

Tilburg, Detailhandelsvisie 2019

Gemeente Tilburg



Inhoudsopgave

1. Inleiding	2
2. Uitgangspositie	4
3. Koers bepalen	9
4. De Binnenstad	13
5. Buurt-, wijk- en dorpscentra	16
6. Perifere detailhandel	20
7. Overige vormen van detailhandel	24
8. Uitvoering beleid	26
Bijlage 1: Definities	36
Bijlage 2: Koopgedrag	37

Colofon

Titel rapport:
**Tilburg, Detailhandelsvisie
2019**

Datum:
31 januari 2020
Projectnummer:
P01652

Opdrachtgever:
Gemeente Tilburg

BRO
Projectleider:
RvL
Projectteam:
TB, DB

Bron kft: **BRO**

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

1. Inleiding

Aanleiding

De vorige detailhandelsvisie van de gemeente Tilburg dateert uit 2013. De detailhandel maakt sindsdien een sterke verandering door. De economische crisis ligt weliswaar achter ons, maar de situatie van voorheen komt niet meer terug. Schaalvergroting, brancheverbreiding/-vervaging en e-commerce zijn voortdurende ontwikkelingen. Vergrijzing en de toegenomen mobiliteit van de consument hebben eveneens effecten op de detailhandel.

Duidelijke keuzes zijn nodig om kansen te pakken en bedreigingen te beperken. De nieuwe detailhandelsvisie moet voldoende flexibel zijn om vernieuwende en goede initiatieven mogelijk te maken en ongewenste initiatieven tegen te houden. Goed doordacht, afgewogen en breed afgestemd beleid is de sleutel tot succesvolle detailhandel met economische én maatschappelijke spin off.

Deze visie versterkt andere beleidsambities van de gemeente Tilburg:

1. Het behoud van de mogelijkheid om dicht bij huis de dagelijkse boodschappen te kunnen doen.
2. Het stimuleren van sociale ontmoetingsplekken (centra en buurthubs) en daarmee de leefbaarheid.
3. Het versterken van een van de belangrijkste visitekaartjes van Tilburg, namelijk de binnenstad.

Doel

Het doel van deze nieuwe detailhandelsvisie is een helder beleidskader te bieden met een onderbouwd en afgestemd toekomstbeeld voor de gewenste Tilburgse detailhandelsstructuur en welke inspanningen nodig zijn om deze gewenste structuur te realiseren. Concreet betekent dit dat de

visie de volgende doelen bevat:

- **Inspiratiedocument:** een inspirerende visie voor ondernemers, vastgoedeigenaren en de gemeente Tilburg met ambitie dat de basis is voor de uitvoering;
- **Toetsingskader:** een praktisch (sturings)instrument voor nieuwe detailhandelsinitiatieven;
- **Basis voor juridische uitvoering:** een onderlegger voor nieuwe bestemmingsplannen en nieuwe vergunningaanvragen.

Juridische status

De detailhandelsvisie is op te vatten als een thematisch 'programma' binnen de nieuwe Omgevingswet, waarmee op dynamische wijze kan worden ingespeeld op behoeften vanuit de detailhandel en centrumgebieden. Een programma moet passen binnen de kaders van de gemeente-brede omgevingsvisie, maar een programma kan ook ingezet worden om de omgevingsvisie mede vorm te geven. Omdat deze detailhandelsvisie vooruitlopend op de omgevingsvisie wordt opgesteld, zal het thematisch programma zoveel mogelijk gebiedsgericht zijn, waarbij naast gemeente-brede kaders ook ingegaan wordt op de dynamiek van de wijken en het buitengebied.

Doorlopen proces

Om te komen tot een breed gedragen detailhandelsvisie door zowel de gemeente Tilburg, ondernemers, vastgoedeigenaren, en andere betrokkenen is een zorgvuldig proces doorlopen. Dit om in de toekomst goed samen te kunnen werken en het beoogde resultaat, zoals wordt vastgelegd in de visie, te bereiken. Een goede inventaris, het creëren van draagvlak en het gezamenlijk zoeken naar de beste ontwikkelingsrichting voor de detailhandel in de gemeente Tilburg stonden in dit proces centraal.

Bijgaande figuur geeft de verschillende procesmomenten weer. Hierin is onderscheid gemaakt tussen de grotere externe procesmomenten ('hoofdstations') en verschillende tussentijdse interne en externe afstemmings- en productiemomenten ('tussenstations'). Het projectteam bestond uit een afvaardiging namens de gemeente Tilburg. De klankbordgroep bestond uit vertegenwoordigers van de Tilburgse winkelgebieden.

Figuur 1.1: Proces detailhandelsvisie Tilburg



Resultaat

Het resultaat van het proces is uitgewerkt in deze detailhandelsvisie. Onderdeel van deze detailhandelsvisie is de **Discussienota van 15 mei 2019**. Deze nota bevat kwantitatieve en kwalitatieve analyses van de Tilburgse detailhandelsstructuur en is als discussiestuk gebruikt voor verschillende bijeenkomsten. Daarnaast zijn voor de grootste winkelcentra in de gemeente Tilburg **Winkelgebiedspaspoorten** opgesteld, die beknopt en overzichtelijk de feiten en cijfers per winkelgebied weergeven, inclusief de ontwikkelingsrichting. De doelen van de Discussienota en Winkelgebiedspaspoorten zijn als volgt samen te vatten:

- In de Discussienota zijn de basisanalyses uitgevoerd waaruit enkele dilemma's zijn geschetst waar in deze detailhandelsvisie keuzes over zijn gemaakt.
- De basisanalyses in de Discussienota zijn een cijfermatige onderbouwing van de gemaakte keuzes in deze detailhandelsvisie.
- De Winkelgebiedspaspoorten zijn gebruikt om de discussie te voeren over de winkelgebieden in de participatie trajecten en om de visie per winkelgebied te vormen.
- De feiten en cijfers in de Discussienota én Winkelgebiedspaspoorten zijn een 0-meting (huidige situatie) voor toekomstige monitoring en uitvoering.
- De specifieke gegevens in de Discussienota én Winkelgebiedspaspoorten vormen de kwantitatieve onderbouwing van gemaakte beleidskeuzes ten aanzien van brancheringsbeperkingen en andere vormen van beperkingen binnen de detailhandel (bijvoorbeeld maatvoering) die kunnen worden gebruikt in het kader van de Dienstenrichtlijn (zie toelichting HS6).

Figuur 1.2: Discussienota Detailhandel (15 mei 2019) en voorbeelden Winkelgebiedspaspoorten



2. Uitgangspositie

Inleiding

In dit hoofdstuk zijn de kaders voor de detailhandelsvisie weergegeven. De 'kaders' zijn factoren waar niet van afgevoerd kan worden, waar geen invloed op kan worden uitgeoefend en waar rekening mee gehouden dient te worden. Dit uit zich in de resultaten van de uitgevoerde analyses, harde plannen, trends en ontwikkelingen, vigerende beleidskaders en de bestaande detailhandelsstructuur (zie Tilburg, Discussienota detailhandel, 15 mei 2019).

Trends en ontwikkelingen

- Door veranderend consumentengedrag, toenemende mobiliteit en vele keuzemogelijkheden voor de consument nemen **uitdagingen** voor winkels toe. Sommige winkels en winkelgebieden kunnen voldoende toegevoegde waarde bieden, terwijl in anderen de leegstand toeneemt en gezocht moet worden naar andere invulling/transformatie.
- Nieuwe **technologische ontwikkelingen** in combinatie met **veranderend consumentengedrag** zorgen er voor dat het traditionele winkelaanbod voor een uitdaging staat. Om toegevoegde waarde te blijven houden is **innovatie** en goed **ondernemerschap** essentieel. De volgende mega trends zullen grote impact hebben op de detailhandel in Tilburg:
 - De consument doet steeds meer boodschappen online, bij de online diensten van de bekende formules, zoals Albert Heijn en Jumbo. **Picnic** (puur online) haalt echter in grote gemeenten al snel een omzet die gelijk staat aan circa twee fullservice-supermarkten.

- Bezit verschuift steeds meer naar gebruik, waardoor het **'kopen om te hebben'** plaatsmaakt voor **'kopen om te gebruiken'**. Voorbeelden leaseconstructies bij telefoons en huishoudelijke apparatuur. Dit betekent dat winkels meer moeten inzetten op het aanbieden van diensten en moeten inspelen in op de behoefte van consumenten.
- De komst van grote buitenlandse bedrijven, zoals Amazon, Alibaba en Google kan de Nederlandse detailhandelsmarkt ontwrichten. Blijven zoeken naar het onderscheidend vermogen is essentieel. Dit vraagt continu om vernieuwing.
- Het gedrag van de jongere generaties (12 t/m 18 jaar) wijkt qua kooporiëntatie en –motieven fors af van het gemiddelde. Alles gaat digitaal. Traditionele kanalen kunnen deze doelgroep niet meer bereiken. In de toekomst is dit de belangrijkste basis voor de detailhandelsbestedingen.
- Op basis van het voorgaande neemt de kwantitatieve **behoefte aan winkelruimte** in algemene zin af. Ook specifiek in de gemeente Tilburg. Dit uit zich onder andere in de **toenemende leegstand**. Dit vraagt enerzijds om het reduceren van slecht functionerende en verouderde winkelmeters, maar anderzijds ook het kwalitatief versterken van de bestaande winkelgebieden.
- Waar de behoefte aan winkelruimte afneemt, neemt de vraag naar en het aanbod van **horeca** in lijn met landelijke trends toe. Daarmee wordt ingespeeld op de wens naar meer **beleving** en het verlengen van de **verblijfsduur**.
- De traditionele grenzen tussen sectoren en branches vervagen, als gevolg van de combinatie met horeca, leisure en online. Dit vraagt om voldoende **flexibel beleid**

dat kan omgaan met mengvormen en nieuwe concepten, zonder dat afbreuk wordt gedaan aan de beoogde structuur.

- Er bestaat een spanningsveld tussen enerzijds het beperken van de winkelruimte als gevolg van een afnemende behoefte en anderzijds de behoefte aan uitbreiding van winkelruimte als gevolg van **modernisering en schaalvergroting**. Dit vraagt om heldere beleidskeuzes, waar wel/niet op in te zetten.

Stand van zaken Tilburgse detailhandel

- De huidige stand van zaken is **relatief goed**, wat ook in het recent uitgevoerde Prestatieonderzoek (2019)¹ wordt geconcludeerd. Tilburg kent een gevarieerd aanbod naar branchegroep, een hoge winkeldichtheid, sterke binding en relatief weinig afvloeiing.
- Tilburg kent een **fijnmazige** detailhandelsstructuur, wat betekent dat binnen aanvaardbare afstand tot de eigen woning (circa 900 meter) aanbod voor de dagelijkse boodschappen te vinden is. Verschillende centra hebben sinds 2013 een **kwaliteitsimpuls** gekregen en zijn daarbij uitgebreid. Ook de binnenstad is sterk in ontwikkeling, waarbij de functiemix verandert met een afnemend aandeel detailhandel.
- De gemeente Tilburg kent een relatief jonge bevolking die de komende jaren zal groeien. Dit betekent een toename van het **bestedingspotentieel** voor detailhandel.
- Tegelijk **vergrijs** de **directe regio** wat naar verwachting een effect heeft op de toekomstige omzet door toevloeiing, door zowel een afvlakking van de bevolkingsgroei als verandering van koopgedrag.
- In een vergelijking tussen de **stadsdelen** valt op dat Reeshof, Berkel-Enschot en Tilburg Noord relatief weinig dagelijks én niet-dagelijks aanbod per 1.000 inwoners

¹ Bron: Ik Onderneem!: Regio Hart van Brabant, Prestatieonderzoek, juli 2019.

hebben. De Binnenstad, Oud Noord en Oud Zuid hebben juist relatief veel dagelijks aanbod per 1.000 inwoners. Nieuwe (harde) plannen in Tilburg brengen hier verandering in.

- De **doelgroep per stadsdeel** sluit momenteel niet altijd goed aan op het aanbod per stadsdeel (zie figuur 2.1). Voor sommige winkelgebieden ligt een opgave om het aanbod beter af te stemmen op de in de directe omgeving aanwezige doelgroep.

Indicatie economisch functioneren

- De gemeente Tilburg heeft **beperkt minder dagelijks** aanbod in vergelijking tot steden vanaf 100.000 inwoners (met uitzondering van Amsterdam, Rotterdam en Den Haag): 345 m² wvo ten opzichte van 359 m² wvo per 1.000 inwoners. Op basis van de meest recente koopstroomgegevens uit het Prestatieonderzoek (2019) functioneert de dagelijkse sector in de gemeente Tilburg **iets onder het landelijk gemiddelde**.
- Ook het **niet-dagelijkse aanbod in de gemeente Tilburg is relatief beperkt** ten opzichte van het aanbod in de referentie steden, 1.066 m² wvo ten opzichte van 1.276 m² wvo. Dit uit zich met name in 'mode en luxe' en 'in/om het huis' aanbod. Het niet-dagelijkse aanbod functioneert **iets boven het landelijk gemiddelde**, op basis van koopstroomgegevens uit het Prestatieonderzoek.
- Het relatief beperkte aanbod in Tilburg is een pré in de huidige marktsituatie waar de behoefte naar detailhandelsmeters afneemt. De omzet wordt over minder winkelmeters verdeeld, waardoor het bestaande winkelaanbod in de gemeente Tilburg op peil kan (blijven) functioneren.

Harde plannen en initiatieven

- In de gemeente Tilburg bestaan verschillende harde plannen omtrent het toevoegen/verplaatsen van detailhandel, te weten Koningsoord, De Groene Kamer en Tilburg Noord (Rugdijk). De plannen zijn meegenomen als uitgangspunten.
- Het oude centrum Eikenbosch (Berkel-Enschot) wordt verplaatst naar de locatie **Koningsoord**. Per saldo gaat het om een uitbreiding van 4.000 m² bvo waarvan 500 m² bvo dagelijks en 3.500 m² bvo niet-dagelijks.
- Er bestaan plannen om grootschalig aanbod toe te voegen op landgoed **De Groene Kamer**. De gebiedsontwikkeling bevat circa 19.000 m² bvo waarvan circa 1.350 m² wvo bestemd voor detailhandel. Voor een deel gaat het om een verplaatsing van de bestaande Intratuin (voorwaarde).
- In Tilburg Noord is in 2018 het bestemmingsplan "**Rugdijk – Von Suppestraat**" vastgesteld. Hierbinnen is de verplaatsing van een tuincentrum en bouwmarkt voorzien. In totaal is ruimte voor 9.300 m² bvo tuincentrum en een bouwmarkt van 6.000 m² bvo. Gezamenlijk mag het totaal niet meer dan 9.600 m² bvo bedragen.

Figuur 2.1: Doelgroepen per stadsdeel, eigen bewerking van BRO op basis van het Woningbehoefteonderzoek 'Hart van Brabant' (SmartAgent, 2014)

Rood

Assertieve, energieke mensen die graag en vaak winkelen. Zij zijn meer op **online** aankopen gericht dan de gele en groene levensstijl. Het product is belangrijker dan de prijs en de focus ligt op **eigenheid** en **originaliteit**. Rood houdt van gespecialiseerde winkels, **boetiekjes**, aparte en minder bekende winkels en een **verrassende**, inspirerende winkelomgeving. *Merken: Superdry, Urban Outfitters, Gsus, speciaalzaken, vintage, tweedehands*

Groen

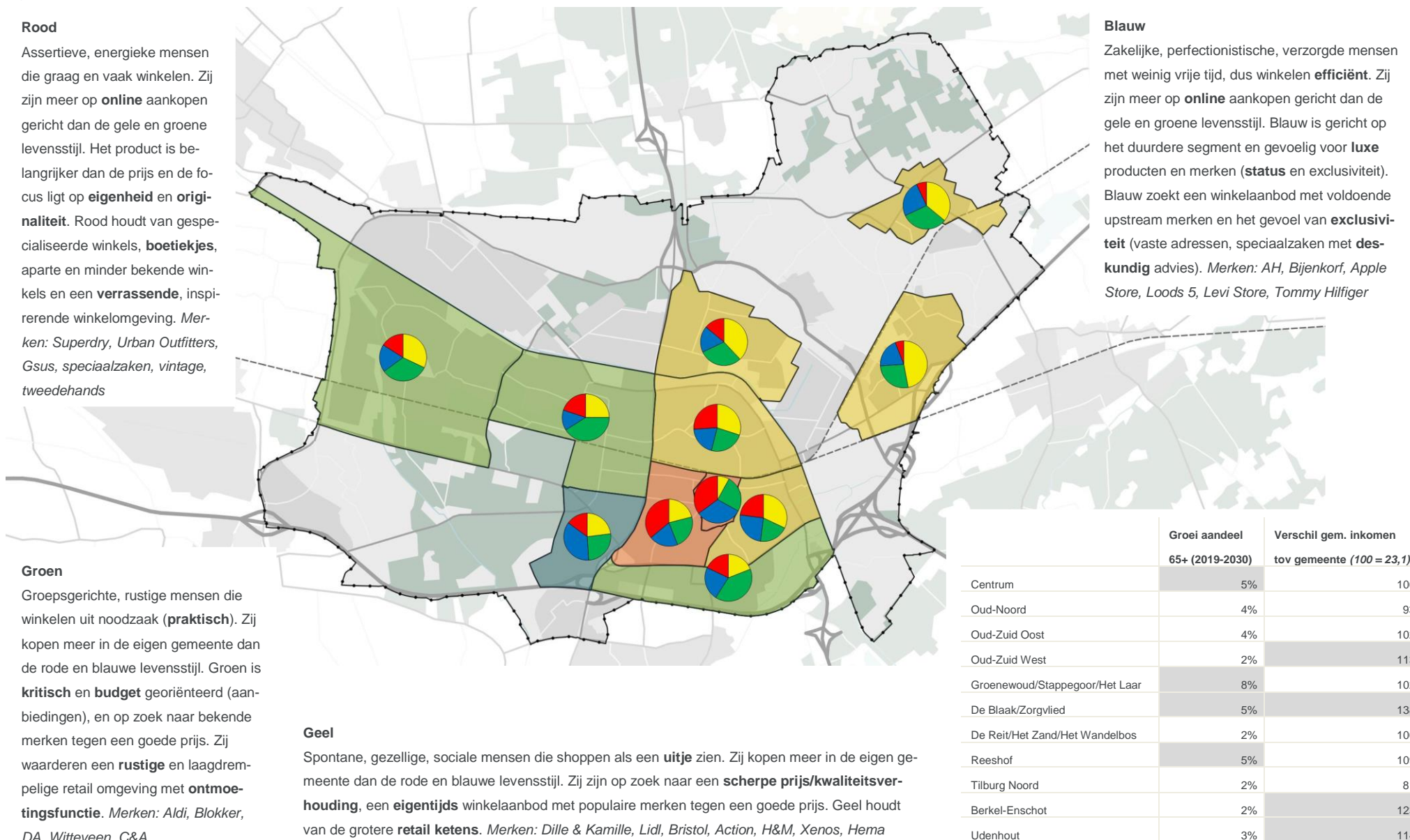
Groepsgerichte, rustige mensen die winkelen uit noodzaak (**praktisch**). Zij kopen meer in de eigen gemeente dan de rode en blauwe levensstijl. Groen is **kritisch** en **budget** georiënteerd (aanbiedingen), en op zoek naar bekende merken tegen een goede prijs. Zij waarderen een **rustige** en laagdrempelige retail omgeving met **ontmoetingsfunctie**. *Merken: Aldi, Blokker, DA, Witteveen, C&A*

Geel

Spontane, gezellige, sociale mensen die shoppen als een **uitje** zien. Zij kopen meer in de eigen gemeente dan de rode en blauwe levensstijl. Zij zijn op zoek naar een **scherpe prijs/kwaliteitsverhouding**, een **eigentijds** winkelaanbod met populaire merken tegen een goede prijs. Geel houdt van de grotere **retail ketens**. *Merken: Dille & Kamille, Lidl, Bristol, Action, H&M, Xenos, Hema*

Blauw

Zakelijke, perfectionistische, verzorgde mensen met weinig vrije tijd, dus winkelen **efficiënt**. Zij zijn meer op **online** aankopen gericht dan de gele en groene levensstijl. Blauw is gericht op het duurdere segment en gevoelig voor **luke** producten en merken (**status** en exclusiviteit). Blauw zoekt een winkelaanbod met voldoende upstream merken en het gevoel van **exclusiviteit** (vaste adressen, speciaalzaken met **deskundig** advies). *Merken: AH, Bijenkorf, Apple Store, Loods 5, Levi Store, Tommy Hilfiger*

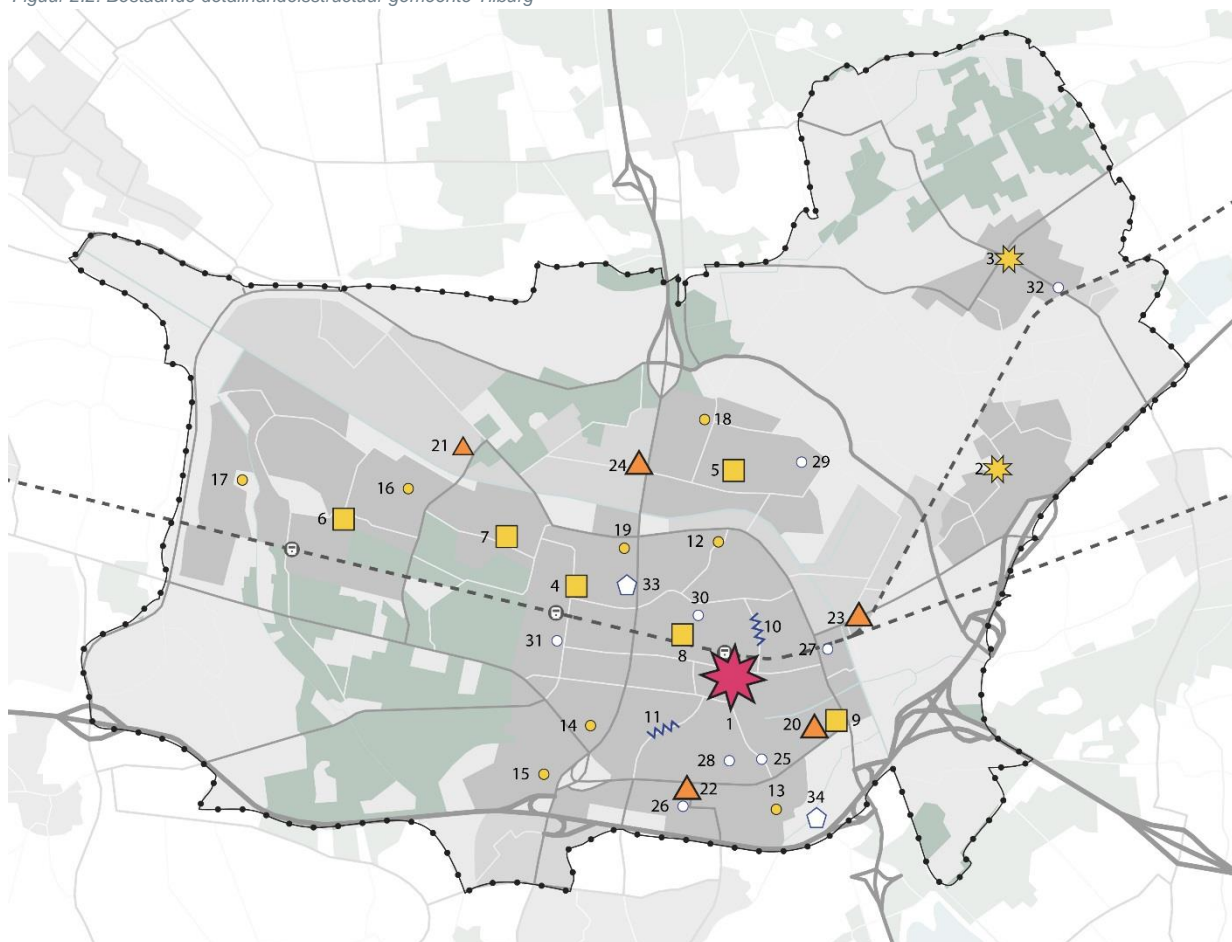


Bestaande detailhandelsstructuur

De type winkelgebieden in de detailhandelsstructuur kenmerken zich als volgt:

- **Binnenstad:** De binnenstad is het hoofdwinkelgebied van de gemeente met de grootste concentratie van detailhandel, horeca en leisure.
- **Linten:** De linten hebben een specifiek profiel en bestaan uit een mix van functies (detailhandel, horeca, diensten, kantoren, wonen en overige bedrijvigheid). Vanwege de positionering en profilering van de linten Korvel & Besterd als 'armen' van de Tilburgse binnenstad zijn deze als apart winkelgebiedstypen opgenomen.
- **Dorpscentrum:** Een dorpscentrum is het grootste winkelgebied in een woonplaats met 5-50 winkels. Het betreft hier de centra van Udenhout en Berkel-Enschot.
- **Wijkcentrum:** Deze centra hebben in totaal 9-59 winkels waaronder twee of meerdere supermarkten.
- **Buurtcentrum:** Dit zijn de winkelcentra met maximaal één supermarkt en in totaal 4-11 winkels, veelal gericht op de dagelijkse boodschappen. Dit betekent dat wijk- en buurtcentra zich onderscheiden van elkaar door het aantal supermarkten in het centrum.
- **Perifere concentratie:** Dit zijn de perifere detailhandelsclusters met 5 of meer verkooppunten in grootschalige winkels en tenminste 50% van het aanbod met een doelgericht bezoekmotief. Dit betreft de branches "dier en plant", "doe-het-zelf" en "wonen".
- **Speciaal winkelgebied:** Winkelgebieden die niet tot de voorgaande categorieën behoren, worden aangemerkt als speciaal winkelgebied. In de gemeente Tilburg gaat het om De Rooi Pannen en St. Elisabeth Ziekenhuis. Opgemerkt moet worden dat de sportzaken op Stap-pegloor in het huidige beleid zijn benoemd als PDV-locatie, maar vanwege het beperkt aantal winkels is hier nauwelijks sprake van een winkelgebied.

Figuur 2.2: Bestaande detailhandelsstructuur gemeente Tilburg



Winkelgebieden

1 Centrum Tilburg	11 Korvelseweg	21 Vossenbergh-Oost	31 Albert Heijn-supermarkt
2 Centrum Berkel Enschoot	12 Bart van Peltplein	22 Leijendaal	32 Jumbo-supermarkt
3 Centrum Udenhout	13 Pater van den Esenplein	23 Bosscheweg	33 De Rooi Pannen
4 Westermarkt	14 Burgemeester van de Mortelplein	24 Kraaienveld	34 St. Elisabeth Ziekenhuis
5 Wagnerplein	15 Amer	25 Jumbo-supermarkt	
6 Heyhoef	16 Buurmalsenplein	26 Jumbo-supermarkt	
7 Paletplein	17 Dalempromenade	27 Aldi-supermarkt	
8 Jan Heijnsstraat	18 Verdieplein	28 Aldi-supermarkt	
9 AaBe-Fabriek	19 Frans van Spaendonckplein	29 Lidl-supermarkt	
10 Besterdring	20 AaBe-Fabriek	30 Coop-supermarkt	

Legenda symbolen

- Binnenstad
- Dorpscentrum
- Wijkcentrum
- Buurtcentrum
- Perifere concentratie
- Solitaire supermarkt
- Speciaal winkelgebied
- Lint

Beleidskader

Structuurvisie Ruimtelijke Ordening Noord-Brabant

- De provincie Noord-Brabant streeft naar een vitale en toekomstbestendige voorzieningenstructuur. Er is **beperkte ruimte** voor de uitbreiding van detailhandelsvoorzieningen. Daarom is het belangrijk zorgvuldig om te gaan met de **bestaande winkelcentra**. Dit is een primaire verantwoordelijkheid van de gemeenten.
- De voornaamste taak van de provincie is om (ruimtelijke) ontwikkelingen van **(boven)regionale detailhandelslocaties** af te stemmen met de regiogemeenten. Dergelijke ontwikkelingen zijn alleen mogelijk in hoogstedelijke zones of bij stedelijke knooppunten, als deze het bestaande voorzieningenniveau versterken en de ruimtelijke effecten inpasbaar zijn in de omgeving.

Afsprakenkader Hart van Brabant

- De regiogemeenten willen de huidige verzorgingsstructuur behouden en waar mogelijk versterken door detailhandelsontwikkelingen met name te **focussen op winkelgebieden** en niet op verspreide bewinkeling.
- Daarnaast willen de regiogemeenten de koopkrachtafvloeiing naar de omliggende regio's en grote steden verminderen. Om de eigen centra voor recreatieve en doelgerichte aankopen aantrekkelijker te maken is **aanbodversterking** en **kwaliteitsverhoging** nodig.
- De overheden hebben faciliterende taken en verantwoordelijkheden terwijl van winkeliers en vastgoedeigenaren wordt verwacht dat zij **investeren** in hun winkelconcept- en pand en **samenwerken** om hun winkelgebied aantrekkelijk te houden.
- De regiogemeenten leggen bij nieuwe detailhandelsontwikkelingen en bij uitbreidingen van en investeringen in de bestaande winkelgebieden indien mogelijk een **koppeling** met het belang voor het regionale speerpunt **leisure** (o.a. meer verblijfsrecreatie).

Omgevingsvisie Tilburg 2040

- De Omgevingsvisie richt zich op Tilburg als **vitale, duurzame stad** in een moderne netwerksamenleving. De ontwikkelingen in de economie, de maatschappij en de leefomgeving sluiten op elkaar aan en versterken elkaar.
- De visie identificeert zogenaamde **brandpunten**, waar **ontmoeting en sociale cohesie** vorm krijgen door de samenkost van diverse functies, zoals detailhandel, commerciële, maatschappelijke en onderwijsvoorzieningen, sport- en recreatievoorzieningen. **Wijk- en buurtcentra** zijn voorbeelden van dergelijke brandpunten.

Binnenstadvisie Tilburg Next

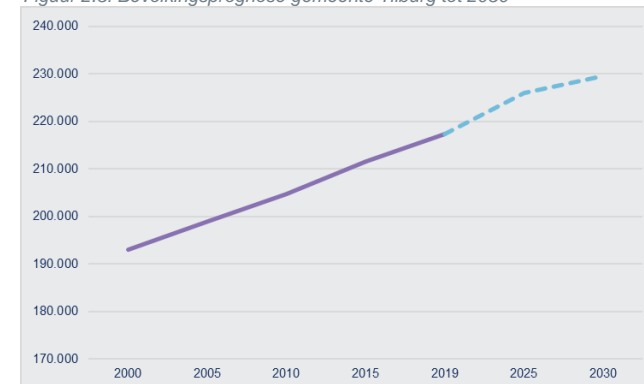
- Deze visie geeft invulling aan de zogenaamde **Binnenstad van de 21^{ste} eeuw** uit de Omgevingsvisie, gedefinieerd als hét gebied voor de kennis(werkers) en de creatieve economie, een belangrijke plek in BrabantStad.
- Zes **deelgebieden** vormen samen de Tilburgse binnenstad: Kernwinkelgebied, Dwaalgebied, Spoorlaan, Spoorzone, Heuvel en Veemarktkwartier en Schatkamer van Tilburg. In ieder gebied is ruimte voor een (mix van) functie(s), waaronder detailhandel, wonen, kennis-economie en ondernemerschap.
- De visie zet onder andere in op een **compact en krachtig kernwinkelgebied** en een aantrekkelijk **dwaalgebied** met een mix van wonen, winkelen, horeca en werken. In nieuwe stedelijke gebieden (Spoorzone, Piushaven) is geen ruimte voor winkels.

Horecanota gemeente Tilburg

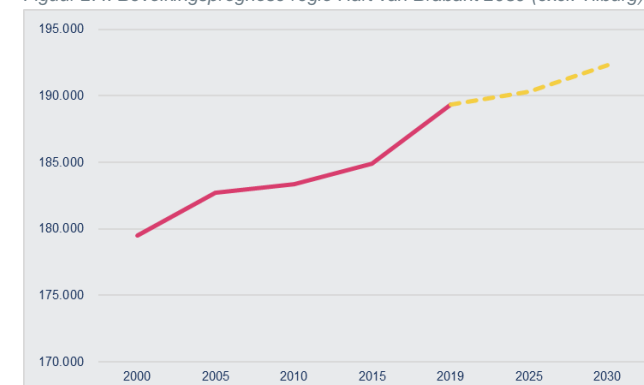
- De behoefte van consumenten aan **beleving** en **sfeer** is terug te zien in winkelgebieden. Daar neemt het aantal horecagelegenheden toe en wordt horeca als deel van het winkelconcept toegepast. De gemeente Tilburg geeft deze ontwikkelingen in het horecabeleid een plek.

- In het horecabeleid is opgenomen dat de gemeente Tilburg kiest voor horeca die een **meerwaarde** heeft voor de **functie van gebieden**, om daarmee de **gastvrijheid** van Tilburg te benadrukken. In de binnenstad en de ontwikkelgebieden (met name Piushaven en Spoorzone) ligt de voornaamste focus voor horeca, met voor ieder sfeergebied een eigen accent.
- Daarnaast kunnen **onderscheidende horecaconcepten**, al dan niet in combinatie met een bijzondere locatie, de ruimte krijgen in Tilburg om zo vernieuwing van het horeca-aanbod te bevorderen.

Figuur 2.3: Bevolkingsprognose gemeente Tilburg tot 2030



Figuur 2.4: Bevolkingsprognose regio Hart van Brabant 2030 (excl. Tilburg)



3. Koers bepalen

Inleiding

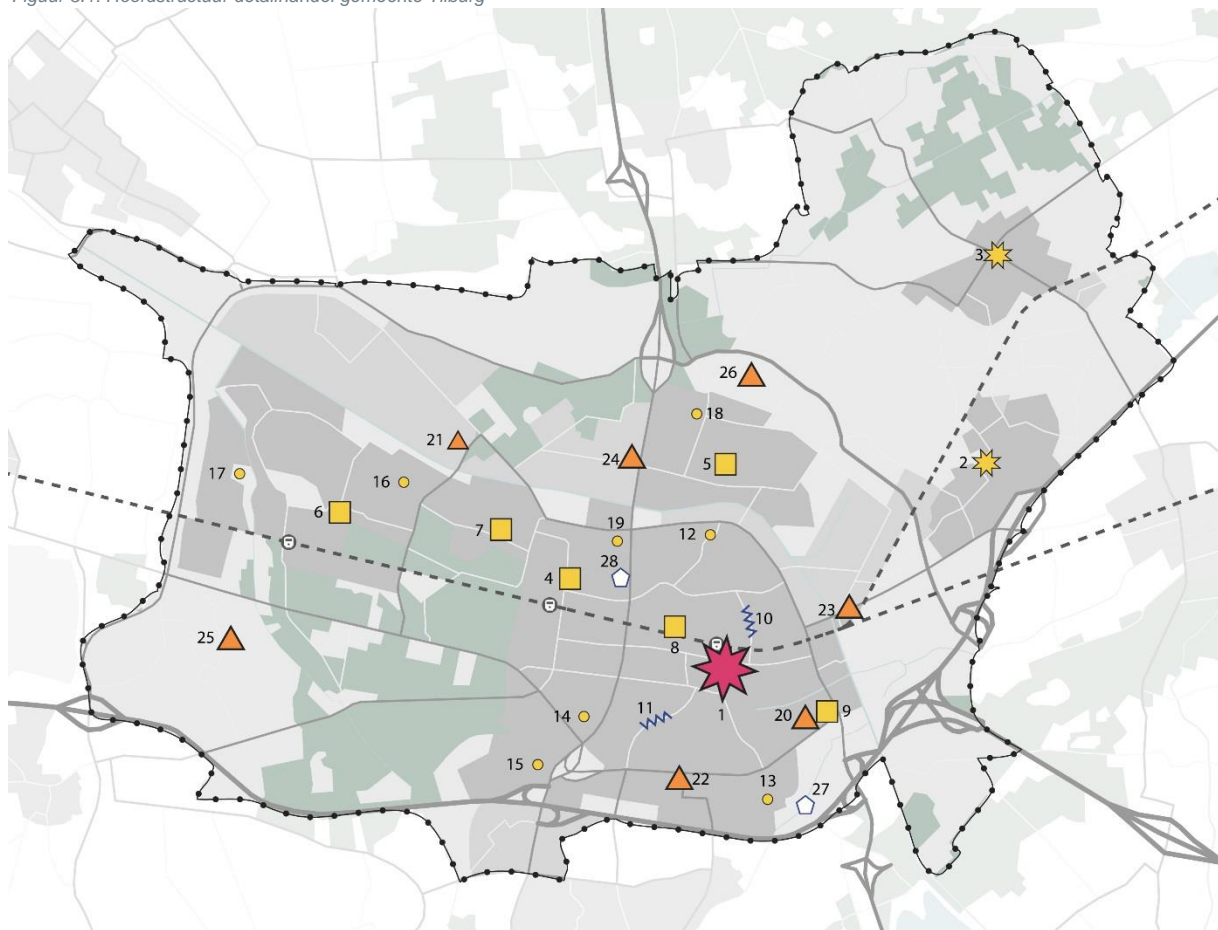
Om te komen tot een optimale en toekomstbestendige detailhandelsstructuur in de gemeente Tilburg moeten keuzes gemaakt worden. Ook al is de Tilburgse detailhandelsstructuur in hoofdlijnen op orde, het is gelet op de dynamiek in de detailhandel noodzakelijk een duidelijke koers voor de toekomst te bepalen (zie Discussienotitie). Hiervoor zijn, met input van stakeholders, keuzes gemaakt over:

- **Het definiëren van de hoofddetailhandelsstructuur:** welke winkelgebieden maken onderdeel uit van de toekomstige detailhandelsstructuur en krijgen beleidsmatig voorrang boven andere locaties (zie figuur 3.1).
- **Koopedrag als leidraad:** de complementariteit en het profiel per winkelgebied in de hoofdstructuur wordt primair bepaald op basis van het koopmotief van de consument: boodschappen doen, recreatief winkelen of doelgerichte aankopen (zie bijlage 2).
- **Hoofduitgangspunten voor beleid:** de hoofdlijnen van het nieuwe beleid, uitgedrukt in 10 beknopte uitgangspunten. Deze geven richting voor de overheid en het bedrijfsleven bij de toetsing van nieuwe initiatieven.

Hoofddetailhandelsstructuur

- In figuur 3.1 zijn de winkelgebieden opgenomen die zijn opgenomen in de hoofdstructuur. De detailhandelsvisie zet primair in op het behouden en versterken van deze centra.
- De beoogde hoofdstructuur is in grote mate vergelijkbaar met de huidige structuur. De reden hiervan is dat in de visie de bestaande winkelconcentratiegebieden als uitgangspunt dienen waar vernieuwing, modernisering en uitbreiding moet plaatsvinden. Het motto is de kwaliteit en functie van bestaande centra verder versterken.

Figuur 3.1: Hoofdstructuur detailhandel gemeente Tilburg



Winkelgebieden

1	Centrum Tilburg	11	Korvelseweg	21	Vossenberg-Oost
2	Centrum Berkel Enscht	12	Bart van Peltplein	22	Leijendaal
3	Centrum Udenhout	13	Pater van den Bsenplein	23	Boscheweg
4	Westermarkt	14	Burgemeester van de Mortelplein	24	Kraaiven
5	Wagnerplein	15	Amer	25	De Groene Kamer
6	Heyhoef	16	Buurmalsenplein	26	Rugdijk / Stokhasseltlaan
7	Paletplein	17	Dalempromenade	27	St. Elisabeth Ziekenhuis
8	Jan Heijnsstraat	18	Verdiplein	28	De Rooi Pannen
9	AaBe-Fabriek	19	Frans van Spaendonckplein		
10	Besterdring	20	AaBe-Fabriek		

Legenda symbolen

- ★ Binnenstad
- ★ Dorpscentrum
- Wijkcentrum
- Buurtcentrum
- ▲ Perifere concentratie
- ⬠ Speciaal winkelgebied
- ⚡ Lint

De 013 hoofduitgangspunten

Navolgend zijn in willekeurige volgorde de 013 hoofduitgangspunten van het Tilburgse detailhandelsbeleid geformuleerd.

1. Prioriteit bij kwaliteit bestaande structuur

- Uitgangspunt is het behoud van een fijnmazige detailhandelsstructuur in Tilburg door in te zetten op versterking van de bestaande winkelcentra.
- Dit betekent concentratie van voorzieningen binnen de hoofdstructuur (figuur 3.1), met een zo compleet en gevarieerd mogelijk aanbod.

2. Geen nieuwe detailhandel buiten hoofdstructuur

- Nieuwe detailhandelsmeten buiten de vastgelegde hoofdstructuur worden niet toegestaan, tenzij daar specifiek beleid voor geldt (zie hoofdstuk 7).

3. Terugdringen plancapaciteit detailhandel

- Per saldo streeft het beleid naar het op termijn terugdringen van de plancapaciteit voor detailhandel buiten de hoofdstructuur en aan de randen van sommige winkelgebieden (compacte centra).
- Om dit te bereiken zijn in deze visie duidelijke locatiekeuzes gemaakt en is voorzienbaarheid gecreëerd (zie ook hoofdstuk 8). Plancapaciteit kan alleen effectief worden teruggedrongen als de gemeente Tilburg, vastgoedeigenaren en ondernemers zich samen inzetten voor het saneren van ongewenste detailhandelsmeten.
- Indien sanering van detailhandelsmeten op een locatie aan de orde is, moet er gezocht worden naar passende transformatiemogelijkheden die zowel positief bijdragen aan de omgeving als aan de directe belanghebbenden,

zoals de vastgoedeigenaar en de ondernemer.

4. Samenhang detailhandel en horeca

- Binnen de kaders van de drank- en horecawetgeving krijgen bestaande en nieuwe concepten de ruimte om blurring tussen detailhandel en horeca toe te passen, omdat de consument dit in toenemende mate verwacht en dit aanbod inspeelt op meer sfeer en beleving.
- Horeca of een combinatie van horeca en detailhandel wordt primair voorzien in de vastgelegde hoofdstructuur.
- De mogelijkheid die het horecabeleid biedt voor bijzondere en onderscheidende horeconcepten op specifieke locaties blijft gehandhaafd.

5. Inzet bestedingspotentieel eigen inwoners

- Met een fijnmazige en toekomstbestendige detailhandelsstructuur is het uitgangspunt nóg meer te profiteren van de bestedingen van de eigen inwoners uit de gemeente (koopkrachtbinding optimaliseren).

6. Regionale positie behouden en versterken

- Voor de directe regio vormt Tilburg dé winkelstad, met onderscheidend en kwalitatief sterk recreatief aanbod. Hiervoor ligt het primaat bij de binnenstad.

7. Prioriteit bij de binnenstad

- Binnen de Tilburgse detailhandelsstructuur heeft verdere versterking van de binnenstad absolute prioriteit. Wat betreft de winkelfunctie ligt het accent op een compact kernwinkelgebied.
- De recreatieve winkelfunctie van de binnenstad mag niet aangetast worden door ontwikkelingen elders in de gemeente. Dit betekent dat nieuwe recreatieve winkelme-

ters (zie HS2) niet buiten de binnenstad worden toegestaan.

- Binnen de binnenstad wordt ingezet op een compact winkelgebied, waarbij met name aan de randen een opgave ligt voor transformatie naar niet-winkelfuncties.

8. Boodschappenaanbod clusteren in centra

- Iedere inwoner van de gemeente Tilburg moet in zijn of haar wijk of buurt de dagelijkse boodschappen kunnen (blijven) doen.
- Daarbij draagt clustering van verschillende voorzieningen in dorps-, wijk-, en buurtcentra bij aan versterking van de leefbaarheid, gemak, sociale cohesie en veiligheid én de levensvatbaarheid van winkels door synergiewerking en combinatiebezoek. Zoals bijvoorbeeld gezondheidsvoorzieningen, kinderdagverblijven, dienstverlening, e.d.
- Supermarkten zijn de belangrijkste trekkers van deze centra en moeten primair in de centra worden gefaciliteerd. De centra moeten zoveel mogelijk aansluiten bij de lokale doelgroep qua behoefte en mobiliteit.
- Bestaande supermarkten in centra behorende tot de vastgelegde hoofdstructuur en krijgen de ruimte om te moderniseren en uit te breiden, mits het planinitiatief voldoet aan de landelijke ladder voor duurzame verstedelijking².
- Een mogelijkheid voor vernieuwing van de boodschappenstructuur kan zijn het samenvoegen van bestaand aanbod, eventueel op een nieuwe locatie. Een voorwaarde is echter wel dat bij relocatie aandacht is voor de achterblijvende locatie in de vorm van transformatie én juridische sanering van winkelmeten.
- Er worden geen mogelijkheden geboden voor nieuwe solitaire supermarkten. Waar mogelijk wordt ingezet op

²

De ladder voor duurzame verstedelijking is een wettelijk verplicht

onderdeel waaraan getoetst moet worden bij elke nieuwe stedelijke ontwikkeling. Het betreffende initiatief moet voorzien in een behoefte en de ruimtelijk-

functionele effecten moeten aanvaardbaar zijn.

verplaatsing van bestaande solitaire supermarkten naar winkelcentra. Uitbreiding van bestaande solitaire supermarkten wordt in principe niet toegestaan, tenzij aangetoond is dat verplaatsing ruimtelijk niet mogelijk is en wordt voldaan aan de ladder voor duurzame verstedelijking.

9. Perifere detailhandelslocaties handhaven

- De inwoners van de gemeente Tilburg zijn momenteel goed voorzien in perifeer en grootschalig winkelaanbod. Nieuwe PDV-locaties worden daardoor niet toegestaan.
- Om tegemoet te komen aan ontwikkelingen in de markt is een bepaalde mate van flexibiliteit binnen bestaande PDV-locaties uitgangspunt, zolang deze complementair zijn aan de reguliere centra en thematisering tussen PDV-locaties onderling in stand blijft.
- Nieuwe solitaire initiatieven buiten de aangewezen winkelcentra worden niet toegestaan. Bestaande verspreide winkels krijgen de ruimte om te verplaatsen naar PDV-locaties of andere winkelcentra. Modernisering van bestaand verspreid aanbod wordt in principe niet toegestaan, tenzij is aangetoond dat verplaatsing ruimtelijk niet mogelijk is en voldaan wordt aan de ladder voor duurzame verstedelijking.

10. Ruimte voor innovatie binnen de structuur

- Tilburg wil blijvend inzetten op het faciliteren van innovatie, nieuwe initiatieven en broedplaatsen. Primair wordt ingezet op huisvesten van nieuwe concepten binnen de vastgelegde hoofdstructuur.

11. Ruimte voor maatwerk

- Sommige bedrijfsconcepten bestaan uit de combinatie van activiteiten. In sommige gevallen is detailhandel hier in beperkte mate onderdeel van. Onder strenge voorwaarden biedt deze visie ruimte voor specifieke vormen

van detailhandel buiten de hoofdstructuur (zie hoofdstuk 7).

12. Structurele samenwerking

- Samenwerking tussen met name ondernemers, vastgoed en gemeente bepaalt in toenemende mate de ontwikkeling en het succes van winkelgebieden. Voor versterking van de hoofdstructuur wordt de samenwerking in de Tilburgse binnenstad, de linten, dorps- en wijkcentra verder geprofessionaliseerd.

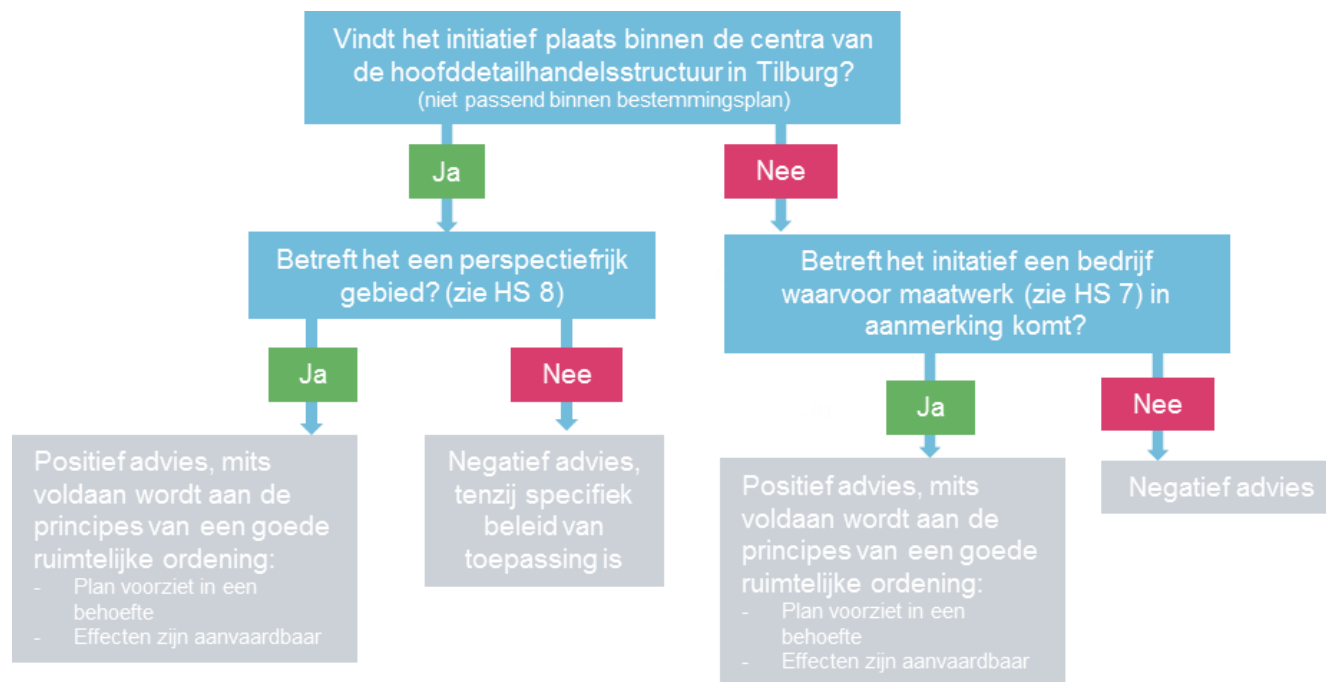
13. Monitoring

- Met het detailhandelsbeleid richt de gemeente zich op de toekomst. Daarin zijn sommige zaken voorspelbaar, maar is het meeste onzeker. Om binnen de onzekerheid uitvoer te geven aan de ambitie van Tilburg om de bestaande structuur te optimaliseren, is monitoring van belang. Door de ontwikkeling van de grotere centra tussentijds te monitoren, kan de koers waar nodig bijtijds worden bijgestuurd.
- De ambitie is om in elk geval voor de grotere winkelgebieden en dorpscentra de doelstellingen per winkelgebied en KPI's (Key Performance Indicators) 4-jaarlijks te meten (raadsperiode). Per meting wordt bekeken of een doelstelling gehaald is of op de goede weg is. Indien dit niet het geval is moet het beleid worden aangepast of moeten nieuwe of andere acties en interventies plaatsvinden.

Stroomschema nieuwe initiatieven

In figuur 3.2 is een stroomschema opgenomen dat gebruikt kan worden in de afweging om nieuwe initiatieven die niet passen binnen een vigerend bestemmingsplan wel/niet toe te staan (en onder de nieuwe Omgevingswet het Omgevingsplan). Aangezien het stroomschema slechts de hoofdlijn weergeeft van het beleid en beleidsmatige nuances niet zijn opgenomen, moet de uitkomst van het stroomschema altijd worden gezien in relatie tot de rest van de visie. Het stroomschema is bovendien expliciet niet van toepassing voor initiatieven die reeds op basis van het vigerende bestemmingsplan mogelijk zijn.

Figuur 3.2: Toetsingskader detailhandelsinitiatieven Tilburg³



³ PoHo EZ&RT staat voor Portefeuillehoudersoverleg Economische Zaken en

Recreatie & Toerisme

4. De Binnenstad

4.1 Inleiding

De Tilburgse binnenstad is de sociale, culturele en economische motor van de gemeente. De binnenstad heeft vele gezichten die tot uiting komen in verschillende sfeergebieden. Ieder gebied met z'n eigen accenten qua samenstelling van het aanbod. Door de sfeergebieden kwalitatief te versterken en met elkaar te verbinden is het de ambitie om **meer bezoekers** aan te trekken en de **verblijfsduur te verlengen**.

Wat vinden stakeholders?

- De binnenstad is hét visitekaartje van Tilburg. Binnen de detailhandelsstructuur ligt prioriteit bij de binnenstad.
- De binnenstad kent kansen en uitdagingen die door samenwerking en heldere keuzes moeten worden opgepakt.
- De Tilburgse binnenstad is gebaat bij sturing op een compact kernwinkelgebied en transformatie van commerciële meters aan de randen naar andere functies.
- De ontwikkeling van commerciële plinten met detailhandel net buiten de binnenstad moet worden voorkomen.

Doelstelling (KPI)

De Tilburgse binnenstad groeit verder door tot het centrale winkel- en verblijfsgebied van de gemeente én regio, waar het recreatief winkelen in combinatie met eten, drinken en verblijven centraal staat. Het betreft de volgende meetbare KPI's:

- De koopkrachtbinding op de binnenstad neemt toe.
- De koopkrachtoevloeiing op de binnenstad neemt toe.
- Combinatiebezoek winkelen, horeca en cultuur neemt toe.
- Aantal dag- en verblijfsbezoekers nemen toe.
- Het commerciële voorzieningenaanbod neemt sterker toe in de binnenstad dan elders in de gemeente en regio.

De koopstroomgegevens zijn beschikbaar via de provincie, die dit ook periodiek zullen updaten (conform afspraken IPO).

Algemene beleidsuitgangspunten

- **Genuanceerd zijn naar de toekomst:** Het winkelaanbod in de Tilburgse binnenstad is met name in de recreatieve branches afgenomen, en in lijn met landelijke trends is het horeca aanbod toegenomen. Met de komst van enkele trekkers is het winkelaanbod in de binnenstad van Tilburg nog steeds sterk. Toch moet naar de toekomst toe genuanceerd worden gekeken naar de ontwikkelingskansen voor detailhandel, omdat de groei niet onbeperkt is. De spelers in de markt veranderen snel, waarop geanticipeerd moet worden.
- **Kansen onderscheidend (winkel)aanbod:** De pure winkelfunctie van binnensteden neemt af. Vanuit trends is zichtbaar dat bestaande winkelformules nieuwe concepten ontwikkelen (denk aan Praxis of IKEA city-stores) en ook steeds meer gemengde concepten ontstaan. De Tilburgse binnenstad en meer specifiek het kernwinkelgebied met omliggend dwaalgebied is bij uitstek de plek voor onderscheidend (winkel)aanbod ten opzichte van andere locaties in de gemeente Tilburg en de directe regio, door bijvoorbeeld branchering, formules, service, segment en/of de combinatie met andere voorzieningen.
- **Inzet op compact kernwinkelgebied:** Voor het recreatieve winkelen van 'kijken en vergelijken' zijn compacte winkelgebieden met een sterke mix van detailhandel en horeca het meest aantrekkelijk. Inzet op een compact kernwinkelgebied is nodig om 'gaten' te voorkomen. Leegstand heeft een direct negatief effect op de beleving, uitstraling en aantrekkingskracht van een winkel- of verblijfsgebied. In hoofdstuk 8 zijn de straten gemarkeerd waar in principe optimale mogelijkheden moeten zijn voor detailhandel.
- **Transformatie opgave aan de randen:** Om te komen tot een compact kernwinkelgebied ligt er voor de randen een transformatie-opgave. Hier neemt de (traditionele) detailhandel idealiter af en deze maakt plaats voor

nieuwe concepten, mengvormen, ambachten, diensten, zorg, wonen, etc. Dit is ook het uitgangspunt voor het dwaalmilieu. Uit de binnenstadssessie met verschillende vertegenwoordigers uit de binnenstad en linten, is naar voren gekomen dat er met name een actieve opgave ligt om het winkelaanbod in de Schouwburgpromenade en het gebied rond het Piusplein (Albert Heijn e.o.) te transformeren.

- **Organische ontwikkeling Dwaalmilieu:** Het Tilburgse Dwaalmilieu kent vele unieke en hoogwaardige winkelconcepten. Het dwaalgebied onderscheidt zich ten opzichte van het kernwinkelgebied door de kleinschaligheid van het aanbod en de diversiteit aan functies. Uitgangspunt is deze diversiteit te behouden. In hoofdstuk 8 zijn straten gemarkeerd die beschouwd kunnen worden als beheersgebied. Dit betekent dat de huidige juridische situatie in principe gehandhaafd blijft. Van belang is dat het Dwaalmilieu organisch kan meegroeien met de ontwikkelingen in de binnenstad. Eventuele uitbreiding van het winkelaanbod in dit gebied wordt daardoor op voorhand niet uitgesloten.
- **Geen detailhandel als onderdeel van plintontwikkelingen:** Deze visie gaat uit van een krachtige binnenstad, door in te zetten op een compact kernwinkelgebied in de binnenstad met daarbij transformatie van winkels aan de randen van de binnenstad naar niet-winkelfuncties en het behoud van het Dwaalgebied als gebied waar mening van functies wenselijk is (zie hoofdstuk 8). Dit betekent expliciet dat buiten het kernwinkelgebied en Dwaalgebied geen plintontwikkelingen mogen ontstaan waar nu of wellicht in de toekomst detailhandel mogelijk wordt gemaakt, tenzij er specifiek maatwerk geleverd moet worden op basis van hoofdstuk 7.
- **Boodschappenfunctie binnenstad:** De binnenstad heeft ook een boodschappenfunctie voor bewoners met

een drietal supermarkten en aanvullend versspecialisaties en persoonlijke verzorging. Hoewel de binnenstad momenteel goed is voorzien en in de directe omgeving (o.a. linten) aanvullend aanbod kent, blijft de binnenstad een plek voor meer specialistisch boodschappenaanbod.

- **Koopkrachtbinding optimaliseren:** Met de eigen inwoners als basis voor het economisch functioneren en de groei van het inwonertal, is het vooral van belang de lokale koopkrachtbinding te optimaliseren. Onderscheidend aanbod in een compact gebied heeft de meeste aantrekkingskracht.
- **Regiofunctie behouden:** De binnenstad trekt eveneens enige koopkracht uit met name de direct omliggende gemeente. De regiofunctie van Tilburg is in de context met steden als Eindhoven, Breda en 's-Hertogenbosch met bovenregionale binnensteden beperkt. Daarbij vergrijsst de directe omgeving van Tilburg. De prioriteit ligt dan ook bij versterking van de binnenstad voor de eigen inwoners. Dit zal eveneens de positie in de directe regio positief beïnvloeden.
- **Ruimtelijke relatie linten:** Uit de binnenstadsessie met verschillende vertegenwoordigers uit de binnenstad en linten is naar voren gekomen dat een versterking van de ruimtelijke relatie tussen de binnenstad en de linten gewenst is. Voorbeelden zijn de autoverbinding en loopverbinding. Een functionele relatie is expliciet geen ambitie, omdat dit vanwege de fysieke afstand en ruimtelijke context niet haalbaar is.
- **Samenwerking in Binnenstadsmanagement Tilburg:** De samenwerking in de binnenstad is op orde en wordt naar de toekomst toe gecontinueerd, en waar mogelijk geoptimaliseerd.
- **Structurele monitoring versterken:** Monitoring van doelstellingen en beleid is essentieel om flexibel te kunnen blijven inspelen op de dynamiek. De binnenstad

vraagt om een frequente monitoring. De ambitie is deelopgaven en KPI's minimaal jaarlijks te monitoren en meer strategische doelstellingen (bijvoorbeeld transformatie) vierjaarlijks te monitoren.

Impressie sfeergebieden binnenstad Tilburg



4.2 Linten Korvel / Besterd

De Tilburgse linten Korvel⁴ en Besterd⁵ vormen historische verbindingsstraten als 'armen' van de binnenstad en gelegen tussen verschillende buurtschappen. Vanwege het unieke karakter zijn de Tilburgse linten een apart gebiedstype in de detailhandelsstructuur.

Wat vinden stakeholders?

- De Tilburgse linten vormen aparte gebieden binnen de detailhandelsstructuur, tussen het kernwinkelgebied en de buurt- en wijkcentra.
- De basis 'schoon, heel en veilig' blijven aandachtspunten voor de linten, waar gezamenlijk door ondernemers, pandeigenaren, gemeente en betrokken bewoners aan gewerkt wordt middels het lintenmanagement.
- De linten bieden ruimte voor nieuwe initiatieven en experimenten.
- Het aantal parkeerplaatsen blijft minimaal gelijk.

Doelstelling (KPI)

De linten vormen deelgebieden in de binnenstad en bieden kansen voor gemengde bedrijvigheid, nieuwe concepten (broedplaatsfunctie) en starters. Doelstelling is het behoud c.q. versterking van de boodschappen- en doelgerichte functie, waarbij de recreatieve winkelfunctie afneemt en plaatsmaakt voor andere publieksgerichte bedrijvigheid. Het betreft de volgende meetbare KPI's:

- De functiemix neemt toe.
- Het supermarktaanbod blijft minimaal op peil.
- Versterken principe schoon, heel, veilig.

Algemene beleidsuitgangspunten

- **Ontwikkelkansen bedrijvigheid linten:** De linten verkleuren naar meer bedrijvigheid en nieuwe vormen. Gezamenlijk wordt ingezet op het onderscheidend vermogen van de linten als kraamkamer en broedplaats voor ondernemerschap, met aandacht voor duurzaamheid. Ook moet meer ingezet worden op het versterken van het verblijfsklimaat, door horeca op bijzondere plekken toe te voegen (bijvoorbeeld in de Korvelse kerk of aan het Besterdplein). Juridisch-planologisch vragen de linten om een hoge flexibiliteit voor diverse publieksgerichte functies, om de kansen op leegstand te beperken en de bedrijvigheid te stimuleren.
- **Transformatie aan 'de randen':** De vraag naar (detailhandels)meters neemt af. Voor een sterk en bruisend gebied is een compact lint wenselijk. Een ambitie is daardoor om de randen van de linten te transformeren naar bedrijvige functies, zoals diensten, ambachten en horeca. Transformatie naar woonfuncties dragen niet positief bij aan de linten, indien deze verspreid door de winkels en bedrijvigheid aanwezig zijn (geen aaneengesloten strip met publieksgerichte voorzieningen). Indien uit monitoring blijkt dat op sommige locaties hardnekkige leegstand blijft ontstaan, moet wonen wel bespreekbaar zijn als optie voor transformatie. Dit is onderdeel van de uitvoering en vergt nadere uitwerking.
- **Boodschappenaanbod voor basis trekkracht:** De supermarkten zijn de basis voor het economisch functioneren van de linten (frequent bezoek) en moeten de kans krijgen om mee te groeien met de behoefte.
- **Doelgerichte speciaalzaken behouden:** Van oudsher hebben de linten als verbindingsstraat een sterk aanbod aan doelgerichte speciaalzaken wat door een goede (auto) bereikbaarheid en parkeermogelijkheden voor de

deur behouden moet blijven.

- **Structurele professionele samenwerking:** Naar de toekomst toe is blijvende aandacht en gezamenlijke inzet op de linten nodig, zowel om de basis schoon, heel en veilig op orde te houden als de potentie en unieke waarde van de linten als broedplaatsen te benutten.
- **Versterken aansluiting op doelgroep:** Korvel ligt in een primair 'rood' gebied, terwijl Besterd in een primair 'geel' gebied ligt (qua doelgroep). Dit betekent dat Korvel zich nog verder zou kunnen profileren als de 'urban' broedplaats van Tilburg met een rauw randje. Voor Besterd zou een profiel gericht op gemak, gezelligheid, goedmoedelijkheid en gezinsactiviteiten meer passen.
- **Versterken ruimtelijke relatie met de binnenstad:** Een goede ruimtelijke relatie qua openbare ruimte, mobiliteit (weg- en fietsinfrastructuur en busverbindingen) en uitstraling is essentieel om de functie van de linten als entreergebieden naar de binnenstad te versterken. Een functionele relatie met de binnenstad is vanwege de ruimtelijke context niet haalbaar en dat is daardoor ook geen beleidsambitie.

⁴ Korvelseweg, Korvelplein, Sint Annaplein, Lieve Vrouweplein, Zomerstraat

en Laarstraat

⁵ Besterdring, Besterdplein, Molenbochtstraat, NS-plein

5. Buurt-, wijk- en dorpscentra

Inleiding

De drager van de detailhandelsstructuur op buurt-, wijk-, en dorpsniveau is het boodschappenaanbod, met name de supermarkten. Tilburg kent een fijnmazige boodschappenstructuur, wat een kwaliteit is die naar de toekomst toe behouden en waar mogelijk versterkt moet worden. De buurt- en wijkcentra zijn sociale ontmoetingsplekken en zijn essentiële buurthubs, waar naast winkels in de toekomst steeds meer andere functies zullen landen, zoals ambachten, diensten, horeca, zorg en maatschappelijke functies. De ontwikkelingsmogelijkheden voor detailhandel zijn niet oneindig (indicatie economisch functioneren dagelijkse sector net onder gemiddeld) en nemen voor niet-dagelijkse artikelen juist af. Dit onderstreept het belang van concentratie van andere functies in deze centra, omdat een verschuiving plaats zal vinden van traditionele winkelgebieden naar meer integrale buurthubs. In de visie worden daarom keuzes gemaakt waar uitbreiding/nieuwvestiging van detailhandel mogelijk is en waar niet.

Wat vinden stakeholders?

- Uitgangspunt is behouden en waar mogelijk versterken van de bestaande hoofdstructuur op buurt-, wijk-, en dorpsniveau. Absolute terughoudendheid in toestaan van nieuwe reguliere supermarkten op nieuwe locaties.
- Gebruik in bestaande winkelgebieden de investeringskracht van supermarkten om kwaliteitsimpulsen te geven.
- Wanneer een initiatief zich voordoet, kijk dan goed naar de demografie in de omgeving. Jonge, stedelijke gezinnen hebben andere behoeften dan ouderen of studenten. Zorg dat nieuwe initiatieven hierop aansluiten.

Doelstelling (KPI)

De bestaande fijnmazige structuur op buurt-, wijk- en dorpsniveau vormt de basis voor de toekomst, waarbij nieuwe ontwikkelingen worden getoetst op de aansluiting bij de doelgroepen in de omgeving. Een uitbreiding van het winkelaanbod buiten de vastgelegde winkelgebieden is niet gewenst. Het betreft de volgende meetbare KPI's:

- Het supermarktaanbod voldoet aan moderne eisen:
 - minimale maat (discounter 1.000 m² vwo, fullservice 1.200 m² vwo);
 - voldoende parkeren (minimaal CROW-norm);
 - goede bereikbaarheid (ontsluiting, centraal).
- Het aanbod sluit beter aan op de doelgroep in het verzorgingsgebied (zie toelichting per winkelgebied).
- Het aanbod buiten de vastgelegde boodschappenstructuur neemt per saldo niet toe.

Algemene beleidsuitgangspunten

- **Bestaande supermarkten in de centra versterken:** Bestaande supermarkten in de centra krijgen in beginsel de kans te moderniseren om aan te sluiten op de wensen van de consument, mits voldaan wordt aan de laddertoets. De primaire overweging is het feit dat supermarkten de dominante rol vervullen in de centra en bovendien direct invloed hebben op de leefbaarheid in buurten en wijken (is een ontmoetingsplek en voorziet in de eerste levensbehoefte). Solitaire supermarkten krijgen in principe geen ruimte voor uitbreiding.
- **Nieuwe supermarkten buiten hoofdstructuur niet gewenst:** Uitgangspunt is dat de consument in de gemeente Tilburg momenteel al goed is voorzien in supermarktaanbod. Dit betekent dat nieuwe supermarkten in principe niet gewenst zijn, tenzij deze de binnenstad of wijkcentra versterken of deze een bestaande supermarkt vervangen (saldering) én er aantoonbaar geen

onaanvaardbare effecten ontstaan op de boodschappenstructuur (laddertoets). Nieuwe solitaire supermarkten zijn per definitie niet toegestaan.

- **Concentratie voorzieningen (buurthubs):** Om combinatiebezoek te realiseren is het essentieel om winkels zoveel mogelijk te concentreren nabij de supermarkt. Daarnaast is concentratie van alle publieksgerichte voorzieningen in een compact centrum wenselijk voor levendige centra die bijdragen aan sociale cohesie en veiligheid. Denk daarbij aan medische- of sportvoorzieningen, kinderdagopvang, bibliotheek, maar ook bijvoorbeeld ambulante handel.
- **Bereikbaarheid en parkeren optimaliseren:** Consumenten kiezen in toenemende mate voor efficiëntie, gemak en comfort. Voor de toekomstbestendigheid van de bestaande boodschappencentra zijn een goede bereikbaarheid en voldoende en ruime parkeermogelijkheden randvoorwaarden.
- **Professionele samenwerking verbeteren:** Voor de levensvatbaarheid van de Tilburgse centra en leefbaarheid in de wijken is samenwerking tussen stakeholders in de centra essentieel. Dit geldt met name voor de grotere centra (wijk- en dorpscentra) die een ontmoetingsfunctie hebben voor inwoners. Voor deze centra is al een basis gelegd voor verdere beoogde professionalisering. Dit moet verder worden uitgebouwd (uitvoering).
- **Geen ruimte voor opschalen buurtcentra met extra supermarkt:** Op basis van trends neemt het perspectief voor detailhandel in buurtcentra af. Alleen een (moderne) supermarkt heeft perspectief. Voor de vrijkomende winkelpanden moet gezocht worden naar alternatieve invullingen in bijvoorbeeld zorg, diensten, leisure, etc. In feite vindt een verschuiving plaats van winkelgebieden naar meer (functie) integrale 'buurthubs'. Voor opschaling van deze buurtcentra naar wijkcentra door toevoeging van een nieuwe supermarkt is binnen

de aangewezen structuur geen ruimte, hooguit modernisering van bestaande supermarkten. Een uitzondering hierop is als sprake is van samenvoeging van aanbod op stadsdeelniveau en saldering (zie navolgende bullet).

- **Recreatief (modisch) aanbod beperken:** Het toekomstperspectief voor modisch winkelaanbod in de buurtcentra is beperkt. Als gevolg van autonome ontwikkelingen zullen deze centra verkleuren naar meer diensten en andere functies, wat voor de leefbaarheid wenselijk is. Op wijk- en dorpsniveau worden meer efficiënte, doelgerichte modische aankopen gedaan. Met name de gemoderniseerde centra hebben een relatief sterk niet-dagelijks winkelaanbod. Als het echt gaat om kijken, vergelijken en beleving dan is de Tilburgse binnenstad de aangewezen plek. Waar invulling met modisch aanbod op buurt-, wijk- en dorpsniveau niet meer mogelijk is, moet worden gezocht naar alternatieven.
- **Structuurversterking door samenvoeging is optie:** Afhankelijk van de boodschappenstructuur op stadsdeelniveau en de relatie met de behoefte/ bevolkingsontwikkeling, kan samenvoeging van bestaand aanbod op een bestaande of nieuwe locatie een optie zijn. Een voorwaarde voor eventuele samenvoeging is dat achterblijvende locaties worden getransformeerd en achterblijvende winkelmeters uit de markt worden gehaald.
- **Bepaalde dorps- en wijkcentra verdienen extra aandacht:** In de volgende tabel is het toekomstperspectief per winkelgebied voor het detailhandelsaanbod weergegeven (groen = perspectiefrijk, oranje = matig perspectief, rood = perspectief arm). Hoewel het perspectief over het algemeen goed is, zijn er enkele wijk- en dorpscentra met een matig perspectief.

Toekomstperspectief samengevat

Typering	Perspectief	Winkelgebied
Dorpscentra	✓	Berkel-Enschot
	🟡	Udenhout
Wijkcentra	🟡	Westermarkt
	✓	Wagnerplein
	✓	Heyhoef
	🟡	Paletplein
	🟡	Jan Heijnsstraat
	✓	AaBe-Fabriek
Buurtcentra	✓	Bart van Peltplein
	✓	Dalempromenade
	✓	Burgemeester van de Mortelplein
	✓	Amer
	✓	Verdiplein
	✓	Buurmalsenplein
	✓	Pater van den Elsenplein

5.1 Dorpscentra

Wat vinden stakeholders?

- In de Dorpscentra moet voor de leefbaarheid een basis aan voorzieningen behouden blijven dat past bij de doelgroepen.
- Het is de vraag wat het nieuwe winkelcentrum Koningsoord voor invloed gaat hebben op het aanbod in Udenhout.
- Ook de uitbreiding van het aanbod in Koningsoord is een aandachtspunt. Er worden winkelmeters toegevoegd die nog niet allemaal zijn gevuld.

Doelstelling

Waar mogelijk optimaliseren van het voorzieningenaanbod in de dorpskernen passend bij de demografische ontwikkeling om leefbaarheid naar de toekomst toe te behouden. Het betreft de volgende meetbare KPI's:

- Complementair supermarktaanbod aanwezig.
- Versterking van niet-winkelfuncties.
- Afname leegstand.

Visie per winkelgebied

- **Berkel-Enschot** krijgt met de ontwikkeling van het nieuwe Koningsoord een impuls die past bij de bevolkingsontwikkeling en demografische samenstelling van de inwoners. De uitdaging ligt met name in de overgangperiode begin 2020, waarin het nieuwe dorpshart z'n plek in zal nemen. Koningsoord wordt meer dan alleen een plek om boodschappen te doen. Als dorpshart vervult het ook een sociale functie om te verblijven en elkaar te ontmoeten (levensstijl primair geel/groen). Het winkelaanbod wordt zowel kwantitatief (per saldo +3.000 m² vvo) als kwalitatief versterkt, met naar verwachting een positief effect op de koopkrachtbinding. Het toekomstperspectief is goed.
- **Udenhout** biedt een lokaal voorzieningenaanbod, met

name gericht op dagelijkse boodschappen. Het aanbod ligt deels verspreid wat het toekomstperspectief kwetsbaar maakt. De Plus en Aldi supermarkten aan het Tongerleplein hebben een beperkte omvang, maar hebben samen met aanpalende maatschappelijke voorzieningen de belangrijkste centrale ontmoetingsfunctie. Er ligt een opgave om de aantrekkelijkheid van de ontmoetingsfunctie te versterken en daarmee meerwaarde te bieden voor de eigen inwoners (levensstijl primair geel). Het toekomstperspectief is matig.

5.2 Wijkcentra

Wat vinden stakeholders?

- Uitgangspunt is beschermen en versterken van de bestaande wijkcentra, welke een belangrijke verzorgingsfunctie hebben naast de Tilburgse binnenstad.
- Versterking van de Westermarkt is nodig. Zowel programatisch als ruimtelijk is er momenteel weinig verbinding. Toevoeging van een extra supermarkt kan investeringskracht opleveren om ruimtelijk en functioneel een impuls te geven.

Doelstelling

De wijkcentra zijn voor boodschappen plus aanvullende voorzieningen en bieden een levendig 'hart van de wijk' dat past bij de betreffende doelgroepen. Het betreft de volgende meetbare KPI's:

- Minimaal 2 moderne supermarkten aanwezig.
- Versterking van niet-winkelfuncties.
- Afname leegstand.

Visie per winkelgebied

- **Westermarkt** is het enige wijkcentrum in Tilburg dat in de afgelopen periode nog niet is gerevitaliseerd. Programatisch en ruimtelijk kent de Westermarkt onvoldoende verbinding. Modernisering van het centrum, passend bij de schaal en functie heeft prioriteit, met name de randvoorwaarden voor efficiënt en comfortabel boodschappen doen (levensstijl primair groen). Uitbreiding van het aanbod met een complementaire supermarkt is gewenst, om het toekomstperspectief te verbeteren. Ook aansluiting zoeken bij de universiteit en studenten in de omgeving biedt kansen voor versterking van het aanbod met meer mengconcepten. Vanwege versnipperd vastgoedeigendom en de ruimtelijke situatie zijn ingrepen complex. Een meer structurele samenwerking tussen vastgoedeigenaren is noodzakelijk. Mogelijke herontwikkelingsopgaven zijn: transformatie van woningen op verdieping, het samenvoegen van units/panden, het optimaliseren van de (fiets)parkeergelegenheid en een sterkere relatie creëren tussen de voor- en achterkant van het winkelgebied.
- **Wagnerplein** is volledig vernieuwd en uitgebreid. De huidige leegstand vraagt aandacht, evenals de verkeerssituatie. Om de positie van het Wagnerplein als 'huiskamer van Noord' (levensstijl primair geel/groen) te versterken zijn de speerpunten: waar mogelijk verplaatsen van winkelaanbod uit de directe omgeving naar het winkelcentrum, versterking van de verblijfskwaliteit qua sfeer, inrichting en passend horeca-aanbod, en optimaliseren van de bereikbaarheid. Het toekomstperspectief is goed.
- **Heyhoef** is gemoderniseerd en uitgebreid. Naast drie moderne en complementaire supermarkten biedt Heyhoef een aanvullend boodschappenaanbod, passende horeca en diensten. Heyhoef is hiermee het belangrijkste winkelgebied voor de Reeshof en sluit goed aan op

de doelgroep (levensstijl primair groen/geel). Het toekomstperspectief is goed.

- **Paletplein** is vernieuwd en biedt een complementair supermarktaanbod, aangevuld met versspeciaalzaken. Door de ruimtelijke opzet vormt het Paletplein ondanks modernisering nog steeds geen geheel. Er is sprake van leegstand wat aandacht vraagt. Om meer in te spelen op de doelgroep (levensstijl primair geel) is versterking van de ontmoetingsfunctie gewenst (o.a. horeca). Gezien de structurele leegstand en de (financiële) gevolgen van de renovatie is het toekomstperspectief matig tot slecht. De locatie vraagt om extra aandacht voor het oplossen van met name het leegstandsprobleem.
- **Jan Heijnsstraat** kent vooral een sterk supermarktaanbod. Aan de overzijde is sprake van beperkte leegstand. Deze winkelstrip heeft nauwelijks relatie met de supermarkten. Transformatie van het winkelaanbod ligt hierdoor op termijn voor de hand. De nabijheid van de binnenstad voorziet in aanvullend aanbod passend bij de doelgroep (levensstijl primair geel/rood). Het toekomstperspectief van de supermarkten is goed, de winkelpanden aan de overzijde krijgen de ruimte om eventueel te transformeren naar niet-winkelfuncties met perspectief.
- **AaBe-fabriek** als wijkcentrum biedt een modern en complementair boodschappenaanbod. Door de relatie met het PDV/GDV-aanbod en de horeca, is het een gemengd gebied met een uniek profiel. Dit sluit goed aan op de diversiteit van aanwezige doelgroepen (alle leefstijlen in balans). Het toekomstperspectief is goed.

Impressie buurt- en wijkcentra



5.3 Buurtcentra

Wat vinden stakeholders?

- De buurtcentra vervullen een functie op het laagste niveau binnen de fijnmazige detailhandelsstructuur.
- De buurtcentra moeten vooral qua supermarktaanbod aansluiten bij de doelgroepen in de omliggende buurt en de mobiliteit.
- Geen nieuwe locaties voor solitaire supermarkten. Waar mogelijk verplaatsen van solitaire supermarkten om bestaande centra te versterken.

Doelstelling

Dichtbij de consument passend aanbod voor dagelijkse boodschappen behouden en waar mogelijk kwalitatief versterken.
Geen nieuwe solitaire locaties.

Visie per winkelgebied

- **Bart van Peltplein** is een gemoderniseerd buurtcentrum. Het verspreide aanbod aan de Goirkestraat en Julianapark heeft niet direct een relatie met het Bart van Peltplein. Dit verspreide aanbod heeft weinig toekomstperspectief. Consumenten doen graag gemakkelijk en efficiënt boodschappen in compacte centra. Het toekomstperspectief van het Bart van Peltplein is goed, maar het verspreide winkelaanbod in de omgeving vraagt om transformatie.
- **Dalempromenade** is een relatief nieuw buurtcentrum aan de westkant van Tilburg, met een moderne supermarkt en aanvullend boodschappenaanbod. Het toekomstperspectief is goed.
- **Burgemeester van de Mortelplein** kent een langgestrekte structuur met een mix van speciaalzaken, ondersteunende diensten en horeca en een kleinschalige Spar-supermarkt. Het toekomstperspectief als ondersteunend buurtcentrum is redelijk tot goed.
- **De Amer** is overdekt en ligt verscholen. Het aanbod biedt de basis voor boodschappen met een Jumbo supermarkt plus aanvullend aanbod. Het toekomstperspectief is goed.
- **Verdiplein** is compact opgezet in een U vorm met een Aldi supermarkt als belangrijkste trekker. Het buurtcentrum kent een gedateerde uitstraling. Het toekomstperspectief is redelijk tot goed.
- **Buurmalsenplein** is compact opgezet in een U-vorm met een supermarkt van moderne omvang en aanvullend boodschappenaanbod. De uitstraling is gedateerd, waardoor een revitalisatie voor de hand ligt. Het centrum heeft een functie voor de directe omgeving. Het toekomstperspectief is redelijk tot goed.
- **Pater van den Elsenplein** kende een gedateerde uitstraling. Momenteel wordt het plein opnieuw ingericht en krijgt de supermarkt een nieuwe locatie op de kop van het plein met woningbouw erboven. Het aanbod bestaat overwegend uit een supermarkt en is daarmee als buurtcentrum beperkt. De vernieuwde supermarkt kan een lokale boodschappen functie behouden in de fijnmazige structuur en concentratie vindt plaats rondom de supermarkt. Het toekomstperspectief als buurtcentrum is redelijk tot goed.
- **Frans van Spaendonckplein** is recent ontwikkeld door verplaatsing van een discounter. Het winkelgebied bevat een gemoderniseerde discounter, een doelgroep supermarkt en enkele aanvullende dagelijkse speciaalzaken. De bereikbaarheid is goed, evenals de parkeermogelijkheden. Het toekomstperspectief als buurtcentrum is goed.

6. Perifere detailhandel

Inleiding

Met de perifere detailhandel wordt het winkelaanbod buiten de reguliere detailhandelsstructuur bedoeld. Dit betreft enkele perifere concentratiegebieden (PDV-locaties) én verspreide bewinkeling (geen concentratie).

Wat bedoelen we met klassieke PDV- en GDV-branches

In deze visie wordt diverse keren gesproken over de klassieke PDV-branches. De term 'PDV' staat voor Perifere Detailhandelsvestigingen en komt uit het oude, inmiddels opgeheven, Rijksbeleid. Dit waren winkels die zich vanwege de volumieuze aard van de artikelen, zoals in bouwmarkten en tuincentra, perifeer mochten vestigen. Inmiddels is de keuze voor branchering en maatvoering gedecentraliseerd en zijn de gemeenten zelf verantwoordelijk voor keuzes (beïnvloed door regio's en/of provincies). Voor de gemeente Tilburg bedoelen we met de klassieke PDV-branches het volgende:

- Winkels in auto's, boten, caravans (ABC-categorie)
- Winkels in motoren en brandgevaarlijke stoffen
- Doe-het-zelfwinkels (bouwmarkten, breedpakketzaken, speciaalzaken)
- Winkels in keukens en sanitair
- Tuincentra

Woonwinkels zijn bewust niet meegenomen in de definitie, omdat deze voor de situatie in Tilburg een andere ruimtelijke betekenis hebben. Woonwinkels vormen immers de belangrijkste dragers voor winkelgebied AaBe-Fabriek en dragen bovendien bij aan de diversiteit in de binnenstad en de linten.

De term GDV staat voor 'Grootschalige Detailhandelsvestigingen'. In Tilburg worden hiermee winkels bedoeld vanaf 1.000 m² wvo in de branches bruin- en witgoed(electra), sport, speelgoed en rijwielen.

Wat vinden stakeholders?

- De gemeente Tilburg heeft voldoende PDV-locaties. Nieuwe locaties aanwijzen is niet gewenst.
- Een goede balans tussen de binnenstad en PDV-locaties is essentieel voor het toekomstperspectief voor beiden.
- Bestaande PDV-locaties moeten een duidelijk ander profiel hebben dan de binnenstad. Ook enige mate van thematisering tussen PDV-locaties onderling is wenselijk.
- De kwaliteit van bestaande PDV-locaties moet geoptimaliseerd worden (uitstraling vastgoed, openbare ruimte, etc.).
- Bestaande PDV-locaties moeten nieuwe dynamiek kunnen opvangen (uitbreiding), maar wel binnen de context van het huidige profiel en de relatie met de binnenstad.
- Aan PDV-locaties moeten voorwaarden worden gekoppeld, zoals branchering en maatvoering. Waar de 'grenzen' liggen zijn de meningen sterk over verdeeld.
- Verspreide bewinkeling moet worden beperkt. Verspreide winkels moeten worden verleid om te verplaatsen naar winkelgebieden.
- Stakeholders roepen op om duidelijke keuzes te maken en consequent beleid te voeren, zodat voor de langere termijn geïnvesteerd kan worden.

Doelstelling

Bestaande PDV-locaties worden kwalitatief versterkt en krijgen binnen de klassieke PDV-branches en bestaande contouren van het winkelgebied meer ruimte om passende initiatieven te kunnen faciliteren. Woonwinkels worden primair gefaciliteerd in de AaBe-Fabriek (of in reguliere winkelgebieden), met de Boscheweg en Leijendaal als overloopgebieden. Een per saldo uitbreiding van het perifere detailhandelsaanbod wordt echter niet voorzien. Nieuwe verspreide bewinkeling wordt in principe niet toegestaan. Bestaande verspreide winkels worden verleid te verplaatsen naar reguliere of PDV-concentraties. Dit is meetbaar op basis van het volgende:

- Het winkelaanbod buiten de reguliere centra in de PDV/GDV-branches niet verder toe in aantal winkels en in omvang van de winkelruimte.
- De verspreide bewinkeling neemt in aantal en omvang van de winkelruimte af.
- De bestemmingsplannen worden aangepast.

Toelichting proces

Het onderdeel perifere detailhandel bleek in het proces met de klankbordgroep en andere stakeholders een belangrijk onderwerp. De meningen tussen verschillende stakeholders onderling liepen sterk uiteen ten aanzien van de te kiezen beleidsrichting. Dit kwam primair naar voren in de tweede bijeenkomst met de klankbordgroep en de diverse schriftelijke input die naar aanleiding hiervan is aangeleverd. Mede op basis van verschillende belangen, is een goede beleidsafweging op dit punt niet eenvoudig. Daar komt bij dat recente jurisprudentie rondom de Dienstenrichtlijn (zie navolgend kader) keuzes in branchering/maatvoering niet eenvoudiger maakt.

In deze visie is gekozen voor een duidelijk perifeer detailhandelsbeleid, waarin primair de complementariteit tussen PDV-locaties en reguliere centra (binnenstad, linten en buurt- en wijkcentra) én PDV-locaties onderling (themativering) geborgd wordt. Om dit te kunnen bereiken is het opleggen van beperkingen in zowel branchering als maatvoering noodzakelijk. De keuzes die omtrent branchering en maatvoering zijn gemaakt zijn gebaseerd op de input van stakeholders, de mate waarin deze zijn te onderbouwen op grond van de Dienstenrichtlijn, de ruimtelijke relevantie en de kansen om dynamiek te faciliteren.

Toelichting Dienstenrichtlijn

De Dienstenrichtlijn is van toepassing zodra er in bestemmingsplannen sprake is van 'beperkingen' binnen detailhandel, bijvoorbeeld via branchering of minimale/maximale maatvoering (zie: Retailagenda 2019, Risico-inventarisatie Dienstenrichtlijn). Het beperken van detailhandelsmogelijkheden is alleen toegestaan indien met 'specifieke gegevens' onderbouwd kan worden dat beperkingen voldoen aan:

1. Non-discriminatoir
2. Noodzakelijkheid
3. Evenredigheid

Met name de 'evenredigheid' zorgt er in de praktijk voor dat niet zomaar keuzes kunnen worden gemaakt ten aanzien van branchering of maatvoering. Om te kunnen voldoen aan de evenredigheidseis moet immers het volgende worden aangetoond:

- de maatregel moet geschikt zijn om het beoogde doel te bereiken;
- de maatregel wordt op coherente en systematische wijze uitgevoerd (hypocrisietest);
- de maatregel gaat niet verder dan nodig is; er moet worden beoordeeld of het beoogde doel niet ook met andere en/of minder beperkende middelen kan worden bereikt.

Situatie Tilburg

Tilburg kent diverse PDV-locaties die momenteel juridisch ieder een eigen specifieke branchering hebben. Vanuit de Dienstenrichtlijn is deze specificering niet (meer) goed te onderbouwen. In de nieuwe visie is gekozen om nog steeds beperkingen te hanteren voor PDV-locaties, maar nu meer in lijn met de Dienstenrichtlijn. In de basis betekent dit dat een branchering en maatvoering is gekozen die noodzakelijk is om onaanvaardbare effecten op de reguliere winkelcentra te voorkomen (leegstand). Daarnaast zijn onderlinge verschillen tussen PDV-locaties minder groot dan voorheen om te kunnen voldoen aan de hypocrisietest, zonder dat afbreuk wordt gedaan aan een bepaalde mate van thematisering tussen PDV-locaties onderling.

Algemene beleidsuitgangspunten

- **Vasthouden aan bestaande PDV-locaties:** Op basis van het onderzoek en de input van de stakeholders zijn de bestaande PDV-locaties dé locaties waar perifere initiatieven kunnen landen. Perifere winkellocaties buiten deze PDV-locaties zijn niet gewenst, omdat de huidige druk op de markt juist zorgt voor goed functionerende locaties waar de leegstand beperkt is. Bovendien zijn er in de regio (Eindhoven, Breda en Waalwijk) bovenregionale PDV-locaties aanwezig waar de Tilburgse consument van oudsher op georiënteerd is en georiënteerd op zal blijven.
- **Geen (nieuwe) verspreide bewinkeling:** In het verlengde van het voorgaande is detailhandel buiten de aanwezige winkelgebieden (PDV-locaties, binnenstad, linten, buurt-, wijk- en dorpscentra) in principe niet toegestaan. Detailhandel buiten de concentratiegebieden draagt niet bij aan een duurzame detailhandelsstructuur en biedt weinig kansen voor combinatiebezoek. Wel moet er ruimte zijn voor maatwerk voor bestaande (verspreide) winkels die behoefte hebben aan modernisering en/of beperkte uitbreiding.
- **Uitsterfconstructie verspreide bewinkeling:** Verspreide bewinkeling wordt niet actief gesaneerd. Wel wordt ingezet op het inrichten van een uitsterfconstructie voor verspreide bewinkeling, waarbij de detailhandelsbestemming (automatisch) wordt verwijderd na 2 jaar leegstand. Daarbij wordt actief gesaneerd in de brancheringsmogelijkheden voor detailhandel op verspreide locaties, om onaanvaardbare structurele effecten te voorkomen. Dit betekent dat alle juridische detailhandelsmogelijkheden op locaties buiten de beoogde hoofdstructuur worden teruggebracht naar klassieke PDV-branches. Bestaande winkels kunnen blijven zitten.

Impressie PDV-locaties

- **Kwaliteit PDV-locaties moet worden versterkt:** De huidige kwaliteit van het detailhandelsaanbod in de periferie wisselt sterk. Enkele locaties, zoals de AaBe-Fabriek (nieuwe deel) en Vossenbergoost hebben nieuw en kwalitatief hoogwaardig aanbod. Op diverse andere PDV-concentraties en -locaties is het aanbod (formules en inrichting winkels) en het vastgoed echter verouderd. Hier ligt een opgave en waarschijnlijk ook een behoefte voor vernieuwing. Het beleid moet deze vernieuwing faciliteren en stimuleren, aangezien vernieuwing essentieel is voor het behoud van het bestaande aanbod en daarmee het op peil houden van de consumentenverzorging en het voorkomen van leegstand.
- **Beperkte brancheverruiming binnen PDV-branches:** Om de kwaliteit van de PDV-locaties te kunnen versterken, voldoende flexibiliteit te hebben en dynamiek te kunnen faciliteren is een bepaalde mate van brancheverbreiding binnen de PDV-locaties noodzakelijk. Binnen alle PDV-locaties worden in elk geval alle klassieke PDV-branches toegestaan (zie kader p 21). Voor Kraaiven geldt deze verbreding niet, hier blijft de huidige regeling gehandhaafd, namelijk een PDV-locatie gericht op het profiel van een autoboulevard.
- **Thematisering PDV-locaties in bepaalde mate behouden:** Een kwaliteit van de bestaande perifere detailhandelsstructuur in Tilburg is de complementariteit tussen de verschillende PDV-locaties. Mede als resultaat van het voorgaande beleid verschillen de PDV-locaties sterk van elkaar in aanbod, kwaliteit en bezoekprofiel. De AaBe-Fabriek is een volwaardig winkelgebied waar de consument met name binnen het thema 'in en om het huis' kan kijken en vergelijken. De winkelstrips aan de Bosscheweg en Leijendaal hebben momenteel eveneens een profiel rondom 'in en om het huis', maar deze locaties worden vooral efficiënt en doelgericht bezocht (beperkt aantal winkels en omvang). Op Vossenbergoost

Oost is minder sprake van een aaneengesloten winkelgebied, omdat de winkels redelijk verspreid over het bedrijventerrein liggen. Het aanbod wordt bovendien gedomineerd door doe-het-zelfzaken, zoals bouwmarkten en winkels in keukens en sanitair. Kraaiven is zoals eerder gezegd een pure autoboulevard. Het beleid gaat uit van het behoud van deze complementariteit tussen gebieden, met de Dienstenrichtlijn als extra dimensie voor de te hanteren branchering/maatvoering per gebied.

- **Grootchalige detailhandel uitsluitend voor AaBe-Fabriek:** Naast de binnenstad is in beperkte mate grootchalige detailhandel toegestaan op de AaBe-Fabriek. Het gaat hier om winkels met een minimale omvang van 1.000 m² wvo, met uitzondering van levensmiddelen, kleding, mode en luxe. De huidige toegestane branchering is het uitgangspunt. Een verdere brancheverbreiding is niet gewenst.
- **Deels loslaten minimale maat:** Voor alle winkels in de periferie geldt in het huidige beleid een minimale maat van 1.000 m² wvo. Dit is in veel gevallen echter niet meer realistisch, aangezien diverse woonwinkels kleiner zijn dan 1.000 m² wvo en winkelpanden soms de omvang niet halen. Voor de klassieke PDV-branches wordt de minimale maat in dit beleid daardoor losgelaten ten aanzien van de PDV-locaties. Voor woonwinkels in de PDV-locaties wordt de minimale maat verlaagd naar 500 m² wvo, vanwege het feit dat de binnenstad van Tilburg diverse decoratieve woonwinkels heeft en deze idealiter ook behouden blijven voor uitsluitend de binnenstad (staat in verlengde van het recreatief winkelen). De minimale maat van 1.000 m² wvo voor GDV-branches blijft gehandhaafd.

Loslaten minimale maat geldt alleen voor PDV-locaties

De beleidsverruiming ten aanzien van de minimale maat van 1.000 m² wvo geldt in principe alleen voor winkels in de aangewezen PDV-locaties die behoren tot de hoofdstructuur. Voor solitaire locatie blijkt een minimale maat van 1.000 m² wvo voor alle typen winkels gehandhaafd. De achterliggende overweging hiervoor is dat een reële kans bestaat dat panden zich splitsen en er per saldo meer solitaire winkels bijkomen (in aantallen). Dit vanuit de concentratiegedachte ongewenst.

Opgemerkt moet worden dat sommige solitaire winkels in de periferie momenteel niet groter zijn dan 1.000 m² wvo. Dit moet ondanks het bovenstaande (juridisch) geaccepteerd worden. Bovendien moeten er in specifieke gevallen uitzonderingen gemaakt kunnen worden om met name bestaande ondernemers en vastgoedeigenaren in de periferie (solitair) toch een bepaalde flexibiliteit te kunnen bieden. Hiervoor wordt verwezen naar de maatwerkparagraaf in hoofdstuk 7.

- **Maatwerk voor de ABC-categorie:** Winkels in auto's, boten, caravans en brandgevaarlijke stoffen vallen ook binnen het PDV-beleid. De aangewezen plek is in principe Kraaiven. Aangezien deze locatie momenteel 'vol' zit en de synergie met andere (perifere) detailhandel beperkt is, kunnen winkels in de ABC-categorie op basis van maatwerk (zie hoofdstuk 7) toch toegestaan worden op bedrijventerreinen.

Visie per winkelgebied

- **AaBe-Fabriek:** De AaBe-Fabriek staat binnen de gemeente Tilburg bovenaan de perifere winkelhiërarchie en heeft een goed toekomstperspectief als een lokaal verzorgende PDV-locatie. Dit betekent dat nieuwe perifere initiatieven idealiter landen op de AaBe-Fabriek. Hoewel brancheverbreiding niet is toegestaan om de complementariteit met de binnenstad te borgen, kan een

verdere modernisering van het perifere winkelvastgoed-aanbod met name aan de Ringbaan-Zuid de locatie op termijn versterken (panden tussen de Sligro en Volvo-garage). Een uitbreiding van het PDV-aanbod wordt op voorhand niet uitgesloten. Een voorwaarde is dat een behoefte kan worden aangetoond en de effecten per saldo niet onaanvaardbaar zijn. Een blijvend aandachtspunt is de bereikbaarheids- en parkeersituatie. Een uitstekende bereikbaarheid en voldoende parkeren zijn kernvoorwaarden. De parkeercapaciteit en –regels moeten in de pas blijven lopen met oog op versterking van het aanbod (o.a. Praxis) als ook woningbouwplannen in de omgeving. Ook de veiligheid is een aandachtspunt.

- **Boscheweg:** Het toekomstperspectief is matig tot goed. De Boscheweg is een overloopgebied voor klassieke PDV-branches in het thema 'in en om het huis', inclusief woonwinkels. Dit betekent concreet dat juridisch meer ruimte moet komen voor tuincentra (doe-het-zelf en wonen is reeds toegestaan), maar dat de juridische mogelijkheden voor bruin- en witgoed(electra), sport, speelgoed en fietsen moet worden ingeperkt. Bestaande winkels worden gerespecteerd. Het inperken van deze mogelijkheden dient conform de algemene beleidsuitgangspunten in alle bestemmingsplannen van de gemeente Tilburg plaats te vinden.
- **Leijendaal:** Hoewel het perspectief matig is vanwege de nabijheid van de AaBe-Fabriek en beperkte omvang, kan deze locatie evenals de Boscheweg een functie vervullen voor lokale PDV-ondernemers. Voor Leijendaal geldt hetzelfde beleid als de Boscheweg. Ten opzichte van de bestaande juridische situatie betekent dit dat de brancheringsmogelijkheden gelijk blijven.
- **Vossen-Oost:** Het toekomstperspectief is goed. Beleidsmatig wordt het huidige profiel van Vossen rondom doe-het-zelf, keukens en sanitair voortgezet. Ook hier geldt dat de klassieke PDV-locaties worden

toegestaan. Woonwinkels worden echter niet toegestaan op Vossen, omdat een behoefte idealiter wordt opgevangen in de AaBe-Fabriek, de binnenstad, de linten of in de overloopgebieden Boscheweg en Leijendaal.

- **Kraaiven:** Het toekomstperspectief is goed, vanwege het duidelijke profiel als autoboulevard en centrale bereikbaarheid. De huidige situatie wordt gehandhaafd. Een verdere brancheverbreiding voor Kraaiven binnen de klassieke PDV-branche is niet toegestaan. Wel wordt een eventuele uitbreiding van Kraaiven toegestaan indien dit uitsluitend autobedrijven c.q. showrooms betreft.
- **Overige locaties:** In de visie zijn enkele uitzondering aangewezen die reeds op basis van maatwerk worden voorzien. Het betreft een grootschalig tuincentrum in het plan De Groene Kamer en de verplaatsing van een tuincentrum en bouwmarkt in Tilburg Noord. Uiteraard is ook de algemene maatregel uit hoofdstuk 7 van toepassing.

7. Overige vormen van detailhandel

Inleiding

In dit hoofdstuk zijn de kaders gegeven voor vestiging van afwijkende en/of bijzondere vormen van detailhandel, zoals blurring, pop-upstores, traffic- of werklocaties, internetwinkels, afhaalpunten, boerderijverkoop, verkoop aan huis, etc. Ook ambulante handel is een belangrijk onderwerp in deze visie. Benadrukt moet worden dat bestaande rechten worden gerespecteerd.

Ambulante handel

Wat bedoelen we met ambulante handel

Met ambulante handel wordt huis-aan-huis-verkoop, verkoop op de openbare weg, op openbare markten of andere plaatsen of lokalen verstaan. Ambulante handel is het meest bekend in de vorm van marktkramen, rijdende snackbars, kiosken, vis- en oliebollenkraampjes en bloemenstalletjes.

In Tilburg zijn de (grotere) warenmarkten geregeld in de marktverordening. Deze markten vallen onder de stichting Tilburgse markten en zijn een aantal jaar geleden verzelfstandigd. Dit wil zeggen dat de gemeente niet meer de marktmeester is, maar alleen het marktterrein ter beschikking stelt. Daarnaast zijn er een aantal kleinere markten die niet onder de regeling vallen van de marktverordening, maar waar een kleine concentratie plaatsvindt binnen het regime van de staanplaatsverordening.

- **Warenmarkten in centra is uitgangspunt.** De grote warenmarkten in Tilburg bevinden zich nabij een winkelgebied. Denk aan de warenmarkt op het Koningsplein in de Binnenstad of de markt op het Wagnerplein. Winkels,

horeca en de warenmarkt versterken elkaar. Bezoekers van de markt bezoeken ook winkels/horeca en vis versa. De fysieke nabijheid van de markt bij winkels is essentieel, en blijft een uitgangspunt bij de verdere ontwikkeling van de winkelgebieden.

- **Opwaarderen kwaliteit en samenwerking ten aanzien van warenmarkten:** De warenmarkt is aan verandering onderhevig. Stichting Tilburgse Markten zet zich in om de warenmarkten toekomstbestendig te maken. De trend die men binnen Tilburg ziet is dat dagmarkten beter functioneren, en beter zijn te programmeren. Dit betekent dat het aanbod van de markt complementair is aan het winkelgebied, bijvoorbeeld door producten te verkopen die niet (meer) in de winkelcentra aanwezig zijn. Daarnaast ziet men mogelijkheden om de samenwerking tussen markt en het centrummanagement in de winkelgebieden te verbeteren.
- **Staanplaatsen mogelijk in winkels en centra:** Staanplaatsen kunnen daar worden geplaatst waar deze meerwaarde hebben voor de consument, dichtbij huis of werk. In de grotere centra is reeds een ruim aanbod in winkels aanwezig. Daar zijn uitsluitend tijdelijke staanplaatsen (max 3 dagen achtereen) toegestaan. Op deze manier dragen staanplaatsen bij aan het vergroten van de diversiteit van het aanbod.
- **Staanplaatsen buiten centra onder voorwaarden mogelijk mogelijk:** Buiten de centra kunnen staanplaatsen vergunning krijgen indien het innemen van de staanplaats geen belemmeringen oplevert voor verkeer en/of openbare orde. Om overlast te beperken worden staanplaatsen voor de verkoop van gebakken producten (zoals snacks, oliebollen en vis) aangewezen en verspreid over de gemeente. Deze verandering zal verder worden uitgewerkt in het staanplaatsenbeleid en zal niet direct worden ingevoerd om tegemoet te komen aan de belangen van de huidige staanplaatshouders.



Internethandel

- **Webwinkels (showroom) en afhaalpunten in centra:** webwinkels met een winkelachtige uitstraling (showroom) en adviserende functies richting bezoekers moeten worden beschouwd als detailhandel. Deze zet in op het faciliteren van deze voorzieningen binnen de aangewezen winkelgebieden. De bezoekers die gegenereerd worden kunnen een positief effect hebben op de centra via combinatiebezoek. Hetzelfde geldt voor afhaalpunten.

Tijdelijke winkels

- **Tijdelijke winkels faciliteren in centra:** pop-up stores, seizoenswinkels en tijdelijke niet-winkelfuncties, kunnen een bijdrage leveren aan de aantrekkelijkheid, diversiteit en kwaliteit in een centrumgebied. Bovendien kan het zorgen voor (een tijdelijke) invulling van leegstand. Tijdelijke winkels worden gestimuleerd in centrumgebieden. Er wordt gestreefd naar korte procedures en flexibiliteit in bestemmingsplannen. De tijdelijke verkoop van artikelen op locaties zonder detailhandelsbestemming of buiten de hoofdstructuur is niet toegestaan omdat dit ongewenste concurrentie oplevert voor de reguliere centra. Verkoop aan huis wordt daarom ook niet toegestaan.

Blurring

- **Kansen van blurring in centra benutten:** De ambitie is de kansen met betrekking tot blurring te benutten, mits deze aansluiten bij zowel de kaders van de onderhavige detailhandelsvisie als de drank- en horecawetgeving. Vanuit de markt neemt de vraag naar mengvormen tussen met name detailhandel en horeca steeds verder toe. Ook de consument verlangt naar meer beleving en verassing in de vorm van mengvormen.

Boerderij- en landwinkels

- **Kansen voor boerderij- en landwinkels:** Boerderij- of landwinkels zijn toegestaan als er sprake is van rechtstreekse verkoop van op het bedrijf vervaardigde of geteelde producten dan wel gerelateerde producten. In het bestemmingsplan worden uiteindelijke keuzes gemaakt. Doorgaans worden de volgende gebruiksregels gehanteerd (indicatief en richtinggevend):
 - Er moet sprake zijn van een agrarisch bedrijf
 - De detailhandel is ondergeschikt
 - Maximaal 100 m² vwo detailhandel
 - Lokaal vervaardigde producten

Detailhandel op trafficlocaties

- **Kansen voor detailhandel op trafficlocaties:** Detailhandel op trafficlocaties, zoals een (tank)station of ziekenhuis, kan inspelen op de behoefte van de consument. Zelfstandig functionerende detailhandel dat past binnen het profiel van de centra is echter niet wenselijk op deze locaties, omdat dit afbreuk doet aan de hoofdstructuur. Detailhandelsactiviteiten bij trafficlocaties worden toegestaan binnen een beperkte omvang en assortiment gericht op de doelgroep. Indicatief en richtinggevend kan worden uitgegaan van winkels tot circa 500 m² vwo, afhankelijk van de verzorgingsfunctie.

Detailhandel als ondergeschikte activiteit en maatwerk

- **Ondergeschikt detailhandel in principe niet toegestaan:** Uitgangspunt van deze visie is dat nieuwe detailhandelsbestemmingen buiten de beleidsmatige hoofdstructuur niet zijn toegestaan. Slechts in enkele gevallen wordt ondergeschikte detailhandel als activiteit binnen een bedrijfsbestemming toegestaan (zie navolgend).
- **Ruimte voor maatwerk:** In de praktijk zijn er diverse soorten bedrijven met een winkelcomponent die conform het huidige beleid niet zijn toegestaan in de periferie (op de PDV-concentraties en/of bedrijventerreinen), maar die eigenlijk vanwege bijvoorbeeld het bezoekmotief en de aard van het bedrijfsconcept hier wel passen. Voorbeelden zijn kringloopbedrijven, bruidsmodezaken, zadelmakerijen, bedrijven in kachels/haarden, bedrijven in tuinhuisjes, bedrijven in sauna's/zwembaden, etc. Voor dit soort winkels moet in specifieke gevallen maatwerk geleverd kunnen worden. In principe worden ze in de reguliere centra gefaciliteerd, maar met behulp van de volgende afwegingscriteria kunnen ze eventueel ook een plek krijgen in de periferie of op een bedrijventerrein:

- a) De detailhandelscomponent betreft verkoop in laag-frequente en doelgerichte artikelen.
- b) Een groot deel van het bedrijf betreft productieactiviteiten, zoals bijvoorbeeld reparatie, renovatie, op maat maken, klantgericht maatwerk, etc.
- c) Levering is voor een groot deel business-to-business.
- d) Een deel van het bedrijf betreft opslag voor productieactiviteiten.
- e) Het totale bedrijfsconcept (mix) is niet geschikt voor de reguliere centra op basis van de aard, omvang en samenstelling.
- f) Het bedrijf leidt niet tot onaanvaardbare effecten op de reguliere centra en de detailhandelsstructuur, de consumentenverzorging en de leegstand.

Avondwinkels

- **Herziening vestigingslocaties avondwinkels:** Avondwinkels zijn in Tilburg op dit moment mogelijk in de binnenstad, de stadsdeelcentra en de Linten. In de praktijk blijken deze winkels zich vooral te willen vestigen op de Linten en langs de Cityring. Juist hier zijn relatief veel woningen aanwezig. Uit de gesprekken met de stakeholders is gebleken dat er bij een aantal van de winkels sprake is van overlast. Hoewel avondwinkels voorzien in een behoefte is het verstandig te bezien of de huidige vestigingslocaties inderdaad de meest geschikte zijn en of er wellicht een maximum aantal avondwinkels zou moeten worden ingesteld.

8. Uitvoering beleid

8.1. Inleiding

Uitwerking van het detailhandelsbeleid krijgt vorm middels praktische (o.a. regievoering op de realisatie van projecten, stimulering van samenwerking tussen de stakeholders, monitoring) en juridische instrumenten (bestemmingsplannen). Deze aspecten hangen allen met elkaar samen, waarbij de visie, zoals vastgelegd in dit document, het centrale koersdocument is (zie figuur 8.1). Navolgend wordt allereerst ingegaan de uitvoering waarbij we de dynamiek versterken, vervolgens wordt ingegaan op de juridische uitwerking van de visie.

8.2. Dynamiek versterken

Het versterken van de (economische) dynamiek wordt gerealiseerd middels centrummanagement, monitoring en sturing op programmering. De uitvoering wordt afgestemd via een structureel publiek/privaat overleg.

Centrummanagement

- In winkelgebieden is samenwerking van ondernemers en eigenaren van essentieel belang voor de vitaliteit en toekomstbestendigheid van het winkelgebied. Om de organisatiegraad te professionaliseren is de doorontwikkeling naar een ondernemers- of vastgoedfonds gewenst.
- De Bedrijveninvesteringszone (BIZ), een fonds op basis van reclamebelasting of de OZB, of een systeem met afdracht in de huur voorziet hierin. Met een dergelijk fonds worden structurele middelen gegenereerd voor het collectieve belang. Uiteraard gaat het daarbij om invulling en uitvoering van een gezamenlijke agenda van het winkelgebied.
- Denk bij een gezamenlijke agenda aan o.a. schoon, heel, veilig, bereikbaarheid, promotie, acquisitie.

- De gemeente zou het opzetten van BIZ in winkelgebieden die (nog geen) BIZ of andere structurele bron van inkomsten hebben idealiter moeten stimuleren, en zal dan logischerwijs bij voldoende draagvlak onder ondernemers en/of eigenaren in het winkelgebied overgaan tot oprichting. In veel winkelgebieden is er al een BIZ opgericht of is er op andere manier structurele financiering van onderlinge samenwerking. Denk aan Binnenstad, Linten, Heyhoef en Westernmarkt.
- Samenwerking en uitvoeren van de gezamenlijke agenda gebeurt doorgaans onder de hoede van een centrummanager die (deels) gefinancierd wordt via bijvoorbeeld een BIZ. Het ligt voor de hand en is aan te bevelen dat de gemeente onder (nader uit te werken) voorwaarden een deel van de inzet van de centrummanager zal subsidiëren (zie hiervoor ook het rapport van SRFT 'Toekomst gericht Centrummanagement & Platform Winkelgebieden').
- Er moet extra aandacht komen voor de samenwerking tussen winkelgebieden en de warenmarkt.

Monitoring en Evaluatie

- Het meten en monitoren van concrete KPI's (meetbare beleidsdoelstellingen) op basis van feiten en cijfers is essentieel om de effectiviteit van beleid in beeld te hebben. Dit geldt zowel voor algemene doelstellingen als specifieke doelstellingen per (winkel)gebied. Er ligt een opgave om de doelstellingen uit deze visie periodiek te monitoren. Hier ligt vooral een taak bij de gemeente.
- Daarnaast ligt een opgave om concrete doelstellingen per winkelgebied te monitoren. Hier ligt vooral een taak bij centrummanagementorganisaties of andere samenwerkingsverbanden.

Figuur 8.1: Beleidsachtbaan



- Deze visie geeft enkele handvatten voor monitoring, maar uitwerking van concrete en meetbare KPI's op algemene doelstelling (op structuurniveau) en op winkelgebiedsniveau is noodzakelijk. Dit moet in 2020-2021 verder worden uitgewerkt. Er moet een link worden gelegd met het programma 'data gericht werken'.
- Monitoring van KPI's is alleen zinvol als op basis van deze conclusies/evaluatie ook concrete vervolgstappen worden gezet. Voorbeelden zijn het aanpassen van doelstellingen/ambities, het aanpassen van beleidskeuzes en/of het inzetten op andere meer effectieve acties en maatregelen om de doelen te bereiken. Het doel van monitoring is om tijd en geld zo efficiënt mogelijk in te zetten om de gewenste en noodzakelijke doelen te bereiken.
- Monitoring én evaluatie moet daardoor idealiter integraal onderdeel worden van de beleidsvorming. Ten opzichte van de huidige situatie vraagt dit om een verandering van de wijze waarop wordt omgegaan met beleidsvoering en samenwerking tussen publiek en private partijen.
- Het streven is om bij het tot stand komen van de monitoring, voor de grotere winkelgebied (waarvan een paspoort is gemaakt), eenmaal in de 4 jaar het gebiedsprofiel te vernieuwen. Dit in samenwerking met de winkelgebieden.

Programmering

- Deze visie stelt kaders. Het is uiteindelijk primair aan vastgoedeigenaren, ondernemers en ontwikkelende partijen om deze visie te realiseren. Nieuwe plannen en initiatieven, vernieuwing in de detailhandel en dynamiek wordt immers door deze partijen geïnitieerd.
- De gemeente heeft primair een faciliterende rol, waarbij nieuwe initiatieven getoetst moeten worden aan de visie. De gemeente heeft daardoor een belangrijke rol om

duidelijke kaders te stellen en hier ook naar te handelen.

- Om de beoogde structuurversterking te kunnen realiseren moeten op sommige locaties actief worden getransformeerd/gesaneerd (detailhandelsmeters). Dit vraagt om inspanning van zowel de overheid als marktpartijen, ook financieel.
- Deels zal dit bereikt worden door de juridische verankering van deze visie (zie volgende paragraaf), deels wellicht doormiddel van gebiedsontwikkeling. Waar de gemeente doorgaans partner is, en invloed kan uitoefenen op de invulling.

Structureel publiek/privaat overleg

- Een sterke professionele en structurele publiek-private samenwerking is een voorwaarde voor het realiseren van de visie.
- De gemeente blijft overleg houden met vertegenwoordigende partijen (ondernemersverenigingen en -federaties) en de professionele partners (grootwinkel- en filiaalbedrijf, corporaties, beleggers, makelaars, brancheverenigingen etc.).
- Dit wordt vanaf midden 2020 structureel van aard. Het structurele overleg tussen de binnenstad (BMT) en college dient hierbij als voorbeeld. Samen met het SRFT en de Linten wordt gekeken naar een structureel overleg tussen de winkelgebieden, Stichting Tilburgse Markten en college. Uitdaging is om dit slim te organiseren gezien de hoeveelheid aan winkelgebieden. Gemeente neemt hierbij het initiatief.

8.3. Juridische verankering

Bij nieuwe stedelijke ontwikkelingen in het algemeen en detailhandel in het bijzonder wordt steeds meer waarde gehecht aan een duurzaam ruimtegebruik en het voorkomen van substantiële leegstand. Essentieel hierbij is het toepassen van de ladder voor duurzame verstedelijking en de

dienstenrichtlijn.

Initiatieven en de Ladder voor duurzame verstedelijking

- Nieuwe initiatieven die moeten worden beschouwd als 'nieuwe stedelijke ontwikkeling' moeten per definitie worden getoetst aan de ladder. Dit betekent dat de behoefte van het initiatief moet worden aangetoond en dat de ruimtelijk-functionele effecten op de consumentenverzorging, de detailhandelsstructuur, de leegstand en in het verlengde daarvan het woon-, leef- en ondernemersklimaat aanvaardbaar moeten zijn.

Toelichting Ladder voor duurzame verstedelijking

De 'Ladder voor duurzame verstedelijking' (art. 3.1.6 Besluit ruimtelijke ordening). Dit is een wettelijk verplicht motiveringsinstrument dat doorlopen moet worden voor iedere 'nieuwe stedelijke ontwikkeling'. Het tweede lid van art. 3.1.6. luidt als volgt: *"De toelichting bij een bestemmingsplan dat een nieuwe stedelijke ontwikkeling mogelijk maakt, bevat een beschrijving van de behoefte aan die ontwikkeling, 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."*

Dienstenrichtlijn

- In de gemeente Tilburg zijn in de vigerende en toekomstige bestemmingsplannen (op basis van deze visie) diverse vormen van detailhandelsbeperkingen opgelegd. Het doel hiervan is om onaanvaardbare leegstand in met name de reguliere winkelgebieden te voorkomen en de leefbaarheid op peil te houden. Dit speelt in op een algemeen belang en voldoet aan de noodzakelijkheids-eis van de Dienstenrichtlijn.
- Op basis van jurisprudentie rondom de Dienstenrichtlijn is een concrete onderbouwing van 'het brede pakket

aan maatregelen' noodzakelijk. Momenteel is een dergelijke concrete onderbouwing niet aanwezig, maar zijn de argumenten en analyses wel reeds uitgevoerd (zie Tilburg, Discussienotitie detailhandel, mei 2019). De volgende stappen dienen doorlopen te worden.

Stap 1: Match/mismatch plancapaciteit en beleid

- In deze visie zijn keuzes gemaakt ten aanzien van waar wel/geen detailhandel is toegestaan en in welke mate. Een analyse waarin een match/mismatch plaatsvindt tussen de huidige vigerende plancapaciteit en het beleid is noodzakelijk om inzicht te krijgen in waar ingegrepen moet worden.

Stap 2: Uitwerken aanpak reduceren plancapaciteit

- Op basis van de uitkomst (mismatch) van de vorige stap zal een aanpak geformuleerd moeten worden hoe ongewenste plancapaciteit gesaneerd gaat worden in bestemmingsplannen. Mogelijke lijnen zijn:
 1. **Uitsterfconstructie:** na bijvoorbeeld twee jaar leegstand verdwijnt de detailhandelsbestemming.
 2. **Herziening/reparatie:** als onderdeel van algemene bestemmingsplanherzieningen en/of reparaties kan detailhandel op locaties waar momenteel geen detailhandel aanwezig is (onbenutte plancapaciteit of restcapaciteit) worden wegbestemd.
 3. **Parapluplan:** alle ongewenste onbenutte plancapaciteit voor bijvoorbeeld supermarkten wordt via een parapluplan wegbestemd (na termijn voorzienbaarheid om planschade te voorkomen)

Stap 3: Onderbouwing Dienstenrichtlijn

- De keuzes die in deze visie gemaakt zijn om in bepaalde

mate detailhandel toe te staan (detailhandel met juridische beperkingen) kunnen op basis van coherent en systematisch beleid en de reeds uitgevoerde analyses goed worden onderbouwd. Desalniettemin is het verstandig de beperkingen die zijn/worden opgenomen in de bestemmingsplannen van de gemeente Tilburg in het kader van de Dienstenrichtlijn nog expliciet te onderbouwen.

8.4. Juridisch-planologische uitvoering

Een beleidswijziging betekent ook wijziging van het bestemmingsplan. Op basis van de geformuleerde beleidslijnen in deze visie worden de bestemmingsplannen getoetst en waar nodig wordt een voorstel tot actualisatie gedaan. In feite is dit het uiteengezette stappenplan onder paragraaf 8.3 onder de Dienstenrichtlijn.

Beleid vertalen in actuele bestemmingsplannen

- Het navolgende kaartbeeld (figuur 8.2) vormt de juridisch-planologische blauwdruk van de visie. De kaart geeft per centrum aan hoe juridisch-planologisch moet worden omgegaan met detailhandel, uiteraard met aandacht voor de toelichting per centrum in de visie. Deze kaart creëert bovendien in combinatie met de visietekst voorzienbaarheid, wat noodzakelijk is om planschade bij sanering van plancapaciteit voor detailhandel te voorkomen.

Toelichting juridische richting per winkelgebied

Mede op basis van de Handreiking Reduceren Plancapaciteit (Retailagenda 2019) is voor de gemeente Tilburg gekozen om per winkelgebied duidelijk aan te geven wat op basis van de visie het juridisch-planologisch kader zou moeten zijn. Hierbinnen wordt per winkelgebied in de basis onderscheid gemaakt tussen de volgende categorieën.

1. **Concentratiegebied:** gebied met optimale mogelijkheden voor winkels (geen 'beperkingen').
2. **Beheersgebied:** bestaand winkelaanbod handhaven maar niets nieuws ('het is goed zoals het is').
3. **Transformatiegebied:** actief schrappen/transformereren van bestaand winkelaanbod in een specifieke gebied.

- Opgemerkt moet worden dat er binnen sommige winkelgebieden specifieke beperkingen worden opgenomen. In de basis gaat het om het volgende:
 - In buurtcentra is slechts ruimte voor één volwaardige supermarkt (zie hoofdstuk 5).
 - In wijkcentra zijn twee of meer volwaardige supermarkten mogelijk (zie hoofdstuk 5).
 - Op PDV-locaties gelden conform het beleid specifieke brancherings- en maatvoeringsregels (zie hoofdstuk 6).
 - Het Dwaalgebied (binnenstad) moet organisch kunnen meegroeien met de binnenstad als geheel (zie hoofdstuk 4).
- Verder moet worden opgemerkt dat in principe detailhandel buiten de aangewezen centra niet wenselijk is, tenzij er sprake is van een bestemming op basis van maatwerk (zie HS7).

Tilburgse binnenstad

- In het proces is extra aandacht besteed aan de binnenstad. Hieruit volgt de ambitie om te komen tot een compacter winkelgebied. Dit vraagt om sanering van plancapaciteit voor detailhandel aan de randen van de binnenstad enerzijds én het zoeken naar geschikte alternatieven anderzijds.
- In samenspraak met stakeholders is gekomen tot een kaartbeeld waaruit de visie op waar detailhandel in de toekomst moet landen én waar een opgave ligt om te

saneren c.q. transformeren blijkt (zie figuur 8.3). Bena-
drukt moet worden dat dit niet van de een op andere
dag gerealiseerd kan worden. Een nader proces met be-
trokken partijen, zoals vastgoedeigenaren en onderne-
mers is nodig om resultaat te kunnen bereiken.

- Het kaartbeeld geeft niet alleen de ambitie weer, maar is
ook onderdeel van de voorzienbaarheid die noodzakelijk
is om planschade te voorkomen bij sanering van planca-
paciteit voor detailhandel.

8.5. Handhaving

Handhaving en goede mogelijkheden daartoe zijn van be-
lang om het detailhandelsbeleid, dat is vastgelegd in be-
stemmingsplannen, ook in de praktijk handen en voeten te
kunnen geven. Om de handhaving zo effectief mogelijk in te
zetten wordt voorgesteld om de prioriteit te leggen op effec-
ten die mogelijk negatief van invloed zijn op de structuur. Dit
betekent dat de prioriteit zou moeten liggen bij handhaving in
de periferie.

8.6. Opgaven, acties en maatregelen

Inleiding

In de navolgende tabel zijn algemene opgaven en acties en
maatregelen per winkelgebied opgenomen. Deze opgaven,
acties en maatregelen vloeien enerzijds voort uit de visie en
zijn anderzijds opgehaald uit de verschillende procesmo-
menten. Opgemerkt moet worden dat het overzicht niet uit-
puttend is en een eerste aanzet/voorstel vormt vanuit BRO.
Nadere uitwerking en gesprekken kunnen er toe leiden dat
het overzicht gewijzigd wordt. Het overzicht bevat de vol-
gende dimensies:

- De opgave, actie of maatregel is gecategoriseerd op ba-
sis van gebiedsniveau waarop het betrekking heeft.
- Er is een voorstel gedaan welke stakeholder de lead
neemt (kartrekker en verantwoordelijk voor resultaat).

- Er is aangegeven welke stakeholders betrokken zijn.
- Specifiek is de rol van de gemeente aangegeven.
- Er is een voorstel gedaan van de prioriteit. Een hoge pri-
oriteit betekent dat dit als eerste moet worden opgepakt.

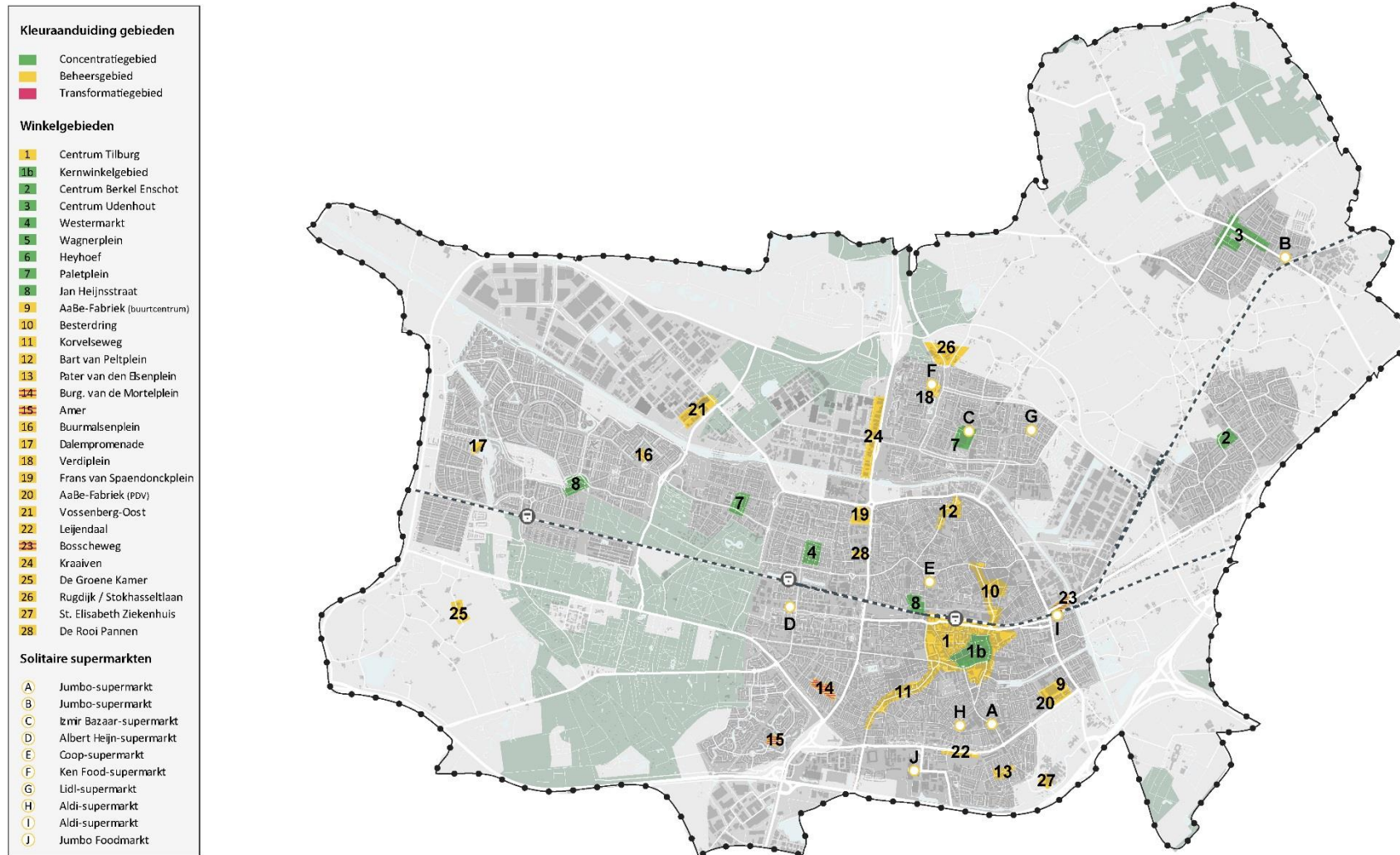
Algemeen saneren detailhandelsmeters

Deze visie heeft als doel ongewenste detailhandelsmeters te
saneren. Per saldo moet het winkelaanbod worden beperkt,
om te kunnen blijven voorzien in een toekomstige behoefte.
Traditionele salderingsregels, zoals een meter-voor-meterre-
gel, blijken in de praktijk niet het resultaat op te leveren dat
gewenst is. Veelal vermoeilijken deze regels juist de ge-
wenste en noodzakelijke dynamiek. Uit het proces is een
vernieuwende vorm van saneren van detailhandelsmeters
naar voren gekomen: de winkelmeterbank. Dit biedt wellicht
aanknopingspunten voor de gemeente Tilburg.

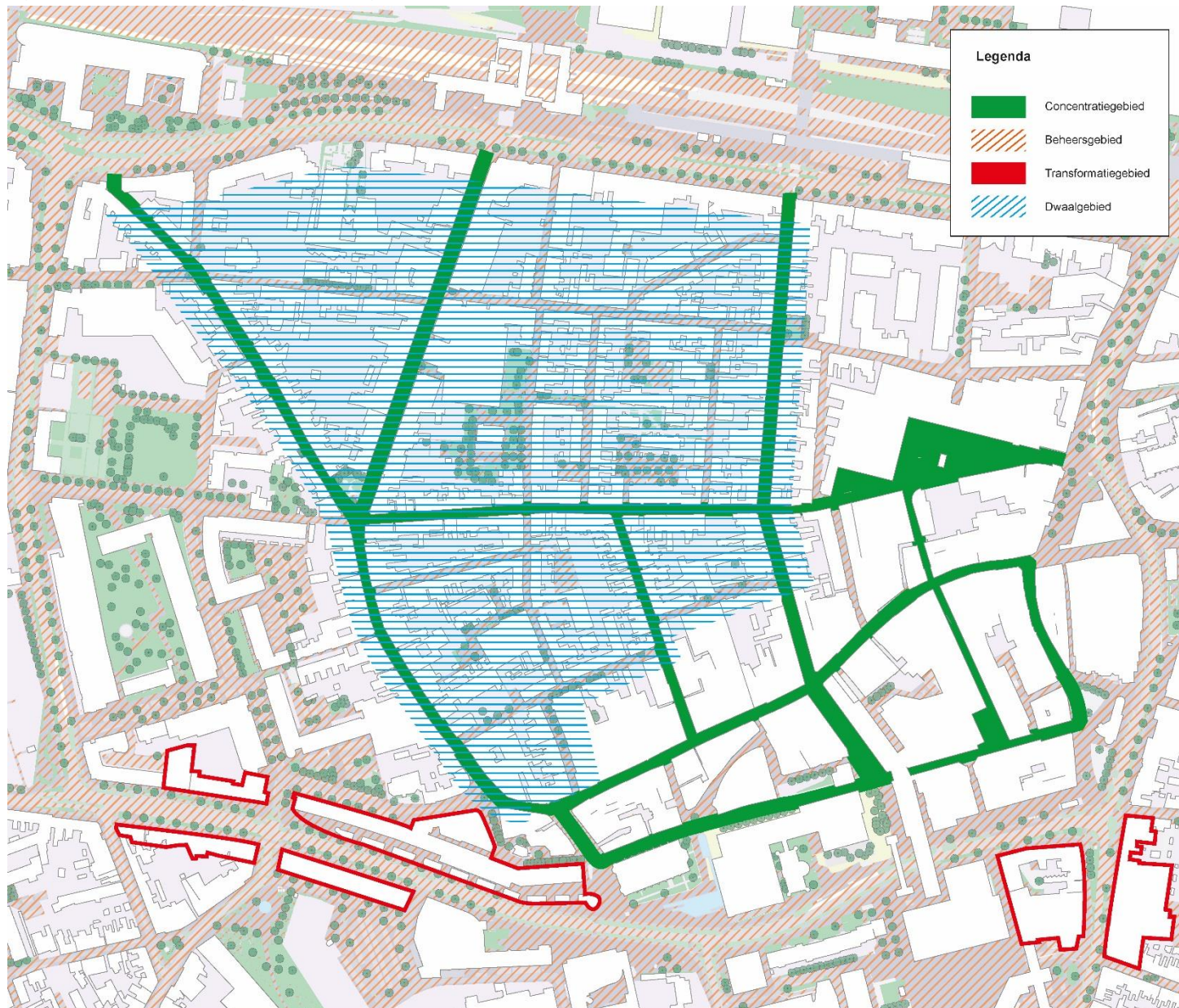
Onderzoek oprichten winkelmeterbank (t.b.v. saneren win- kelmeters)

Het oprichten van een registratiesysteem (bank) voor winkelme-
ters is het onderzoeken waard. Dit houdt in dat zodra er door de
gemeente of derden winkelmeters uit bestemmingsplannen
worden gesaneerd, deze meters 'ingeboekt' worden in de
'bank'. Met een te bepalen factor (bijvoorbeeld 30%) kunnen de
meters die zijn opgespaard in de bank opnieuw worden ingezet
elders.

Figuur 8.2: Juridische doorvertaling visie



Figuur 8.3: Juridische doorvertaling binnenstad Tilburg



Tabel 8.1: Overzicht opgaven, acties en maatregelen

Type	Deelgebied	Opgaven	Lead	Betrokken partijen	Rol gemeente	Prioriteit
Gemeentebreed	Alle winkelgebieden	<ul style="list-style-type: none"> Stimuleringsregeling voor ondernemersfonds (BIZ, reclamebelasting of OZB) om organisatiegraad ondernemers en eigenaren te versterken. 	Gemeente	Ondernemers, Eigenaren	Faciliterend, eventuele financiële bijdrage	Hoog
		<ul style="list-style-type: none"> Inventariseren plancapaciteit detailhandel. 	Gemeente	-	Uitvoerend, het is een taak van de gemeente	Hoog
		<ul style="list-style-type: none"> Analyse match/mismatch plan-capaciteit en nieuwe detailhandelsvisie. 	Gemeente	-	Uitvoerend, het is een taak van de gemeente	Hoog
		<ul style="list-style-type: none"> Op basis van voorgaande eventueel aanpassen bestemmingsplannen. 	Gemeente	-	Uitvoerend, het is een taak van de gemeente	Midden
		<ul style="list-style-type: none"> Op basis van het voorgaande uitwerken plan van aanpak sanning detailhandelsmeters buiten winkelgebieden. 	Gemeente	Ondernemers, Eigenaren	Organiserend en uitvoerend.	Midden
		<ul style="list-style-type: none"> Onderbouwen detailhandelsbeperkingen aan Dienstenrichtlijn 	Gemeente	-	Uitvoerend, het is een taak van de gemeente	Midden
		<ul style="list-style-type: none"> Opzetten integraal monitoringsysteem voor hoofddoelstellingen detailhandelsvisie 	Gemeente	Centrummanagement en vertegenwoordigers	Organiserend in samenwerking met marktpartijen, met belangrijke financiële bijdrage.	Hoog
		<ul style="list-style-type: none"> Samenwerking winkelcentra en warenmarkt versterken 	Ondernemers	Ondernemers en Stichting Tilburgse Markten	Faciliterend	Hoog
Binnenstad en linten	Binnenstad	<ul style="list-style-type: none"> Continueren van structurele samenwerking stakeholders in BMT 	Centrummanagement	Eigenaren, Ondernemers, Belangenorganisaties, Gemeente, Provincie	Faciliterend met financiële bijdrage	Hoog
		<ul style="list-style-type: none"> Uitwerken concrete en meetbare KPI's voor de binnenstad 	Centrummanagement	Eigenaren, Ondernemers	Faciliterend	Hoog
		<ul style="list-style-type: none"> Opzetten structureel monitoringssysteem 	Centrummanagement	Eigenaren, Ondernemers	Faciliterend	Hoog
		<ul style="list-style-type: none"> Uitwerken plan van aanpak transformatieopgave buiten aangewezen kernwinkelgebied 	Centrummanagement	Eigenaren, Ondernemers, Belangenorganisaties, Gemeente	Faciliterend, met name bij concrete bestemmingsplanwijzigingen	Midden

Type	Deelgebied	Opgaven	Lead	Betrokken partijen	Rol gemeente	Prioriteit
	Linten	<ul style="list-style-type: none"> Continueren van structurele samenwerking stakeholders in Stichting Tilburgse Linten 	Lintenmanagement	Eigenaren, Ondernemers, Gemeente	Faciliterend met financiële bijdrage	Hoog
		<ul style="list-style-type: none"> Verder uitvoeren Toekomstplan Tilburgse Linten 2018 - 2022 	Lintenmanagement	Eigenaren, Ondernemers, Gemeente	Faciliterend en uitvoerend, afhankelijk van type opgave	Hoog
		<ul style="list-style-type: none"> Uitwerken plan van aanpak transformatieopgave 'randen' van detailhandel naar bedrijvigheid 	Lintenmanagement	Eigenaren, Ondernemers, Gemeente	Faciliterend, met name bij concrete bestemmingsplanwijzigingen	Midden
Dorpscentra	Alle dorpscentra	<ul style="list-style-type: none"> Toekomstgericht Centrummanagement (door)ontwikkelen 	Ondernemers en/of Eigenaren	Eigenaren, Ondernemers, Gemeente	Faciliterend met financiële bijdrage	Hoog
	Udenhout	<ul style="list-style-type: none"> Uitvoering geven aan reeds aanwezige meerjarenplan. 	Ondernemersvereniging	Eigenaren, Ondernemers, Gemeente	Faciliterend en uitvoerend, afhankelijk van type opgave	Hoog
		<ul style="list-style-type: none"> Relatie leggen tussen omgeving Rabobank en Tongerloplein met zebrapad (prioriteit voetganger) 	Gemeente	Eigenaren, Ondernemers, Gemeente	Uitvoerend	Hoog
		<ul style="list-style-type: none"> Tongerloplein optimaliseren door nieuwe invulling Sportcentrum / Bibliotheek 	Gemeente	Eigenaren, Ondernemers, Gemeente	Faciliterend en uitvoerend	Hoog
	Berkel-Enschot	<ul style="list-style-type: none"> Uitvoering geven aan reeds aanwezige plan 'Centrummanagement Koningsoord Meerjarenplan 2019-2023' 	Centrummanagement	Eigenaren, Ondernemers, Gemeente	Faciliterend en uitvoerend, afhankelijk van type opgave	Hoog
		<ul style="list-style-type: none"> Realisatie van Koningsoord 	Ontwikkelaar en gemeente	Eigenaren, Ondernemers	Faciliterend	Hoog

Type	Deelgebied	Opgaven	Lead	Betrokken partijen	Rol gemeente	Prioriteit
Wijkcentra	Alle wijkcentra	<ul style="list-style-type: none"> Toekomstgericht Centrummanagement (door)ontwikkelen 	Ondernemers en/of Eigenaren	Eigenaren, Ondernemers, Gemeente	Faciliterend met financiële bijdrage	Hoog
	Westermarkt	<ul style="list-style-type: none"> Upgrade van het Wagnerplein met gedeeltelijke herontwikkeling voor structurele oplossing bereikbaarheid, leegstand, relatie voor- en achterkant 	Ontwikkelaar met Centrummanagement	Eigenaren, Ondernemers, Gemeente	Faciliterend en stimulerend	Hoog
		<ul style="list-style-type: none"> Uitvoering geven aan reeds aanwezige meerjarenplan Westermarkt 	Centrummanagement	Eigenaren, Ondernemers, Gemeente	Faciliterend en uitvoerend, afhankelijk van type opgave	Hoog
		<ul style="list-style-type: none"> Aanpak openbare ruimte (o.a. fietsparkeren) 	Gemeente	Centrummanagement, Ondernemers, Vastgoed	Uitvoerend	Midden
	Wagnerplein	<ul style="list-style-type: none"> Uitvoering geven aan reeds aanwezige meerjarenplan Wagnerplein 'De Huiskamer van Tilburg Noord' 2018-2022 	Centrummanagement	Eigenaren, Ondernemers, Gemeente	Faciliterend en uitvoerend, afhankelijk van type opgave	Hoog
	Heyhoef	<ul style="list-style-type: none"> Uitvoering geven aan reeds aanwezige plan 'Centrummanagement Heyhoef Meerjarenplan 2018-2021' 	Centrummanagement	Eigenaren, Ondernemers, Gemeente	Faciliterend en uitvoerend, afhankelijk van type opgave	Midden
	Paletplein	<ul style="list-style-type: none"> Plan van aanpak structurele leegstand voormalig AH pand 	Gemeente	Eigenaren, Gemeente	Uitvoerend vanwege negatief effect op omgeving	Hoog
	Jan Heijnsstraat	<ul style="list-style-type: none"> Quick Scan toekomstperspectief detailhandel strip aan overzijde supermarkten 	Gemeente	Eigenaren, Ondernemers, Gemeente	Uitvoerend	Midden
	AaBe-Fabriek	<ul style="list-style-type: none"> Uitvoering geven aan reeds aanwezige plan 'Centrummanagement AaBe Businessplan' 	Centrummanagement	Eigenaren, Ondernemers, Gemeente	Faciliterend en uitvoerend, afhankelijk van type opgave	Midden

Type	Deelgebied	• Opgaven	Lead	Betrokken partijen	Rol gemeente	Prioriteit
Buurtcentra	Alle buurtcentra	<ul style="list-style-type: none"> Basisvoorwaarden 'schoon, heel en veilig' op orde houden. 	Gemeente	Eigenaren, Ondernemers, Gemeente	Uitvoerend, het is een taak van de gemeente	Midden
	Bart van Peltplein	<ul style="list-style-type: none"> Verspreide bewinkeling in de omgeving verleiden te verplaatsen en achtergebleven ruimte transformeren. 	Gemeente	Eigenaren, Gemeente	Faciliterend	Midden
	Verdiplein	<ul style="list-style-type: none"> Moderniseringsslag is gewenst 	Marktpartijen	Eigenaren, Ondernemers, Gemeente	Faciliterend	Midden
	Buurmalsenplein	<ul style="list-style-type: none"> Moderniseringsslag is gewenst 	Marktpartijen	Eigenaren, Ondernemers, Gemeente	Faciliterend	Midden
PDV locaties	Aabe	<ul style="list-style-type: none"> Uitvoering geven aan reeds aanwezige 'Centrummanagement Aabe Businessplan' 	Centrummanagement	Eigenaren, Ondernemers, Gemeente	Faciliterend en uitvoerend, afhankelijk van type opgave	Midden
	Bossheweg	<ul style="list-style-type: none"> Aanpassen van bestemmingsplan Theresia-Loven-Besterd 2016 	Gemeente	Eigenaren, Ondernemers, Gemeente	Uitvoerend, het is een taak van de gemeente	Hoog

Bijlage 1: Definities

Buurthub

Een buurthub is een concentratie- c.q. centrumgebied in een buurt of wijk, waar diverse voorzieningen samenkomen die primair een functie hebben voor inwoners in de buurt of wijk. De term beschrijft bovendien het proces van verkleuring van traditionele pure winkelgebieden naar meer gemengde centrumgebieden op lokaal niveau met naast één of enkele winkels ook ambachten, diensten, horeca, zorg, maatschappelijk, etc.

BVO/WVO

- *Bruto vloeroppervlak*: Het bruto vloeroppervlak is de oppervlakte van een ruimte of groep van ruimten, 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
- *Winkelverkoop vloeroppervlak*: alleen de voor het publiek toegankelijke ruimten (dus exclusief magazijn, kantoor, etalage, etc.)

Detailhandel (als activiteit)

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

Dagelijkse sector

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.

Niet-dagelijkse sector

Winkels die artikelen verkopen met een doorgaans lagere koopfrequentie dan dagelijkse artikelen. In de praktijk gaat hierbij om winkels in huishoudelijke artikelen, kleding, mode, schoenen, sport, rijwielen, bruin- en witgoed, rijwielen, doe-het-zelf, wonen, tuinartikelen en dierenartikelen.

Bestedingspotentieel

Totaal aan toonbankbestedingen in winkels die door de inwoners van een bepaald gebied gedaan kunnen worden. Gebaseerd op inwoneraantal en gemiddelde (landelijke) netto omzet per hoofd van de bevolking.

Hoofddetailhandelsstructuur

De concentratiegebieden c.q. (winkel)centra waar beleidsmatig op wordt ingezet.

Koopkrachtbinding

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

Koopkrachtafvloeiing

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

Koopkrachttoevloeiing

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

Koopstroomgegevens

Onderzoeksresultaten uit koopstromenonderzoek. In de basis wordt hiermee de koopkrachtbinding, -afvloeiing en -toevloeiing bedoeld. Ook kunnen kwalitatieve aspecten worden

bedoeld, zoals koopmotieven, beoordelingen en persoonskenmerken.

Leegstand (op basis van Locatus)

Locatus registreert een pand als leegstand indien het redelijkerwijs de verwachting is dat in het (leegstaande) pand een verkooppunt in de detailhandel, horeca of consument gerichte dienstverlening zal terugkomen. Het betreft dus leegstand van verkooppunten en niet leegstand van uitsluitend winkels.

Plancapaciteit (hard)

In principe wordt met plancapaciteit de harde plancapaciteit bedoeld, tenzij expliciet anders vermeld. Harde plancapaciteit zijn de directe vestigingsmogelijkheden voor detailhandel die zijn vastgelegd in een juridisch bindend planologisch kader, zoals vastgestelde bestemmingsplannen, uitwerkingsplannen, gebieden zonder bestemmingsplan (witte vlekken) en verleende (kruimel) omgevingsvergunningen.

Vloerproductiviteit

Gemiddelde omzet in gevestigde winkels per m² winkelvloeroppervlak (wvo).

Bijlage 2: Koopgedrag

Koopgedrag leidraad detailhandelsstructuur

Positionering winkelgebieden

Door aan te sluiten bij het koopgedrag van consumenten kunnen winkelgebieden duidelijk ten opzichte van elkaar worden gepositioneerd. Het bezoekdoel van consumenten bepaalt de verschillen tussen aankoopplaatsen en (indirect) de wenselijke ontwikkelingsrichting. Bovendien kunnen winkelgebieden zo ruimtelijk-fysiek optimaal worden ingericht en ontsloten en initiatieven adequaat worden toebedeeld aan centra.



Boodschappen doen: de nadruk ligt op de branches levensmiddelen en persoonlijke verzorging.

- Boodschappen worden doorgaans met een hoge frequentie en in de nabijheid van de woonomgeving gedaan. Centraal staan een verzorgde uitstraling van winkels en openbare ruimte, een probleemloze bereikbaarheid per auto, per fiets en te voet.
- Voor boodschappen zijn de dorpen, wijken, buurten, linten, maar ook de binnenstad, de aangewezen plek.



Recreatief winkelen: de nadruk ligt op de modische branche, maar ook luxe artikelen, sport, spel, hobby en media behoren tot deze categorie.

- Bij recreatief winkelen staat 'kijken en vergelijken' centraal. De consument wil keuzemogelijkheden. De sfeer, beleving, inrichting en verblijfskwaliteit van het centrum zijn daarvoor in toenemende mate van belang, naast uiteraard een goede bereikbaarheid en voldoende parkeer capaciteit.
- De Tilburgse binnenstad is de belangrijkste plek in de gemeente voor dit type winkelen.



Doelgerichte (niet-dagelijkse) aankopen: de branches doe-het-zelf, tuincentra (inclusief dierenartikelen), woonartikelen (incl. keukens en badkamers), de ABC-categorie (auto's, boten, caravans) en brandbare en/of gevaarlijke stoffen behoren doorgaans tot doelgerichte aankopen en worden samen de klassieke PDV-branches genoemd⁶.

- Doelgerichte aankopen gebeuren doorgaans met een relatief lage frequentie en zijn veelal vervangingsaankopen. Het betreft vooral winkels die volumineuze artikelen verkopen. De consument bezoekt doelgericht een bepaalde winkel of winkelgebied. Een goede bereikbaarheid is belangrijk, alsook veilig, betaalbaar en obstakelvrij parkeren op korte afstand. Gemak en efficiëntie staat centraal.
- Gemeente Tilburg kent een vijftal doelgerichte concentratiegebieden (AaBe-fabriek, Leijendaal, Bosscheweg, Kraaiven en Vossenberg).
- In deze vijf concentratiegebieden zijn primair de (beschreven) klassieke PDV-branches aanwezig. Aanvullend is in sommige gevallen in juridisch-planologische zin ook ruimte voor andere branches die beschouwd kunnen worden als Grootschalige Detailhandels Vestigingen (GDV)⁷ met minimaal 1.000 m² vvo. Dit laatste

geldt voor de Bosscheweg en de AaBe-Fabriek.

⁶ PDV staat voor Perifere Detailhandelsvestiging.

⁷ Andere branches buiten de klassieke PDV-branches toegestaan,

maar met een eis voor een minimale maat (grootschalig). In Tilburg zijn dit winkels in bruin- en witgoed (electra), sport, speelgoed en rijwielen.