

Breda, Detailhandelsbeleid 2022

Bekendmaking

Burgemeester en wethouders van Breda maken bekend dat de gemeenteraad in zijn openbare vergadering van 21 juli 2022 het detailhandelsbeleid 2022 heeft vastgesteld.

Inwerkingtreding

Het beleid wordt van kracht met ingang van de dag na die van deze bekendmaking.

Rechtsmiddelen

Tegen het besluit tot vaststelling van het beleid is geen bezwaar of beroep mogelijk.

Tekst beleid

1 Inleiding

1.1 Aanleiding

De huidige detailhandelsvisie (2010-2020) van de gemeente Breda is inmiddels verouderd. Dit gezien de grote veranderingen die sinds het opstellen hebben plaatsgevonden in de retailsector, mede als gevolg van corona. Er is de afgelopen jaren sprake geweest van veranderingen in hoog tempo, ook op lokaal niveau. Schaalvergroting, branchevervaging en vergrijzing zijn belangrijke oorzaken, en ook de gevolgen van e-commerce. In 2020 en 2021 spelen met name de gevolgen van de corona-maatregelen, die een verdere verschuiving naar online hebben veroorzaakt. Als gevolg daarvan is de retail in de hele gemeente ongelooflijk onder druk komen te staan. Een flinke toename van de leegstand is te verwachten. De gemeente staat daarmee voor een grote uitdaging. Aan de andere kant zijn er nog altijd verzoeken voor nieuwe detailhandelsinitiatieven en komen er nieuwe (meng)concepten op, ook in Breda.

Juist nu is er daarom behoefte aan een heldere visie op de toekomstige winkelstructuur, die de benodigde richting geeft, een toetsingskader voor nieuwe initiatieven en de basis vormt voor uitvoering van de opgaven die op Breda afkomen.

In de afgelopen periode is ook, naast het detailhandelsbeleid, het horecabeleid geactualiseerd en het inspiratiedocument voor de binnenstad tot stand gekomen (Poets de Parel op). Ook is een Omgevingsvisie opgesteld. Het is een bewuste keuze om op deze wijze tot een integraal afgestemd stelsel van beleid te komen voor Breda.

1.2 Doel

Het doel van deze nieuwe detailhandelsvisie is een helder beleidskader te bieden met een onderbouwd en afgestemd toekomstbeeld voor de Bredase detailhandelsstructuur en de benodigde inspanningen om deze gewenste structuur te realiseren. Concreet betekent dit dat de visie de volgende doelen heeft:

- **Inspiratie & ambitie:** een ambitiesdocument voor ondernemers, vastgoedeigenaren en de gemeente Breda, dat de basis is voor uitvoering;
- **Toetsingskader:** een praktisch (sturings)instrument voor nieuwe detailhandelsinitiatieven;
- **Basis voor juridische uitvoering:** een onderlegger voor nieuwe bestemmingsplannen / Omgevingsplan en nieuwe vergunningaanvragen.

1.3 Positionering van detailhandelsbeleid

Het nieuwe detailhandelsbeleid staat niet op zichzelf. Het is afgestemd op het inspiratiedocument voor de binnenstad, het horecabeleid en de recent vastgestelde Omgevingsvisie 2040. Ook de gebiedsprofielen voor de binnenstad zijn meegenomen als input.

Wel is het belangrijk te realiseren dat het detailhandelsbeleid een sectoraal beleid is: dus gericht op detailhandel. Centrumgebieden binnen de gemeente bestaan echter uit meer dan alleen winkels. In veel centrumgebieden neemt de winkelfunctie zelfs af en is er een verandering gaande naar multifunctionele 'mixed-use' gebieden. Elementen van het detailhandelsbeleid kunnen daarmee ook een betekenis hebben voor ander sectoraal beleid (bijv. kantoren en bedrijven, wonen, etc.). Een integraal 'voorzieningsbeleid' zou mogelijk meer recht doen aan deze ontwikkeling. In het detailhandelsbeleid sorteren we daarom voor op een (toekomstige) beweging naar dergelijk 'voorzieningsbeleid'.

1.4 Doorlopen proces

Om te komen tot een breed gedragen detailhandelsvisie door zowel de gemeente Breda, ondernemers, vastgoedeigenaren, en andere betrokkenen is een zorgvuldig proces doorlopen. De participatie bestond uit de volgende onderdelen:

- enquête onder vertegenwoordigers van centrumgebieden (zie bijlage 6);
- een brede bijeenkomst voor stakeholders uit de hele gemeente (ondernemers en vastgoedeigenaren): presentatie en consultatie;
- gesprekken met en meelesen door een externe begeleidingsgroep van vertegenwoordigers van retailondernemers en vastgoedpartijen (zie bijlage 2).
- gesprekken met en meelesen door een interne begeleidingsgroep, bestaand uit een afvaardiging van de gemeente Breda (zie bijlage 2).

Hierna volgt nog ter voorbereiding op de vaststelling door de gemeenteraad een formele inspraakprocedure.

2 Uitgangspositie

In dit hoofdstuk is een samenvatting gegeven van de voornaamste conclusies van de analyse die is uitgevoerd om de uitgangspositie van Breda te bepalen voor het opstellen van het nieuwe beleid. Een uitgebreide analyse is te vinden in bijlage 3.

Breda: centrumstad in de regio, met uitgebreid en divers winkelaanbod

Breda beschikt over een zeer uitgebreid en divers winkelapparaat en een sterke complementaire structuur. Als centrumstad van de regio West-Brabant heeft Breda een verzorgingsfunctie voor de hele regio. De binnenstad en de Woonboulevard zijn grote publiekstrekkingen met een (boven)regionale en internationale aantrekkingskracht, met name veel Belgische consumenten. De boodschappenstructuur is fijnmazig, waardoor inwoners in iedere wijk, buurt of dorp binnen aanvaardbare afstand in de eerste levensbehoefte kan voorzien.

Uitdagingen vanuit trends en ontwikkelingen

Tegelijkertijd heeft ook Breda te maken met de dynamiek binnen de retail en zijn er diverse uitdagingen om het winkelapparaat en centrumgebieden vitaal en toekomstbestendig te maken én te houden.

- De impact van online is ook in Breda voelbaar, met name voor de recreatieve detailhandelssector.
- De leegstand is in 10 jaar tijd afgenomen, maar nog altijd fors (33.000 m² wvo), ook in de binnenstad (13.000 m² wvo, excl. station)¹. Vooralsnog is de impact van de coronacrisis redelijk beperkt gebleven, maar de verwachting is dat de leegstand opnieuw gaat toenemen.
- Centrumgebieden veranderen, van places to buy naar places to be. Dit geldt niet alleen voor de binnenstad van Breda, maar ook voor de wijk- buurt- en dorpscentra. Van monofunctionele winkelgebieden, naar multifunctionele centrumgebieden.

Voor winkels én centrumgebieden is het daarom van belang om toegevoegde waarde te behouden en onderscheidend te blijven. Innovatie en ondernemerschap zijn essentieel om in te blijven spelen op de behoefte van de consument, die enerzijds gericht is op gemak en anderzijds op beleving.

Stad met grote ambities

Tegelijkertijd heeft Breda grote ambities, zowel in inwonersgroei, positionering als internationaal knooppunt en op het vlak van grootschalige gebiedsontwikkelingen. Het inwonertal neemt de komende jaren sterk toe tot ruim 196.000 inwoners in 2030. Een groot deel van de bevolkingsgroei vindt plaats in en rondom het centrum, waar diverse grootschalige woningbouwontwikkelingen plaatsvinden. Deze ontwikkeling resulteert in een toename van het draagvlak voor winkels en andere voorzieningen.

Winkelaanbod functioneert goed, inzet op kwalitatieve versterking en functiemenging

Het winkelaanbod in Breda functioneert over het algemeen goed, zowel de dagelijkse als de niet-dagelijkse sector. Dit betekent echter niet dat er nog legio uitbreidingsmogelijkheden zijn in Breda. Zeker voor de recreatieve detailhandelssector geldt dat het perspectief de komende jaren afneemt, waardoor met name de impact op de binnenstad (die in hoge mate bepalend is voor het functioneren) naar verwachting groot zal zijn. Afhankelijk van de mate waarin de binnenstad weet in te spelen op kansen wordt een transformatie-opgave van 5.000 a 20.000 m² aan fysieke winkelruimte / leegstand verwacht² (zie bijlage).

De focus ligt de komende jaren daarom op kwalitatieve versterking en inzetten op behoud van het goede functioneren, in plaats van op uitbreidingsmogelijkheden. Om de binnenstad vitaal en toekomstbestendig te houden, is er een opgave om tot een compacter kernwinkelgebied en grotere functiemenging te komen. Ook in de boodschappencentra zijn er versterkingsopgaven, bijv. in het supermarktaanbod, verbreden van de functiemix en versterken van de ontmoetingsfunctie en ruimtelijke uitstraling. Tege-

1) Locatus retailverkenner, geraadpleegd op 05-01-2021

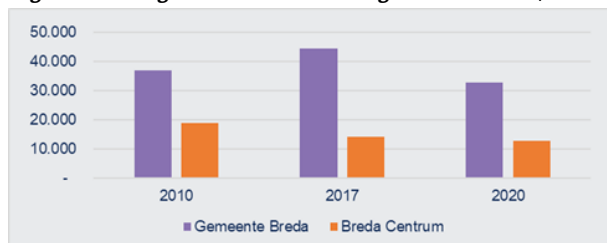
2) Dit is exclusief de gemeentebrede opgave om plancapaciteit aan detailhandelsmogelijkheden te reduceren.

lijktijd is er ook een opgave om solitaire, verspreide en minder goed functionerende locaties af te bouwen en actief een transformatieproces in gang te zetten..

Voorgaande beleid effectief, nieuw beleid noodzakelijk

Het voorgaande beleid is in grote lijnen effectief gebleken. Het beleid werkt, maar is ingehaald door diverse hedendaagse ontwikkelingen en uitdagingen van deze tijd. Nieuw beleid is noodzakelijk om gemeente, ondernemers, vastgoedpartijen en alle andere stakeholders kader te bieden om samen te kunnen werken aan een vitale en toekomstbestendige detailhandelsstructuur.

Figuur 1: Leegstandsontwikkeling 2010 – 2020 (in m² wvo)



3 Koers bepalen

3.1 Vertaling van ambities voor de stad

Om te komen tot een optimale en toekomstbestendige detailhandelsstructuur in de gemeente Breda moeten keuzes gemaakt worden. Ook al is de Bredase detailhandelsstructuur in hoofdlijnen op orde, het is gelet op de dynamiek in de detailhandel noodzakelijk een duidelijke koers voor de toekomst te bepalen. Het detailhandelsbeleid is geen doel op zich, maar een middel dat bijdraagt aan een aantal ambities en doelen van de stad. Deze ambities en doelen komen voort uit de nieuwe Omgevingsvisie 2040, en geven richting voor gemeente en marktpartijen bij (de toetsing van) nieuwe initiatieven.

Centrale ambitie Breda


Breda, een **grenzeloze, groene en gastvrije** gemeenschap, stelt de kwaliteit van het leven voorop bij ruimtelijke ontwikkeling van de stad. Een **sterk en veerkrachtig** Breda, waar men zich richt op het **versterken van de stad als internationaal knooppunt** en werkt aan een **vitale omgeving**, een **inclusieve en duurzame gemeenschap** en een **aantrekkelijk vestigingsklimaat**, zowel voor inwoners als voor winkels en andere voorzieningen.

1. Versterken internationale en regionale positie

	<p>Het doel van versterken van Breda als internationaal knooppunt is de aantrekkingskracht van Breda én de regio te versterken. We streven naar een stad die bezoekers trekt vanuit de regio en internationaal (België), met een winkel- en voorzieningenaanbod dat aansluit bij een hoogstedelijk en internationaal woon- en vestigingsmilieu.</p>
---	---

Toekomstbestendige detailhandelsstructuur




Inzet is een detailhandelsstructuur, die het gezamenlijke voorzieningenniveau in de regio en de stevige (boven)regionale positie van Breda duurzaam versterkt. Focus is het **concentreren van bezoekersstromen** in binnenstad en Woonboulevard:

	<p>Hoogstedelijke ontwikkeling van de binnenstad, gericht op recreatief verblijven (de combinatie van activiteiten: winkelen, horeca, cultuur, leisure en evenementen).</p>
---	--


	Versterken aantrekkingskracht van de binnenstad: een verschuiving van 'place to buy' naar 'place to be', met een compact kernwinkelgebied en duidelijk geprofileerde deelgebieden.
	Doorontwikkeling van de Woonboulevard: met mogelijke uitbreiding passend binnen het eigen profiel, goed bereikbaar en behorend tot de landelijke top.
	Buiten binnenstad en Woonboulevard zijn uitbreiding van recreatief en doelgericht aanbod ongewenst.

Profiel 'Gastvrije stad'

We profileren ons als gastvrije stad waar creativiteit en het talent van de Bredase ondernemer zichtbaar is. We denken vanuit de bezoeker en 'de klantreis'. We bieden daarom ruimte aan:

	Lokaal en startend ondernemerschap die kwaliteit en onderscheidend vermogen toevoegen aan het aanbod.
	Onderscheidende retailconcepten die het hoogstedelijke, internationale woon- en vestigingsmilieu versterken.
	Initiatieven met als doel het verbeteren van de klantreis: de (digitale en fysieke) bereikbaarheid, de uitstraling van centrumgebieden (schoon-heel-veilig, verblijfsklimaat en identiteit) en de samenwerking.

2. Werken aan een vitale omgeving

	We werken aan een aantrekkelijke, vitale en duurzame leefomgeving, waar winkels onderdeel zijn van het totaalpakket aan voorzieningen. Centrumgebieden zijn ontmoetingsplekken, die elkaar aanvullen in aanbod en functie. Met een aantrekkelijke en duurzame verblijfsomgeving , inclusief en toegankelijk.
---	--

Winkelgebieden worden ontmoetingsplekken

	Inzet is de transitie van winkelgebieden naar ontmoetingsplekken , waar het relatieve belang van winkels afneemt. De vitaliteit en het functioneren van veel centrumgebieden wordt bepaald door het totaalpakket aan voorzieningen en de sociale meerwaarde van het centrum, passend bij de verzorgingsfunctie van het gebied.
---	---




Centra die elkaar aanvullen

We zetten in op centrumgebieden die elkaar aanvullen:


	Binnenstad): met een compleet, gevarieerd en attractief pakket aan recreatieve en doelgerichte winkels.
	Woonboulevard: gericht op doelgerichte kopen in de groep 'In en om Huis' en (woon)beleving. En Steenakker: gericht de klassieke PDV-branches.
	Dorps-, wijk- en buurtcentra: voor de dagelijkse boodschappen op korte afstand van de woning.
	We zetten in op clustering van solitaire winkels en andere commerciële en maatschappelijke voorzieningen (zoals diensten, zorgvoorziening en werkfuncties) in centrumgebieden.

Vitale duurzame verblijfsomgeving

We werken aan een **aantrekkelijke verblijfsomgeving** in centrumgebieden, met aandacht voor **circulairiteit, klimaatbestendigheid en energietransitie**.

	We investeren in de inrichting en vergroening van de openbare ruimte , in de fysieke én digitale infrastructuur en in duurzame vormen van mobiliteit en bevoorrading .
	We verwachten dat vastgoedeigenaren en ondernemers ook investeren in verduurzaming van hun panden en onderneming .
	We bieden ruimte aan duurzame detailhandelsconcepten die bijv. circulariteit, lokale productie van gezond voedsel bevorderen of de voedselketen verkorten.

3. Werken aan aantrekkelijke vestigingslocaties



	We werken aan duurzaam aantrekkelijke vestigingslocaties voor retail , voor huidige én toekomstige ondernemers. Met prioriteit bij het bieden van ruimte voor dynamiek in de detailhandel, goede collectieve samenwerking en digitalisering.
---	---

Ruimte bieden aan dynamiek

	We bieden ruimte aan nieuwe detailhandelsinitiatieven, op de juiste locaties : binnen de vastgelegde hoofdstructuur en onder voorwaarden als onderdeel van mixed-use gebiedsontwikkelingen.
	We bieden meer ruimte voor andere economische en maatschappelijke functies in centrumgebieden, om de functiediversiteit te versterken. Indien passend is er ook ruimte voor woningen, ook op begane grond.
	Om leegstand te voorkomen en ruimte te bieden voor wenselijke initiatieven wordt ingezet op het schrapen van (onbenutte) bestemmingsplancapaciteit³ voor detailhandel op plekken zonder toekomstperspectief.


Collectieve samenwerking

Samenwerking is cruciaal voor het vestigingsklimaat en functioneren van centrumgebieden.

	We ondersteunen de oprichting van nieuwe samenwerkingscollectieven van marktpartijen (en gouden driehoek) in centrumgebieden.
	We werken toe naar een collectieve samenwerking binnen de 'gouden driehoek' (van ondernemers, vastgoedpartijen en gemeente): in alle centrumgebieden en stadsbreed overkoepelend.

Digitalisering in centrumgebieden

We zetten in op digitalisering in centrumgebieden, ter versterking van ondernemerschap en centrumgebieden. Dit betekent:

	Vestigingsmogelijkheden creëren voor online aanbieders in centrumgebieden .
	Inzetten op collectieve digitale infrastructuur voor de Bredase retail, aansluitend op het Bredase Masterplan Digitalisering.
	Vergroten van de belevingswaarde, kwaliteit en gastvrijheid van de stad via toepassing van digitale technologie in centrumgebieden .

3) Omgevingsplancapaciteit

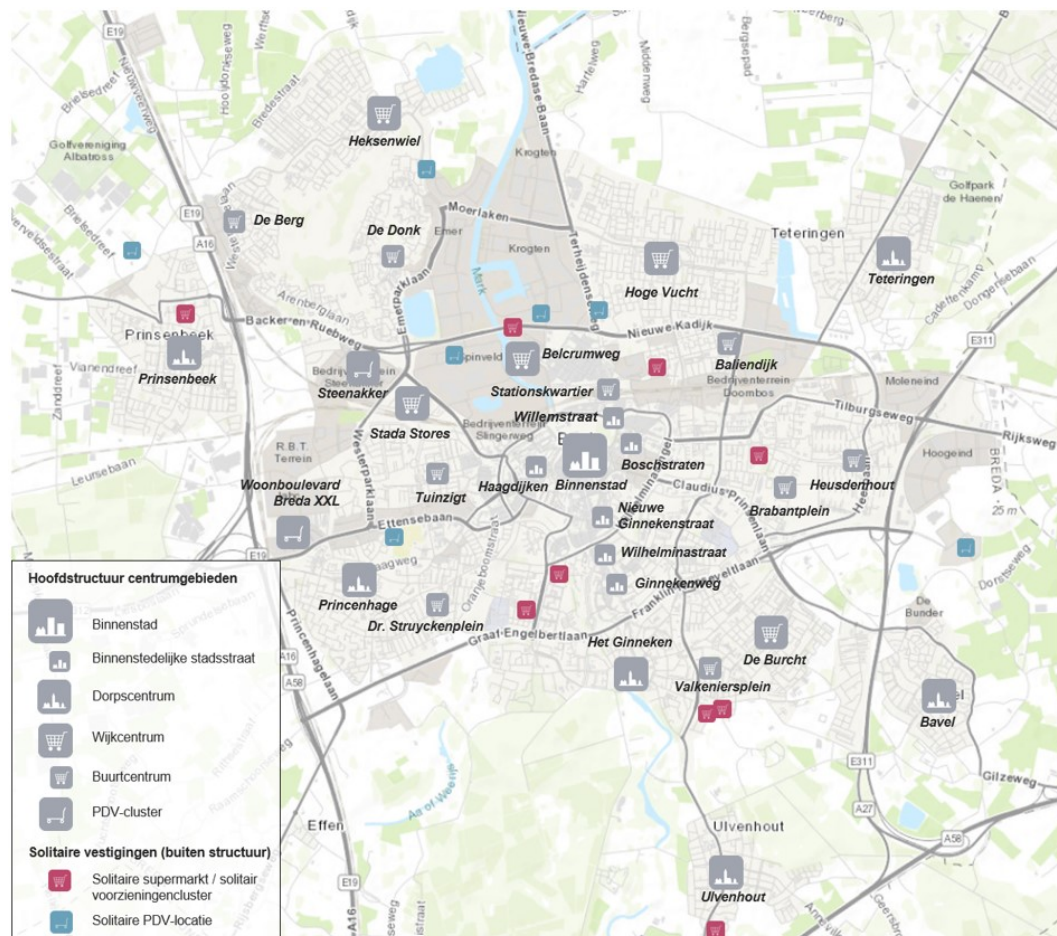
3.2 Detailhandelsstructuur

In figuur 2 is de nieuwe gemeentelijke detailhandelsstructuur weergegeven. De nieuwe structuur is bepaald op basis van de voorgaande structuur (zie bijlage) samen met de hiervoor genoemde uitgangspunten, de gewenste ontwikkelrichting uit de nieuwe Omgevingsvisie en het inspiratiedocument voor de binnenstad (Poets de parel op). In de hoofdstukken hierna zijn de beleidsuitgangspunten voor de verschillende type centrumgebieden uitgewerkt. In een vervolgtraject worden per centrumgebied kaarten uitgewerkt met begrenzingen.

3.2.1 Binnenstad en het 'uitgebreide centrum'

De binnenstad is het grootste centrumgebied van Breda met een focus op recreatief verblijven (winkelen, horeca, cultuur en leisure). In Breda is de binnenstad onderdeel van het Centrum, het gebied binnen de singels. Daarnaast wordt er ten noorden van het Centrum gewerkt aan het ontwikkelen van het gebied CrossMark. Samen vormen deze gebieden het 'uitgebreide centrum' (zie figuur 3). Wat detailhandel betreft maken we in de **binnenstad** onderscheid tussen:

- **Het kernwinkelgebied**, waar winkels zoveel mogelijk geconcentreerd zijn.
- De **binnenstadsgebieden Veemarktkwartier** (dwaalmilieu) en **de Haven** (horecagebied).
- De **binnenstedelijke stadsstraten**: Deze historische 'inlopers' naar de binnenstad bestaan uit een mix van voorzieningen (detailhandel, horeca, diensten, cultuur, leisure, ambachten, kantoren, wonen en overige bedrijvigheid). De functiediversiteit is er groter dan in de rest van de binnenstad, met meer nadruk op niet-winkelfuncties. Het gaat om de Boschstraten, Haagdijken, Van Coothplein / Nieuwe Ginnekenweg, Wilhelminastraat en Ginnekenweg (tot aan Zandberglaan). De laatste twee liggen feitelijk buiten het centrum en vormen samen met Van Coothplein / Nieuwe Ginnekenweg en de Ginnekenmarkt het gebied 'Oranje Zuid'. Ook de Willemsstraat wordt als stadsstraat gezien (zie hierna).
- **Het Stationskwartier**, op de grens van de binnenstad en het 'uitgebreide centrum'. Binnenin een beperkte winkelconcentratie gericht op reizigers, aan de zuidzijde de stadsstraat Willemstraat en aan de noordzijde een nieuwe supermarkt op de Thes-locatie (betreft terugverplaatsing van Albert Heijn die nu aan de kruising van de Konijnenberg en Crogdijk gevestigd is).



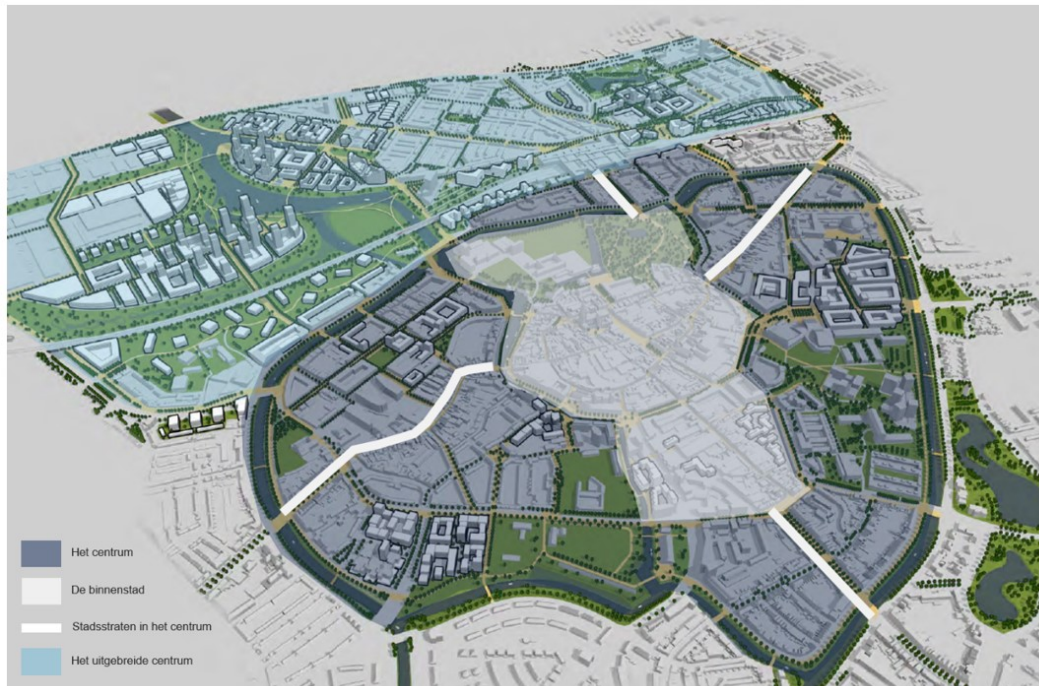
Figuur 2: Hoofdstructuur detailhandel gemeente Breda en grootschalige solitaire vestigingen buiten structuur

3.2.2 Centra in de stad en de dorpen

Er wordt een onderscheid gemaakt **tussen dorpscentra, wijkcentra en buurtcentra**. Hierna is kort opgenomen hoe deze centra er (idealer) uit zien. Niet alle dorps-, wijk- en buurtcentra voldoen (momenteel) volledig aan deze verhouding. De keuze voor een gebiedstype hangt echter samen met de verzorgingsfunctie, de totale functiemix, het omliggende aanbod, de toekomstige ontwikkeling van het draagvlak (bijv. woningbouwplannen) en de gewenste ontwikkelrichting van het centrum.

- **Dorpscentra:** Primaire centrumgebied in de kernen Prinsenbeek, Ulvenhout, Bavel en Teteringen plus de centra van de twee 'dorpen in de stad': het Ginneken en Princenhage. Centra kenmerken zich door een mix van voorzieningen, met 1 à 2 supermarkten en een sterke ontmoetingsfunctie. Ieder dorp heeft zijn eigen karakter.
- **Wijkcentra:** Wijkcentra zijn complete voorzieningencentra met winkels (boodschappenaanbod), horeca, diensten, ambachten, sociaal-maatschappelijke functies, werken en wonen. Ze hebben primair een functie voor dagelijkse boodschappen en ontmoeting. Het voorzieningenaanbod is veelal groter dan 5.000 m² wvo, bestaande uit 2 of meer supermarkten en veelal meer dan 1.000 m² aan overig aanbod. Per saldo vindt geen uitbreiding plaats van niet-dagelijks aanbod.
- **Buurtcentra:** Buurtcentra zijn voorzieningencentra die een basis bieden aan dagelijks winkelaanbod aangevuld met horeca, diensten, ambachten en in beperkte mate tevens sociaal-maatschappelijke functies, werken en wonen. Deze centra hebben een vergelijkbare functie als wijkcentra, maar een voorzieningenaanbod kleiner dan 5.000 m² wvo en 1 à 2 moderne supermarkten. Het overig aanbod beslaat veelal minder dan 500 m². Per saldo vindt geen uitbreiding plaats van niet-dagelijks aanbod.

Naast de centrumgebieden zijn er in de wijken nog enkele **solitaire supermarkten en kleinschalige voorzieningencentra** met een buurtondersteunende functie, waar detailhandel onderdeel van kan zijn. In deze clusters zijn winkels veelal ondergeschikt aan andere functies ambachten, diensten, horeca, zorg, maatschappelijk, etc. en de sociale betekenis / ontmoetingsfunctie. Deze clusters worden nadrukkelijk niet gezien als winkelgebieden c.q. onderdeel van de detailhandelsstructuur, maar als verspreide bewinkeling. Het is niet de bedoeling dat detailhandel op deze locaties verder uitbreidt. Verdere afbouw van detailhandel en verplaatsing naar de aangewezen centrumgebieden wordt nagestreefd.



Figuur 3: Afbakening centrum, binnenstad en het 'uitgebreide centrum'

3.2.3 Perifere detailhandel

Qua perifere detailhandel wordt een onderscheid gemaakt tussen:

- **PDV-clusters:** Perifere detailhandelsclusters met grootschalige winkels. Het aanbod heeft een doelgericht bezoektief. Uitgesloten zijn dagelijkse artikelen, evenals branches gericht op recreatief winkelen en impuls aankopen.
- **Solitaire PDV-locaties:** Gebieden met één grootschalige perifere winkel, zoals een bouwmarkt of tuincentrum. Ook Decathlon op Breepark wordt gezien als een solitaire PDV-locatie.

Alle overige detailhandelsvestigingen, dus alle winkels buiten de gebiedstypen in deze paragraaf, worden gezien als verspreide bewinkeling, waarvoor het uitgangspunt is deze te verplaatsen. Per saldo vindt **geen uitbreiding** plaats van verspreide bewinkeling plaats. Verdere **afbouw van detailhandel en verplaatsing** naar de aangewezen centrumgebieden wordt nagestreefd.

4 De binnenstad en de stadsstraten

In Breda is de binnenstad onderdeel van het grotere gebied het Centrum, wat het hele gebied binnen de singels omvat plus het te ontwikkelen gebied CrossMark. In de Omgevingsvisie 2040 is een perspectief geschetst voor dit 'uitgebreide Centrum', wat een belangrijk uitgangspunt is voor de visie op detailhandel voor de binnenstad. Centraal daarin staat de ontwikkeling naar een centrum waar in 2040 43.000 mensen wonen en 32.500 mensen werken. Dat is een verdubbeling van inwoners door het toevoegen van meer dan 10.000 woningen en een kwart meer arbeidsplaatsen. Dit heeft gevolgen voor het draagvlak voor voorzieningen, waaronder winkels. Daarnaast is het inspiratiedocument voor de binnenstad een uitgangspunt. In deze visie staat gastvrijheid van de binnenstad en het versterken van het herkenbare profiel van de binnenstad centraal.

De binnenstad is een plek voor vermaak, beleving en ontmoeting, waarin meer nadruk komt te liggen op de mix van functies en de aantrekkelijkheid van de omgeving. Een verschuiving van 'place to buy' naar 'place to be'. **Recreatief winkelen blijft wel een belangrijk bezoekmotief** voor de binnenstad, als onderdeel van recreatief verblijven (winkelen, horeca, cultuur, leisure en evenementen). De bourgondische cultuur, historie, gastvrijheid en creativiteit zijn belangrijke waarden binnen het profiel van de binnenstad. Gastvrijheid staat daarin centraal, naast de thema's groen en grenzeloos.

Detailhandel is hierin een middel, dat bijdraagt aan hoofddoelstelling van een aantrekkelijke, levendige en gastvrij binnenstad. Het is geen doel op zich.

Tegelijkertijd staan veel winkels in de niet-dagelijkse sector onder druk (concurrentie internet) en de coronacrisis heeft dit versterkt. De bestaande leegstand in de binnenstad (ca. 13.000 m²) wordt niet meer vanzelfsprekend ingevuld met nieuwe winkels. Afhankelijk van de mate waarin de binnenstad weet in te spelen op kansen is er naar verwachting een transformatie-opgave van 5.000 a 20.000 m² wvo aan fysieke winkelmeters / leegstand (zie bijlage 4). Dit los van de gemeentebrede opgave om buiten de centrumgebieden verspreide plancapaciteit aan detailhandelsmogelijkheden te reduceren.

Wat vinden stakeholders?

- Retail in de binnenstad zo veel mogelijk concentreren in een compact gebied, om leegstand en versnippering te voorkomen. Daarbuiten een focus op transformatie en verbreding van winkels naar andere functies (cultuur, leisure, ambachten, werken, kantoren en wonen), door zo veel mogelijk in te zetten op brede bestemmingen.
- Heb aandacht voor kwaliteitsverbetering van winkels
- Meer flexibiliteit in de markt en lagere huurprijzen om panden sneller te herinvullen.
- Zet in op een toename van de woonfunctie in de binnenstad: 'wonen boven winkels', op begane grond gaat de voorkeur uit naar andere functies.
- Zet in op het terugdringen van verspreide winkels buiten de binnenstad en de centrumgebieden.
- In de aantrekkelijkheid en de verblijfskwaliteit in de binnenstad valt veel winst te behalen in de uitstraling van de openbare ruimte, vergroening en historische gevels.
- Goede samenwerking tussen gemeente en markt is cruciaal.

4.1 De binnenstad

In de Binnenstad maken we qua detailhandel een onderscheid tussen:

- Het **Kernwinkelgebied**⁴;
- De **binnenstadsgebieden**: Veemarktkwartier (dwaalmilieu) en Haven (horecagebied).

Deze gebieden vormen samen de historische binnenstad van Breda ('het eitje'): De Middeleeuwse kern is het kloppend hart van Breda, vooral voor dagjesmensen, toeristen en bezoekers van de woongebieden in de Baronie. Zie voor een typering van deze gebieden tabel 1.

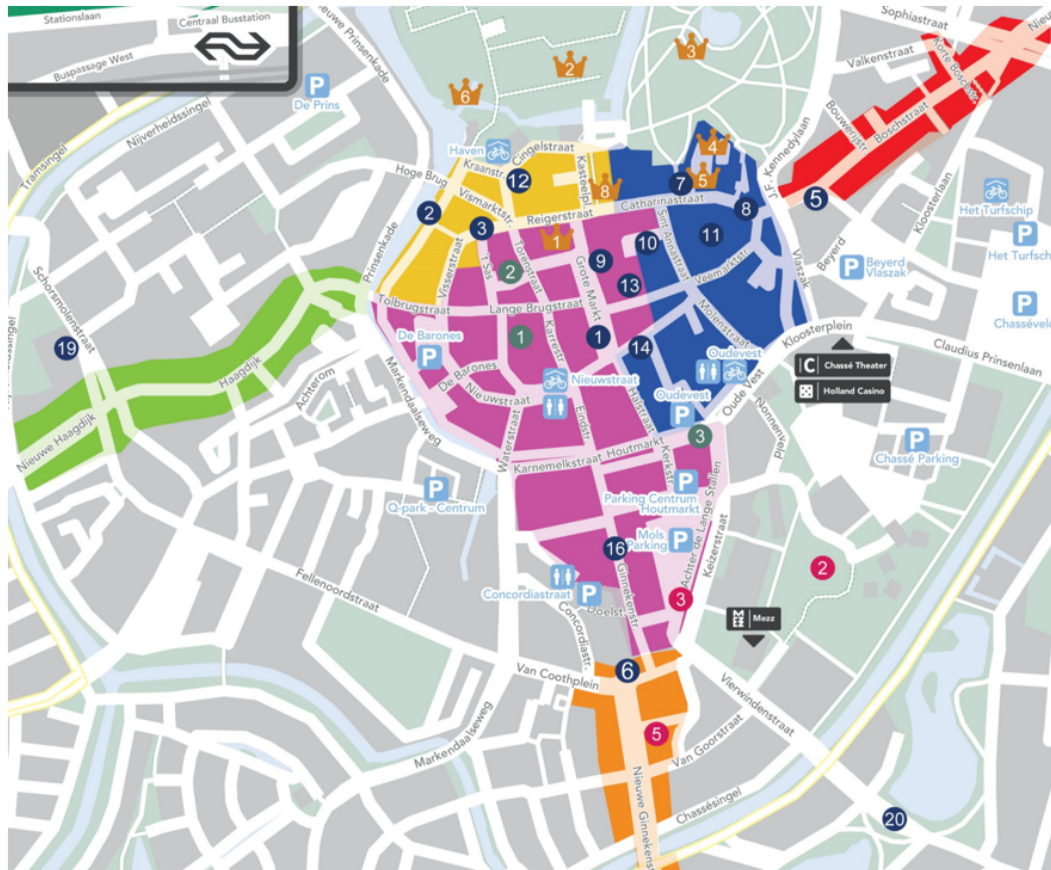
4.1.1 Algemene beleidsuitgangspunten

- **Het kernwinkelgebied is compact**: In de binnenstad is een kernwinkelgebied afgebakend, waarbinnen de detailhandel zoveel als mogelijk geconcentreerd wordt en een aaneengesloten winkelplint

4) In de gebiedsprofielen zoals door de centrummanagementorganisatie gehanteerd wordt het Kernwinkelgebied aangeduid als 'Het Centrum', omdat in dit rapport de term Centrum gebruikt wordt om het gebied binnen de singels aan te duiden, wordt voor van dit deelgebied in de binnenstad de term Kernwinkelgebied aangehouden.

wordt nagestreefd. In de transformatie-opgave wordt zoveel mogelijk gezocht naar het terugdringen van detailhandelslocaties buiten dit gebied. Indien wel gekeken wordt binnen dit gebied zijn verdiepingen, binnenterreinen en 'achterkanten' als eerste in beeld, in plaats van plinten.

- **Niet-dagelijkse winkels primair in binnenstad:** Om de binnenstad niet verder onder druk te zetten, worden (nieuwe) niet-dagelijkse winkels en concepten op het gebied van recreatief winkelen en beleving zoveel mogelijk geconcentreerd in de binnenstad.
 - Bij voorkeur in het kernwinkelgebied, tenzij dit ruimtelijk-financieel niet mogelijk is.
 - Ook voor grootschalige winkelconcepten wordt in eerste instantie gekeken naar mogelijkheden in of direct aangrenzend aan het kernwinkelgebied.
 - De uitbreiding 'Achter de Lange Stallen' van 28.000 m² bvo detailhandel uit de Structuurvisie 2030 is niet meer aan de orde. Enkel meer kleinschalige ontwikkeling is voorstelbaar ter afronding van het kernwinkelgebied, mits er aantoonbaar ruimtelijk-economische meerwaarde is voor het gebied, bijvoorbeeld de verbinding met de Kerkstraat of Akkerstraat. De eventuele verdere uitwerking hiervan is daarbij maatwerk (zie hoofdstuk 9).
- **Meer ruimte voor andere functies (in bestemmingsplannen / Omgevingsplan):** De binnenstad heeft een compleet en gevarieerd 'mixed-use' voorzieningenaanbod, bestaande uit winkels en horeca, maar ook diensten, ambachten, cultuur, leisure en werken. Dit geeft invulling aan de verschuiving van 'place to buy' naar 'place to be'. Er wordt daarom ruimte geboden aan aanvullend cultuur en leisure aanbod en ook aan werkfuncties en maatschappelijke voorzieningen.
 - In het **kernwinkelgebied** wordt ruimte geboden aan aanvullende leisure, cultuur en horeca (voor zover passend in Horecabeleid).
 - In de **binnenstadsgebieden** Veemarktkwartier en Haven wordt ingezet op een verdere verbreding.
 - Met name in het dwaalmilieu Veemarktkwartier is er naast winkels ruimte voor leisure, cultuur en horeca passende bij de sfeer van dit gebied (en voor zover passend in Horecabeleid) én voor diensten, ambachten, werkfuncties en maatschappelijke functies.
 - In de Haven ligt de focus al sterker op horeca. Verbreding naar retail is beperkt aan de orde, de focus ligt op andere aanvullende functies zoals leisure, cultuur en werken.
- **Wonen op verdieping of op binnenterreinen, beperkt in de plint:** In de binnenstad wordt ingezet op het vergroten van de mogelijkheden om te wonen, bijvoorbeeld op verdiepingen (boven winkels) aan / op binnenterreinen (onder voorwaarden) . Zowel in stimulerende maatregelen als in het verruimen van de bestemmingsmogelijkheden.
 - Uitgangspunt is dat de invulling van de plint bij voorkeur publieksgericht of een werklocatie (in plaats van een woning), zodat het gebied levendigheid uitstraalt en de 'loop' van passanten stimuleert. Wonen in de plint is enkel mogelijk in de binnenstadsgebieden Veemarktkwartier en Haven, mits wordt voldaan de (nog uit te werken) voorwaarden en beeldkwaliteitskader.
 - Een gedeeltelijke transformatie naar wonen op de begane grond, waarbij de plint aan de straatzijde voor het merendeel een economische of maatschappelijke invulling houdt, is vanuit economisch oogpunt denkbaar. Opnieuw mits wordt voldaan aan de (nog uit te werken) voorwaarden en beeldkwaliteitskader.
- **Sturen op kwaliteit en onderscheidend vermogen:** Bij nieuwvestiging van winkels wordt (voor zover mogelijk) gestuurd op kwaliteit en onderscheidend vermogen (zie hoofdstuk 9 over nieuwe initiatieven). Startende ondernemers met goede ideeën worden zo veel mogelijk gefaciliteerd.
Meer aandacht voor een aantrekkelijke omgeving en verduurzaming: Er wordt meer geïnvesteerd in een hoogwaardige, ruimtelijke kwaliteit en uitstraling van de binnenstad (aantrekkelijke binnenstad), waarbij er nadrukkelijk aandacht is verduurzaming en vergroening van de binnenstad. Om de binnenstad een showcase van verduurzaming te maken wordt in gezamenlijk met de retailsector onderzocht hoe de detailhandel kan verduurzamen (mobiliteit, stadslogiek / nieuwe vormen van bevoorrading, energie, water, groen, klimaat-effecten, aanbod commerciële voorzieningen, arbeidsaanbod etc.).



Figuur 4: Deelgebieden in de binnenstad
 - Kernwinkelgebied
 - Veemarktkwartier
 - Haven

De binnenstedelijke stadsstraten
 - Haagdijken
 - Bosschstraten
 - Oranjezuid
 - Willemstraat (niet op kaart)

4.2 Binnenstedelijke stadsstraten

De **Bosschstraten**, **Haagdijken**, **Van Coothplein / Nieuwe Ginnekenweg**, **Wilhelminastraat** en **Ginnekenweg** (tot aan Zandberglaan) en de **Willemstraat** rekenen we tot de binnenstedelijke stadsstraten. Deze straten net buiten de historische binnenstad en gedeeltelijk buiten de singels worden beschouwd als de (historische) toegangen tot het oude centrum, elk van hen was voorheen voorzien van een stadspoort. Het zijn allen binnenstedelijke straten die als slagaders van het stadshart de diverse publieke, culturele en commerciële voorzieningen met elkaar verbinden. Deze straten worden gezien als 'centrumgebied', waarvoor de volgende uitgangspunten gelden:

- Qua detailhandel ligt de focus ligt meer op **(kleinschalig) dagelijks aanbod, (doelgerichte) specialzaken en bijzonder innovatief / creatief / duurzaam aanbod** en **mengconcepten**. Het zijn broedplaatsen voor nieuwe ondernemingen en gebieden die 'couleur locale' geven aan de binnenstad.
- In deze straten is plint bij voorkeur ingevuld met **economische of maatschappelijke activiteiten van allerlei soort**: winkels, andere (publieksgerichte) voorzieningen of werken. Er is ruimte voor transformatie en verkleuring van detailhandel naar dergelijke voorzieningen: de versterking van de **functiediversiteit** ('mixed-use'). Pas als daarvoor onvoldoende perspectief is, zou een **eventuele verkleuring naar wonen op begane grond** aan de orde moeten zijn. Woningen kunnen namelijk het karakter van deze straten substantieel en permanent aantasten: een invulling naar niet-wonen vindt dan niet meer zo makkelijk plaats. In de meeste stadsstraten is er in vigerende bestemmingsplannen ruimte voor het realiseren van wonen op begane grond. In het kader van goed functionerende detailhandel en centrumgebieden, wordt op dit punt een nieuwe afweging per straat(deel) gemaakt (zie tabel 1). In de uitwerking is sturing op kwaliteit en behoud van het karakter van levendige stadsstraat gewenst (bijvoorbeeld door een maximum percentage aan wonen aan te geven en/of een beeldkwaliteitskader voor gevels en puin op te stellen). Een gedeeltelijke transformatie naar wonen op de begane grond, waarbij de plint aan de straatzijde voor het merendeel een economische of maatschappelijke invulling houdt, is vanuit economisch oogpunt denkbaar.

4.3 Ontwikkelgebieden binnen de singel

Rondom de binnenstad en binnen de singels (dus binnen het gebied centrum, zie figuur 3) vinden er diverse grootschalige gebiedsontwikkelingen plaats. Sommige zijn al in uitvoering andere in een pre-matuur stadium. Het gaat o.a. om de ontwikkelingen **Gasthuisvelden, Zuidflank (Seeligkazerne-terrein), De Schorsmolen, Koepelwartier, Centrum Oost (Chasséveld)**.

Voor deze en andere toekomstige gebiedsontwikkelingen binnen de singel geldt:

- **Geen detailhandel als onderdeel van plintontwikkelingen:** Omdat voor detailhandel de prioriteit ligt bij de binnenstad (kernwinkelgebied, de binnenstadsgebieden en de stadsstraten), wordt er in de nieuwe ontwikkelgebieden in principe geen detailhandel mogelijk gemaakt als onderdeel van plintontwikkeling, tenzij dit vanuit maatwerk gewenst is (zie hoofdstuk 9).
- Binnen de singel zijn er een aantal gebieden die in aanmerking komen als mogelijke locatie voor een te realiseren hotspot binnen het **Innovatiedistrict Breda**⁵ een werkmilieu dat innovatieve bedrijven en werknemers in toegepaste technologie en creativiteit (TT&C) aanspreekt, waar ondernemers elkaar weten te vinden, en dat uitnodigt tot onderlinge samenwerking, interactie en innovatie. Het gaat om de gebieden **De Koepel en Gebouw C**. Indien op deze locaties daadwerkelijk een dergelijke hotspot gerealiseerd wordt, is er onder voorwaarden kleinschalige en ondergeschikte detailhandel mogelijk (zie hoofdstuk 9).

Tabel 1: Deelgebieden binnenstad en binnenstedelijke stadsstraten

Gebied	Funciemix en profiel detailhandel	Wonen op begane grond
Binnenstad		
Kernwinkelgebied Het kloppend hart van Breda: de Grote Markt, honderden winkels, heerlijk eten & drinken op de bruisende terrassen en natuurlijk de eyecatcher: de Grote Kerk. Een deel van Breda vol historie met verrassende plekjes om te ontdekken, zoals het intieme winkelhof 't Sas, de prachtige Houtmarkt of de overdekte Barones.	<ul style="list-style-type: none"> - Inzetten op (nieuwe) niet-dagelijkse winkels en concepten op het gebied van recreatief winkelen (mode, schoenen, luxe artikelen, vrije tijd, sport, etc.), beleving, leisure en cultuur. - Zowel grootschalig als kleinschalig en mengconcepten met andere functies. - Horeca voor zover passend in Horecabeleid 	Niet passend.
Veemarktkwartier Hier proef je de Bredase ambachtelijkheid: kleinschalige bedrijven met een eigen signatuur. Deze persoonlijke touch vertaalt zich in een unieke en ongedwongen sfeer. De straten van het Veemarktkwartier lenen zich dan ook uitstekend om lekker doorheen te dwalen.	<ul style="list-style-type: none"> - Inzetten op speciaalzaken, luxe en cultuur. Maatwerk en personalisatie zijn thema's. - Naast winkels ruimte voor leisure, cultuur en horeca (voor zover passend in Horecabeleid) én voor diensten, ambachten, werkfuncties en maatschappelijke functies. 	Onder voorwaarden mogelijk in delen van het gebied
Haven De boulevard van Breda. Flaneren, dobben in een bootje of een terrasje pakken. Met de Havermarkt en het water van de Haven heeft Breda een perfecte spot om te ontspannen. Overdag of tot in de late uurtjes. Hier is altijd wat te doen.	Horecaconcentratiegebied, waarbij in de Reigerstraat als 'schakel' een bredere funciemix op zijn plek is: <ul style="list-style-type: none"> - ook speciaalzaken, ambachten en cultureel aanbod om meer aan te sluiten bij het Kasteelplein - werkconcepten en dienstverlenende functies ter versterking van de levendigheid overdag. 	Onder voorwaarden mogelijk in delen van het gebied.
Binnenstedelijke stadsstraten		
Haagdijken Ongepolijst. Dat zijn de Haagdijken. Met een onderscheidend karakter en een	<ul style="list-style-type: none"> - Focus op lokaal vakmanschap op het gebied van retail, horeca en dienstverlening, maar ook in de 	Minder passend, mogelijkheden inperken.

5) Zone in de stad, grofweg lopend van 't Zoet, via de TripleO Campus, Stationsgebied, centrum, de Koepel naar de campussen van BUAs en Avans.

duidelijke link naar de rijke historie van Breda zijn de Haagdijken kleurrijk, bedrijvig en divers.	<ul style="list-style-type: none"> - vorm van nieuwe ambachtelijkheid op het gebied van de maakindustrie, technologie, kunst en cultuur. - Ook kansen voor maatschappelijke / zorg gerelateerde functies. - Positie als 'kraamkamer: regelruimte bieden die vernieuwing en experimenten mogelijk maakt. 	
Boschstraten Iedereen op het gemakke. Met één van de oudste straten in de binnenstad is dit het thuis van creatieve ondernemers, typische Bredase bedrijven en uiteraard het Stedelijk Museum.	<ul style="list-style-type: none"> - Winkel- en dienstenaanbod: inzetten op gezondheid, persoonlijke verzorging en duurzaamheid - Ruimte voor aanvullend aanbod met ambachten, cultuur- & leisure profiel, verblijfsrecreatie, broedplaatsconcepten en werken 	<ul style="list-style-type: none"> - Boschstraat: minder passend, mogelijkheden inperken. - Nieuwe Boschstraat: Onder voorwaarden mogelijk

Gebied	Functiemix en profiel detailhandel	Wonen op begane grond
Oranje Zuid Ademt grandeur en allure met een mediterrane uitstraling. Gepassioneerde ondernemers zorgen voor een persoonlijk welkom en laten je kennismaken met hun producten. Winkelen, borrelen, Oranje-Zuid blinkt uit in genieten	Inzetten op een 'exclusief' recreatief verblijfsprofiel: voor alle functies: aanbod in het hogere segment en combinatie met horeca (zie voor details het Horecabeleid). Ruimte bieden voor nieuwe formules en concepten.	
- Van Coothplein	- Horecaconcentratiegebied	Niet passend.
- Nieuwe Ginnekenstraat	- Gemengd gebied met winkels, horeca, ambachten, werkconcepten, dienstverlening en maatschappelijke functies.	Niet passend.
- Wilhelminastraat	- Focus op winkels (zowel in niet-dagelijkse als dagelijkse artikelen), horeca met bijzonder profiel en 'nieuwe ambachtelijkheid': exclusief, duurzaam en sfeervol chique.	Niet passend.
- Ginnekenweg (tot aan Zandberglaan)	- Deels boodschappenprofiel, deels gemengd milieu (met horeca, ambachten, leisure en diensten)..	Onder voorwaarden mogelijk.
Willemstraat (onderdeel van deelgebied Stationskwartier, zie ook paragraaf 5.1) Het warme welkom van Breda. Bijzondere en eigentijdse architectuur gaat hier hand in hand met de kenmerkende jaren '30 vibe. Het nabijgelegen koninklijke park Valkenberg vormt de rode (of groene) looper naar al het moois dat de binnenstad van Breda te bieden heeft.	<ul style="list-style-type: none"> - Focus op (gemaks)retail, boodschappen, dienstverlening, ambachten en horeca - Aangevuld met werkconcepten (zakelijke dienstverlening, flexwerkplekken, vergaderruimten) en verblijfsaccommodatie. 	Niet passend.

5 Het uitgebreide Centrum

In dit hoofdstuk gaan we in op de visie op detailhandel voor het 'uitgebreide Centrum', waar de ambities uit de nieuwe (in opstelling zijnde) Omgevingsvisie aan ten grondslag liggen.

Vestigingsmilieus in het uitgebreide Centrum

Binnen het uitgebreide Centrum worden in de nieuwe Omgevingsvisie 2040 een aantal ontwikkelgebieden en vestigingsmilieus onderscheiden (zie figuur 3). De meeste gebieden ontwikkelen zich tot gemengde stedelijke milieus met wonen, werken en voorzieningen. De binnenstad houdt daarbinnen zijn eigen positie.

- In de meeste ontwikkelgebieden ligt het accent op wonen (70-90%) met daarbij beperkt ruimte voor werken (5-15%) en voorzieningen (ook 5-15%).
- Uitzondering zijn het Stationsgebied / Drie Hoefijzers, 't Zoet en 3M-terrein, Nassau-Wallon (Slingerweg e.o.) en het Koepelkwartier. In deze gebieden ligt het accent meer op werken (30-70%) en minder op wonen (20-55%).

5.1 Stationskwartier

- Het **station** kampt binnenin al jaren met grote structurele leegstand. Vanwege de locatie van de winkelunits (buiten de loop) is invulling met detailhandel niet langer reëel. In plaats daarvan wordt een invulling met werkfuncties (zakelijke dienstverlening, flexwerkplekken, vergaderruimten) en horeca nagestreefd. Er wordt ingezet op invulling met andere functies dan detailhandels, zoals werkfuncties, zakelijke dienstverlening, flexwerkplekken en horeca, waarbij na twee jaar evaluatie zal plaatsvinden. In de rest van het station en aan de buitenzijde blijft ruimte voor (gemaks)retail.
- Op de naastgelegen **Thes-locatie** wordt een supermarkt gerealiseerd. Dit betreft een (terug)verplaatsing van de Albert Heijn die nu aan de Crogt dijk gevestigd is. Op de achterblijvende locatie wordt de vestiging van een nieuwe supermarkt uitgesloten.
- In de rest van de stationsomgeving is in beperkte mate detailhandel toegestaan als onderdeel van nieuwe ontwikkelingen met een maximum van 100 m² per vestiging. De wenselijkheid van deze plancapaciteit wordt verder onderzocht. Verdere uitbreiding van de mogelijkheden is in ieder geval ongewenst.

5.2 Overige ontwikkelgebieden

In het 'uitgebreide centrum' zijn er verder een aantal deelgebieden die tot aan 2040 gefaseerd worden ontwikkeld. Het gaat o.a. om de gebieden Schiereiland / Strip, **Corbion / 3M, Drie Hoefijzers, Eurakacant-rijn en Nassau-Wallon**. Voor deze en andere toekomstige gebiedsontwikkelingen in het 'uitgebreide centrum' geldt:

- **Geen detailhandel als onderdeel van plintontwikkelingen:** Omdat voor detailhandel de prioriteit ligt bij de binnenstad (kernwinkelgebied, binnenstadsgebieden en de stadsstraten), wordt er in de nieuwe ontwikkelgebieden in principe geen detailhandel mogelijk gemaakt als onderdeel van plintontwikkeling, tenzij dit vanuit maatwerk gewenst is (zie hoofdstuk 9 over nieuwe initiatieven).
- Op het voorgaande zijn de volgende uitzonderingen:
 - Het supermarktcluster aan de **Belcrumweg** vormt een uitzondering. Vanwege de beoogde woningontwikkelingen in de omgeving en daarmee toename van het draagvlak, krijgt het de status van een **wijkcentrum**. Op het toekomstperspectief van dit gebied wordt ingegaan in paragraaf 6.3.
 - **Hoekwinkels Speelhuuslaan:** met het oog op de toekomstige ontwikkeling van dit gebied, het beoogde karakter als woon-werkgebied en de gewenste placemaking in worden bestaande detailhandel mogelijkheden in deze straat voorlopig gerespecteerd.
 - **Circulaire hotspot STEK:** Een broedplaats voor ondernemers op het gebied van duurzaamheid, creativiteit en circulaire economie. Deze locatie is onderdeel van de placemaking-strategie voor het Havenkwartier en tijdelijk in gebruik. Momenteel zijn hier ook enkele winkels gevestigd (o.a. een bakker, koffiebranderij en winkel in verpakkingsvrije en duurzame lifestyle producten). Dit naast horeca, ateliers, bedrijfsruimten en werkplekken. Ook worden er regelmatig evenementen georganiseerd, waaronder een markt.
 - Er zijn plannen om in Breda een hotspot binnen het **Innovatiedistrict Breda**⁶: een werkmilieu dat innovatieve bedrijven en werknemers in toegepaste technologie en creativiteit (TT&C) aanspreekt, en dat uitnodigt tot onderlinge samenwerking, interactie en innovatie. Mogelijke locaties bevinden zich ook in het 'uitgebreide centrum' (**de Strip, 't Zoet en de Triple-O campus / omgeving Slingerweg**). Indien op deze locaties daadwerkelijk een dergelijke hotspot gerealiseerd wordt, is er onder voorwaarden kleinschalige en ondergeschikte detailhandel mogelijk (zie hoofdstuk 9).

6) Zone in de stad, grofweg lopend van 't Zoet, via de TripleO Campus, Stationsgebied, centrum, de Koepel naar de campussen van BUAs en Avans.

6.1 Algemene beleidsuitgangspunten

6.1.1 Supermarkten

- **Goede dagelijkse basis in boodschappencentra met stevige toekomstbestendige supermarkten.** Uitbreiding van supermarkten zijn mogelijk voor kwaliteitsverbetering van bestaande centrumgebieden en worden gezien in samenhang met het consumentendraagvlak in buurten, wijken en stadsdelen. Voorwaarde is dat de uitbreiding past bij de draagvlakontwikkeling in het verzorgingsgebied en dat het initiatief voldoet aan de ladder voor duurzame verstedelijking. Richtlijn voor een toekomstbestendige, moderne maatvoering:
 - Servicesupermarkten: circa 1.200 à 1.500 m² wvo.
 - Discountsupermarkten: tenminste 1.000 à 1.200 m² wvo.
 - Gemakssupermarkten: 150 – 400 m² wvo.
- **Inzetten op verplaatsing van bestaande solitaire supermarkten naar centrumgebieden.** Voorwaarde is dat daarbij de mogelijkheden voor detailhandel / supermarkt in het bestemmingsplan / Omgevingsplan op de achterblijvende locatie verdwijnt.
- **Uitbreiding van bestaande solitaire supermarkten wordt in principe niet toegestaan**, tenzij is aangetoond dat verplaatsing ruimtelijk-functioneel niet mogelijk is, dit passend is bij de draagvlakontwikkeling in het verzorgingsgebied en wordt voldaan aan de ladder voor duurzame verstedelijking.
- **Er worden ook geen mogelijkheden geboden voor nieuwe solitaire supermarkten.** Een uitzondering kan gemaakt worden voor kleinschalig, onderschikt gemaksaanbod in dagelijks / to-go (mengvorm met horeca) in gebieden waar dit vanuit het oogpunt van de combinatie van consumentenverzorging en draagvlakontwikkeling (bijv. in nieuwe ontwikkelgebieden of op mobiliteitshubs) zeer gewenst is (zie uitwerking hoofdstuk 9).

6.1.2 Centrumgebieden

- **In centrumgebieden ligt de focus op compactheid en clustering van een compleet voorzieningen-aanbod**, passend bij de verzorgingsfunctie, én op (extra) versterking van de ontmoetingsfunctie.
 - Concentratie van winkels en verspreid gelegen voorzieningen in en direct aansluitend op centrumgebieden is wenselijk. Bij leegstand in en rond centrumgebieden wordt nadrukkelijk **ingezet op een commerciële of maatschappelijke invulling** (zoals diensten, zorgvoorzieningen, kleinschalige bedrijvigheid, en bijv. (flex)werkplekken). Functies met 'reuring' hebben de voorkeur boven transformatie naar wonen. Dergelijke functies dragen aan de leefbaarheid, gemak, sociale cohesie en veiligheid én aan de wijk economie en de levensvatbaarheid van centrumgebieden. Ook biedt clustering van economische en maatschappelijke functies perspectief voor voorzieningen door synergiewerking en combinatiebezoek.
 - Voor zover **uitbreidingen in centrumgebieden** aan de orde zijn, vinden deze in principe plaats binnen de aangewezen centrumgebieden. Indien dat niet mogelijk is, kan ook een locatie direct aangrenzend aan het centrumgebied in aanmerking komen.
 - Met het oog op draagvlak en een prettig verblijfsklimaat wordt in en direct aansluitend op centrumgebieden nadrukkelijk ruimte geboden voor woningontwikkeling (bijv. voor specifieke doelgroepen).
- In alle centrumgebieden inzetten op **vergroening en verbetering van de openbare ruimte** ten behoeve van de ontmoetingsfunctie.
- In elk centrumgebied wordt gestreefd naar **collectieve samenwerking** van marktpartijen (ondernemers en vastgoed) en gemeente (de 'gouden driehoek')

6.2 Dorpscentra

6.2.1 Algemene beleidsuitgangspunten

- Inzetten op behoud van de eigen identiteit en dorps karakter van deze centrumgebieden.
- Inzetten op voldoende en modern supermarktaanbod en een toekomstbestendige dagelijkse winkelbasis, waarbij gestreefd naar concentratie van de voorzieningen. Bij planvorming en beoordeling dient de ruimtelijke haalbaarheid van concentratie en clustering daarbij in acht genomen te worden.
- Nieuwe woningbouw ontwikkelingen, bijvoorbeeld aan de zuid en zuidoost kant van Breda, dienen daarbij meegenomen te worden in de afweging voor een goed voorzieningenniveau.
- In dorpscentra vindt per saldo geen uitbreiding plaats van recreatief niet-dagelijks winkelaanbod.
- Versterking van de ontmoetingsfunctie, onder meer door (kwalitatieve) toevoeging van horeca en groene ontmoetingsplekken in de openbare ruimte.

- Inzetten op concentratie van verspreid gelegen aanbod en meer functiediversiteit. Daarbij wordt toegewerkt naar complete voorzieningencusters ('spil van het dorp').

6.2.2 Visie per centrumgebied

Bavel Centrum

Het toekomstperspectief van Bavel is redelijk goed, met een stevig boodschappenaanbod bestaande uit een toekomstbestendige supermarkt en diverse (vers)speciaalzaken. Binnen het niet-dagelijks winkelaanbod is de aanwezigheid van Bastiaansen Mode (incl. beoogde uitbreiding) een bijzondere aanvulling op het boodschappenaanbod. Winkels en overige voorzieningen zijn geclusterd in een compact centrumgebied. De wens bestaat het centrale plein meer in te vullen als dorpsplein.

Naar de toekomst toe zijn er qua detailhandel geen ontwikkelingen nodig. Primair wordt ingezet op behoud en modernisering van het boodschappenaanbod en een toekomstbestendige dagelijkse winkelbasis. Daarmee kunnen overige voorzieningen in stand worden gehouden. Per saldo wordt geen uitbreiding van niet-dagelijkse winkels beoogd.

Prinsenbeek Centrum

Het toekomstperspectief is redelijk goed. Optimalisatie en schaalvergroting van beide supermarkten en parkeerfaciliteiten (Markt) is gewenst, evenals een verdere concentratie van het winkelaanbod (voor zover de ruimtelijke mogelijkheden hiervoor aanwezig zijn). Uitbreiding van Lidl is wenselijk, waarbij het uitgangspunt is om in te zetten op verplaatsing naar meer centrale locatie in of direct aangrenzend aan het centrum. Indien mogelijk is ook verplaatsing van Albert Heijn naar het centrum zeer gewenst. Omwille van een sterk centrum wordt concentreren van het supermarktaanbod verkozen boven een (nieuwe) supermarkt daarbuiten (bijv. in ontwikkeling Beeks Buiten).

In de aanloopstraten / periferie van het centrum (o.a. Schoolstraat, Kapelstraat, Groenstraat en Beekstraat) is verkleuring en functiemenging mogelijk. Deels is hier mogelijk ook transformatie naar wonen mogelijk.

Teteringen (Scheperij)

Het boodschappenaanbod in Teteringen is vrij beperkt en het aanbod ligt bovendien redelijk verspreid. Zonder ingrijpen is het perspectief van het dorpscentrum van Teteringen als winkelomgeving zeer matig. Al langere tijd zijn er plannen voor een herontwikkeling van de Scheperij tot volwaardig winkelhart in Teteringen. De vergunningen hiervoor zijn inmiddels verleend. Jumbo zal worden uitgebreid en een Aldi wordt toegevoegd, in combinatie met enkele kleinere winkelunits, woningen en horeca. Om het voorzieningenniveau op peil te krijgen heeft het realiseren van deze ontwikkeling hoge prioriteit.

De verwachte bevolkingsgroei in Teteringen draagt ook bij aan het draagvlak voor deze ontwikkeling. Het zou positief zijn wanneer de ontwikkeling van de Scheperij leidt tot een verplaatsing van winkels en voorzieningen die momenteel verspreid gevestigd zijn aan de Hoolstraat en het Willem-Alexanderplein. Waarbij enig behoud van menging in deze straten wel bijdraagt aan de levendigheid.

Ulvenhout Centrum

Het toekomstperspectief van het centrumgebied van Ulvenhout is redelijk goed, met name het omvangrijke mode- en horeca-aanbod maakt het gebied onderscheidend. Het boodschappenaanbod is echter bescheiden: supermarkt Albert Heijn is aan de kleine kant en het (vers)speciaal aanbod is redelijk beperkt. Uitbreiding van het supermarktaanbod in het centrum is wenselijk: door uitbreiding van de bestaande supermarkt dan wel verplaatsing van de solitair gelegen supermarkt (Jumbo) aan de Chaamseweg. Winkels en andere voorzieningen liggen aan een lang lint (Dorpsstraat). Verdere concentratie van het winkelaanbod is voor zover mogelijk gewenst, vooral rondom het centrale plein (voor Albert Heijn). Aan de uiteinden is ruimte voor verkleuring en functiemenging en transformatie naar wonen.

Princenhage (Haagsemarkt)

Dit is een dorpscentrum met een bijzonder karakter. Doordat Princenhage onderdeel is van het stedelijk gebied van Breda, functioneert het centrum voor een belangrijk deel als wijkcentrum. Het perspectief is redelijk goed vanwege het complete dagelijkse en niet-dagelijkse aanbod, aanvullende onderscheidende horeca en een aantrekkelijke uitstraling. Aandachtspunt is de bescheiden omvang van beide servicesupermarkten, evenals de parkeermogelijkheden. Kwalitatief kan het gebied versterkt worden door toevoeging van een discountsupermarkt, mits het een verplaatsing betreft.

Naar de toekomst toe is verdere concentratie van het winkelaanbod gewenst. In de periferie van het centrumgebied (Dreef, Haagweg, Liesbosstaat) wordt ingezet op transformatie naar andere economische of maatschappelijke functies of wonen.

Het Ginneken

Het Ginneken is eveneens een dorpscentrum met een bijzonder karakter. Net als Princenhage is Ginneken onderdeel van het stedelijk gebied van Breda, waardoor het voor een belangrijk deel als wijkcentrum functioneert. Het gebied kenmerkt zich vooral door een uitgebreid horeca aanbod en diverse kleinschalige mode boetiekjes. Dit typeert het gebied. Het boodschappenaanbod is beperkt, maar in de nabijheid liggen drie supermarkten (Albert Heijn, Aldi en Lidl). Vanwege de compacte opzet van het Ginneken is inpassing van een supermarkt naar verwachting niet mogelijk. Bovendien gaat dit ten koste van de charme van het gebied.

Voor de toekomst wordt gestreefd naar zoveel mogelijk concentratie van het winkelaanbod. Ten noorden van de Koningin Emmalaan zijn diverse leegstaande panden en wordt (op termijn) ingezet op transformatie naar andere economische of maatschappelijke functies of wonen.

6.3 Wijkcentra

6.3.1 Algemene beleidsuitgangspunten

- Wijkcentra zijn complete voorzieningencentra met winkels (boodschappenaanbod), horeca, diensten, ambachten, sociaal-maatschappelijke functies, werken en wonen.
- Supermarkten vormen de basis binnen het boodschappenaanbod. De richtlijn in wijkcentra is twee à drie supermarkten met moderne maatvoering.
- In wijkcentra vindt per saldo geen uitbreiding plaats van niet-dagelijks winkelaanbod.

6.3.2 Visie per centrumgebied

Noord

Hoge Vucht

Voor de Hoge Vucht zijn er revitalisatieplannen, waarbij er geen sprake meer is van uitbreiding. De in de Structuurvisie 2030 opgenomen uitbreiding van 7.000 m² bvo is niet langer aan de orde. Momenteel wordt gewerkt aan een verdere upgrade van de uitstraling van het centrumgebied en beperkte inbreiding om winkelruimtes te optimaliseren.

Deze ontwikkelingen zijn versterkend voor het centrum en sluiten goed aan op het huidig functioneren van dit centrumgebied en de sterke positie in de detailhandelsstructuur. De nieuwe woningbouw in dit stadsdeel komt deze versterking ook ten goede, aangezien het consumentendraagvlak daardoor toeneemt.

- Een voorwaarde voor eventuele toekomstige detailhandelsontwikkelingen is dat deze nadrukkelijk aansluiten op het profiel van uitgebreid boodschappencentrum voor de wijk.
- Beperkte uitbreiding van het centrum is denkbaar om winkelruimtes te optimaliseren.
- Het centrum is meer dan alleen een winkelgebied: het heeft ook belangrijke sociale en ontmoetingsfunctie. Naast detailhandel zijn dan ook dienstverlening, horeca en maatschappelijke voorzieningen toegestaan. Als het in de toekomst gewenst is, kan overwogen worden de functiemogelijkheden in (delen van) het centrum verder te verruimen.

Belcrumweg

Als onderdeel van de ontwikkeling CrossMark wordt het centrumgebied aan de Belcrumweg potentieel opgewaarderd tot wijkcentrum. Doordat het draagvlak in de directe omgeving de komende jaren toeneemt is het toekomstperspectief van dit centrum goed. Het gebied beschikt over aantrekkelijke complementaire supermarkten (service, discount en doelgroep). De omvang van zowel de service- als discountsupermarkt is een aandachtspunt. Uitbreiding tot een moderne maat komt ten goede aan de toekomstbestendigheid. Door versterken van het aanbod (bijv. toevoegen van enkele winkels in dagelijks en frequent niet-dagelijkse artikelen) en het verbeteren van de opzet, ontsluiting, parkeren en uitstraling van het centrumgebied zal de koopkrachtbinding, het economisch functioneren en daarmee het perspectief verder verbeteren. Toename van het draagvlak in de omgeving biedt hiervoor in potentie ook mogelijkheden.

Voor het totstandkomen van deze ontwikkeling zal te zijner tijd een diepgaander onderbouwing opgesteld moeten worden (Ladder voor duurzame verstedelijking). De ontwikkeling zal bezien moeten worden in relatie tot de centrumgebieden en detailhandelslocaties in de omgeving en de effecten daarop (o.a. Edisonplein, Baliendijk, supermarkt Thes-locatie, Hoge Vught, Stada Stores). Met het oog op de gewenste verdere clustering van detailhandel, vormt het ontwikkelen van een nieuw wijkcentrum dan ook een goede aanleiding om solitaire winkels te verplaatsen en verspreide detailhandelsmogelijkheden in de omgeving af te bouwen. De ontwikkeling van Belcrumweg als wijkcentrum is ook afhankelijk van bijkomende mobiliteitsvraagstukken ('t Zoet over het water).

Oost

Brabantplein

Om het Brabantplein voldoende toekomstperspectief te laten houden als wijkcentrum, is het al langere tijd wenselijk om een tweede, complementaire supermarkt toe te voegen aan dit centrumgebied en een oplossing te vinden voor parkeren.

Dit blijft ook in de (nabije) toekomst een wenselijke ontwikkeling, ook met het oog op de leefbaarheid.

- Een tweede supermarkt kan een (te verplaatsen) discountsupermarkt zijn of een gespecialiseerde supermarkt die aansluit op de doelgroep in het verzorgingsgebied.
- Een tweede aandachtspunt is de bescheiden omvang van service supermarkt Albert Heijn. Uitbreiding naar een moderne maat draagt niet alleen bij aan de toekomstbestendigheid van de supermarkt, maar ook van het boodschappenaanbod, overige voorzieningen en het winkelgebied als geheel.
- Ook is parkeren een belangrijk aandachtspunt, aangezien er op dit moment al sprake is van te weinig parkeerplaatsen en parkeeroverlast.

Het is wenselijk het verdere toekomstbeeld van Brabantplein en omgeving uit te werken in een integrale gebiedsvisie.

Zuidoost / Zuid

De Burcht

De Burcht is enkele jaren geleden uitgebreid en gemoderniseerd en als gevolg daarvan is het toekomstperspectief als volwaardig wijkcentrum goed. De Burcht is een compact centrum en heeft een sterke boodschappenbasis met twee servicesupermarkten en een redelijk uitgebreid overig dagelijks aanbod. Concrete ingrepen in dit centrumgebied zijn op dit moment niet noodzakelijk.

In de toekomst zou het aanbod verder versterkt kunnen worden door toevoeging (door verplaatsing) van een complementaire supermarkt (discounter, bijvoorbeeld de in de nabijheid gelegen solitaire vestigingen van Lidl of Aldi). Op termijn is ook een beperkte uitbreiding van beide service supermarkten denkbaar met het oog op de toekomstbestendigheid van de supermarkten en het winkelgebied als geheel, mits dit aansluit op de ontwikkeling van het draagvlak en voldaan wordt aan de ladder voor duurzame verstedelijking.

Noordwest

Stadastores

Stada Stores is binnen Breda een relatief nieuw centrumgebied met diverse grootschalige zaken in dagelijks (o.a. grootschalige supermarkt Jumbo Foodmarkt) en efficiënt-recreatief boodschappenaanbod (o.a. Action, Blokker, Big Bazar, Casa, Bristol, Intertoys en dierenzaak). Ondanks dat het centrum maar één supermarkt telt, functioneert het vanwege zijn omvang in de praktijk als een groot wijkcentrum en heeft het een prominente plek binnen de boodschappenstructuur (4e centrum van Breda).

Hoewel het functioneren van de supermarkt en de andere winkels wel wat onder druk lijkt te staan, is het niet wenselijk dit centrumgebied door middel van uitbreiding verder te versterken. Om tot een rendabel functioneren te komen is immers een dusdanige verhoging van de koopkrachtbinding nodig dat dit ten koste gaat van andere centrumgebieden (met name de kleinere centra) in de omliggende wijken, waarmee de leefbaarheid onder druk komt te staan. Verdere uitbreiding van niet-dagelijks winkelaanbod is bovendien voorbehouden aan Breda-Centrum (recreatief) en de Woonboulevard en Steenakker (doelgericht).

Heksenwiel

Het toekomstperspectief van dit centrumgebied is redelijk goed, mede vanwege recente versterking van het supermarktaanbod. Albert Heijn is fors uitgebreid en EMTÉ is vervangen door Jumbo. Ook is het parkeren aanzienlijk verbeterd en heeft de openbare ruimte een upgrade gekregen. Tegelijkertijd blijft parkeren wel nog een aandachtspunt met het oog op de combinatie met de overige (sport)voorzieningen in de directe omgeving. In combinatie met een redelijk uitgebreid overig dagelijks aanbod beschikt Heksenwiel over een stevig toekomstbestendig boodschappenaanbod. Dit aanbod wordt verder versterkt door de komst van een discounter. Dit is een goede ontwikkeling aangezien hiermee een complementaire supermarktstructuur ontstaat.

Tot voor kort was de leegstand redelijk fors, maar deze is nagenoeg geheel door de komst van de discounter en de daarop volgende verplaatsing van een aantal formules. De overgebleven en eventueel toekomstige leegstand zal naar verwachting geen nieuwe winkelinvulling krijgen. Vergroten van de functiediversiteit met onder meer maatschappelijke voorzieningen en werken is wenselijke ontwikkeling.

6.4 Buurtcentra

6.4.1 Algemene beleidsuitgangspunten

- Buurtcentra zijn voorzieningencentra die een basis bieden aan dagelijks winkelaanbod aangevuld met horeca, diensten, ambachten en in beperkte mate tevens sociaal-maatschappelijke functies, werken en wonen.
- Supermarkten vormen de basis binnen het boodschappenaanbod. De richtlijn in buurtcentra is één à twee supermarkten met moderne maatvoering.
- In buurtcentra vindt geen uitbreiding plaats van niet-dagelijks winkelaanbod.

6.4.2 Visie per centrumgebied

Noord

Baliendijk

Dit betreft een buurtcentrum met een beperkt winkel- en overige voorzieningenaanbod. Het perspectief is beperkt, mede gelet op de nabijheid van sterke wijkcentra Hoge Vucht en de voorziene versterking van Belcrumweg, realisatie van een supermarkt op de Thes-locatie en renovatie en vergroting van De Scheperij in Teteringen. Op een steenworp afstand ligt bovendien Edisonplein. Naar verwachting heeft Baliendijk hooguit perspectief als kleinschalig buurtcentrum. De aanwezigheid van een kleinschalige supermarkt, enkel speciaalzaken en diverse ambachten dragen hier aan bij. Ten behoeve van de toekomstbestendigheid is een beperkte uitbreiding van de supermarkt wenselijk.

Oost

Heusdenhout

Het centrumgebied functioneert momenteel redelijk goed met een goede boodschappenbasis bestaande uit een moderne service supermarkt en een redelijk diverse (vers)speciaalaanbod. Aanvullend zijn er enkele overig buurtgerichte voorzieningen. Het centrum is hiermee toekomstbestendig en specifieke aanbodontwikkeling zijn niet vereist. Aandachtspunten zijn de openbare ruimte en het onderhoud van panden.

Zuidoost / Zuid

Valkeniersplein

Het toekomstperspectief van Valkeniersplein is goed. Het centrum beschikt over een goede boodschappenbasis met een stevige toekomstbestendige servicesupermarkt en een redelijk divers (vers)speciaal-aanbod. Daarnaast zijn er enkele frequent bezochte niet-dagelijkse winkels en overige buurtgerichte voorzieningen. Indien mogelijk is (verdere) concentratie van voorzieningen rondom het Valkeniersplein wenselijk. Grootste aandachtspunt is de parkeersituatie.

West

Dr. Struyckenplein

Het toekomstperspectief voor dit centrumgebied is goed door de aanwezigheid van twee complementaire supermarkten. Aandachtspunt is de omvang van de discountsupermarkt. Een beperkte uitbreiding tot een moderne omvang is denkbaar ten behoeve van de toekomstbestendigheid van de supermarkt, mits dit niet ten koste gaat van het andere complementaire aanbod van verzaken en voldaan wordt aan de ladder voor duurzame verstedelijking. Een ander aandachtspunt is voldoen parkeergelegenheid (zeker gelet op de aanwezigheid van twee supermarkten), evenals het opwaarderen van de openbare ruimte (meer aandacht voor groen).

Tuinzicht

Tuinzicht heeft in de basis een sterk boodschappenaanbod met een stevige en toekomstbestendige servicesupermarkt (recent uitgebreid), diverse overige dagelijks winkels en tevens enkele overige buurtgerichte voorzieningen. Toevoeging (door verplaatsing) van een tweede discountsupermarkt zou (complementair) kan het toekomstperspectief verstevigen. Dit is wenselijk vanuit het oogpunt van consumentenverzorging. Ruimtelijk is dit echter lastig en daardoor minder reëel, ook gezien de parkeerdruk die reeds ervaren wordt.

Noordwest

De Berg

Na het vertrek van Albert Heijn heeft dit buurtcentrum nieuw toekomstperspectief gekregen met de komst van discountsupermarkt Lidl. Aanvullend aan het supermarktaanbod beschikt het centrum over diverse winkels en overige buurtgerichte voorzieningen. Het toekomstperspectief van het gebied zou verder versterkt kunnen worden door clustering van andere buurtvoorzieningen. Daarbij dient dan wel de parkeerdruk in ogenschouw genomen te worden.

De Donk

Het toekomstperspectief van buurtcentrum de Donk is redelijk goed. Het centrum beschikt over een goede boodschappenbasis met een servicesupermarkt en enkele overige dagelijkse winkels. Tevens zijn er enkele buurtgerichte horecavoorzieningen en diverse ambachtzaken. Bovendien zijn ondernemers en vastgoedeigenaren verenigd in een BIZ. Op termijn is beperkte uitbreiding van de bestaande supermarkt wenselijk om toekomstperspectief te behouden. Ook is een upgrade van de ruimtelijke uitstraling van het centrum en de omgeving gewenst.

6.5 Solitaire supermarkten en voorzieningenclusters

De overige supermarkten en voorzieningenclusters in Breda worden gezien als solitaire, verspreide winkels buiten de detailhandelsstructuur. Een deel van deze locaties is voor de volledigheid wel weer gegeven in figuur 2. Voor de enkele van deze locaties is hierna een verdieping gegeven.

Edisonplein

Edisonplein is een buurtsteunpunt met enkele kleinschalige dagelijkse winkels, maar ook diverse andere buurtgerichte voorzieningen (met name horeca en ambachten). Vanwege de diverse voorzieningen heeft Edisonplein nog altijd perspectief als buurtsteunpunt. Het ontbreken van een supermarkt maakt dat het vooral een steunpunt is. Tegelijkertijd is toevoeging van een supermarkt niet wenselijk vanwege de nabijheid van buurtcentrum Baliendijk, de terugkomst van een nieuwe supermarkt op de Thes-locatie en de voorziene versterking van Belcrumweg. Afbouw van het winkelaanbod is op termijn denkbaar. Het toekomstperspectief van dit gebied wordt verder bezien in het kader van de ontwikkeling van Belcrumweg als wijkcentrum.

Langendijk en Graaf Hendrik III Plein

Voor de gebieden Langendijk en Graaf Hendrik III Plein is het toekomstperspectief onzeker. De verwachting is dat de Aldi op het Graaf Hendrik III Plein op termijn wil vergroten en mogelijk verplaatsen. Uitbreiding van de supermarkt is van belang voor de toekomstbestendigheid ervan. Idealiter wordt dat moment aangegrepen om de detailhandelsstructuur te versterken door:

- het Graaf Hendrik III-plein door te ontwikkelen als buurtcentrum en de het aanbod aan de Langendijk te verplaatsen en de stripte transformeren naar niet-winkels;
- of verplaatsing van de supermarkt naar een ander centrumgebied (bij voorkeur een wijkcentrum dat versterking met een complementaire discounter kan gebruiken, zoals Princenhage of De Burcht) en beide centra te transformeren naar niet-winkels.

Voorop staat wel dat het Dr. Struykenplein in dit deel van Breda het voornaamste buurtcentrum blijft met twee supermarkten.

7 Perifere detailhandel

Met perifere detailhandel wordt het winkelaanbod buiten de reguliere detailhandelsstructuur bedoeld. Dit betreft enkele perifere concentratiegebieden (PDV-clusters) én solitaire PDV-locaties oftewel verspreide bewinkeling (geen concentratie). Breda beschikt over twee perifere concentratiegebieden (PDV-clusters):

- Woonboulevard XXL
- Steenakker

Daarnaast zijn er meerdere verspreid gelegen winkels zoals bouwmarkten, tuincentra en op diverse bedrijventerreinen en is er thematisch aanbod op Brepark (Decathlon).

Wat bedoelen we met klassieke PDV-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 volumineuze 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).

Met de klassieke PDV-branches bedoelen we voor Breda:

- Winkels in auto's, motoren, boten, caravans, tenten en kampeerartikelen (in relatie met de verkoop van caravans en tenten). De zogenaamde ABC-categorie.
- Winkels in automaterialen (in relatie met inbouw).
- Winkels in keukens, badkamers, sanitair en tegels.
- Bouwmarkten.
- Tuincentra (incl. dierenbenodigdheden en -voeding).
- Detailhandel in (zeer) volumineuze artikelen zoals zonwering, tuinhuisjes, buitenspeeltoestellen, zwembaden, tuinbeelden, haarden, grafzerken, paardentrailers, aanhangwagens, etc.

- Brand- en explosiegevaarlijke stoffen, grove bouwmaterialen, landbouwwerktuigen.

Het onderdeel perifere detailhandel in detailhandelsbeleid is in de praktijk vaak een gevoelig onderwerp onder stakeholders. Partijen uit de periferie (die vaak pleiten voor brancheverruiming) staan hier vaak tegenover partijen uit de binnenstad en de (grotere) wijk- en stadsdeelcentra (die vaak pleiten voor branchebeperkingen ter bescherming van de 'reguliere' winkelgebieden). De meningen tussen verschillende stakeholders onderling lopen vaak sterk uiteen ten aanzien van de te kiezen beleidsrichting. Op basis van die verschillende belangen, is een goede beleidsafweging op dit punt niet eenvoudig. Daar komt bij dat recente jurisprudentie rondom de **Dienstenrichtlijn** (zie kader) keuzes in branchering/maatvoering niet eenvoudiger maakt.

Voorgaande regeling PDV in Breda i.r.t. Dienstenrichtlijn

In de Detailhandelsnota 2010-2020 is gekozen voor een duidelijk beleid ten aanzien van perifere detailhandel, waarin primair de complementariteit tussen PDV-clusters en reguliere centra (binnenstad, stadsdeelcentrum, buurt- en wijkcentra) én PDV-clusters onderling (themativering) geborgd wordt. Om dit te kunnen bereiken is het opleggen van beperkingen in zowel branchering als maatvoering **noodzakelijk**.

In Detailhandelsnota 2010-2020 en regionaal detailhandelsbeleid is aangegeven dat detailhandel dynamisch is en niet alle ontwikkelingen zijn te voorzien. Zo kunnen er specifieke redenen zijn om af te wijken van aangegeven branchebeperkingen voor perifere detailhandelsvestiging.

- Het kan voorkomen dat een dusdanig grote winkel of combinatie van winkels niet inpasbaar is in reguliere winkelcentra. In dat geval kan worden bezien of perifere vestiging een optie is.
- Bovenal gaat het dan om de toetsing van de impact op de beoogde detailhandelsstructuur: is er per saldo wel of geen sprake is van structuurverstoring. Dan gaat het er met name om dat er geen blijvende, zeer aanzienlijke afname of variatie van keuzemogelijkheden plaatsvindt.
- Daarbij dient de vestiging versterkend te zijn voor de detailhandelsstructuur van Breda.

Ten behoeve van een goed functionerende totale detailhandelsstructuur wordt deze lijn doorgetrokken in het nieuwe beleid.

Toelichting Dienstenrichtlijn

De Dienstenrichtlijn is van toepassing zodra er in bestemmingsplannen / Omgevingsplan 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:** De eisen mogen geen direct of indirect onderscheid maken naar nationaliteit of statutaire vestigingsplaats. Aangezien het Nederlandse ruimtelijk ordeningsrecht voor eenieder geldt kan dit aspect bij bestemmingsplannen / Omgevingsplan buiten beschouwing worden gelaten.
2. **Noodzakelijkheid:** De eisen moeten gerechtvaardigd zijn vanwege dwingende redenen van algemeen belang.
3. **Evenredigheid:** De eisen moeten geschikt zijn om het nagestreefde doel te bereiken, ze mogen niet verder gaan dan nodig is om dat doel te bereiken en het doel kan niet met minder vergaande beperkingen bereikt worden.

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 wordt op **coherente en systematische** wijze uitgevoerd (hypocrisietest);
- de maatregel is **effectief** om het beoogde doel te bereiken.
- 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.

De regulerende overheid dient de effectiviteit van de in de ruimtelijke voorschriften opgenomen beperking te onderbouwen aan de hand van een analyse met specifieke gegevens.

Wat vinden stakeholders?

- Inzetten op behoud van de bestaande branchering ten aanzien van perifere detailhandel is van belang voor behoud van een krachtige woonboulevard en van andere centrumgebieden (en voornamelijk de binnenstad).

- Ten aanzien van perifere detailhandel heeft de Woonboulevard prioriteit. Uitbreiding van branchering (o.a. sportbranche) wordt echter niet wenselijk geacht.
- Focus op verplaatsing van bestaand aanbod in plaats van uitbreiding van aanbod. En focus op inperken van verspreide bewinkeling en onbenutte verspreide plancapaciteit.
- De ruimtelijke spreiding van bouwmarkten is matig. De betreffende branches zijn uitsluitend gevestigd in het noordelijk deel van de stad.
- Goede bereikbaarheid en parkeren zijn zeer relevant voor perifere detailhandel.
- Inzetten op kwaliteitsverbetering ten aanzien van bereikbaarheid, parkeren en veiligheid.

7.1 Algemene beleidsuitgangspunten

- **Inzetten op behoud van een complementaire detailhandelsstructuur, met PDV-clusters die aanvullend zijn** en geen afbreukrisico vormen voor de reguliere centrumgebieden.
 - Binnen alle PDV-clusters worden in elk geval alle klassieke PDV-branches toegestaan (zie kader pagina 22). Daarnaast gelden aanvullende thematische brancheringsmogelijkheden voor de Woonboulevard ('In en om Huis').
 - Uitgesloten zijn in ieder geval branches in dagelijkse artikelen, evenals branches gericht op recreatief winkelen en impulsaankopen.
 - Ook voor internetwinkels (met showroom en/of afhaalpunt) wordt vastgehouden aan de vastgestelde (thematische) brancheringsmogelijkheden.
- **Uitbreiding van PDV-clusters is toegestaan** binnen de bij het cluster passende bestaande thematische branchering en mits voldaan wordt aan de ladder voor duurzame verstedelijking.
- **Enige flexibiliteit en maatwerk binnen bestaande PDV-clusters is ook gewenst** om tegemoet te komen aan ontwikkelingen in de markt. Indien nieuwe initiatieven zich fysiek niet in een centrumgebied (primair de binnenstad en het kernwinkelgebied) of een PDV-cluster kunnen vestigen is ook een locatie direct aangrenzend aan een PDV-cluster te overwegen, op voorwaarde dat de beleidsmatig bepaalde thematisering en branchering van de PDV-clusters in stand blijft. Dit is maatwerk.
- **Voor detailhandel in de periferie gericht op 'wonen' is sterke thematische clustering het uitgangspunt.** In verband hiermee wordt gestreefd naar een verdere versterking van de Woonboulevard en omgeving als themacentra gericht op 'In en om huis'. De minimum omvang voor winkels blijft gehandhaafd op 500 m² vvo.
- **Er wordt geen ruimte geboden aan de ontwikkeling van nieuwe PDV-clusters.** Bestaande verspreide winkels krijgen de ruimte om te verplaatsen naar bestaande PDV-clusters of andere centrumgebieden. Nieuwe solitaire initiatieven buiten de aangewezen centrumgebieden zijn niet toegestaan.
- **Uitbreiding en modernisering van bestaand verspreid aanbod wordt in principe niet toegestaan,** tenzij is aangetoond dat clustering ruimtelijk-functioneel en -financieel niet mogelijk is en voldaan wordt aan de ladder voor duurzame verstedelijking.
- **Gelijktrekken brancheringsmogelijkheden voor overige verspreide detailhandel (niet zijnde PDV-clusters):** Breda kent diverse verspreide, solitaire PDV-locaties die momenteel juridisch ieder een eigen specifieke branchering hebben (bijvoorbeeld op diverse bedrijventerreinen). Vanuit de Dienstenrichtlijn is deze specificering niet (meer) goed te onderbouwen. In de nieuwe visie is gekozen om voor deze locaties nog steeds beperkingen te hanteren, maar nu meer in lijn met de Dienstenrichtlijn. In de basis betekent dit dat een branchering en maatvoering wordt 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 in het kader van de Dienstenrichtlijn, zonder dat afbreuk wordt gedaan aan een bepaalde mate van thematisering tussen PDV-locaties onderling.
- **Onbenutte plancapaciteit voor detailhandel op verspreide perifere locaties wordt actief gereduceerd.** Dit hangt samen met nieuwe vestigingskeuzes door ondernemers en is tevens ingegeven vanuit provinciaal beleid. Door toename van online verkopen zijn sommige winkels niet langer afhankelijk van fysiek bezoekersstromen en daarmee vestiging in centrumgebieden. Perifere en solitaire locaties kunnen een aantrekkelijk alternatief zijn. Dit vraagt om urgentie om onbenutte detailhandelsmogelijkheden op ongewenste solitaire locaties te beperken. Ook schrijft het provinciaal beleid voor ruimte te houden voor goede initiatieven op nieuwe plekken (= nieuwe plancapaciteit). Ook daarom is het nodig om plancapaciteit op perspectiefarme locaties uit de markt te halen.

7.2 Visie per centrumgebied

7.2.1 Woonboulevard XXL

De Woonboulevard is in de afgelopen jaren uitgegroeid tot een van de grootste en best functionerende woonboulevards van het land. Dit centrum is gericht op grootschalig aanbod in de brede groep 'In en

om huis'. Dit is ook terug te zien in het economisch functioneren: de benaderde vloerproductiviteit ligt ruim boven de vloerproductiviteit die op basis van het aanbod op de woonboulevard verwacht zou worden (gewogen vloerproductiviteit).

- **Uitgangspunt is behoud van de huidige thematische branchering** van de Woonboulevard in de brede groep 'In en om Huis', primair gericht op doelgericht aankopen en (woon)beleving, goed bereikbaar en behorend tot de landelijke top. De brancheringsmogelijkheden worden dus niet verruimd. Naast de voor Breda klassieke PDV-branches zijn dus toegestaan:
 - Winkels in woninginrichting.
 - Winkels in bruin-, wit- en grijsgoed.
- **Doorontwikkeling van de Woonboulevard is een van de speerpunten** van het detailhandelsbeleid als onderdeel van de ambitie 'internationaal knooppunt'. Inzet is ook het bevorderen van combinatiebezoeken met de binnenstad. Aan initiatieven om de Woonboulevard uit te breiden kan eventueel worden meegewerkt, mits binnen de thematische branchering, complementair aan de binnenstad en ruimtelijk passend. Ook de recent vastgestelde omgevingsvisie dient daarbij in ogenschouw genomen te worden. Een eventuele uitbreiding van de woonboulevard op de DINO-locatie vraagt daarmee om een totaalvisie op de woonboulevard om de samenhang te behouden en versnippering te voorkomen, waarbij ook de oversteekbaarheid van IABC en verkeerontsluiting van het achterliggende bedrijventerrein aandachtspunten zijn.
- **Er is ruimte voor horeca ondersteunend aan de detailhandelsfunctie** en passend bij het regionale karakter. Hiervoor wordt verwezen naar het Horecabeleid.

7.2.2 Steenakker

Steenakker is een meer traditioneel PDV-cluster met voornamelijk aanbod in de doe-het-zelf branche en diverse winkels in keukens en badkamers. Een relatief lage vloerproductiviteit, in combinatie met het onder druk staande toekomstperspectief van dit soort kleinschalige PDV-locaties, maakt dat er per saldo geen ontwikkelmogelijkheden worden gezien voor aanvullende detailhandel.

Definities tuincentrum en bouwmarkten

Tuincentrum: een detailhandelsvestiging die binnen een ruimte op een terrein, al dan niet overdekt, planten en een volledig assortiment aan tuinartikelen uit voorraad aan particulieren aanbiedt alsmede daarmee rechtstreeks samenhangende artikelen en/of diensten. Tuinartikelen zijn artikelen die dienen voor de aanleg, de inrichting en het onderhoud van en het verblijf in tuinen.

Het assortiment bestaat uit een basis-, neven- en gelegenhedsassortiment:

- a. het basisassortiment van een tuincentrum bestaat uit de artikelen die van oudsher bij tuincentra, hoveniersbedrijven en kwekerijen verkrijgbaar zijn, bestaande uit:
 1. levend materiaal, zoals tuinplanten, bloemen & planten, bomen, dieren en bloembollen & zaden;
 2. niet-levend materiaal, zoals tuingereedschap, tuinkleding, decoratie, klein en groot onderhoud, dierbenodigdheden, tuinartikelen, tuinmeubelen, tot een maximum van 40% van het totale winkelvloeroppervlak.
- b. nevenassortiment van een tuincentrum; assortiment, niet zijnde tuinartikelen. Uitgesloten is nevenassortiment in de dagelijkse sector (levensmiddelen, drogisterij artikelen) en de modische sector (kleding, mode, schoenen). Het totale nevenassortiment mag niet meer bedragen dan 10% van het totale bruto vloeroppervlak 500 m² winkelvloeroppervlak.
- c. in maximaal 3 maanden per jaar is een breder gelegenhedsassortiment toegestaan ten behoeve van bepaalde festiviteiten, zoals Pasen en Kerstmis. Dit gelegenhedsassortiment is toegestaan voor zover passend binnen de in a onder 1 en 2 genoemde percentage en/of oppervlakten.

Doe-het-zelf

Vranche met winkels in algemeen assortiment (bouwmarkten en breedpakketzaken) en speciaalzaken in bijvoorbeeld hout, verf, ijzerwaren, vloeren/parket, tegelhandel, behang, gereedschappen, sanitair.

Bouwmarkt

Verkooppunten met een breed assortiment DHZ-artikelen, waaronder ten minste 6 van de volgende groepen: ijzerwaren, handgereedschap; installatiemateriaal (elektra/water); elektrisch handgereedschap, hout en houtwaren; groot en/of klein sanitair; verf, verfproducten en toebehoren, behang; tuinartikelen niet-levend. Het oppervlak van de winkel bedraagt minimaal 1.000 m² bvo.

- **De huidige thematische branchering van klassieke PDV-branches blijft behouden** (zie kader pagina 22) en wordt niet verruimd, om zodoende de complementariteit met de reguliere centrumgebieden te behouden en deze niet verder onder druk te zetten.
- **Een uitbreiding van het cluster is in principe niet aan de orde**, tenzij nieuwe initiatieven zich niet elders binnen bestaande Bredase centrumgebieden of PDV-clusters kunnen vestigen. In dat geval is een locatie direct aangrenzend aan het gebied te overwegen, op voorwaarde dat de thematisering en branchering van dit cluster in stand blijft.

7.3 Overige perifere detailhandel: solitaire vestigingen en verspreid

7.3.1 Breepark / Bavelse Berg

Breepark is een perifeer recreatiegebied met mogelijkheden voor detailhandel binnen het thema sport 'try and buy'. Het huidige aanbod betreft uitsluitend grootschalige sportzaak Decathlon (3.670 m² wvo en 4.000 m² bvo). De detailhandel op Breepark wordt niet langer gezien als een perifeer detailhandelscluster, maar als een solitaire vestiging. Conform Structuurvisie 2030 zijn er nog mogelijkheden voor uitbreiding binnen het betreffende thema.

7.3.2 Bouwmarkten en tuincentra

- **Voor goed functionerende bouwmarkten en tuincentra blijft ruimte**, mits aangetoond dat clustering ruimtelijk-functioneel niet mogelijk is en wordt voldaan aan de ladder voor duurzame verstedelijking.
- Voor bouwmarkten wordt specifiek gestreefd naar een **betere ruimtelijke spreiding** binnen de hele gemeente (in het bijzonder in het zuidelijk deel van Breda).
- Een tuincentrum is een bijzondere vorm van detailhandel die conform het provinciale beleid specifiek bestemd dient te worden. Gelet op het bijzondere karakter en voorkomen, evenals het ruimtebeslag, wordt een vestiging in de stadsrandzone niet op voorhand uitgesloten. Concrete initiatieven worden op basis van de locatievoorwaarden en effecten op de detailhandelsstructuur beoordeeld.

7.3.3 Algemeen nevenassortiment bij perifere detailhandel

Nevenassortiment dat geen onderdeel is van de branchedefinitie is toegestaan onder de voorwaarde dat het totale winkelvloeroppervlak van het nevenassortiment mag niet groter zijn dan 10% van het totale winkelvloeroppervlak, met een maximum van 500 m² winkelvloeroppervlak nevenassortiment voor winkels groter dan 5000 m². Uitgesloten is nevenassortiment in de dagelijkse sector (levensmiddelen, drogisterij artikelen) en de modische sector (kleding, mode, schoenen).

7.3.4 Overige verspreide perifere detailhandel

Brancheringsmogelijkheden gelijk trekken

- De brancheringsmogelijkheden voor overige perifere detailhandel (niet zijnde PDV-clusters) worden gelijk getrokken, bijvoorbeeld op bedrijventerreinen. Op deze locaties zijn enkel de klassiek PDV-branches mogelijk (zie kader p. 23). Bestaande winkels in andere branches kunnen blijven zitten.
- Een uitzondering geldt voor bedrijventerrein **Krogten**, waar de focus blijft op 'automotive' gerelateerde bedrijven. Voor dat type zaken wordt vestiging langs de noordelijke rondweg nagestreefd. Idealiter wordt toegewerkt naar een verdere clustering.

Voor maatwerk ten aanzien van detailhandel op bedrijventerreinen wordt verder verwezen naar recent vastgestelde 'Toetsingskader ontwikkelingsrichting bestaande werklocaties'. Daarnaast dient sprake te zijn van drie of meer van de volgende criteria:

- De detailhandelscomponent betreft verkoop in artikelen welke laagfrequent en doelgericht aangeschaft worden.
- Een groot deel van het bedrijf betreft (bedrijfsmatige) productieactiviteiten, zoals bijvoorbeeld reparatie, renovatie, op maat maken, klantgericht maatwerk, etc.
- Levering is voor een groot deel business-to-business.
- Een deel van het bedrijf betreft opslag voor productieactiviteiten.
- Het totale bedrijfsconcept (mix) is niet geschikt voor de reguliere centra op basis van de aard, omvang en samenstelling.

Reduceren plancapaciteit

- **Voor het reduceren van verspreide plancapaciteit wordt voorzienbaarheid gecreëerd**, het benoemen waar op termijn detailhandelsmogelijkheden worden wegbestemd. Voorwaarde daarbij is dat er een alternatieve invulling mogelijk is en dat moet worden nagedacht over functies die er wel kunnen (dus eventuele verruiming van bestemmingsmogelijkheden). Er wordt een priori-

tering uitgewerkt naar locatie en type plancapaciteit. De wijze van wegbestemmen kan verschillen per locatie.

- **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, bijvoorbeeld na 2 jaar leegstand. Daarbij wordt actief gesaneerd in de brancheringsmogelijkheden voor detailhandel op verspreide locaties, om onaanvaardbare structureffecten te voorkomen. Bestaande winkels kunnen blijven zitten.

8 Overige vormen detailhandel

In dit hoofdstuk zijn de kaders gegeven voor vestiging van afwijkende en/of bijzondere vormen van detailhandel, zoals blurring, pop-upstores, winkels bij traffic- of werklocaties, internethandel en afhaalpunten, ambulante handel, 'hoekwinkels' in woongebieden, boerderijverkoop, verkoop aan huis, etc. Benadrukt moet worden dat bestaande rechten worden gerespecteerd.

8.1 Algemene beleidsuitgangspunten

- **Toegevoegde waarde en impact op structuur:** Overige vormen van detailhandel worden beoordeeld op basis van de kwaliteit en toegevoegde waarde voor de consumentenverzorging, en de impact op de bestaande detailhandelsstructuur (geen structurele negatieve effecten).
 - **Toets aan 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.

8.1.1 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.

Warenmarkten

Beleid en regelgeving ten aanzien van de warenmarkten in Breda is vastgelegd in de marktverordening. Met uitzondering van maandag en zondag zijn er in Breda elke dag warenmarkten. Deze warenmarkten worden gehouden in de binnenstad, de dorpscentra en in de wijkcentra Hoge Vucht en Heksenswiël. Op zaterdag zijn er tevens een markt op de Vijverstraat (ten oosten van de Wilhelminastraat) en het Dr. Jan Ingenhouzsplein (ten westen van de binnenstad).

- **Warenmarkten in centrumgebieden zijn het uitgangspunt.** Hierdoor ontstaan synergie tussen de warenmarkt, winkels, horeca en overige voorzieningen en kunnen ze profiteren van elkaars bezoekers. Behoud van markten in of nabij centra blijft het uitgangspunt.

Standplaatsen

Beleid en regelgeving ten aanzien van standplaatsen in Breda is vastgelegd in het Standplaatsenbeleid 2015. Breda maakt een onderscheid tussen vaste standplaatsen, seizoenstandplaatsen en tijdelijke standplaatsen. Standplaatsen krijgen primair een plek op locaties waar ze een meerwaarde hebben voor de consument en de detailhandelsstructuur. Bijvoorbeeld **in centrumgebieden of bij recreatiegebieden**, omdat standplaatsen de diversiteit van het aanbod kunnen versterken. Momenteel wordt er gewerkt aan nieuwe standplaatsenbeleid. Het streven is om vlak na vaststelling van het detailhandelsbeleid ook nieuw Standplaatsenbeleid te presenteren. Dit vormt een onderdeel van het uitvoeringsplan van het detailhandelsbeleid.

8.1.2 Traffic- en werklocaties

Breda kent een groot aantal zogenaamde traffic-locaties, zoals tankstations, stations, transferia, OV-knooppunten en in de toekomst ook mobiliteitshubs. Daarnaast gaat het om onderwijsvoorzieningen, ziekenhuizen, sportaccommodaties, ouderen- en verzorgingstehuizen, musea of bedrijven- en kantoorlocaties.

- **Kansen voor detailhandel op trafficlocaties.** Detailhandel op trafficlocaties 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. Op trafficlocaties wordt onder voorwaarden ruimte geboden voor detailhandel:

- Detailhandel richt zich uitsluitend op 'eigen' doelgroep (passanten, studenten, museumbezoekers, etc.).
- Detailhandel wordt zo veel mogelijk geclusterd met overige voorzieningen.
- Detailhandel heeft een maximum omvang van circa 100 m² bvo. Voor tankstations gesitueerd langs snelwegen (feitelijk geen onderdeel van de stedelijk structuur) kan gemotiveerd worden afgeweken tot een maximum van 150 m² bvo.

8.1.3 Internetwinkels (showroom) en afhaalpunten

- Breda heeft ambities op het vlak van digitalisering, ter versterking van ondernemerschap en centrumgebieden. Internetwinkels (met een showroom en/of afhaal mogelijkheden) en afhaal-/pakketpunten worden daarom zoveel mogelijk in of aan de rand van centrumgebieden gehuisvest. Via combinatiebezoek kan dit type winkel een positief effect hebben op bestaande centrumgebieden. Hetzelfde geldt voor afhaalpunten.
- **Internetwinkels** met een winkelachtige uitstraling (showroom), adviserende functies richting bezoekers en/of afhaal mogelijkheden moeten worden beschouwd als detailhandel. Ook showrooms van (grootschalige) webshops worden als detailhandel gezien en worden qua branchering en planologisch als zodanig behandeld.
- **Vestiging en runnen van een internetwinkel** buiten centrumgebieden is toegestaan zolang er geen sprake is van:
 - ruimtelijke uitstraling van een winkel
 - geen uitstallingen
 - geen verkeersbewegingen van bezoekers
 - geen logistieke vervoersbewegingen anders dan toelaatbaar voor die omgeving
- De vestiging van (grootschalige) showrooms van webwinkels in volumineuze artikelen is denkbaar binnen centrumgebieden of op gemengde bedrijven terreinen. Voor laatstgenoemde dient dit in lijn te zijn met eerder omschreven beleid voor perifere detailhandel en is dit enkel mogelijk middels een maatwerkafweging (zie hoofdstuk 9).

8.1.4 Bedrijven in snelle bezorging van dagelijks aanbod

- Dark stores of 'winkels' gericht op flietsbezorging van dagelijkse boodschappen zijn een nieuw en opkomend fenomeen binnen de sector. Deze bedrijven bedienen de consument in stedelijke gebieden door middel van snelle bezorging, vaak op (elektrische) fietsen of scooters, met gemak en snelheid als uitgangspunten. Hiermee kunnen deze concepten van toegevoegde waarde zijn voor het voorzieningsniveau voor bepaalde doelgroepen in een gebied. Tegelijkertijd bestaat er binnen de ruimtelijke economie en planologie nog discussie over de opkomst van dit fenomeen, daar dit gezien kan worden als logistiek, detailhandel of zelfs een nieuwe vorm van bedrijvigheid. De gemeente is dan ook voornemens om de ontwikkelingen en jurisprudentie rondom bedrijven in flietsbezorging te monitoren en waar nodig beleidsmatig bij te sturen.
- Daarbij worden in dit beleid wel kaders en bijbehorende aandachtspunten gegeven voor de vestiging van dergelijke nieuwe bedrijven. Allereerst kan de opkomst van flietsbezorging voor bepaalde doelgroepen van toegevoegde waarde zijn voor het voorzieningsniveau, maar heeft de vestiging ervan in een (kern)winkelgebied geen verdere toegevoegde waarde voor het gebied in het kader van de clustering van winkels en voorzieningen. Mengvormen met klassieke detailhandel zijn echter wel voorstelbaar. Dit beleid heeft dan ook als uitgangspunt dat dergelijke zaken zich bij voorkeur niet vestigen in 'hoofdstraten' van centrumgebieden of het kernwinkelgebied, maar bij voorkeur in de gemengde gebieden voor bedrijvigheid en/of binnenstedelijke stadsstraten. Daarbij moet de ruimtelijke uitstraling in acht genomen worden en zijn de logistieke bewegingen en mogelijke overlast hiervan voor de omgeving een aandachtspunt bij het beoordelen van een wenselijke vestigingslocatie.

8.1.5 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 / Omgevingsplan. Tijdelijke verkoop van artikelen op locaties zonder detailhandelsbestemming of buiten de hoofdstructuur, evenals verkoop aan huis, is niet toegestaan omdat dit ongewenste concurrentie oplevert voor de reguliere centra.

8.1.6 Solitaire winkels in woongebieden

- **Geen nieuwe solitaire winkels in woongebieden.** Solitaire winkels in woongebieden dragen niet bij aan een vitale structuur. Er wordt ingezet op het actief terugdringen van onbenutte plancapaciteit van solitaire vestigingen in woongebieden. Bestaande winkels mogen blijven zitten.
- Internetwinkels zijn toegestaan vanuit huis, mits wordt voldaan aan de criteria zoals opgenomen in paragraaf 8.1.3 (Vestiging en runnen van een internetwinkel buiten centrumgebieden).

8.1.7 Ondergeschikte detailhandel

- **Ondergeschikte detailhandel in principe niet toegestaan.** Uitgangspunt van deze visie is dat nieuwe detailhandelsbestemmingen buiten de beleidsmatige hoofdstructuur niet zijn toegestaan.
- **Ruimte voor maatwerk:** Op locaties waar perifere detailhandel binnen de regels is toegestaan, is met vrijstelling ook detailhandel als nevenactiviteit bij een bedrijf met een andere hoofdactiviteit toegestaan. Daarbij gelden de volgende voorwaarden:
 - Het betreft detailhandel ondersteunend aan de hoofdactiviteit betreffende productie, groothandel of installatie en is passend binnen de toegestane perifere branches.
 - De detailhandel is ondergeschikt in termen van omzet en/of benutte bedrijfsruimte.
 - De verkoopruimte mag maximaal 250 m² bvo omvatten.
- Indien de detailhandel niet ondergeschikt is, dan is er sprake van een echte winkel. In dat geval gelden de eerder genoemde uitgangspunten voor perifere detailhandel.
- Het bedrijf leidt niet tot onaanvaardbare effecten op de reguliere centra en de detailhandelsstructuur, de consumentenverzorging en de leegstand.

8.1.8 Boerderij- of landwinkels

- **Mogelijkheden boerderij- of landwinkels:** Boerderij- of landwinkels zijn toegestaan als er sprake is van rechtstreekse verkoop van hoofdzakelijk eigen, op het bedrijf vervaardigde of geteelde producten. In het bestemmingsplan / Omgevingsplan worden uiteindelijke keuzes gemaakt. Boerderijverkoop mag geen verstorend effect hebben op de Bredase detailhandelsstructuur. De volgende gebruiksregels worden gehanteerd (indicatief en richtinggevend):
 - Er moet sprake zijn van een agrarisch bedrijf;
 - De detailhandel is ondergeschikt aan de reguliere agrarische activiteiten, zowel naar omzet als in oppervlakte;
 - Het gaat om hoofdzakelijk eigen, op het bedrijf vervaardigde of geteelde producten
 - Er is een nevenassortiment aan overige lokaal vervaardigde en/of streekproducten toegestaan tot een maximum van 1/3 deel van het totaal;
 - Maximaal 200 m² bvo.
- **Ruimte voor de lokale productie van gezond voedsel.** We willen wil kansen benutten om de voedselketen te verkorten. Daarom worden initiatieven voor boerderijwinkels en stadslandbouw (op daken) onder voorgenoemde voorwaarden mogelijk gemaakt, evenals de verkoop van footloose teelt van groente en fruit (vertical farming) in de gemengde woon-werkmilieus in de stad.

8.1.9 Gemengde concepten / blurring

Definities in vigerende bestemmingsplannen sluiten vaak niet aan op de hedendaagse ontwikkelingen van publieksgerichte functies, waarbij binnen 1 zaak ('concept') meerdere 'bestemmingen' samen komen: bijv. detailhandel, horeca en dienstverlening. Dit onderscheid wordt alleen maar minder relevant, zoals de telefoonzaak die zowel reparaties verricht (dienstverlening) als telefoon(benodigdheden) verkoopt of een zaak in spijkerbroeken (de een verkoopt, de ander least ze).

- **Samenhang detailhandel en horeca.** De hoofdlijn ten aanzien van horeca is consolideren en inzetten op kwaliteit. Horeca is toegestaan in de benoemde deelgebieden (voornamelijk centrumgebieden) en ontwikkelgebieden in de Horecavisie. Blurring-concepten met detailhandel en horeca versterken de stad.
- **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 verrassing in de vorm van mengvormen.

9 Nieuwe initiatieven en maatwerk

Belangrijk startpunt van het detailhandelsbeleid is ruimte bieden aan gewenste nieuwe ontwikkelingen: lokaal en startend ondernemerschap, onderscheidende retailconcepten passend bij een hoogstedelijk woon- en vestigingsmilieu en initiatieven die inspelen op duurzaamheid en circulariteit. In dit hoofdstuk gaan we op de wijze waarop nieuwe initiatieven worden beoordeeld.

9.1.1 Uitgangspunten bij toetsing nieuwe initiatieven

Er zijn enkele bijzondere situaties waarin maatwerk geboden wordt voor nieuwe initiatieven buiten de hoofdstructuur, bijvoorbeeld omdat initiatieven bijdragen aan de grotere ambities van de stad. Bij alle maatwerk-initiatieven gelden ook de hierna aangegeven uitgangspunten van toegevoegde waarde, impact op de detailhandelsstructuur en toets aan de Ladder voor Duurzame Verstedelijking.

- **Nieuwe initiatieven landen in principe binnen de vastgelegde hoofdstructuur:**
 - *Dagelijkse sector*: in de dorpen, wijken, buurten en in de binnenstad.
 - *Recreatieve sector* (mode, luxe, vrije tijd): in de binnenstad.
 - *Sport*: in de binnenstad of direct aangrenzend aan de binnenstad (bij voorkeur het kernwinkelgebied), dan wel op Brepark (thematisch).
 - *Klassieke PDV*: Woonboulevard en Steenakker
 - *Woninginrichting*: Woonboulevard.
 - *ABC-categorie en volumineuze artikelen*: Woonboulevard, Steenakker en enkele bedrijventerreinen.
- **Toegevoegde waarde en impact op structuur:** Nieuwe detailhandelsinitiatieven worden beoordeeld op basis van de kwaliteit en de toegevoegde waarde voor het betreffende gebied en de consumentenverzorging, en de impact op de bestaande detailhandelsstructuur (geen structurele negatieve effecten).
- **Toets aan 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."

9.1.2 Grootschalige (mixed)use gebiedsontwikkelingen

In Breda vinden diverse grootschalige gebiedsontwikkelingen plaats. Bijvoorbeeld in het 'uitgebreide centrum' is de ambitie in 2040 25.000 extra inwoners te huisvesten. Maar ook in andere delen van Breda vinden grootschalige ontwikkelingen plaats. In dergelijke ontwikkelingen ruimte geboden aan detailhandel onder de volgende voorwaarden:

- Het betreft kleinschalige en ondergeschikte detailhandel, met een omvang van maximaal 200 m² bvo.
- Het betreft de volgende vormen van detailhandel:
 - Gemaksaanbod in dagelijks / to-go (mengvorm met horeca), voor zover dit vanuit het oogpunt van de combinatie van consumentenverzorging (boodschappenaanbod nabij) en draagvlakontwikkeling gewenst is.
 - Een 'duurzaam' detailhandelsconcept dat bijvoorbeeld circulariteit, lokale productie van gezond voedsel bevordert of de voedselketen verkort.
- Er is aantoonbaar behoefte aan de ontwikkeling vanuit de toename van het inwonertal en/of het draagvlak van gebruikers binnen het verzorgingsgebied.
- Indien het een boodschappenfunctie betreft dient rekening te worden gehouden met de afstand tot bestaande supermarkten en overige dagelijkse voorzieningen. Ontwikkelingen mogen geen negatief effect hebben op bestaande winkels.

9.1.3 Hotspot Innovatiedistrict Breda

Er zijn plannen om in Breda het **Innovatiedistrict Breda**⁷ te realiseren: een werkmilieu dat innovatieve bedrijven en werknemers in toegepaste technologie en creativiteit (TT&C) Binnen dit district worden hotspots ontwikkeld die gericht zijn op het stimuleren van vernieuwing door het faciliteren van de samenwerking tussen bedrijven onderling en samen met de kennisinstellingen. Daarbij wordt op de korte termijn gedacht aan het versterken van de Triple-O campus / gebied Slingerweg (en de realisatie van een Startup Incubator in Stadskantoor C). Voor de (middel)langere termijn worden de mogelijkheden voor 't Zoet en de Koepel onderzocht.

- Binnen deze hotspots in Innovatiedistrict Breda is onder voorwaarden kleinschalige en ondergeschikte detailhandel mogelijk bij bedrijven die passen binnen de selectiecriteria (zie hierna), met een omvang van maximaal 200 m² bvo. Ook is kleinschalige ondergeschikte detailhandel mogelijk als onderdeel van een (innovatief) blurring-concept dat aansluit op de selectiecriteria. Zelfstandige detailhandel wordt niet toegestaan.
- Daarbij gelden in algemene zin de volgende 'selectiecriteria' voor vestiging op een TT&C-hotspot:
 - Bedrijven zijn actief in de volgende subsectoren:
 - Creatieve Dienstverleners (IT, marketing, design, media, etc)
 - Innovatieve Makers (robotica, AI, biotech, circulaire economie)
 - Innovatieve Entertainers (games, VR/AR en events)
 - Culturele Ondernemers
 - Reguliere makers (bedrijven die veel technologie toepassen)
 - Bedrijven kunnen bijdragen aan de profilering van het gebied als TT&C-hotspot;
 - Bedrijven zijn bereid zijn om onderdeel te zijn van een 'community' en kunnen ook iets leveren aan de community (kennis, netwerk, faciliteiten, etc.).

Deze selectiecriteria worden te zijner tijd verder uitgewerkt afhankelijk van de definitieve locatie en in samenspraak met stakeholders.

10 Uitvoeringsplan

Welke acties zijn nodig voor de uitvoering van het beleid en welke instrumenten en middelen kunnen daarvoor worden ingezet? Een en ander wordt uitgewerkt in een uitvoeringsprogramma. Hier volgt een beknopte opsomming van de aspecten die uitgewerkt dienen te worden. Voor zover het de binnenstad betreft, zullen acties ook (deels) worden opgepakt binnen het uitvoeringsplan van de binnenstadsvisie.

10.1 Programmering

10.1.1 Uitwerken van integrale gebiedsvisies

Voor de doorontwikkeling van de Woonboulevard, voor het toekomstbeeld van het Brabantplein en omgeving en voor de ontwikkeling van Belcruweg (in combinatie met een plan voor verplaatsen solitaire winkels en afbouwen verspreide detailhandelsmogelijkheden in de omgeving). Samen met stakeholders uit de betreffende gebieden.

10.1.2 Herstructureringsplan binnenstad

Uitwerken van de transformatie-opgave (5.000 – 20.000 m² wvo winkelmeters / leegstand) en keuzes ten aanzien van wonen (in binnenstad en stadsstraten). Concrete acties hiervoor worden o.a. opgesteld in het uitvoeringsplan Binnenstad, voortgekomen uit het inspiratiedocument Poets de parel op.

- *Uitwerken transformatie-opgave:* Waar moeten en kunnen winkelmeters 'uit de markt' gehaald worden / getransformeerd worden en wat is daarvoor nodig?
- *Uitwerking wonen:* Het gaat enerzijds om het maken van concrete plannen om meer woningen boven winkels te kunnen realiseren en anderzijds om het uitwerken van de voorwaarden waaronder transformatie naar wonen (en wonen op begane grond in het bijzonder) is toegestaan (in welke straten, afwegingskader, etc.).
- *Herzien van bestemmingsplannen / Omgevingsplan:* Op onderdelen nodig als juridisch-planologische grondslag voor transformatie en wenselijk om meer flexibiliteit te bieden (naast wonen ook bijv. mogelijkheden voor cultuur en leisure, werkfuncties, maatschappelijk, etc.). Afhankelijk van de uitkomsten van de plannen voor de binnenstad.

7) Zone in de stad, grofweg lopend van 't Zoet, via de TripleO Campus, Stationsgebied, centrum, de Koepel naar de campussen van BUs en Avans.

10.1.3 Plan van aanpak Reductie plancapaciteit

Van belang zodat het streven naar reductie van plancapaciteit niet bij streven blijft, maar op een actieve manier wordt opgepakt. Op basis van de geformuleerde beleidslijnen in de detailhandelsvisie wordt het volgende gedaan:

- *Uitwerking begrenzing van centrumgebieden:* Om duidelijkheid te geven over wat waar mogelijk is en waar transformatie naar niet-winkels gewenst is (zie kader). Deze kaarten creëren in combinatie met de visietekst voorzienbaarheid, wat noodzakelijk is om planschade bij sanering van plancapaciteit voor detailhandel te voorkomen.
- *Match/mismatch tussen de huidige vigerende plancapaciteit en het beleid:* Uitwerken hoeveel m² er buiten de gewenste gebieden gewenst is om te reduceren (incl. afweging van prioritering en evt. planschaderisico en afweging van de wijze van wegbestemmen per locatie.). Het reduceren van m² plancapaciteit kan bijv. in eerste instantie opgepakt worden door solitaire detailhandelsmogelijkheden (waar geen winkels gevestigd zijn) in de hele stad te saneren.
- *Formulieren van aanpak hoe ongewenste plancapaciteit gesaneerd gaat worden* in bestemmingsplannen / Omgevingsplan (bijv. door middel van een parapluplan) en de bijbehorende communicatie.
- *Uitwerken van instrumenten om verplaatsing van verspreide bewinkeling te bevorderen:* Om ook aan de 'zachte kant' te sturen op het inperken van solitaire detailhandel.

Keuze voor begrenzingen van centrumgebieden

Per centrumgebied wordt onderscheid gemaakt tussen:

- *Concentratiegebied:* gebied met optimale mogelijkheden voor winkels (geen 'beperkingen'). Indien nodig meer mogelijkheden bieden, als mogelijkheden al optimaal zijn (passend bij positie van gebied in structuur) dan bestemmingsplan daar niet op aan passen en enkel bij passende nieuwe initiatieven evt. meewerken aan bestemmingsverruiming.
- *Beheersgebied:* bestaande (mogelijkheden voor) winkelaanbod handhaven maar geen verruiming van planologische mogelijkheden ('het is goed zoals het is').
- *Transformatiegebied:* op termijn schrappen/transformeren van bestaand winkelaanbod. Oftewel wegbestemmen c.q. beperken in bestemmingsplan.
- *Kansgebied:* gebied waar in de toekomst kansen liggen voor nieuwe detailhandel. Oftewel ruimte om nieuwe mogelijkheden voor detailhandel te creëren in bestemmingsplan.

Mogelijke lijnen voor aanpak saneren plancapaciteit

- *Uitsterfconstructie:* na bijvoorbeeld twee jaar leegstand verdwijnt de detailhandelsbestemming.
- *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.
- *Parapluplan:* alle ongewenste onbenutte plancapaciteit voor bijvoorbeeld supermarkten wordt via een parapluplan wegbestemd (na termijn voorzienbaarheid om planschade te voorkomen).

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

Onderbouwing 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. In het kader van de detailhandelsvisie zijn wel deels de benodigde analyses uitgevoerd.

10.1.4 Gelijktrekken vestigings- en brancherings-mogelijkheden

In het kader van de Dienstenrichtlijn is coherente en systematische doorwerking van het beleid in bestemmingsplannen noodzakelijk. De mogelijkheden voor perifere detailhandel (niet zijnde PDV-clusters met een eigen thematisering) worden daarom gelijk getrokken. Hiertoe is een aanpassing van bestemmingsplannen / Omgevingsplan gewenst.

Daarnaast is het wenselijk dat de mogelijkheden voor internetwinkels duidelijker in bestemmingsplannen / Omgevingsplan verankerd worden.

Ook hierbij geldt dat het verstandig is de beperkingen die zijn/worden opgenomen in de bestemmingsplannen van de gemeente Breda in het kader van de Dienstenrichtlijn nog expliciet te onderbouwen.

10.1.5 Uitwerken standplaatsenbeleid

Momenteel wordt er gewerkt aan nieuwe Standplaatsenbeleid. Het streven is om, als onderdeel van het uitvoeringsplan, vlak na vaststelling van het detailhandelsbeleid ook nieuw standplaatsenbeleid te presenteren. Dit ter vervanging van het Standplaatsenbeleid 2015.

10.2 Overige aspecten

10.2.1 Stimuleren en faciliteren

- Uitwerking van instrumenten om initiatieven rond **digitalisering en circulariteit** in relatie tot retail te stimuleren.
- Uitwerken van plan voor een **collectieve digitale infrastructuur** voor de Bredase retail, aansluitend op het Bredase Masterplan Digitalisering.
- **Stadslogistiek en duurzame vormen van bevoorrading**: Te onderzoeken wat mogelijke goede locaties zijn en waar dit wenselijk is om de retail te versterken.
- Uitwerken wijze van faciliteren / stimuleren van **startende ondernemers**. O.a. door ondersteuning MKB toe te spitsen op retail in navolging van de Economische Visie.
- **Verduurzaming centrumgebieden**: Plan maken hoe ondernemers en vastgoedeigenaren gestimuleerd kunnen worden om verduurzamingsmaatregelen te treffen (bijv. het sluiten van winkeldeuren, isolatie, collectieve energie-opwekking). In het bijzonder wordt onderzocht (gezamenlijk met de retailsector) hoe de binnenstad een showcase van verduurzaming kan worden in termen van mobiliteit, bevoorrading, energie en water. Concrete acties hiervoor worden o.a. opgesteld in het uitvoeringsplan Binnenstad, voortgekomen uit het inspiratiedocument Poets de parel op.

10.2.2 Monitoring en evaluatie

- **Uitwerking van plan van aanpak monitoring**: de wijze waarop het beleid gemonitord gaat worden, ten behoeve van inzicht in het bereiken van de doelstellingen en de effectiviteit.
- **Monitoring van specifieke ontwikkelingen**, zoals bijv. dark stores en 'winkels' gericht op flitsbezorging. Ten behoeve van tussentijdse aanscherping van beleid.

10.2.3 Ondernijning en preventie

- Onderzoek doen naar de wenselijkheid en toepasbaarheid van een **exploitatievergunningenstelsel** in winkelgebieden waar sprake is van veel ondernijning of criminaliteit.

10.2.4 Samenwerking

- **Samenwerking binnen centrumgebieden stimuleren**: Ondersteunen van de oprichting van nieuwe samenwerkingscollectieven van marktpartijen (en gouden driehoek) in centrumgebieden.
- **Collectieve publiek-private samenwerking**: Plan maken hoe wordt toegewerkt naar een collectieve samenwerking binnen de 'gouden driehoek' (van ondernemers, vastgoedpartijen en gemeente): in alle centrumgebieden en stadsbreed overkoepelend.
- **Aanstellen vast aanspreekpunt** per centrumgebied binnen gemeente.

Bijlage 1 Definities

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 het hierbij om winkels in huishoudelijke artikelen, kleding, mode, schoenen, sport, rijwielen, bruin- en witgoed, doe-het-zelf, wonen, tuinartikelen en dierenartikelen.

Definitie doe-het-zelf

Vranche met winkels in algemeen assortiment (bouwmarkten en breedpakketzaken) en speciaalzaken in bijvoorbeeld hout, verf, ijzerwaren, vloeren/parket, tegelhandel, behang, gereedschappen, sanitair.

Bouwmarkt

Verkooppunten met een breed assortiment DHZ-artikelen, waaronder ten minste 6 van de volgende groepen: ijzerwaren, handgereedschap; installatiemateriaal (elektra/water); elektrisch handgereedschap, hout en houtwaren; groot en/of klein sanitair; verf, verfproducten en toebehoren, behang; tuinartikelen niet-levend. Het oppervlak van de winkel bedraagt minimaal 1.000 m² bvo.

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.

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.

Koopkrachtafvoeiing

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

Koopkrachttoevoeiing

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, -afvoeiing en -toevoeiing 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 consumentgerichte 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)

Tabel 2 Branche-indeling Locatus

Sec-tor	Bran-che-groep	Hoofdbranche			
Dage-lijks	Dage-lijks	Levensmiddelen	Groente/Fruit Bakker Vlaaien Toko Chocola Koffie/Thee Delicatessen Kaas	Minisuper Boerderijwinkel Nachtwinkel Poelier Dieet/Voedingssupple- menten Slagerij Slijter	Supermarkt Tabak/Lectuur Tabak speciaalzaak Vis Zoetwaren Ziekenhuis Winkel Levensmiddelen Ove- rig
		Persoonlijke ver- zorging	Apotheek Drogist	Parfumerie Haarproducten	CBD Persoonlijke Verzor- ging Overig
Niet-dage- lijks	Mode & luxe	Warenhuis	Warenhuis		
		Kleding & mode	Bruidskleding Damesmode Dames & Heren Mode	Herenmode Kindermode Lingerie	Modeaccessoires Textielsuper Modewarenhuis
		Schoenen & Le- derwaren	Lederwaren	Schoenen	
		Juwelier & Op- tiek	Juwelier	Uurwerken	Optiek
		Huishoudelijke- & Luxe Artikelen	Glas/Aardewerk Huishoudelijke Artike- len	Huishoudelijk Linnen Cadeau Artikelen	Kookwinkel
		Antiek & Kunst	Antiek	Kunsthandel	
	Vrije Tijd	Sport & Spel	Buitensport Ruitersport Speelgoed	Modelbouw Sportzaak Hengelsport	Watersport Sport Speciaal
		Hobby	Elektronica Foto/Film Handvaardigheid	Wol/Handwerk Verzamelen Muziekinstrumenten	Naaimachines Stoffen
		Media	Boekhandel Beeld/Geluid	Software/Games Kantoorartikelen	Boek & Kantoor Inktvullers
	In/Om Huis	Plant & Dier	Aquariums Bloem/Plant	Dibevo Tuinartikelen	Tuincentrum Tuinmeubelen
		Bruin & Witgoed	Radio & TV Computers	Huishoudelijk Onder- houd Telecom	Witgoed Elektro
		Auto & Fiets	Automaterialen	Fietsen	Scooters/Brommers
		Doe-Het-Zelf	Bouwmarkt Bouw materiaal	Deur/Kozijn Breedpakket	IJzerwaren & Gereed- schap Verf/Behang

Sector	Branche-groep	Hoofdbranche			
		Wonen	Babywoonwinkel Slaapkamer/Bed Keukens Meubelen Woonwarenhuis	Keukens/Badkamers Badkamers Verlichting Parket/Laminaat Tegels	Woninginrichting Woningtextiel Woondecoratie Zonwering
	Detailhandel Overig	Detailhandel Overig	Tweedehands Diversen Tweedehands Kleding Tweedehands Boeken Partijgoed Legerdump Feestartikelen	Paramedisch Hoortoestel New Age Smartshop/Growshop Erotica	Souvenirs Odd-Shops Haarden/Kachels Natuursteen Non-Food Overig
Cultuur & Ontspanning	Cultuur & Ontspanning	Cultuur	Galerie Theater	Bibliotheek Kunstuitleen	Museum
		Recreatie	Bioscoop Binnenspeeltuin Dierentuin	Lasergame Escape Room	Attractiepark Amusement Overig
		Kansspelen	Wedkantoor	Casino/Amusements-hal	
		Sport	Trampolinepark Biljart/Pool Klimwand	Fitness Kunstijsbaan Kartbaan	Bowling Skibaan
		Wellness	Sauna	Zonnebank	Zwembad
		Cultuur & Ontspanning Overig	Seksclub		
Horeca	Horeca	Dranken	Café	Discotheek	
		Eten	Lunchroom Pannenkoeken	Café-Restaurant	Restaurant
		Fastfood	Bezorg/Halen	Fastfood	Grillroom/Shoarma
		Koffie & Desserts	Koffiehuis Ijssalon	Crêpes/Wafels/Donuts	Koffiebar
		Hotels	Hotel	Hotel-Restaurant	
		Horeca Overig	Coffeeshop Shisha Lounge	Feestzaal	Horeca Overig

Sector	Branche-groep	Hoofdbranche			
Diensten	Diensten	Verhuur	Videotheek Autoverhuur	Rijwielverhuur Gereedschapsverhuur	Verhuur Overig
		Ambacht	Edelsmid Schoenreparatie/sleutels Kapper Tattoo/Piercing Schoonheidssalon Nagelstudio	Kledingreparatie Stoffeerderij Kleermaker Pottenbakker Elektro Reparatie	Drukwerk/Copy Fotograaf Dierentrimsalon Lijstenmaker Ambacht Overig
		Financiële Instelling	Financiële Intermediair Verzekering	Bank Postkantoor	Goudinkoper Financiële Instelling Overig
		Particuliere Dienstverlening	Bellen/Internet Makelaardij Autowasserij	Massagesalon Stomerij/Wassalon Reisbureau	Uitvaart Diensten Overig Pick-up Point

			Fietsenstalling	Uitzendbureau	
--	--	--	-----------------	---------------	--

Bijlage 2 Leden Stuurgroep

Naam	Organisatie
Pim van Doorn	Gemeente Breda
Nelleke Weering	Gemeente Breda
Cees Budding	Gemeente Breda
Jan van Gurp	Gemeente Breda
Leroy Joosen	Gemeente Breda
Jenny Verheijen	Gemeente Breda
Anika Onderwater-Sacharias	Gemeente Breda
Annemieke Kuijpers	Gemeente Breda
Bas van Gerwen	Gemeente Breda
Erik van der Elst	Gemeente Breda
Merel Mulders	Gemeente Breda

Externe Stuurgroep

Naam	Organisatie
André Boersma	Ondernemer supermarkt / dagelijks aanbod
Geert Bastiaansen	Ondernemer mode / dorp / niet-dagelijks aanbod
David Lansen	INretail / Lokaal Retailbelang
Kris Maas	Maas-Jacobs Vastgoed B.V.
Kars Freriks	ASR Real Estate
Koert Vermeulen	Stichting Ondernemersfonds Breda
Pim van Doorn	Gemeente Breda
Nelleke Weering	Gemeente Breda
Cees Budding	Gemeente Breda

Bijlage 3 Analyse Inleiding

In dit hoofdstuk zijn de kaders voor de detailhandelsvisie weergegeven. De 'kaders' zijn factoren waar niet van afgeweken 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 voorgaande detailhandelsstructuur.

Trends en ontwikkelingen

Veranderingen in vraag en aanbod

- **Online** bestedingen zijn de afgelopen jaren sterk toegenomen net als het aantal producten en diensten dat online verkrijgbaar is. Het marktaandeel pure online is echter minder hard gestegen, toonbankbestedingen blijven domineren en bovendien raken online en offline steeds meer met elkaar verweven (omnichannel, multichannel).
- Toch heeft de opkomst van internet de **fysieke winkelmarkt onder druk** gezet, met name de niet-dagelijkse sector. Tot aan 2019 nam de leegstand wel af, maar dit kwam mede doordat een groot aantal leegstaande winkelpanden zijn getransformeerd en een andere functie hebben gekregen (met name horeca en wonen). Sinds 2019 neemt de leegstand weer toe en zijn er geregeld faillissementen van winkelketens. Mede als gevolg van de **coronacrisis** is het de verwachting dat het aantal faillissementen (en daarmee de leegstand) de komende tijd sterk zal toenemen.
- De boodschappensector heeft vooralsnog in beperkte mate last van het internet. Toch doen consumenten in toenemende mate **boodschappen online**. Bij onlinediensten van de bekende formules, zoals Albert Heijn en Jumbo, maar ook bij pure aanbieders zoals Hello Fresh en Picnic. Picnic haalt in grote gemeenten al snel een omzet die gelijk staat aan circa twee fullservice supermarkten. Ook in Breda is Picnic sinds 2018 actief. De impact van de **coronacrisis** op de dagelijkse sector is beperkt. Sterker nog, de bestedingen aan dagelijkse producten zijn alleen maar toegenomen (zowel online als offline). Dit heeft voornamelijk te maken met een verschuiving van bestedingen van de horeca naar supermarkten en speciaalzaken.
- De komst van **grote buitenlandse onlinebedrijven**, zoals Amazon, Alibaba en Google kan de Nederlandse detailhandelsmarkt ontwrichten. Blijven zoeken naar het onderscheidend vermogen is essentieel. Dit vraagt continu om vernieuwing.
- Bezit verschuift steeds meer naar gebruik, waardoor het '**kopen om te hebben**' plaatsmaakt voor '**kopen om te gebruiken**'. Voorbeelden zijn leaseconstructies bij telefoons en huishoudelijke apparatuur. Dit betekent dat winkels meer moeten inzetten op aanbieden van diensten en moeten inspelen in op de behoefte van consumenten.
- De samenstelling van de bevolking verandert. Er zijn steeds **meer ouderen en meer kleinere huishoudens**. Door 65-plussers wordt meer uitgegeven aan vrijetijdsbestedingen, dagjes uit, horecabezoek en boodschappen. Men koopt over het algemeen meer in de directe omgeving, maar gebruik van internet neemt snel toe.
- Kooporiëntatie en -motieven van **jongere generaties** (12 t/m 18 jaar) wijken fors af van het gemiddelde. Bijna alles gaat digitaal. Traditionele kanalen kunnen deze doelgroep veel minder bereiken. In de toekomst is dit de belangrijkste basis voor de detailhandelsbestedingen.
- Er zijn meer **verschillende culturen** in Nederland. Onder invloed daarvan is er steeds meer multi-cultureel aanbod in horeca en retail, met andere keuzes voor locatie, omvang en verkoop.

Economische gevolgen corona-uitbraak

- Het coronavirus heeft een grote mondiale en nationale invloed. Volgens de berekeningen van het CBS is het bruto binnenlands product (bbp) in het tweede kwartaal van 2020 met 8,5% gedaald ten opzichte van een kwartaal eerder. Deze krimp is voor meer dan de helft toe te schrijven aan de sterk gedaalde consumptie door huishoudens. In het derde kwartaal van 2020 groeide het bbp met 7,8% ten opzichte van het tweede kwartaal, mede doordat de consumptie door huishoudens weer stevig toenam. De groei weegt echter niet op tegen de daling in de eerste twee kwartalen.
- Consumenten gaven met name minder uit aan horeca, recreatie en cultuur, vervoer en communicatie, en zorg. In de horeca maakt het handhaven van de anderhalve meter dat zaken niet volledig kunnen draaien, waardoor de lastendruk stijgt. Volledige sluiting van de horeca heeft de druk verder opgevoerd. Ook de sectoren kleding, auto's en motorbrandstoffen werden hard getroffen. Alleen voedingsmiddelen (supermarkten, versspeciaalzaken), woninginrichting en elektrische apparaten deden het in het tweede en derde kwartaal van 2020 goed. Daarnaast zijn ook de online verkopen flink toegenomen sinds corona wat kan leiden tot toenemende concurrentie voor winkelaanbod in centrumgebieden. Sluiting van alle niet-essentiële winkels heeft de druk verder opgevoerd en de verschuiving naar online verder versterkt.
- Afhankelijk van de duur van de maatregelen hebben winkeliers en ketens te maken met (sterk) teruglopende inkomsten en blijvende kosten. Hierdoor zijn zowel de kleine ondernemers als filiaalbedrijven genoodzaakt keuzes te maken. Dit heeft waarschijnlijk tot gevolg dat sommige winkels op bepaalde, minder gunstige locaties zullen verdwijnen. Dit betekent dat het verschil tussen

goede en slechte locaties nog duidelijker en sneller zichtbaar wordt, met een toename van de leegstand tot gevolg.

- Na de crisis wordt verwacht dat de bestedingen van horeca en (fysieke) winkels weer aantrekken. In het lichtste scenario zet het herstel in het derde kwartaal 2020 in, in het zwaarste blijft herstel tot ver in 2021 uit.
- Voor de middellange termijn (2022-2025) is de onzekerheid minder groot. Het CPB verwacht dat de Nederlandse economie zich de komende jaren geleidelijk zal herstellen. Het herstel zal echter niet alle schade ongedaan maken. In 2025 ligt het bbp circa 4% lager dan het niveau waar voor de coronacrisis rekening mee werd gehouden.

Impact op retail en centrumgebieden

Veel trends in de retailwereld worden door de coronacrisis versterkt en versneld. Hoewel het lange termijn effect nog niet met zekerheid is te zeggen, staat het vast dat de retail de komende jaren gaat veranderen, ook in Breda:

- Verschuiving naar een structureel gewijzigd bestedingspatroon: meer lokaal, meer online en minder vaak fysiek, toename doelgericht bezoek en afname funshopping.
- Sterke toename digitalisering binnen de retail: multichannel en omnichannel.
- Binnen een aantal jaren verdwijnt naar verwachting 20 tot 40% van de non-food winkels uit het straatbeeld.
- Het belang van beleving en aantrekkelijke openbare ruimte in centrumgebieden neemt toe.
- Vestigingsstrategie van retailers veranderd, mede als gevolg van andere verdienmodellen, toename multichannel en intensivering van winkelruimtegebruik.
- De trend naar mixed-use gebieden zet door en monofunctionele (winkel)gebieden houden op te bestaan.

De effecten hiervan op vastgoed zijn enorm en transformaties naar andere functies zijn noodzakelijk. Retail zit in de top van de vastgoedpiramide, dus afwaardering is niet te voorkomen. Aanpassingen van huurwaardes zetten door, nu ook op A1-locaties. Ondanks de negatieve gevolgen kan de coronacrisis ook positieve, noodzakelijke opgaven van winkelgebieden versnellen. De verwachting is dat de opgave voor centra de komende jaren blijft bestaan uit het compact maken van gebieden, waardoor het transformeren van randgebieden relevanter wordt dan ooit. De solidariteit en de maatschappelijke betrokkenheid die zichtbaar wordt in Nederland leidt mogelijk tot meer draagvlak voor professionele samenwerking tussen ondernemers en eigenaren in centrumgebieden, zowel online als offline. Dit alles biedt ook weer perspectief voor centrumgebieden.

Impact op Breda

In de **Economische crisismonitor** van de gemeente Breda wordt impact van de coronacrisis voor Breda bijgehouden. De meest recente versie is van december 2020.

- In verschillende sectoren blijft het verwachte corona-effect voorlopig (nog) uit. Het aantal faillissementen in Breda is vooralsnog beperkt.
- De omzetontwikkeling van de retail in de binnenstad blijft wel achter ten opzichte van vorig jaar, met name binnen de kleding- en schoenensector. De omzet van onder meer supermarkten en bouwmarkten is een stuk hoger dan vorig jaar.
- Dat het effect corona nog niet zichtbaar is, heeft mede te maken met de overheidssteun die momenteel (nog) beschikbaar is voor ondernemingen. Zodra deze steun wegvalt (in 2021?) zullen de echte gevolgen van de crisis redelijkerwijs zichtbaar worden.
- Peiling onder ondernemers toont dat 49% van de ondernemers in Breda (heel erg) bezorgd is over het voortbestaan van hun bedrijf. Ongeveer een kwart van de ondernemers is niet tot nauwelijks bezorgd.

Gevolgen voor retail (algemeen)

- Door veranderend consumentengedrag, toenemende mobiliteit en keuzemogelijkheden voor de consument en de gevolgen van de coronacrisis 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 ervoor dat het traditionele winkelaanbod voor een uitdaging staat. Om toegevoegde waarde te blijven houden is **innovatie** en **goed ondernemerschap** essentieel.
- Het **aspect van beleving** zal nog in belang toenemen. Dat geldt zowel voor productbeleving (denk aan vers en product info in de dagelijkse artikelensector) als voor de beleving van winkelen als recreatieve activiteit.
- Het **aspect 'gemak'** zal nog meer bepalend zal zijn bij de keuzes van de consument ten aanzien van aankopen en de locatiekeuzes van de aanbieders. Online bestellen en laten bezorgen van artikelen en wellicht ook diensten zak nog toenemen, maar snel iets ophalen wan-neer je het wilt,

ook bestelde producten, blijft belangrijk. Dit geldt zowel voor dagelijkse als niet-dagelijkse artikelen. En goede (auto)-bereikbaarheid en goede parkeermogelijkheden zijn daarbij veelal essentieel.

- Virtueel (internet, sociale media) en concreet (productie, distributie) zullen steeds meer verweven raken in het proces van kopen en verkopen, maar ook de integratie van detailhandel, dienstverlening (informatieverstrekking, advisering, verhuur, retournering, etc.) en consumptie ter plekke (horeca, uitproberen). Dit maakt het **moeilijker om detailhandel eenduidig te definiëren**.
- Dit maakt het lastiger om detailhandel op perifere locaties beleidsmatig in goede banen te sturen. Dit vraagt om **beleid** dat de ruimte biedt om in te spelen op gewenste nieuwe mengvormen en concepten, zonder afbreuk te doen aan de structuur.

Gevolgen voor ruimtebehoefte (algemeen)

- De ontwikkelingen resulteren in **schaalverkleining**: een deel van de winkels heeft bijvoorbeeld minder ruimte voor uitstalling van artikelen en/of opslag nodig dan nu (het worden meer bestelafhaal- of informatiepunten).
- Bij een ander deel van de winkels zal juist sprake zijn van **schaalvergroting** omdat men meer ruimte nodig heeft. Daarbij kan het gaan om meer ruimte voor beleving door de integratie van andere functies, zoals productie, dienstverlening, horeca, vermaak, opslag (vanwege distributie), etc.
- De trends die resulteren in een afnemende behoefte aan winkelruimte zullen **in gebieden met een sterke bevolkingsgroei gedeeltelijk gecompenseerd kunnen worden** door een toenemende vraag naar winkelruimte, mede door de huishoudensverdunding. Dit vraagt enerzijds om het reduceren van slecht functionerende en verouderde winkelmeters, maar ook het kwalitatief versterken van de bestaande winkelgebieden en mogelijk toestaan van retail op nieuwe ontwikkellocaties.
- De toename van e-commerce leidt tot een **toenemende vraag naar afhaalmogelijkheden**. Dit biedt dit kansen voor gevestigd winkelaanbod, met name aanbod op goed bereikbare plekken (dus vooral de buurt- en wijkcentra en perifeer). Tegelijkertijd neemt ook de vraag naar distributieruimte toe (opslag, verpakken, etc.), waardoor er meer wensen zullen zijn om daarbij ruimte voor afhalen ter plekke te realiseren, evenals showrooms/proefwinkels bij distributiecentra.
- In z'n algemeenheid kunnen de trends resulteren in een **toenemende vraag naar (verspreide) perifere winkelruimte**. In veel traditionele winkelgebieden zijn de huisvestingslasten te hoog voor grootschalige winkels of nieuwe vormen van kleine winkels, terwijl de randvoorwaarden vanuit het aspect gemak onvoldoende ingevuld zijn. Dit vraagt om een duidelijke beleidsmatige sturing, het inperken van detailhandelsmogelijkheden op verspreide locaties en tegelijkertijd om investeringen in de fysieke randvoorwaarden in centrumgebieden.
- Dit **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, vraagt om **heldere beleidskeuzes**: waar wel/niet op in te zetten.
- Waar de behoefte aan winkelruimte overall afneemt, neemt de vraag naar en het aanbod van **horeca** nog verder toe. Dit houdt verband met de nog altijd toenemende behoefte aan **beleving** en gemak en biedt mogelijkheden voor het verlengen van verblijfsduur. De groei vult wel af (markt raakt langzaamaan verzadigd), waardoor de **focus op kwaliteit** (unieke/onderscheidende concepten) komt te liggen.

Gevolgen voor centrumgebieden (algemeen)

- **Grote binnensteden**, zoals het centrum van Breda, onderscheiden zich met een zeer uitgebreid niet-dagelijks winkelaanbod in combinatie met een grote diversiteit aan horeca en leisure, waardoor ze de laatste jaren steevast de grote winnaars waren op het gebied van recreatief winkelen. Een bezoek aan de grote stad geeft invulling aan een toenemende behoefte van de consument aan sfeer en beleving. De coronacrisis heeft echter ook impact op de grote binnensteden, die lange tijd juist gemeden werden vanwege de drukte. De laatste tijd nam de drukte weer toe, enerzijds ingegeven door piekmomenten (rondom feestdagen), anderzijds vanwege 'corona-moeheid'. Met de sluiting van alle niet-essentiële winkels is de druk op deze locaties echter weer toegenomen. De eerdere drukte is deels een indicatie dat de aantrekkingskracht van de grotere binnensteden nog altijd aanzienlijk is. Tegelijkertijd hebben zeker A1-locaties in binnensteden met de verwachte afname van niet-dagelijks aanbod en toename van leegstand een diepliggender probleem, mede in relatie tot huurprijzen.
- **Stadsdeelcentra**: In deze centra zal de focus steeds meer op boodschappen doen komen te liggen. Alleen in gebieden met een groot en groeiend consumentenpotentieel zal in dit type centra enig recreatief aanbod behouden kunnen worden. Al met al zijn dergelijke centra veelal te groot qua winkelvloeroppervlak en is een verschuiving naar mixed-use in combinatie met een gedeeltelijke transformatie naar wonen te verwachten.
- **Dorps- en wijkcentra** kunnen zich in toenemende mate onderscheiden als aankooplocatie voor dagelijkse boodschappen en frequent benodigde niet-dagelijkse aankopen in de nabijheid van de consument. Dit aangevuld met andere voorzieningen (horeca, diensten, zorg, afhaalpunt). Het perspectief van deze centra is in de basis goed, mits bereikbaarheid en parkeren op orde zijn. Er

treedt een verschuiving op van winkelgebied naar een breed voorzieningencentrum voor de directe woonomgeving.

- **Buurt- en supermarktcentra:** Het perspectief wordt bepaald door (de ontwikkeling van) het consumentendraagvlak en de mate waarin het supermarktaanbod bij de tijd is. Van belang is dat deze categorie aanvullend functioneert op de dorps- en wijkcentra. Een (verdere) 'ontwinkeling' en verkleuring naar andere functies (horeca, diensten, zorg, werken) is te verwachten. Voor perspectiefrijke centra is een positionering als 'buurthub' denkbaar. Voor perspectiefarme centra een transformatie naar bijvoorbeeld wonen.
- **Perifere detailhandelsclusters:** De grotere centra hebben de mogelijkheid via branchevervaging en -verbreden te vernieuwen en in te spelen op de vraag naar beleving. Voor kleinere perifere clusters is er perspectief voor zover zij zich op de lokale markt richten of zich specialiseren. Als gevolg van de coronacrisis zullen meer bedrijven genegen zijn zich te willen vestigen in de periferie. En in combinatie met de verdere opkomst van nieuwe concepten blijft branchevervaging en -verbreding een actueel thema.
- **Retailparken:** zijn aantrekkelijk voor de consument door de combinatie van aanbod en beleving (in de winkels). Vanuit trends bezien zal de vraag naar ruimte in dit type centra naar verwachting toenemen.
- **Speciale winkelgebieden:** door het verwachte toenemende belang van gemak bij veel diverse vormen van aankoopgedrag zal de vraag naar winkelaanbod op trafficlocaties toenemen. Sturing hierop is gewenst.

Stand van zaken detailhandel Breda

- In 2018 is door BRO onderzoek gedaan naar het toekomstperspectief van alle winkelgebieden in Breda⁸. Breda heeft **relatief veel winkelaanbod** ten opzichte van referentieplaatsen. Het aanbod is gevarieerd en de koopkrachtbinding is hoog, zowel in de dagelijkse als de niet-dagelijkse sector, zoals blijkt op basis van eerder koopstromenonderzoek⁹.
- De detailhandelsstructuur van de gemeente Breda is **fijnmazig**, waardoor elke inwoner binnen aanvaarbare afstand van de woning ten minste dagelijkse boodschappen kan doen. Tussen 2010 en 2017 is het aantal supermarktmeters flink toegenomen (o.a. Jumbo Foodmarkt). Tussen 2017 en 2020 is het supermarktaanbod nagenoeg gelijk gebleven¹⁰.
- In de branches mode & luxe, vrije tijd en in & om huis is het aantal verkooppunten tussen 2010 en 2017 sterk afgenomen, terwijl het metrage niet of nauwelijks is gedaald of zelfs toegenomen (schaalvergroting, met name binnen de branche in en om huis). Tussen 2017 en 2020 is het **aanbod in aantal** verder afgenomen (ca. 70 winkels). In omvang is het aanbod licht gestegen.
- In de binnenstad is het aanbod vanaf 2017 in verkooppunten afgenomen (ca. 45). In omvang is het aanbod toegenomen (ca. 5.000 m² wvo). De **functiemix is tevens toegenomen**, met name op het gebied van horeca is. Het aantal dienstverleners is nagenoeg gelijk.
- De **leegstand is de afgelopen jaren afgenomen**. De totale leegstand in de gemeente bedraagt bijna 33.000 m² wvo verdeeld over 215 verkooppunten. Dit betreft een afname van circa 19.000 m² wvo ten opzichte van 2017. In aantal panden is de leegstand met vijf toegenomen. De leegstand in de binnenstad is met circa 10.000 m² wvo afgenomen naar ca. 13.000 m² wvo (excl. leegstand op station). Dit heeft grotendeels te maken met de herinvulling van het pand van V&D/Hudson's Bay (ca. 8.000 m² wvo).
- De impact van de coronacrisis op de leegstand is vooralsnog beperkt. Tussen juni en november is de leegstand in Breda zelfs afgenomen¹¹. Onderzoek van Van der Sande Makelaars toont wel dat er een neergaande ontwikkeling zichtbaar is in de binnenstad, ook op A1-locaties. Daarbij is ook het aantal nieuwvestigings in de binnenstad afgenomen.
- Een vergelijking tussen de stadsdelen (zie tabel) toont dat de stadsdelen Oost en Noordwest, evenals de dorpen (m.u.v. Ulvenhout) over relatief weinig dagelijks winkelaanbod per 1.000 inwoners beschikken. In het centrum, Noord (stadsdeelcentrum Hoge Vucht, Ulvenhout en ook in West (o.a. Jumbo Foodmarkt) is dit aanbod juist relatief hoog.
- Het niet-dagelijkse winkelaanbod per 1.000 inwoners is logischerwijs relatief hoog in het Centrum en West (o.a. Woonboulevard XXL en Stada Stores en Steenakker), maar ook in Noord (stadsdeelcentrum Hoge Vucht). Met name in Oost is het niet-dagelijks beperkt.

Tabel 3: Winkelaanbod in m² wvo per 1.000 inwoners

	Dagelijks	Niet-dagelijks
--	-----------	----------------

8) BRO (2018), Breda, Toekomstperspectief winkelgebieden.

9) BRO (2018), Breda, Koopstromenonderzoek 2017-2018

10) Locatus retailverkenners, geraadpleegd op 05-01-2021

11) Gemeente Breda (2020), Economisch crisismonitor (november 2020)

Centrum	663	4.740
Noord	449	1.014
Oost	187	185
Zuidoost/Zuid	355	460
West	370	3.395
Noordwest	258	421
Prinsenbeek	306	702
Bavel	232	594
Teteringen	178	340
Ulvenhout	567	781
Gemiddeld Breda	350	1.384
Landelijk gemiddelde	372	1.273

Analyse vraag

- De gemeente Breda telt circa 185.000 inwoners¹². De stad heeft een **groeiambitie**. Volgens actuele prognose van de provincie Noord-Brabant neemt het inwonertal toe tot ruim 196.000 in 2030 (ca. 6%). Dit is iets lager dan eerdere prognoses, mede als gevolg van de coronacrisis (zie kader volgende pagina). Als gevolg van een toenemend inwonertal neemt het consumentendraagvlak de komende jaren toe, waardoor ook het bestedingspotentieel voor detailhandel groeit.
- Tegelijkertijd neemt op basis van provinciale prognoses ook het **aantal huishoudens toe** (ca. 9%), met name het aandeel een- en tweepersoonshuishoudens (aantal huishoudens neemt procentueel sterker toe dan de bevolking).
- De gemeente Breda kent een **relatief jonge bevolking**¹³. Tegelijkertijd is ook sprake van **vergrijzing**, zowel in Breda als in de directe regio. Dit heeft naar verwachting effect op de toekomstige detailhandelsomzet door toevloeiing, door zowel een afvlakking van de bevolkingsgroei als wijziging van koopgedrag.
- De bevolking in de gemeente is **relatief welvarend**. Het gemiddelde inkomen ligt circa 6% boven het landelijk gemiddelde.
- Het aanbod per stadsdeel sluit momenteel niet altijd goed aan op de **doelgroep per stadsdeel** (zie paragraaf Leefstijlen). Voor sommige winkelgebieden ligt een opgave om het aanbod beter af te stemmen op de in de directe omgeving aanwezige doelgroep.

Effect corona op de bevolkingsgroei

Tijdelijke stagnatie, herstel op de middellange termijn

De Nederlandse bevolking is in 2020 met 63.000 personen toegenomen. Een halvering ten opzichte van de groei van een jaar eerder. De uitbraak van het coronavirus heeft daarmee geleid tot een abrupt einde van de steeds groter wordende groei van de Nederlandse bevolking. Door beperkende maatregelen, zoals reisrestricties, bleef migratie namelijk grotendeels uit, terwijl dit de belangrijkste drijver van de bevolkingsgroei is. Met de verdere uitrol van vaccinaties is de verwachting dat deze beperkende maatregelen zullen worden versoepeld en op termijn komen te vervallen. Migratie zal daardoor aantrekken, waardoor ook de bevolkingsgroei de komende jaren weer gaat toenemen. In 2022 wordt daardoor weer een bevolkingsgroei verwacht van boven de 100.000 personen. Daarbij dient de kanttekening te worden geplaatst dat de toename van arbeidsmigratie in 2021 nog beperkt zal zijn door de (verdere) stijging van de werkloosheid.¹⁴

Indicatie economisch functioneren

- De gemeente Breda heeft nagenoeg evenveel dagelijks winkelaanbod in vergelijking met steden vanaf 100.000 inwoners (met uitzondering van Amsterdam, Rotterdam en Den Haag): 350 m² wvo ten opzichte van 372 m² wvo per 1.000 inwoners. Op basis van de meest recente koopstroomgegevens (2018) functioneert het dagelijks winkelaanbod in Breda nagenoeg gelijk aan het landelijk vijfjaarsgemiddelde¹⁵.

¹²Breda in Cijfers, geraadpleegd op 05-01-2021

¹³Breda in cijfers, geraadpleegd op 05-01-2021

¹⁴

¹⁵BRO (2018), Breda, Koopstromenonderzoek.

- Het niet-dagelijkse winkelaanbod in de gemeente Breda is relatief uitgebreid ten opzichte van het aanbod in referentie steden: 1.385 m² wvo ten opzichte van 1.273 m² wvo per 1.000 inwoners. Dit uit zich met name in de branches mode en luxe en in & om huis (o.a. aanwezigheid Woonboulevard XXL). Op basis van de meeste recente koopstroomgegevens functioneert het niet-dagelijks winkelaanbod (pre-corona) indicatief circa 20% boven het landelijk vijfjaarsgemiddelde.
- Dit functioneren verdient **enkele stevige nuances**.
 - Het positieve functioneren is voor een groot toe te dichten aan de recreatieve winkelbranches, maar dit is juist de hoek die veel hinder ondervindt van het internet en de coronacrisis. Deze branche zal de komende jaren eerder af- dan toenemen.
 - De binnenstad van Breda (recreatief winkelen) en de Woonboulevard (doelgericht winkelen) bepalen in hoge mate het functioneren van de niet-dagelijkse sector (totaal 40% van het winkelaanbod binnen de gemeente). Het is belangrijk te realiseren dat het goede functioneren in grote mate (zo niet een-op-een) samenhangt met de aantrekkingskracht van de binnenstad en de Woonboulevard.
 - Vanwege de coronacrisis is het economisch functioneren *in werkelijkheid* een stuk lager dan op basis van de recente koopstroomgegevens kan worden aangenomen. Recreatief winkelen is afgenomen, koopstomen zijn gewijzigd (meer lokaal) en veel winkels zijn langere tijd (deels) gesloten geweest.
 - Tegenover het goede functioneren staat bovendien een leegstand van ruim 33.000 m² wvo, waarvan ruim 13.000 m² wvo in de binnenstad (excl. leegstand op station). De impact van de coronacrisis is bovendien groot en de verwachting is dat de leegstand de komende tijd nog verder zal oplopen. Uit een impactanalyse van de Retailagenda (begin 2021) blijkt dat stakeholders in de retail rekening houden met een afname van 10-30% van de winkels binnen de non-food sector, afhankelijk van hoe lang de winkelsluiting aanhoudt.
 - De coronacrisis treft de recreatieve winkelsector onevenredig hard, waardoor met name de impact op de binnenstad (die in hoge mate bepalend is voor het functioneren) naar verwachting groot zal zijn. Afhankelijk van de mate waarin de binnenstad weet in te spelen op kansen verwachten wij hier een transformatie-opgave van 5.000 a 20.000 m² wvo (zie bijlage 4).
 - Het huidige gemiddelde functioneren zal (op korte termijn) per saldo afnemen doordat bestaande planinitiatieven worden gerealiseerd. Daarnaast zijn er ook 'zachtere' initiatieven voor uitbreiding van de woonboulevard (ca. 6.000 – 7.000 m² wvo). In totaal gaat het om ca 55.000 à 61.000 m² wvo aan planinitiatieven (hard en zacht).
 - Daarnaast is er ook sprake van bestaande (onbenutte) harde plancapaciteit aan detailhandel.

Harde plannen en initiatieven

Gebieds- en woningbouwontwikkelingen

- **CrossMark:** de voornaamste ontwikkellocatie in Breda waar de komende jaren projecten plaatsvinden in drie deelgebieden: Stationskwartier (spoorzone), Havenkwartier en op langere termijn ook 't Zoet. De ontwikkeling in de deelgebieden voorziet in een unieke mix van wonen en werken.
 - **Havenkwartier:** Qua detailhandel is upgrading van de bestaande winkels (Aldi, Jumbo, pompstation) gewenst in een integrale ontwikkeling waarbij ca. 1.000 woningen en complementaire detailhandel kunnen worden toegevoegd, parkeren gebouwd moet worden opgelost en de relatie met winkels aan de andere kant van de Belcrumweg wordt verbeterd. Ook komt er ruimte voor leisure, sport, cultuur en evenementen.
 - **'t Zoet:** voor het terrein van de voormalige suikerfabriek bestaan plannen voor de ontwikkeling van een nieuwe, moderne en duurzame stadswijk met circa 845 woningen, evenals ruimte voor kantoren, leisure. Tevens wordt invulling gegeven aan de wateropgave van de stad.
- **Oostflank:** aan de oostflank van de binnenstad wordt de komende jaren sterk geïnvesteerd in kwaliteit. De eerste resultaten zijn al bereikt (o.a. Gasthuispoort en Houtmarktpassage). De komende periode wordt ook de voormalige KPN-locatie getransformeerd, met appartementen op de verdieping en horeca en andere voorzieningen in de plint. Ook wordt er nagedacht over de ontwikkeling van de Claudius Prinsenlaan en in het bijzonder het Chasséveld.
- **Gasthuisvelden / Seeligkazeme -terrein:** deze voormalige defensie-terreinen wordt getransformeerd naar een hoogstedelijke setting met een combinatie van leisure, onderwijs, wonen, werken en bijbehorende voorzieningen. Een deel van het Seeligterrein wordt ingericht als stadspark waardoor de Nieuwe Mark wordt doorgetrokken.
- Binnen de gemeente Breda is verder sprake van een groot aantal woningbouwplannen, waarvan diverse met een harde status. Woningbouwontwikkelingen zijn relatief verspreid over de hele gemeente, waarbij de nadruk ligt op **locaties in nabij het centrum, noord en zuidoost**¹⁶. In de periferie is het aantal plannen beperkter.

¹⁶Kaart woningbouwontwikkelingen geraadpleegd via <https://localfocus2.appspot.com/5e2acc1777138>

- In de omliggende dorpen zijn diverse woningbouwplannen. Deze vinden overwegend plaats in de kern Prinsenbeek (Beeks Buiten). Aan de westzijde van Teteringen worden ca. 650 woningen gerealiseerd.

Detailhandelsontwikkelingen

- Eigenaar ASR heeft plannen om winkelcentrum **Hoge Vucht** te moderniseren. Aanvankelijk werd een uitbreiding beoogd van circa 7.000 m² bvo, maar inmiddels wordt uitsluitend ingezet op revitalisering. Er is geen behoefte aan aanvullende detailhandel, wel wordt er gekeken naar andere functies die passen bij (de inwoners van) de wijk. Het wordt als een kansrijk gebied gezien om sociale meerwaarde te creëren.
- In buurtcentrum **De Berg** is een nieuwe LIDL geopend met een omvang van circa 850 m² wvo.
- **LIDL Prinsenbeek** wil graag verplaatsen vanwege de geringe omvang van het huidige pand. Daarbij is er interesse in verplaatsing naar het westelijk deel van het dorp (nabij woninguitbreiding), maar een locatie elders in Prinsenbeek behoort ook tot de mogelijkheden. De gemeente wil meedenken aan een passende verplaatsing, maar bij voorkeur binnen de bestaande detailhandelsstructuur.
- Op de voormalige **KPN-locatie bestaan** (naast appartementen) tevens plannen voor de toevoeging van retail en horeca. Detailhandel is reeds toegestaan op basis van het vigerende bestemmingsplan.
- De begane grond van het voormalige pand van **Hudsons Bay** is heringevuld met modezaak De Koopman. Voor de verdiepingen wordt nog nagedacht over andere functies.
- Voor de **DINO-locatie** nabij de woonboulevard zijn er plannen voor een ontwikkeling. De beoogde ontwikkeling staat echter nog (bestuurlijk) ter discussie en doorloopt een uitgebreid participatietraject.

Breda in de regio

Breda als centrumstad

In 2019 is door Ruimtelijk Economisch Atelier Tordoir een onderzoek verricht naar de functie van Breda in de regio¹⁷:

- Breda kent een breed scala aan krachtige centrumfuncties voor de gehele regio West-Brabant, met name voor recreatieve en culturele voorzieningen, die (veel) sterker is dan naar verhouding van de bevolkingsomvang verwacht kan worden.
- Voor winkelen, recreatie en cultuur vallen ook (het grotere) Tilburg en Midden-Brabant in het Bredase verzorgingsgebied. Aldus vervult Breda een met Eindhoven vergelijkbare schakelfunctie voor Brabant, binnen het (inter-)nationale systeem van verzorgingscentra. Dit is in lijn met eerder onderzoek over de oriëntatie van de bevolking van de regio Breda en omstreken¹⁸, waaruit bleek dat voor de meeste regio-bewoners Breda de belangrijkste winkelstad is en in mindere mate ook de belangrijkste stad op het gebied van cultuur (podiumkunsten, klassieke muziek, dans en theater). Met name inwoners van de gemeenten Zundert, Geertruidenberg, Etten-Leur, Drimmelen en ook Oosterhout zijn voor cultuur op Breda georiënteerd. Ook wordt dit beeld bevestigd door het Koopstromenonderzoek 2017-2018.
- Per saldo is de centrumfunctie in de periode 2004-2017 toegenomen, waarbij het volgende opvalt:
 - *Functionele voorzieningen (winkelen, onderwijs en zorg)* zijn in die periode vooral voor direct omliggende gemeenten belangrijker geworden (randgemeenten, Tilburg). Op middellange afstand (Rotterdam, Den Bosch, Eindhoven) is de functionele centrumfunctie afgenomen.
 - *Recreatieve voorzieningen (horeca, cultuur)* zijn belangrijker geworden op middellange en lange afstand (Rotterdam, Eindhoven, Amsterdam en Den Haag). Op korte afstand is de centrumfunctie afgenomen, met uitzondering van Tilburg).
- De ontwikkeling van de centrumpositie en schakelfunctie gaat gepaard met toenemende aantrekkingskracht van het stedelijke woonklimaat op kenniswerkers. Het effect op de ontwikkeling van de stedelijke en stadsregionale kenniseconomie is echter minder groot dan dat van bijv. schakelcentra Eindhoven en Utrecht. Daarmee is er een onbenut economisch potentieel in Breda en de regio.
- Voor (nationale) top-hiërarchische centrumfuncties is Breda zelf georiënteerd op de grote steden in de Randstad, met name Rotterdam. Het Koopstromenonderzoek 2017-2018 bevestigd deze oriëntatie van de Bredase inwoners op Rotterdam en ook op Antwerpen.

Concurrentie-analyse

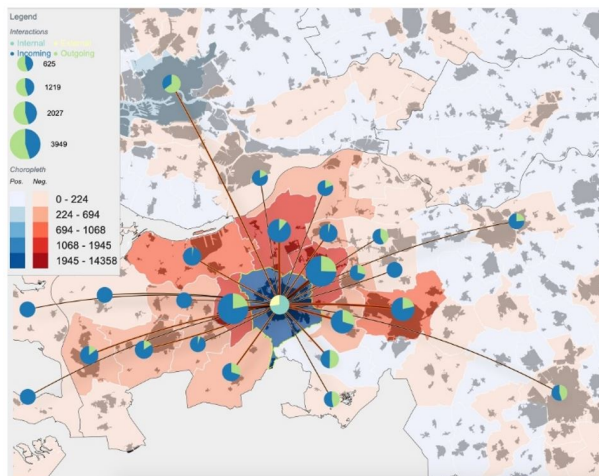
Voor de binnenstad is een verdiepende concurrentie-analyse uitgevoerd (zie bijlage 4). De binnenstad van Breda heeft een stevige concurrentiepositie ten opzichte van Breda en Tilburg. Het winkel- en

17) Ruimtelijk Economisch Atelier Tordoir (13 november 2019), Presentatie inspiratiesessie - Breda als centrumstad: huidige positie, ontwikkeling en toekomst

18) Atlas der Nederlandse gemeenten (2015), De oriëntatie van de bevolking van de regio Breda en omstreken.

voorzieningenaanbod is een stuk ruimer en ook de functiediversiteit is relatief hoog. Het uitgebreide horeca- en leisure aanbod is tevens in positieve zin bepalend voor de positie en het toekomstperspectief van Breda. Versterking van het vrijetijdsaanbod, zoals een grootschalige sportzaak (trekker) kan de positie ten opzichte van Tilburg en Den Bosch verder versterken.

Ten opzichte van de binnensteden van Rotterdam en Eindhoven is het aanbod in de binnenstad van Breda relatief beperkt. De binnensteden van Rotterdam en Eindhoven hebben echter een bijzondere positie. De binnensteden behoren tot de buitenklasse in Nederland en zijn daarmee in mindere mate concurrenten van Breda

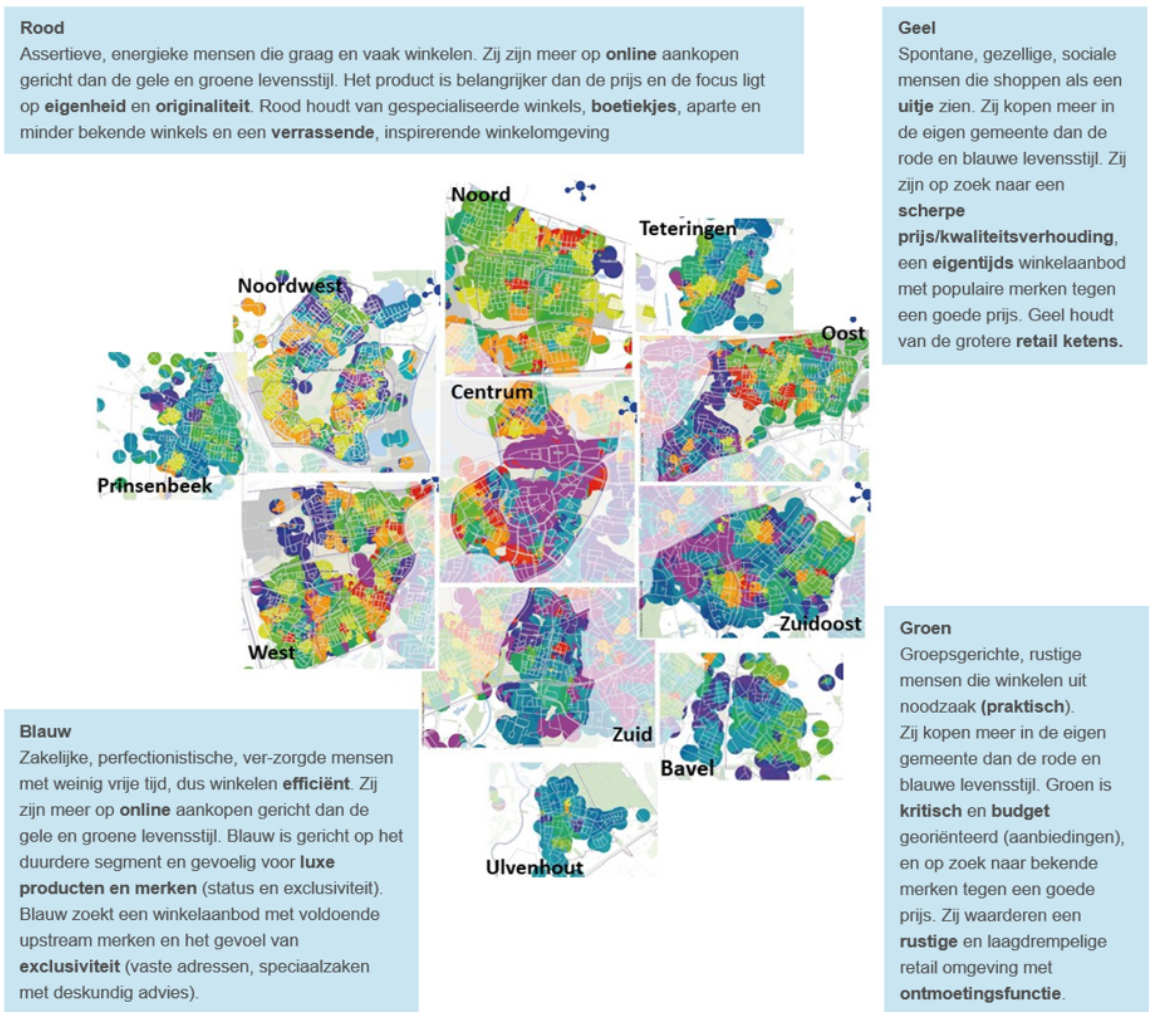


Verkeer voor winkelen naar en vanuit Breda. (Taartdiagrammen omliggende gemeenten: blauw=naar Breda, groen=vanuit Breda. Rode gemeenten: per saldo herkomst. Blauwe gemeenten: per saldo bestemming) Bron: Ruimtelijk Economisch Atelier Tordoir (13 november 2019)

Leefstijlen

Om een beeld te krijgen van het type inwoner in Breda is een bondige analyse gemaakt van aanwezige leefstijlen per stadsdeel en dorpskern. Hiervoor is gebruik gemaakt van het DISC-model zoals reeds gehanteerd in eerder woononderzoek in Breda (zie kaart). Het model gaat primair uit van vier hoofdkleuren, die zijn doorontwikkeld tot acht hoofdprofielen (tevens overlap tussen hoofdkleuren). De kleuren tonen duidelijk samenhang met het gemiddeld inkomen.

- De blauwe leefstijl is redelijk sterk aanwezig (gaat gepaard met een relatief hoog inkomen).
- Het centrum kent een oververtegenwoordiging van blauw en rood.
- In Noord en West ligt het gemiddeld inkomen relatief laag. Dit correspondeert met een sterke aanwezigheid van een groene en gele levensstijl.
- De leefstijlen in Noordwest en Oost zijn tamelijk gemêleerd.



Figuur 7: Leefstijlen gemeente Breda

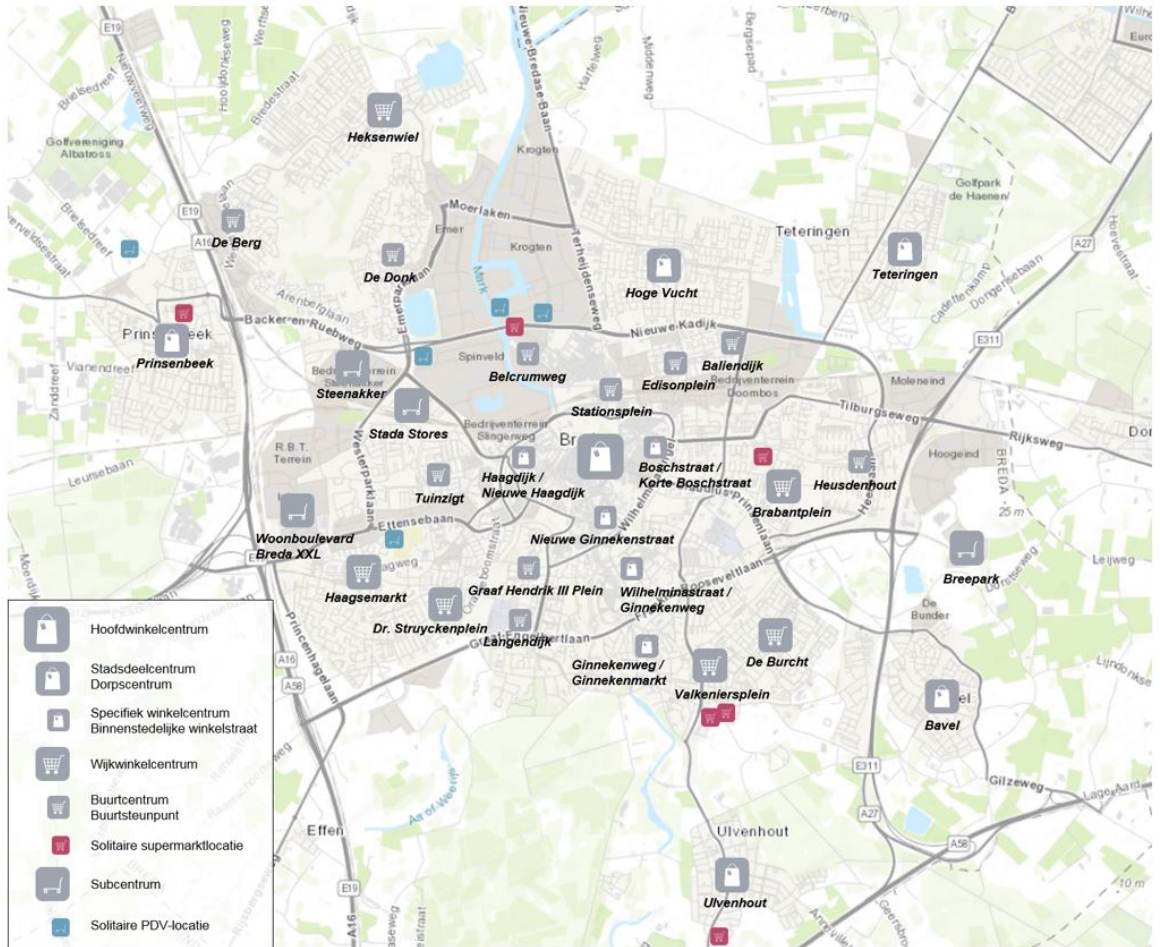
	Verskil gem. inkomen t.o.v. gemeente (€ 27500)
Centrum	+5%
Noord	-23%
Oost	+4%
Zuid	+27%
Zuidoost	+15%
West	-11%
Noordwest	-5%
Prinsenbeek	+7%
Bavel	+17%
Teteringen	+13%
Ulvenhout	+20%

Voorgaande detailhandelsstructuur

De type winkelgebieden in de voorgaande detailhandelsstructuur kenmerken zich als volgt:

- **Hoofdwinkelcentrum:** Dit betreft het hoofdwinkelgebied van de gemeente met de grootste concentratie van detailhandel, horeca en leisure.
- **Stadsdeelcentra/dorpscentra:** hebben en tamelijk uitgebreid aanbod zowel in de dagelijkse als de niet-dagelijkse sector en aanvullend tevens horeca en dienstverlening. Een dorpscentrum telt 10-40 winkels en is het grootste winkelgebied in een van de kernen: Prinsenbeek, Ulvenhout, Bavel en Teteringen.

- **Specifiek winkelcentrum/binnenstedelijke winkelstraat:** deze gebieden bestaan uit een mix van functies (detailhandel, horeca, diensten, kantoren, wonen en overige bedrijvigheid). Vanwege de positionering en profilering van deze ‘inlopers’ naar de Bredase binnenstad zijn deze als apart winkelgebiedstype opgenomen.
- **Wijkwinkelcentra:** Deze centra hebben in totaal 5-25 winkels waaronder twee of meerdere supermarkten.
- **Buurtcentra/buurtsteunpunt:** Centra met maximaal 10 winkels en hooguit één reguliere supermarkt. Deze hebben een buurtvoorzieningen functies en zijn ondersteunend aan wijkwinkelcentra.
- **Solitaire supermarkten:** uitsluitend een supermarkt.
- **Subcentra:** Dit zijn de perifere detailhandelsclusters met grootschalige winkels. Het aanbod heeft een doelgericht bezoeksdoel. Dit betreft de branches “dier en plant”, “doe-het-zelf” en “wonen”.
- **Solitaire PDV-locaties:** dit betreft gebieden met één grootschalige perifere winkel, zoals een bouwmarkt of een tuincentrum.



Figuur 8: Voorgaande detailhandelstructuur gemeente Breda

Beleidskaders

Provinciaal

Structuurvisie Ruimtelijke Ordening Noord-Brabant

- De provincie Noord-Brabant streeft naar een vitale en toekomstbestendige voorzieningenstructuur. Er is **bepaalde 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.

Regionaal

Detailhandelsvisie West-Brabant

- De regio streeft naar instandhouding van een **evenwichtige en duurzame detailhandelsstructuur** en een goede consumentenverzorging. Hiervoor dient de consument te beschikken over een zo compleet, gevarieerd en attractief mogelijk pakket aan winkels.
- De regio wil randvoorwaarden scheppen voor goed **functionerende ondernemingen**. Ze wil omstandigheden creëren voor huidige en toekomstige detailhandelsondernemers waarbij een rendabele exploitatie mogelijk is en perspectief voor de lange termijn kan worden geboden.

Gemeentelijk

Structuurvisie Breda 2030 & Omgevingsvisie 2040

Recent is voor Breda een Omgevingsvisie opgesteld ter vervanging van de bestaande Structuurvisie Breda 2030.

In de visie, die in ontwerp klaar is, is het uitgangspunt een 'sterk en veerkrachtig' Breda. Binnen '**Sterk Breda**' is de focus drieledig.

- **Versterking internationaal knooppunt:** met sterke vestigingsmilieus en investeringen in regionale infrastructuur wil Breda de regionale aantrekkingskracht van Breda én de regio versterken.
- **Ongedeelde stad:** iedereen heeft recht op een gezonde omgeving, waar men zich thuis voelt, met dagelijkse voorzieningen in de nabijheid en toegang tot groen.
- **Verbinding met groen:** in 2030 is Breda de eerste stad in een park. Bij iedere ontwikkeling op het gebied van wonen, werken, voorzieningen en gezondheid dient nadrukkelijk aandacht te zijn voor groen en water.

Ook bij 'Veerkrachtig Breda' is de focus drieledig:

- **Aantrekkelijke vestigingsplek:** Breda dient een aantrekkelijke plek te zijn om de wonen, werken en ondernemen. Er worden meer dan 25.000 woningen gebouwd, voornamelijk in het centrum. Creativiteit en ondernemerschap worden gestimuleerd.
- **Vitale gemeenschap:** Breda heeft aandacht voor mensen en zorgt voor een prettige, gezonde en inclusieve omgeving, waar Bredanaars een leven kunnen leiden waar ze gelukkig van worden.
- **Duurzame omgeving:** bij elke ontwikkeling spelen energietransitie en duurzaamheid een grote rol en dit heeft de komende jaren grote impact op de inrichting van de stad.

De hoofdlijnen van de nieuwe detailhandelsvisie zullen daarin worden opgenomen. Tot aan de recente vaststelling van de nieuwe Omgevingsvisie was de Structuurvisie 2030 is daarmee het vigerende beleid. Qua detailhandel is daarin het volgende opgenomen:

- Ten aanzien van retail zijn de voornaamste uitdagingen een **duurzame aanbodstructuur, elkaar aanvullende detailhandelsgebieden en het versterken van het ondernemersklimaat**.
- Detailhandel draagt substantieel bij aan een aantrekkelijk woon-, werk-, en verblijfsklimaat in Breda. De kwaliteit van het winkelaanbod bepaald in belangrijke mate de aantrekkelijkheid van de stad. Het accent ligt op **versterking van de bestaande structuren** en alleen op uitbreiding als dat ook een kwalitatieve bijdrage levert aan het totale voorzieningenpalet in Breda en/of de regio.
- **Toekomstige ontwikkelingen** focussen zich op versterking van de lokale verzorgingsfunctie en bovenregionale aantrekkingskracht, een duurzame aanbodstructuur met aanvullende gebieden en versterking van het ondernemersklimaat.
- **Strategische keuzes** richten zich op winkelgebieden met toekomstperspectief, geen actieve inzet in gebieden zonder perspectief en geen nieuwe detailhandelsontwikkelingen buiten de bestaande structuur.
- Voor retail wordt ingezet op een gecontroleerde uitbreiding van het huidig winkelaanbod. De belangrijkste locaties waar Breda initiatieven wil honoreren zijn: **Binnenstad, Via Breda, Woonboulevard, Stadionlocatie en Bavelse Berg**. Een deel van deze projecten met 'nieuwe detailhandelsmeters' is inmiddels gerealiseerd (o.a. op de Woonboulevard en de Stadionlocatie. Niet gerealiseerd zijn tevens Achter de Lange Stallen en de uitbreiding van Hoge Vucht.
- Uitgangspunt voor **nieuwe plannen en initiatieven** is dat deze op de juiste locatie gefaciliteerd worden op basis van een ruimtelijke (structuur)visie voor de detailhandel. Voor het bepalen van de kwantitatieve opgave wordt niet uitgegaan van de verwachte marktruimte voor consumentenbestedingen en niet van groeiscenario's gebaseerd op werkgelegenheidsontwikkelingen.
- Dit betekent dat het detailhandelsbeleid 2010-2020 op de volgende punten gewijzigd is:
 - een gewijzigde visie op de 'inlopers' van de binnenstad;
 - geen detailhandel in fase 3 van de Stadionlocatie;
 - een beperking van de mogelijkheden van detailhandel voor de Praxislocatie.

Economische visie Breda

Breda is een stad met veel kwaliteiten. Mensen wonen en werken er graag en voelen zich verbonden met de stad.

- De gemeente wil kansen te benutten om de Bredase economische voorspoed te verzilveren voor meer welvaart en meer baankeuze. In 2030 wil Breda excelleren als 'internationale hotspot voor

- toegepaste technologie en creativiteit' (TTC) en doelgericht samenwerken aan versterking van de economie en innovatieve oplossingen voor maatschappelijke opgaven.
- Zo wordt de economie in de breedte versterkt, nemen werkgelegenheid, inkomen en brede welvaart toe en wordt de stad ondernemender, verrassender en groener.

In relatie tot detailhandel is de ambitie binnen het programma 'Verrassende stad' relevant.

- Breda is een stad om van te genieten, een stad van de mensen, waar je het leven viert. De stad **profileert zich als (internationale) gastvrije stad**. Men wil de creativiteit van Bredase ondernemers beter benutten. Men wil laten zien wat er in de stad gemaakt wordt en welk talent de stad heeft. Talent wordt een podium, decor en leefomgeving geboden waardoor de stad verrassender, gastvrijer en innovatiever wordt. Daarmee wil de stad (internationale) bezoekers trekken.
- Breda zet in op een **bijzondere en complete mix van voorzieningen** detailhandel, erfgoed, horeca, cultuur en evenementen om zodoende aantrekkelijk te blijven voor bewoners, ondernemers, bezoekers en talenten.

Visie binnenstad Breda 2013 & Inspiratiedocument voor de binnenstad (Poets de parel op)

In de afgelopen periode is een nieuw inspiratiedocument voor de binnenstad opgesteld. De hoofdlijnen, c.q. doelstellingen hieruit zijn:

- De binnenstad heeft een **herkenbaar eigen profiel**, waarin de waarden van Breda samen komen: historie, bourgondische cultuur, creativiteit en gastvrijheid. Deze boodschap wordt breed uitgedragen.
- **Gastvrijheid** is een belangrijke waarde in de binnenstad.
- Hoogwaardige **kwaliteit** staat centraal in de binnenstad.
- De binnenstad kent een mooi evenwicht tussen **historie en vernieuwing**.
- De binnenstad heeft een **gevarieerd horeca- en winkelaanbod**.
- De binnenstad heeft een **vernieuwend cultureel aanbod** dat de binnenstad versterkt.
- De binnenstad is van iedereen en **ieders verantwoordelijkheid**.
- De binnenstad kent een juiste **mix van wonen, werken, winkelen en recreëren**.
- De binnenstad wordt steeds **duurzamer**.
- De binnenstad is optimaal **bereikbaar**.

Bestaande binnenstadsbeleid :

- De gemeente streeft naar een aantrekkelijk binnenstad met een sterk profiel, door versterking van de kwaliteiten (onderscheidend vermogen) en de juiste samenhangen en samenwerking. Ten aanzien van detailhandel is een zestal aandachtspunten geformuleerd:
 - Inzetten op een completering, verbreding en diversificatie van het winkelaanbod
 - Aanpakken van leegstand om de binnenstad aantrekkelijk te houden.
 - Zelfstandig ondernemerschap is een belangrijke voorwaarde voor een initiatiefrijk klimaat.
 - Nadenken over de nieuwe functie van (voormalige) aanloopstraten.
 - Goede en onderscheidende herkenbaarheid van de winkelgebieden.
 - o Samen en in samenhang ingaan op kansen die de markt en technologie bieden op het gebied van consumentengedrag en de synergie tussen online en offline winkelen.

Horecavisie Breda 2020

De nieuwe horecavisie van Breda wordt parallel aan deze detailhandelsvisie opgesteld. De hoofdlijnen van de concept horecavisie zijn als volgt:

- De **behoefte van consumenten aan sfeer en beleving** is terug te zien in de winkelgebieden. Het aantal horecavoorzieningen neemt toe en horeca wordt bovendien al toegepast in winkels (blurring). Deze ontwikkeling krijgen een plek in de horecavisie.
- De gemeente Breda kiest voor horeca die een **meerwaarde heeft voor de functie van gebieden**. Hiermee wordt de gastvrijheid van Breda benadrukt. Daarbij is aandacht voor zowel de binnenstad (met sfeergebieden), de wijken, de dorpen, het buitengebied en specifieke ontwikkelgebieden (zoals Spoorzone).
- Daarnaast kunnen **onderscheidende horecaconcepten**, al dan niet in combinatie met een bijzondere locatie, onder voorwaarde de ruimte krijgen om zodoende vernieuwing van het aanbod te bevorderen.

Effectiviteit huidig detailhandelsbeleid

Om de effectiviteit van het huidige detailhandelsbeleid te kunnen meten is gekeken naar de drie hoofddoelen uit het huidige beleid. Voor elke van deze doelen is een aantal meetbare criteria opgenomen en op basis daarvan is geanalyseerd in hoeverre de doelen behaald zijn (zie bijlage 5). In algemene zin kan worden geconcludeerd dat het huidige detailhandelsbeleid in grote lijnen effectief is gebleken. Uiteraard is er op dit moment wel sprake van onvoorziene effecten als gevolg van de coronamaatregelen.

1. **Versterken van de lokale verzorgingsfunctie en (boven)regionale aantrekkingskracht.**

- Breda heeft een uitgebreid en fijnmazig dagelijkse winkelaanbod. Elke inwoner van Breda kan binnen een aanvaardbare afstand dagelijkse boodschappen doen. Daarmee is de lokale verzorgingsfunctie goed op orde. De koopkrachtbinding is vanaf 2010 structureel hoog gebleven, niet alleen voor de dagelijkse, maar ook voor de niet-dagelijkse sector.
 - Vanwege het uitgebreide niet-dagelijkse winkelaanbod, vooral in het Centrum en de Woonboulevard XXL, heeft Breda tevens een stevige (boven)regionale aantrekkingskracht behouden.
 - De verzorgingsfunctie en bovenregionale aantrekkingskracht niet per definitie zijn versterkt, maar liggen net als in 2010 nog altijd op een hoog niveau.
2. **Streven naar een duurzaam detailhandelsapparaat met levensvatbare elkaar aanvullende retailgebieden**
- De detailhandelsstructuur in Breda is nog altijd fijnmazig met winkelgebieden die complementair zijn aan elkaar. In de binnenstad ligt de nadruk op recreatief winkelen terwijl winkelgebieden als de Woonboulevard XXL en Steenakker een sterk doelgericht karakter hebben. Hoge Vucht en de dorpscentra hebben een mix van dagelijks en niet-dagelijks winkelaanbod, terwijl in wijk- en buurtcentra de nadruk ligt op dagelijkse aankopen.
 - In lijn met landelijke ontwikkeling is het dagelijks aanbod sinds 2010 toegenomen, terwijl het niet-dagelijks aanbod is afgenomen.
 - Diverse winkelgebieden, zoals Hoge Vucht, De Burcht en Dr. Struyckenplein, zijn conform beleid versterkt c.q. gemoderniseerd en Stada Stores is inmiddels gerealiseerd.
 - Gewenste opwaardering van winkelgebieden als Brabantplein en de Scheperij, heeft nog niet plaatsgevonden.
3. **Versterken van het ondernemersklimaat in de gemeente en bieden van ruimte aan initiatieven om in te spelen op de dynamiek in de detailhandel.**
- Hoewel het totale winkelbestand per saldo is afgenomen, hebben er sinds 2010 ook diverse nieuwe initiatieven plaatsgevonden, zoals uitbreiding van de Woonboulevard (+12.000 m² wvo), de ontwikkeling van Stada Stores, herstructurering van de Barones en Houtmarktpassage. In de binnenstad is het winkelbestand afgenomen, daarentegen is de diversiteit groter geworden.
 - Veel winkelformules zijn verdwenen, maar tegelijkertijd zijn er ook diverse nieuwe formules bijgekomen. Breda heeft het voordeel van de grote stad en hierdoor is het ook een interessante vestigingsplaats gebleken voor onderscheidende formules met hoge uniciteit.
 - Zowel op de schaal van Breda als in de binnenstad heeft schaalvergroting plaatsgevonden. Winkels in de binnenstad zijn echter nog overwegend kleinschalig, maar dit past bij de recreatieve functie van het gebied.

Conclusie

Breda: centrumstad in de regio, met uitgebreid en divers winkelaanbod

Breda beschikt over een zeer uitgebreid en divers winkelapparaat en een sterke complementaire structuur. Als centrumstad van de regio West-Brabant heeft Breda een verzorgingsfunctie voor de hele regio. De binnenstad en de Woonboulevard zijn grote publiekstrekkers met een (boven)regionale en internationale aantrekkingskracht, met name veel Belgische consumenten. De boodschappenstructuur is fijnmazig, waardoor inwoners in iedere wijk, buurt of dorp binnen aanvaardbare afstand in de eerste levensbehoefte kan voorzien.

Uitdagingen vanuit trends en ontwikkelingen

Tegelijkertijd heeft ook Breda te maken met de dynamiek binnen de retail en zijn er diverse uitdagingen om het winkelapparaat en centrumgebieden vitaal en toekomstbestendig te maken én te houden.

- De impact van online is ook in Breda voelbaar, met name voor de recreatieve sector.
- De leegstand is in 10 jaar tijd afgenomen, maar nog altijd fors (33.000 m² wvo), ook in de binnenstad (13.000 m² wvo). Vooral nog is de impact van de coronacrisis redelijk beperkt gebleven, maar de verwachting is dat de leegstand opnieuw gaat toenemen.
- Centrumgebieden veranderen, van places to buy naar places to be. Dit geldt niet alleen voor de binnenstad van Breda, maar ook voor de wijk- buurt- en dorpscentra. Van monofunctionele winkelgebieden, naar multifunctionele centrumgebieden.

Voor winkels én centrumgebieden is het daarom van belang om toegevoegde waarde te behouden en onderscheidend te blijven. Innovatie en ondernemerschap zijn essentieel om in te blijven spelen op de behoefte van de consument, die enerzijds gericht is op gemak en anderzijds op beleving.

Stad met grote ambities

Tegelijkertijd heeft Breda grote ambities, zowel in inwonersgroei, positionering als internationaal knooppunt en op het vlak van grootschalige gebiedsontwikkelingen. Het inwonertal neemt de komende jaren sterk toe tot ruim 196.000 inwoners in 2030. Een groot deel van de bevolkingsgroei vindt plaats in en rondom het centrum, waar diverse grootschalige woningbouwontwikkelingen plaatsvinden. Deze ontwikkeling resulteert in een toename van het draagvlak voor winkels en andere voorzieningen.

Winkelaanbod functioneert goed, inzet op kwalitatieve versterking en functiemenging

Het winkelaanbod in Breda functioneert over het algemeen goed, zowel de dagelijkse als de niet-dagelijkse sector. Dit betekent echter niet dat er nog legio uitbreidingsmogelijkheden zijn in Breda. Zeker voor de recreatieve sector geldt dat het perspectief de komende jaren afneemt, waardoor met name de impact op de binnenstad (die in hoge mate bepalend is voor het functioneren) naar verwachting groot zal zijn. Afhankelijk van de mate waarin de binnenstad weet in te spelen op kansen wordt een transformatie-opgave van 5.000 a 20.000 m² wvo verwacht.

De focus ligt de komende jaren daarom op kwalitatieve versterking en inzetten op behoud van het goede functioneren, in plaats van op uitbreidingsmogelijkheden. Om de binnenstad vitaal en toekomstbestendig te houden, is er een opgave om tot een compacter kernwinkelgebied en grotere functiemenging te komen. Ook in de boodschappencentra zijn er versterkingsopgaven, bijv. in het supermarktaanbod, verbreden van de functiemix en versterken van de ontmoetingsfunctie en ruimtelijke uitstraling. Tegelijkertijd is er ook een opgave om solitaire, verspreide en minder goed functionerende locaties af te bouwen en actief een transformatieproces in gang te zetten..

Voorgaande beleid effectief, nieuw beleid noodzakelijk

Het voorgaande beleid is in grote lijnen effectief gebleken. Het beleid werkt, maar is ingehaald door diverse hedendaagse ontwikkelingen en uitdagingen van deze tijd. Nieuw beleid is noodzakelijk om gemeente, ondernemers, vastgoedpartijen en alle andere stakeholders kader te bieden om samen te kunnen werken aan een vitale en toekomstbestendige detailhandelsstructuur.

Bijlage 4 Verdieping analyse binnenstad

Concurrentieanalyse binnenstad

Om een beter beeld te krijgen ten aanzien van de concurrentiepositie van de binnenstad van Breda is het aanbod vergeleken met omliggende grote binnensteden. Daarbij ligt de focus op de volgende branches:

- **Niet-dagelijkse winkelbranches.** De omvang en diversiteit zijn van recreatieve branches zijn in hoge mate bepalend voor de recreatieve winkelfuncties van de binnenstad.
- **Horeca en leisure.** Deze branches zijn bepalend voor de verblijfs- en ontmoetingsfunctie van de binnenstad en dragen bovendien bij aan de functiediversiteit.
- **Diensten.** Deze branche draagt bij aan de functiediversiteit van de binnenstad.
- **Leegstand.** Dit is een indicatie van het functioneren van de binnenstad.

Tabel 1: Aanbod binnenstad Breda en concurrentie binnensteden (in m² wvo)¹⁹

	Mode & Luxe	Vrije tijd	In & om huis	Horeca	Leisure	Diensten	Leegstand
Breda	50.741	6.337	10.420	29.751	8.485	8.705	13.134
Tilburg	39.522	7.611	9.341	22.523	6.832	4.674	18.177
Den Bosch	48.623	8.885	8.227	18.573	6.902	8.394	12.297
Eindhoven	72.045	7.788	7.710	38.819	6.961	9.016	15.475
Rotterdam	96.626	20.245	17.611	67.996	30.276	13.748	35.223

Tabel 1 toont het aanbod in de genoemde branches in de binnensteden van Breda, Tilburg, Den Bosch, Eindhoven en Rotterdam. Daarbij valt het volgende op:

- Het winkel- en voorzieningenaanbod in de binnensteden van Rotterdam en Eindhoven is fors hoger dan in de binnensteden van Breda, Tilburg en Den Bosch. Dit heeft vooral te maken met de verzorgingsfunctie van de binnensteden. Breda heeft net als Tilburg en Den Bosch **een meer regionale tot bovenregionale verzorgingsfunctie**. Rotterdam en Eindhoven behoren tot de vijf grootste steden van ons land en de binnensteden behoren tot de buitencategorie met een bovenregionale tot landelijke verzorgingsfunctie.
- De binnenstad van Breda heeft echter een **ruimer en diverser winkelaanbod dan de binnensteden van Tilburg en Den Bosch**, met name ten aanzien van Mode & Luxe.
- **De branche Vrije Tijd is relatief bescheiden** in de binnenstad van Breda. Uit nadere analyse blijkt dat dit vooral te maken heeft met het sportaanbod. De binnensteden van Tilburg (Decathlon, Intersport) en Den Bosch (Perry en Intersport) beschikken beide over twee grootschalige sportzaken (>1.000 m² wvo). In de binnenstad van Breda is slechts één grootschalige sportzaak (Perry). Ander grootschalig sportaanbod is gevestigd buiten het centrum.
- **Het horeca en leisure aanbod in de binnenstad van Breda is aanzienlijk groter en meer divers** dan in de binnensteden van Tilburg en Den Bosch. Daarmee heeft de binnenstad van Breda een stevige positie ten aanzien van de verblijfs- en ontmoetingsfunctie. Te meer aangezien het belang van deze functie in binnensteden alleen maar toeneemt.
- **Ook het dienstenaanbod in de binnenstad van Breda is ruimer** dan in Tilburg en Den Bosch. In algemene zin valt op dat de functiediversiteit in de binnenstad van Breda een stuk groter is dan in Tilburg en Den Bosch.
- **De leegstand in de binnenstad van Breda is naar verhouding lager** dan in Den Bosch en aanzienlijk lager dan in Tilburg. Dit is ook een indicatie dat de binnenstad van Breda (iets) beter functioneert dan de binnensteden van Tilburg en Den Bosch.

Conclusie

De binnenstad van Breda heeft een stevige concurrentiepositie ten opzichte van Breda en Tilburg. Het winkel- en voorzieningenaanbod is een stuk ruimer en ook de functiediversiteit is relatief hoog. Het uitgebreide horeca- en leisure aanbod is tevens bepalend voor de positie van Breda, zeker aangezien de verblijfs- en ontmoetingsfunctie van binnensteden in belang toeneemt. Ten opzichte van Tilburg en Den Bosch is de leegstand in de binnenstad verhoudingsgewijs beperkt en ook dit onderstreept de positie van de binnenstad van Breda.

Versterking van het vrijetijdsaanbod, zoals een grootschalige sportzaak (trekker) kan de positie ten opzichte van Tilburg en Den Bosch verder versterken. Uitbreiding van het aanbod vraagt wel om zorgvuldige afweging tussen enerzijds kwalitatieve versterking en anderzijds kwantitatieve mogelijkheden.

¹⁹ Locatus retailverkenner, geraadpleegd op 05-01-2021

Ten opzichte van de binnensteden van Rotterdam en Eindhoven is het aanbod in de binnenstad van Breda relatief beperkt. De binnensteden van Rotterdam en Eindhoven hebben echter een bijzondere positie. De binnensteden behoren tot de buitenklasse in Nederland en zijn daarmee in mindere mate concurrenten van Breda.

Transformatie-opgave binnenstad

Hoe het niet-dagelijkse winkelaanbod in het centrum van Breda zich de komende jaren zal ontwikkelen is lastig te voorspellen. Enerzijds staan binnensteden in het hele land stevig onder druk. Anderzijds beschikt de binnenstad van Breda over voldoende onderscheidend vermogen (ruim en divers aanbod) en behoort daarmee tot de aantrekkelijkere binnensteden van het land.

Om een indicatie te geven van de kwantitatieve mogelijkheden voor winkels in de binnenstad van Breda dan wel de transformatieopgave voor de komende jaren, is een positief en een negatief scenario opgesteld. Daarbij is gekeken naar de primaire niet-dagelijkse branches in de binnenstad: mode & luxe, vrije tijd en in & om huis. Onderstaande tabel geeft inzicht in de betreffende branches.

Tabel 2: Niet-dagelijkse branches Breda

	Breda totaal	Breda Centrum	Aandeel centrum
Mode & Luxe	75.494	50.741	67%
Vrije Tijd	18.038	6.337	35%
In & om huis	188.804	10.420	6%
Totaal	282.336	67.498	24%

Negatief scenario

In het negatieve scenario is uitgegaan van het de impactanalyse die begin 2021 is opgesteld door de Retailagenda. Hieruit blijkt dat stakeholders in binnensteden de komende jaren rekening moeten houden met een afname van 10 tot 30% van het niet-dagelijkse winkelaanbod, mede afhankelijk van de totale duur van de winkelsluiting (door corona). In het negatieve scenario voor Breda wordt uitgegaan van een afname van hooguit 10%.

- De duur van de winkelsluiting is uiteindelijk redelijk beperkt gebleven. Inmiddels zijn winkels alweer een tijdje volledig geopend;
- De aantrekkingskracht en het onderscheidende karakter van de binnenstad werkt in het voordeel van Breda.

Indien het niet-dagelijks winkelaanbod in de binnenstad met circa 10% afneemt, betekent dit een afname van circa 6.750 m² wvo. Daarbij komt echter ook de huidige leegstand in de binnenstad van circa 13.134 m² wvo. Dit resulteert in een transformatieopgave van circa 19.900 m² wvo voor de komende jaren.

Afname niet-dagelijks winkelaanbod: ca. 6.750 m² wvo

Huidige leegstand: ca. 13.134 m² wvo

Transformatieopgave: ca. 19.884 m² wvo

Positief scenario

In het positieve scenario zijn indicatieve distributieplanologische ramingen gemaakt voor de branches 'mode & luxe', 'vrije tijd' en 'in & om huis'. Daarbij is onder meer rekening gehouden met de verhouding van het winkelaanbod in het centrum en overig Breda, de ontwikkeling van bestedingen, koopkrachtbinding en -toevloeiing (mede op basis van eerder koopstroomonderzoek) en trends en ontwikkelingen. Tabel 3 op de volgende pagina toont de distributieplanologische benaderingen voor de drie genoemde branches. De berekening is gebaseerd op meerdere aannames, waardoor de uitkomsten nadrukkelijk als indicatief moeten worden beschouwd.

In het positieve scenario is ruimte voor circa 10.000 m² in de branche 'mode & luxe'. Het aanbod in de branche 'vrije tijd' blijft nagenoeg gelijk en het aanbod in de branche 'in en om huis' neemt met circa 2.150 m² af. Dit betekent dat per saldo ruimte is voor 7.850 m² extra winkelaanbod. Daarbij komt echter ook de huidige leegstand in de binnenstad van circa 13.134 m² wvo. Dit resulteert in een transformatieopgave van ruim 5.000 m² wvo voor de komende jaren.

Toename niet-dagelijks winkelaanbod: ca. 7.850 m² wvo

Huidige leegstand: ca. 13.134 m² wvo.

Transformatieopgave: ca. 5.285 m² wvo.

Conclusie

Hoe het niet-dagelijks winkelaanbod in de binnenstad van Breda zich de komende jaren zal ontwikkelen is hoogst onzeker en kan niet exact worden voorspeld. De dynamiek binnen deze sector is groot en ramingen zijn gebaseerd op diverse aannames. Om desondanks een indicatie te geven ten aanzien van de kwantitatieve mogelijkheden voor winkels in de binnenstad van Breda dan wel de transformatieopgave voor de komende jaren, is een positief en een negatief scenario gegeven. Dit geeft een indicatieve transformatie-opgave van 5.000 – 20.000 m² wvo. Welk scenario uiteindelijk wordt bereikt is mede afhankelijk van de mate waarin de binnenstad haar aantrekkingskracht weet te behouden en onderscheidend weet te blijven. Dit vraagt om heldere beleidskeuzes, een breed gedragen ontwikkelrichting en uitstekende samenwerking tussen stakeholders in de binnenstad.

Tabel 3: Distributieplanologische benadering niet-dagelijkse branches Breda-Centrum

	Mode & Luxe 2021	Mode & Luxe 2030	Vrije Tijd 2021	Vrije Tijd 2030	In & om huis 2021	In & om huis 2030
Inwoners	185.000	195.455	185.000	195.455	185.000	195.455
Winkelomzet per hoofd (€)	835	668	232	208	1.056	1.056
Bestedingspotentieel (€ mln.)	154,5	131,2	42,9	40,9	195,4	207,5
Koopkrachtbinding (%)	40%	40%	35%	35%	5%	5%
Totaal gebonden bestedingen (€ mln.)	61,8	52,5	15,0	14,3	9,8	10,4
Koopkrachttoevloeiing (%)	80%	80%	30%	30%	10%	10%
Omzet door toevloeiing (€ mln.)	247,2	210,0	6,4	6,1	1,1	1,2
Totale besteding (€ mln.)	309,0	262,5	21,5	20,4	10,9	11,5
WVO totaal (m ² wvo)	50.741	50.741	6.337	6.337	10.420	10.420
Omzet per m ² wvo (€)tbe	6.100	5.175	3.400	3.225	1.050	1.125
Gewogen vergelijkbaar vijfjaarsgemiddelde (€)	4.000 ²⁰	4.000 ¹	2.500 ¹	2.500 ¹	1.393	1.393
Distributieve uitbreidingsruimte	26.497	14.875	2.247	1.836	-2.629	-2.146

Uitgangspunten

Uitgangspunten Mode & Luxe

- Bestedingen in fysieke winkels nemen komende jaren stevig af (ca. -20%).
- Bestedingen door de Bredase consument zullen voor een groot deel terecht komen in het centrum, maar ook in grotere steden in de omgeving.
- Toevloeiing van buiten de gemeente komt overwegend terecht in het centrum.
- De impact van online is fors en de branche komt de komende jaren stevig onder druk te staan.

Uitgangspunten Vrije Tijd

- Bestedingen nemen de komende jaren af (ca. -10%)
- Bestedingen door Bredase consument komen voor een groot deel terecht in het centrum, maar ook bij grootschalige winkels daarbuiten.
- Consument hecht meer belang aan gezond leven, sporten en nieuwerwetse hobby's. Tegelijkertijd heeft ook deze branche last van online.

Uitgangspunten in & om huis

- Bestedingen in fysieke winkels blijven nagenoeg gelijk.
- Bestedingen door Bredase consument komen overwegend terecht buiten het centrum.
- Toevloeiing van buiten de gemeente komt overwegend terecht buiten het centrum.

²⁰ Correctie voor vergelijkbaar gemiddelde. In grote binnensteden ligt de vloerproductiviteit voor recreatieve branches doorgaans hoger dan het landelijk gemiddelde.

- Er vindt schaalvergroting plaats, veelal op perifere locaties. Er is sprake van een heropleving voor klussen en doe-het-zelven. De impact van online is beperkt.

Bijlage 5 Evaluatie detailhandelsnota

Hier is een bondige evaluatie van het huidige detailhandelsbeleid (Detailhandelsnota 2010-2020) opgenomen, met in de kaders de ambities en doelstellingen uit 2010 en daaronder de huidige stand van zaken.

In het vigerende detailhandelsbeleid, zijn de volgende ambities geformuleerd:

- *Versterking van de (boven)regionale verzorgingsfunctie van de Bredase detailhandel. Voor de lange termijn ligt de nadruk op de kwaliteit van het aanbod en de winkelomgeving. De korte termijn staat in het teken van het realiseren van bestaande initiatieven.*
- *Inwoners van Breda en omgeving beschikken over een kwalitatief en kwantitatief compleet, gevarieerd en attractief pakket aan winkels.*
- *Tevens wil de gemeente een aantrekkelijk klimaat scheppen voor huidige en toekomstige ondernemers met perspectief voor de lange termijn.*

De ambities zijn vertaald naar een drietal hoofddoelen voor detailhandelsbeleid. Voor deze hoofddoelen zijn in het vigerende detailhandelsbeleid meetbare criteria geformuleerd. In de volgende paragraaf is uitgewerkt in hoeverre deze criteria behaald zijn.

1. Versterken van de lokale verzorgingsfunctie en (boven)regionale aantrekkingskracht.

Breda heeft een uitgebreid en fijnmazig dagelijkse winkelaanbod. Elke inwoner van Breda kan binnen een aanvaardbare afstand dagelijkse boodschappen doen. Daarmee is de lokale verzorgingsfunctie uitstekend op orde. Vanwege het uitgebreide niet-dagelijkse winkelaanbod heeft Breda tevens stevige (boven)regionale aantrekkingskracht. Cijfers uit het koopstromenonderzoek bevestigen dit.

2. Streven naar een duurzaam detailhandelsapparaat met levensvatbare elkaar aanvullende retailgebieden.

De detailhandelsstructuur in Breda is fijnmazig met winkelgebieden die elkaar overduidelijk aanvullen. In de binnenstad ligt de nadruk op niet-dagelijkse aankopen met een recreatief bezoekmotief. Winkelgebieden zoals de Woonboulevard XXL en Steenakker beschikken over een (zeer) uitgebreid niet-dagelijks aanbod met een overwegend doelgericht bezoekmotief. Het stadsdeelcentrum Hoge Vucht, maar ook de dorpscentra hebben een mix van dagelijks en niet-dagelijks winkelaanbod, terwijl in wijk- en buurtcentra de nadruk ligt op dagelijkse aankopen. Daarnaast zijn er ook nog specifieke winkelgebieden met stevige trekkers (o.a. Stada Stores) en grote solitaire winkels.

3. Versterken van het ondernemersklimaat in de gemeente en bieden van ruimte aan initiatieven om in te spelen op de dynamiek in de detailhandel.

Sinds 2010 heeft er een duidelijke verschuiving plaatsgevonden binnen de retail. Als gevolg van landelijke trends (o.a. toename internet) is het winkelbestand per saldo stevig afgenomen. Desondanks hebben er ook diverse nieuwe initiatieven plaatsgevonden, zoals uitbreiding van de Woonboulevard (+12.000 m² vwo), de ontwikkeling van Stada Stores, herstructurering van de Barones en Houtmarkt-passage. In de binnenstad is het winkelbestand afgenomen, daarentegen is het diversiteit groter geworden (o.a. toename horeca).

Monitoring criteria hoofddoelen

Criteria doelstelling 1

1) De hoge koopkrachtbinding van de inwoners van Breda handhaven en waar mogelijk versterken

In onderstaande tabel is de koopkrachtbinding weergegeven voor de dagelijkse en de niet-dagelijkse sector voor het jaar 2009, 2017 (meest recente onderzoek) en 2020 (indicatie huidige situatie).

Daaruit volgt dat de binding zowel in de dagelijkse als de niet-dagelijkse sector nog altijd hoog is. Hoewel sprake is van een lichte afname sinds 2009 is dit te verklaren vanuit (landelijk) veranderend consumentengedrag. De consument is mobieler en beter geïnformeerd en bereid om afstanden te overbruggen voor winkelaanbod/winkelgebieden die aansluiten bij de behoefte.

Tabel 1 Ontwikkeling koopkrachtbinding

	2009	2017	2020
Dagelijks	98%	96%	95%

Niet-dagelijks	91%	89%	89%
----------------	-----	-----	-----

Aanvullend zijn nog vier andere subcriteria geformuleerd:

- De omzet van buiten Breda in absolute zin verhogen;
- Toename van bezoek aan binnenstad en subcentra;
- Verhogen van de gemiddelde verblijfsduur binnenstad;
- Toename van aantal toeristische bezoeken en bezoekers.

Deze criteria zijn in voorliggende analyse niet getoetst vanwege het ontbreken van voldoende en/of betrouwbare informatie.

Criteria doelstelling 2

1) Een toename van het aantal vestigingen en m² wvo

Aan de hand van Locatus-gegevens kan de mutatie van het winkelbestand tussen 2010 en de huidige situatie worden gegeven. De grafiek hiernaast toont de mutatie van het aantal winkels. Het aantal dagelijkse winkels is sinds 2010 nagenoeg gelijk gebleven. Het aantal niet-dagelijkse winkels daarentegen is sterk afgenomen. Deze afname hangt in hoge mate samen met autonome ontwikkelingen zoals de opkomst van het internet.

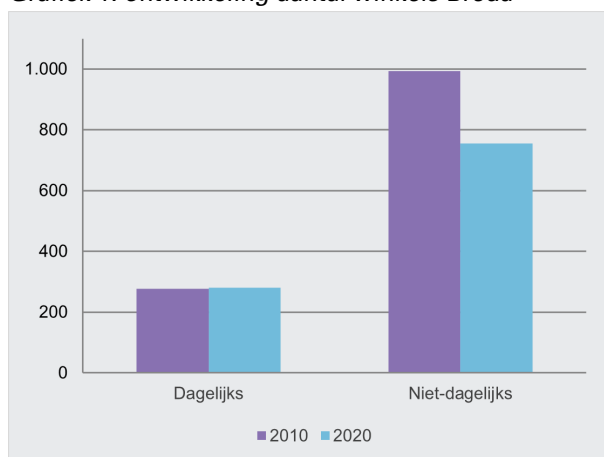
De omvang van het dagelijks winkelaanbod is tussen 2010 en 2020 toegenomen. Het niet-dagelijks aanbod is nagenoeg gelijk gebleven. Per saldo is de omvang toegenomen. Aangezien het aantal winkels per saldo sterk is afgenomen, betekent dit dat er een stevige schaalvergroting heeft plaatsgevonden. Hoewel de doelstelling een toename van het aantal vestigingen was, is dit beeld in lijn met landelijke trends.

2) Realisatie van versterking/modernisering van aangegeven bestaande winkelcentra

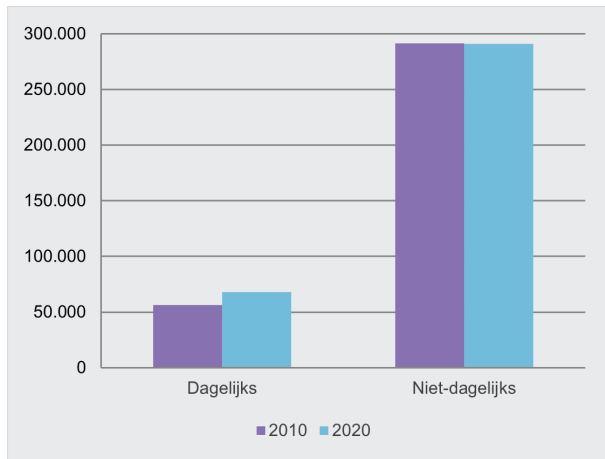
De volgende bestaande winkelcentra zijn in het vigerende beleid aangemerkt als te versterken/moderniseren:

- Het dagelijkse winkelaanbod in Hoge Vucht is gemoderniseerd en versterkt. Het niet-dagelijks winkelaanbod is afgenomen in lijn met landelijke trends.
- Brabantplein is vooralsnog niet opgewaardeerd als wijkcentrum met een tweede supermarkt.
- De Burcht is gemoderniseerd en het winkelaanbod is sterk uitgebreid.
- Dr. Struyckenplein is met een tweede supermarkt opgewaardeerd als buurtcentrum.
- De omvang van het winkelaanbod in de kern Teteringen is (beperkt) toegenomen. Herontwikkeling van De Scheperij moet nog plaatsvinden.
- Het winkelaanbod in Bavel gemoderniseerd en er heeft schaalvergroting plaatsgevonden (o.a. moderne supermarkt).

Grafiek 1: ontwikkeling aantal winkels Breda



Grafiek 2: ontwikkeling winkels in omvang m²



3) Realisatie van aangegeven nieuwe winkelcentra

De volgende winkelgebieden zijn in het vigerende beleid aangemerkt als nieuw winkelcentrum.

- Stada Stores is gerealiseerd. Het functioneert als een wijkwinkelcentrum met een bijzonder karakter, zowel voor dagelijkse (XL-supermarkt) als voor (frequent benodigde) niet-dagelijkse aankopen.
- In Belcrum dient op de lange termijn (na 2020) een nieuw buurtwinkelcentrum te worden gerealiseerd, waarbij wordt gestreefd naar verplaatsing van bestaande winkelaanbod. Dit als onderdeel van de ontwikkeling van het Havenkwartier.

Criteria doelstelling 3

1) Aantal nieuwe winkelformules

De winkelmarkt is sinds 2010 zeer dynamisch gebleken. In algemene zin staat de winkelmarkt onder druk en zijn veel winkelformules verdwenen, met name in de niet-dagelijkse sector. Breda heeft echter het voordeel van de grote stad (o.a. groot consumentendraagvlak) en is daardoor ook interessant voor nieuwe formules. Sinds 2010 zijn er in Breda divers nieuwe winkelformules geland, zoals: Dille & Kamille, AMAC, JD, YaYa en Kippie.

2) Aantal formules met hoge uniciteit

Breda behoort tot de grotere en aantrekkelijkere winkelsteden van Nederland en trekt jaarlijks een groot aantal bezoekers (o.a. hoge toevloeiing). Hierdoor is Breda ook een interessante vestigingsplaats voor winkels met hoge uniciteit.

Sinds 2010 zijn er in Breda diverse nieuwe winkelformules geland met een hoge mate van uniciteit, zoals: H&M Megastore, Nespresso, Scotch & Soda, L'occitane en Amac

3) Ontwikkeling schaalvergroting

Landelijk is een trend waarneembaar van schaalvergroting. Onderstaande tabel toont de gemiddelde omvang van dagelijkse en niet-dagelijkse winkels in Breda. Schaalvergroting is ook in Breda duidelijk zichtbaar, met name in de niet-dagelijkse sector.

Tabel 2 Gem. winkelomvang gemeente

	2009	2020
Dagelijks	193 m ²	220 m ²
Niet-dagelijks	293 m ²	384 m ²

Onderstaande tabel toont de gemiddelde winkelomvang in de binnenstad van Breda. Ook hier is sprake van schaalvergroting, hetzij in mindere mate. Behoud van kleinschaligheid in grote binnensteden is past bij de recreatieve functie (vergelijkend winkelen). Schaalvergroting in binnensteden is bovendien niet aantrekkelijk gelet op de hoge huurprijzen.

Tabel 3 Gem. winkelomvang binnenstad

	2009	2020
Dagelijks	106 m ²	127 m ²

Niet-dagelijks	192 m ²	193 m ²
----------------	--------------------	--------------------

Bijlage 6 Enquêteresultaten

Enquêteresultaten

In het kader van het nieuwe detailhandelsbeleid van de gemeente Breda is via een online enquête input opgehaald bij de winkelgebieden. De enquête is 53 keer ingevuld door respondenten uit 22 centrumgebieden. Uit 8 centrumgebieden is geen respons gekomen. De respons betreft veelal ondernemers (collectieven), vastgoed en bewonerscollectieven.

Toekomstperspectief

De helft van de respondenten is positief over het toekomstperspectief van het eigen winkelgebied. Ten aanzien van de impact van Corona zijn respondenten voor de korte termijn redelijk negatief, maar voor de lange termijn is men een stuk positiever. Per type centrumgebied zijn er verschillen:

- Respondenten uit het centrum geven aan dat er gerichte acties nodig zijn.
- Respondenten uit perifere gebieden geven aan dat de centra weerbaar en met concrete kansen.
- Respondenten in dorpscentra geven aan dat de centra weerbaar zijn met enkele aandachtspunten.
- De meningen in buurt- en wijkcentra zijn redelijk divers.

Centrum / Kernwinkelgebied

In het centrum zijn gerichte acties nodig, maar een deel van de respondenten acht het centrum ook weerbaar met aandachtspunten. Sterke aspecten zijn het aanbod, bereikbaarheid en parkeren. Aandachtspunten zijn uitstraling en openbare ruimte.

Concrete aandachtspunten zijn als volgt:

- Meer groen;
- Te veel aandacht voor horeca;
- Actieve leegstands aanpak;
- Meer aandacht voor leisure;
- Meer kansen voor starters.
- Meer ontmoetingsplekken voor een gastvrije binnenstad;
- Werken aan aantrekkelijke gevels;
- Betere bewegwijzering.

Ten aanzien van samenwerking geven respondenten aan dat er behoefte aan meer aanwezigheid van gemeente en Centrummanagement op straat, behoefte aan heldere ontwikkelrichting door de gemeente en dat er meer moet worden gekeken naar de behoefte van bewoners.

Binnenstedelijke centrumstraten

De binnenstedelijke centrumstraten zijn weerbaar met aandachtspunten. Sterke aspecten zijn het aanbod, ruimtelijke structuur, uitstraling en openbare ruimte. Aandachtspunten zijn bereikbaarheid en parkeren.

Concrete aandachtspunten zijn als volgt:

- "Hoe diverser het aanbod, hoe beter";
- "Meer speciaalzaken";
- Meer parkeermogelijkheden voor auto's en fietsers;
- Aanpak van fietswralen;
- Tegengaan van wonen in de plint;
- Vergroening.

Ten aanzien van samenwerking wordt aangegeven dat de handelingssnelheid van de gemeente omhoog moet

PDV-locaties

De PDV-locaties zijn weerbaar en met concrete kansen. Sterk punt is het aanbod. Aandachtspunt is bereikbaarheid.

Concrete aandachtspunten zijn als volgt:

- Duidelijke branching toepassen: "beperken tot huidige assortiment";
- Duidelijk zijn wat er waar mogelijk is;
- Betere concentratie van grootschalige winkels. "Nu zijn er veel solitaire grootschalige winkels";
- Autobereikbaarheid van Steenakker;
- Ontsluiting van de Woonboulevard XXL;
- Meer groen, ook op perifere locaties. Nu is het "te industrieel".

Wijk- en buurtcentra

Beoordelingen over de weerbaarheid lopen sterk uiteen. Sterke punten zijn veelal het aanbod en bereikbaarheid. Aandachtspunt in veel gebieden is de openbare ruimte. Concrete aandachtspunten zijn als volgt:

- Primaire focus op dagelijks aanbod in alle centra;
- Diversiteit van het aanbod in Heusdenhout, Heksenwiel en De Berg;

- Parkeercapaciteit in diverse centra;
- Meer groen in diverse centra;
- Aandacht voor openbare ruimte als ontmoetingsplek in diverse centra.

Ten aanzien van samenwerking wordt aangegeven dat een open communicatie tussen de gemeente, vastgoedpartijen en ondernemers gewenst is. Daarnaast is behoefte aan een vast aanspreekpunt bij de gemeente.

Dorpscentra











Dorpscentra zijn overwegend weerbaar met aandachtspunten. Sterke aspecten zijn het aanbod, bereikbaarheid en parkeren. Aandachtspunten zijn uitstraling en openbare ruimte. Concrete aandachtspunten zijn als volgt:

- Meer diversiteit van (vers)speciaalaanbod;
- Uitbreiding van dagelijks aanbod in Teteringen en modernisering van De Scheperij.
- Aandacht voor parkeren;
- Meer groen en beter onderhoud van openbare ruimte;
- Behoud van het dorpse karakter.


Ten aanzien de samenwerking wordt ingezet op het continueren, onderhouden en intensiveren van de samenwerking met de gemeente.

Bijlage 7 Toekomstperspectief winkelgebieden (rapport BRO, 2018)

Beoordeling toekomstperspectief winkelgebieden




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

Beoordeling toekomstperspectief winkelgebieden (vervolg)

Stadsdeel		Winkelgebied	Winkelgebiedstype	Toekomstperspectief
-----------	---	--------------	-------------------	---------------------

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


Beoordeling toekomstperspectief winkelgebieden (vervolg)

Stadsdeel		Winkelgebied	Winkelgebiedstype	Toekomstperspectief
West		Haagsemarkt	Wijkwinkelcentrum bijzonder karakter	Perspectief is redelijk goed, gezien aanwezige complete aanbod en aanvullende onderscheidende aanbod en uitstraling. Parkeren is een aandachtspunt. Verdere verschuiving van profiel naar recreatief verblijfsgebied is positief, mits voldoende ruimte voor het dagelijkse winkelaanbod / parkeren.
		Stada Stores		Toekomstperspectief is redelijk goed. Dit winkelcentrum heeft een ruim aanbod op dagelijks en efficiënt-recreatief i.c.m. goede bereikbaarheid en parke-

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

Beoordeling toekomstperspectief winkelgebieden (vervolg)

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

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