Memo

Aan
commissie Economische Stimulering

Onderwerp
Economisch functioneren Hoensbroek-centrum

Datum
20 september 2021

Registratienummer
M-21000737

Auteur

Domein/Team
Domein Economie - Team Beleid Economie

Ambtelijk opdrachtgever
Domein Economie – Teamleider Beleid Economie

Doel van de memo
Informeren

Afschrift aan

Bijlage(n)

Geachte commissieleden,

Zoals u weet zijn wij al langer bezig om onze SVREZL-clusters aantrekkelijk en toekomstbestendig te maken. We willen dat onze inwoners kunnen beschikken over goede winkelvoorzieningen, en dat onze ondernemers een goede boterham kunnen verdienen.

Ondanks allerlei maatregelen die zijn genomen om Hoensbroek-centrum kwalitatief aantrekkelijker te maken, is de zichtbare leegstand alleen maar toegenomen. En dan vooral in het kernwinkelgebied. Gespreksrondes met stakeholders hebben niet tot heel nieuwe inzichten geleid. De leegstand die maar toe blijft nemen was voor ons een signaal een grondige analyse te maken van Hoensbroek-centrum.

In de analyse door bureau BRO viel op dat er een fundamenteler probleem is en bovendien urgentie in de aanpak van Hoensbroek-Centrum. Aangezien dit centrum deel uitmaakt van het gebied Heerlen-Noord, is het essentieel dat ook de problematiek in dit winkelcentrum grondig wordt aangepakt. Immers in de huidige situatie zal de leefbaarheid en aantrekkelijkheid van Heerlen-Noord nog verder onder druk komen te staan.

De analyse van Hoensbroek-centrum bestaat uit twee delen:

1. De kwalitatieve analyse beschrijft het huidige consumentengedrag en legt een relatie naar de effecten hiervan op Hoensbroek-centrum. Ook wordt onderzocht welke positie Hoensbroek-centrum in de toekomst kan vervullen in het retaillandschap.
2. De kwantitatieve analyse geeft weer wat dit cijfermatig betekent voor Hoensbroek Centrum: hoeveel retail is er nu feitelijk aanwezig en wat is er in de nabije toekomst nog nodig en haalbaar.

Kwalitatieve analyse

In algemene zin verandert het consumentengedrag: men koopt meer online en is kritischer. Het gevolg is dat consumenten zich voor beleving en verblijf vooral oriënteren op binnensteden, zoals Heerlen-centrum, Sittard of Aken. Voor het doen van boodschappen en andere frequente aankopen richt men zich vooral op het lokale aanbod. Daarbij verwacht de consument

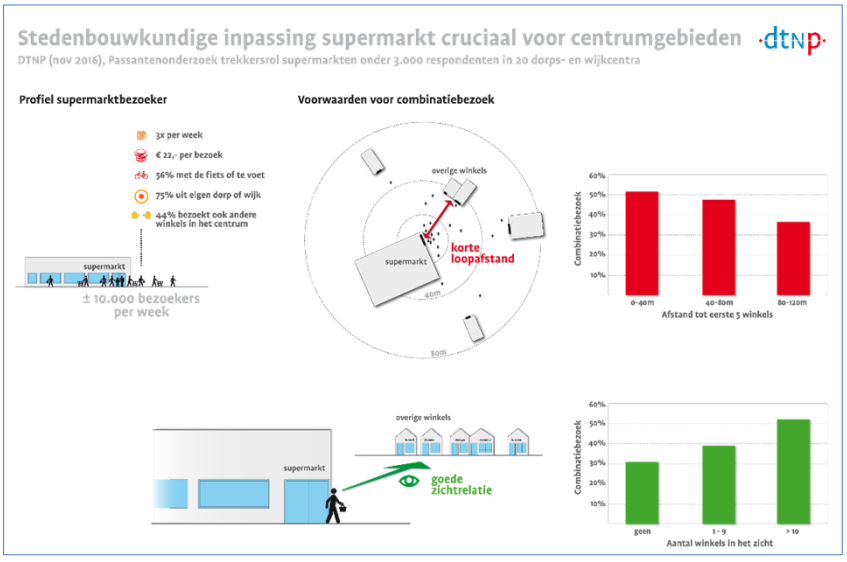
tegenwoordig gemak, efficiëntie en een compleet (boodschappen)aanbod. Concreet wil men moderne supermarkten, gratis parkeren en een aantrekkelijk aanvullend aanbod aan speciaalzaken.

Wat betekent deze trend voor Hoensbroek? Allereerst moeten we realistisch zijn over de rol en functie van Hoensbroek-centrum: dit winkelgebied verzorgt vooral de dagelijkse behoeften van de eigen inwoners. Door de vergrijzing en ontgroening is er objectief minder marktruimte voor winkels dan vroeger. Dat betekent dat Hoensbroek-centrum - in winkeltermen - geen stadsdeelcentrum meer is, maar een groot wijkwinkelcentrum[1].

In die veranderende rol zit tegelijkertijd een kans: landelijk zien we dat wijkwinkelcentra aan een opleving bezig zijn. Wijkwinkelcentra zijn tegenwoordig integrale centrumgebieden, maar met minder 'niet-dagelijkse' winkels (dat zijn vooral de branches mode&luxe en in/om het huis). Die verhuizen voor een groot deel naar de binnensteden of naar themacentra zoals de Woonboulevard.

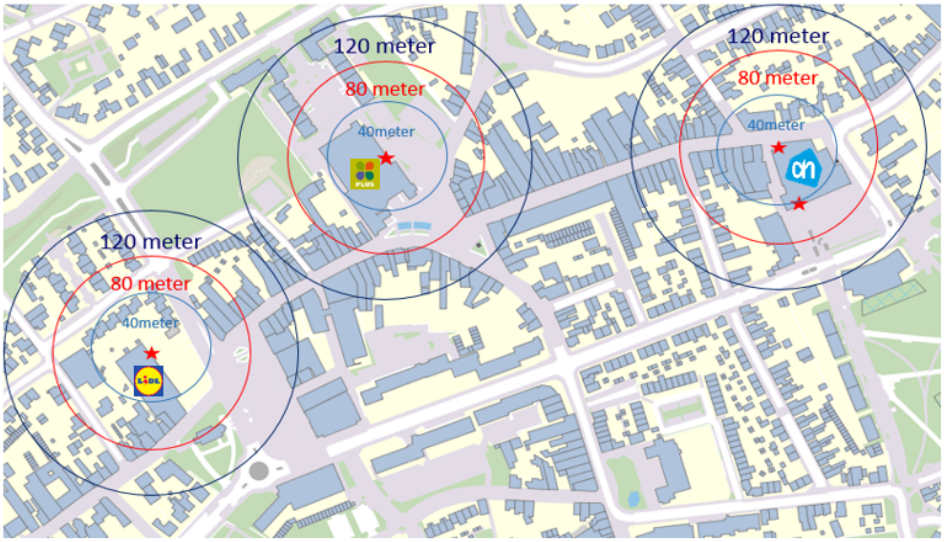
In een modern wijkwinkelcentrum is de supermarkt de cruciale publiekstrekker. Dat bleek uit een groot passantenonderzoek onder 3.000 consumenten in 30 wijken en dorpen[2]. Oftewel, de supermarkt is de basis. Speciaalzaken en andere winkels hebben de beste overlevingskansen als ze direct naast een supermarkt zijn gevestigd: dat is gemak voor de consument.

Om als speciaalzaak te profiteren van de vele supermarktbezoekers, moet de afstand tussen de supermarkt en andere winkels kort moet zijn: liefst tussen de 40 en 80 meter. Liggen de winkels verder weg, dan neemt het combinatiebezoek duidelijk af.



[1] In winkeltermen is een winkelgebied pas een stadsdeelcentrum als het meer dan 30.000 mensen verzorgt. Hoensbroek heeft ongeveer 19.000 inwoners.
[2] Bureau DTNP, Passantenonderzoek 2016

Als we naar Hoensbroek-centrum kijken, dan valt op dat de afstanden veel groter zijn. Lidl (Markt) ligt ruim 250 meter van Plus (Gebrookerplein), en die weer ruim 300 meter van Albert Heijn (postplein). Daardoor profiteren winkels niet meer van elkaar.



Kwalitatief voldoet Hoensbroek-centrum dus niet aan de verwachtingen van de moderne consument:

- Gebrek aan compactheid (versnippering),
- daardoor beperkt combinatiebezoek en nauwelijks synergievoordelen,
- en daardoor geen gemak.

Kwantitatieve analyse

Daarnaast zijn de cijfers onderzocht. Onderstaand zijn de nu bestaande centrumfuncties in kaart gebracht:

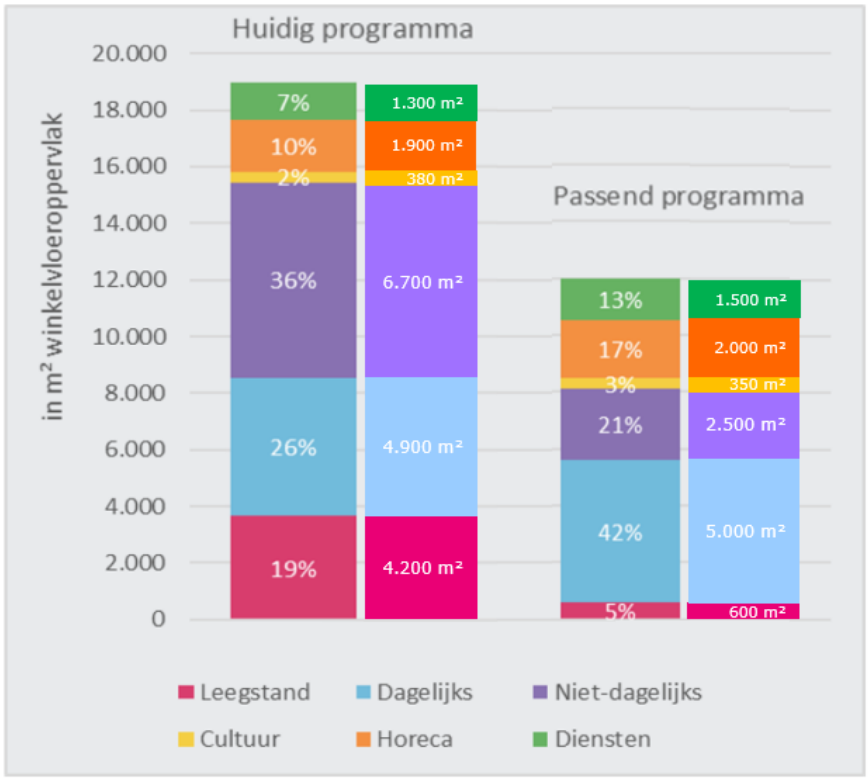
M² wvo feitelijk aanwezig 2021	**Heel Hoensbroek**	**Centrum Hoensbroek**	**SVREZL-gebied**
Winkels	29.407	11.225	6.607
Horeca, cultuur & dienstverlening	9.500	3.542	1.295
Leegstand	11.543 (23%)	4.224 (22%)	2.876 (26%)
Totaal alle functies	**50.450**	**18.991**	**10.778**

Vervolgens is door bureau BRO allereerst berekend hoe veel marktruimte er is voor winkels in Hoensbroek. Het resultaat is in de volgende tabel afgezet tegen het huidige aantal m² winkels.

Marktruimte Hoensbroek		2021		2030	
Winkels (m² wvo)	Aanwezig aanbod	Haalbaar aanbod	Overschot	Haalbaar aanbod	Overschot
Dagelijks	*7.545*	*6.067*	*1.478*	*± 6.000*	*± 1.500*
Niet-dagelijks	*21.862*	*± 12.000*	*± 10.000*	*± 10.500*	*± 11.000*
Totaal **winkels**	**29.407**	**± 18.000**	**± 11.500**	**± 16.500**	**± 12.500**

Uit het onderzoek blijkt dat er nu al een flink overschot aan winkelmeters is. Dit neemt nog iets toe richting 2030, maar het probleem is er dus nu al. Dat geldt vooral voor de niet-dagelijkse winkels. Hier is het overschot ongeveer de helft (!).
Overigens hoeven niet alle niet-dagelijkse winkels ook in het centrum terecht te komen: sommige winkels in de branche in/om het huis passen beter op een andere plek.

De resultaten zijn vertaald naar Hoensbroek-centrum. Het optimale programma heeft een gezonde omvang in een goede samenstelling. Dat is inclusief andere centrumfuncties als horeca, cultuur en dienstverlening. Het optimale programma voor Hoensbroek-centrum ziet er, in vergelijking met nu, als volgt uit:



Wat opvalt, is het volgende:

1. de totale omvang moet ruim 1/3 kleiner worden ten opzichte van het huidige centrumgebied: van 19.000 m² naar 12.000 m² wvo.
2. daardoor neemt ook de leegstand af naar een gezond niveau.
3. de sector niet-dagelijks is objectief veel te groot voor wijkwinkelcentrum Hoensbroek.
4. de onderlinge verhouding van de dagelijks/niet-dagelijks is verkeerdom: in een goed functionerend wijkwinkelcentrum moet de sector 'dagelijks' centraal staan.

Samenvatting

Hoensbroek-centrum kampt met twee problemen tegelijkertijd:

1. Kwalitatieve uitdaging:
   - het centrum is te versnipperd, waardoor er
   - geen synergievoordelen zijn voor winkeliers, en
   - de consument **geen gemak** ervaart ('one stop shopping' in compact centrum)
2. Kwantitatieve uitdaging:
   - indammen **overaanbod**, binnen en buiten het centrum.

Beide problemen zorgen ervoor dat de rest van de winkels niet meer goed kan functioneren: per winkel valt er gewoon te weinig te verdienen. Daarnaast levert het overaanbod en leegstand een risico op voor veiligheid en ondermijning. Juist in het toch al kwetsbare gebied Heerlen-Noord is zo'n extra risico buitengewoon onwenselijk. Het gebied Hoensbroek-centrum zal dus extra aandacht nodig hebben, zowel in kwalitatieve zin als in kwantitatieve zin.

Ingrijpen is noodzakelijk maar complex. Dat betekent dat er een zorgvuldig proces moet worden doorlopen, waarbij verschillende instrumenten worden ingezet. Bovendien kan ingrijpen op de korte termijn pijn doen om zo op de lange termijn een toekomstbestendig wijkwinkelcentrum te behouden. De in ontwikkeling zijnde gemeentebrede supermarktvisie moet straks de beleidsuitgangspunten bevatten voor een toekomstbestendig Hoensbroek-centrum. Op basis hiervan kan een visie ontwikkeld worden die op een breed draagvlak van stakeholders zoals ondernemers, woningcorporatie en bezoekers kan rekenen. Deze visie zal niet alleen over de winkelmeters gaan en waar deze geconcentreerd moeten worden, maar ook over nieuwe functies die in Hoensbroek-centrum kunnen landen zoals woningbouw, horeca en cultuur.
Daarnaast moet deze visie aansluiten op het programma Heerlen-Noord en de uitvoering ervan bijdragen aan de leefbaarheid in Hoensbroek.

Hoogachtend,
burgemeester en wethouders van Heerlen,
namens dezen,
wethouder voor Economie, Arbeidsmarkt en Sport,
M.E.E. de Beer
Dit memo is digitaal ondertekend en daarom staat er geen handtekening onder.