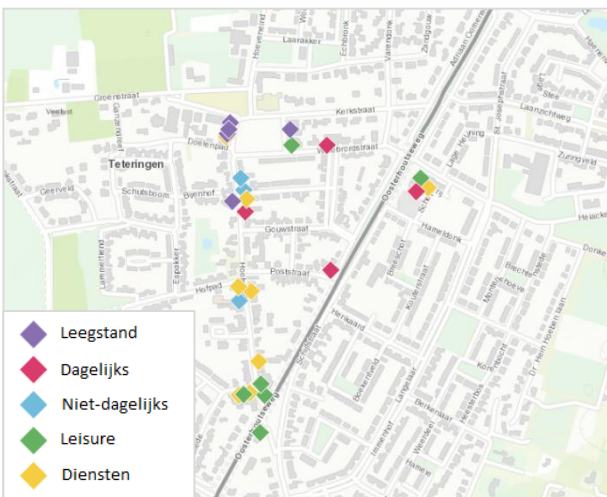
-

**Toelichting**

Toekomstperspectief is redelijk. Optimalisatie / concentratie van supermarkten en parkeerfaciliteiten is gewenst, evenals verdere concentratie van het winkelaanbod (voor zover de ruimtelijke mogelijkheden hiervoor aanwezig zijn).

## TOTAALoordeel



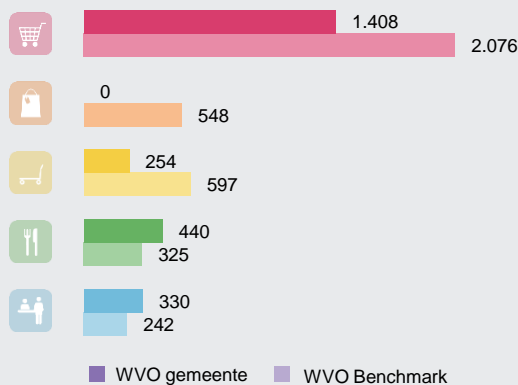


# FEITEN CENTRUM

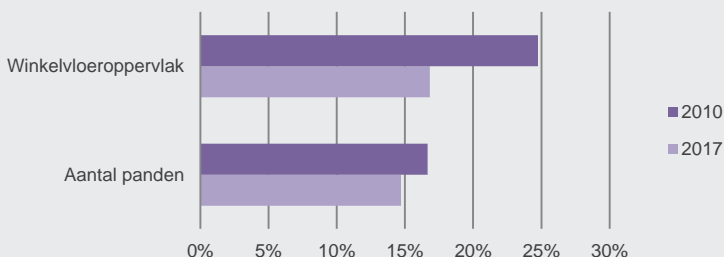
Type	Centraal kernverzorgend centrum klein
Bezoekmotief	
Verzorgingsgebied	Teteringen
Aantal verkooppunten	20
Winkelvloeroppervlak (incl. horeca/diensten)	2.432
Leegstand (in m <sup>2</sup> wvo)	723
Trekkers	Jumbo
Parkeren	Gratis

# FEITEN AANBOD

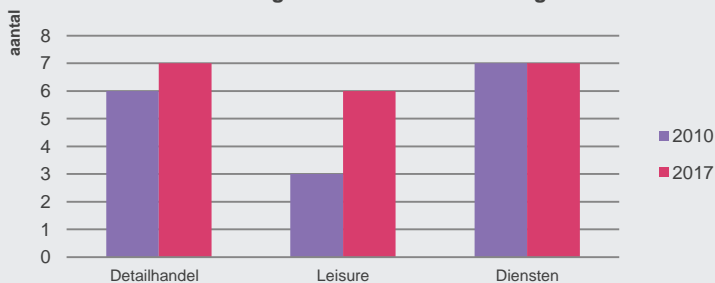
## WVO-benchmark



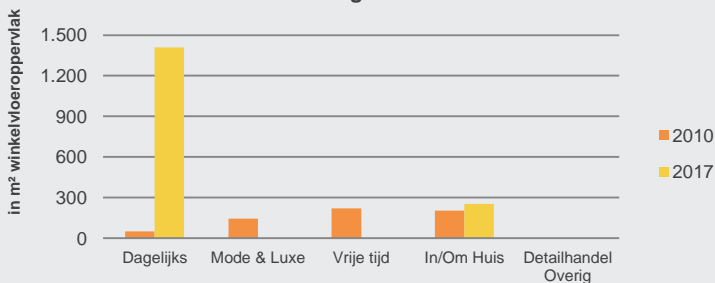
## Leegstandspercentage



## Ontwikkeling commerciële voorzieningen



## Ontwikkeling detailhandel





## BEOORDELING WINKELCENTRUM

**Dagelijks aanbod**

Een gemiddelde Jumbo (1.180 m<sup>2</sup>) met slijterij in de Scheperij. Daarnaast verspreid in de kern gering dagelijks aanbod: groente/fruitzaak en bakker.

**Niet-dagelijks aanbod**

Gering verspreid aanbod (woonzaak, parketzaak en bloemist). Aan de noordzijde van Teteringen zijn nog een Boerenbond/Pets Place, een fietsenzaak en een grote schoenzaak gevestigd.

**Overig aanbod**

Behoorlijk aanbod in horeca, met name fastfood. Daarnaast enkele dienstverleners, waaronder 5 kappers. Weekmarkt met 6 kramen op vrijdagochtend.

**Leegstand**

Vijf panden, voornamelijk rondom markt.

**Ruimtelijke structuur**

Aanbod is zeer verspreid over de kern, geen samenhang als winkelgebied. Enige concentratie in de Hoolstraat en de Scheperij.

**Parkeervoorzieningen**

Nabij Jumbo (Scheperij) op parkeerplein en langsparkeren in Hoolstraat.

**Bereikbaarheid**

Bereikbaarheid parkeerplein Jumbo matig vanaf doorgaande weg

**Uitstraling panden en openbare ruimte**

Scheperij heeft gedateerde uitstraling. Hoolstraat heeft wel prettige groene en dorps uitstraling, echter geen winkeluitstraling.

## KANSEN EN BEDREIGINGEN

**Kansen**

Herontwikkeling Scheperij (uitbreiding Jumbo en toevoeging Aldi)

**Bedreigingen**

Zwakke positie ten opzichte van Hoge Vucht en Oosterhout.

Uitbreiding Hoge Vucht

**Toelichting**

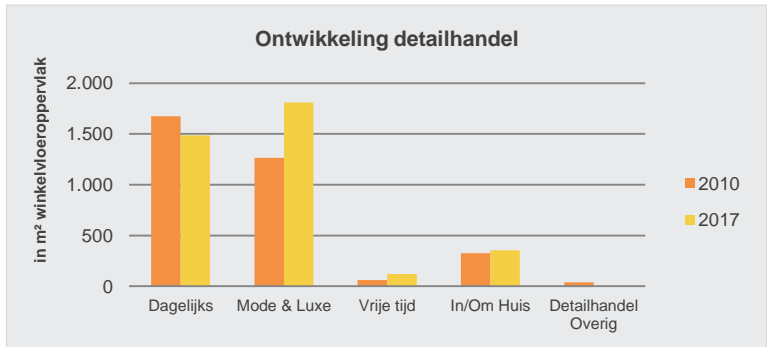
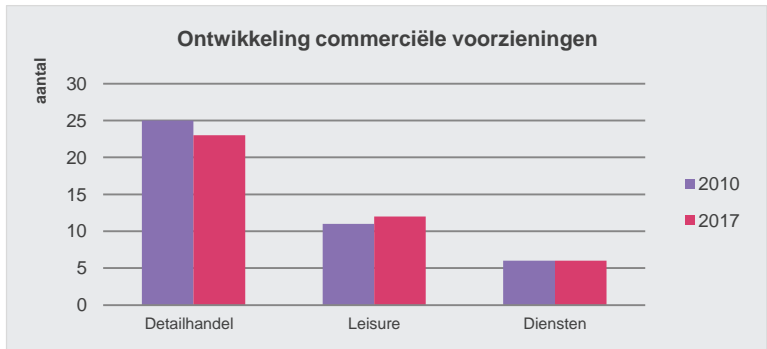
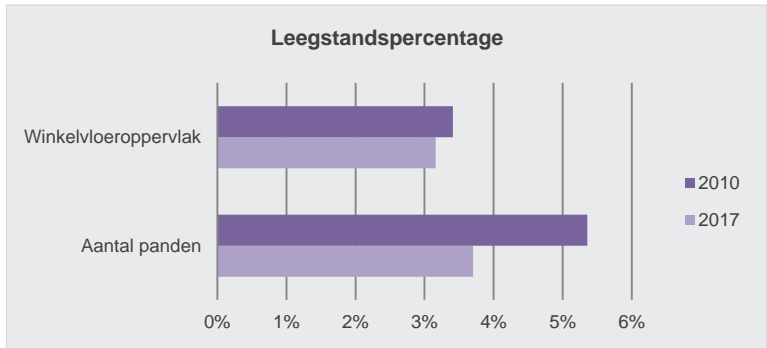
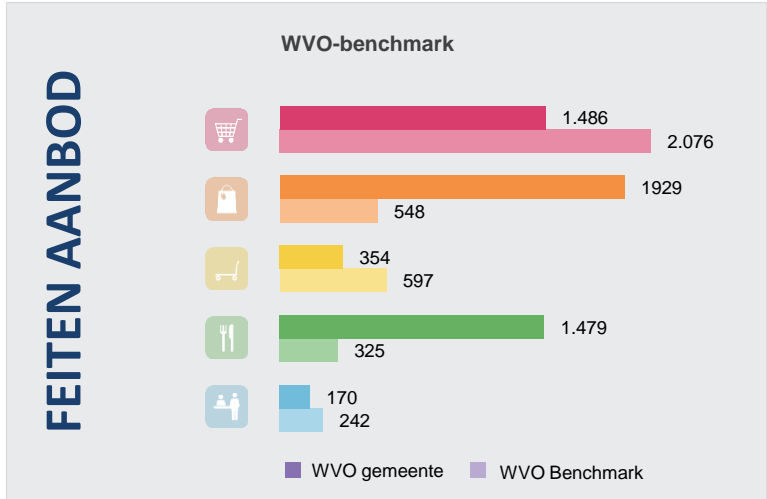
Zonder herontwikkeling Scheperij is perspectief van dorpscentrum als winkelomgeving zeer matig. Jumbo functioneert als solitaire supermarkt, overig aanbod is verspreid.

## TOTAALoordeel





<b>FEITEN CENTRUM</b>	<b>Type</b>	Centraal kernverzorgend centrum klein
	<b>Bezoekmotief</b>	  
	<b>Verzorgingsgebied</b>	Ulvenhout, Zuid-Oost
	<b>Aantal verkooppunten</b>	41
	<b>Winkelvloeroppervlak (incl. horeca/diensten)</b>	5.418
	<b>Leegstand (in m<sup>2</sup> wvo)</b>	194
	<b>Trekkers</b>	Albert Heijn, Kruidvat, Ulvenhout Wooncenter
	<b>Parkeren</b>	Gratis



## BEOORDELING WINKELCENTRUM

**Dagelijks aanbod**

Een compacte Albert Heijn (1.025 m<sup>2</sup>), met daarnaast een gering versaanbod: een chocolawinkel, kaaswinkel, slijter en een drogist

**Niet-dagelijks aanbod**

Behoorlijk omvangrijk met voornamelijk kledingzaken (10x) en enkele frequent niet-dagelijkse winkels (optiek, 2 bloemisten, fietsenzaak, cadeauwinkel, sportspecialzaak en woonwinkel). Buiten het centrum is Ulvenhout Wooncentre gelegen (1.485 m<sup>2</sup> vvo)

**Overig aanbod**

Veel restaurants en andere horecazaken. Daarnaast nog wat dienstverlening (kapper, schoonheidsspecialist, fotograaf en makelaars). Weekmarkt met 6 kramen op donderdagochtend.

**Leegstand**

Twee panden

**Ruimtelijke structuur**

Aanbod gevestigd langs beide zijden van de centrale Dorpsstraat. Winkels versnipperd gelegen / afgewisseld met woningen. Albert Heijn is gelegen aan een plein, echter entree aan achterzijde aan parkeerplein.

**Parkeervoorzieningen**

Langsparkeren op straat en parkeerplein achter supermarkt

**Bereikbaarheid**

Aan doorgaande weg

**Uitstraling panden en openbare ruimte**

Prettige dorpse uitstraling met nette openbare ruimte en groen

## KANSEN EN BEDREIGINGEN

**Kansen**

-

**Bedreigingen**

(Her)inrichting van het centrum van Chaam

**Toelichting**

Toekomstperspectief is redelijk goed, omvangrijke mode- en horeca-aanbod maakt gebied onderscheidend. Het beperkte dagelijks aanbod (incl. kleine supermarkt) is een aandachtspunt. Verdere concentratie van het winkelaanbod is voor zover mogelijk gewenst.

## TOTAALoordeel



