
BINNENSTAD BERGEN OP ZOOM

Onderbouwing Beleidsregels

17 februari 2023

RHO ADVISEURS



RHO ADVISEURS

DATUM 17 februari 2023

PROJECT Onderbouwing beleidsregels binnenstad Bergen op Zoom
PROJECTLEIDER ing. J.A. van Broekhoven
drs J.H.M. Seerden

OPDRACHTGEVER Gemeente Bergen op Zoom
PROJECTNUMMER 20211858

STATUS Definitief



INHOUD

1. Inleiding-vraagstelling	5
1.1 Inleiding	5
1.2 Vraagstelling	6
1.3 Aanpak	7
1.4 Leeswijzer	7
2. Analyse huidige situatie	8
2.1 Analyse huidige opbouw en samenstelling centrum Bergen op Zoom	8
2.2 Bergen op Zoom t.o.v. Benchmark.	9
2.2.1 Omvang en samenstelling centrumgebied	9
2.2.2 Horeca	11
2.2.3 Leegstand	11
2.3 Resultaten koopstroomonderzoek 2021	12
2.4 Conclusie huidige situatie	12
3. Ontwikkeling centrum Bergen op Zoom 2010 – 2022	13
3.1 Inleiding	13
3.2 Ontwikkeling aantal vestigingen	13
3.3 Ontwikkeling Winkelaanbod in m ² wvo	14
3.4 Leegstand - transformatie	14
4. Ontwikkeling centrum Bergen op Zoom 2010 – 2022 tov Benchmark	16
4.1 Inleiding	16
4.2 Ontwikkeling centrum Bergen op Zoom 2010 – 2022 tot de benchmark	16
4.2.1 Winkelvloeroppervlak detailhandel	17
4.2.2 Opbouw centrumgebied	17
4.2.3 Leegstand	18
5. Ontwikkeling 2010 – 2022 ten opzichte van vergelijkbare centrumgebieden	19
5.1.1 Centrumgebieden met een vergelijkbaar aantal winkels in 2010	19
5.1.2 Centrumgebieden met een vergelijkbare omvang van het winkelvloeroppervlak in m ² wvo	20
5.1.3 Centrumgebieden met een vergelijkbare omvang van het winkelvloeroppervlak in de centrumbranches	21
5.1.4 Conclusie	22
6. Trends en ontwikkelingen	23
6.1 Detailhandel	23
6.2 Horeca	25
6.3 Overige functies	26
7. prognose omvang winkel, horeca en overig aanbod	27
7.1 Te verwachten omvang winkelaanbod in het centrumgebied van Bergen op Zoom	27

7.2	Te verwachte omvang van het horeca-aanbod in het centrumgebied van Bergen op Zoom	28
7.3	Te verwachte totale omvang van het totale aanbod commerciële voorzieningen in het centrumgebied van Bergen op Zoom	29
8.	De planologische situatie	30
8.1	Detailhandel	30
8.2	Horeca	30
8.3	Overige functies	31
8.4	Conclusie	31
9.	Toets voorgesteld beleid aan trends en ontwikkelingen	33
9.1	Inleiding	33
9.2	Aanpassing vestigingsmogelijkheden op basis van het voorgesteld beleid – de beleidsregels	34
9.3	Wat betekent dit beleid voor de omvang van de planologische capaciteit voor winkels, horeca en wonen.	35
9.3.1	Detailhandel in de vorm van winkels:	35
9.3.2	Horeca	36
9.4	Conclusie beleid ↔ plancapaciteit	38
9.4.1	Beschikbare plancapaciteit	38
9.4.2	Behoeftte aan plancapaciteit detailhandel, horeca en ambachten/diensten e.d.	38
9.4.3	Beschikbare plancapaciteit ↔ behoefte aan plancapaciteit horeca	39
Bijlage 1	Overzicht uitbreiding vestigingsmogelijkheden voor horeca op pleinen en plekken	40

1. INLEIDING-VRAAGSTELLING

1.1 Inleiding

De gemeente Bergen op Zoom heeft te maken met een omvangrijke en structurele leegstand in de binnenstad. Meer dan 20% van het aantal panden en meer dan 30% van het totale beschikbare commerciële oppervlakte in het huidige kernwinkelgebied staat leeg. De leegstand wordt veroorzaakt door het veranderende consumentengedrag waardoor de positie van Bergen op Zoom als winkelstad is veranderd en het aantal winkels in dit gebied de afgelopen jaren sterk is terug gelopen. De leegstaande winkelpanden hebben een negatief effect op de kwaliteit van het centrumgebied en beïnvloeden de belevingswaarde sterk negatief.

Een vitale binnenstad is voor Bergen op Zoom van groot maatschappelijk en economisch belang. Daarom hebben de gemeente Bergen op Zoom, samen met o.a. de provincie Noord-Brabant een beleid ingezet om te komen tot een compacter centrum dat toekomstbestendig en levendig is, gericht op transformatie van niet gebruikte winkelpanden, waardoor de leegstand wordt verminderd.

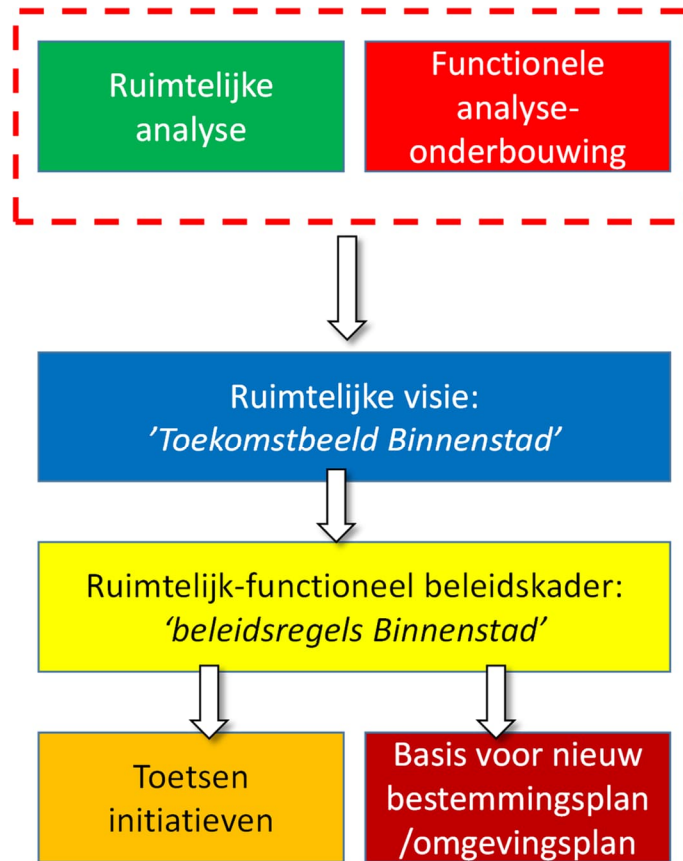
De binnenstad moet van een 'place to buy' transformeren naar een 'place to be'. Dit is een omslag van vooral winkelen naar een mix van winkelen, horeca en verblijven, wonen en werken. Deze functieomslag is van groot belang, ook om de kwaliteit en het functioneren van het centrum als commercieel centrum en hart van de stad te versterken. Gebleken is dat er veel vraag naar wonen in de binnenstad. Daarnaast zien de afgelopen jaren ook nieuwe horeca en andere functies zoals, kantoor-, leisure-, sport- en ambachtelijke functies in de binnenstad.

Alle initiatieven voor bouw/verbouw en ander gebruik moeten momenteel worden getoetst aan het bestemmingsplan binnenstad. Dit bestemmingsplan is 12 jaar geleden vastgesteld door de gemeenteraad en is gebaseerd op onderzoek dat inmiddels 15 jaar oud is. Omdat er momenteel geen ander actueel beleidskader beschikbaar is, is het (zonder ongewenste precedentwerking) niet goed mogelijk om af te wijken van het vigerende bestemmingsplan. Hierdoor worden enerzijds gewenste ontwikkelingen die positief zijn voor de binnenstad belemmerd, terwijl anderzijds ontwikkelingen die ongewenst zijn voor het goed functioneren van de binnenstad niet worden tegengehouden.

Een nieuwe set beleidsregels vormt een nieuw toetsingskader voor initiatieven. Op basis van dit - door de gemeenteraad vastgestelde - nieuwe toetsingskader kan (op termijn) het bestemmingsplan worden aangepast. Vooruitlopend daarop kunnen initiatieven, die afwijken van het bestemmingsplan aan dit nieuwe toetsingskader worden getoetst in plaats van aan het vigerende bestemmingsplan.

- Zo ontstaat de mogelijkheid dat initiatieven, die vanuit huidig perspectief gewenst zijn, wel kunnen worden gerealiseerd, omdat er dan een vastgesteld beleidskader is dat dit afwijken onderbouwd.
- Het beleidskader is ook een basis voor het aanpassen van het huidige bestemmingsplan (in het omgevingsplan). Wanneer er naast een nieuw beleidskader ook een actuele juridische regeling in het omgevingsplan is vastgesteld, kunnen ook ongewenste ontwikkelingen kunnen worden tegengehouden.

De opgestelde beleidsregels zijn gebaseerd op de visie voor de toekomst van de binnenstad 'Toekomstbeeld Binnenstad'. In deze visie is, vanuit met name de veranderde winkelfunctie van het centrum van Bergen op Zoom een ruimtelijke visie uitgewerkt om het winkelgebied compacter te maken, de ruimtelijke- en verblijfskwaliteit van de binnenstad verder te versterken, het gebied te verduurzamen en vergroenen en de woon- en werkfunctie van de binnenstad verder te versterken. Oftewel de visie geeft richting aan het transformeren van een belangrijk deel van de binnenstad van een "place to buy" naar een "place to be".



De terugloop van de winkelfunctie en de leegstand zijn omvangrijk. De transformatie-opgave is daarom groot. Daarom moet worden nagedacht in welk deel van de binnenstad nog het accent op winkelen blijft liggen en waar moet worden nagedacht over andere functies zoals wonen.

- Waar wordt straks het winkelen logischerwijs geconcentreerd?
- Waar past een gemengder profiel met meer wonen en andere functies beter?
- Hoe kan het (compacte) winkelgebied aantrekkelijker worden gemaakt door o.a. horeca concentraties die het winkelgebied opdelen en de belevingswaarde versterken? Welke andere functies zijn wenselijk voor de levendigheid en uitstraling van het centrum?

Het planologisch mogelijk maken van functies is niet hetzelfde als het daadwerkelijk realiseren van functies (winkels-woningen – horeca e.d.).

- **Niet op alle locaties waar winkels of horeca planologisch mogelijk zijn gemaakt zullen zich ook daadwerkelijk winkels of horecagelegenheden vestigen.**
- **Het kan ook zijn dat zich op een locatie waar in de toekomst horeca mogelijk of gewenst is, nu een winkel is gevestigd die nog jaren prima kan functioneren, ook eventueel met horeca als burens.**

1.2 Vraagstelling

In deze notitie wordt de volgende vraagstelling beantwoord.

Sluit het voorgenomen beleid, zoals verwoord in de beleidsregels binnenstad (en de visie: toekomstbeeld binnenstad”),

- enerzijds aan bij de ontwikkeling die Bergen op Zoom de afgelopen jaren heeft doorgemaakt
- anderzijds aan bij de actuele trends in de detailhandel en horeca en ontwikkelingen in vergelijkbare centrumgebieden en de kansen die dit biedt in combinatie met visie uit het toekomstbeeld en de aangepaste beleidsregels.

Welke ruimtelijke en planologische randvoorwaarden in aansluiting hierop van belang zijn om het beoogde winkel- en horeca-aanbod optimaal te laten functioneren en optimaal in te spelen op dit actuele consumentengedrag, zodat wordt gekomen tot een toekomstbestendig en levendig centrumgebied.

1.3 Aanpak

In de binnenstad van Bergen op Zoom is sprake van verandering in de regiofunctie en krimp in de winkelfunctie door veranderend koopgedrag. Dit veroorzaakt de leegstand. In een dergelijke situatie is een traditioneel distributieplanologische marktberkening geen goede methode om te komen tot een functioneel toekomstbeeld van de binnenstad.

Gekozen is daarom voor een aanpak waarbij de ontwikkeling van het centrumgebied van Bergen op Zoom wordt geplaatst in trends in koop- en winkelgedrag en de ontwikkeling van centrumgebieden in de afgelopen 12 jaar in het algemeen en vergelijkbare centrumgebieden in het bijzonder. In 2010 waren de effecten van de economisch crisis en van het online kopen nog niet zichtbaar in de centrumgebieden. Deze zijn pas daarna echt zichtbaar geworden in de omvang en samenstelling aanbod aan winkels, horeca en andere functies en in de leegstand

De ontwikkeling van het aanbod aan winkels – horeca en andere commerciële functies geeft een goed beeld van de ontwikkeling die het centrum van Bergen op Zoom de afgelopen jaren heeft doorgemaakt. Door dit te vergelijken met vergelijkbare (binnen) steden ontstaat een goed beeld van hoe Bergen op Zoom de afgelopen periode heeft gepresteerd en wat realistische scenario's kunnen zijn voor een binnenstad als Bergen op Zoom.

1.4 Leeswijzer

Eerst wordt een analyse uitgevoerd van de actuele functionele situatie in het centrumgebied – de binnenstad van Bergen op Zoom. Deze situatie wordt vergeleken met de relevante benchmark van centrale winkelgebieden in kernen met een vergelijkbaar inwonertal.

Vervolgens wordt in hoofdstuk 3 de functionele ontwikkeling van het centrum van Bergen op Zoom in de periode 2010 – 2022 in kaart gebracht. Wat was de ontwikkeling van de detailhandel, de horeca, andere functies zoals ambacht e.d. en de leegstand in Bergen op Zoom. Was deze ontwikkeling in Bergen op Zoom anders dan centrumgebieden van kernen met een vergelijkbaar aantal inwoners (hoofdstuk 4) of anders dan in vergelijkbare centrumgebieden qua omvang en samenstelling van het winkelaanbod (hoofdstuk 5). Op basis van deze analyse ontstaat inzicht in wat er daadwerkelijk is gebeurd welke trends er zijn te onderscheiden over de afgelopen jaren en hoe dit moet worden beoordeeld.

In hoofdstuk 6 wordt vooruitgekeken op basis van trends en ontwikkelingen in centrumgebieden en in de sectoren detailhandel, horeca en andere functies. Dit geeft inzicht in wat er op centrumgebieden af komt en welke kansen en bedreigingen te verwachten zijn.

In hoofdstuk 7 wordt op basis van het voorgaande een prognose gemaakt van de te verwachten omvang van de winkel, horeca en ander commercieel aanbod en daarmee de behoefte aan plancapaciteit. In hoofdstuk 9 wordt, een beschrijving gegeven van de huidige plancapaciteit. Tenslotte wordt in hoofdstuk 9 het beoogde beleid beschreven en uitgewerkt in het effect op de plancapaciteit. Dit wordt vervolgens geconfronteerd met de behoefte zowel kwantitatief als kwalitatief. Op basis hiervan wordt getoetst of het voorgestelde beleid past bij de te verwachten en gewenste ontwikkeling van het centrumgebied van Bergen op Zoom.

2. ANALYSE HUIDIGE SITUATIE

2.1 Analyse huidige opbouw en samenstelling centrum Bergen op Zoom

Het centrumgebied van Bergen op Zoom telde in mei 2022 in totaal 447 panden met een (potentieel) commerciële invulling, die een totaal (voor publiek toegankelijk) oppervlak hebben van 59.151 m² wvo. Hiervan zijn 365 panden met een totaal oppervlak van 44.485 m² wvo in gebruik en staan er 82 panden (14.666) m² wvo leeg of worden verbouwd.

Dit houdt in dat 18% van alle panden en 25% van het beschikbare commerciële oppervlakte leeg staat. De leegstand in Bergen op Zoom is relatief heel hoog binnen Nederland.

De opbouw van het centrumgebied in commerciële functies is weergegeven in tabel 2.1

Tabel 1: Het centrum van Bergen op Zoom (Locatus hoofdwinkelgebied, mei 2022)

leegstand	82	14.666	opbouw		opbouw aanbod	
			winkelaanbod	m ² wvo	commerciële	functies
			panden	m ² wvo	panden	m ² wvo
00.000-Leegstand	68	12.462				
00.100-Verbouw	14	2.204				
actieve winkels	182	30.356	100%	100%	50%	68%
11.010-Levensmiddelen	25	3.445				
11.020-Persoonlijke Verzorging	10	1.757				
Dagelijkse goederen	35	5.202	19%	17%	10%	12%
22.030-Warenhuis	1	1.393				
22.040-Kleding & Mode	57	9.534				
22.050-Schoenen & Lederwaren	9	1.268				
22.060-Juwelier & Optiek	12	950				
22.070-Huishoudelijke- & Luxe Ar	10	1.401				
Centrumbranches	89	14.546	49%	48%	24%	33%
22.080-Antiek & Kunst	2	290				
35.100-Sport & Spel	8	2.329				
35.110-Hobby	5	268				
35.120-Media	4	1.075				
37.130-Plant & Dier	1	20				
37.150-Bruin & Witgoed	9	1.152				
37.160-Auto & Fiets	3	811				
37.170-Doe-Het-Zelf	1	70				
37.180-Wonen	10	3.368				
38.200-Detailhandel Overig	15	1.225				
Overig niet-dagelijkse goederen	58	10.608	32%	35%	16%	24%
actieve horeca	84	7.601			23%	17%
59.200-Dranken	22	1.462				
59.210-Eten	38	4.341				
59.400-Fastfood	18	1.118				
59.500-Koffie & Desserts	3	130				
59.700-Hotels	3	550				
overige functies	99	6.528			27%	15%

Wanneer we kijken naar winkels en horeca dan telt het centrumgebied van Bergen op Zoom 182 winkels en 84 horecavestigingen.

De leegstaande panden betreffen vooral winkel en horeca panden. Wanneer we de leegstand hier aan het aantal in gebruik zijnde panden voor winkels en horeca, dan staat 1 op 3,2 in gebruik zijnde winkel- of horecapanden leeg.

Het centrum bestaat niet alleen uit winkels. Van de panden die in gebruik zijn in de binnenstad van Bergen op Zoom is slechts 50% van de panden en 68% van het m² wvo in gebruik als winkel. Van het aantal panden is 23% in gebruik voor horeca en 27% in gebruik voor andere functies. Duidelijk is dat het centrumgebied uit veel meer dan winkels bestaat.

2.2 Bergen op Zoom t.o.v. Benchmark.

Bergen op Zoom heeft als kern momenteel ruim 53.000 inwoners. Met dit inwonertal zit Bergen op Zoom op het snijvlak van 2 benchmarkgroepen, namelijk kernen met tussen de 30 – 50.000 inwoners en kernen met tussen de 50 – 100.000 inwoners. We zullen in het navolgende steeds de vergelijking met beide benchmarkgroepen maken.

2.2.1 Omvang en samenstelling centrumgebied

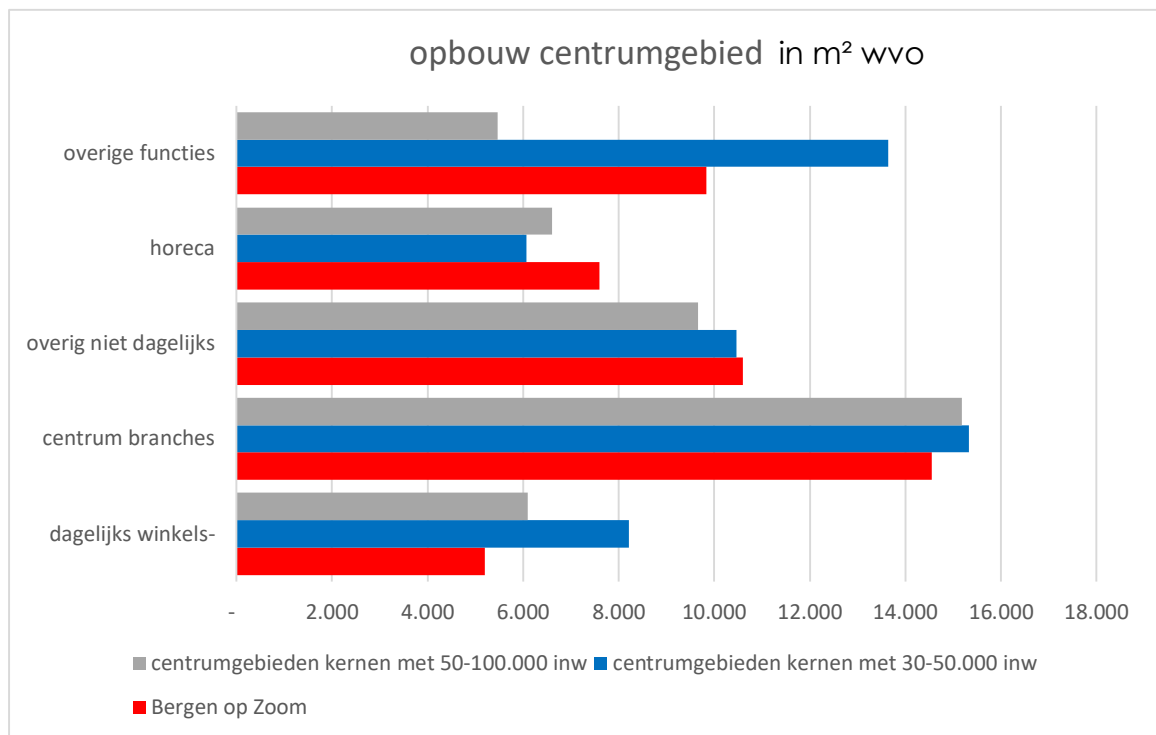
Het centrumgebied van Bergen op Zoom telt een relatief groot aantal commerciële bedrijven/functies (winkels en horeca en overig) in verhouding tot centrumgebieden van kernen met een vergelijkbaar inwonertal. Waar het centrumgebied/hoofdwinkelgebied van Bergen op Zoom 365 bedrijven, waaronder 182 winkels telt, is dit gemiddeld in centrumgebieden van kernen met een vergelijkbaar inwonertal ca. 270 bedrijven, waaronder ca. 150 winkels. Waar het aantal winkels in het centrumgebied relatief groot is in Bergen op Zoom, geldt dit niet voor het aanwezige winkelvloeroppervlak dat als winkel in gebruik is. Dit is momenteel in Bergen op Zoom ruim 30.000 m² wvo, terwijl dat in centrumgebieden van kernen met een vergelijkbaar inwonertal ca. 32.500 m² wvo bedraagt. De gemiddelde omvang van de winkels, maar ook van de andere bedrijven is in het centrum van Bergen op Zoom relatief klein, wat verklaard kan worden door de historische binnenstad, met relatief kleine panden.

De opbouw van het centrumgebied in consumentgerichte functies (winkels, horeca en overige consumentgerichte diensten) wijkt in Bergen op Zoom wijkt af van de benchmark (zie figuur 2.1 en tabel 2.2.).

- 50% van het aantal panden en 67% van het verkoopvloeroppervlak in Bergen op Zoom is in gebruik voor detailhandel. Dat is iets minder dan in de Benchmark. Het aandeel horeca en ambacht is relatief hoog in het centrum van Bergen op Zoom, zowel naar aantal vestigingen als naar m² wvo.
- Het winkelaanbod in dagelijkse goederen (levensmiddelen en persoonlijke verzorging) is klein in Bergen op Zoom, zowel absoluut als relatief.
- De omvang van het winkelaanbod (in m² wvo) aan centrumbranches (mode en luxeartikelen) is in het centrum van Bergen op Zoom iets kleiner dan gemiddeld in het benchmark, terwijl de omvang het winkelaanbod in overige niet dagelijkse goederen is iets groter dan gemiddeld.
- De omvang van het horeca aanbod in het centrum van Bergen op Zoom is groter dan gemiddeld in kernen met een vergelijkbaar inwonertal in Nederland. Dit is historisch en cultureel bepaald (bourgondisch), waarbij vooral het aantal cafés groter is dan gemiddeld.

Per saldo vallen vooral het relatief kleine aanbod aan winkels in dagelijkse goederen en het relatief grote horeca en aanbod in het centrumgebied op.

Figuur 2.2 opbouw centrumgebied Bergen op Zoom naar in gebruik zijnde commerciële functies t.o.v. kernen met een vergelijkbaar inwonertal (Bron: Locatus mei 2022)



Tabel 2.2 opbouw centrumgebied Bergen op Zoom naar in gebruik zijnde commerciële functies t.o.v. kernen met een vergelijkbaar inwonertal (Bron: Locatus mei 2022)

aantal vestigingen						
	winkel dagelijks	winkel niet-dagelijks	Totaal detailhandel	horeca	ambacht	overig
Bergen op Zoom	10%	40%	50%	23%	16%	11%
benchmark 30-50.000 inw.	13%	44%	57%	21%	12%	9%
benchmark 50-100.000 inw.	11%	39%	51%	25%	13%	11%
m² wvo						
	winkel dagelijks	winkel niet-dagelijks	Totaal detailhandel	horeca	ambacht	overig
Bergen op Zoom	12%	56%	67%	17%	6%	10%
benchmark 30-50.000 inw.	18%	56%	74%	13%	4%	9%
benchmark 50-100.000 inw.	14%	57%	71%	15%	4%	9%

2.2.2 Horeca

Zoals in het voorgaande aangegeven heeft Bergen op Zoom in het centrumgebied een relatief groot horeca aanbod. Wanneer we inzoomen op dit aanbod dan blijkt dat dit groot aanbod met name de branche dranken (cafés) betreft. Het aantal restaurants is ook groter, maar ze gemiddeld zijn relatief klein, waardoor het totale oppervlak vergelijkbaar is. Wanneer we de cafés buiten beschouwing laten, is het horeca aanbod min of meer vergelijkbaar met andere centrumgebieden, zeker in zuid Nederland.

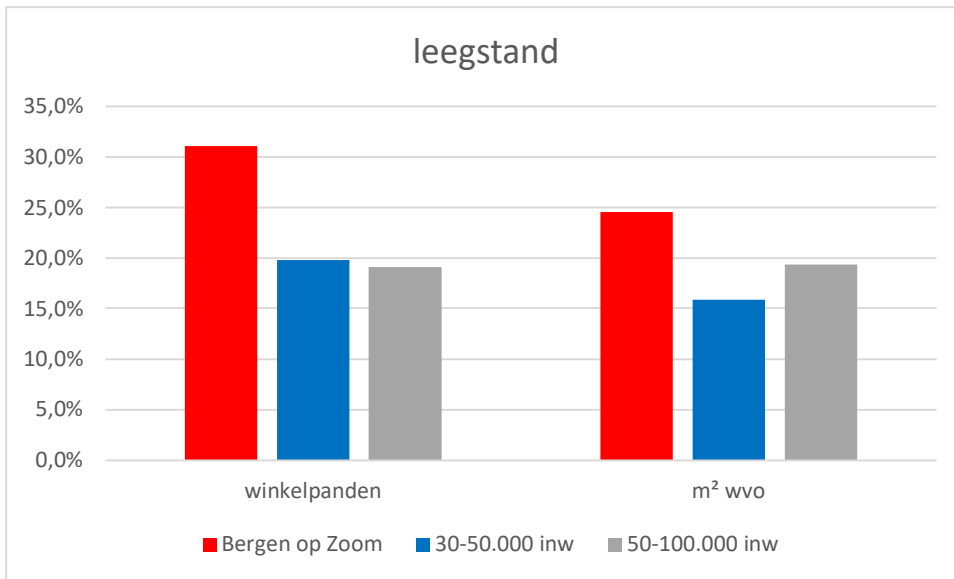
Tabel 2.3 opbouw horeca aanbod centrumgebied Bergen op t.o.v. kernen met een vergelijkbaar inwonertal (Bron: Locatus mei 2022)

omvang en samenstelling horecaaanbod						
soort horeca	aantal vestigingen			oppervlak		
	Bergen op Zoom	30 - 50.000 inw	50 - 100.000 inw	Bergen op Zoom	30 - 50.000 inw	50 - 100.000 inw
Dranken	22	7	9	1.462	659	828
Eten	38	30	32	4.341	3.987	4.300
Fastfood	18	16	17	1.118	783	831
Koffie & Desserts	3	3	3	130	153	184
Hotels	3	2	2	550	315	255
Horeca Ov.	0	2	2	0	172	207
opbouw horeca in centrumgebied						
soort horeca	aantal vestigingen			oppervlak		
	Bergen op Zoom	30 - 50.000 inw	50 - 100.000 inw	Bergen op Zoom	30 - 50.000 inw	50 - 100.000 inw
Dranken	26%	13%	14%	19%	11%	13%
Eten	45%	51%	50%	57%	66%	65%
Fastfood	21%	27%	26%	15%	13%	13%
Koffie & Desserts	4%	4%	4%	2%	3%	3%
Hotels	4%	3%	3%	7%	5%	4%
Horeca Ov.	0%	3%	3%	0%	3%	3%

2.2.3 Leegstand

De leegstand (als % van het aanwezige winkelaanbod+ leegstand) in het centrum van Bergen op Zoom is zowel in aantal panden als in oppervlak groter in dan het gemiddelde centrumgebieden van kernen met een vergelijkbare omvang. Er staat vooral relatief groot aandeel panden leeg. In Bergen op Zoom is dit meer dan 30% van het aantal potentiële winkelpanden (winkelpanden in gebruik + leeg). Dat is ruim 1/3 meer dan in de benchmark. Ook naar winkelvloeroppervlak is de leegstand relatief groot. Waar in Bergen op Zoom bijna 25% van het (potentiële) winkelvloeroppervlak leeg staat in het centrum, is dit in deze kerngrootteklasse gemiddeld 16% tot 19%.

Figuur 2.1 leegstand centrumgebied Bergen op Zoom (in verhouding tot t.o.v. kernen met een vergelijkbaar inwonertal (Bron: Locatus mei 2022)



2.3 Resultaten koopstroomonderzoek 2021

In 2021 is het koopstroomonderzoek voor onder andere Noord-Brabant uitgevoerd. Hierdoor zijn actuele gegevens over het winkelgedrag en de beoordeling van het centrumgebied van Bergen op Zoom beschikbaar. Uit de resultaten van dit koopstroomonderzoek kunnen de volgende conclusies worden getrokken voor het centrum/binnenstad van Bergen op Zoom.

- Het centrumgebied vervult, meer dan andere centrumgebieden vooral een functie voor de eigen inwoners. Het aandeel van de omzet van consumenten van buiten de gemeente op het gebied van recreatief winkelen (de belangrijkste branchegroep in het centrum) is met 35% een stuk lager dan in vergelijkbare centrumgebieden (45%).
- De relatief sterker gerichtheid op de eigen gemeente blijkt ook uit de relatief gemiddeld korte verblijfsduur en het relatief hoge aandeel bezoekers dat het centrum te voet en met de fiets bezoekt. In vergelijkbare kernen is de verblijfsduur langer en bezoeken meet consumenten het centrum met de auto.
- Relatief meer mensen geven dan ook aan dat zij vooral voor dit centrumgebied kiezen en het bezoeken omdat het dicht bij huis of het werk is. De omvang en kwaliteit van het winkelaanbod en de sfeer en uitstraling van het winkelgebied worden relatief weinig genoemd als motief om het centrumgebied te bezoeken.
- Een verklaring hiervoor kan liggen in de zowel relatief als absoluut lage waardering die men uitspreekt voor de kwalitatieve en ruimtelijke aspecten van het centrumgebied. Dit is opvallend omdat Bergen op Zoom als mooie historische binnenstad hierbij een groot voordeel zou moeten hebben. De grote leegstand en daarmee gepaard gaande rommelig straatbeeld drukken waarschijnlijk een zware stempel op de beleving van de kwaliteit van het gebied.
- Alleen de fietsbereikbaarheid en de kwaliteit van de horeca scores vergelijkbaar met de benchmark.

2.4 Conclusie huidige situatie

Op basis van de analyse van de huidige situatie ontstaat een weliswaar herkenbaar, maar daardoor niet minder zorgwekkend beeld van het functioneren en de kwaliteit van het centrumgebied. Ondanks het sterke "decor" van de historische binnenstad en de goede waardering voor het horeca-aanbod, wordt de binnenstad relatief slecht gewaardeerd. Het kan niet anders dan dat de grote leegstand hier een belangrijke rol bij speelt. In totaal staat 30% van het aantal winkelpanden leeg. 3 van de 10 panden staan leeg. De "jas" van het centrumgebied aan heeft is mooi, maar momenteel veel te groot. Hierdoor past de structuur van het centrumgebied niet meer bij de aanwezige met name winkelfuncties. Hierdoor komt ook de intrinsieke kwaliteit van de historische omgeving niet tot zijn recht.

3. ONTWIKKELING CENTRUM BERGEN OP ZOOM 2010 – 2022

3.1 Inleiding

De huidige situatie in de binnenstad van Bergen op Zoom is in de afgelopen jaren ontstaan. Om de huidige situatie te begrijpen is daarom het goed om de ontwikkeling sinds 2010 te analyseren. Zo wordt duidelijk wat er in de binnenstad is gebeurd en of er sprake is van een doorlopende trend of incidenten.

3.2 Ontwikkeling aantal vestigingen

In het algemeen zien we sinds 2010 een forse terugloop is van het aantal vestigingen van commerciële publieksgerichte functies (winkels, horeca en diensten/ambacht) in het centrumgebied van Bergen op Zoom. In deze periode is het aantal vestigingen met 25% afgenomen. De afname varieert sterk per soort functie

- Het aantal winkels nam het sterkste af, met 35%. Het betreft vooral winkels in niet-dagelijkse goederen waar het aantal winkels terug is gelopen van 239 naar 147, een afname van 38%. Het betrof vooral kleding en schoenenwinkels. In de sector dagelijkse goederen (boodschappen doen) nam het aantal vestigingen slechts af met 15%.
- De afname van het aantal vestigingen in andere functies is veel kleiner.
- Het aantal horecavestigingen in de binnenstad nam af met 11% van 94 naar 84. Het aantal andere functies (zoals cultuur, ontspanning, ambacht, zakelijke dienstverlening e.d.) nam 12% af.
- Het aantal vestigingen in ambacht nam in deze periode echter juist toe van 48 naar 59. Een toename van 23%. Ambacht maakt daarmee inmiddels bijna 1/3 uit van het aantal commerciële vestigingen in het centrumgebied. Dat was in 2010 nog 17%.

Tabel 3.1 ontwikkeling aantal vestigingen in de binnenstad van Bergen op Zoom 2010 – 2022 (bron Locatus)

aantal winkels in hoofdwinkelgebied				Bergen op Zoom			
	actieve winkels	actieve horeca	overige functies	dagelijks	niet dagelijks	centrum branches	overig niet dagelijks
2010	280	94	113	41	239	132	148
2015	248	85	88	40	208	123	125
2020	197	86	95	32	165	94	103
2022	182	84	99	35	147	89	93
ontwikkeling: 2010 = 100							
	actieve winkels	actieve horeca	overige functies	dagelijks	niet dagelijks	centrum branches	overig niet dagelijks
2010	100	100	100	100	100	100	100
2015	89	90	78	98	87	93	84
2020	70	91	84	78	69	71	70
2022	65	89	88	85	62	67	63
verhouding tussen functies in aantal vestigingen							
	centrumfuncties			soorten winkels			
	actieve winkels	actieve horeca	overige functies	dagelijks	niet dagelijks	centrum branches	overig niet dagelijks
2010	57%	19%	23%	15%	85%	47%	53%
2015	59%	20%	21%	16%	84%	50%	50%
2020	52%	23%	25%	16%	84%	48%	52%
2022	50%	23%	27%	19%	81%	49%	51%

3.3 Ontwikkeling Winkelaanbod in m² wvo

Waar tussen 2010 en 2022 het aantal winkels met 35% af nam, nam het daarmee samenhangende winkelvloeroppervlak zelfs af met 40%: van ruim 50.000 m² wvo in 2010 naar ruim 30.000 m² wvo in 2022.

- De terugloop is het grootste in de typische centrumbranches (kleding, schoeisel en luxeartikelen). In deze branchegroep is de omvang van het winkelvloeroppervlak met 42% is teruggelopen: van ruim 25.000 m² wvo naar minder dan 15.000 m² wvo. Vooral veel ketens zijn in deze periode uit Bergen op Zoom vertrokken.
- In de kleinere branchegroep overige niet dagelijkse goederen (media, woninginrichting, e.d.) was de terugloop zelfs 45%: van ruim 19.000 m² wvo naar 10.600 m² wvo.
- De gemiddelde omvang van de overblijvende winkels liep terug van gemiddeld 181 m² wvo naar 167 m² wvo. Er verdwenen dus per saldo meer grotere winkels dan kleine winkeltjes.

Tabel 3.2 Ontwikkeling aanwezig winkelvloeroppervlak in actieve winkels in de binnenstad van Bergen op Zoom 2010 – 2022 (bron Locatus)

	m ² wvo winkels totaal	dagelijks winkels-	centrum branches	overig niet dagelijks	Totaal niet dagelijks	gemiddelde omvang actieve winkels
2010	50.547	5.945	25.254	19.348	44.602	181
2015	45.972	4.963	24.393	16.616	41.009	185
2020	33.983	4.680	14.733	14.570	29.303	173
2022	30.356	5.202	14.546	10.608	25.154	167
ontwikkeling: 2010 = 100						
	m ² wvo winkels	dagelijkse goederen	centrum branches	overig niet dagelijks	Totaal niet dagelijks	gemiddelde omvang actieve winkels
2010	100	100	100	100	100	100
2015	91	83	97	86	92	103
2020	67	79	58	75	66	96
2022	60	88	58	55	56	92

3.4 Leegstand - transformatie

De terugloop in aantal winkels heeft geleid tot een forse leegstand in de binnenstad van Bergen op Zoom. De leegstand was in 2010 al hoog, maar is sindsdien sterk toegenomen.

- Het aantal leegstaande panden in het centrumgebied is toegenomen van 51 naar 82 panden.
- Het leegstaande winkelvloeroppervlak is toegenomen van 7.000 m² wvo naar 14.600 m² wvo. Sinds 2020 is de leegstand een klein beetje afgenomen.

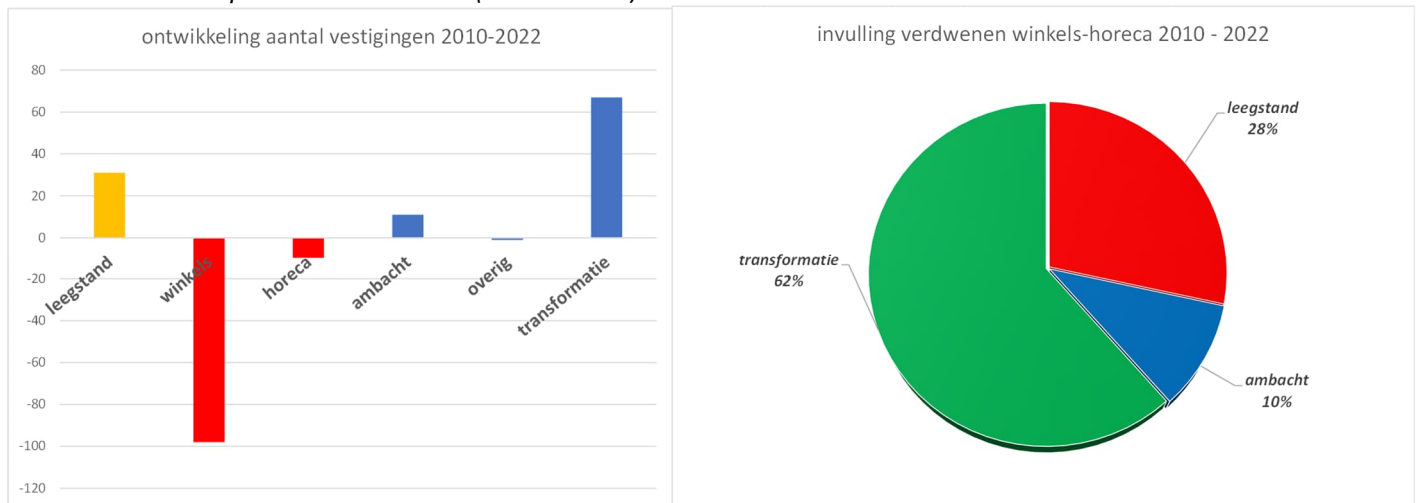
Toch is de leegstand veel kleiner dan je zou verwachten uit de terugloop van het aantal vestigingen van commerciële functies.

- Het aantal vestigingen van winkels, horeca en ambachten e.d. nam tussen 2010 en 2022 af met 108 vestigingen, terwijl het aantal leegstaande panden slechts toenam met 31.
- De afname van het aantal “gevulde” winkelmeters bedroeg 20.200 m² wvo, terwijl de toename van leegstaande winkelmeters ruim 7.600 bedroeg.

Dat betekent dat 67 panden en ruim 12.500 m² wvo winkel tussen 2010 en 2022 zijn getransformeerd naar andere functies. Er heeft zich in deze periode dus feitelijk al een enorme transformatie voorgedaan. 62% van het aantal panden waar

winkels/horeca is verdwenen is getransformeerd. Het aanbod aan beschikbare panden voor winkelruimte en horeca is hiermee blijvend kleiner is geworden.

Figuur 3.2 ontwikkeling aantal vestigingen , leegstand en transformatiebergen op Zoom (het hoofdwinkelgebied) iin de periode 2010 – 2022 (bron Locatus)



4. ONTWIKKELING CENTRUM BERGEN OP ZOOM 2010 – 2022 TOV BENCHMARK

4.1 Inleiding

Om de geschetste situatie en ontwikkeling en in Bergen op Zoom te kunnen duiden, is het goed om dit in perspectief te zetten. Is de terugloop van het aantal winkels en winkelvloeroppervlak winkels in het centrum in Bergen op Zoom vergelijkbaar met andere binnensteden? Is de toename van de leegstand erger? Is de ontwikkeling van de horeca en andere functies vergelijkbaar?

In het KSO wordt al vermeld dat het aantal winkels in 5 jaar totaal met 9% was afgenomen. In de vergelijkbare periode nam het aantal winkels in het centrum van Bergen op Zoom echter af met ca. 20%.

Uit het KSO 2021

Winkels maken plaats voor horeca, diensten en ontspanning en (transformatie naar) woningen
 In de afgelopen vijf jaar (2016-2021) nam het aantal winkels in het onderzoekgebied met 9% af, opmerkelijk genoeg (en mogelijk als gevolg van de steunmaatregelen) met een vertraging in coronatijd. Uitgedrukt in vierkante meters detailhandel ging het om een daling van 1%. Het verlies aan winkels is ten dele gecompenseerd met horeca (+7,6%), vooral bezorgen/halen, lunchrooms en koffiebars en café-restaurants.² Daarnaast weten we uit een inventarisatie³ van Locatus dat veel winkelaanbod ook

4.2 Ontwikkeling centrum Bergen op Zoom 2010 – 2022 tot de benchmark

Zoals eerder aangegeven is het gewenst om de ontwikkelingen in het centrumgebied van Bergen op Zoom te vergelijken met 2 benchmarks, namelijk de benchmark voor kernen van tussen de 30.000 en 50.000 inwoners die van kernen met tussen de 50.000 en 100.000 inwoners. Bij de vergelijking (tabel 4.1) wordt van de werkelijke bevolkingsontwikkeling van de kern Bergen op Zoom. Alleen bij winkels kan ook de ontwikkeling van het winkelvloeroppervlak worden weergegeven omdat dit voor de andere functies pas sinds kort wordt gemeten.

Tabel 4.1: Ontwikkeling aantal vestigingen Bergen op Zoom t.o.v. benchmarks 2010 – 2022 (bron Locatus, 2010 = 100)

	winkels				horeca				overige functies		
	Bergen op Zoom	30-50.000 inw	50-100.000 inw		Bergen op Zoom	30-50.000 inw	50-100.000 inw		Bergen op Zoom	30-50.000 inw	50-100.000 inw
2010	100	100	100	2010	100	100	100	2010	100	100	100
2015	89	89	91	2015	90	103	110	2015	78	91	94
2020	70	75	77	2020	91	106	110	2020	84	89	95
2022	65	72	72	2022	89	104	109	2022	88	88	99

Op basis van de vergelijking van de ontwikkeling van het aantal vestigingen in het centrum van Bergen op Zoom en het gemiddelde voor de centrumgebieden uit de beide benchmarks kan het volgende worden geconstateerd.

- De daling van het aantal winkelvestigingen is in Bergen op Zoom (35%) groter dan in de benchmark (28%).

- De ontwikkeling van het aantal horecavestigingen wijkt in Bergen op Zoom substantieel af. Waar het aantal horecavestigingen in het centrum van Bergen op Zoom met 11% is afgenomen, is dit in beide benchmarks toegenomen met 4 tot 9%.
- De dalende ontwikkeling van het aantal vestigingen in leisure, ambacht en diensten in Bergen op Zoom komt overeen met het gemiddelde in kernen van 30 – 50.000 inwoners, maar wijkt af van de ontwikkeling in kernen met 50- 100.000 inwoners, waar na een eerdere daling, het aantal vestigingen weer vrijwel op het niveau van 2010 ligt.

4.2.1 Winkelvloeroppervlak detailhandel

Op basis van de vergelijking van de ontwikkeling van het winkelvloeroppervlak in het centrum van Bergen op Zoom en het gemiddelde van de centrumgebieden in de benchmark, kan het volgende worden geconstateerd.

- De daling van het door winkels in gebruik zijnde verkoopvloeroppervlak is in Bergen op Zoom met substantieel groter (39%) dan in de benchmarks (23-16%).
- De ontwikkeling van het winkelvloeroppervlak in dagelijkse goederen wijkt in Bergen op Zoom af. Waar in centrumgebieden van kernen van 30-50.000 inwoners het winkelvloeroppervlak in deze groep ongeveer gelijk blijft en in grotere kernen 20% groeit, is het in het centrum van Bergen op Zoom met 12% is afgenomen.

Tabel 4.2: winkelmeters per hoofdbranchegroep centrum Bergen op Zoom t.o.v. benchmarks 2010 – 2022 (bron Locatus, 2010 = 100)

winkelvloeroppervlak (m ² vvo) centrumgebieden							
Winkels totaal m ² vvo				dagelijkse goederen (boodschappen)			
	Bergen op Zoom	30 - 50.000 inw	50 - 100.000 inw		Bergen op Zoom	30 - 50.000 inw	50 - 100.000 inw
2010	100	100	100	2010	100	100	100
2015	91	93	101	2015	83	98	108
2020	67	77	87	2020	79	97	115
2022	60	77	84	2022	88	103	120
centrumbranches: mode & luxe artikelen				overig niet dagelijkse goederen			
	Bergen op Zoom	30 - 50.000 inw	50 - 100.000 inw		Bergen op Zoom	30 - 50.000 inw	50 - 100.000 inw
2010	100	100	100	2010	100	100	100
2015	97	99	106	2015	86	82	90
2020	58	81	91	2020	75	65	68
2022	58	77	82	2022	55	68	78

- De ontwikkeling van het winkelvloeroppervlak in de centrumbranches (warenhuis, mode en luxeartikelen) daalt overal, maar niet zo hard als in Bergen op Zoom substantieel af. Waar de afname in de benchmarks tussen de 18% en 23% bedraagt, is deze in Bergen op Zoom 42%, de afname is gemiddeld ongeveer 2 keer zo sterk.
- Ook de ontwikkeling van het winkelvloeroppervlak aan winkels in overige niet-dagelijkse goederen is in het centrum van Bergen op Zoom negatiever dan in de benchmarks. Waar de afname in de benchmarks tussen de 22% en 32% bedraagt, is deze in Bergen op Zoom 45%.

Per saldo moet worden geconstateerd dat de ontwikkeling in het centrum van Bergen op Zoom tussen 2010 en 2022 substantieel negatiever is geweest, dan in de centrale winkelgebieden van kernen met een vergelijkbaar inwonertal.

4.2.2 Opbouw centrumgebied

Omdat de ontwikkeling van de verschillende functies in centrumgebieden verschilde in de periode 2010 -2022. Hierdoor is de opbouw van centrumgebieden veranderd. Omdat er alleen voor winkels oppervlaktegegevens beschikbaar zijn, is in tabel 4.3 de ontwikkeling in de samenstelling van centrumgebieden in aantal vestigingen geanalyseerd. Hieruit zijn de volgende conclusies te trekken.

- Het belang van boodschappen doen - dagelijkse goederen in centrumgebieden neemt in de benchmark, in tegenstelling tot in Bergen op Zoom, toe.
- Het belang van winkels in niet-dagelijkse goederen neemt substantieel af. Waar deze groep winkels in 2010 nog gemiddeld meer dan 50% van het aantal vestigingen uitmaakte daalt dit aandeel naar 40-43%. De dominantie positie van deze sector is verleden tijd.
- Horeca en andere functies groeien in centrumgebieden naar tussen de 44% en 50% van het aantal vestigingen. In Bergen op Zoom is al de helft van het aantal commerciële vestigingen in het centrumgebied geen winkel meer.

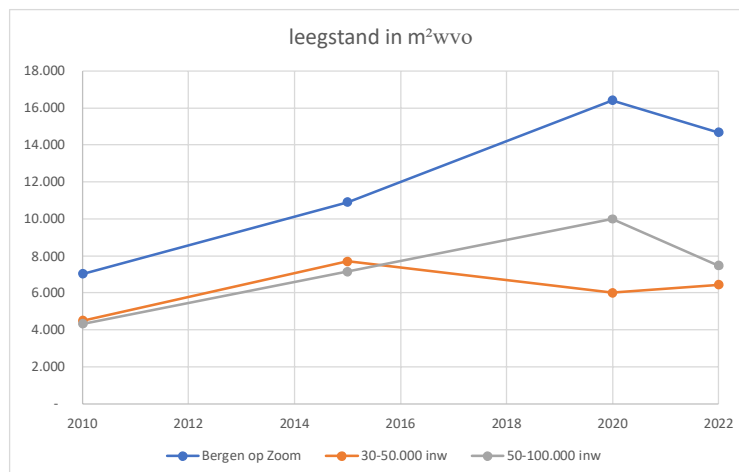
Tabel 4.3: Ontwikkeling opbouw centrumgebieden Bergen op Zoom t.o.v. benchmarks 2010 – 2022 in aantal vestigingen (bron Locatus, 2010 = 100)

opbouw centrumgebieden naar aantal vestigingen						
	Bergen op Zoom		30 - 50.000 inw		50 - 100.000 inw	
	2010	2022	2010	2022	2010	2022
winkels dagelijks	8%	10%	11%	13%	9%	12%
winkels niet-dagelijks	49%	40%	52%	43%	51%	40%
horeca	19%	23%	16%	21%	18%	24%
overige functies	23%	27%	21%	23%	21%	25%
<i>totaal</i>	<i>100%</i>	<i>100%</i>	<i>100%</i>	<i>100%</i>	<i>100%</i>	<i>100%</i>

4.2.3 Leegstand

De sterkere terugloop van de het aantal commerciële vestigingen heeft in Bergen op Zoom, ondanks de forse transformatie, geleid tot een veel grotere leegstand dan in binnensteden van kernen met een vergelijkbaar aantal inwoners. Niet alleen is de leegstand in Bergen op Zoom groter, het verschil met de benchmarks neemt ook toe in deze periode

Figuur 4.1 Ontwikkeling leegstand in m² wvo in het centrum (hoofdwinkelgebied) van Bergen op Zoom ten opzichten van de benchmarks in de periode 2010 – 2022 (bron Locatus)



5. ONTWIKKELING 2010 – 2022 TEN OPZICHTE VAN VERGELIJKBARE CENTRUMGEBIEDEN

Omdat de ontwikkeling in Bergen op Zoom afwijkt van de beide benchmarks hebben we ook gezocht naar centrumgebieden steden die in 2010 op bepaalde kenmerken vergelijkbaar met het centrumgebied van Bergen op Zoom. Het betreft centrumgebieden met:

- een vergelijkbaar aantal winkelvevestigingen in 2010;
- een vergelijkbaar winkelaanbod in winkelvloeroppervlak in het centrumgebied in 2010;
- een vergelijkbaar winkelaanbod in winkelvloeroppervlak in centrumbranches (mode en luxe artikelen) het centrumgebied in 2010.

We onderzoeken hoe deze centrumgebieden, die in 2010 een vergelijkbaar uitgangspunt hadden en dus waarschijnlijk ook een vergelijkbare marktpositie zich hebben ontwikkeld en wat we hiervan kunnen leren.

5.1.1 Centrumgebieden met een vergelijkbaar aantal winkels in 2010

Er zijn 12 centrumgebieden met een vergelijkbaar uitgangspunt als Bergen op Zoom qua aantal vestigingen. We zien in al deze gebieden een forse terugloop van het aantal winkels. Gemiddeld neemt het aantal winkels af met 29% en het aantal winkels in centrumbranches met 32%. Bergen op Zoom doet het ook in deze groep vergelijkbare centrumgebieden relatief slecht. Alleen in Oosterhout en Roosendaal is de terugloop van het aantal winkels vergelijkbaar.

Opvallend is dat de centrumgebieden die relatief slecht presteren, allemaal een afname laten zien van het aantal winkels in dagelijkse goederen (boodschappen). Een ander opvallende ontwikkeling is het aantal horecavestigingen gemiddeld met 14% toeneemt en dat juist in Bergen op Zoom en Roosendaal het aantal horecavestigingen in het centrumgebied afnemen. In deze centrumgebieden is de afname van het aantal winkels ook het grootst.

Tabel 4.4: Ontwikkeling centrumgebieden met een vergelijkbaar aantal winkelvevestigingen als Bergen op Zoom in 2010 (aantal vestigingen, bron Locatus)

	verkooppunten															
	aantal winkels			leegstand aantal vkp		leegstand als % aantal winkels		winkels dagelijkse goederen			winkels centrumbranches			horeca vestigingen		
	2010	2022	ontw 2010 - 2022	2010	2022	2010	2022	2010	2022	ontw 2010 - 2022	2010	2022	ontw 2010 - 2022	2010	2022	ontw 2010 - 2022
Veenendaal	263	213	-19%	48	69	18%	32%	46	54	17%	136	111	-18%	54	66	22%
Zutphen	271	215	-21%	31	49	11%	23%	48	48	0%	110	89	-19%	68	80	18%
Assen	285	213	-25%	47	82	16%	38%	43	46	7%	134	90	-33%	74	90	22%
Goes	272	198	-27%	29	54	11%	27%	48	42	-13%	146	107	-27%	69	81	17%
Zeist	288	207	-28%	47	66	16%	32%	40	46	15%	133	80	-40%	69	87	26%
Emmen	281	198	-30%	40	71	14%	36%	38	38	0%	157	98	-38%	68	82	21%
Roermond	306	214	-30%	58	102	19%	48%	40	37	-8%	161	124	-23%	100	106	6%
Purmerend	277	190	-31%	13	27	5%	14%	35	36	3%	135	89	-34%	83	90	8%
Sittard	264	180	-32%	71	80	27%	44%	42	36	-14%	133	91	-32%	75	93	24%
Bergen Op Zoom	280	182	-35%	51	82	18%	45%	41	35	-15%	138	91	-34%	94	84	-11%
Oosterhout Nb	254	164	-35%	11	59	4%	36%	36	31	-14%	139	81	-42%	61	73	20%
Roosendaal	298	192	-36%	67	128	22%	67%	49	44	-10%	140	85	-39%	106	102	-4%
Gemiddeld	278	197	-29%	43	72	15%	37%	42	41	-3%	139	95	-32%	77	86	14%

5.1.2 Centrumgebieden met een vergelijkbare omvang van het winkelvloeroppervlak in m² wvo

Er zijn 10 centrumgebieden met een vergelijkbare omvang van het winkelaanbod in m² wvo in 2010. Ook in deze groep zien we een forse terugloop van het verkoopvloeroppervlakte winkels (tabel 4.5). Gemiddeld neemt het aantal winkels in deze groep zowel in het algemeen, als in de centrumbranches af met 25%. Bergen op Zoom doet het ook in deze groep vergelijkbare centrumgebieden relatief slecht. Ook in deze groep valt op dat in Bergen op Zoom de omvang van het winkelaanbod dagelijkse goederen afneemt, evenals het aantal vestigingen horeca, terwijl dit gemiddeld in deze groep centrumgebieden toe neemt.

Tabel 4.5: Ontwikkeling centrumgebieden met een vergelijkbare omvang van het winkelaanbod als Bergen op Zoom in 2010 (m² wvo, bron Locatus)

	m ² wvo winkels			aantal horeca vestigingen			m ² wvo dagelijks			m ² wvo centrumbranches		
	2010	2022	ontw 2010 - 2022	2010	2022	ontw 2010 - 2022	2010	2022	ontw 2010 - 2022	2010	2022	ontw 2010 - 2022
Almelo	45.642	34.140	-25%	61	64	5%	6.364	6.186	-3%	22.545	17.307	-23%
Bergen Op Zoom	46.692	30.356	-35%	94	84	-11%	5.945	5.202	-12%	25.472	14.836	-42%
Gouda	48.440	38.141	-21%	104	112	8%	5.754	7.192	25%	24.490	19.772	-19%
Hengelo Ov	48.810	35.007	-28%	86	82	-5%	4.675	4.948	6%	27.163	19.378	-29%
Hoogeveen	49.639	45.531	-8%	48	53	10%	9.651	8.901	-8%	25.048	21.209	-15%
Hoorn Nh	50.547	35.561	-30%	107	120	12%	4.654	4.875	5%	26.472	19.197	-27%
Oosterhout Nb	50.922	35.774	-30%	61	73	20%	6.302	6.248	-1%	24.486	19.486	-20%
Oss	51.563	30.599	-41%	79	81	3%	7.131	7.958	12%	25.646	14.789	-42%
Roermond	52.173	38.714	-26%	100	106	6%	4.963	5.605	13%	32.924	24.725	-25%
Uden	52.857	47.446	-10%	54	61	13%	5.950	7.274	22%	28.011	26.471	-5%
gemiddeld	49.729	37.127	-25%	79	84	6%	6.139	6.439	6%	26.226	19.717	-25%

5.1.3 Centrumgebieden met een vergelijkbare omvang van het winkelvloeroppervlak in de centrumbranches

Een groep van 11 centrumgebieden had in 2010 een vergelijkbare omvang van winkelaanbod in centrumbranches (Mode en luxeartikelen) deze centrumgebieden en dus mogelijk een vergelijkbaar aanbod ketens en een marktpositie. Ook in deze groep, presteert het centrumgebied van Bergen op Zoom beneden gemiddeld. Waar in deze groep het aantal winkels zowel in centrumbranches al in het algemeen af neemt met resp. 27% en 23% was dit in het centrum van Bergen op Zoom 42% en 40%. Ook in deze groep centrumgebieden zien we dat de omvang van het winkelaanbod dagelijkse goederen en het aantal vestigingen horeca gemiddeld toenemen in tegenstelling tot in Bergen op Zoom.

Tabel 4.5: Ontwikkeling centrumgebieden met een vergelijkbare omvang van het winkelaanbod in centrumbranches als Bergen op Zoom in 2010 (m² wvo, bron Locatus

	m ² wvo centrumbranches			aantal horeca			m ² wvo dagelijks			m ² wvo winkels		
	2010	2022	ontw 2010 - 2022	2010	2022	ontw 2010 - 2022	2010	2022	ontw 2010 - 2022	2010	2022	ontw 2010 - 2022
Oss	25.646	14.789	-42%	79	81	3%	7.131	7.958	12%	45.661	30.599	-33%
Bergen Op Zoom	25.472	14.836	-42%	94	84	-11%	5.945	5.202	-12%	50.547	30.356	-40%
Zeist	26.060	15.596	-40%	69	87	26%	6.716	9.067	35%	54.429	42.251	-22%
Hengelo Ov	27.163	19.378	-29%	86	82	-5%	4.675	4.948	6%	46.692	35.007	-25%
Goes	28.026	20.784	-26%	69	81	17%	5.572	5.580	0%	43.389	34.621	-20%
Weert	24.714	19.356	-22%	83	92	11%	9.283	7.429	-20%	50.922	36.106	-29%
Oosterhout Nb	24.486	19.486	-20%	61	73	20%	6.302	6.248	-1%	46.721	35.774	-23%
Delft	23.156	18.509	-20%	188	236	26%	7.995	10.253	28%	50.864	42.384	-17%
Gouda	24.490	19.772	-19%	104	112	8%	5.754	7.192	25%	48.440	38.141	-21%
Middelburg	25.814	21.178	-18%	98	111	13%	9.061	6.925	-24%	52.173	46.763	-10%
Helmond	21.719	18.678	-14%	59	72	22%	2.542	4.055	60%	35.771	30.906	-14%
gemiddeld	25.159	18.397	-27%	90	101	12%	6.452	6.805	10%	47.783	36.628	-23%

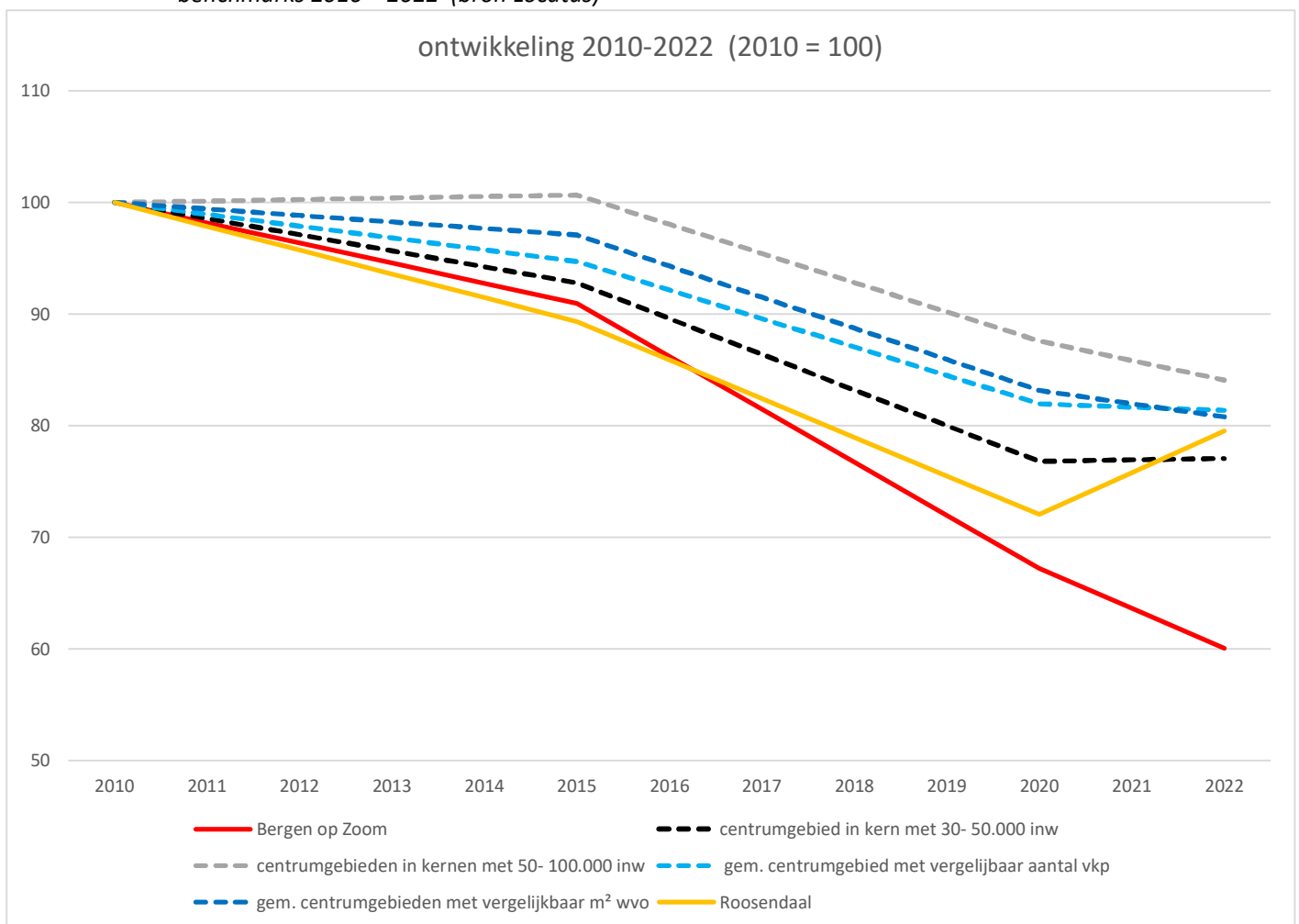
5.1.4 Conclusie

Wanneer we de ontwikkeling van vergelijkbare centrumgebieden in de periode 2010 – 2022 in een grafiek zetten wordt zichtbaar dat het centrumgebied van Bergen op Zoom een relatief negatieve ontwikkeling heeft doorgemaakt, met name vanaf 2015. Vanaf toen was de ontwikkeling hier negatiever dan elders. Vanaf 2019 verminderde de negatieve ontwikkeling in andere kernen, terwijl deze in Bergen op Zoom doorliep. Het winkelaanbod in Bergen op Zoom is daarom sterker gekrompen zowel in het algemeen als in de centrumbranches.

Bovendien blijkt dat gemiddeld in vergelijkbare centrumgebieden, die een minder sterke afname van het winkelaanbod laten zien:

- het winkelaanbod in dagelijkse goederen gemiddeld genomen groeit, waar dit in Bergen op Zoom is afgenomen;
- het horeca aanbod gemiddeld genomen groeit, waar dat in Bergen op Zoom is afgenomen.

Figuur 4.1 ontwikkeling omvang winkelaanbod Bergen op Zoom (het hoofdwinkelgebied) ten opzichte van benchmarks 2010 – 2022 (bron Locatus)



6. TRENDS EN ONTWIKKELINGEN

6.1 Detailhandel

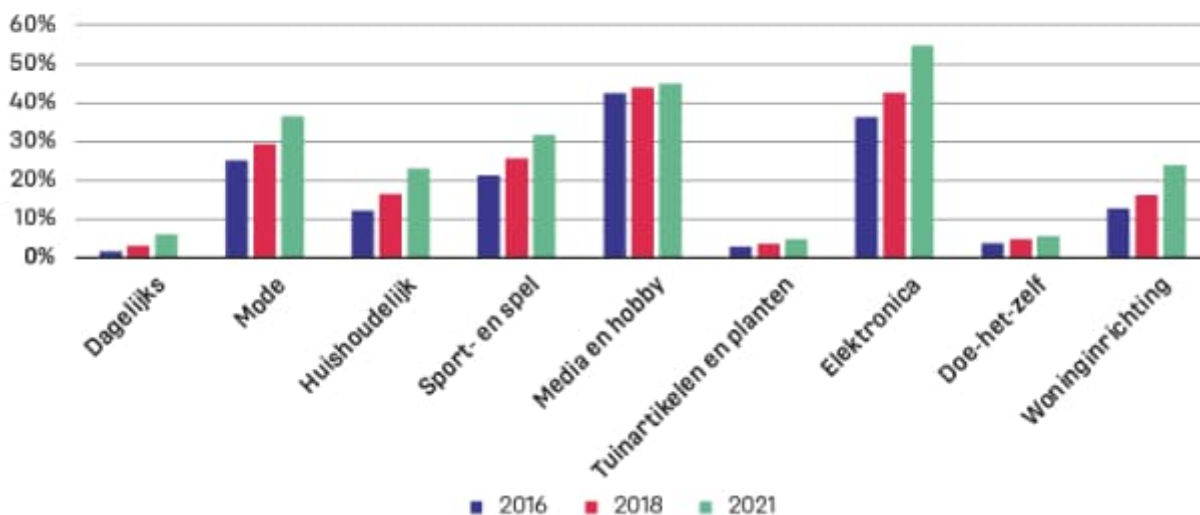
De detailhandel en winkelgebieden in binnensteden zijn de laatste jaren sterk aan verandering onderhevig. Het betreft veelal structurele, veranderingen die enerzijds voortkomen uit veranderd koopgedrag en anderzijds weer een blijvende invloed hebben op het aanzien van en de aanwezige functies in centrumgebieden en daarmee op het koopgedrag. Binnensteden/centrumgebieden reageren op het koopgedrag, maar kunnen koopgedrag ook beïnvloeden, door hier goed op in te spelen.

De volgende ontwikkelingen zijn van belang voor het centrumgebied van Bergen op Zoom

Internetverkoop verandert koopgedrag, minder behoefte aan fysieke winkels in de non-food.

Door de sterke toename van online shoppen is er minder behoefte aan winkels in non-food. Uit het Koopstromenonderzoek 2021 blijkt dat al meer dan 35% van de mode-bestedingen, meer dan 20% van de bestedingen aan woninginrichting en 55% van de bestedingen aan elektronica via internet gaan. Een verdere groei zal niet uitblijven. De bestedingen aan niet-dagelijkse in fysieke winkels dalen hierdoor sinds 2019.

Figuur 3.9 Ontwikkeling aandeel afvloeiing online per branche



Fysieke winkels veranderen hierdoor ook voortdurend en vertrouwde formules zoals V&D zijn verdwenen. Concurrentie neemt vanuit verschillende branches toe en de technologische ontwikkelingen leiden tot ander consumentengedrag en veranderende marktverhoudingen. Per saldo heeft het veranderend koopgedrag door internet geleid tot het feit dat één op de zes fysieke winkels verdween in de periode 2010-2021, dat zijn bijna 14.000 winkels minder. De daling wisselt sterk per branche en locatie. In het afgelopen decennium verdween bijvoorbeeld naast de vele mode- en schoenenwinkels circa de helft van de speelgoed- en een kwart van de elektronicawinkels. Het aantal supermarkten nam wel toe (+6,5%)

Consumenten maken nu andere afwegingen dan 10-15 jaar geleden. Waar men toen afwoog in welke stad men zou gaan winkelen in verband met het daar aanwezige winkelaanbod, weegt men nu af of men online koopt of fysiek wil kopen. Een bezoek aan een binnenstad is hangt steeds minder samen met en is steeds minder gericht op het daar aanwezige winkelaanbod.

Winkels moeten inspelen op de veranderende wensen van de consument en hen bedienen met een goed functionerende en overzichtelijke webshop. Winkels in mode& luxe artikelen en andere niet dagelijkse goederen trekken zich terug in de grootste centra (met voldoende kritische massa met voldoende passanten en potentiële klanten en mogelijkheden voor

exposure). Deze winkels richten zich steeds meer centra met beleving en zijn plaatsen van beleving in plaats van alleen een plek voor transacties.

Het terugtrekken van ketens in de grote steden heeft grote consequenties voor middelgrote steden zoals Bergen op Zoom. Een belangrijk deel van de terugloop in winkels komt door het vertrek van ketens uit dit type centrumgebieden. Consequentie is ook dat steden als Bergen op Zoom steeds minder een bestemming zijn voor een dagje (vooral) winkelen.

Ontwikkelingen webshops

Het aantal webwinkels steeg in de afgelopen jaren van 12.500 naar 63.000. Een groot deel van de webwinkels heeft minimale omzet, maar uiteraard zijn er ook enkele zeer grote online bedrijven. Er zijn nu meer webwinkels dan fysieke non-food winkels. Retailtrends benoemde voor webshops de volgende belangrijke trends:

1. Webshops openen fysieke winkels. Hoewel het aankoopproces vaak online begint, wordt nog steeds het overgrote deel van de aankopen in de fysieke winkel gedaan. Daarom zijn er steeds meer webshops die ook fysieke winkels openen, bijvoorbeeld Coolblue en Suitsupply.
1. Webshops worden in toenemende mate marktplaatsen. Steeds meer webshops stellen hun platformen open, zodat steeds meer leveranciers/webshops zich kunnen aansluiten bij een groot platform. Voorbeelden zijn Amazon en Bol.com.
2. Webshops houden zich niet aan landsgrenzen. Steeds meer webshops opereren internationaal. Dit geldt voor grote e-commerce partijen (Amazon en Alibaba), maar ook voor kleinere webshops. Het zogenoemde 'crossborder e-commerce' groeit momenteel twee keer sneller dan nationale verkopen via internet.
3. Nieuwe technieken. De gebruiksmogelijkheden van internetverkoop neemt toe. In theorie kunnen nieuwe systemen steeds belangrijker worden, waaronder 'augmented reality'. Mensen krijgen een virtuele voorstelling van een aankoop en worden op deze manier verleid om een product aan te kopen.

De foodsector groeit en wordt diverser.

De foodsector drukt een steeds grotere stempel op winkelgebieden. De bevolking identificeert zich sterk met zijn eetgedrag ("Food is the new fashion") en dat geldt met name voor jongeren. Vooral de supermarkten profiteren hiervan. Een steeds groter aandeel van de dagelijkse bestedingen vinden plaats in supermarkten, ten koste van de speciaalzaken.

Nieuwkomers als Marqt en Stach richten zich op een specifieke markt: op de bewuste consument, zijn eetgewoonten en zijn identiteit. Daarnaast zijn er nieuwe ontwikkelingen in de horeca, waarbij restaurants via onder meer Uber Eats en Thuisbezorgd.nl hun producten aanbieden om thuis te consumeren.

In de steden is er afgelopen 5 jaar een duidelijke groei te zien van stadswinkels. Waar dit tot voorkort het domein was van Albert Heijn, zien ook andere formules hier kansen: Jumbo City, Boon's Pitstop, Spar City, maar bijvoorbeeld ook instore zoals bij Hema. Het aanbod richt zich sterk op broodjes, kant-en-klaar maaltijden en kleinverpakkingen. Het gaat om winkels van tussen de 150 en 600 m² wvo, die prima in gewone winkelstraten van binnensteden passen.

Deze sector is in het centrum van Bergen op Zoom relatief zwak ontwikkeld. Hier liggen kansen in combinatie met de toename van het aantal bewoners van het centrumgebied.

Branchevervaging en –verbreding

Branchevervaging en –verbreding gaat al een tijd niet meer alleen over detailhandel. De klassieke benadering is dat het aangeboden assortiment (sterk) is uitgebreid met artikelen die niet thuishoren in de oorspronkelijke branchegroep. Het gaat steeds meer om nieuwe combinaties van bedrijfsmodellen vanuit horeca, detailhandel en dienstverlening in één vestiging. Dit wordt ook wel 'blurring' genoemd. Blurring bestaat in vele soorten en maten. Voorbeelden zijn kappers die koffie schenken en restaurants die streekproducten verkopen. Het inpassen van deze nieuwe bedrijfsmodellen in bestaande regels levert vaak discussie op, met name als de verkoop van alcohol daarbij in het spel is (Drank- en Horecawet). Dit geldt ook voor allerlei initiatieven in het centrumgebied van Bergen op Zoom.

Flitsbezorgers

Recent is er een sterke opkomst te zien van flitsbezorgers, zoals Gorillas, Flink, Getir, Zapp. Het betreft kapitaalkrachtige, veelal internationale spelers die door heel Europa vestigingen openen. Vanuit zogenaamde 'darkstores' (afgeplakte bedrijfsruimten die als magazijn dienen), wordt bezorging binnen een kort tijdsbestek gegarandeerd. Gemak staat hier centraal. Hun opkomst is ook in de hand gewerkt door Corona. Dit concept werkt tot nu toe alleen in drukke, stedelijke gebieden. Er is steeds meer weerstand tegen het vestigen van deze flitsbezorgers in winkelgebieden.

Op basis van recente rechtbankuitspraken kan worden geconcludeerd dat het wel detailhandel is, maar geen winkel. Hierdoor voldoet het niet aan de omschrijving van detailhandel zoals meestal wordt omschreven in het bestemmingsplan (waarbij de klant naar de winkel komt en niet andersom). Op basis hiervan stellen veel gemeenten vestigingsbeleid op voor dit nieuwe fenomeen, waarbij in veel gevallen ruimte wordt geboden op goed bereikbare locaties aan randen (vaak net buiten) winkelgebieden.

We zien bovendien dat de markt hier regulerend optreedt. Uiteindelijk moet het concept rendabel zijn. Hierdoor zien we het aantal bedrijven dat flitsbezorging aanbiedt af nemen. Het is niet ondenkbaar dat dit concept op termijn breder wordt toegepast door supermarkten al dan niet in combinatie met andere winkels of horeca die dicht bij elkaar liggen. Vooral nog is deze trend nog niet van grote invloed op Bergen op Zoom.

6.2 Horeca

Belang van horeca

Horeca is een de afgelopen jaren groeisector gebleken, ook in winkel-/centrumgebieden. In (de centra van) steden is het aanbod en de diversiteit aan horeca sterk groeiend. De consument besteedt zijn of haar tijd graag buiten de deur en kiest steeds vaker voor gemak. De consument heeft dan een andere perceptie van de prijs van eten en drinken, waardoor de 'buiten-de-deur-consumptie' steeds hoger wordt. Ook in kleinere centra en ondersteunende gebieden is horeca niet alleen het verlengstuk van een bezoek aan een winkel, maar ook andersom. De sector profiteerde ook van een stijging van het inkomende toerisme.

Voor een dagje winkelen of een bezoek aan een ander centrumgebied, dan het dichtstbijzijnde, is de kwaliteit van de horeca in combinatie met de beleving van het centrumgebied van groter belang geworden, dan het aanwezige winkelaanbod. In veel gevallen is in centrumgebieden met veel beleving en horeca het winkelaanbod ook op niveau.

In vrijwel alle Nederlandse binnensteden nam (in ieder geval tot de coronacrisis) het aantal horecazaken toe. Dat hangt mede samen met een krimp van het winkelaanbod. Mede door het online winkelen is er minder behoefte aan fysieke winkelmeters, terwijl de behoefte aan 'beleving' juist toeneemt. Vernieuwende horeca voorziet in deze behoefte. Hierdoor ontstaan ontwikkelingskansen voor met name horecazaken die zich sterk en onderscheidend profileren. Noemenswaardig is de opkomst van (soms grootschalige) restaurants, tapasformules en koffie- en 'Craft Beer' concepten. Ook is er een sterke groei van het aantal lunchrooms, koffietentjes, foodhallen en terrassen.

Horeca maakt meer en meer een onderdeel uit van andere sectoren (blurring). Anderzijds is er ook binnen de horecasector van vervaging sprake. Horecagelegenheden mengen verschillende functies of veranderen hun concept naar tijdstip. Zo zijn er verschillende dag-horecagelegenheden die 's nachts de tafels aan de kant zetten voor een feestje en heeft Hostel King Kong in Rotterdam tevens een openbaar toegankelijke koffiebar.

Trends binnen de horeca

Vraagontwikkeling en doelgroepen

De vrijetijdseconomie in het algemeen groeide sterk tot de coronacrisis. De consument verwacht hierbij een aantrekkelijke, al dan niet bijzondere 'beleving' en men is bereid daarvoor een eerlijke prijs te betalen. Er zijn nauwelijks landelijke cijfers

omtrent het bezoek aan horecazaken naar doelgroep. Wel is duidelijk dat er grote onderlinge verschillen zijn. Het bezoekgedrag en de bestedingen worden vooral bepaald door leeftijd, gezinssituatie en stedelijkheid van de woonomgeving en minder direct door inkomen. Zo eten 'Millennials' bijvoorbeeld veel vaker buiten de deur dan 'Babyboomers'. Ook het groeiende aantal kleine huishoudens (waaronder studenten) leidt tot extra consumptie buitenshuis. Het aantal 'eetmomenten' per dag neemt daarbij toe. Ook leveren overnachtingen van (buitenlandse) toeristen veel extra vraagpotentieel voor de horeca.

Gezondheid

Er ook trends en ontwikkelingen op het gebied van gezondheid die relevant zijn in de doorontwikkeling van de horecasector. Hoewel het niet aan de gemeente is om te bepalen wat er op de menukaart staat, bestaat er een gedeelde verantwoordelijkheid bij zowel overheid als ondernemers op het gebied van bewuste consumptie. In het algemeen zijn gezondheid en duurzaamheid en het tegengaan van voedselverspilling steeds belangrijkere thema's in met name het eten buiten de deur. Lokaal en gezond eten zijn actueel. Daarbij zijn ook streekgerechten en streekproducten van belang. Hier liggen voor Bergen op Zoom kansen die verder gaan dan een jaarlijks evenement zoals "de Proefmei".

Overige trends en ontwikkelingen

In toenemende mate wordt het economisch en sociaal-maatschappelijk belang van een sterke horecasector erkend. Sterke horeca zet een gebied op de kaart, ook voor bezoekers en toeristen. De juiste horeca versterkt culturele- en sportvoorzieningen, stimuleert maatschappelijke participatie, verlevendigt werklocaties en wordt meer en meer in monumentaal erfgoed ingepast. Dit heeft effecten op de ruimtelijke eisen en structuur van de sector.

Andere relevante trends en ontwikkelingen zijn: schaalvergroting, multifunctionaliteit (bredere menukeuze), vers en verantwoord, samen delen (delen van hapjes), vervlechting horeca en detailhandel (ook wel 'blurring' genoemd) en de opkomst van bezorgplatforms. Het gebrek aan geschoold personeel is hier een aandachtspunt. Om daar een passende oplossing voor te vinden, zoeken ondernemers, scholen en gemeenten steeds vaker de samenwerking op.

6.3 Overige functies

Ook ambachtelijke commerciële diensten als de kapper, de schoenmaker en maatschappelijke diensten als de tandarts en het kinderdagverblijf, worden steeds belangrijker in centrumgebieden, en kleinere winkelgebieden. Het betreft allemaal commerciële consumentgerichte functies. We zien dat deze functies zich steeds meer vestigen in centrumgebieden zijn in de toekomst steeds vaker (noodzakelijk) onderdeel van centrumgebieden. Alle consumentgerichte commerciële (detailhandel, horeca, ambachten en diensten) trekken potentiële klanten naar een gebied en creëren zo ontmoetingsplekken. De verschillende functies versterken elkaar en zullen in de toekomst idealiter steeds vaker onderdeel zijn van een cluster. centrumgebieden worden zo veelkleuriger en multifunctioneler. deze overige functies zullen steeds belangrijker worden voor centrumgebieden.

7. PROGNOSE OMVANG WINKEL, HORECA EN OVERIG AANBOD

In hoofdstuk 4 is geschetst wat de ontwikkelingen in het centrum van Bergen op Zoom zijn geweest sinds 2010 en hoe die zich verhouden tot de benchmarks en tot ontwikkelingen in vergelijkbare centrumgebieden. Op basis van een analyse van die ontwikkelingen en de in het vorige hoofdstuk geschetste trends kan een onderbouwde inschatting worden gemaakt van de te verwachten ontwikkeling in het centrum van Bergen op Zoom zowel bij ongewijzigd beleid als bij het toepassen van een beleid waarmee optimaal wordt ingespeeld op de geschetste trends. Bij dit laatste wordt tevens uitgegaan van een groeiend aantal bewoners in het centrumgebied door de voortgaande transformatie van o.a. winkelpanden naar woningen.

De algemene trend was dat in Bergen op Zoom in de periode 2010 – 2022 het winkelaanbod sterk afnam. Dat gold in beperkte mate ook voor het horeca aanbod. Naar verwachting heeft de grote leegstand, die groter was dan in vergelijkbare centrumgebieden, geleid tot een versterking van de algemene trends die we zien in centrumgebieden van middelgrote steden. Uit de analyse bleek dat met name centrumgebieden van deze omvang tussen tafellaken en servet zijn gevallen en relatief het hardst worden geraakt door het veranderende koopgedrag. Het centrumgebied van Bergen op Zoom presteert echter ook binnen deze relatief slecht (net als Roosendaal). Dat is opvallend omdat Bergen op Zoom door qua basis ruimtelijke basis (de historische binnenstad) eigenlijk een goede uitgangspositie zou moeten hebben.

7.1 Te verwachten omvang winkelaanbod in het centrumgebied van Bergen op Zoom

Wanneer de ontwikkeling sinds 2010 zou worden doorgetrokken, dan zou het winkelaanbod in het centrumgebied van Bergen op Zoom teruglopen naar totaal ca 20.000 m² wvo in 2030. Dat is ca 40% van de omvang in 2010 (een afname van 60%).

Er is een aantal redenen om aan te nemen dat, mits er ook adequaat beleid wordt gevoerd, de afname van het winkelaanbod de komende periode minder kan zijn dan de afgelopen 12 jaar.

- We zien binnen de benchmark én in de groep steden vergelijkbaar met Bergen op Zoom dat de afname van het winkelaanbod in die groepen de afgelopen jaren gemiddeld substantieel minder sterk werd. In sommige centrumgebieden is zelfs een kleine groei zichtbaar.
- De toename van het aantal woningen en dus inwoners in de binnenstad zal de algemene trend ondersteunen waarbij het winkelaanbod aan dagelijkse goederen/boodschappen toeneemt en mensen meer boodschappen gaan doen in centrumgebieden.
- De uittocht van keten bedrijven is ook in centra van middelgrote steden over het hoogtepunt heen. De ketens die sterk getroffen zijn door online aankopen en/of waarvoor bergen op Zoom te klein was geworden, zijn inmiddels vertrokken.
- Een groot deel van de bedrijven die nog in het centrum zijn gevestigd, zijn beter bestand tegen de concurrentie van online en/of spelen hier op in, met hun eigen combinatie hun webshop en de fysieke winkel.
- Bergen op Zoom heeft goede kansen om in te spelen op de trend waarbij centrumgebieden steeds meer een “place to be” worden en waarbij de kwaliteit van de horeca steeds belangrijker wordt in combinatie met de winkels en de vestigingen van Ambachten. Juist de kwaliteit van de horeca is een van de weinige aspecten waarop het centrum van Bergen op Zoom goed wordt gewaardeerd.

Op basis van deze uitgangspunten is de inschatting dat de omvang van het winkelaanbod in het centrumgebied van Bergen op Zoom zich de komende jaren (tot 2030) zal ontwikkelen **naar een omvang van tussen de 26.000 en 29.000 m² wvo**. De verwachting is dat de samenstelling van dit aanbod verandert en zich verder ontwikkelt. De verwachting is dat:

- het winkelaanbod aan dagelijkse goederen zal toenemen;
- de traditionele met centrumbranches en de overige niet dagelijkse goederen nog iets zullen afnemen. De groei van online zal naar verwachting (weliswaar minder snel) doorzetten en de consument is voor fysieke winkels bereid om verder te reizen voor een groter aanbod. Het winkelaanbod in Bergen op Zoom is relatief te klein om consumenten

ver te laten reizen en zal het dus vooral van de eigen gemeente en de directe omgeving + toeristen moeten hebben.

Ambacht

Ambachten en diensten vormen ook in belang groeien onderdeel van de commercieel functies in centrumgebieden. Momenteel kent het centrum van Bergen op Zoom 59 vestigingen met een omvang van in totaal 2.764 m² wvo. Dit is 16 % van het aantal vestigingen en 6% van het oppervlak aan commerciële functies. Zowel in de benchmark als in Bergen op Zoom is het aantal vestigingen van ambacht en diensten sinds 2010 met tussen de 20% en 25% toegenomen. Gelet op deze trend kan verwacht worden dat het aanbod aan ambachts-/dienstenbedrijven verder zal toenemen naar **tussen de 3.000 en 3.300 m² wvo in 2030.**

7.2 Te verwachte omvang van het horeca-aanbod in het centrumgebied van Bergen op Zoom

Bergen op Zoom heeft van oudsher een relatief groot horeca aanbod in het centrumgebied. Het betreft momenteel 84 vestigingen met een totaal oppervlak van ruim 7.600 m² wvo. Dit aantal is, in tegenstelling tot de algemene trend in vergelijkbare binnensteden, in de afgelopen jaren gedaald.

In januari 2018 is het zogenoemde “Spronsen” rapport (Van Spronsen en partners: Advies t.b.v. de Horecavisie gemeente Bergen op Zoom) verschenen. Dit rapport geeft een visie op de ontwikkeling van Horeca voor de periode 2017 – 2022. In dit rapport wordt geadviseerd om zorgvuldig om te gaan met nieuwe vestigingsmogelijkheden voor horeca. Men gaat er van uit dat er maar beperkt ruimte is voor extra horeca in de gemeente en binnen het centrumgebied. Horeca moet niet worden gebruikt om willekeurig winkelpanden die leeg staan op te vullen.

Uit het Spronsen rapport:

Wij adviseren een richtinggevend kader in plaats van het vrijgeven van de markt voor horeca initiatieven, omdat het vrijgeven van de markt in onze optiek schadelijk is voor de kwaliteit van het aanbod op lange termijn.

Zoals aangegeven is horeca een steeds belangrijker structuurbepalend aspect van centrumgebieden en zeker historische centrumgebieden. Ondanks het huidige relatief grote aantal vestigingen is het te verwachten dat ook in het centrum van Bergen op Zoom het aantal horecavestigingen in het centrumgebied de komende jaren zal stabiliseren of beperkt zal toenemen, mits de ruimtelijke randvoorwaarden daarvoor goed zijn.

Dit sluit aan bij de algemene trend waarbij horeca zich steeds meer concentreert in een beperkt aantal gebieden met horeca concentraties en afneemt buiten deze gebieden en dan met name in buurten en wijken. Ook in Bergen op Zoom zal dit er naar verwachting toe leiden dat horeca zich meer zal concentreren o.a. in het echte centrumgebied en daar buiten zal afnemen. Dat geldt ook voor de binnenstad waar de verspreide horeca ook nu al aan het verdwijnen is (in de delen van de binnenstad waar vooral gewoond wordt) en er vraag is naar locaties in of direct grenzend aan het kernwinkelgebied. Dit heeft betrekking op restaurants/food-service, koffie/lunchrooms e.d. en nieuwe concepten en wat grotere horeca zaken.

Het beleid dient zich er vooral op te richten dat horeca zich concentreert op de gewenste locaties, zodat bedrijven elkaar onderling versterken. Deze horecaconcentraties (met terrassen) zullen het functioneren van het totale centrumgebied versterken.

Gelet op de situatie in het centrumgebied van Bergen op Zoom, de geschetste trends en ontwikkelingen en ontwikkelingen in vergelijkbare centrumgebieden kan verwacht worden dat de omvang van het horeca-aanbod in het centrumgebied van Bergen op Zoom beperkt zal toenemen tot **tussen de 8.000 en 8.500 m² wvo**, terwijl het elders zal afnemen. Het betreft dus vooral het verplaatsen van horeca naar de beste locaties. Voor de ontwikkeling en aantrekkelijkheid van het centrumgebied is vooral van belang dat de horeca sterker dan nu het geval is, het functioneren van het winkelen in Bergen op Zoom ondersteunt en zorgt voor een betere structuur, afwisseling en beleving van het totale commerciële centrumgebied.

7.3 Te verwachte totale omvang van het totale aanbod commerciële voorzieningen in het centrumgebied van Bergen op Zoom

Per saldo kan op basis van de uitgevoerde analyses en trends worden verwacht dat het centrumgebied in Bergen op Zoom zich ontwikkeld naar een situatie met:

- tussen de 26.000 en 29.000 m² wvo winkels;
- tussen de 8.000 en 8.500 m² wvo horeca;
- tussen de 3.000 en 3.300 m² wvo ambacht;
- ca 4.000 m² wvo cultuur en overige functies;

De totale omvang aan publieksgerichte (commerciële) functies in het centrumgebied komt daarmee op tussen de 41.000 en 45.000 m² wvo, wat overeenkomt met tussen de 51.000 en 56.000 m² bvo.

Het huidige centrumgebied omvat vrijwel de gehele binnenstad. Dit gebied is groter dan het huidige winkel-8-tje. Momenteel is ca 70% van de commerciële functies gevestigd in het winkel-8-tje. Gelet op de grote leegstand moet worden geconstateerd dat dit gebied te groot is voor de beoogde functies, zeker in de toekomst.

Vanuit het streven naar een verdere concentratie van commerciële functies en het tegengaan en oplossen van de leegstand in het toekomstige compacte commerciële centrumgebied, zou er van uitgegaan moeten worden dat op termijn ca 80% van het oppervlak van de commerciële functies in het nieuwe compacte commerciële centrumgebied is gevestigd. Het betreft dan tussen de 39.000 en 44.000 m² bvo aan commerciële functies: winkels, horeca, ambacht en andere diensten.

8. DE PLANOLOGISCHE SITUATIE

Het huidige bestemmingsplan is opgesteld op basis van onderzoek uit 2005 en is vastgesteld in 2010. Uit de voorgaande analyses blijkt dat de marktomstandigheden destijds anders waren dan nu.

8.1 Detailhandel

Binnen de binnenstad is (vooral) in de winkel-8 en de aanloopstraten een plancapaciteit voor detailhandel van in totaal 98.000 m² bvo. Deze planologische mogelijkheden zijn gebaseerd op een situatie waarin in de binnenstad van Bergen op Zoom een winkelaanbod had met een winkelvloeroppervlak van bijna 47.000 m² wvo = ca 60.000 m² bvo. Het winkelaanbod in de binnenstad bedraagt anno 2022 ca. 40.000 m² bvo en neemt naar de toekomst (2030) af naar tussen de 32.500 en 36.000 m² bvo, waarvan ca. 80% in het compacte centrale winkelgebied zal zijn gevestigd. Het betreft dan tussen de 26.000 en 29.000 m² bvo.

De plancapaciteit binnen het voor Bergen op Zoom zo kenmerkende winkel-8-tje totaal bedraagt (exclusief de grote Markt) bijna 39.000 m² bvo. Geconcludeerd kan worden dat de planologische "jas" voor detailhandel in het bestemmingsplan Binnenstad en in het winkel-8-tje momenteel veel te groot is voor het aanwezige en verwachte winkelaanbod.

8.2 Horeca

In het huidige bestemmingsplan Binnenstad is vooral plancapaciteit voor horeca aanwezig op locaties waar ten tijde van het opstellen van het bestemmingsplan (2007-2008) horeca gevestigd was. Daarnaast bevatte het bestemmingsplan extra mogelijkheden voor horeca op de Grote Markt en een ontheffingsmogelijkheid voor 2 vestigingen per straat in een beperkt aantal straten. Daarmee zijn de vestigingsmogelijkheden voor horeca enerzijds relatief beperkt en anderzijds relatief verspreid over een groot gebied.

De ontheffingsregeling voor twee vestigingen in een aantal straten en de Dienstenrichtlijn

In dit bestemmingsplan is onder artikel 4.5.3. een ontheffingsbevoegdheid voor horecavestiging opgenomen:

Burgemeester en wethouders zijn bevoegd om ontheffing te verlenen van lid 4.1 ten behoeve van de vestiging van hotels, restaurants, broodjeszaken en ijssalons, alsmede voor horecavormen waarvan de openingstijden parallel lopen met de tijden van bedrijven die vallen onder de Winkelsluitingswet, met inachtneming van de volgende voorwaarden:

- a. ontheffing kan uitsluitend verleend worden voor vestiging in de volgende straten: Grote Markt, Vlaszak, Hoogstraat uitsluitend nr. 6, Steenbergsestraat, Fortuinstraat, Kortemeestraat, Zuivelstaat, Gouvernementsplein, Wouwsestraat, St. Josephstraat, Kremerstraat, Korenbeursplein, Bosstraat, Korte Bosstraat; per straat mogen niet meer dan 2 ontheffingen tegelijkertijd van kracht zijn
- b. er mag geen sprake zijn van een achteruitgang van de woon- en werkomstandigheden in de omgeving en het karakter van de straat;
- c. het uiterlijk aanzien van de omgeving mag niet worden aangetast;
- d. ten behoeve van het parkeren of stallen van auto's moet in voldoende mate worden voorzien in relatie tot de ontheffing.

Over deze bepaling is veel discussie. Deze bepaling dateert ook van vóór de uitspraak van het Europese hof over de toepassing van de Dienstenrichtlijn voor detailhandel (en feitelijk ook horeca).

In deze ontheffing is een beperking opgelegd voor de mogelijkheid om een ontheffing voor de vestigingsmogelijkheid van horeca af te geven. Het betreft maximaal 2 vestigingen per straat. De regeling (maatregel) heeft dus als doel te komen tot een goede verhouding tussen winkels en horeca.

De aard en noodzaak van deze beperking wordt als volgt onderbouwd.

Horecabedrijven kunnen het straatbeeld verlevendigen. Echter, een te groot aantal vestigingen is nadelig voor de uitstraling van de straten als winkelstraat. Horeca kan dan ook alleen via ontheffing worden toegestaan. Daarbij is op grond van vigerend beleid en rekening houdend met de bestaande situatie en planologische regelingen, een overzicht opgenomen van de straten waarvoor de ontheffingsbevoegdheid van toepassing is. Tevens is een begrenzing opgenomen tot 2 ontheffingen per straat, rekening houdend met reeds enkele aanwezige vestigingen in diverse straten.

Deze onderbouwing voldoet niet aan de eisen die daaraan gesteld worden.

Daarnaast is het zeer de vraag in hoeverre deze beperking inhoudelijk voldoet aan de eisen die aan een dergelijke beperking worden gesteld in de dienstenrichtlijn (art. 15 lid 3).

Een beperking (maatregel) moet namelijk altijd:

1. noodzakelijk zijn om een omschreven doel (niet zijnde concurrentiebeperking) te bereiken;
2. evenredig zijn, dat wil zeggen:
 - a. de maatregelen beperkingen moeten coherent en systematisch worden toegepast;
 - b. de maatregelen moeten effectief zijn: geschikt om de doelen te bereiken;
 - c. de maatregelen moeten niet verder gaan dan noodzakelijk.

De genoemde regeling voor ontheffingen uit het bestemmingsplan kan vooral niet coherent en systematisch worden toegepast. Probleem bij de regeling is namelijk dat het aantal adressen – panden in genoemde straten sterk uiteenloopt;

- Bosstraat 33 panden
- Korte Bosstraat 10 panden
- Gouvernementsplein 5 panden

Dat houdt in dat in de Bosstraat 1 op de 15,5 panden mag worden omgezet, in de korte Bosstraat 1 op de 5 panden en op het Gouvernementsplein 1 op de 2,5 panden. Omdat de regeling op straatniveau is, is het geen coherente regeling. De regeling is dus niet houdbaar in het kader van de dienstenrichtlijn. Het is daarom noodzakelijk om te komen tot een nieuwe regeling voor horeca die wel coherent en systematisch is.

8.3 Overige functies

In de binnenstad mag overal gewoond worden op verdieping en buiten het kernwinkelgebied/het winkel-8-tje (met bestemming: centrum 1 en 2) ook op de begane grond. Binnen de verschillende centrumbestemmingen zijn bedrijven die geen hinder veroorzaken toegestaan. Ambachten kunnen zijn in vrijwel de gehele binnenstad vestigen.

8.4 Conclusie

Op basis van het voorgaande kan worden geconcludeerd dat de huidige planologische “jas” voor het centrumgebied van Bergen op Zoom niet meer past. De “jas” is te groot. De “jas” zal kleiner moeten worden gemaakt. Samen met het kleiner maken zal ook de pasvorm moeten worden aangepast, zodat niet alleen de omvang maar ook de pasvorm past bij de nieuwe situatie. Een situatie waarin het centrumgebied van Bergen op Zoom vitaal is, er goed uit ziet en waarin de leegstand beperkt is tot frictieleegstand.

Voor het “vermaken” van de huidige planologische jas zijn de volgende aspecten van belang.

- De planologische “jas” biedt een plancapaciteit voor detailhandel van in de totale binnenstad is 98.000 m² bvo, terwijl de omvang van het winkelaanbod in te toekomst tussen de 32.500 en 36.000 m² bvo zal bedragen. Binnen het winkel-8-tje totaal bedraagt de plancapaciteit exclusief de Markt bijna 39.000 m² bvo, terwijl het winkelaanbod op termijn maximaal 29.000 m² bvo nodig is. Qua plancapaciteit zal de jas dus vooral een stuk kleiner moeten worden, zowel en met name buiten, maar ook binnen het winkel-8-tje.
- Qua horeca is er een ander probleem. Door de huidige regeling in het bestemmingsplan is het maar beperkt mogelijk geweest om in het kernwinkelgebied (het winkel 8-tje) horeca toe te voegen, in aansluiting op de algemene trend dat horeca zich steeds meet concentreert in centrum/winkelgebieden. Deze regeling leidt tot veel discussie en is, mede op basis van Europees recht/de Dienstenrichtlijn niet langer houdbaar. Er zal daarom een ander locatiebeleid voor horeca moeten worden vormgegeven. Gelet op trends en ontwikkelingen zal dit beleid uit gaan van het meer concentreren van horeca in specifieke horeca-concentratie gebieden of locaties in of in aansluiting op winkel- c.q. commerciële centrumgebieden. In deze gebieden zijn extra vestigingsmogelijkheden gewenst, terwijl er elders in de binnenstad en ook daarbuiten vestigingsmogelijkheden voor horeca overbodig worden en (op termijn) gesaneerd kunnen worden.
- Qua bedrijven en ambachten voldoet de huidige planologische situatie die bedrijven die geen overlast veroorzaken vrijwel overal binnen de bestemmingen centrum toestaat.

Er zal een nieuwe structuur (pasvorm) voor het compactere commerciële centrumgebied centrum moeten komen met enerzijds minder plancapaciteit detailhandel (en minder leegstand) en anderzijds een betere afwisseling van straten met vooral winkels en ambacht/diensten en horeca plekken zodat er meer beleving in het winkelgebied ontstaat. Op deze wijze komt de ruimtelijke kwaliteit van het centrumgebied meet tot zijn recht en wordt deze beter beleefbaar, waardoor het centrum vitaler wordt en daardoor ook aantrekkelijker als woongebied.

- Qua wonen is het gewenst dat mogelijkheden voor wonen waar mogelijk worden verruimd, zodat er meer ruimte komt om te voldoen aan de grote behoefte aan wonen in de binnenstad bij de voorzieningen.

9. TOETS VOORGESTELD BELEID AAN TRENDS EN ONTWIKKELINGEN

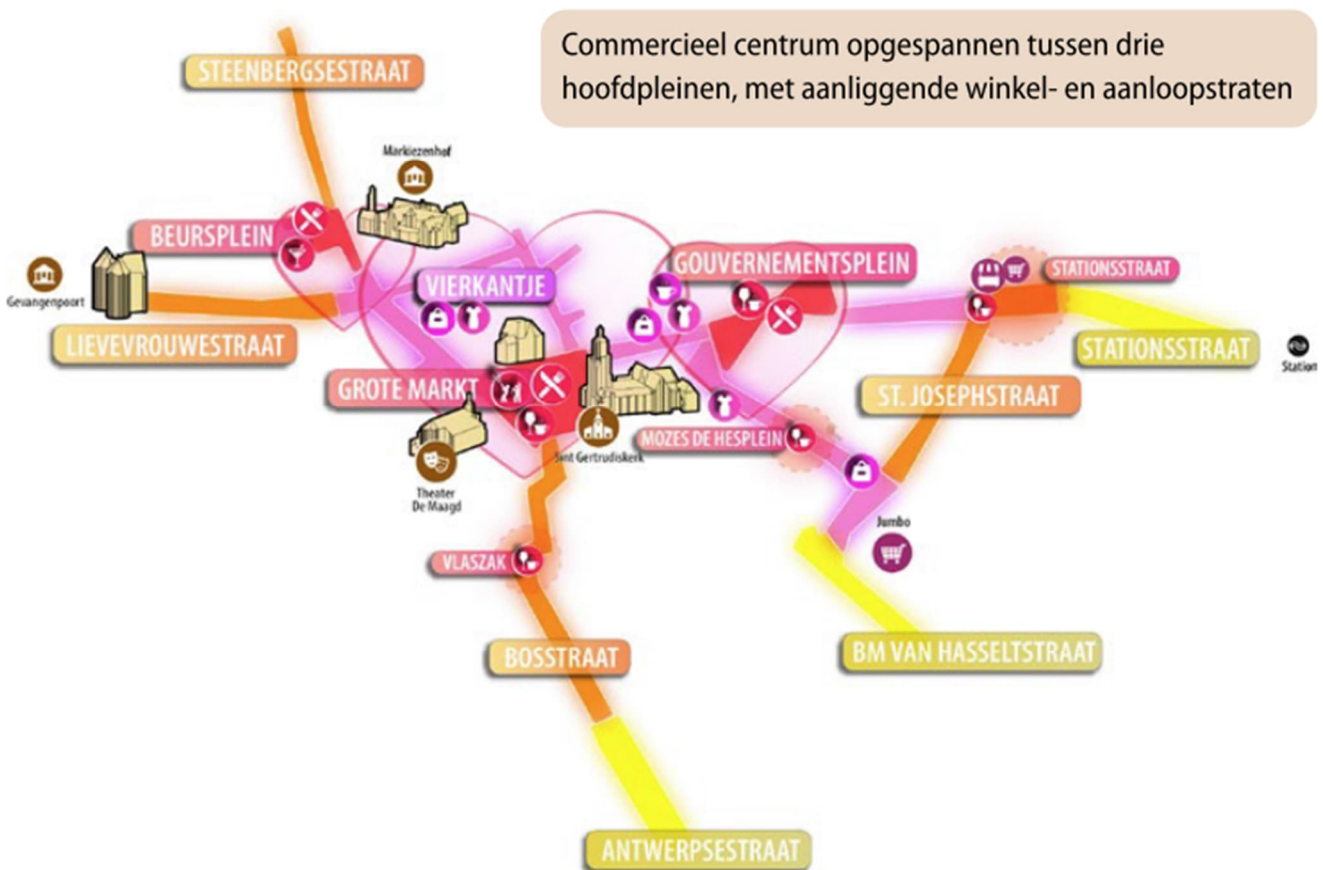
9.1 Inleiding

In de periode december 2021 – juni 2022 is, mede op basis van voorgaande analyses, een proces doorlopen – waarin samen met ondernemers, ambtenaren, een klankbordgroep, de “nieuwe jas” voor de binnenstad van Bergen op Zoom is uitgewerkt”: toekomstbeeld binnenstad, (Urhahn 2022).

Dit toekomstbeeld is uitgewerkt vanuit de ontwikkelprincipes:

1. historische identiteit als fundament;
2. compact en divers;
3. vergroenen.

Figuur 9.1: ruimtelijk toekomstbeeld binnenstad, (Urhahn 2022).



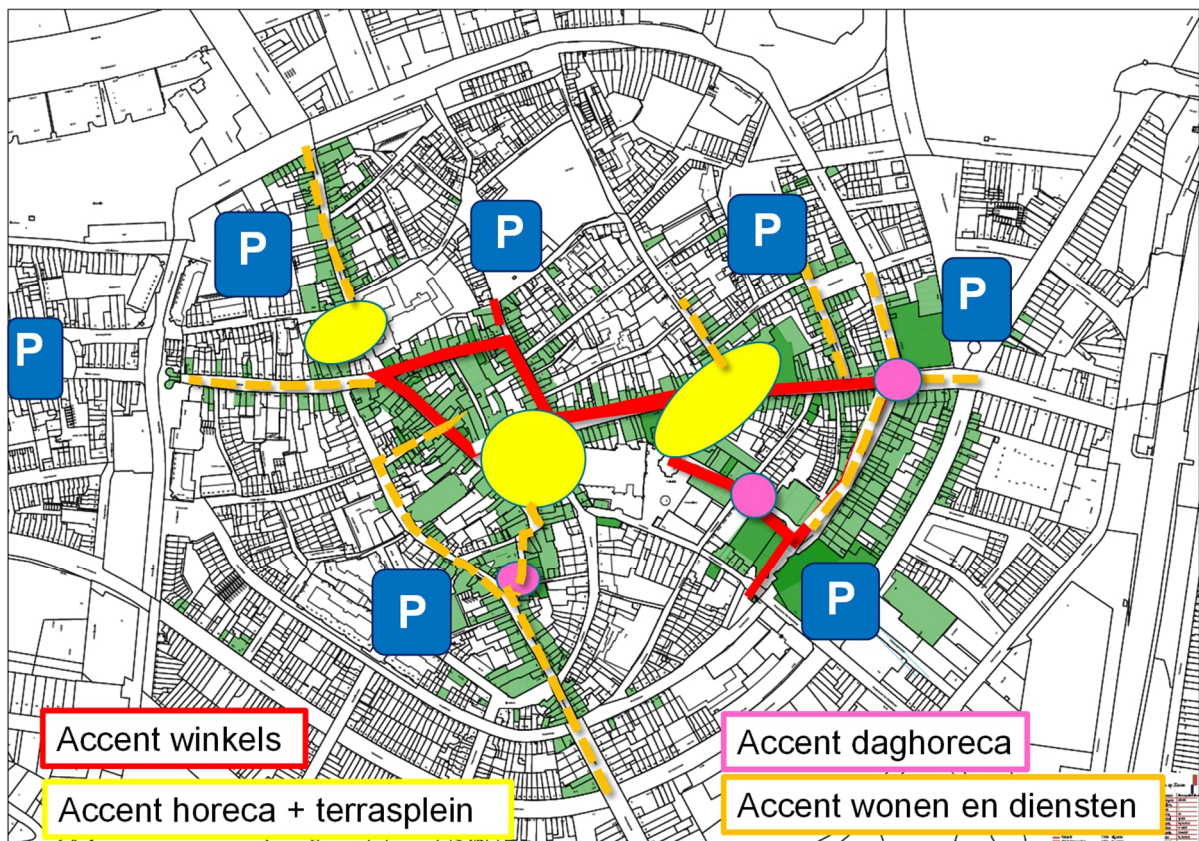
Op basis van dit toekomstbeeld is door Rho adviseurs een set beleidsregels opgesteld waarmee de kleinere en qua pasvorm aangepaste “Jas” planologisch kan worden geborgd en waarmee het mogelijk wordt om af te wijken van het vigerende bestemmingsplan voor om initiatieven die passen binnen dit toekomstbeeld. De beleidsregels vormen tevens vooral de programmatische basis voor het aanpassen van het vigerende bestemmingsplan Binnenstad.

9.2 Aanpassing vestigingsmogelijkheden op basis van het voorgesteld beleid – de beleidsregels

De uitwerking van het toekomstbeeld in de beleidsregels leidt tot een aanpassing van de vestigingsmogelijkheden voor functies en de gebruiksmogelijkheden voor panden zowel in omvang als locatie, vooral gericht op winkels, horeca en wonen. In dit beleid wordt vooral aangegeven waar winkels, horeca, andere bedrijven zich kunnen/mogen vestigen en waar dus niet (meer) én waar wonen op de begane grond wel en niet is toegestaan.

Uitgangspunt voor dit locatiebeleid is het streven naar om een optimale mix van winkels, horeca en andere functies op die locaties die het voor bezoekers aantrekkelijk maakt om vanuit verschillende bezoekmotieven het centrum te bezoeken de ruimtelijke kwaliteiten van de binnenstad ondersteunen en versterken en de historische stad beleefbaar maken

Figuur 9.2: functionele zonerings binnenstad op basis van het toekomstbeeld.



Op basis van dit toekomstbeeld kan het centrumgebied/de binnenstad worden opgedeeld in de volgende zones.

1. Het compacte commercieel centrumgebied (meer dan winkels) waar overal winkels gevestigd mogen worden. Dit gebied is kleiner dan het huidige kernwinkelgebied (winkel-8-tje). In dit gebied mogen ook overal publieksgerichte diensten en ambacht worden gevestigd. Horeca wordt binnen dit gebied vooral geconcentreerd op de aangewezen pleinen en plekken. Wonen op de begane grond is in deze zone niet toegestaan. Wonen op verdieping wordt bevorderd.
 - Binnen dit gebied ligt in de volgende straten het accent op winkels: Fortuinstraat, Kortemeestraat, Kremerstraat ("het vierkantje"), Zuivelstraat, Wouwsestraat, Lombardenstraat, Voetboog, St. Josephplein. De St Josephstraat valt buiten dit gebied.
 - Insteek is dat de St. Josephstraat "in de loop van de tijd" verkleurd naar een gemengde stadsstraat met een accent op wonen en andere functies dan winkels en horeca.

2. Een aantal pleinen en plekken binnen dit commercieel centrumgebied waar het accent ligt op horeca en waar naast winkels ook horeca gevestigd mag worden.

Het betreft de volgende pleinen waar alle soorten horeca mogelijk zijn:

- a) Grote Markt;
- b) het Beursplein;
- c) het Gouvernementsplein/Zuivelplein.

Het betreft de volgende plekken waar daghoreca en restaurants (geen nacht horeca) mogelijk zijn:

- a. aan de Bosstraat-Koningstraat' (bij het beeldje van de Vlassnijder- de Vlaszak);
- b. Sint-Josephplein/Voetboog;
- c. Stationsstraat/Wouwsestraat.

Hierdoor wordt het commerciële centrumgebied opgedeeld in winkelstraten/straatdelen en verblijfsplekken. Dit maakt het gebied aantrekkelijker en hiermee wordt ingespeeld op de actuele wensen en behoeften van consumenten (trends). Op deze plekken en pleinen kunnen zich naast horeca en winkels, ook publieksgerichte diensten en ambacht vestigen. Wonen is hier op de begane grond niet toegestaan, maar wordt wonen op verdieping bevorderd.

Buiten deze plekken en pleinen is binnen het commerciële centrumgebied nieuwe horeca niet gewenst en worden niet gebruikte planologische mogelijkheden voor het vestigen van horeca (op termijn) gesaneerd (niet gebruikte bestemmingen en niet gebruikte mogelijkheden voor ontheffingen - maximaal 2 ontheffingen per straat). Dit kan door het niet meer verlenen van ontheffingen en door het (op termijn) aanpassen van het bestemmingsplan.

Bij dit aanpassen van het bestemmingsplan worden de planologische mogelijkheden voor horeca bij panden waar nu geen horeca is gevestigd en die (in de toekomst) 2 jaar niet voor horeca worden gebruikt, gesaneerd. De bestemming van bestaande horeca blijft ongemoeid waardoor deze kan blijven functioneren. Aanpassing vindt pas plaats nadat horeca uit een pand is vertrokken.

3. In de zone buiten het commercieel centrumgebied ligt het accent op een mix van wonen, ambacht/diensten, cultuur/ontspanning. Doelstelling is om de niet gebruikte planologische vestigingsmogelijkheden voor detailhandel/winkels en horeca in dit gebied te saneren. Bestaande winkels en horeca kunnen blijven functioneren. De planologische mogelijkheden voor winkels/ horeca worden voor panden waar nu horeca/een winkel is gevestigd, maar die (in de toekomst) 2 jaar niet in deze functie worden gebruikt gesaneerd. Dit is met name het geval in de voormalige "aanloopstraten (korte) Bosstraat, Steenbergsestraat, Huijbergsestraat en in de St. Josephstraat die beoogd is te verkleuren van een winkelstraat naar een gemengde stadsstraat met een accent op wonen en andere functies dan winkels en horeca.

9.3 Wat betekent dit beleid voor de omvang van de planologische capaciteit voor winkels, horeca en wonen.

Het door middel van beleidsregels voorgestelde beleid, geeft duidelijk ruimtelijk richting aan de planologische vestigingsmogelijkheden voor met name horeca en detailhandel (in de vorm van winkels) en wonen.

9.3.1 Detailhandel in de vorm van winkels:

Detailhandel is in het hele nieuwe commerciële centrumgebied toegestaan (met uitzondering van de grote Markt). Daarbuiten is detailhandel niet toegestaan, tenzij er op dit moment een pand als winkel in gebruik is. Wanneer een pand twee jaar niet meer in gebruik is geweest als winkel, is detailhandel niet meer het economisch logische gebruik.

Ten opzichte van de huidige situatie is voorzien in:

- het saneren van niet gebruikte vestigingsmogelijkheden voor detailhandel binnen de bestemming centrum 1 en 5 buiten het aangewezen commerciële centrumgebied;
- het saneren van niet gebruikte vestigingsmogelijkheden voor detailhandel binnen de aanduiding detailhandel in de bestemming centrum 2,3,4;
- het saneren van niet gebruikte vestigingsmogelijkheden voor detailhandel in de bestemming detailhandel
- het saneren van niet gebruikte vestigingsmogelijkheden binnen de bestemming centrum 1 voor het gebied Sint Josephstraat. Het beleid is gericht op het laten verkleuren van de Sint Josephstraat naar een gemengde stadsstraat. Deze straat vormt geen onderdeel van het, waarbij winkelpanden worden omgezet.

Door het saneren van de omschreven (niet gebruikte) vestigingsmogelijkheden voor detailhandel en het geleidelijk saneren van de vestigingsmogelijkheden in de St. Josephstraat zouden de vestigingsmogelijkheden voor detailhandel in totaal in 140 panden met een omvang van ruim 48.000 m² bvo komen te vervallen. Momenteel heeft de binnenstad vestigingsmogelijkheden voor 98.000 m² bvo, zodat 50.000 m² bvo over blijft voor met name winkels, ambachten, overige functies en op een beperkt aantal locaties binnen dit gebied horeca.

9.3.2 Horeca

Uitgangspunt voor horeca is op de korte termijn de vestigingsmogelijkheden per saldo niet toenemen, maar worden geconcentreerd op de gewenste locaties. Het betreft locaties waar horeca vestigingen elkaar versterken en waar zij een meerwaarde hebben voor de structuur en de beleving van het hele commerciële centrumgebied. Om dit te bereiken worden op een aantal plekken en pleinen de vestigingsmogelijkheden voor horeca verruimd en worden op de overige locaties in de binnenstad, zowel binnen als buiten het commerciële centrumgebied, vestigingsmogelijkheden beperkt, waar deze niet (meer) worden gebruikt (het verschuiven van plancapaciteit naar "de juiste plek").

Dit saldo komt als volgt tot stand.

a. Toename planologische vestigingsmogelijkheden voor horeca

De toename van de vestigingsmogelijkheden vindt plaats op de volgende pleinen en plekken.

1. De horecapleinen:

- Gouvernementsplein/Zuivelplein: nieuwe vestigingsmogelijkheden in 4 panden (Gouvernement, buurpand nr 25, De waag en het oud postkantoor. Toename: ca. 1.760 m² bvo
- Grote Markt: geen toename
- Beursplein: geen toename

2. De horecaplekken:

- Lombardenstraat/Voetboog: toename ca. 120 m² bvo
- de Vlaszak: toename ca. 175 m² bvo
- Stationsstraat/Wouwseweg/St. Josephstraat: toename ca. 325 m² bvo

Totale toename plancapaciteit Horeca: 2.380 m² bvo

b. Afname planologische vestigingsmogelijkheden

Op basis van het beschreven beleid veranderen de vestigingsmogelijkheden voor met name winkels en horeca.

Insteek hierbij is dat, indien een pand, buiten de daarvoor aangewezen gebieden nu niet wordt gebruikt voor horeca, de vestigingsmogelijkheden voor horeca komen te vervallen.

1. Saneren niet gebruikte planologische mogelijkheden buiten de aangewezen pleinen en plekken

In totaal zijn er 15 locaties in de binnenstad, waar qua bestemming horeca mogelijk is, maar die momenteel niet als horeca gebruikt worden. Het betreft panden die zijn omgebouwd naar woningen, die leegstaan of waar een winkel in is gevestigd. **Het totaal op deze wijze te saneren plancapaciteit voor horeca in deze panden bedraagt 2.033 m² bvo → ruim 2.000 m² bvo.**

2. Saneren nog niet gebruikte mogelijkheden voor ontheffing. Met de vastgestelde beleidsvisie als onderbuwing zou dit artikel uit het bestemmingsplan binnenstad kunnen worden aangepast. Omdat deze ontheffingen per straat gelden, zijn deze niet gekoppeld aan een specifiek pand. om een beeld te krijgen van de omvang van de te saneren vestigingsmogelijkheden is daarom de gemiddelde pandgrootte (op de begane grond) van de betreffende straat genomen. Het betreft de volgende niet gebruikte mogelijkheden per straat:

- Nog 1 in Korte Bosstraat gemiddelde pandgrootte 80 m² bvo
- Nog 1 in Bosstraat: gemiddelde pandgrootte 110 m² bvo
- Nog 1 in Wouwsestraat: gemiddelde pandgrootte 100 m² bvo
- Nog 1 in Kortemeestraat: gemiddelde pandgrootte 90 m² bvo

Het totaal op deze wijze te saneren plancapaciteit bedraagt: 380 m² bvo

3. Daarnaast kunnen verleende ontheffingen per straat, die niet meer worden gebruikt, worden gesaneerd. Het betreft de volgende panden:

- Fortuinstraat: het pand van Quist. 100 m² bvo
 - Bosstraat: pand van Tapavino (wordt verbouwd naar wonen) = 230 m² bvo
- Totaal: 330 m² bvo

Het totaal op deze wijze te saneren plancapaciteit bedraagt: 330 m² bvo

Totale te saneren plancapaciteit Horeca: 2.710 m² bvo

Per saldo nemen de planologische mogelijkheden voor horeca in de binnenstad op deze wijze af met toe met ruim 300 m² bvo. het beleid leidt derhalve (op termijn) niet tot een toename, maar tot een relocatie en concentratie van de vestigingsmogelijkheden naar de beleidsmatig gewenste locaties. Dit komt overeen met de landelijke trend waarbij het aantal horeca vestigingen in de commerciële centrumgebieden (kernwinkelgebieden) toeneemt.

Overigens is het beschikbaar hebben van plancapaciteit niet hetzelfde als het toevoegen van horecavestigingen.

De komende jaren zal duidelijk worden in hoeverre (ook in Bergen op Zoom) de algemene trend van een toename van horeca in commerciële centrumgebieden doorzet en er meer ruimte ontstaat voor bepaalde soorten horeca in of in aansluiting op het commerciële centrumgebied.

9.4 Conclusie beleid ↔ plancapaciteit

9.4.1 Beschikbare plancapaciteit

Het beoogde compacte commerciële centrumgebied heeft, inclusief de Grote Markt de volgende plancapaciteit.

- Voor detailhandel, ambachten en overige functies is binnen dit gebied een plancapaciteit beschikbaar van maximaal ca. 50.000 m² bvo.
- Op de vastgelegde plaatsen in dit gebied is tevens plancapaciteit beschikbaar voor horeca.
 - Het betreft in totaal 4.825 m² bvo. Wanneer dit gebruikt wordt blijft er ruim 45.000 m² bvo plancapaciteit voor detailhandel en overige functies waaronder ambachten over.
 - Op de grote Markt nog een plancapaciteit van ca. 4.400 m² bvo ten behoeve voor horeca. Hier zijn geen andere functies toegestaan.

9.4.2 Behoeftte aan plancapaciteit detailhandel, horeca en ambachten/diensten e.d.

Wanneer plancapaciteit is gesaneerd die beleidsmatig wordt beoogd bedraagt de plancapaciteit in het beoogde compacte commerciële centrumgebied voor detailhandel en ambachten diensten e.d. **ca. 45.000 m² bvo**.

De vraag is in hoeverre de beschikbare plancapaciteit zich dan verhoudt tot toekomstige de behoefte aan plancapaciteit. Dit is weergegeven in tabel 9.1.

Tabel 9.1: behoefte aan plancapaciteit detailhandel, ambacht en diensten t.o.v. plancapaciteit conform beleid.

maximaal			
Verwachte omvang winkelaanbod	29.000	m ² wvo	
Aandeel binnen compacte commercieel centrumgebied	80%		
Verwacht winkelaanbod commercieel centrumgebied	23.200	m ² wvo	
BVO x 80% = WVO	80%	was 70%	
Verwacht winkelaanbod commercieel centrumgebied			29.000 m² Bvo
Verwachte omvang aanbod ambachten	3.300	m ² wvo	
Verwachte omvang aanbod overige commerciële functies	4.000	m ² wvo	
	7.300	m ² wvo	
Aandeel binnen compacte commercieel centrumgebied	60%	was 50%	
	4.380	m ² wvo	
BVO x 80% = WVO	80%		
Verwacht aanbod overige functies commercieel centrumgebied			5.475 m² Bvo
totale behoefte			34.475 m² Bvo
beschikbare plancapaciteit excl. horeca locaties			45.175 m² Bvo
schuifruimte			10.700 m² Bvo
			24%

9.4.3 Beschikbare plancapaciteit ↔ behoefte aan plancapaciteit horeca

Wanneer het beleid is gerealiseerd m.b.t. het saneren van niet gebruikte plancapaciteit en de uitbreiding van de plancapaciteit op de beoogde locaties bedraagt de plancapaciteit voor horeca: **maximaal 8.400 m² bvo**

- De verwachte omvang horeca in de binnenstad bedraagt tussen de 8.000 en 8.500 m² wvo horeca
- Het aandeel horeca in het beoogde compacte commerciële centrumgebied bedraagt ca 80% (Beurspleintje, Vlaszak e.d. vallen buiten dit gebied).
- De verwachte omvang van de horeca in het compacte commerciële centrumgebied bedraagt dan 6.400 – 6.800 m² wvo. Dit komt overeen met 8.000 en 8.500 m² bvo.

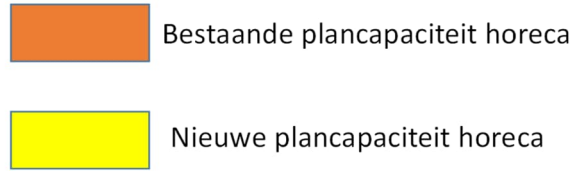
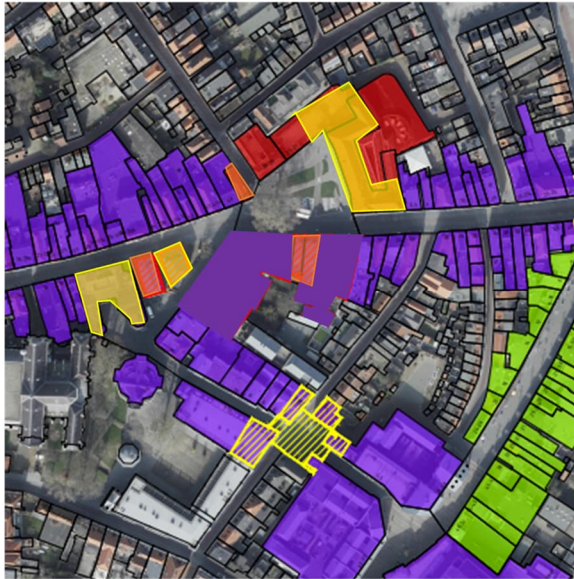
Per saldo kan worden geconstateerd dat er door het beleid gericht op het compacter maken van het commerciële centrumgebied in combinatie met het aanwijzen van een aantal pleinen en plekken met een accent en horeca een situatie ontstaat die:

- *er toe leidt dat de omvang van de maximaal beschikbare plancapaciteit voor detailhandel en horeca meer in overeenstemming is met de verwachte behoefte;*
- *er toe leidt dat er een structuur ontstaat waarbij de afwisseling van winkels ambachten en diensten met horecapleinen en plekken leidt tot een aantrekkelijk en afwisselend gebied dat aansluit bij de wensen van de hedendaagse centrum bezoeker.*

De huidige te grote “jas” van plancapaciteit wordt bij de uitvoering van het voorgestelde beleid niet alleen kleiner, waardoor de omvang beter past bij de verwachte behoefte, de “jas” krijgt ook een andere pasvorm, waarmee wordt ingespeeld behoefte van de hedendaagse consument/centrumbezoeker aan een afwisselend centrumgebied met een andere mix van winkelstraten en verblijfsplekken en pleinen: de “place to be”.

Bijlage 1 Overzicht uitbreiding vestigingsmogelijkheden voor horeca op pleinen en plekken

Plein: Gouvernementsplein – Zuivelplein



Plein: Gouvernementsplein/Zuivelplein:

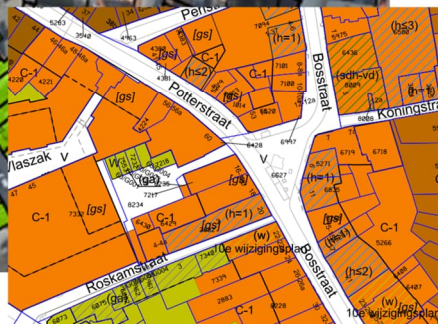
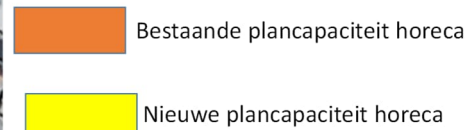
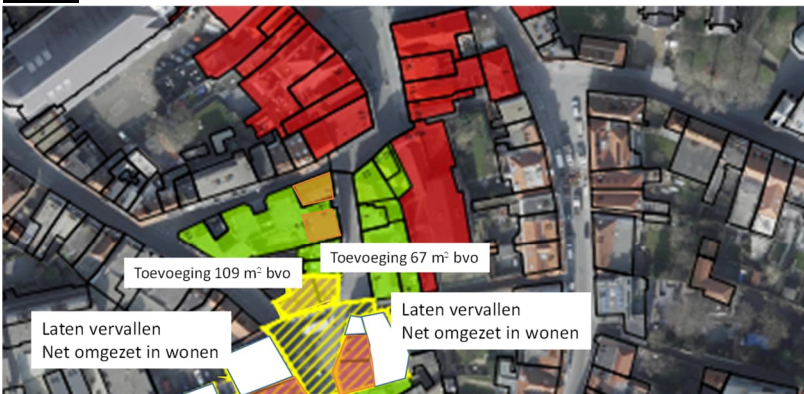
Toevoegen	
Gouvernementsgebouw	619
Gouvernementsplein 25	510
De Waag (Zuivelstraat 26)	156
Oud postkantoor Zuivelstraat	476
totale toename	1.761

Huidig gebruik

- Café - restaurant
- Café - restaurant, keuker
- Dagelijks
- Diensten
- Gezondheidszorg
- Industrie
- Leegstand
- Leisure - cultuur
- Logiesfunctie
- Mode en luxe
- Onderwijs
- Overige bedrijven / kantoren
- Overig publieksgericht
- Overige activiteiten
- Overige detailhandel
- Overige horeca

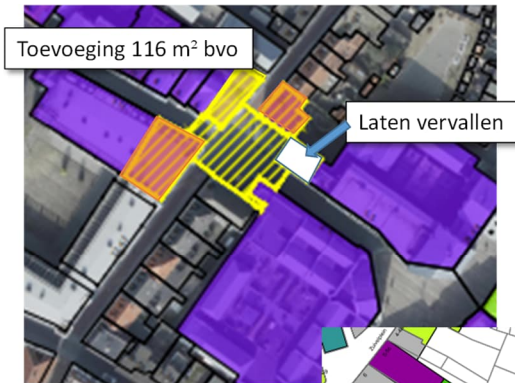


Plek: Bosstraat – de Vlaszak



pleintje de Vlaszak (Bosstraat)		
toevoegen	67	Bosstraat 12
saneren	109	Bosstraat 14
totale toename	176	

Plek: Lombardenstraat

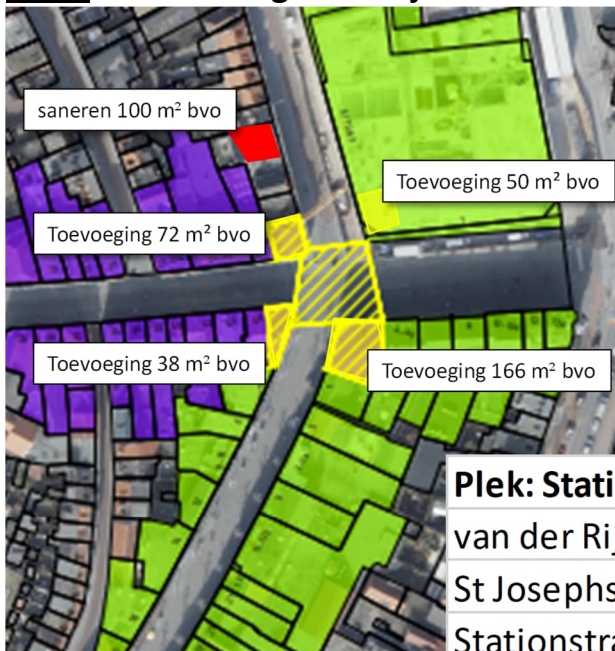


pleintje Lombardenstraat		
toevoegen	116	Lombardenstraat 2
totale toename	116	



Huidig gebruik

Plek: Wouwseweg – v.d Rijtstraat – St Josephstraat



- Bestaande plancapaciteit horeca
- Nieuwe plancapaciteit horeca
- Te saneren plancapaciteit horeca

Plek: Stationsstraat vd Rijtstraat

van der Rijtstraat	72	
St Josephstraat 2	38	
Stationstraat 2	166	
deel anno 1952	50	
totale toename	326	