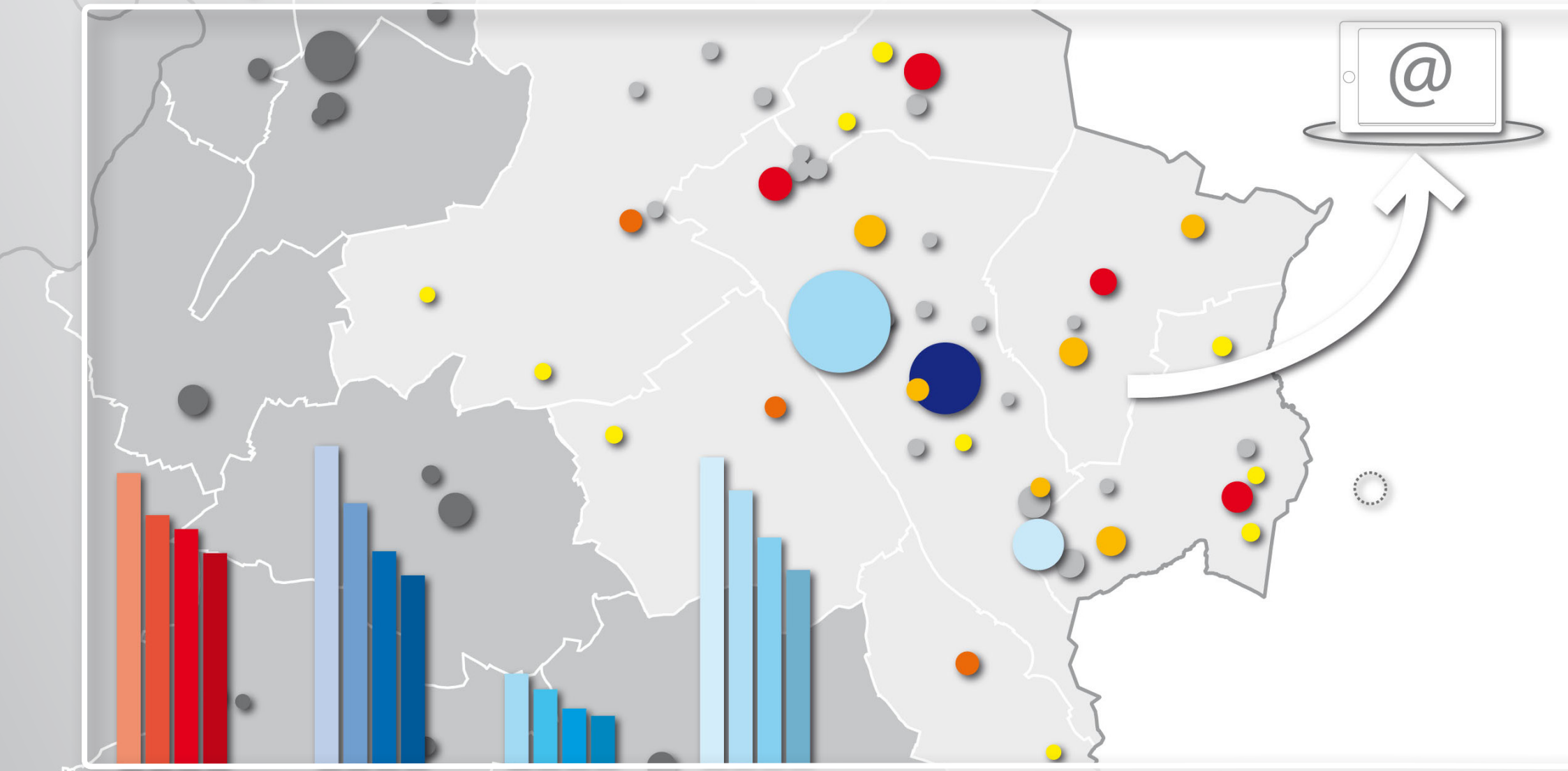
Stadsregio Parkstad

Monitor Uitvoeringsprogramma Retail



dtNP

Stadsregio Parkstad

Monitor Uitvoeringsprogramma Retail

Opdrachtgever:
Stadsregio Parkstad

Contactpersoon:
Mevrouw P. Rademacher

Projectteam DTNP:
De heer W. Frielink
De heer T. Wissink
Mevrouw F. Schneider

Projectnummer:
2343.0422

Datum:
20 september 2022

Graafseweg 109
6512 BS Nijmegen

T 024 - 379 20 83
E info@dtnp.nl
W www.dtnp.nl

Adviseurs voor Ruimte en Strategie

dtnp

INHOUD

Context 1
1.1 Monitoren... waarom en hoe? 2
1.2 UVP Retail en SVREZL-gebieden in het kort 3
1.3 Retailstructuur Parkstad 2022 5
1.4 Bevolking van Parkstad 8

Trends en ontwikkelingen 9
2.1 Landelijke trends retailsector 10
2.2 Aanbodontwikkeling Parkstad totaal 12
2.3 Krimp dagelijkse sector? 14
2.4 Ontwikkeling SVREZL-gebieden sinds 2019 15

Vestigingsdynamiek 17
3.1 Stimulering: Streetwise 18
3.2 Stimulering: Starterscentrum 19
3.3 Mutatie-analyse 2019-2022 20

Marktruimte winkelsector 22
4.1 Toelichting berekeningen 23
4.2 Dagelijkse sector 24
4.3 Mode en luxe 26
4.4 In en om het huis 27
4.5 Conclusies voor transformatie-opgave 28

Kwalitatieve analyse en aanbevelingen 29
5.1 Draagvlak voortzetting UVP 30
5.2 Samenwerking 31
5.3 Stand van zaken Instrumentarium 32
5.4 Opgaven voor Retailbeleid Parkstad 33
5.5 Aanbevelingen 36

Bijlagen Monitor UVP Retail Parkstad 40
Bijlage A Marktruimteberekening 41
Bijlage B Aanbodontwikkeling gemeenten Parkstad 46
Bijlage C Aanbodontwikkeling SVREZL-clustertypen 49
Bijlage D Aanbod in SVREZL-clusters 2022 51
Bijlage E Aanbodontwikkeling SVREZL-clusters 2019-2022 53
Bijlage F Aanbodontwikkeling Prioriteitsgebieden Parkstad 55
Bijlage G Koopstromen Parkstad 56

Context



1.1 Monitoren... waarom en hoe?

Parkstad is al sinds 2011 voorloper in regionaal retailbeleid. De grote opgave in Parkstad vroeg daar ook om. De Parkstadse concentratie-aanpak werd in 2017 verder uitgewerkt en overgenomen in de Structuurvisie Ruimtelijke Economie Zuid Limburg (SVREZL). In 2019 kreeg deze visie in de regio handen en voeten met het Uitvoeringsprogramma Retail Parkstad 2019-2025 (UVP). Drie jaar later, na de coronacrisis, is het tijd om te zien of Parkstad op de goede weg is en wat er beter kan.

Waarom nu een monitor?

Al in 2019 was het jaar 2022 aangewezen als logisch monitor-moment; halverwege de tijdspanne van het UVP (2019-2025). Het doel van de monitor is om te zien of Parkstad met haar UVP op de goede weg is, of dat er moet worden bijgestuurd. Daarbij is 2022 ook het uitgelezen moment om te kijken of de uitgangspunten van het UVP na de coronacrisis nog kloppen. Om deze monitor uit te voeren heeft de Stadsregio adviesbureau DTNP ingeschakeld.

Monitoren = cijfers én interviews

Het monitoren van een economisch uitvoeringsprogramma vraagt om zicht op de cijfermatige ontwikkeling van de markt (Waar gaat het heen? Hebben maatregelen effect?). In deze monitor wordt daarom de ontwikkeling van de retailsector op regioniveau inzichtelijk gemaakt (relevante structuren, SVREZL, etc.).

Monitoren vraagt ook om inzicht in de mate waarin de uitvoering zelf (het proces) soepel verloopt: komt alles in het UVP tot uitvoering? Is er draagvlak voor voortzetting? Welke knelpunten liggen op de horizon? Dit tweede, kwalitatieve deel van monitoronderzoek is uitgevoerd door middel van gesprekken met verschillende betrokken partijen, waaronder:

- Ambtelijke experts van de Parkstad-gemeenten (individuele gesprekken per gemeente (excl. Heerlen in verband met ziekte));
- Programma Economie Stadsregio Parkstad;
- Bestuurscommissie Economie & Toerisme Stadsregio Parkstad;
- Leden Retailcommissie MKB Parkstad;
- Provincie Limburg;
- Streetwise

Deze interviews zijn in de periode juni/juli 2022 gehouden. De cijfermatige analyse en de conclusies uit de interviews geven samen een compleet beeld, op basis waarvan aanbevelingen kunnen worden gedaan tot verbetering van de effectiviteit van het uitvoeringsprogramma.

Opbouw van deze monitor

- Het verdere **hoofdstuk 1** geeft korte uitleg over het UVP en de SVREZL, de huidige retailstructuur en de bevolkingsontwikkeling.
- **Hoofdstuk 2 en 3** richten zich op het in beeld brengen van de ontwikkelingen in de retailstructuur van Parkstad Limburg, met daarbij aandacht voor de doelen in de SVREZL (concentratie in winkelclusters) in hoofdstuk 2 en de vestigingsdynamiek in hoofdstuk 3.
- In **hoofdstuk 4** vindt een herijking plaats van het toekomstige overaanbod (indicatie ontwikkeling retailbehoefte);
- In **hoofdstuk 5** worden de uitkomsten van de interviews toegelicht en worden aanbevelingen gedaan tot verbetering van de effectiviteit van het uitvoeringsprogramma.

1.2 UVP Retail en SVREZL-gebieden in het kort

Bij het opstellen van het uitvoeringsprogramma is een instrumentarium opgebouwd om buiten en binnen SVREZL-winkelclusters de gewenste ontwikkelingen op gang te brengen.

UVP: een forse opgave en twee hoofddoelen

Het regionale uitvoeringsprogramma is opgesteld vanuit het bewustzijn dat Parkstad een grote retailopgave heeft. Daarmee wordt zowel bedoeld dat er een grote massa overtollig 'winkelvastgoed' is, zonder perspectief op invulling, én dat de leefbaarheid onder druk staat door weinig vitale centrumgebieden en een afnemend voorzieningenniveau. De hoofddoelen van het UVP zijn dan ook:

1. Investeren in kwaliteitsslag voor aangewezen winkelclusters (behoud en/of versterking hoofdwinkelstructuur).
2. Onttrekken van 100.000 m² overtollige winkelmeters.

De vier pijlers van het UVP

Het UVP beschrijft de aanpak in vier pijlers:

- **Samenwerking:** door met alle belanghebbenden samen de opgave aan te gaan is er meer mogelijk, de individuele gemeenten kunnen dit simpelweg niet alleen. Dat betekent zowel overheden (Onderling, Provincie, Rijk, Duitsland) als marktpartijen (MKB, supermarktketens, ondernemersverenigingen).
- **Instrumenten:** het UVP wijst negen instrumenten aan, die samen bijdragen aan het behalen van de twee doelen. Zie 'instrumentarium'.
- **Gebiedsgericht:** Het UVP bevat voor elke gemeente een 'bijlagenboek gebiedsprofielen'. Om recht te doen aan de verschillende opgaven per winkelcluster is hierin voor alle 27 SVREZL-winkelclusters in Parkstad een analyse, toekomstperspectief en actieprogramma opgenomen en zijn 14 prioriteitsgebieden aangewezen.
- **Randvoorwaarden & Monitoring:** afspraken over samenwerking en evaluatie (o.a. deze monitor).

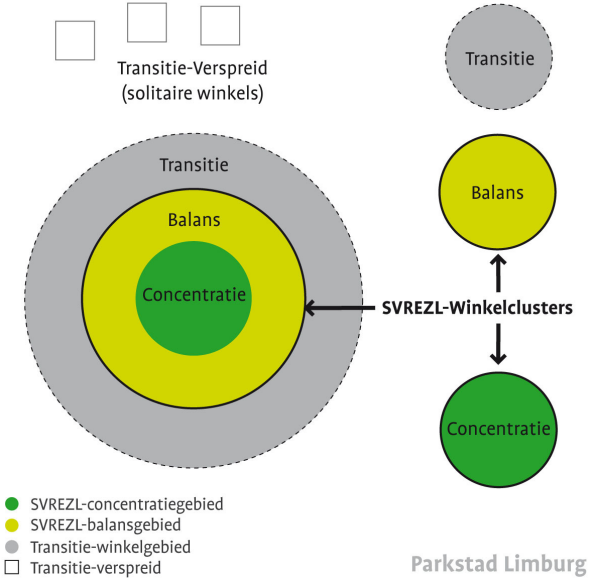
Instrumentarium van A t/m I

Het instrumentarium biedt een overzicht van de knoppen waaraan kan en moet worden gedraaid om de doelen van het UVP te verwezenlijken. Deze zullen dan ook veel aandacht krijgen in de kwalitatieve monitoring. De volgende generieke instrumenten (niet gebiedspecifiek) worden beschreven:

A. Regionale aanpak plancapaciteit
B. Koopstromen
C. Convenant Stadsregio Parkstad-Aldi
D. Convenant Retail in Heerlen-Zuid/Kerkrade-West
E. Integrale aanpak
   - Verbinding retail met brede gebiedsopgave
   - Aanloopstraten (historische linten)
F. Level Playing Field
   - Winkeltijdenverordening supermarkten
   - Vestigingslocatie internethandel
   - Handhaving
G. Stimuleren van ondernemerschap
   - Stichting Streetwise
   - Collectieve investeringsmogelijkheden eigenaren/ondernemers
H. Financiële instrumenten
   - Stimuleringsregelingen
   - Strategische verwerving
   - Fondsvorming
I. Flankerend beleid PDV/GDV
   - Inventarisatie en Analyse
   - Versterken perifere thematische concentraties

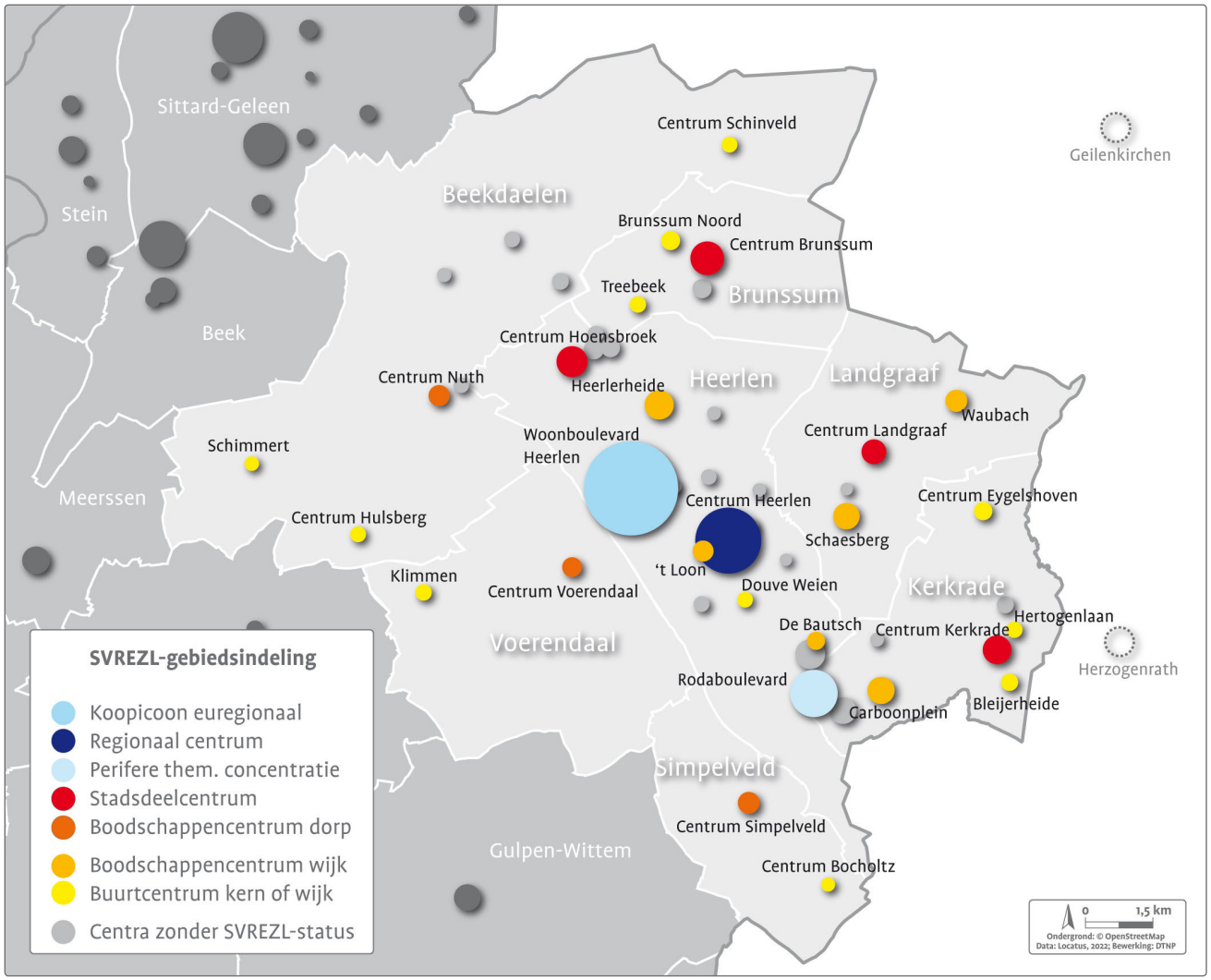
SVREZL-gebiedstyperingen uitgelegd

Binnen Parkstad zijn 27 SVREZL-winkelclusters aangewezen in verschillende typeringen. Elk SVREZL-cluster heeft een eigen gebiedsafbakening. Daarin wordt er onderscheid gemaakt tussen 'balansgebied' (doel: behoud huidige voorraad aan meters) en 'concentratiegebied' (doel: kwalitatief en kwantitatief versterken). Het is dus soms het geval dat in één winkelcluster zowel concentratiegebied als balansgebied voorkomt . Al het overige gebied is transitiegebied (overig (winkel)gebied/locatie waar de voorraad mogelijk wordt onttrokken).



Modelmatige uitleg gebiedstyperingen in dit rapport

Winkelgebieden in Parkstad naar SVREZL-indeling geschaald naar omvang in m² winkelvloeroppervlak



1.3 Retailstructuur Parkstad 2022

Parkstad heeft anno 2022 circa 461.400 m² winkelvloeroppervlak (wvo) aan ingevulde winkelmeters[a]. 96.400 m² wvo (21%) daarvan is dagelijks winkelaanbod (supermarkten, verszaken, drogisten), het overige aanbod bestaat uit verschillende niet-dagelijkse branches. De leegstand is circa 95.000 m² wvo groot.

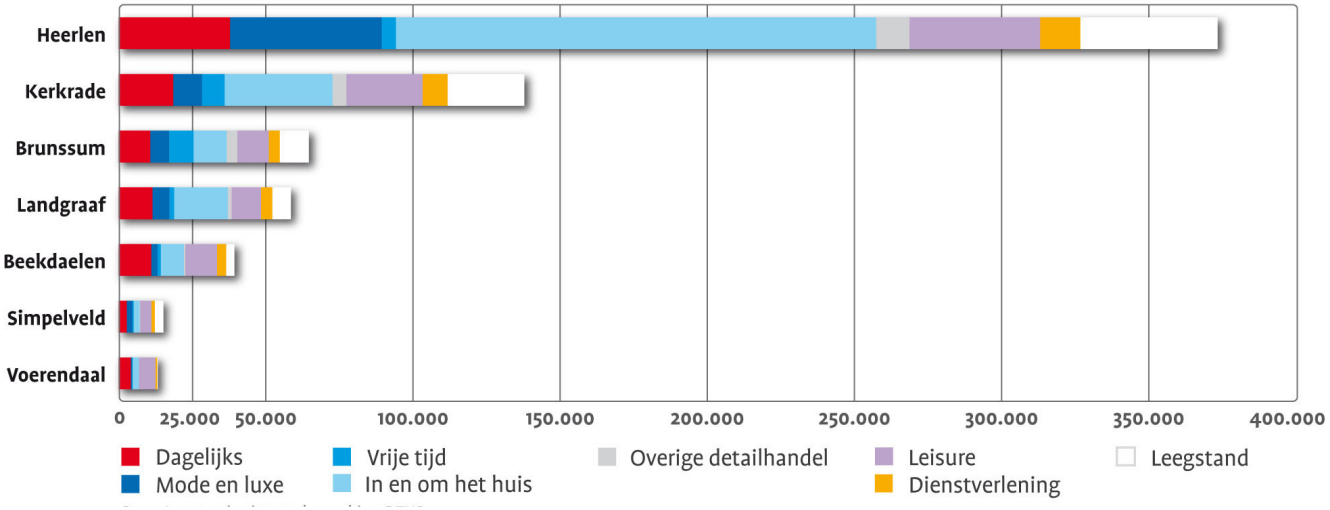
Heerlen heeft met circa tweederde van het oppervlak in m² wvo aan niet-dagelijks winkelaanbod duidelijk de meest bovenlokale functie in Parkstad. Ook zit hier de helft van de leegstand. Vitale centra zijn ook gebaat bij andere publieksfuncties (die leegstand kunnen opvullen). Daarom wordt waar mogelijk[b] ook het aanbod leisure (111.200 m² wvo horeca, cultuur en ontspanning) en dienstverlening (34.500 m² wvo) opgenomen.

Elke gemeente andere maat en branche-samenstelling

De zeven Parkstad-gemeenten hebben grote aanbodverschillen. Niet alleen in de omvang van het winkelaanbod, maar ook in het type winkels. Zo hebben landelijke gemeenten met kleine kernen een heel ander aanbodprofiel dan bijvoorbeeld Heerlen en Kerkrade, waar ook grote perifere locaties zijn. Dagelijks aanbod is in landelijke gemeenten een groot aandeel van het winkelvloeroppervlak. Mode en luxe-aanbod (mode, huishoudelijk, juwelier, etc.) zit voor een groot deel in de hoofdcentra, zoals Heerlen-Centrum.

Aanbod in de branchegroep Vrije tijd (hobby-, sport-, kampeerwinkels, etc.) zit onder andere in Kerkrade (Rodaboulevard) en Brunssum (Hans Stassar). Het aanbod in de groep In en om het huis (woninginrichting, keukens, bruin-en witgoed, fietsen, etc.) zit voor een heel groot deel op Woonboulevard Heerlen. De gemiddelde omvang van winkels in die branchegroep is groot. Ook in andere gemeenten zitten hier en daar grote winkels in deze branchegroep (bijv. Van Cranenbroek in Landgraaf of Stevens Woninginrichting in Schinveld).

Aanbod winkels en andere publieksfuncties in Parkstad naar branche en vestigingsgemeente in **m² wvo**



a Bron: Locatus Verkooppuntenbestand 2022. In dit hele rapport worden Locatus-aanbodcijfers gehanteerd voor winkels, leisure en diensten evenals voor leegstand. De cijfers over metrage betreffen 'winkelvloeroppervlak' ofwel netto vloeroppervlak (wat de consument kan zien in een winkel).

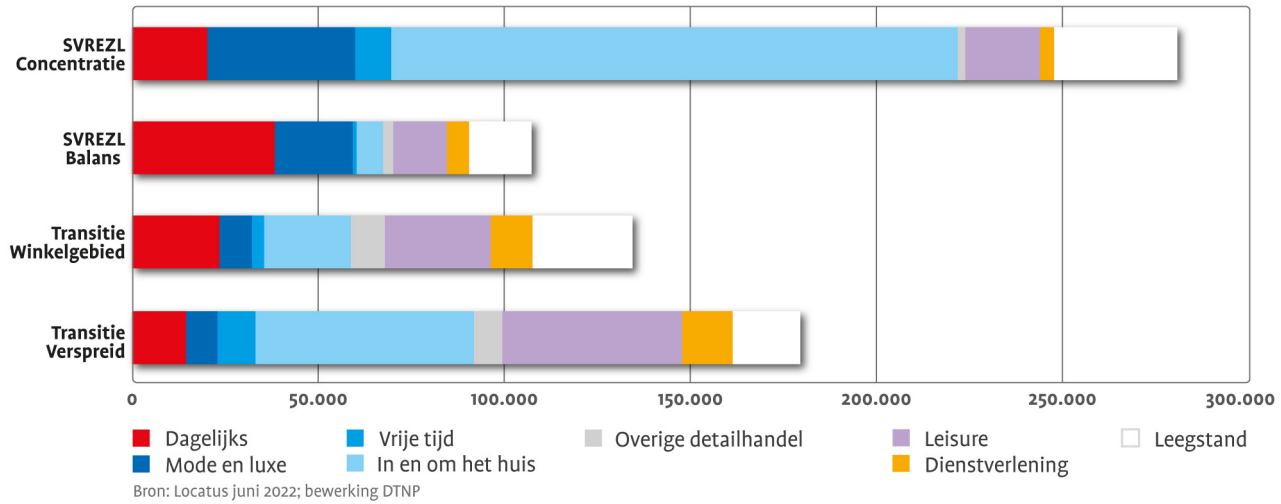
b Metrage leisure- en dienstenfuncties wordt pas sinds enkele jaren consistent door Locatus in beeld gebracht, in historische vergelijkingen wordt dit daarom niet opgenomen.

SVREZL-gebiedstypes en clustertypes: waar zit wat?

Circa 64% van het totale winkelaanbod in m² wvo is in SVREZL-gebieden gevestigd. Voor Leisure en Dienstverlening is dit slechts 30%, het merendeel van dit aanbod is dus buiten de SVREZL-clusters gevestigd. Iets meer dan de helft van het leegstaande commerciële vastgoed (m² wvo) ligt binnen de SVREZL-clusters.

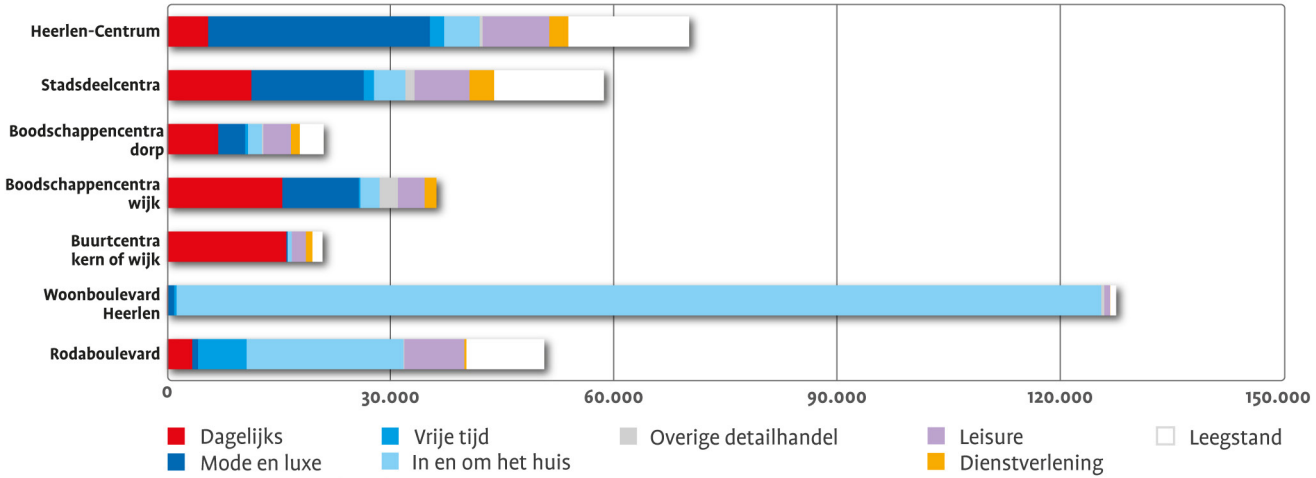
- **Dagelijks:** het grootste aandeel dagelijks winkelaanbod zit in SVREZL-'balansgebied', waar de 'boodschappencentra wijk' en 'buurtcentra' onder vallen. In deze lokaalverzorgende centra is relatief weinig leegstand. Circa 40% van het aanbod zit buiten SVREZL-gebied, met name in de vorm van niet-SVREZL-supermarktclusters en de schil van grotere winkelgebieden.
- Het **Mode en luxe**-winkelaanbod is voor 78% in SVREZL-clusters gevestigd; deze branchegroep kent de grootste concentratiegraad. Dit aanbod zit voornamelijk in de grotere centra; Heerlen-Centrum en de vier 'Stadsdeelcentra' (met name Kerkrade en Brunssum).
- De grootste **leegstand** in vloeroppervlak is aanwezig in de concentratiegebieden (circa 33.100 m² wvo in 125 panden) en in transitie-winkelgebied (circa 26.800 m² wvo in circa 200 panden). In de

Winkel-, leisure- en diensten-aanbod in Parkstad in m² wvo naar SVREZL-**gebiedstype**



Bron: Locatus juni 2022; bewerking DTNP

Winkel-, leisure- en diensten-aanbod in Parkstad in m² wvo naar SVREZL-**clustertype**



Bron: Locatus juni 2022; bewerking DTNP

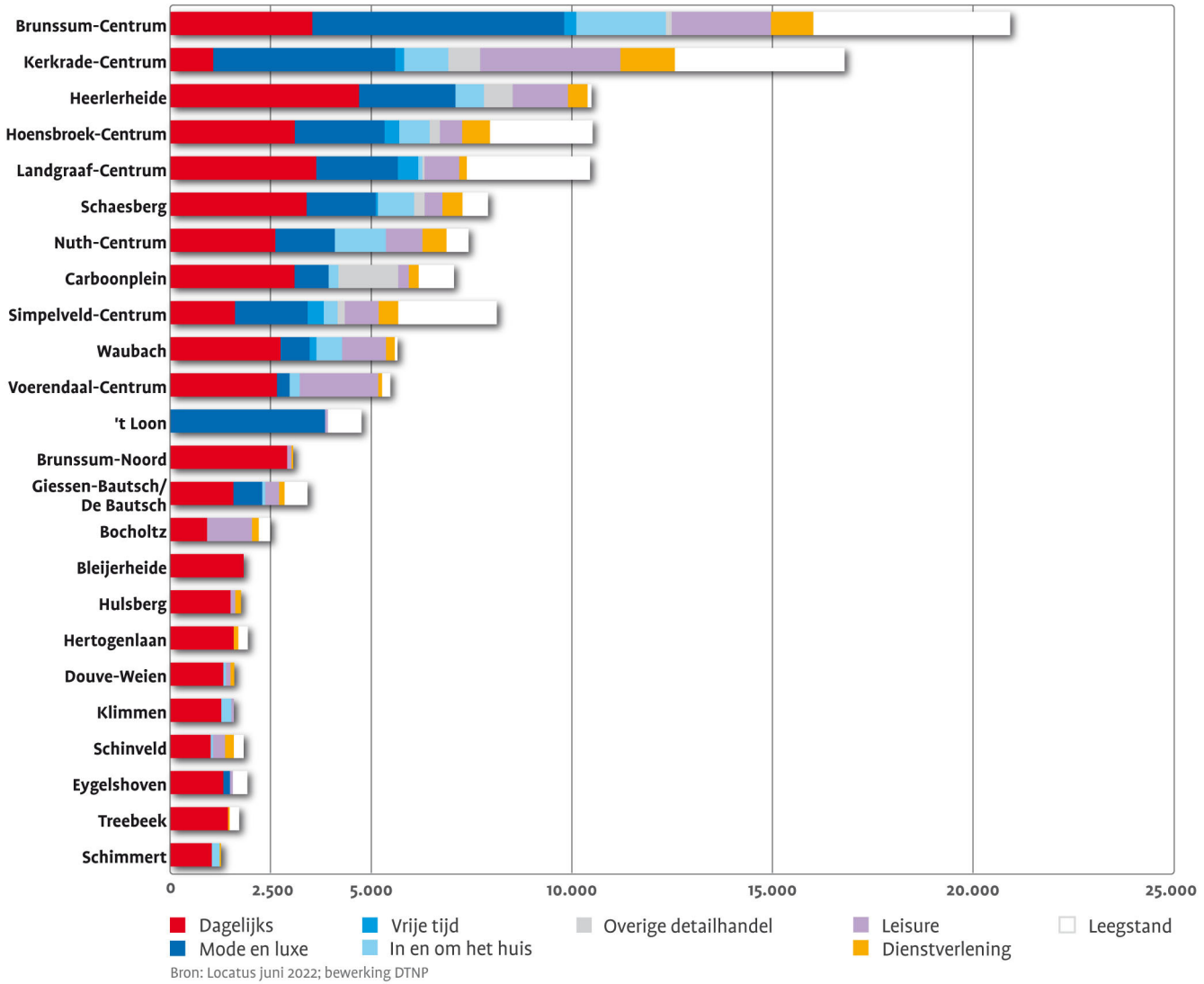
concentratiegebieden zijn die leegstaande panden gemiddeld relatief groot.

- In de SVREZL-clusters hebben Heerlen-Centrum en de vier stadsdeelcentra zowel het grootste Mode en luxe-aanbod als de grootste leegstand.

Regionaal beeld vs. centrumniveau

Deze monitor gaat over de regionale winkelstructuur van Parkstad. Daarom zijn structuren zoals in de grafieken op de vorige pagina belangrijk voor de analyse. De regionale opgave moet uiteindelijk op microniveau worden uitgevoerd. In dit rapport wordt daarom, waar relevant, ook informatie op gemeente- of centrumniveau weergegeven, soms in de hoofdtekst, maar het meeste in de bijlagen D t/m F.

Winkel-, leisure- en diensten-aanbod in SVREZL-clusters (excl. drie grootste centra) in **m² wvo**



Bron: Locatus juni 2022; bewerking DTNP

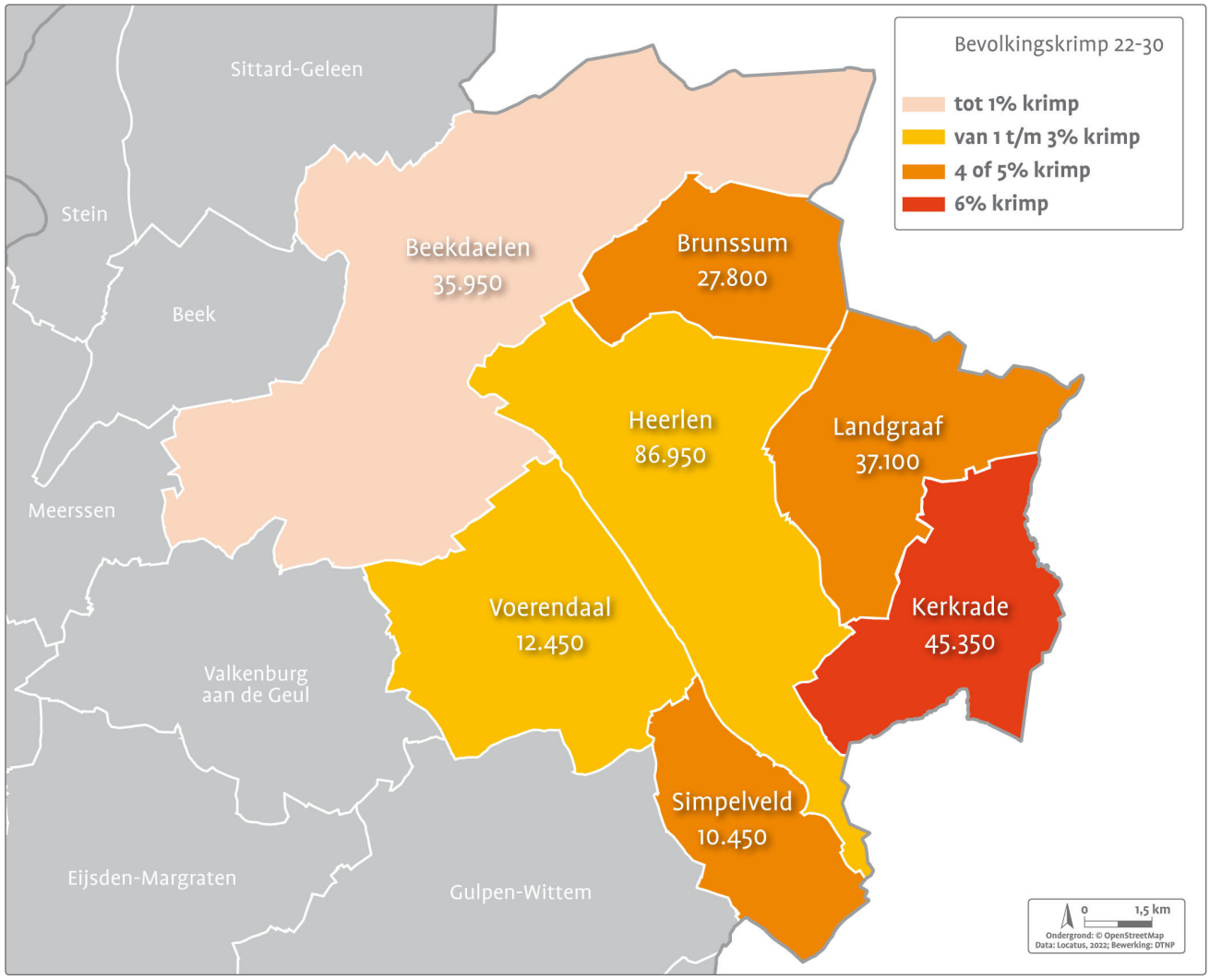
1.4 Bevolking van Parkstad

Bevolkingsontwikkeling: krimp en vergrijzing

Momenteel wonen er circa 256.000 inwoners in de zeven Parkstad-gemeenten[a]. De verwachting is dat in de periode 2020-2030 het totale inwonertal van Parkstad met bijna 10.000 inwoners zal afnemen (-4%)[b]. In elke gemeente is de verwachte mate van krimp anders (zie kaart). De vergrijzing is in Parkstad al ver gevorderd, in 2010 was het aandeel 65+ers al ruim 19% en in 2030 zal dit circa 30,5% zijn. Ter illustratie, in Nederland is dit nu 'pas' 20%.

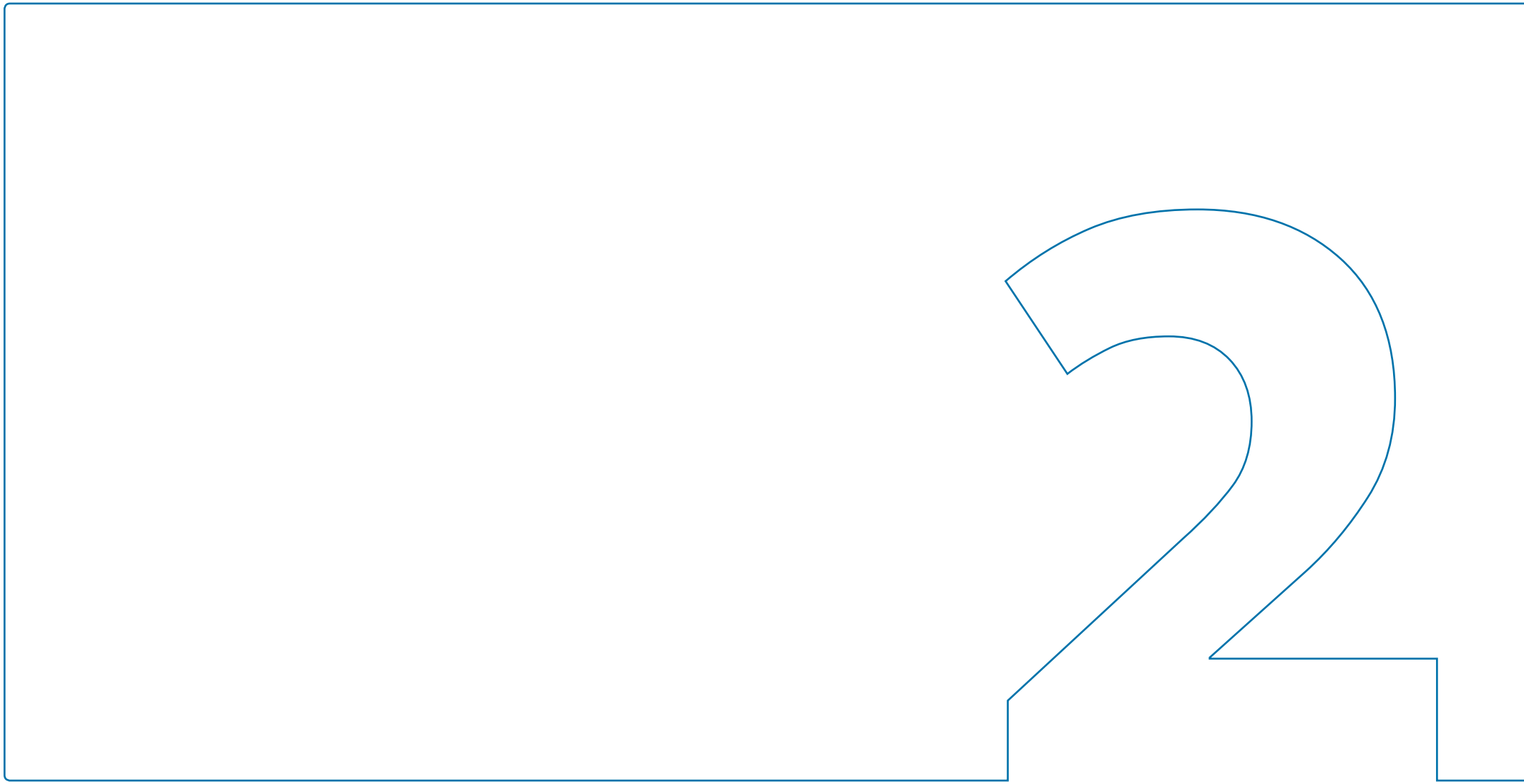
Het inkomensniveau in Parkstad ligt 10% onder het landelijk gemiddelde, mede door het lage welvaartsniveau in de grote gemeenten Heerlen en Kerkrade. Alleen in Beekdealen en Voerendaal ligt het inkomensniveau boven het Nederlandse gemiddelde.

Gemeenten regio Parkstad met huidig inwonertal en verwachte bevolkingsontwikkeling[b]



a CBS Statline (2022), Inwoners.
b Etil, Progneff (2021), Bevolkingsprognose Parkstad 2021

Trends en ontwikkelingen



2.1 Landelijke trends retailsector

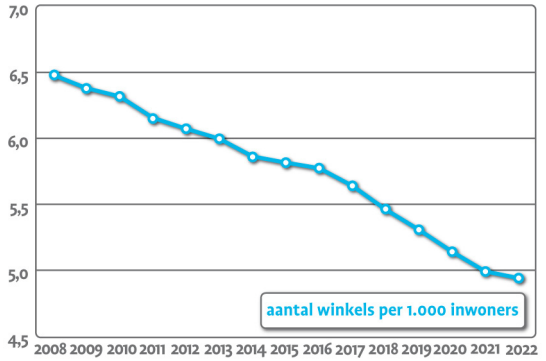
Ontwikkeling koopgedrag 2010-2020

Het vorige decennium werd gekenmerkt door de volwassenwording van het online aankoopkanaal. Voor niet-dagelijkse goederen (alles behalve boodschappen) werd rond 2020 in Nederland gemiddeld ongeveer een kwart van de bestedingen online gedaan. Wat overbleef was een andere, kleinere en specifiekere fysieke winkelbehoefte. Dat betekent minder winkels en dus grote gevolgen voor fysieke winkellocaties. Samengevat waren er in deze periode de volgende winnaars en verliezers in het winkellandschap:

- **Complete boodschappencentra:** Deze centra bieden de consument alle frequente benodigdheden gemakkelijk en nabij, Deze centra **floreerden** onder andere doordat online boodschappen doen in deze periode nog amper meewoog, laat staan tegenover de bevolkingsgroei in veel steden. Supermarkten zijn niet voor niets een populair onderdeel van veel vastgoedportefeuilles geworden. Ook veel dorpscentra functioneerden goed door de sterke basis van boodschappenbezoek.
- **De allergrootste binnensteden** (top 20) **waren winnaars.** Deze centra gaven de consument het complete en unieke 'dagje stad' met horeca, cultuur, evenementen, én een uitvoerig winkelaanbod. Ook hier gingen ketens failliet maar deze werden vaak relatief snel weer ingevuld (met o.a. horeca of een nieuw concept).
- **Middelgrote hoofdcentra** (alles tussen de grote binnenstad en het kleine dorpscentrum) **verloren** in deze periode veel van hun regiofunctie. Deze centra waren rond het begin van dit millennium vaak juist ontwikkeld voor de vestigingswensen van de 'standaard winkelfilialen'. Door de vele faillissementen in dit zich niet onderscheidende middensegment bleven deze centra vol gaten achter. De consument deed de doelgerichte aankopen steeds vaker online of in het wijkcentrum en ging voor een recreatief bezoek naar een grote(re) binnenstad.

Effect van de coronacrisis

De meest eenduidige ontwikkeling tijdens de coronacrisis is de grote sprong in online oriëntatie (van consument en ondernemer). Die sprong lijkt grotendeels structureel te zijn, het online koopgedrag valt niet ver terug: "In Q1 2019 gaven consumenten 3,2 miljard euro uit aan producten, tijdens de lockdown piekte dit naar 6,3 miljard en nu (2022) ligt producten op 5,1 miljard. Dit is nog steeds 2 miljard euro hoger dan



Bron: Locatus en CBS, 2008-2022; bewerking DTNP

slechts 3 jaar geleden." - Marlene ten Ham, algemeen directeur Thuiswinkel.org[a]

Specifieke veranderingen in de sector door corona zijn:

- In de dagelijkse sector is een flinke online-schaalsprong gemaakt (logistieke capaciteit bezorging versproducten). Online boodschappen doen is een structureel onderdeel van de foodsector aan het worden. Na de corona-piek loopt de online omzet nu iets terug, maar gaat het nog steeds om meer dan een verdubbeling ten opzichte van 2019[b].
- Tijdens corona zijn juist de grootste binnensteden de dupe (minder bezoekers, krimp aanbod). In de middelgrote centra was vaak voor de crisis al actie

a Gfk (2022), Online bestedingen groeien met 7% naar € 8,2 miljard in Q1 [online]
b Gfk (2022), Thuiswinkelmarktmonitor 2022 Q1

ondernomen om het centrum in te krimpen, waardoor deze centra nu beter voorbereid waren. Die uitgangspositie en de marktcondities (urgentie corona en gespannen woningmarkt) maakten in de middelgrote centra (versneld) grote transformatie-ingrepen mogelijk.

- Mensen hebben tijdens de crisis uitgaven aan hun woning eerder gedaan, of ze kochten een nieuwe woning, waardoor winkels in woninginrichting, doe-het-zelf, etc. erg goed hebben gedraaid. Verwachting is dat deze uitgaven de komende jaren daardoor juist ondergemiddeld zullen zijn (helemaal met daarbij de economische terugval).

Faillissementen?

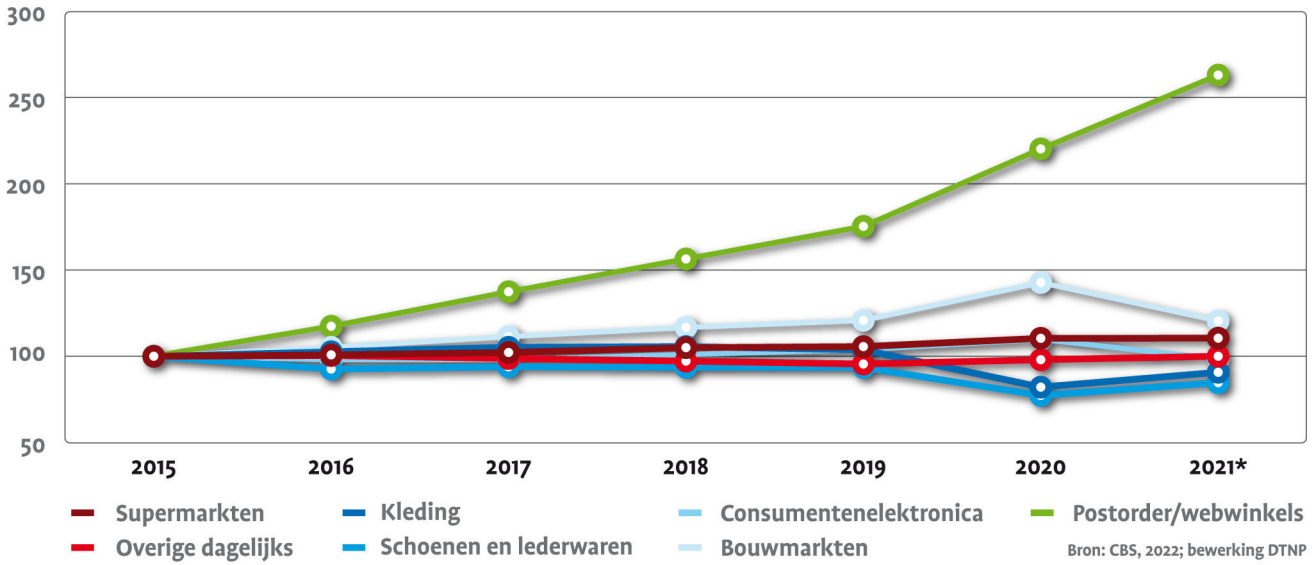
Veel ondernemers zijn met steun overeind gebleven. Dat geldt ook voor ongezonde bedrijven die onder 'normale omstandigheden' zouden zijn weggevallen, en voor voormalig gezonde bedrijven die nu met een grote schuldenlast zitten (o.a. terugbetalen van belasting). De huidige prijsstijgingen (o.a. grondstoffen en vervoer) en krappe arbeidsmarkt (loonstijging) zetten de marges verder onder druk. De bedrijfsopzeggingen stijgen, mogelijk om faillissementen voor te zijn.

De langetermijneffecten van al deze omstandigheden op het winkelbestand is nog niet helemaal duidelijk, maar een verdere afname van winkels is te verwachten. In sommige gebieden kan een grote bevolkingsgroei ervoor zorgen dat de effecten van deze ontwikkelingen meevallen.

Toekomst dagelijkse sector: dynamiek supermarkt

Al enkele jaren is de schaalvergroting in de supermarktsector het winkellandschap aan het bepalen. Supermarktpartijen willen de consument bedienen met een groot assortiment, versbeleving en bezoekgemak. Grotere winkels met meer assortiment vragen om meer draagvlak per winkel. Dat lukte tot nu toe deels door ander aanbod te verdrukken (o.a. verswinkels), maar met de groeiende horeca-sector en trends als online boodschappen is er ook tegendruk. Kleine supermarkten verdwijnen uit de structuur. In gebieden waar de bevolkingsgroei niet enorm is, kan deze ontwikkeling ervoor zorgen dat ambities voor de spreiding van dagelijkse voorzieningen (op fiets-/loopafstand) moeilijker te realiseren zijn.

Ontwikkeling omzet in verschillende branchegroepen en bij pure online winkels



Bron: CBS, 2022; bewerking DTNP

2.2 Aanbodontwikkeling Parkstad totaal

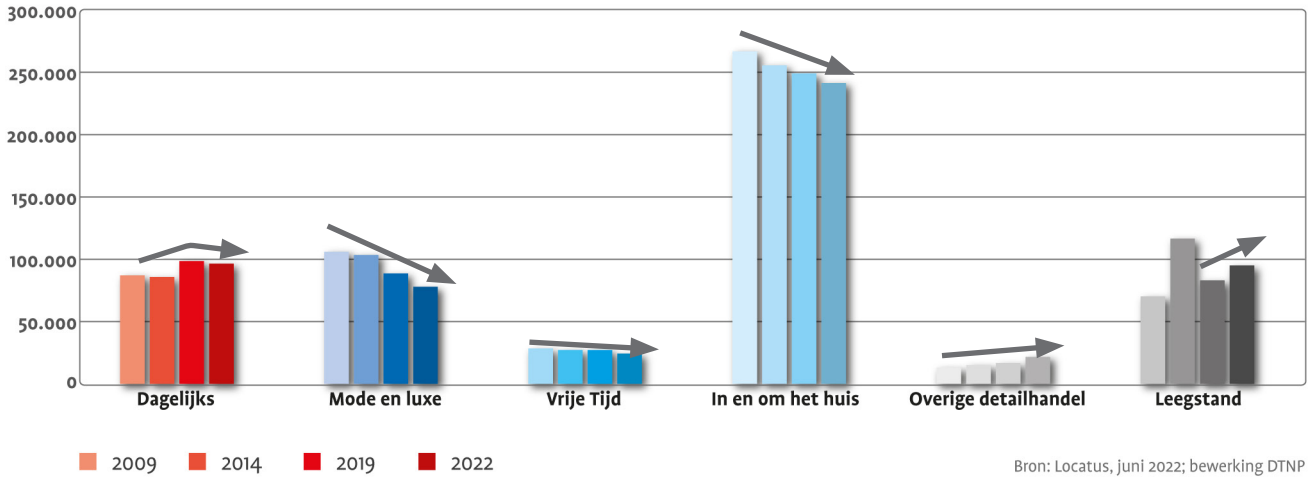
De afname van het winkelaanbod zet door. De leegstand neemt weer verder toe. Op bijna alle punten gaat het in Parkstad de afgelopen jaren slechter met de winkelontwikkeling dan op provinciaal en landelijk niveau. Daaruit blijkt duidelijk dat het UVP Retail nog steeds nodig is.

Het aantal winkels in Parkstad is sinds 2009 met 34% gekrompen[a]. Die krimp in aantallen is in bijna alle branchegroepen te zien. In m² winkelvloeroppervlak (wvo) is die ontwikkeling minder extreem, in totaal is het oppervlak aan winkels sinds 2009 met circa 8% gekrompen. Dat verschil tussen krimp in aantal en oppervlakte komt deels voort uit de schaalvergrotingstrend (bijvoorbeeld supermarkten). Sinds 2019 is alleen in Overige detailhandel (o.a. tweedehands, hoortoestel, feestartikelen) nog groei in vloeroppervlak te zien.

2019-2022: toename leegstand

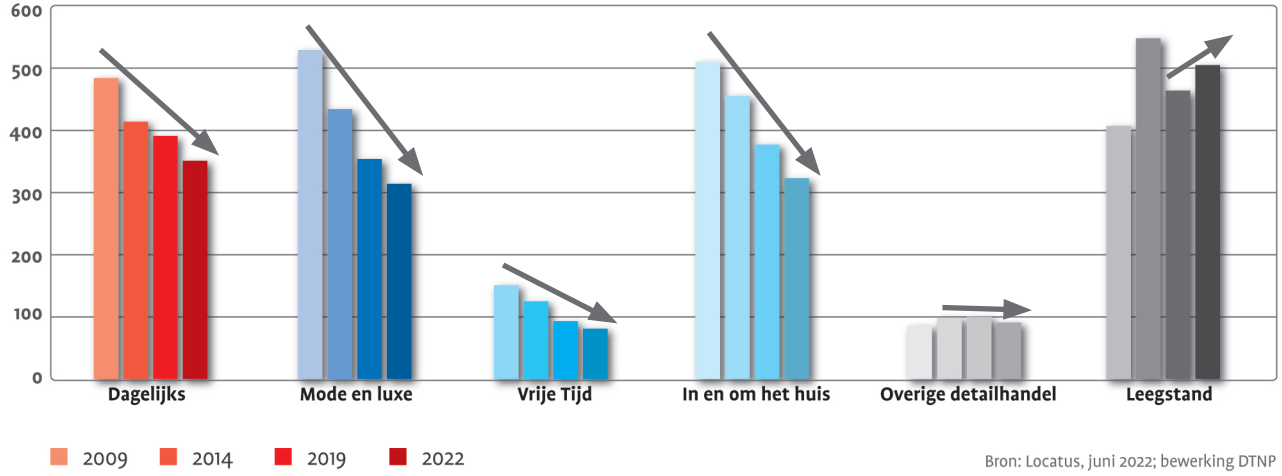
De leegstand is sinds 2019 weer toegenomen, zowel in aantal panden (+9%) als in oppervlak (+14%). Anno 2022 staan er circa 505 panden leeg, van samen circa 95.000 m² wvo[b]. In deze cijfers zitten ook panden

Ontwikkeling winkelaanbod Parkstad naar branchegroep in **m² wvo**



Bron: Locatus, juni 2022; bewerking DTNP

Ontwikkeling aanbod winkels en andere publieksfuncties Parkstad naar branchegroep in **aantal verkooppunten**



Bron: Locatus, juni 2022; bewerking DTNP

a Voor verschillen tussen gemeenten zie bijlage B.
b Dit zijn beschikbare commerciële units, er is niet zoiets als 'winkelleegstand' en 'overige leegstand'.

geschikt voor of voormalig in gebruik door diensten, horeca of andere publieksfuncties (bieb, museum, klimhal, etc.). Dat wil zeggen dat de toename van 'leegstand' niet een-op-een in verband staat met de ontwikkeling in de winkelsector, maar de winkelsector is hierin wel vaak bepalend (meeste functies en grootste oppervlak).

2019-2022: krimp Parkstad niet de norm in Limburg

In Parkstad nam het winkelaanbod in de dagelijkse én de niet-dagelijkse sector af sinds 2019 (zowel de in branchegroep In en om het huis [woninginrichting, doe-het-zelf, tuincentra, bruin-en witgoed, fietsen, etc.] als in de overige niet-dagelijkse sectoren). Dit wijkt af van de rest van Nederland én van de rest van de provincie Limburg. Daar nam het dagelijkse winkel-aanbod namelijk juist toe. Het aanbod in de branche-groep In en om het huis bleef daar gelijk (NL) of nam zelfs toe (Limburg). Alleen in de meer recreatieve niet-dagelijkse branches (Mode en luxe, Vrije tijd en overig) nam het winkelaanbod in alle drie gebieden af.

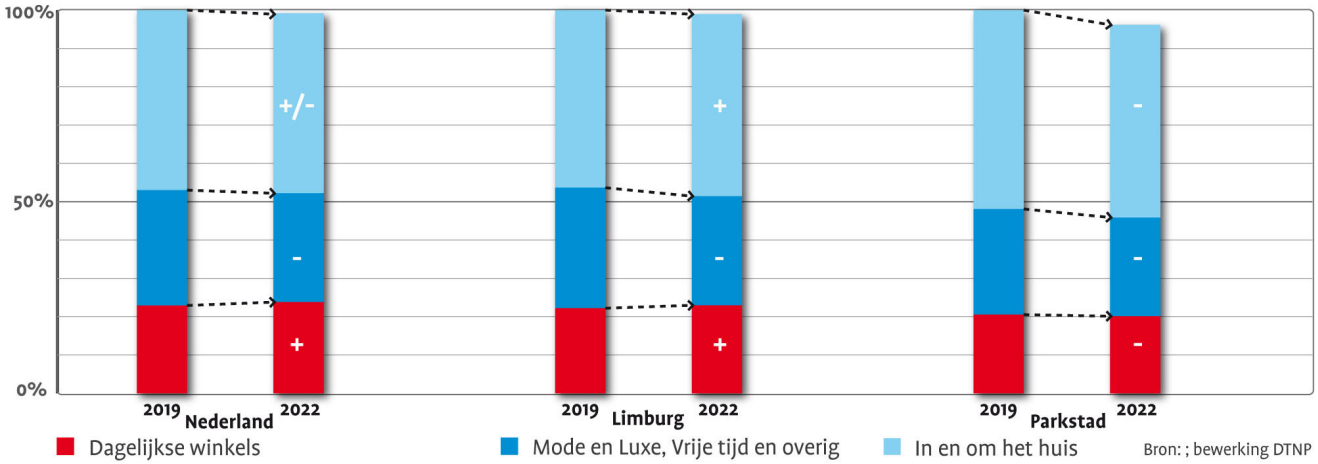
2019-2022: aanbodontwikkeling Parkstad in detail

In de dagelijkse sector nam het aanbod in de afgelopen drie jaar met 40 winkels (-10%) en circa 2.000 m² wvo af. In de niet-dagelijkse sector kromp het aanbod in Parkstad in deze periode met circa 115 winkels (-12%) en circa 16.000 m² wvo.

Aanbodontwikkeling per gemeente in bijlage

Doordat het winkelaanbod in Heerlen zo groot is kunnen nuances van de aanbodontwikkeling in andere gemeenten in het niet vallen. In bijlage B is daarom een overzicht opgenomen van de aanbodontwikkeling per gemeente.

Vergelijking relatieve aanbodontwikkeling winkelaanbod (m² wvo) in Nederland, Limburg en Parkstad (2019 = 100%)



Bron: ; bewerking DTNP

2.3 Krimp dagelijkse sector?

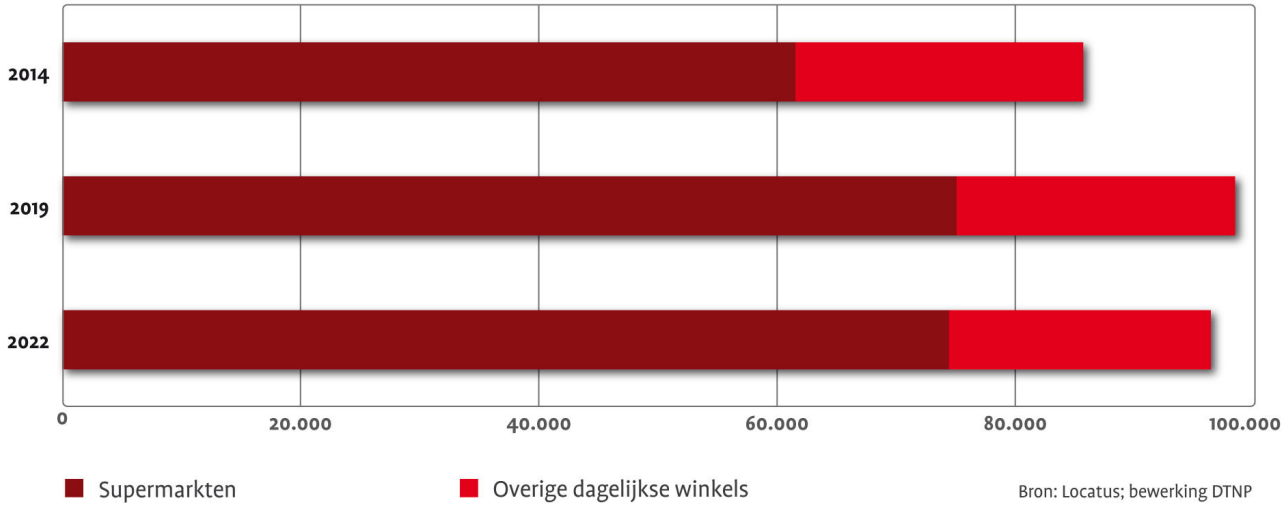
De dagelijkse winkelsector is een belangrijk onderdeel van de lokale voorzieningenstructuur en daarmee van de leefbaarheid. Een afname van dit aanbod kan die leefbaarheid onder druk zetten. Bevolkingskrimp en schaalvergroting van winkels (meer draagvlak nodig) zijn elkaar versterkende ontwikkelingen. Hier ligt een grote opgave voor de retailstructuur in Parkstad.

Eerst groei supermarkten, nu krimp dagelijks aanbod?

In de periode 2014-2019 is het supermarktoppervlak flink toegenomen. De gemiddelde omvang van supermarkten in Parkstad ging in die tijd van circa 920 m² wvo naar circa 1.090 m² wvo.

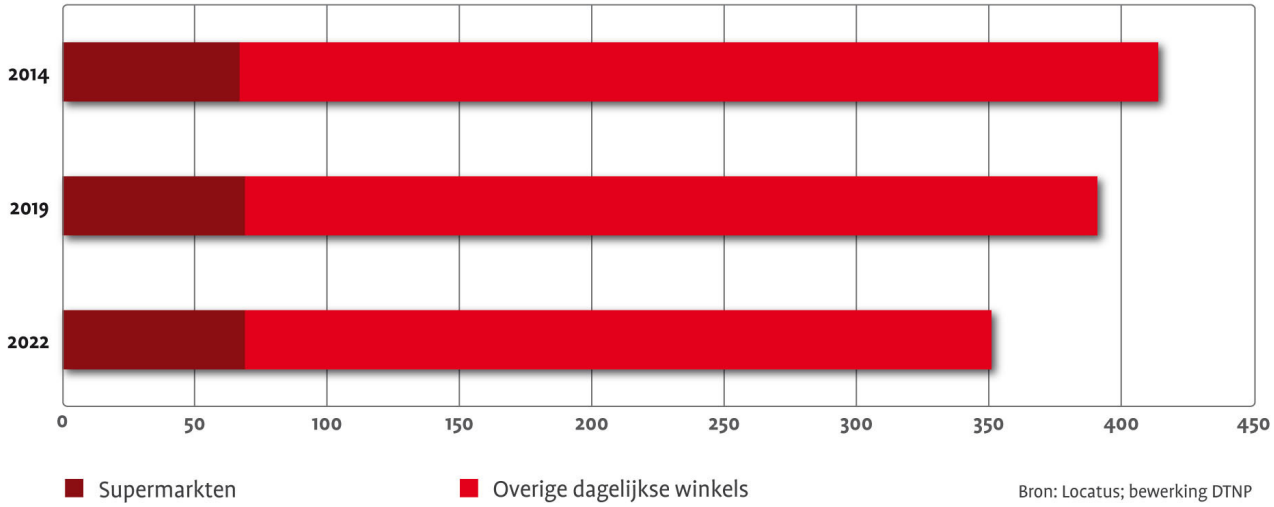
Na 2019 nam het aantal overige dagelijkse winkels (verszaken, drogisten, apotheken) versneld af. Het betrof met name slagers, bakkers en groentewinkels (samen -30 winkels). Deze versnelling lijkt samen te hangen met de schaalvergroting van de supermarkten in de periode ervoor (vaak o.a. met een grotere versafdeling). Dit verdrukkende effect wordt versterkt door de bevolkingsafname. Ook het supermarktaanbod werd sinds 2019 iets kleiner (-600 m² wvo).

Ontwikkeling dagelijks winkelaanbod in Parkstad in **m² wvo**



Bron: Locatus; bewerking DTNP

Ontwikkeling dagelijks winkelaanbod in Parkstad in **aantal verkooppunten**



Bron: Locatus; bewerking DTNP

2.4 Ontwikkeling SVREZL-gebieden sinds 2019

Toename concentratiegraad aanbod in SVREZL-clusters

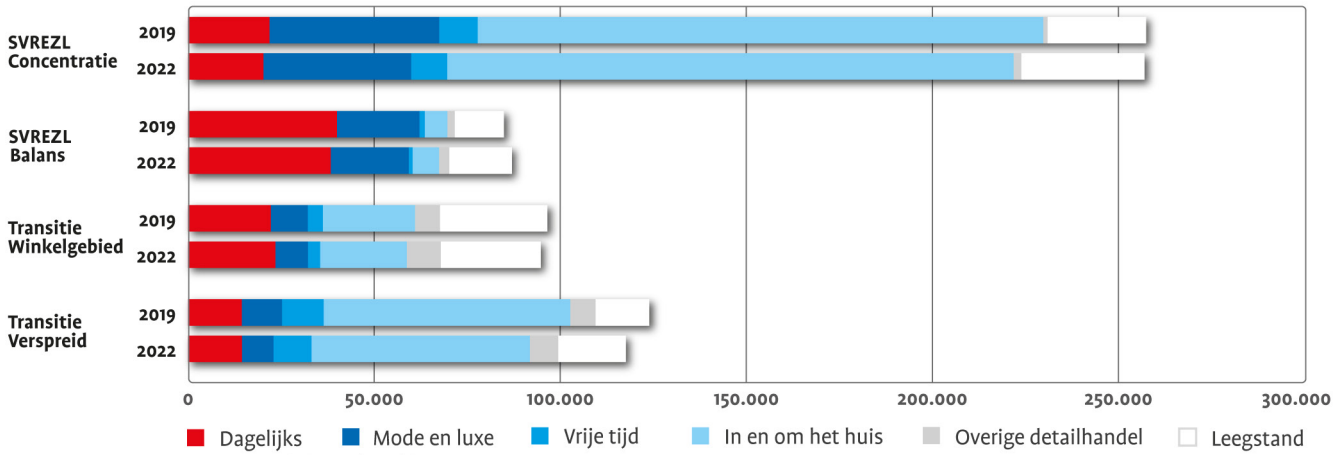
Het aandeel van het winkelaanbod dat in de SVREZL-gebieden te vinden is, is sinds 2019 iets toegenomen: van 63,1% naar 63,7% in m² wvo en van 48,6% naar 50,5% in aantal winkels. Er is een langzame beweging in de richting van de ambities uit de SVREZL en het UVP. Dat de concentratiegraad in vloeroppervlak hoger ligt, komt o.a. doordat veel van de grote winkels op de perifere themacentra in SVREZL-clusters liggen.

Zoals bedoeld? Concentratie vs. transformatie

De toename van de concentratiegraad in SVREZL-gebied betekent niet dat deze zijn opgevuld met het aanbod vanuit transitiegebied. Zowel in SVREZL- als transitie-gebied is het winkelaanbod namelijk afgenomen. Die afname is iets groter geweest in de transitiegebieden, vandaar de groeiende concentratiegraad in SVREZL-winkelclusters.

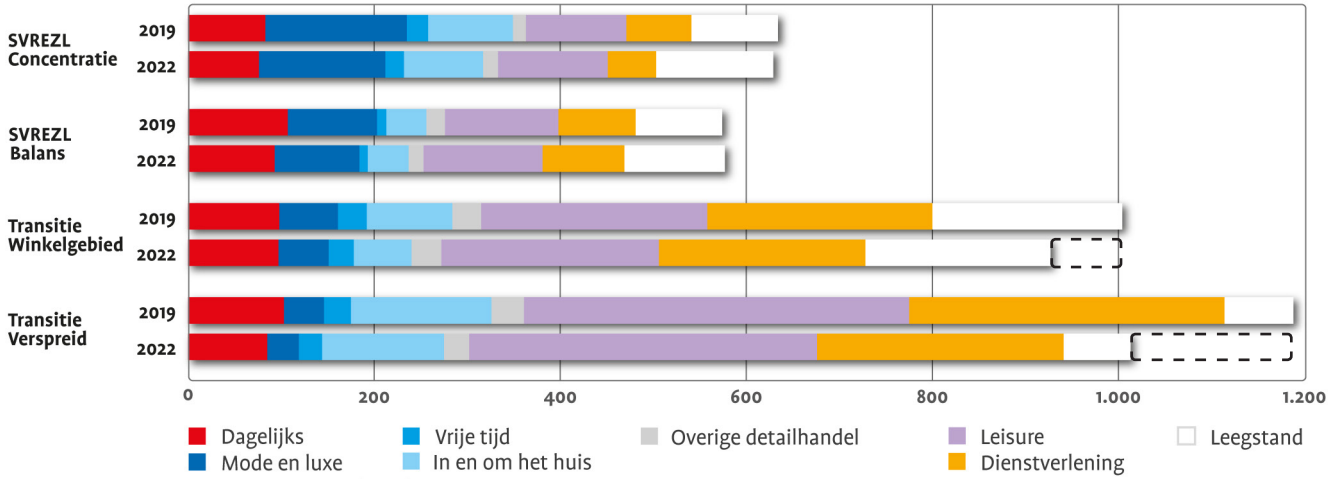
In transitiegebied is het aantal beschikbare panden (winkels, andere functies en leegstand) met circa 250 afgenomen. Dat betekent hoogstwaarschijnlijk[a] dat hier veel transformatie heeft plaatsgevonden, zoals de doelstelling was. In de SVREZL-gebieden is het aantal panden niet afgenomen, waardoor het krimpende aanbod tot grotere leegstand heeft geleid.

Ontwikkeling winkelaanbod en leegstand in SVREZL- en transitiegebieden Parkstad in **m² wvo**



Bron: Locatus juni 2022; bewerking DTNP

Ontwikkeling publieksfuncties en leegstand in SVREZL- en transitiegebieden Parkstad in **aantal panden**



Bron: Locatus juni 2022; bewerking DTNP

a Andere verklaringen zijn mogelijk, bijv. dat panden zijn samengevoegd

Dagelijkse sector: afname in SVREZL-gebied

Een opvallende constatering is dat het dagelijkse aanbod juist binnen de SVREZL-gebieden in m² wvo is afgenomen (-3.300 m² wvo), terwijl dit daarbuiten in transitie-winkelgebied iets is toegenomen (+1.300 m² wvo)[a] en in het verdere verspreid transitiegebied gelijk is gebleven[b]. Dat gaat tegen de doelstelling in.

Bevestiging keuze prioriteitsgebieden 2019

In het UVP 2019 zijn er 14 prioriteitsclusters aangewezen. Ongeveer de gehele afname van het winkelaanbod in de SVREZL-clusters is te herleiden naar deze gebieden. Over de overige SVREZL-clusters is de aanbodontwikkeling namelijk stabiel en is er zelfs sprake van een afnemende leegstand. In de prioriteitsgebieden is de leegstand explosief toegenomen, namelijk +50 lege panden (+35%) en +14.000 m² wvo (+45%). Heerlen-Centrum speelt in deze cijfers een grote rol.

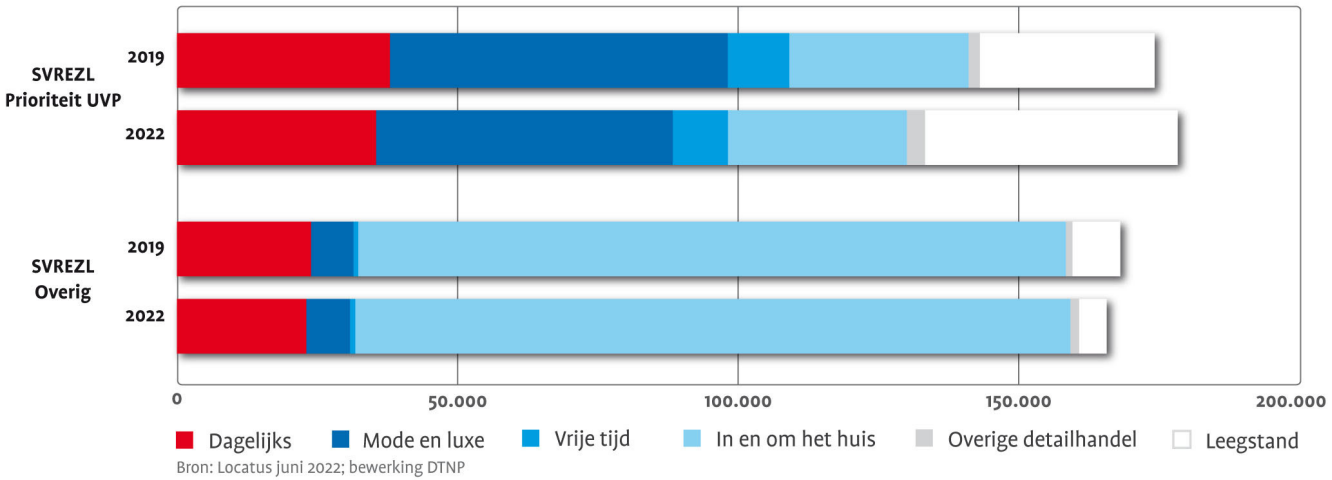
Dit is een bevestiging voor de selectie van deze gebieden als 'prioriteitsgebied' in 2019 (inschatting dat hier de grootste opgave zou liggen), en mogelijk aanleiding meer met die indeling te doen.

Deze conclusie betekent niet dat er geen uitzonderingen zijn onder de prioriteitsgebieden, zo is in Voerendaal-Centrum bijna alle leegstand verdwenen. Voor de ontwikkeling van SVREZL-clustertypes en individuele SVREZL-clusters zie bijlagen C t/m F.

14 prioriteitsgebieden UVP 2019

- Bocholtz
- Brunssum Centrum
- Brunssum Noord
- Carboonplein
- Giessen-Bautsch / De Bautsch
- Heerlen Centrum
- Hertogenlaan
- Hoensbroek Centrum
- Kerkrade Centrum
- Landgraaf Centrum
- Nuth Centrum
- Rodaboulevard
- 't Loon
- Voerendaal Centrum

Ontwikkeling winkelaanbod en leegstand in prioriteits- en. overige SVREZL-gebieden in Parkstad in **m² wvo**



Bron: Locatus juni 2022; bewerking DTNP

a Aldi 't Loon, etnische supermarkten Willemstraat Heerlen, etc.
b Gelijk gebleven meerekenend (tijdelijke) Aldi Oirsbeek.

Vestigingsdynamiek



3.1 Stimulering: Streetwise

In het instrumentarium wordt ingezet op het 'Stimuleren van Ondernemerschap'. Hierbij kan gedacht worden aan starters, uitbreiders en verplaatsers. Dit beleidsuitgangspunt wordt in het uitvoeringsprogramma grotendeels ingevuld door de activiteiten van stichting Streetwise (instrument G1 uit het UVP).

Wat is en doet Streetwise?

Stichting Streetwise richt zich op de begeleiding van nieuw ondernemerschap, om daarmee bij te dragen aan de toekomstige relevantie en leefbaarheid van centrumgebieden. Vanuit die gedachte ligt de focus zowel op de financiële gezondheid als op concepten die vernieuwend zijn. Streetwise bestaat sinds 2014 en heeft zijn oorsprong in Heerlen. Streetwise is ook actief in (Limburgse) gebieden buiten Parkstad.

De Stadsregio heeft het 'stimuleren van ondernemerschap' uit het UVP onder andere vormgegeven door de activiteiten van Stichting Streetwise Parkstad (aanscherping bestaande activiteiten). De 'nieuwe' opdracht van juni 2020 is om het ondernemerschap te stimuleren in de door de Parkstad-gemeenten zelf aangewezen SVREZL winkelclusters (excl. Voerendaal). Streetwise houdt zich hoofdzakelijk bezig met het een-op-een begeleiden van potentiële ondernemers en het ondersteunen van reeds gestarte ondernemers met de verdere ontwikkeling. Om deze kerntaak goed uit te voeren, houdt Streetwise zich ook bezig met activiteiten als communicatie over ondernemersschap (zichtbaarheid) en relatiebeheer met financiers (o.a. banken), vastgoedeigenaren, en ondernemersplatforms.

Streetwise is al langere tijd in Parkstad actief. Van de gestarte ondernemers over de afgelopen 6 jaar is 90,7% na 1 jaar nog actief.

Resultaten Streetwise 2020 - 2021 (sinds UVP)

In de afgelopen twee jaar zijn er 262 begeleidingstrajecten geweest die tot circa 67 vestigingen hebben geleid (25,6%). Negentien van die trajecten lopen nog door naar 2022 (mogelijk nog vestiging). Van die 262 begeleidingstrajecten gaat het in circa 44% van de gevallen om mensen die een nieuwe onderneming willen starten. Daarnaast zijn er bijvoorbeeld ook bestaande ondernemers die willen verplaatsen vanuit de periferie (circa 19%) of willen uitbreiden met een extra vestiging (28%).

Die 262 begeleidingstrajecten zijn gericht op ondernemersschap in verschillende branches[a]:

- circa 33% horeca
- circa 21% winkels
- circa 18% vrijetijdssector
- circa 12% dienstverlening
- Circa 6% persoonlijke verzorging
- Circa 5% mengformule
- circa 3,5% maatschappelijk en wonen

De 67 vestigingen hebben bijgedragen aan het invullen van (winkel)panden, in totaal goed voor circa 14.700 m² wvo. Dat is gemiddeld 219 m² wvo per starter. In 2021 lag het ingevulde winkelvloeroppervlak hoger dan in 2020, het betrof dan ook grotere investeringen (€5 mln. t.o.v. €2 mln. in 2020). Dit kwam onder andere doordat bij de begeleidingstrajecten in 2021 er meer trajecten met bestaande ondernemers waren die uitbreidingsplannen hadden (i.p.v. starters).

a Dit is een herrekening van de percentages per jaar. Hierdoor kan het een procent afwijken (bewerking DTNP van data Streetwise).

3.2 Stimulering: Starterscentrum

In het instrumentarium wordt ingezet op het ‘Stimuleren van Ondernemerschap’. Hierbij kan gedacht worden aan starters, uitbreiders en verplaatsers. Hierin speelt ook het Starterscentrum een rol.

Wat is en doet het Starterscentrum Limburg?

Het Starterscentrum is een non-profitorganisatie waar (pré)starters kunnen aankloppen voor advies en begeleiding bij de start van hun bedrijf. Het Starterscentrum is actief in een groot deel van Limburg (met name in het zuiden incl. Parkstad). Van de mensen die het Starterscentrum benaderen voor advies bestaat een groot deel uit personen met een uitkering/geen (betrouwbaar) inkomen.

Starterscentrum: relatie tot winkelgebieden?

Het Starterscentrum heeft de opgave om startende ondernemers te begeleiden. Het Starterscentrum is er dus niet specifiek voor startende winkeliers of om vestiging in winkelgebieden te stimuleren. De branches detailhandel en horeca zijn wel goed voor circa eenderde van de starters die het Starterscentrum begeleid. Het is niet geregistreerd of een ‘starter’ vanuit huis onderneemt, een fysieke (winkel-/horeca-) ruimte heeft of ambulant opereert.

Starterscentrum: winkels+horeca 2019-2021

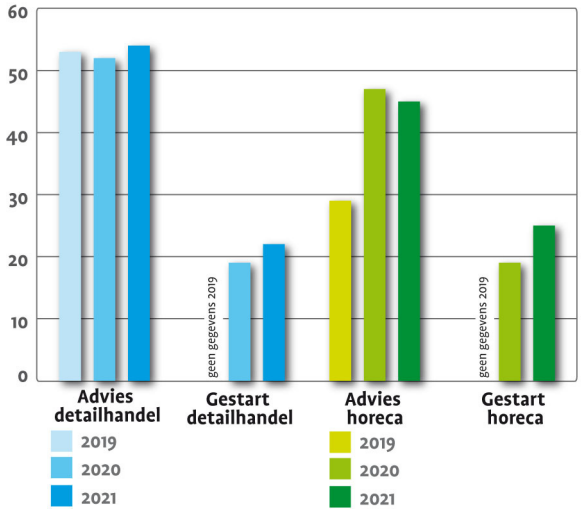
Sinds 2020 registreert het Starterscentrum naast het aantal adviestrajecten ook wie er een bedrijf start. In 2020 en 2021 samen werden er 41 startende bedrijven in de detailhandel en 44 in de horeca geregistreerd.

Van de (pre)starters die met een adviesvraag bij het Starterscentrum aankloppen, begonnen in 2020 37% en in 2021 47% ook echt een detailhandels- of horeca-bedrijf. Er startte in 2021 meer horecabedrijven dan winkelbedrijven.

Starterscentrum: waar starten die bedrijven?

Het wordt niet vastgelegd in welk type locatie iemand is gestart (in een winkelgebied, buiten winkelgebied, vanuit huis, winkelruimte/ambulant). Het is dus niet zeker of, en zo ja hoeveel, ‘winkelruimte’ door deze nieuwe ondernemingen is ingevuld. Van de 85 startende detailhandel en horeca-bedrijven in 2020-2021 vestigde circa 75% zich in de gemeente Heerlen.

Starterscentrum: Adviesvragen en gestarte ondernemers in Parkstad



3.3 Mutatie-analyse 2019-2022

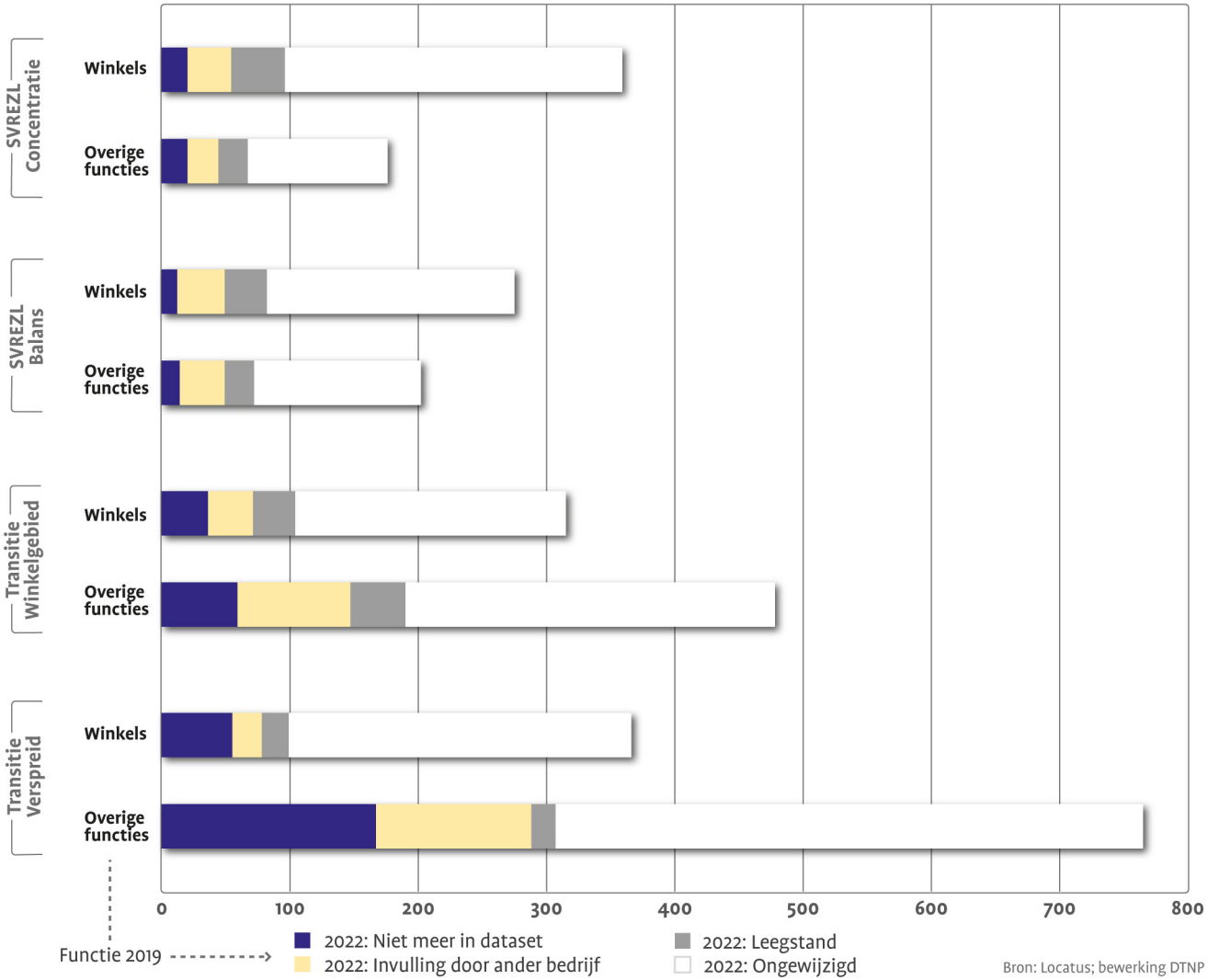
Panden buiten de SVREZL-clusters, met name verspreid gelegen, zijn in veel grotere mate onttrokken aan de markt. Juist panden met andere publieke invulling dan winkels blijken vaker te transformeren. Aanvullend blijkt de kans op nieuwe invulling in transitiegebied de afgelopen 3 jaar beduidend lager te zijn geweest dan binnen de SVREZL-clusters (26% vs. 43% in SVREZL-clusters). Een goed argument naar eigenaren in transitiegebied om transformatie te overwegen.

'Niet meer in dataset': transformatie in transitiegebied

Dat een pand uit 2019 niet meer als hetzelfde pand terugkomt in de dataset van 2022 kan verschillende redenen hebben (samenvoeging, sloop/nieuwbouw, transformatie). De mate waarin dit voorkomt bij de transitie in de winkelgebieden, en met name bij de verspreide transitie, is veel hoger dan in de SVREZL-clusters. Het is aannemelijk dat het hier in ieder geval deels om transformatie gaat, zoals ook al werd verwacht in paragraaf 2.4.

In verhouding zijn er in de SVREZL-gebieden veel minder panden niet meer in de dataset te vinden. Hier ligt het

Ontwikkeling van de status van panden **waarin in 2019 een publieksfunctie was gevestigd**



Bron: Locatus; bewerking DTNP

aandeel panden dat leeg is komen en blijven staan beduidend hoger.

Dynamiek winkels vs. andere publieksfuncties

Opvallend is de mate waarin de dynamiek verschilt tussen panden die in 2019 gevuld waren door een winkel en panden die waar andere publieke functies waren gevestigd. De mate waarin een pand een andere invulling (nieuw bedrijf) heeft gekregen ligt overal hoger bij de niet-winkelfuncties. Uit de onderliggende cijfers blijkt dat met name panden die in 2019 een horeca-onderneming huisvestten nu een andere bedrijfsinvulling hebben (dit kan nog steeds horeca zijn, maar niet dezelfde[a]). Bij panden met een horeca-invulling was dit 25% (bij winkels was dit circa 10%). Onder de panden waarin in 2019 een winkel was gevestigd is het aandeel 'ongewijzigd' ook het hoogst (circa 71%). De dynamiek is bij panden die gevuld zijn met winkels dus over het geheel lager.

Balansgebieden dynamisch

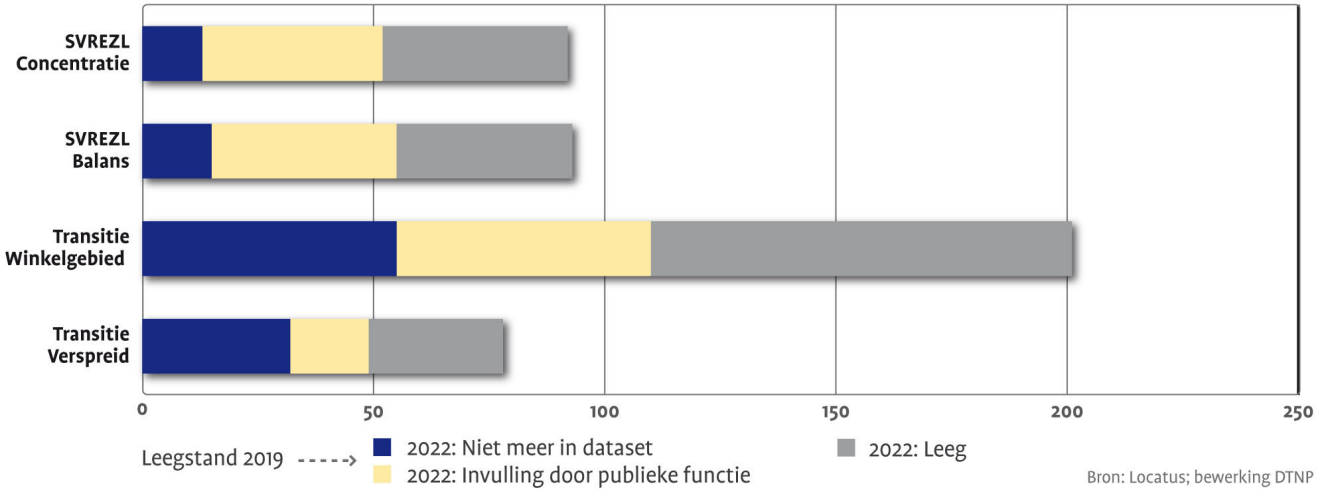
In balansgebieden is de doelstelling kortgezegd 'behouden wat er is'. In dat perspectief is er relatief veel sprake van 'invulling door een ander bedrijf'. Dit ligt bijvoorbeeld aanzienlijk hoger dan bij de concentratiegebieden.

a De ontwikkeling van een koffiezaakje in 2019 naar een afhaalrestaurant in 2022 telt bijvoorbeeld als andere invulling.

Kleinere kans invulling leegstand buiten SVREZL

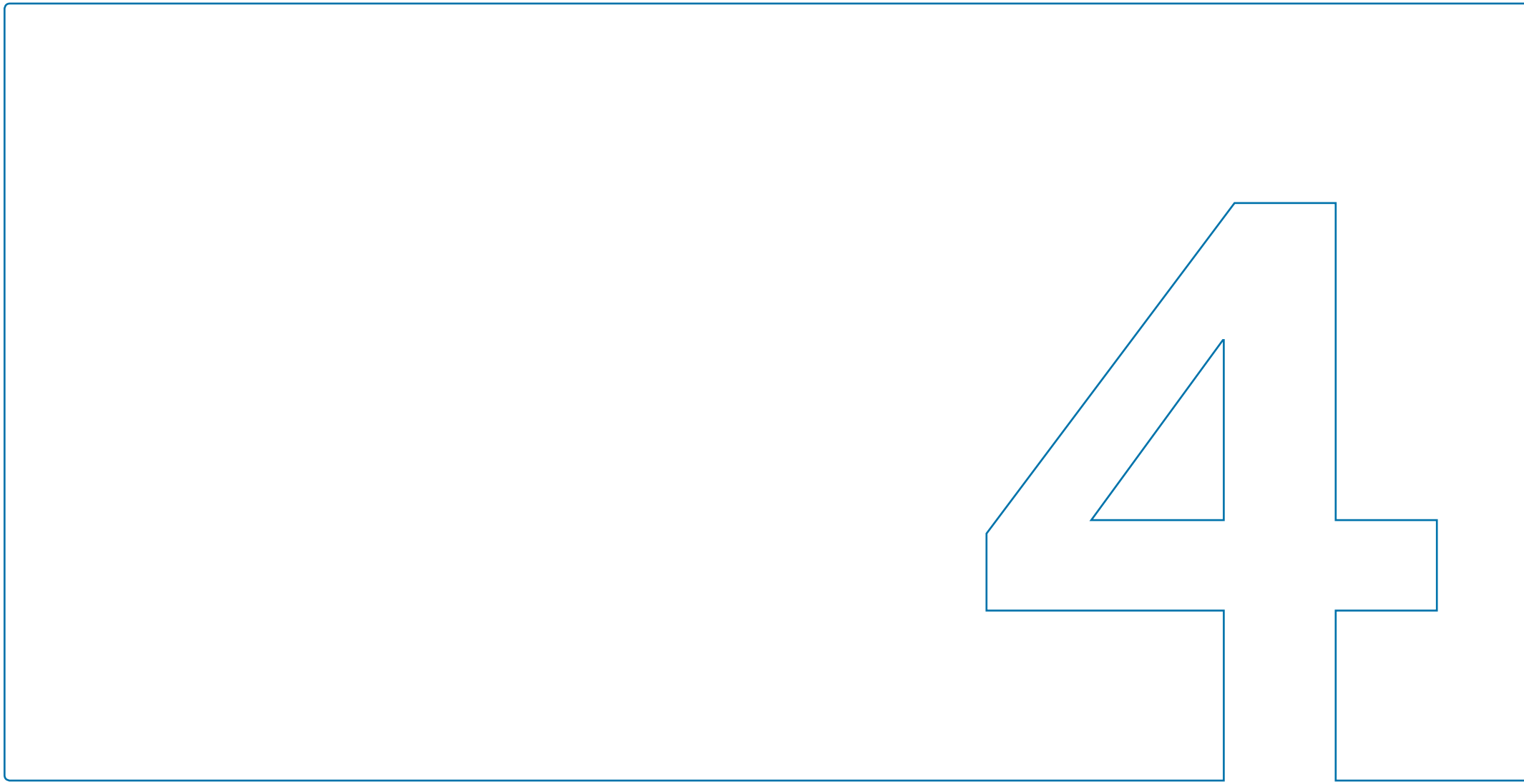
De panden die in 2019 leegstonden in SVREZL-gebieden zijn in 2022 voor een aanzienlijk deel weer ingevuld (43%). Leegstaande panden in transitiegebied blijken een veel kleinere kans gehad te hebben om weer ingevuld te worden (26%). In transitiegebieden zijn ook veel panden die in 2019 leegstonden uit de dataset verdwenen. Over de gehele linie is er sinds 2019 ook een aanzienlijk deel van de leegstaande panden in Parkstad leeg blijven staan (43%).

Ontwikkeling van de panden **die in 2019 leegstonden** in Parkstad



Bron: Locatus; bewerking DTNP

Marktruimte winkelsector



4.1 Toelichting berekeningen

Hoe zal de markt zich verder ontwikkelen? en welke gevolgen heeft dat voor Parkstad? Een marktruimte-berekening voor fysiek winkelaanbod kan hier (deels) antwoord op geven. Voor een marktruimteberekening worden vraag en aanbod voor een bepaalde branche samengebracht in een modelmatige benadering van de situatie. In dit hoofdstuk staan de hoofdlijnen en conclusies, in bijlage A worden de sommen behandeld.

- **Variabelen vraag:** de bestedingen per hoofd in fysieke winkels, de omvang van het lokale verzorgingsgebied (aantal inwoners), het inkomensniveau van dat verzorgingsgebied, de mate waarin bestedingen van lokale inwoners plaatsvinden bij de lokale fysieke winkels (koopkrachtbinding), en het omzetaandeel van die winkels dat van buiten het verzorgingsgebied toevloeit (koopkrachttoevloeiing). Koopkrachtbinding gaat dus over de portemonnee van de inwoner en de koopkrachttoevloeiing over de kassa van de lokale winkel.
- **Variabelen aanbod:** de omvang (m² wvo) en de vloerproductiviteit (gemiddelde bestedingen per m² wvo) van het fysieke winkelaanbod in een bepaalde branche.

Bronnen voor berekeningen

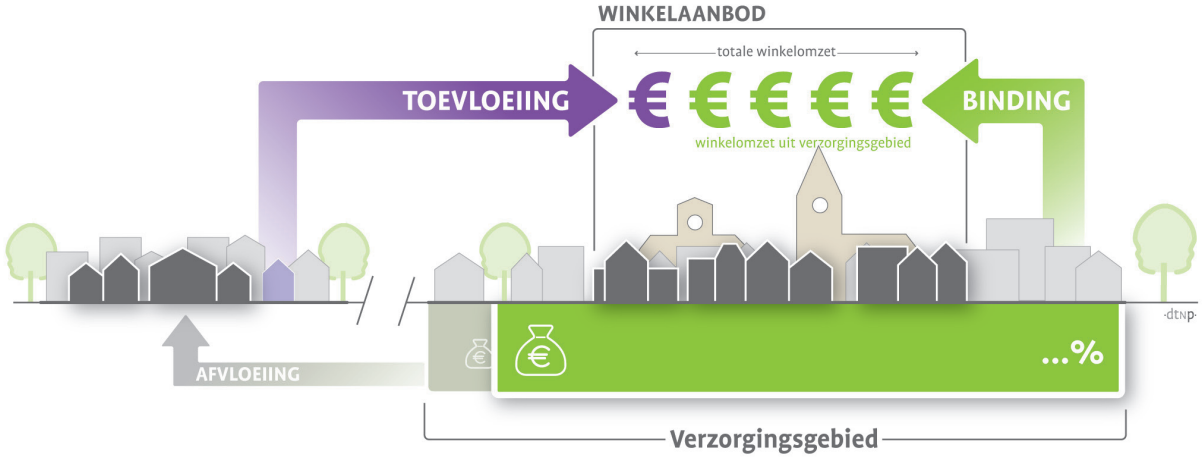
Voor normgetallen over bestedingen en vloerproductiviteit worden landelijke cijfers gebruikt[a]. Het landelijk gemiddelde is een logische minimale richtlijn voor functioneren in een markt die onder druk staat. Voor de lokale cijfers zijn de bronnen Locatus (aanbod), CBS (inkomen), I&O (koopstromen 2019), VVV Zuid-Limburg (cijfers toerisme) en de Etil/Prognoff (bevolkingsprognose) gebruikt. Voor de ontwikkeling van online bestedingen zijn door DTNP gerichte aannames gedaan (zie bijlage A).

a Retail Insiders (2022), 'Omzetkengetallen 2021 ten behoeve van ruimtelijk-economisch onderzoek'

Verschil 'hardheid' uitkomst verschillende branches

Het berekenen van de toekomstige behoefte aan fysieke winkels met kengetallen uit het recente verleden is geen 'waarheidsvinding'. De uitkomsten zijn indicatief. Dit geldt heelemaal voor niet-dagelijkse sectoren, aangezien het branchebeeld en het verdienmodel daar nogal verschilt (fietsen, witgoed, banken, keukens, kleding, juwelen, bloemen, etc.). In verhouding is de dagelijkse sector meer onderling vergelijkbaar, gezien circa 80% uit supermarkten bestaat en de verkoop van levensmiddelen vaak bepalend is in het verdienmodel (verse goederen, hoge doorloop noodzakelijk om derving te voorkomen).

Schematische weergave koopkrachtbinding en - toevloeiing



4.2 Dagelijkse sector

Grootste en vooral lokaalfunctionerende sector

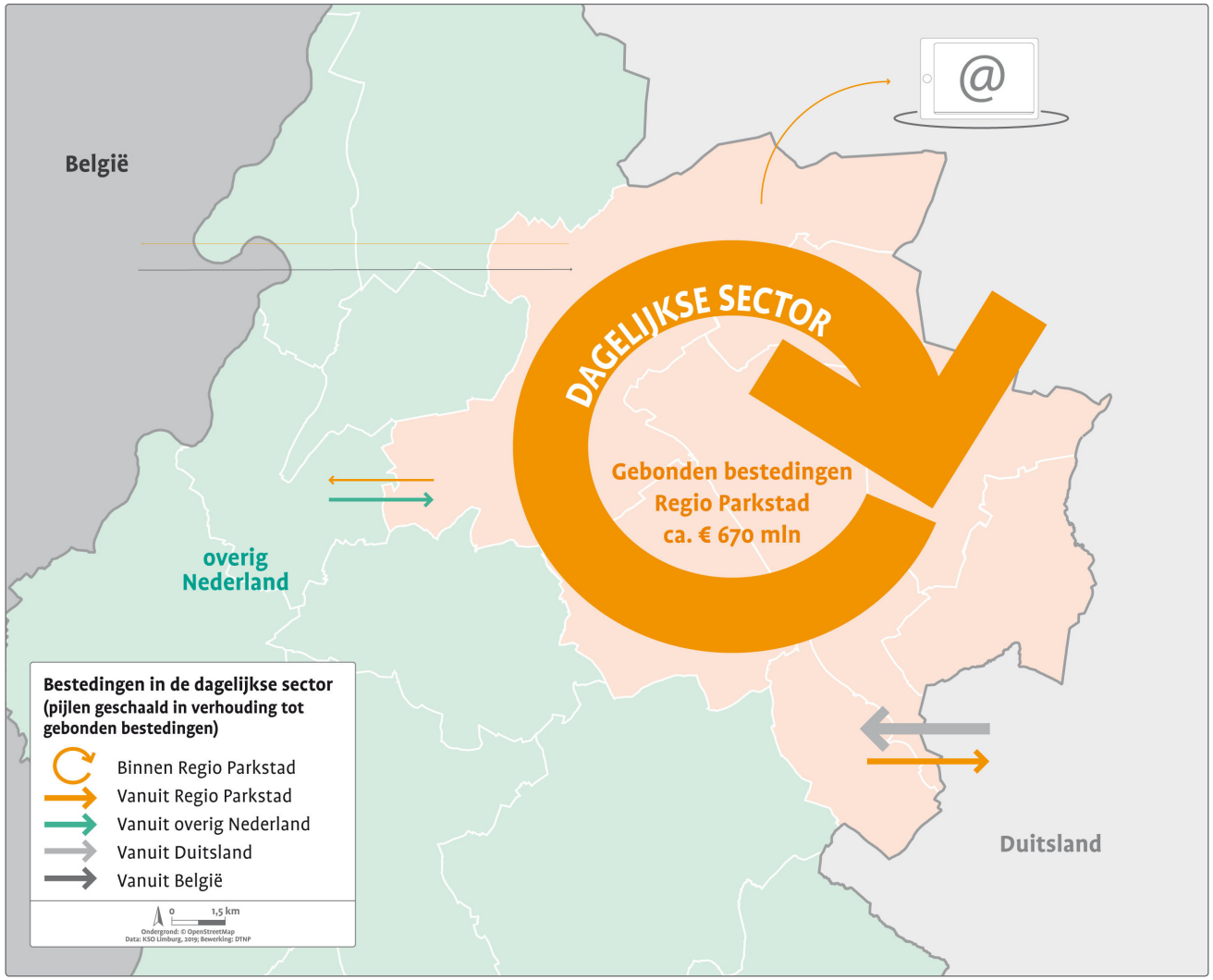
De dagelijkse sector is veruit de grootste in omzet en functioneert grotendeels lokaal (nabijheid belangrijke factor keuze winkelbezoek). Uitkomsten op regioniveau vragen om verheldering op gemeenteniveau.

Regionale koopstromen in beeld

In de kaarten op deze en de volgende pagina's zijn de koopstromen voor drie branchegroepen gevisualiseerd. De dikte van de lijnen (incl. in het midden voor gebonden bestedingen) staan in verhouding tot de omvang van de stroom (in miljoenen €). De achterliggende informatie is het koopstromenonderzoek Limburg 2019 (bijlage G).

In deze kaarten wordt gelijk duidelijk in hoeverre een branchegroep bovenlokaal functioneert en of er een positieve of negatieve (meer/minder toevloeiing dan afvloeiing) wisselwerking is met het ommeland. De kaarten zijn bedoeld om het vertrekpunt inzichtelijk te maken. De autonome ontwikkelingen zijn onder andere het groter worden van de pijl naar online en het kleiner worden van de gebonden bestedingen (o.a. bevolkingskrimp en groei afvloeiing online).

Regionale koopstromen Parkstad Limburg in de dagelijkse winkelsector (lijndikte in verhouding tot omzet)



Indicatie: regionaal overaanbod, krimpopgave?

Het huidige aanbod (96.400 m² wvo) aan dagelijkse winkels functioneert circa 6% onder de landelijk gemiddelde vloerproductiviteit (aantal € per m² wvo). Vertaald naar winkelaanbod is dat een 'overaanbod' van circa 5.500 m² wvo. Dat de markt iets onder druk staat komt overeen met de eerder geconstateerde afname in winkelvloeroppervlak die de laatste jaren heeft plaatsgevonden (geen ruimte voor groei).

- **Bevolkingskrimp:** In 2030 zou het functioneren van het huidige winkelaanbod puur op basis van bevolkingskrimp (9.700 inwoners minder) verder afnemen naar circa 9% onder het landelijk gemiddelde (overaanbod circa 9.000 m² wvo).
- **Groei online bestedingen:** Wanneer rekening wordt gehouden met de groei van online bestedingen neemt de behoefte aan fysieke, voor de consument beschikbare winkelmeters verder af. Bij bevolkingskrimp én groei van het aandeel online aankopen kan het overaanbod toenemen tot een bandbreedte van 12.500 tot 15.800 m² wvo.

Dit is een indicatie dat het dagelijkse aanbod de komende periode verder onder druk komt te staan. Een verdere afname van het aanbod is een reëele mogelijkheid.

Indicatie: verschillen in functioneren per gemeente

Het beeld in de dagelijkse sector (o.b.v. koopstromen 2019) verschilt drastisch per gemeente. Het huidige overaanbod is bijvoorbeeld grotendeels te vinden in de gemeente Heerlen, terwijl er in Landgraaf, Simpelveld en Kerkrade marktruimte is. In alle gemeenten verdampt een significant deel van de marktruimte richting 2030 (scenario krimp inwoners + groei online).

- **Beekdaelen:** de dagelijkse sector is hier precies in balans, in 2030 is er in het negatiefste scenario circa 900 m² wvo overaanbod.
- **Brunssum:** in de vertreksituatie functioneert het dagelijkse aanbod hier 8% onder het landelijk gemiddelde, wat zich vertaalt in een overaanbod van circa 900 m² wvo. In 2030 is er in het negatiefste scenario circa 2.100 m² wvo overaanbod.
- **Heerlen:** in de vertreksituatie functioneert het dagelijkse aanbod hier 22% (!) onder het landelijk gemiddelde, wat zich vertaalt in een overaanbod van circa 8.400 m² wvo. In 2030 is er in het negatiefste scenario circa 11.700 m² wvo overaanbod.
- **Kerkrade:** in de vertreksituatie functioneert het dagelijkse aanbod hier 12% boven het landelijk gemiddelde, wat zich vertaalt in circa 2.200 m² wvo marktruimte. In 2030 is er in het negatiefste scenario sprake van circa 500 m² wvo overaanbod.
- **Landgraaf:** in de vertreksituatie functioneert het dagelijkse aanbod hier 11% boven het landelijk gemiddelde, wat zich vertaalt in circa 1.300 m² wvo marktruimte. In 2030 is er in het negatiefste scenario circa 100 m² wvo overaanbod.
- **Simpelveld:** in de vertreksituatie functioneert het dagelijkse aanbod hier 15% boven het landelijk gemiddelde, wat zich vertaalt in circa 400 m² wvo marktruimte. In 2030 is er in het negatiefste scenario nog 100 m² wvo marktruimte.
- **Voerendaal:** in de huidige situatie functioneert het dagelijkse aanbod hier 18% onder het landelijk gemiddelde, wat zich vertaalt in een overaanbod van circa 750 m² wvo. In 2030 is er in het negatiefste scenario circa 1.050 m² wvo overaanbod.

Let wel, vaak is in de dagelijkse sector eerder dorp- of wijkniveau bepalend, ook houdt de consument zich niet aan gemeentegrenzen. Deze uitkomsten vragen bij beoordeling van initiatieven verdere duiding (kwantitatief en kwalitatief). De toekomstige marktsituatie in alle gemeenten betekent dat goed overwogen keuzes nodig zijn over nieuwe ontwikkelingen, want deze zullen op termijn waarschijnlijk elders consequenties hebben.

4.3 Mode en luxe

Mode en luxe bovenlokale sector: veel afvloeiing

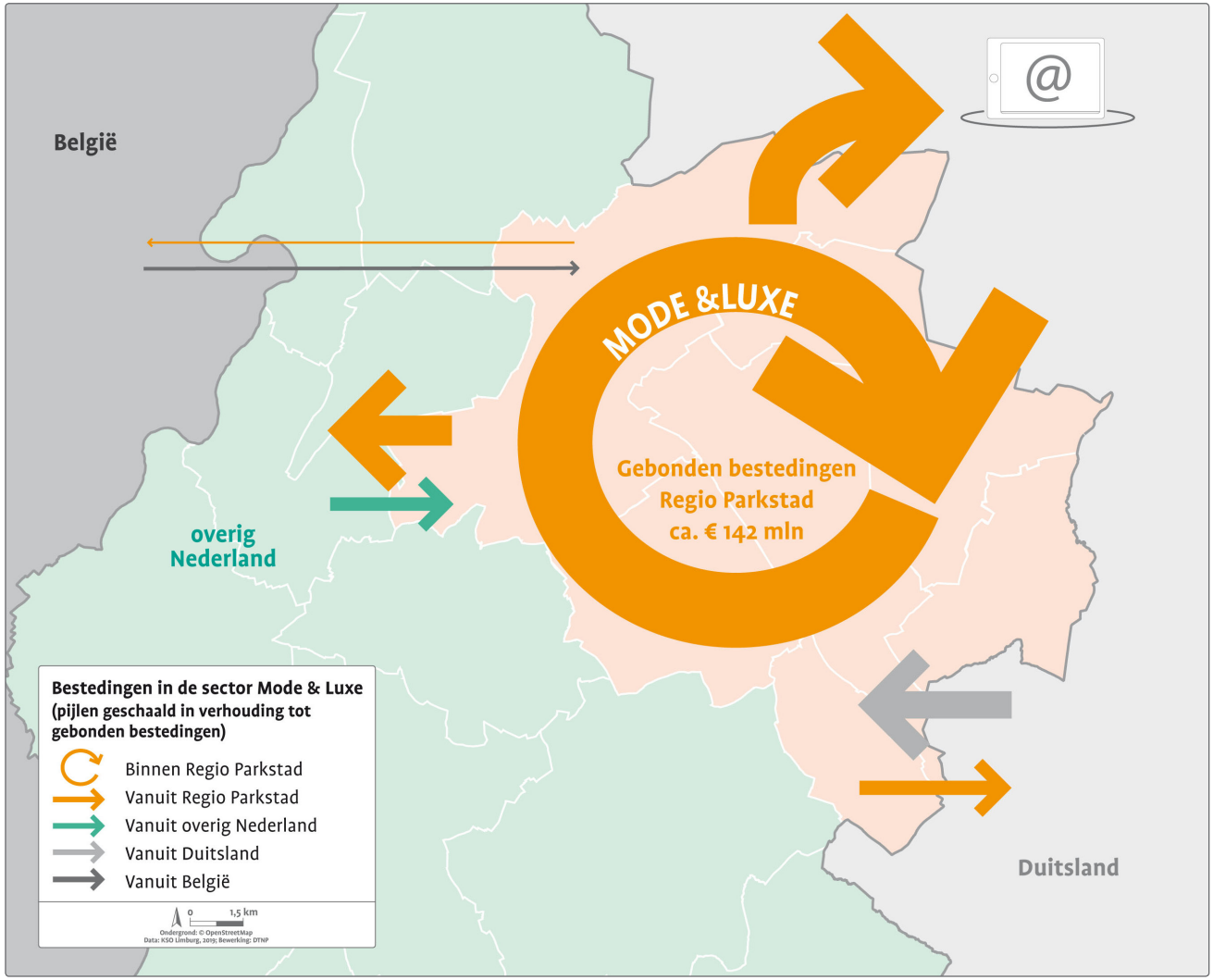
De Mode en luxe-bestedingen van Parkstedelingen landen voor het merendeel elders, waaronder al 28% online (in 2019). Vanuit Duitsland komt nog een significant aandeel van de omzet van winkels in Parkstad. Daarmee is voor deze branchegroep de regio het juiste schaalniveau om de marktruimte te duiden (in tegenstelling tot de dagelijkse sector).

Indicatie: regionaal overaanbod, krimp zet door

Het huidige aanbod (77.900 m² wvo) functioneert circa 8% onder het landelijk gemiddelde (€ per m² wvo). Het berekende aanbodpotentieel was namelijk 72.000 m² wvo. Dat de markt iets onder druk staat komt overeen met de afname in winkelvloeroppervlak die de laatste jaren heeft plaatsgevonden.

Wanneer wordt uitgegaan van de bevolkingsprognose (krimp) én de verdere groei van online bestedingen neemt het potentieel aanbod verder af naar circa 49.800 à 57.100 m² wvo in 2030. Die afname van het potentieel aanbod in het negatiefste scenario (-22.000 m² wvo) over 8 jaar komt neer op circa 2.800 m² wvo afname per jaar. Ter vergelijking, in de afgelopen 8 jaar (2014-2022) nam het Mode en luxe-aanbod met 3.200 m² wvo per jaar af. De indicatie sluit aan bij de bestaande ontwikkeling.

Regionale koopstromen Parkstad Limburg in de sector Mode en luxe (lijndikte in verhouding tot omzet)



4.4 In en om het huis

IOHH bovenlokale sector: veel toevloeiing

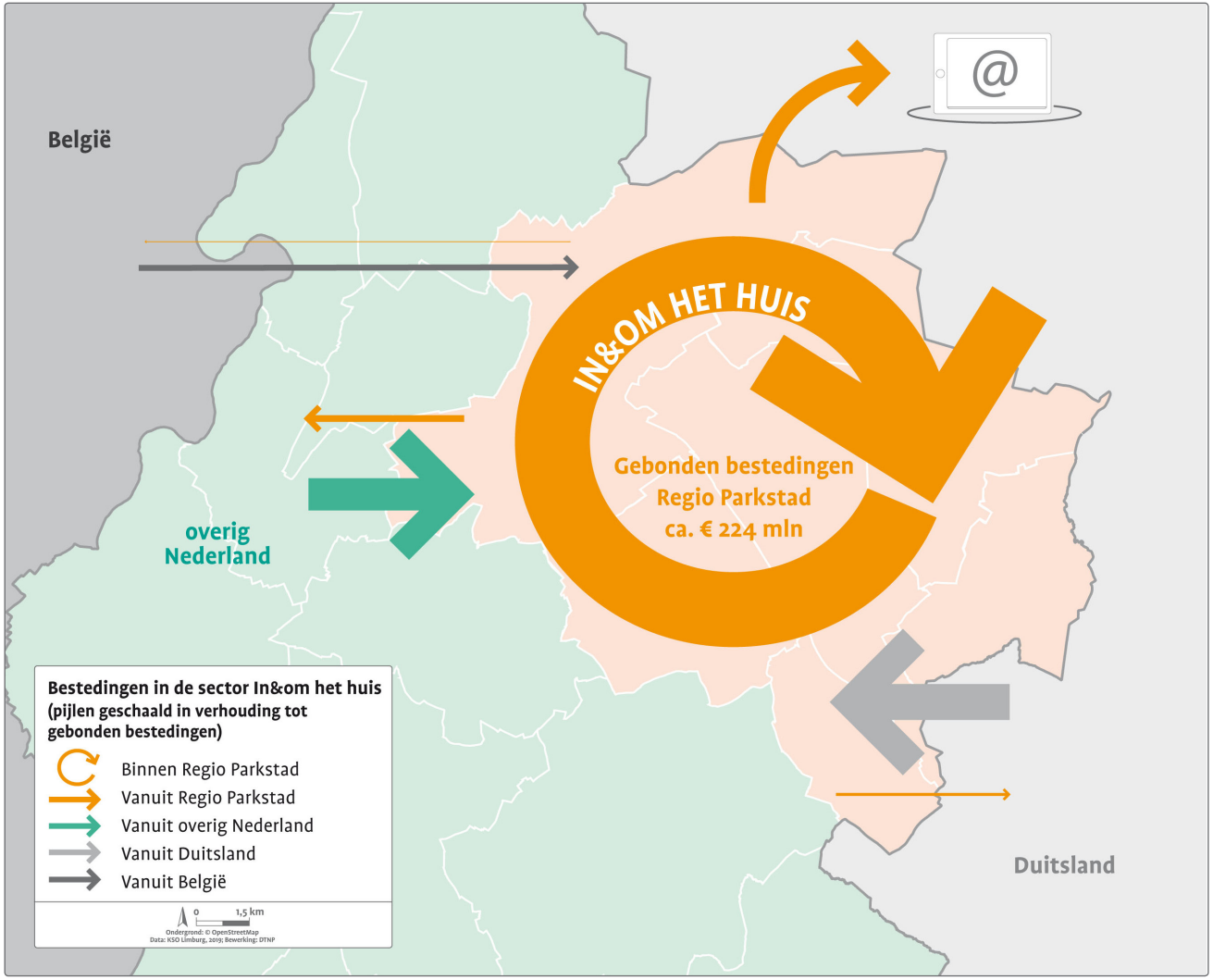
De In en om het huis (IOHH)-bestedingen van Parkstedelingen komen voor het merendeel in de eigen regio terecht (16% naar online in 2019). Daar bovenop komt nog circa de helft van de omzet van buiten Parkstad.

Regio functioneert bovengemiddeld, toch krimp?

Het huidige aanbod (241.400 m² wvo) functioneert volgens de berekening 19% boven het Nederlands gemiddelde (€ per m²). Dit is opvallend daar het aanbod de afgelopen jaren afneemt. Mogelijke verklaring is dat in Parkstad circa 75% van het IOHH-aanbod (in m²) in centrumgebieden ligt (incl. boulevards), in Nederland is dat slechts 52%. Bedrijven op deze locaties hebben waarschijnlijk een hogere gemiddelde vloerproductiviteit.

Wanneer de bevolkingskrimp en de ontwikkeling van het doen van online aankopen worden doorgerekend neemt het potentiële aanbod snel af richting de circa 215.000 m² wvo[a]. In deze sector speelt de ontwikkeling van toevloeiing echter een grote rol (50% omzet). De ontwikkeling van die toevloeiing is moeilijker in het model te brengen dan de lokale ontwikkeling (groot gebied, veel factoren).

Regionale koopstromen Parkstad Limburg in sector In het om het huis (lijndikte in verhouding tot omzet)



a Wanneer de sector op de huidige, hogere vloerproductiviteit 'moet' blijven functioneren komt het potentieel aanbod in 2030 veel lager uit. Dit zou een beduidend snellere krimp betekenen dan de afgelopen 8 jaar.

4.5 Conclusies voor transformatie-opgave

Verwachtingen concreet gemaakt

- **Dagelijks:** de precieze ontwikkeling is afhankelijk van allerlei factoren (consument, marktpartijen, politiek). Op basis van de cijfermatige analyse is volgens DTNP het meest realistische scenario voor 2030 een afname van 1.000 à 5.000 m² wvo.
- **Mode en luxe:** op basis van de kwantitatieve analyse is de indicatie dat het aanbod in deze branchegroep verder afneemt. DTNP gaat uit van een bandbreedte van circa 15.000 tot 22.000 m² wvo minder aanbod. Dit raakt naar verwachting met name Heerlen-Centrum en de stadsdeelcentra.
- **In en om het huis:** op basis van de bestaande ontwikkeling, de geluiden uit de markt (terugval omzet na corona-piek, snelle groei online kanaal) en de uitkomsten van de marktruimteberekening is voortzetting van de krimp aannemelijk, maar de snelheid van die afname is lastig te voorspellen. De aanname van DTNP is dat het aanbod met minimaal 15.000 m² wvo zal afnemen. Maar ook een grotere afname, tot maximaal circa 30.000 m² wvo, is niet onrealistisch.

Conclusie: uitgangspunt 100.000 m² klopt nog

Wanneer de ontwikkeling in de drie sectoren wordt opgeteld is er een krimpverwachting voor het winkelaanbod in Parkstad (-31.000 à -57.000). Daar de bestaande leegstand niet meer ingevuld wordt (=overaanbod) moet deze daarbij opgeteld worden.

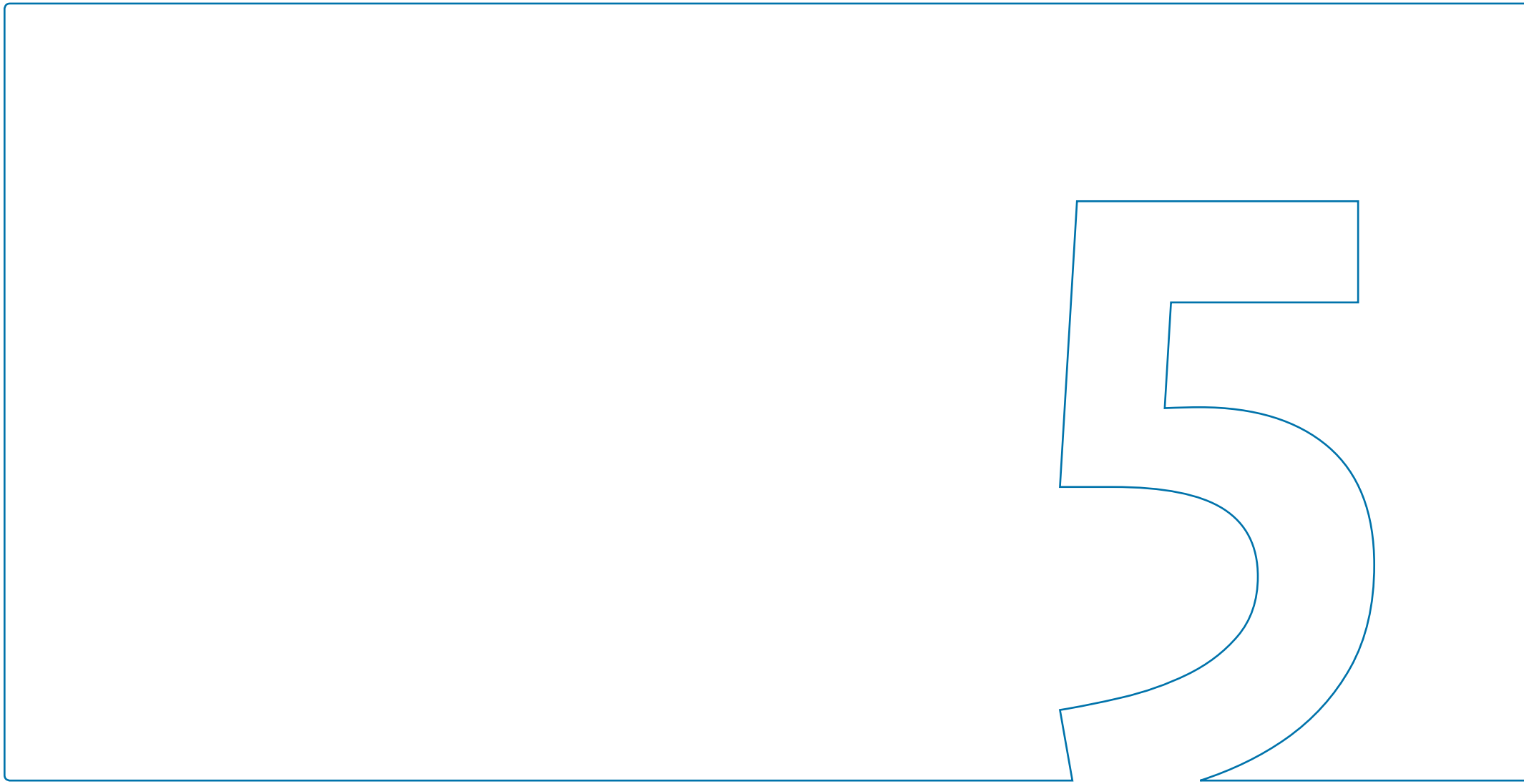
Enige frictieleegstand is wenselijk voor de vestigingsdynamiek (6% volgens SVREZL-norm). De benodigde frictieleegstand in 2030 is dus 6% van het dan ingevulde aanbod aan winkels én andere functies (leisure + diensten). Voor dat totale ingevulde aanbod in 2030 gaat DTNP uit van een gelijkblijvend aanbod (situatie 2022), in alles behalve de branchegroepen Dagelijks, Mode en luxe en In en om het huis (zie hiervoor).

De bandbreedte van het te transformeren nettovloeroppervlak is 97.100 à 124.700 m² wvo (zie tabel). Hiermee geeft deze analyse een duidelijke indicatie dat het uitgangspunt van het UVP 2019 (circa 100.000 m² wvo onttrekken) anno 2022 nog klopt.

Berekening te transformeren commerciële ruimte in 2030

Type invulling	Bandbreedte verwachte situatie/ ontwikkeling 2022-2030 in m² wvo	
Dagelijks	-1.000	-5.000
Mode en luxe	-15.000	-22.000
In en om het huis	-15.000	-30.000
Afname winkelaanbod	**31.000**	**57.000**
Leegstand 2022	95.000	95.000
Overaanbod ruimte 2030	**126.000**	**152.000**
6% frictieleegstand winkels	20.100	18.600
6% frictieleegstand overige functies	8.800	8.800
Transformatieopgave	***97.100***	***124.700***

Kwalitatieve analyse en aanbevelingen



5.1 Draagvlak voortzetting UVP

Op basis van de analyse en interviews[a] komt DTNP tot conclusies en aanbevelingen over de verdere uitvoering in 2023-2025. Er blijkt groot draagvlak te zijn om samen verder te werken aan de doelen uit het UVP.

Breed draagvlak voor voortzetting UVP

Over het geheel zijn de geïnterviewde betrokkenen te spreken over de aanpak die in het UVP is uitgezet en grotendeels over de manier waarop is geacteerd sinds 2019. Dit komt met name doordat er een gedeeld besef is van de urgentie en de meerwaarde van de regionale aanpak voor die opgave. Dat betekent niet dat alles soepel gaat, er zijn zeker knelpunten, nu en op de horizon. Belangrijk vertrekpunt is dat een voorzetting van het UVP in de basis breed wordt gedragen.

"We moeten niet aan de poten zagen, maar het verder finetunen"

Daarbij is een steeds terugkomende opmerking dat de afgelopen jaren door iedereen flink is geïnvesteerd (tijd, geld, organisatiekracht), en dat die investering pas op zijn vroegst de komende jaren kan gaan renderen (vruchten plukken). Dit is juist het moment om door te pakken. Consistentie geeft ook helderheid, en daarmee investeringsperspectief, aan ondernemers.

Aanpak hoofddoelen UVP beoordeeld

De twee hoofddoelen van het UVP hebben in de periode 2019-2022 ongeveer gelijke aandacht gekregen (tijd, geld, inzet). Echter de mate waarin de aanpak als volledig dekkend/voldoende wordt ervaren is wezenlijk anders. Bij het doel '**Onttrekken 100.000 winkelmeters**' is Parkstad met de huidige instrumenten volgens de betrokkenen op de goede weg. Dit is nog niet volgens alle geïnterviewden het geval bij het doel '**Investeren in kwaliteitsslag winkelclusters**'. De opgave in centra betreft micro-niveau, en die is overal anders en niet alleen retail-gerelateerd (verkeer, wonen, etc.). Dit kan een reden zijn dat dit doel minder makkelijk te beïnvloeden is door 'instrumenten' op regioniveau. 'Streetwise' en 'strategische verwerving' zijn hierop noemenswaardige uitzonderingen.

Uitvoering gebiedsgerichte aanpak zoekende

De uitvoering van het UVP valt uiteen in vier pijlers: Samenwerking, Instrumentarium, Gebiedsgerichte aanpak en Randvoorwaarden & Monitoring. De gebiedsgerichte pijler bestaat voornamelijk uit de 'Gebiedsprofielen' in zeven bijlagenboeken. Met deze gebiedsprofielen wordt relatief weinig gedaan en ze dateren snel. Dit verklaart deels waarom de aanpak van het hoofddoel 'kwaliteitsslag winkelclusters' minder vaak als voldoende concreet wordt gezien.

"Meeste winst op het laagste schaalniveau"

Draagvlak bij de markt

De doelen en instrumenten uit het UVP hebben voornamelijk bekendheid bij overheden. De markt in de vorm van zelfstandige ondernemers, ketens, eigenaren, makelaren, ontwikkelaren, etc. komt incidenteel met delen van het beleid in aanraking (Streetwise, stimuleringsregeling, stratenaanpak, beoordeling ontwikkelwensen). Dat is ook normaal en niet direct problematisch. Echter, ook met alle regelingen bij elkaar blijft het UVP op zichzelf onvoldoende om de schaalgrootte van de doelen te realiseren. De acties moeten dienen om de markt in beweging te krijgen, door te laten zien wat er mogelijk is en zo toekomstperspectief te creëren. Een reactieve houding van de markt is niet genoeg. Alleen door de markt in beweging te krijgen, worden de doelen haalbaar.

a Met ambtenaren van de Parkstad-gemeenten, provincie, MKB Parkstad, Stichting Streetwise, de voorzitter van de Bestuurscomissie en de Stadsregio zelf.

5.2 Samenwerking

‘Samenwerking is de sleutel tot succes’ - UVP 2019

Parkstad-gemeenten

De relaties tussen de verschillende Parkstad-gemeenten zijn goed en informeel. Betrokkenen zien elkaar veel (o.a. ambtelijk en bestuurlijk overleg) en weten elkaar daardoor makkelijk te vinden voor vragen (‘hoe doen jullie dat’) of afstemming. Door die kennis-deling trekt het beleid in de verschillende gemeenten naar elkaar toe (zachte harmonisatie). Gemeenten hebben een-op-een soms nauwere banden wanneer ze naast elkaar liggen, al langer samenwerken of een grotere overlap hebben in eigenschappen (cultuur, politieke kleur, etc.).

“We leren van elkaar en leggen daar dan ons eigen sausje over”

De grootste frictie is dat bij de landelijke en de stede-lijke gemeente er anders naar bepaalde vraagstukken wordt gekeken en dat niet altijd dezelfde onderwerpen relevant zijn, zoals de retail-discussies in het Ambtelijk Overleg. Daar is wel wederzijds begrip voor, maar het is een gegeven dat altijd aandacht zal vragen.

Er werd aangegeven dat de Stadsregio altijd bereikbaar is voor vragen en advies. Ook de rol van de regio als ‘grotere broer’ die je kan helpen met situaties buiten de regio wordt gewaardeerd. De functie van de Stadsregio als effectieve lobby-organisatie wordt veel benoemd. Op deze manier hebben gemeenten veel ingrepen kunnen doen die anders financieel niet haalbaar waren geweest (bijv. Regiodeal), of waar ze zelf veel tijd in hadden moeten stoppen.

“Bij de Stadsregio staan ze altijd voor je klaar”

Ondernemers Parkstad

De samenwerking tussen de Stadsregio en MKB Parkstad is goed. Thema’s als instrumenten en handha-ving passeren in die gesprekken de revue. Wel moet worden geconstateerd dat de ondernemers in Parkstad niet gezamenlijk als één geheel zijn verenigd. Dat maakt communicatie complex. Die versnippering wordt door alle betrokkenen benoemd. Initiatieven om dit te veranderen zijn beperkt, ook doordat veel ondernemers in de corona periode vooral nog aan het overleven zijn.

“We zijn net Griekenland, allemaal losse eilandjes, maar toch één land”

Provincie

De Provincie en Parkstad hebben een goede verhou-ding. Gemeenten gaan bijvoorbeeld via Parkstad, wanneer ze reactie van de Provincie willen. De provincie neemt sinds enige tijd een ondersteunende rol in. Ze onderschrijft regionaal beleid (o.a. secreta-riaat SVREZL) en ondersteunt bij lobby-acties in Den Haag. De bal ligt dus bij Parkstad zelf, die als voorlo-per wordt gezien.

Rijk

De relatie met het rijk vertaalt zich in de Regiodeal en de kennisdeling in de Retailagenda. Beide pakken goed uit voor de Stadsregio, zo is de nieuwe Stratenaanpak opgesteld met inspiratie uit de Retailagenda (Rotterdams project).

Over de grens

De samenwerking met Duitsland is zeer beperkt. Alleen Kerkrade heeft een informerende relatie met Herzogenrath. Het gebied functioneert echter voor een flink deel als één retail-verzorgingsgebied (zie hoofd-stuk 4). Duitsland kent veel bureaucratische lagen. Een individuele gemeente krijgt daarin weinig gedaan. Het ‘afdwingen’ van meer afstemming zou via regio of Provincie moeten.

5.3 Stand van zaken Instrumentarium

Overzicht van de mate waarin er sinds 2019 (succesvol) actie is ondernomen per instrument, beoordeling door DTNP.

A: Regionale aanpak plancapaciteit

Verborgen plancapaciteit is in beeld gebracht, er is een facetbestemmingsplan bedrijventerreinen opgesteld en dit gaat richting vaststelling (per gemeente).

B: Koopstromenonderzoek

In 2019 uitgevoerd onder regie van de provincie Limburg, hier is nog weinig concreet mee gedaan en er ligt geen plan voor vervolg.

C: Convenant Stadsregio Parkstad-Aldi

Contact met de partij(en) is er nog maar minder intensief. Met name vanwege complexiteit inpassingsvraagstuk in centra, en afstemming SVREZL, zijn processen tijdrovend en lopen soms zelfs stuk.

D: Convenant Retail in Heerlen-Zuid/Kerkrade-West

Vlekkenplan is opgesteld (2020). Plan modernisering De Bautsch. Gebiedsspecifieke afspraken over verplaatsing naar Rodaboulevard (afwijking beslisboom).

E1: Integraal: Verbinding retail met brede gebiedsopgave

Iedereen is het eens over het belang en sommige ingrepen zijn succesvol (o.a. Regiodeal), maar men zoekt naar meer handvatten voor integrale uitvoering.

E2: Integraal: Aanloopstraten (historische linten)

Stratenaanpak opgezet in vijf straten (naar voorbeeld Rotterdam). Deze gaat binnenkort van start (nog geen resultaten). Bij veel mensen vertrouwen in aanpak.

F1: Level Playing Field: Winkeltijdenverordening

Geen actie op ondernomen, politiek gevoelig en geen actuele noodzaak/behoefte.

F2: Level Playing Field: Vestigingslocatie internethandel

Geen actie op ondernomen, bestaat geen actuele noodzaak/behoefte.

F3: Level Playing Field: Handhaving

Gemeenten zijn vaak reactief, heeft geen prioriteit, capaciteit handhaving ontbreekt.

G1: Stimuleren ondernemerschap: Stichting Streetwise

Streetwise is actief en levert op veel locaties naar wens resultaat (zie ook h3).

G2: Stimuleren ondernemerschap: Collectieve investeringsmogelijkheden eigenaren/ondernemers

Behalve het OFH (2019) is er weinig beweging/initiatief, ook niet op centrumniveau (BIZ'zen, etc). Veel ondernemers zijn mogelijk vooral aan het overleven geweest (corona).

H1: Financiële instrumenten: Stimuleringsregelingen

Bestaande regelingen Heerlen, Landgraaf en Kerkrade zijn meer op elkaar gaan lijken (zachte harmonisatie). Nieuwe regeling Brunssum (o.a. starters- en gevelssubsidie).

H2: Financiële instrumenten: Strategische verwerving

Subsidies (o.a. Regiodeal) gebruikt voor verwerving binnen en buiten centra (onttrekken meters én kwaliteitsimpuls centra van o.a. Brunssum, Landgraaf, Voerendaal).

H3: Financiële instrumenten: Fondsvorming

Niemand lijkt hier actief mee bezig, momentum en behoefte ontbreken.

I1 en I2: Beleid PDV/GDV: Versterken thema concentraties

Inventarisatie en analyse was reeds uitgevoerd voor het UVP. De beslisboom wordt toegepast, de mate van concentratie op PDV-locaties neemt toe.

5.4 Opgaven voor Retailbeleid Parkstad

Sinds 2019 is dus al veel ondernomen, maar er kan en moet altijd wel iets beter. DTNP heeft op basis van de analyse en gesprekken conclusies getrokken over wat de belangrijkste opgaven zijn voor het Retailbeleid in Parkstad.

Supermarkten

In de periode 2022-2030 zullen supermarkten in verschillende gebieden onder druk komen te staan en verdwijnen. Mogelijk is de krimp van het totale supermarktaanbod in m^2 beperkt (zie hoofdstuk 4), maar in aantallen en locaties zal zeker dynamiek zijn. In landelijk gebied heeft dat al snel een groot effect op de nabijheid van basisvoorzieningen, maar ook in stedelijk gebied kan de leefbaarheid hierdoor teruglopen (ontmoetingsplaats, mobiliteit ouderen, etc.). De keuzes van de consument (o.a. omvang supermarkt, online), de markt (concurrentie, schaalvergroting) en de demografische ontwikkeling (krimp, vergrijzing) heeft overal een andere uitwerking op de bestaande structuur.

Keuzes over de ontwikkelingen van moderne supermarkten nu zijn bepalend voor de toekomstige winkelstructuur. Supermarktontwikkelingen hebben effect op het economische bestaansrecht van zowel andere supermarkten als van de voorzieningen die van de bezoekers van deze publiekstrekkers afhankelijk zijn.

Het kan zo zijn dat een keuze voor een toekomstbestendige structuur niet dezelfde is als voortzetting van de huidige. Denk bijvoorbeeld aan dorpen die individueel te klein worden voor een supermarkt, maar samen als één verzorgingsgebied voldoende groot zijn. Voor een toekomstbestendige structuur is het denkbaar dat op termijn een locatie buiten de SVREZL-afbakeningen of zelfs op een niet-SVREZL-locatie de beste optie is. Dat is een echter een complexe maatwerkpuzzel per gebied.

> *"Er moet beweging komen in het supermarktenverhaal, anders gaat het op den duur ten koste van de leefbaarheid"*

Die puzzel vraagt specialistische kennis én regionale afstemming en vormt daarbij lokaal(-politiek) vaak een flink discussiepunt. De bestaande aanpak in het UVP (convenant/communicatie supermarktpartijen) en de SVREZL-beslisboom is niet voldoende doeltreffend gebleken.

Ontwikkeling consumentengedrag

In 2019 is koopstromenonderzoek gedaan. De uitkomsten daarvan zijn in dit rapport onder andere gebruikt voor inzichten en prognoses (marktruimte). Verder is hier in Parkstad tot nu weinig effectief gebruik van gemaakt. Dat is mogelijk een blinde vlek, aangezien het juist de consument is die bepalend is in wat er gebeurt in de toekomst (aanbod volgt vraag in huidige winkelsector). Een herhaling van het koopstromenonderzoek kan waardevol zijn: dan wordt de ontwikkeling van gedrag (bijv. online aankopen) én de omzetontwikkeling in centrumgebieden inzichtelijk.

SVREZL wel of niet in beton?

Dit is geen monitor van de SVREZL, maar er komen wel SVREZL-gerelateerde zaken bovendrijven die de effectiviteit van het UVP beïnvloeden. De SVREZL heeft een 'beslisboom winkels' waarin typen ontwikkelingen voor afstemming in Parkstad of Zuid-Limburg in aanmerking komen (o.a. gerelateerd aan omvang ontwikkeling). Enkele geïnterviewden opperen dat met het huidige afwegingskader het doel van de SVREZL, het versterken van de structuur, soms te weinig meespeelt in de beoordeling. Ze vragen zich af of het kader wel voldoende ruimte biedt voor maatwerk.

Onderdeel van discussie bij de beoordeling is de SVREZL-afbakening. Gemeenten hebben zelf de SVREZL-afbakeningen ingetekend in 2017, maar de uitgangspunten van toen zijn niet altijd meer actueel.

> *"We krijgen terug dat 'we' dit gebied zelf hebben gekozen, dat begrijpen we wel maar ja... de situatie is nou eenmaal veranderd"*

Een teken dat SVREZL-afbakeningen niet altijd meer passend zijn, is bijvoorbeeld dat de Stratenaanpak (doel: transformeren aanloopstraten) ook binnen SVREZL-clusters wordt ingezet (bijv. Nuth, Brunssum).

Tegelijkertijd is standvastig beleid (en handhaving daarvan) erg belangrijk. Vasthouden aan ruimtelijke keuzes geeft een duidelijk signaal richting de markt en dwingt zo ontwikkelingen in centra af die anders niet zouden gebeuren. Ook creëert de overheid zo investeringszekerheid voor eigenaren en ondernemers in een zeer onzekere tijd.

> *"Duidelijkheid over beleid geeft onze ondernemers het nodige vertrouwen voor grote investeringen"*

De vraag is dus of er ruimte voor maatwerk kan zijn, zonder dat de basisprincipes van het beleid ter discussie staan (partijen moeten elkaar op consistente beleidsvoering kunnen blijven aanspreken). Dat vereist bij maatwerk (als uitzondering, niet als regel) bijvoorbeeld een sterke inhoudelijke motivering.

Concentratiebeleid alleen voor winkels?

Veel betrokkenen zien de Retail-sector als een te beperkte 'scope' voor waar men in de uitvoering mee in aanraking komt. Dat geldt niet alleen op centrumniveau, maar ook in het concentratiebeleid. Ook in het UVP 2019 wordt al bij het instrument 'Verbinding retailaanpak met brede gebiedsopgave' voorgesorteerd op een bredere kijk dan winkels: "Denk bijvoorbeeld aan [....] de concentratie van andere functies zoals cultuur, dienstverlening en horeca in het winkelcluster".

> *"Ook bij maatschappelijke voorzieningen moet aan [vestiging in] centra worden gedacht, zoals nu met onderwijs naar Heerlen-Centrum..."*

Het vullen van centra door de verplaatsing van winkels uit aanloopstraten is geen haalbare kaart. Het totale programma aan horeca, cultuur, diensten, maatschappelijke voorzieningen (bieb, zorg, etc.), kleinschalige bedrijvigheid (lage milieucategorie) en mengvormen daartussen[a] kan en zal moeten bijdragen aan de gewenste vitale centrumgebieden. Die functies moeten dan wel mogelijk zijn in centra.

Dit thema speelt bijvoorbeeld ook bij de transformatie in aanloopstraten. Is de transformatie naar andere kleinschalige publieke functie toe te laten of moeten dat allemaal woonstraten worden? Die keuzes hangen met elkaar samen.

Courante ruimtes in winkelclusters

Voor vitale centra is het faciliteren van (nieuw) ondernemerschap essentieel. Wanneer de beschikbare ruimtes niet courant en/of toekomstbestendig zijn (maatvoering, uitstraling, geschikt voor andere functie dan winkel, etc.) is dat een grote barrière.

> *"Puisten in het straatbeeld nodigen niet uit tot ondernemen."*

Binnen de SVREZL-clusters ligt een belangrijke vastgoed-opgave. Het is voor eigenaren/ontwikkelaars in

a In de gevallen waarin landelijke wetgeving dat toestaat.

de huidige tijd niet altijd financieel interessant om een pand met moderne (multifunctionele) commerciële plint terug te bouwen of te renoveren. Op bepaalde locaties is het behouden van een doorlopend publieksfront/publieke uitstraling wel van groot belang. Door middel van strategische verwerving (o.a. met Regiodeal-gelden) wordt soms al ingegrepen bij strategisch belangrijke, maar 'niet-marktconform-transformeerbare' panden.

Perspectief niet-standaard locaties

Leegstand en plancapaciteit in gebieden waar nieuwe winkels volgens de SVREZL niet meer gewenst zijn, is deels gelegen op locaties waar een generieke woon- of bedrijfsfunctie ook niet gewenst is. Nieuw perspectief voor deze gebieden kan al snel een regionale aangelegenheid zijn (werklocaties, leisure).

Capaciteit: vergunningen en handhaving

Meerdere gemeenten geven aan onvoldoende capaciteit (fte) te hebben op vergunningverlening en handhaving. Ook het invullen van subsidie-aanvragen vraagt soms veel tijd, hierbij biedt de Stadsregio al wel ondersteuning. Met name capaciteitsgebrek bij vergunningverlening voor vastgoedtransformatie is een beperkende factor met het oog op het hoofddoel van het onttrekken van 100.000 m^2. Het niet handhaven van beleid kan tot frustratie leiden bij ondernemers.

"...beleid is zo sterk als zwakste schakel"

Regels vs. ambities

Een vergunningaanvraag raakt vaak ook aan allerlei andere beleidsthema's dan retail (parkeren, bouwhoogtes, welstand, woningprogramma, groenplan, veiligheid, etc.), waardoor het overzicht en de prioritering van al de achterliggende doelen lastig kan zijn. Resultaat is dat er nog veel plannen, die zouden bijdragen aan de doelen van het UVP, niet doorgaan of vertraging oplopen. Naast vastgoedtransformatie gaat het ook om het toestaan van o.a. mengvormen[a] en niet-publieke bedrijvigheid in bestemmingsplannen van centra.

Politieke uitlegbaarheid

Parkstad staat sterk, met o.a. mandaat vanuit de gemeentelijke colleges. Toch valt of staat veel met het draagvlak vanuit de gemeenteraden van de individuele gemeenten. De instrumenten en doelen uit het UVP zijn vanuit de regionale opgave evident van groot belang, maar voor individuele gemeenten kan dat per thema flink wisselen.

"Dat doet er niet zo toe voor onze gemeente"

Het facetbestemmingsplan om ongewenste plancapaciteit op bedrijventerreinen te beperken, is bijvoorbeeld niet voor elke gemeente op het eerste oog relevant. Dit is echter wel van groot belang voor de regionale opgave, en daarmee ook voor de inwoners van heel Parkstad (voorzieningenniveau, etc.).

In de uitvoering van beleid zijn er 'wortels' en 'stokken'. Wortels zijn vaak minder controversieel (bijv. hulp door transitiecoaches), terwijl stokken (die mogelijkheden beperken, zoals het facetbestemmingsplan) meer uitleg en motivering behoeven ("waarom doen we dit?").

Kennisniveau eigenaren

De geïnterviewden geven aan dat een groot deel van de leegstaande panden in eigendom is van eigenaren met een beperkte vastgoed-/ontwikkelkennis. Dit is een bottleneck voor transformatie, aangezien deze eigenaren de mogelijkheden van transformatie niet kunnen inschatten/overzien. Het zelf moeten inschakelen van externe kennis is bij hen al een flinke eerste barrière voor transformatie.

a In de gevallen waarin landelijke wetgeving dat toestaat.

5.5 Aanbevelingen



Organisatorisch is flink werk verzet, verschillende ‘instrumenten’ worden dit jaar geïmplementeerd. Ook zijn er sinds 2019 al veel panden buiten de SVREZL-clusters aan de markt onttrokken. Toch blijkt de opgave nog van (vergelijkbaar) grote omvang. Dit is een aanpak van de lange adem. Na alles onderzocht en aangehoord te hebben, beveelt DTNP de volgende acties aan om het langetermijnsucces van het UVP te borgen:

1. **Forum over het Supermarktvraagstuk**: Ga in gesprek over wat de ontwikkelingen in de supermarktsector betekenen voor de retailstructuur en hoe de Parkstad-gemeenten daar op willen en kunnen sturen.
2. **Communicatiestrategie:** Maak succes zichtbaar en breng de markt in beweging.
3. **Stratenaanpak inzetten als pilot:** Experimenteer en zet de lessen die daar uit voortkomen in voor een effectievere Parkstadbrede aanpak.
4. **Symposium over plancapaciteit:** Creëer een hoger kennisniveau bij gemeenteraads-leden over nut en noodzaak van het opruimen van ongewenste plancapaciteit, als begeleiding bij het facetbestemmingsplan en toekomstige acties.
5. **Koopstromenonderzoek herhalen:** Houd zicht op het gedrag van de consument voor een pro-actieve beleidsvoering.
6. **Online ondernemen:** Zorg dat de groeiende online oriëntatie van de consument in mindere mate ten koste gaat van de lokale ondernemers.
7. **Sectoraal beleid:** Voer helder retailbeleid én wees concreet over bredere ambities.
8. **Prioritering gebiedsgerichte aanpak**: De regio zet gericht actieplannen op in die centra waar dat het meest nodig is en doet dat openbaar en integraal.
9. **Concentratiegraad naar 60%:** Stel als doel dat in 2030 60% van de winkels in SVREZL-gebieden is gevestigd.
10. **Actueel inzicht in verspreid winkelvastgoed:** Verzamel data op het juiste moment.

“We moeten niet aan de poten zagen, maar het Uitvoeringsprogramma verder finetunen”

1 Forum ambtenaren en politiek: supermarktvraagstuk

DTNP stelt voor een open forum te houden met als doel het kennisniveau in de regio te verhogen en te discussiëren en brainstormen over de aanpak. Dit vraagt o.a. om een verdiepende analyse van de ruimtelijke supermarkt-situatie in Parkstad en van de mogelijke scenario’s die daar uit voortvloeien (concentratie vs. spreiding). Tijdens dit forum kunnen betrokkenen (ambtenaren, welzijnsorganisaties, supermarktpartijen, politiek, etc.) hun visie op de wenselijke richting presenteren.

2 Communicatiestrategie

De Stadsregio stelt een communicatiestrategie op met als hoofddoel dat de successen van de retailaanpak zichtbaar worden gemaakt, op straat, in de traditionele media en op de sociale media. Daarin hebben ook wethouders een rol als ‘uithangbord’ van de aanpak. Een belangrijke doelgroep voor deze strategie zijn vastgoedeigenaren; de ‘Stratenaanpak’ is daarvoor een goede pilot.

“Ga meer de bühne op over de kansen en successen, maak het tastbaar dat hier veel positiefs gebeurt”

3 Stratenaanpak als pilot

De Stratenaanpak is zeer geschikt om als pilot te dienen, aangezien hier circa 25 verschillende voorbeelden uit kunnen komen van transformatie, verspreid over de regio. Wanneer hier goed op wordt ingespeeld kan dat getal van 25 veel groter worden. Ook leent het zich goed om o.a. de communicatiestrategie uit te proberen en om er lessen uit te trekken over zaken als vergunningverlening, stimuleringsregelingen, etc.

Communicatie, bijvoorbeeld:

- In elke straat waar de stratenaanpak actief is, wordt dit duidelijk te zien, helemaal wanneer er successen zijn (bijv. poster 'dit was een leeg winkelpand', bezoek van de wethouder, etc.).
- Stel op basis van ervaringen simpele en deelbare (social media) 'weetjes voor vergunningen' op, om kennisgebrek onder eigenaren te ondervangen en de barrière te verminderen.

Vergunningverlening: hoe meer kennis aan de voorkant, hoe soepeler het traject, bijvoorbeeld:

- Met vergunningverleners het achterliggende doel van de Stratenaanpak doorspreken. Anticiperen op welke details transformatie in de betreffende straat stuk kan lopen.
- Oriënterend gesprek in de concept-fase van het plan: waar op bijsturen voor een betere vergunningaanvraag? Is een transformatie-coach hiervoor voldoende of moet dit met de vergunningenambtenaar?

Interessante vraag is in hoeverre marktconforme transformatie in de stratenaanpak-cassussen haalbaar is en of dit per gemeente anders was (afhankelijk van lokale regelingen?). Op basis van al deze ervaringen kan weer worden bijgestuurd: is het beter om te investeren in meer coaches, het uitbouwen van stimuleringsregelingen, of zit de sleutel bij de vergunningverlening of communicatie? De dynamiek in de woningmarkt is in dit proces een bepalende externe factor.

4 Symposium raadsleden over plancapaciteit

Het doel van het huidige plancapaciteittraject (voor bedrijventerreinen) is dat alle gemeenten hun individuele deel van het facetbestemmingsplan vaststellen. Die politieke stap is niet overal vanzelfsprekend. Gezien de meerwaarde voor de doelen en de reeds gedane investering zou het zonde zijn wanneer dit stukloopt op deze laatste stap. DTNP stelt voor een symposium te houden voor raadsleden waarin vanuit verschillend perspectief (o.a. landelijk en stedelijk gebied) nut en uitwerking worden belicht en waar ruimte is voor inhoudelijke vragen en discussie. Zo wordt geborgd dat eventuele politieke discussie op goed geïnformeerde basis kan plaatsvinden.

Het verdere vervolg van de 'regionale aanpak plancapaciteit' in het overig stedelijk gebied zal complexer zijn. Hier is een meer gebiedsgerichte aanpak aan te bevelen (specifiek gebied met veel plancapaciteit, vraagt direct ook een wenselijk toekomstperspectief).

5 Koopstromenonderzoek herhalen

Beleid maken voor de toekomst vraagt om inzicht in de ontwikkeling van het gedrag van de (lokale) consument. Het grootste koopstromenonderzoek van Nederland grenst reeds aan Limburg (Randstad + Brabant 2021). De provincie zou hier de volgende keer aan mee kunnen doen (kleinere investering dan als provincie op zichzelf). Dit geeft een veel actueler beeld van waar het retaillandschap heen gaat dan de aanbodontwikkeling (achteraf).

6. Online ondernemen

De groei van het aandeel online aankopen ('online afvloeiing') is een belangrijke factor in de verdere krimp van het winkelaanbod (zie ook hoofdstuk 4). Een manier waarop het lokale negatieve effect daarvan mogelijk enigszins kan worden gedempt[a] is wanneer die online bestedingen voor een groter deel bij lokale ondernemers terecht zouden komen. DTNP beveelt aan om met lokale partijen (o.a. ondernemersverenigingen, MKB, Streetwise) te verkennen of, en zo ja op welke manieren daar vanuit regio- of gemeenteniveau op zinvolle wijze aan kan worden bijgedragen (complementair aan bestaande acties).

7 Sectoraal beleid

DTNP stelt voor op regionaal niveau de retailspecifieke aanpak en de instrumenten voor de lange termijn voort te zetten. Retail is bepalend in de voorzieningenstructuur (aantallen, meters, structuurbepalende functie supermarkten, etc.), dit aanbod neemt snel af, en veel regelgeving is specifiek voor de retailsector (o.a. PDV-locaties). Wel bleek uit de interviews dat er een duidelijke behoefte is aan een integrale benadering in de uitvoering. In principe is de gemeente het aangewezen niveau om ruimtelijke thema's bij elkaar te brengen en daar keuzes in te maken (omgevingsvisie, centrumvisie, etc.). Een scherpere regionale gebiedsgerichte aanpak (zie 8) helpt mogelijk al om de verbinding van regionaal retailbeleid naar lokale- en integrale aanpak te maken. Dat neemt niet weg dat belangrijke aanpalende ambities concreter mogen worden uitgesproken in het retailbeleid. DTNP beveelt de volgende teksten aan;

"gemeenten in Parkstad zetten zich in voor de functionele transitie van centrumgebieden door:

- Zoveel mogelijk de concentratie van alle typen publieksaantrekkende functies in de ~~winkel~~clusters na te streven (cultuur, diensten, horeca, maatschappelijk en zorg);
- Het voor zover mogelijk[b] faciliteren van de vestiging van mengvormen en bedrijvigheid in centrumgebieden;
- Woningbouwprogramma te reserveren voor ontwikkelingen in en rond winkelclusters, o.a. voor ouderen (verdichting/draagvlak, toegankelijkheid)"

"gemeenten in Parkstad zetten zich in voor toekomstbestendige centrumgebieden door:

- Een groene openbare ruimte met een hoge verblijfskwaliteit voor het faciliteren van ontmoeting;
- Toegankelijke centra voor iedereen (ook met een beperking), bereikbaar met het OV en de (e)fiets;
- De verduurzaming van het vastgoed en het energiegebruik in winkelclusters.

8 Prioritering gebiedsgerichte aanpak

De retailopgave in Parkstad is niet gelijk verdeeld over alle clusters. Al in 2019 werden 'prioriteitsgebieden' aangewezen, waar de afgelopen jaren de grote klappen blijken te zijn gevallen. De conclusie van de marktruimteberekening is dat de grootste krimp te verwachten is in de niet-dagelijkse sectoren, waaronder in de Mode en luxe-sector. Dergelijk aanbod is met name in Heerlen-Centrum en in de 'Stadsdeelcentra' te vinden, net als een groot deel van de leegstand. Deze gebieden zijn essentieel voor de regionale leefbaarheid (voorzieningenniveau, ontmoeting, identiteit) en tevens ruimtelijk gezien de meest complexe gebieden.

DTNP stelt een herziening van de gebiedsgerichte aanpak voor die bij die conclusies aansluit. Daarvoor doet DTNP de volgende aanbevelingen::

- **Alleen voor prioriteitsgebieden:** Breng focus aan door alleen voor een nieuwe selectie van Regionale Prioriteitsgebieden een geüpdatet actieplan te maken. Die selectie is beperkt en

a Het reëel haalbare effect van deze aanpak is het licht dempen van de effecten van een autonome ontwikkeling, niet het omdraaien ervan.

b O.a. wettelijke kaders, verkeerstoets, lage milieucategorie, etc.

wordt gemaakt binnen de SVREZL-clustergroepen ‘Heerlen Centrum, Stadsdeelcentra en Boodschappencentrum Dorp’ (maximaal 8 actieplannen). Overige locaties kunnen vanuit ambities voor de Retailstructuur natuurlijk nog steeds om gemeentelijke en regionale aandacht vragen (zie ook aanbeveling 1).

- **Integraliteit:** De aanpalende ambities uit aanbeveling 7 worden bij het opstellen van het actieplan meegewogen. Ambtelijk sluiten alle nodige disciplines aan. Ook in participatie betekent dat breder uitzetten dan bestaande ondernemers en eigenaren (maatschappelijke functies, doelgroepen, etc.).
- **Afbakening:** Voor deze gebieden is de toekomstige centrumafbakening de basis van het denken. Daarom wordt allereerst kritisch gekeken naar de huidige afbakening en of deze nog klopt (o.a. inschatting toekomstig programma). Waar nodig wordt in overleg met Zuid-Limburg de SVREZL-afbakening aangepast.
- **Nut en noodzaak:** Elk centrum heeft een ander vetrekpunt van bestaand beleid en opgave. De actieplannen hoeven niet op elkaar te lijken. Doe wat in dat cluster nuttig is voor de doelstelling van een vitaler centrum.
- **Strategische vastgoedlocaties:** Vastgoedtransformatie zal waarschijnlijk in ieder centrum onderdeel zijn van de opgave. In deze centra worden locaties aangestipt die, vanwege hun strategisch belang (locatie, etc.) en vanwege de verwachting van een onrendabele top op de gewenste ontwikkeling, mogelijk in aanmerking komen voor bijdragen (gelden).
- **Eigenaren in beeld:** Van tevoren zal moeten worden geïnventariseerd in hoeverre de eigendomssituatie in deze centra in beeld is (type eigenaar, contactinfo). Deze informatie vergaren (in werkbare vorm) kan soms veel tijd kosten.
- **Openbaar ontwikkelperspectief:** De gebiedsgerichte aanpak is een handreiking naar de markt: “pak uw kans!”. De actieplannen hebben een openbare en dynamisch/actualiseerbare vorm (digitaal).

Deze herziening is nodig, maar heeft nu (3e kwartaal 2022) niet de hoogste prioriteit, lopende trajecten moeten eerst goed uitgevoerd worden (bijv. Stratenaanpak als pilot). DTNP stelt voor deze herziening in 2023 uit te voeren, zodat deze vorm, tot de volgende monitor in 2025, ruim een jaar kan functioneren.

9 Concentratiegraad naar 60%

De doelstellingen (leefbaarheid, vitale centra, transformatie) betekenen het behouden van het aanbod in de centra en een transformatie-opgave daabruiten. De concentratie van winkels binnen SVREZL-clusters is sinds 2019 toegenomen (aantal winkels van 48,6% naar 50,5%). Als dit in hetzelfde tempo doorzet is dat in 2030 55%. Tot nu toe krimpt het aanbod in SVREZL-clusters, als dat aanbod overeind zou blijven zou de concentratiegraad sneller kunnen stijgen. Dat vraagt om flinke ingrepen (o.a. gebiedsgerichte aanpak). DTNP stelt voor een doelstelling aan te nemen van een concentratiegraad van 60% in 2030. De concentratiegraad van overige publieksfuncties heeft ook de aandacht (nu slechts 30%).

10 Actueel inzicht in verspreid retailvastgoed

Buiten de centrumgebieden wordt vestigingsdata minder frequent bijgehouden door Locatus (een keer per drie jaar). Afstemming met Locatus over hoe vaak en wanneer dit plaatsvindt (frequenter of net voor de volgende monitor) of het uitvoeren van gericht eigen veldwerk om data voor bepaalde gebieden te actualiseren/verrijken is aan te raden (bijvoorbeeld voor selectie gebieden vervolg Stratenaanpak).

Bijlagen Monitor UVP Retail Parkstad

BIJLAGE

Bijlage A Marktruimteberekening

Variabelen en aannames

Omvang van het lokale verzorgingsgebied

Hiervoor is het meest recente inwonertal uit 2022[a] en de inwonersprognose voor 2030[b] gebruikt.

De omvang van het winkelaanbod

Het winkelaanbod in Parkstad en in de individuele gemeenten in m^2 winkelvloeroppervlak, uitgesplitst naar de relevante branchegroepen[c].

De vloerproductiviteit

De gemiddelde omzet per m^2 winkelvloeroppervlak in Nederland per branchegroep[d]. Om grote verschillen over tijd (o.a. coronacrisis) af te vangen gebruiken we een 5-jaarsgemiddelde.

Koopkrachtbinding en koopkrachttoevloeiing

De regionale binding, afvloeiing, toevloeiing, etc. is berekend op basis van een regio-specifieke dataset van het Koopstromenonderzoek Limburg 2019[e]. Zie hiervoor bijlage G.

Deze sommen gaan over de fysieke bestedingen in fysieke winkels. De online afvloeiing valt dus buiten het model. Hiervoor wordt een correctie op de koopkrachtbinding uitgevoerd. Daarom wordt met hogere bindingen gerekend dan op de factsheets staan[f]. In de sectoren met een hogere online afvloeiing is dit effect groter, in de dagelijkse sector is dit miniem.

De koopkrachtbinding en toevloeiing die voor 2019 zijn gemeten, zijn in deze berekeningen ook voor 2030 gebruikt. Dat betekent een aanname dat de keuzes in het fysieke winkelgedrag (in welke fysieke winkelgebieden doe ik bepaalde bestedingen) niet significant zullen veranderen[g].

Bestedingen per hoofd en inkomensniveau

Landelijke bestedingcijfers per hoofd[h] in de verschillende branchegroepen zijn een belangrijk deel van de berekening van de omzetpotentie (gemiddelde besteding * inwoners * koopkrachtbinding). Om grote verschillen over tijd (o.a. coronacrisis) af te vangen gebruiken we een 5-jaarsgemiddelde. Deze getallen worden gecorrigeerd voor inkomensniveau en in de toekomst voor het effect van online aankopen.
Het inkomensniveau is voor heel Parkstad circa 9,3% onder het landelijk gemiddelde[i]. Dit wordt met een elasticiteit doorgerekend in de besteding per hoofd (hoger of lager dan NL gemiddelde). Deze elasticiteit (mate waarin inkomen effect heeft besteding) is voor de dagelijkse sector lager (0,4) dan voor de niet-dagelijkse sectoren (0,7). Bestedingen aan primaire levensmiddelen zijn namelijk iets minder inkomensgevoelig dan luxe-artikelen.

Groei aandeel online aankopen

Het koopstromenonderzoek (KSO) uit 2019 bracht de toenmalige online afvloeiing in beeld (online aandeel van de bestedingen). Dit verschilt flink per branchegroep (2% dagelijks, 28% Mode&Luxe, 16% In en om het Huis).

Het online aandeel in Parkstad 2019 is ongeveer vergelijkbaar met het aandeel gemeten in de Randstad in 2018. De groei ligt in Parkstad dus iets achter. De coronacrisis heeft de online bestedingen flink doen toenemen. Hoeveel precies is in Parkstad niet in kaart

a CBS Statline (2022), Bevolking eind april 2022.
b Etil, Progneff (2021), Bevolkingsprognose Parkstad 2021.
c Locatus (2022), Verkooppuntenbestand Parkstad 2022.
d Retail Insiders (2022), 'Omzetkengetallen 2021 ten behoeve van ruimtelijk-economisch onderzoek.
e I&O (2022), Koopstromenonderzoek Limburg 2019.
f Bijvoorbeeld bij 10% online afvloeiing: koopkrachtbinding / 0,9
g Op deze manier blijft het rekenmodel ook overzichtelijk doordat alleen de autonome ontwikkelingen (bevolkingskrimp en de groei van online bestedingen) de veranderingen in de uitkomst beïnvloeden.
h Retail Insiders (2022), 'Omzetkengetallen 2021 ten behoeve van ruimtelijk-economisch onderzoek
i CBS Statline (2022) Kerncijfers wijken en buurten

gebracht. Nu in 2022 valt de online omzet weer iets terug. Na de piek van online bestedingen tijdens de lockdowns is dat logisch. De groeicurve is echter nog flink hoger dan pre-corona had kunnen worden verwacht[a]. De beste vergelijkbare cijfers van tijdens/na de coronacrisis zijn die van het KSO Randstad & Brabant uit 2021[b]. De aanname die DTNP doet is dat het online aandeel in Parkstad in 2025 minimaal op het niveau zal liggen van wat in het KSO 2021 in de Randstad & Brabant is gemeten. De mate waarin die groei daarna (richting 2030) nog verder doorzet is onzeker. Daarom wordt voor 2030 gerekend met een bandbreedte (niveau verwachting 2025 en niveau lineair doorgroeien).

- Dagelijks: 1,7% (2019) > 6% (2025) > 9,75 (2030)
- Mode&Luxe: 28% (2019) > 35,8% (2025) > 42,4% (2030)
- I/o het Huis: 16% (2019) > 26,5% (2025) > 35% (2030)

Deze groei van het online aandeel wordt verwerkt 'buiten het model' door de besteding per hoofd in fysieke winkels in gelijke verhouding te doen afnemen. De precieze mate waarin de groei van online voor een krimp van de behoefte aan fysiek (voor de consument toegankelijke) vloeroppervlak zorgt, is afhankelijkheid van een veelvoud van factoren. In dit theoretische model wordt uitgegaan van een een-op-een-effect.

a Gfk (2022), Online bestedingen groeien met 7% naar € 8,2 miljard in Q1 [online].
b I&O Research et al. (2022), Koopstromenonderzoek Randstad & Brabant 2021.

Toerisme

Per jaar zijn er circa 736.400 toeristische overnachtingen in Parkstad[a]. Dit komt neer op circa 2.017 'consumenten' extra over het jaar (delen door 365). Verspreid over Parkstad is het effect van deze 'extra inwoners' op het draagvlak voor retail-aanbod marginaal (circa 400 m^2 wvo dagelijks aanbod). Met deze wetenschap zijn, voor de begrijpelijkheid, de toeristische bestedingen buiten deze rekenmodellen gehouden (minder complex).

a Cijfers VVV Zuid-Limburg 2018.

Indicatieve marktruimteberekening voor Parkstad in 2030 met bandbreedte voor online ontwikkeling (omzetcijfers excl. btw en afgerond)*

		Dagelijks		Mode en luxe		In en om het huis	
		Vertreksituatie	2030	Vertreksituatie	2030	Vertreksituatie	2030
a	Aantal inwoners in verzorgingsgebied	256.000	246.300	256.000	246.300	256.000	246.300
b	Winkelomzet per hoofd (excl. internet, incl. inkomenscorrectie)	€ 2.555	€ 2.355 à 2.450	€ 706	€ 507 à 582	€ 930	€ 720 à 814
c	Koopkrachtbinding	90%	90%	61%	61%	88%	88%
d	Verwachte winkelomzet a * b * c	€ 590 mln	€ 523 à 544 mln	€ 110 mln	€ 76 à 87 mln	€ 210 mln	€ 156 à 177 mln
e	Aandeel koopkrachttoevloeiing	17%	17%	36%	36%	50%	50%
f	Totale winkelomzet d / (1 - e)	€ 711 mln	€ 630 à 656 mln	€ 172 mln	€ 119 à 137 mln	€ 420 mln	€ 313 à 354 mln
g	NL gemiddelde winkelomzet per m² wvo	€ 7.823	€ 7.823	€ 2.390	€ 2.390	€ 1.464	€ 1.464
h	Potentieel winkelaanbod o.b.v. NL f / g	ca. 90.900 m² wvo	ca. 80.600 à 83.800 m² wvo	ca. 72.000 m² wvo	ca. 49.800 à 57.100 m² wvo	ca. 286.900 m² wvo	ca. 213.700 à 241.600 m² wvo
i	Huidig winkelaanbod	ca. 96.400 m² wvo	ca. 96.400 m² wvo	ca. 77.900 m² wvo	ca. 77.900 m² wvo	ca. 241.350 m² wvo	ca. 241.350 m² wvo
j	Parkstad winkelomzet per m² wvo f / i	€ 7.380	€ 6.540 à 6.800	€ 2.208	€ 1.527 à 1.753	€ 1.740	€ 1.300 à 1470
k	Indicatie uitbreidingsruimte h - i	ca.-5.500 m² wvo	ca. -15.800 à -12.600 m² wvo	ca. -5.900 m² wvo	ca. -28.100 à -20.800 m² wvo	ca. +45.500 m² wvo	ca. -27.700 à +350 m² wvo

* Voor een toelichting op de achtergronden van deze berekening verwijzen we naar de publicatie van Retail Insiders (2022), 'Omzetkengetallen 2021 ten behoeve van ruimtelijk-economisch onderzoek'.

De dagelijkse sector is een meer lokaalfunctionerende sector, daarom is hier per gemeente een berekening gemaakt. Hierbij is voor 2030 het scenario gehanteerd met een aanzienlijke groei van het online aandeel naar 9,7%. Zo is de minimaal haalbare omvang van dagelijks winkelaanbod inzichtelijk, die kan dienen als de basis van een bestendige winkelstructuur.

Indicatieve marktruimteberekening dagelijkse winkelsector per gemeente in 2030 met groei online naar 9,7% [grootste groeiscenario] (omzetcijfers excl. btw en afgerond)* (1/2)

		Beekdaelen		Brunssum		Heerlen	
		Vertreksituatie	2030	Vertreksituatie	2030	Vertreksituatie	2030
a	Aantal inwoners in verzorgingsgebied	35.970	35.800	27.800	26.350	86.950	83.950
b	Winkelomzet per hoofd (excl. internet, incl. inkomenscorrectie)	€ 2.673	€ 2.463	€ 2.528	€ 2.329	€ 2.513	€ 2.315
c	Koopkrachtbinding	65%	65%	84%	84%	82%	82%
d	Verwachte winkelomzet a * b * c	€ 62,3 mln	€ 57,1 mln	€ 59,1 mln	€ 51,6 mln	€ 179,4 mln	€ 159,6 mln
e	Aandeel koopkrachttoevloeiing	28%	28%	23%	23%	22%	22%
f	Totale winkelomzet d / (1 - e)	€ 86,5 mln	€ 79,4 mln	€ 76,7 mln	€ 67 mln	€ 230 mln	€ 204,7 mln
g	NL gemiddelde winkelomzet per m² wvo	€ 7.823	€ 7.823	€ 7.823	€ 7.823	€ 7.823	€ 7.823
h	Potentieel winkelaanbod o.b.v. NL f / g	ca. 11.050 m² wvo	ca. 10.150 m² wvo	ca. 9.800 m² wvo	ca. 8.550 m² wvo	ca. 29.400 m² wvo	ca. 26.200 m² wvo
i	Huidig winkelaanbod	ca. 11.050 m² wvo	ca. 11.050 m² wvo	ca. 10.700 m² wvo	ca. 10.700 m² wvo	ca. 37.850 m² wvo	ca. 37.850 m² wvo
j	Lokale winkelomzet per m² wvo f / i	€ 7.824	€ 7.176	€ 7.172	€ 6.702	€ 6.078	€ 5.408
k	Indicatie uitbreidingsruimte h - i	ca. 0 m² wvo	ca. -900 m² wvo	ca. -900 m² wvo	ca. -2.150 m² wvo	ca. -8.450 m² wvo	ca. -11.700 m² wvo

* Voor een toelichting op de achtergronden van deze berekening verwijzen we naar de publicatie van Retail Insiders (2022), 'Omzetkengetallen 2021 ten behoeve van ruimtelijk-economisch onderzoek'.

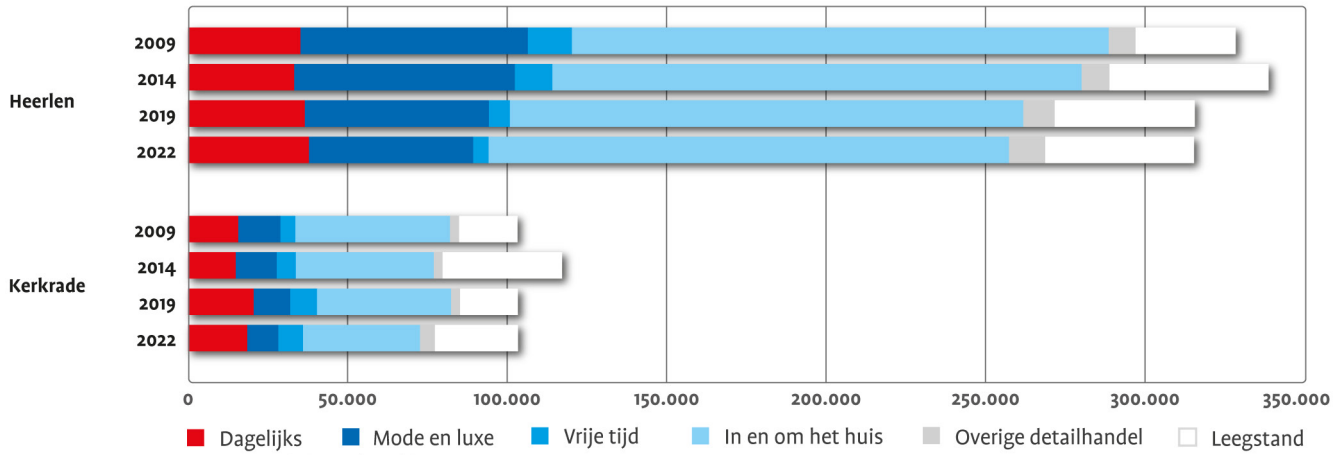
Indicatieve marktruimteberekening dagelijkse winkelsector per gemeente in 2030 met groei online naar 9,7% [grootste groei scenario] (omzetcijfers excl. btw en afgerond)* (2/2)

		Kerkrade		Landgraaf		Simpelveld		Voerendaal	
		Vertreksituatie	2030	Vertreksituatie	2030	Vertreksituatie	2030	Vertreksituatie	2030
a	Aantal inwoners in verzorgingsgebied	45.330	42.450	37.100	35.500	10.450	10.000	12.450	12.200
b	Winkelomzet per hoofd (excl. internet, incl. inkomenscorrectie)	€ 2.497	€ 2.327	€ 2.570	€ 2.395	€ 2.604	€ 2.427	€ 2.700	€ 2.516
c	Koopkrachtbinding	82%	82%	84%	84%	62%	62%	69%	69%
d	Verwachte winkelomzet a * b * c	€ 92,5 mln	€ 80,7 mln	€ 80,2 mln	€ 71,6 mln	€ 16,8 mln	€ 15 mln	€ 23,3 mln	€ 21,3 mln
e	Aandeel koopkrachttoevloeiing	43%	43%	19%	19%	32%	32%	12%	12%
f	Totale winkelomzet d / (1 - e)	€ 161,7 mln	€ 141,1 mln	€ 99,3 mln	€ 88,6 mln	€ 24,7 mln	€ 22 mln	€ 26,3 mln	€ 24,1 mln
g	NL gemiddelde winkelomzet per m² wvo	€ 7.823	€ 7.823	€ 7.823	€ 7.823	€ 7.823	€ 7.823	€ 7.823	€ 7.823
h	Potentieel winkelaanbod o.b.v. NL f / g	ca. 20.650 m² wvo	ca. 18.050 m² wvo	ca. 12.700 m² wvo	ca. 11.350 m² wvo	ca. 3.150 m² wvo	ca. 2.800 m² wvo	ca. 3.350 m² wvo	ca. 3.100 m² wvo
i	Huidig winkelaanbod	ca. 18.500 m² wvo	ca. 18.500 m² wvo	ca. 11.450 m² wvo	ca. 11.450 m² wvo	ca. 2.700 m² wvo	ca. 2.700 m² wvo	ca. 4.150 m² wvo	ca. 4.150 m² wvo
j	Lokale winkelomzet per m² wvo f / i	€ 8.735	€ 7.620	€ 8.687	€ 7.752	€ 9.030	€ 8.060	€ 6.380	€ 5.840
k	Indicatie uitbreidingsruimte h - i	ca. 2.150 m² wvo	ca. -500 m² wvo	ca. 1.250 m² wvo	ca. -100 m² wvo	ca. 400 m² wvo	ca. 100 m² wvo	ca. -750 m² wvo	ca. -1.050 m² wvo

* Voor een toelichting op de achtergronden van deze berekening verwijzen we naar de publicatie van Retail Insiders (2022), 'Omzetkengetallen 2021 ten behoeve van ruimtelijk-economisch onderzoek'.

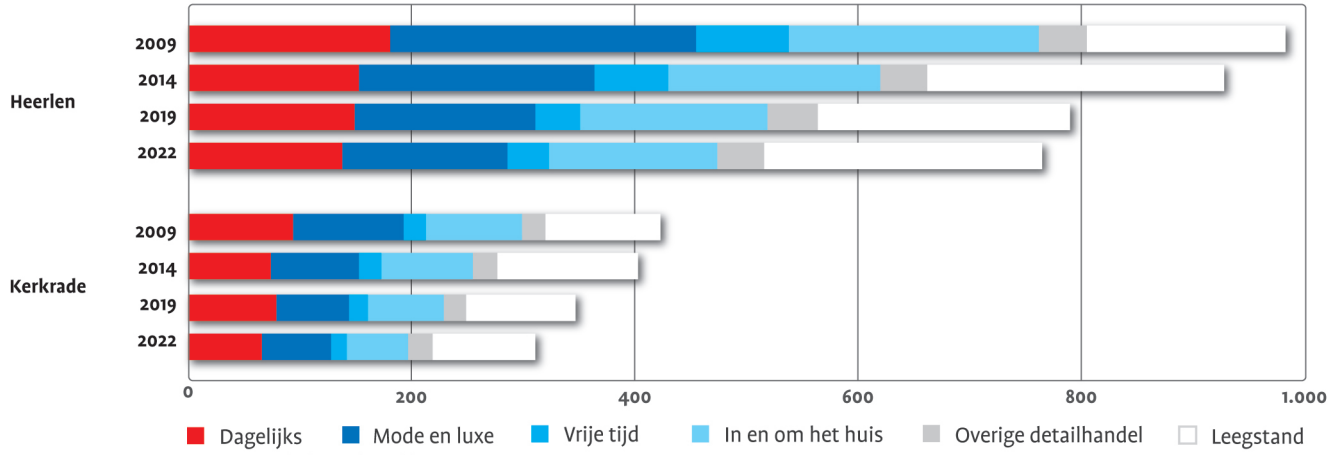
Bijlage B Aanbodontwikkeling gemeenten Parkstad

Ontwikkeling winkelaanbod en leegstand gemeenten Parkstad in **m² wvo** (1/2)



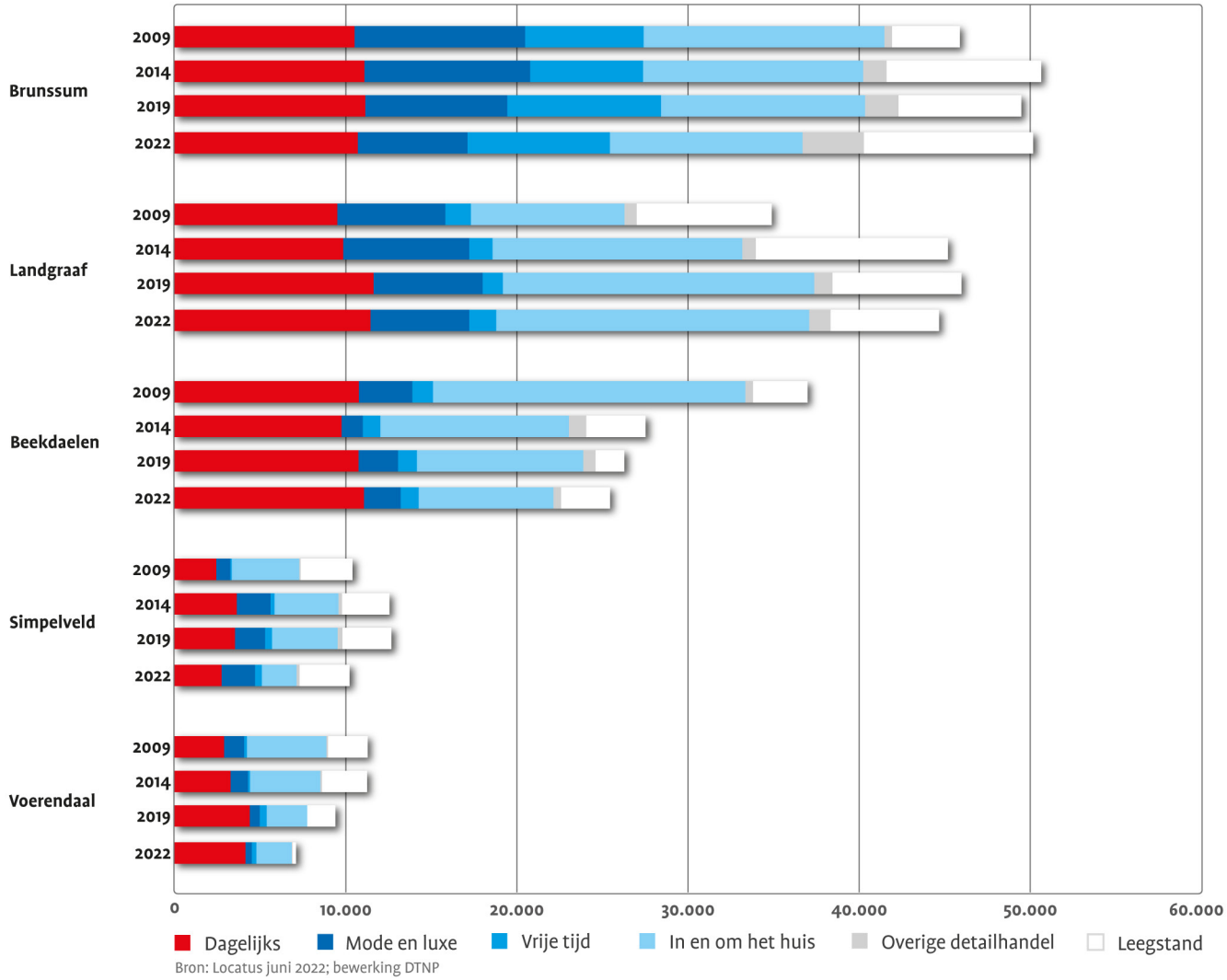
Bron: Locatus juni 2022; bewerking DTNP

Ontwikkeling winkelaanbod en leegstand gemeenten Parkstad in **aantal verkooppunten** (1/2)



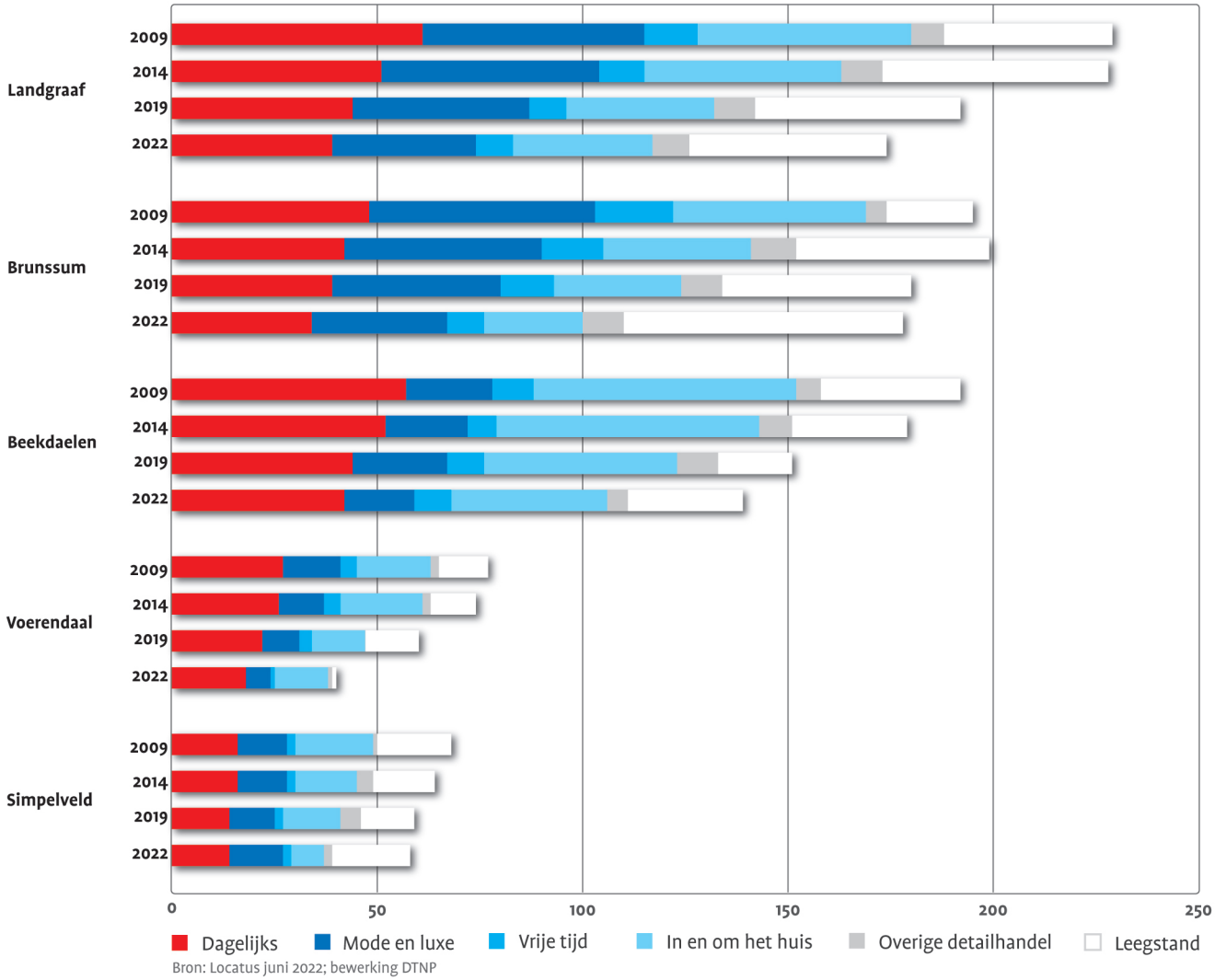
Bron: Locatus juni 2022; bewerking DTNP

Ontwikkeling winkelaanbod en leegstand gemeenten Parkstad in **m² wvo** (2/2)



Bron: Locatus juni 2022; bewerking DTNP

Ontwikkeling winkelaanbod en leegstand gemeenten Parkstad in **aantal verkooppunten** (2/2)



Bron: Locatus juni 2022; bewerking DTNP

Bijlage C Aanbodontwikkeling SVREZL-clustertypen

Hoofdcentra in de structuur

De hoofdcentra van Parkstad zijn Heerlen-Centrum en de vier stadsdeelcentra Brunssum, Landgraaf, Kerkrade en Hoensbroek. Deze gebieden hebben naar verwachting de grootste klappen gehad van de coronacrisis (minder recreatief bezoek), het aandeel leegstand is hier fors (± 25%).

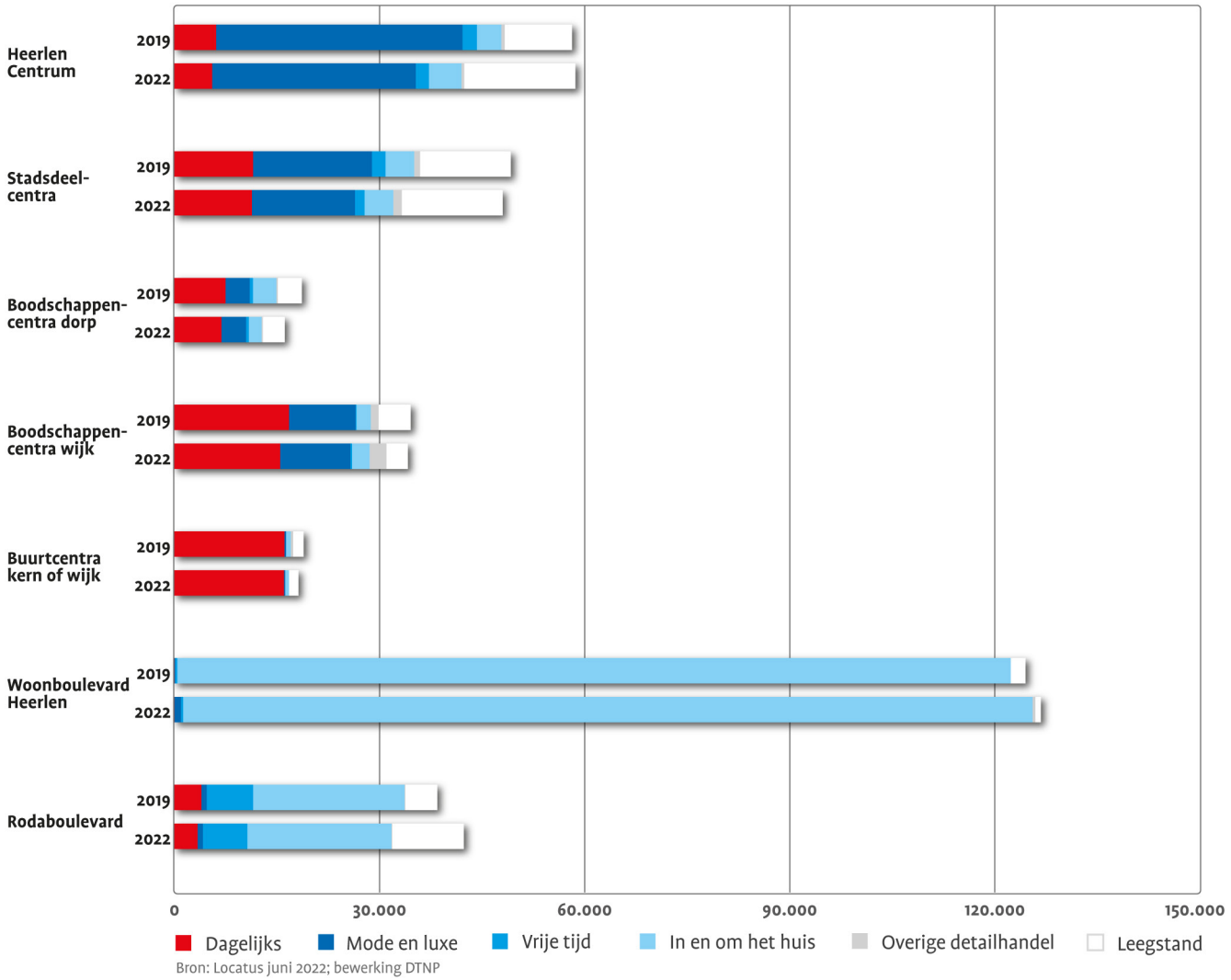
- **Heerlen-Centrum:** De afname van het Mode en luxe-aanbod is hier aanzienlijk. Enige toename van diensten en leisure-functies kon niet voorkomen dat de leegstand snel is toegenomen.
- **Stadsdeelcentra:** Hier is het dagelijkse, het niet-dagelijkse én het dienstenaanbod afgenomen. Alleen leisure-functies zijn stabiel gebleven. Dit samen resulteert in een toename van de leegstand.

Boodschappengebieden

Boodschappengebieden zijn zowel de dorpscentra van Simpelveld, Voerendaal en Nuth, de completere wijkcentra als de kleine buurtcentra met voornamelijk dagelijks aanbod (supermarkt+). Hier is het aandeel leegstand beduidend kleiner dan in de hoofdcentra.

- **Boodschappencentra dorp:** Hier is het aanbod over de hele linie verschraald. Er zijn wel grote verschillen tussen de centra (Voerendaal geen leegstand meer, Nuth en Simpelveld toename leegstand).

Ontwikkeling winkelaanbod en leegstand naar SVREZL-clustertype in **m² wvo**



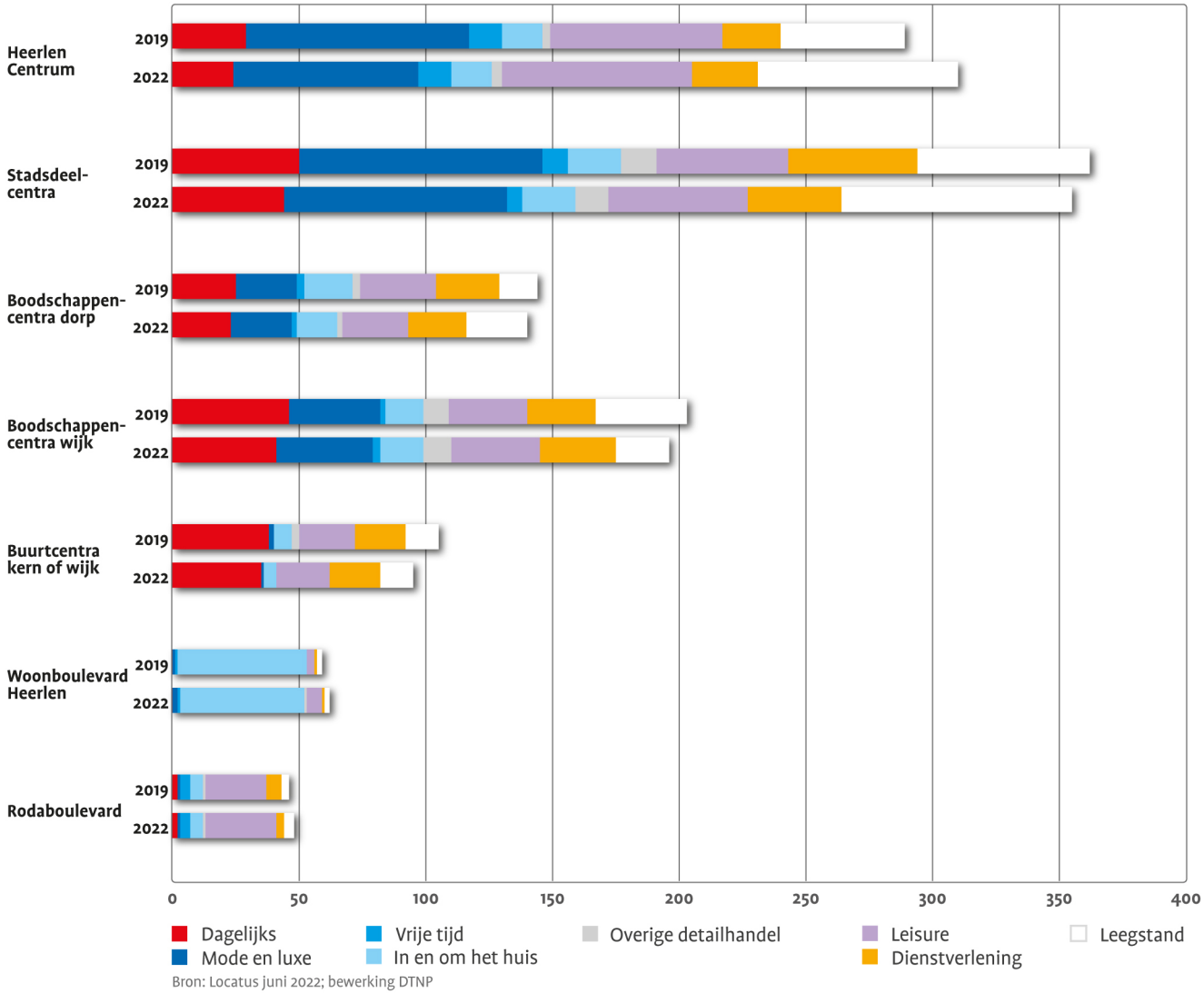
Bron: Locatus juni 2022; bewerking DTNP

- **Boodschappencentra wijk:** In deze groep is de meest positieve aanbodontwikkeling geweest: toename van niet-dagelijks winkelaanbod, leisure- én dienstenfuncties en een afname van leegstand. Dit is in lijn met de landelijke ontwikkeling dat complete boodschappencentra tijdens corona goed hebben gefunctioneerd.
- **Buurtcentra:** Dit zijn vaak kleine centra met een supermarkt als voornaamste aanbod. In aantal functies is het aanbod iets verschraald, maar in oppervlakte is het beeld redelijk stabiel en er is slechts beperkt leegstand aanwezig.

De perifere winkelclusters

- **Woonboulevard Heerlen:** Hier is het beeld stabiel, de leegstand is zelfs iets afgenomen. Dit is in lijn met het goed functioneren van branches als doe-het-zelf en woninginrichting tijdens de corona-crisis (naar voren gehaalde uitgaven aan woning + aantrekkende woningmarkt).
- **Rodaboulevard:** Ook de Rodaboulevard is wat betreft retail redelijk stabiel gebleven. De toename van het metrage leegstand is terug te herleiden naar de Indoor entertainmentruimte 'Powerarea', die leeg is komen te staan en betreft dus geen 'retail-ontwikkeling'.

Ontwikkeling publieke functies en leegstand naar SVREZL-clustertype in **aantal panden**



Bron: Locatus juni 2022; bewerking DTNP

Bijlage D Aanbod in SVREZL-clusters 2022

Aanbod in SVREZL-clusters en daarbuiten per gemeente in huidige situatie (Locatus, 2022), afgerond op tientallen (1/2)

Gemeente	SVREZL-Cluster	Dagelijks	Mode en luxe	Vrije Tijd	In en om huis	Detailh. Overig	Leisure	Diensten	Leegstand
Beekdaelen	Beekdaelen totaal	11060	2150	1050	7880	450	10830	3070	2860
Beekdaelen	Hulsberg	1490	0	0	0	0	120	140	0
Beekdaelen	Nuth Centrum	2610	1480	0	1270	0	910	600	550
Beekdaelen	Schimmert	1030	0	0	190	0	0	40	0
Beekdaelen	Schinveld	1000	0	0	60	0	300	220	240
Beekdaelen	Transitie (buiten SVREZL)	4940	660	1050	6350	450	9500	2070	2070
Brunssum	Brunssum totaal	10700	6410	8320	11270	3580	10730	3710	9890
Brunssum	Brunssum Centrum	3530	6280	300	2230	150	2470	1060	4900
Brunssum	Brunssum Noord	2900	0	0	0	0	110	50	0
Brunssum	Treebeek	1430	0	0	0	0	0	50	240
Brunssum	Transitie (buiten SVREZL)	2840	130	8020	9030	3430	8150	2560	4750
Heerlen	Heerlen totaal	37850	51480	4840	163180	11330	44380	13660	46690
Heerlen	Douve-Weien	1310	0	0	70	0	110	100	0
Heerlen	Giessen-Bautsch / De Bautsch	1560	720	0	80	0	340	140	570
Heerlen	Heerlen Centrum	5500	29800	1910	4760	410	8960	2550	16250
Heerlen	Heerlerheide	4690	2400	0	710	720	1380	490	100
Heerlen	Hoensbroek Centrum	3090	2240	370	760	260	560	690	2560
Heerlen	't Loon	0	3850	0	0	0	70	0	840
Heerlen	Woonboulevard Heerlen	0	950	310	124250	420	780	20	800
Heerlen	Transitie (buiten SVREZL)	21690	11530	2260	32550	9520	32180	9690	25570

Aanbod in SVREZL-clusters en daarbuiten per gemeente in huidige situatie (Locatus, 2022), afgerond op tientallen (2/2)

Gemeente	SVREZL-Cluster	Dagelijks	Mode en luxe	Vrije Tijd	In en om huis	Detailh. Overig	Leisure	Diensten	Leegstand
Kerkrade	Kerkrade totaal	18520	9750	7750	36640	4690	25890	8520	26060
Kerkrade	Bleijerheide	1820	0	0	0	0	0	0	0
Kerkrade	Carboonplein	3090	850	0	250	1490	260	250	880
Kerkrade	Eygelshoven	1310	170	0	0	0	80	0	360
Kerkrade	Hertogenlaan	1570	0	0	0	0	0	120	240
Kerkrade	Kerkrade Centrum	1060	4540	220	1100	790	3500	1360	4230
Kerkrade	Rodaboulevard	3380	780	6500	21090	100	8080	280	10460
Kerkrade	Transitie (buiten SVREZL)	6300	3420	1020	14210	2310	13970	6530	9900
Landgraaf	Landgraaf totaal	11430	5780	1580	18290	1240	10030	3820	6350
Landgraaf	Landgraaf Centrum	3630	2030	510	110	50	870	190	3070
Landgraaf	Schaesberg	3390	1720	60	900	260	450	500	640
Landgraaf	Waubach	2740	730	170	640	0	1090	220	70
Landgraaf	Transitie (buiten SVREZL)	1680	1300	840	16650	930	7630	2920	2570
Simpelveld	Simpelveld totaal	2730	1960	400	2030	180	3840	1150	2920
Simpelveld	Bocholtz	910	0	0	0	0	1120	170	290
Simpelveld	Simpelveld Centrum	1600	1810	400	350	180	850	490	2460
Simpelveld	Transitie (buiten SVREZL)	230	150	0	1680	0	1870	490	170
Voerendaal	Voerendaal totaal	4130	370	270	2070	40	5600	610	210
Voerendaal	Klimmen	1260	0	0	250	0	70	0	0
Voerendaal	Voerendaal Centrum	2650	310	0	250	0	1960	100	210
Voerendaal	Transitie (buiten SVREZL)	220	60	270	1570	40	3570	510	0

Bijlage E Aanbodontwikkeling SVREZL-clusters 2019-2022

Aanbod- en leegstandsontwikkeling '19-'22 (positief of negatief) in SVREZL-clusters en daarbuiten per gemeente (Locatus, 2022), afgerond op tientallen (1/2)

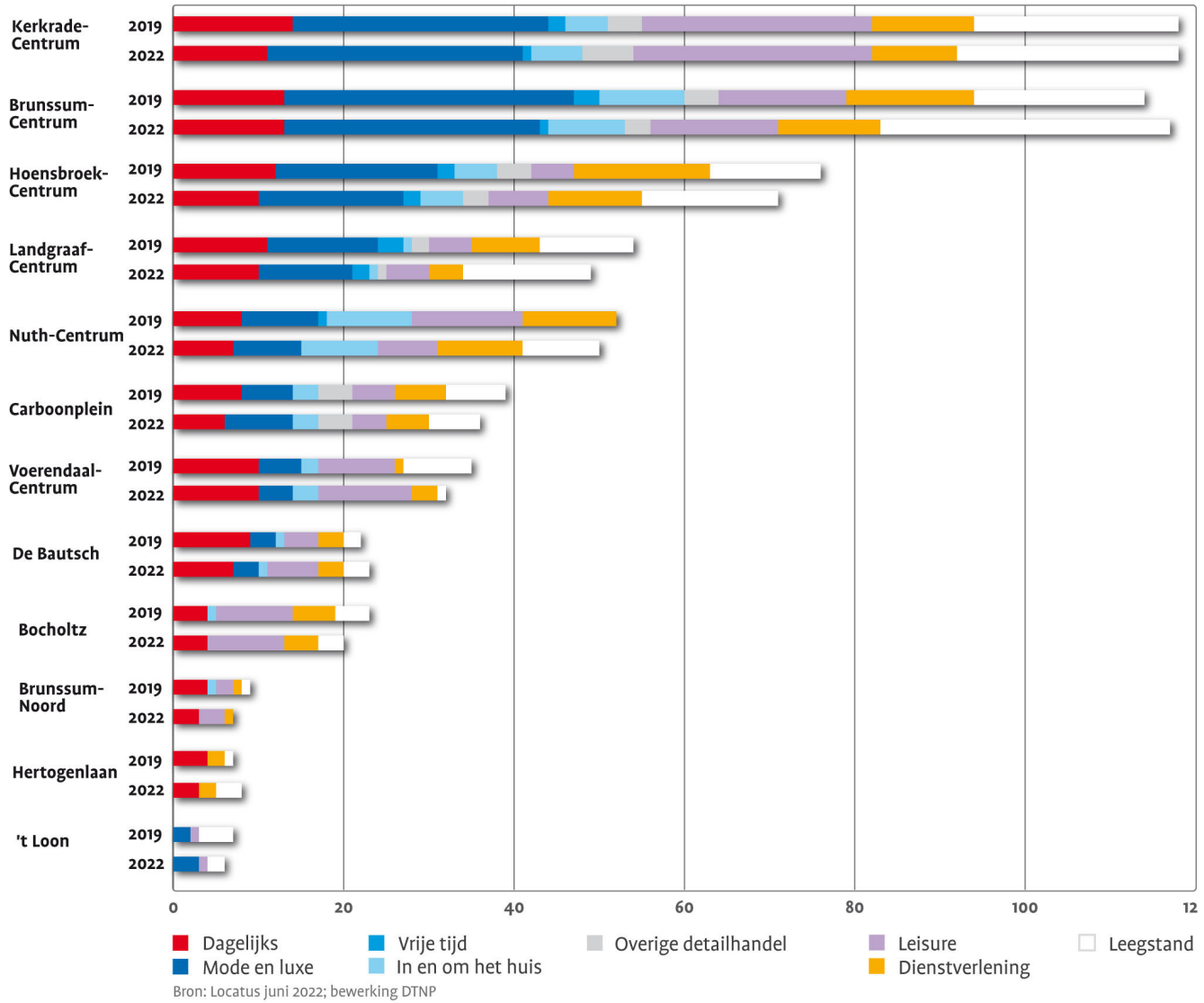
Gemeente	SVREZL-Cluster	Dagelijks	Mode & Luxe	Vrije Tijd	In en om huis	Detailh. Overig	Leegstand
Beekdaelen	Beekdaelen totaal	320	-160	-50	-1840	-280	1180
Beekdaelen	Hulsberg	90	0	0	0	0	0
Beekdaelen	Nuth Centrum	270	-50	-80	-60	0	550
Beekdaelen	Schimmert	0	0	0	0	0	0
Beekdaelen	Schinveld	-30	-70	0	0	-350	140
Beekdaelen	Transitie (buiten SVREZL)	-10	-50	30	-1780	70	500
Brunssum	Brunssum totaal	-440	-1890	-670	-660	1630	2720
Brunssum	Brunssum Centrum	120	-1030	-410	0	-40	2000
Brunssum	Brunssum Noord	90	0	0	-40	0	-30
Brunssum	Treebeek	-90	0	0	0	0	-220
Brunssum	Transitie (buiten SVREZL)	-550	-870	-260	-620	1660	970
Heerlen	Heerlen totaal	1300	-6250	-1720	2220	1480	2740
Heerlen	Douve-Weien	-70	0	0	0	0	0
Heerlen	Giessen-Bautsch / De Bautsch	-270	-10	0	0	0	100
Heerlen	Heerlen Centrum	-590	-6220	-220	1190	-70	6410
Heerlen	Heerlerheide	70	-540	0	20	670	-550
Heerlen	Hoensbroek Centrum	-170	-1560	20	-130	-160	230
Heerlen	't Loon	0	1560	0	0	0	530
Heerlen	Woonboulevard Heerlen	0	860	0	2320	420	-1360
Heerlen	Transitie (buiten SVREZL)	2330	-340	-1530	-1170	630	-2620

Aanbod- en leegstandsontwikkeling 19-22 (positief of negatief) in SVREZL-clusters en daarbuiten per gemeente (Locatus, 2022), afgerond op tientallen (2/2)

Gemeente	SVREZL-Cluster	Dagelijks	Mode en luxe	Vrije Tijd	In en om huis	Detailh. Overig	Leegstand
Kerkrade	Kerkrade totaal	-1990	-1700	-660	-5410	1850	7930
Kerkrade	Bleijerheide	10	0	0	0	0	0
Kerkrade	Carboonplein	-1010	-250	0	-30	940	130
Kerkrade	Eygelshoven	50	0	0	0	0	0
Kerkrade	Hertogenlaan	-110	0	0	0	0	140
Kerkrade	Kerkrade Centrum	-80	490	-150	150	590	-2060
Kerkrade	Rodaboulevard	-550	0	-280	-1080	0	5770
Kerkrade	Transitie (buiten SVREZL)	-300	-1950	-230	-4440	320	3950
Landgraaf	Landgraaf totaal	-190	-600	400	100	170	-1190
Landgraaf	Landgraaf Centrum	-60	-210	-40	-10	-30	1330
Landgraaf	Schaesberg	-210	-180	0	480	-290	-200
Landgraaf	Waubach	140	-50	100	40	0	-1590
Landgraaf	Transitie (buiten SVREZL)	-60	-160	350	-410	480	-730
Simpelveld	Simpelveld totaal	-780	190	0	-1810	-100	60
Simpelveld	Bocholtz	-30	0	0	-80	0	-200
Simpelveld	Simpelveld Centrum	-780	180	0	-1530	-50	160
Simpelveld	Transitie (buiten SVREZL)	30	10	0	-210	-60	100
Voerendaal	Voerendaal totaal	-260	-210	-140	-300	40	-1440
Voerendaal	Klimmen	0	0	0	0	0	0
Voerendaal	Voerendaal Centrum	-90	-60	0	40	0	-1010
Voerendaal	Transitie (buiten SVREZL)	-170	-150	-140	-340	40	-440

Bijlage F Aanbodontwikkeling Prioriteitsgebieden Parkstad

Prioriteitsgebieden (excl. Heerlen-Centrum en Rodaboulevard): ontwikkeling aantal verkooppunten 2019-2022



Bron: Locatus juni 2022; bewerking DTNP

Bijlage G Koopstromen Parkstad

De dataset met koopstromeninformatie is lastig leesbaar en gevoelig voor mis-interpretatie. Degene die graag dieper in die cijfers wil duiken, kan aankloppen bij de Stadsregio. In deze bijlage worden de cijfers gepresenteerd die relevant zijn voor dit rapport.

Koopstromen dagelijkse winkelsector Parkstad 2019 KSO Limburg 2019 (I&O Research); bewerking DTNP)

	Bestedingen van inwoners					Omzetherkomst	
	Binding bestedingen	Afvloeiing naar fysiek	Afvloeiing naar online	Binding voor berekening (excl. online)		Uit lokale bestedingen	Toevloeiing
Landgraaf	83,5%	15,7%	0,8%	84,2%		81%	19%
Brunssum	82,2%	15,6%	2,2%	84,1%		77%	23%
Heerlen	80,6%	17,5%	1,9%	82,1%		78%	22%
Kerkrade	80,7%	18,0%	1,3%	81,7%		57%	43%
Simpelveld	61,0%	37,4%	1,6%	62,0%		68%	32%
Voerendaal	67,7%	29,9%	2,4%	69,4%		88%	12%
Beekdaelen	63,5%	34,5%	1,9%	64,8%		72%	28%
Totaal Parkstad	88,7%	9,6%	1,7%	90,2%		83%	16,6%

Koopstromen branchegroep Mode en luxe Parkstad 2019 (KSO Limburg 2019 (I&O Research); bewerking DTNP)

	Bestedingen van inwoners					Omzetherkomst	
	Binding bestedingen	Afvloeiing naar fysiek	Afvloeiing naar online	Binding voor berekening (excl. online)		Uit lokale bestedingen	Toevloeiing
Landgraaf	13,4%	59,4%	27,2%	18,4%		53%	47%
Brunssum	18,1%	55,5%	26,5%	24,6%		55%	45%
Heerlen	40,9%	26,0%	33,1%	61,2%		30%	70%
Kerkrade	26,1%	49,8%	24,1%	34,3%		44%	56%
Simpelveld	10,8%	66,9%	22,3%	13,9%		42%	58%
Voerendaal	1,8%	72,8%	25,4%	2,4%		81%	19%
Beekdaelen	4,4%	70,5%	25,1%	5,8%		12%	88%
Totaal Parkstad	43,9%	28,2%	27,9%	60,9%		64%	36%

Koopstromen branchegroep In en om het huis Parkstad 2019 (KSO Limburg 2019 (I&O Research); bewerking DTNP)

	Bestedingen van inwoners					Omzetherkomst	
	Binding bestedingen	Afvloeiing naar fysiek	Afvloeiing naar online	Binding voor berekening (excl. online)		Uit lokale bestedingen	Toevloeiing
Landgraaf	25,1%	58,2%	16,7%	30,2%		48%	52%
Brunssum	36,2%	47,8%	16,0%	43,1%		64%	36%
Heerlen	67,1%	18,6%	14,3%	78,3%		21%	79%
Kerkrade	40,7%	40,9%	18,4%	49,9%		37%	63%
Simpelveld	8,4%	74,1%	17,5%	10,1%		28%	72%
Voerendaal	5,6%	75,9%	18,5%	6,8%		47%	53%
Beekdaelen	9,4%	73,9%	16,6%	11,3%		28%	72%
Totaal Parkstad	73,8%	9,9%	16,3%	88,2%		50%	50%

Droogh Trommelen en Partners (DTNP) - Adviseurs voor Ruimte en Strategie
Graafseweg 109, 6512 BS Nijmegen | T 024 - 379 20 83 | E info@dtnp.nl | W www.dtnp.nl