



## **HERIJKING DETAILHANDELSVISIE LIMBURG 2015**

**In opdracht van MKB-Limburg**

**Contactpersoon opdrachtgever:**

**MKB-Limburg  
Dhr. P. Berden  
p/a Steegstraat 5  
6041 EA Roermond  
Postbus 910  
6040 AX Roermond**

**Tel.           0475-786400  
E-mail       [info@mkblimburg.nl](mailto:info@mkblimburg.nl)  
Internet      [www.mkblimburg.nl](http://www.mkblimburg.nl)**

**Opdrachtnemer:**

**Arvalis BV  
Dhr. E. Reubsaet  
Steegstraat 5  
6041 EA Roermond  
Postbus 1257  
6040 KG Roermond**

**Tel.           0475-355777  
E-mail       [ereubsaet@arvalis.nl](mailto:ereubsaet@arvalis.nl)  
Internet      [www.arvalis.nl](http://www.arvalis.nl)**

## INHOUDSOPGAVE

<b>Hoofdstuk</b>	<b>blz.</b>
<b>1. INLEIDING</b>	3
<b>2. DE "DETAILHANDELSVISIE PROVINCIE LIMBURG" VAN FEBRUARI 2011 SAMENGEVAT: DOELSTELLINGEN, BELEIDSLIJNEN EN HOOFDLIJNEN VAN DE GEWENSTE DETAILHANDELSSTRUCTUUR</b>	7
2.1 De doelstellingen	7
2.2 De beleidslijnen	8
2.3 Hoofdpijnen gewenste retailstructuur	9
<b>3. ONTWIKKELINGEN SINDS 2010</b>	11
3.1 Concrete ontwikkelingen	11
3.1.1 De winkelvoorraad	12
3.1.2 De leegstand	14
3.1.3 De plannen	18
3.2 Visie- en beleidsvorming; Regionale afstemming	23
<b>4. DE ONTWIKKELINGEN GECONFRONTEERD MET DE DOELSTELLINGEN, BELEIDSLIJNEN EN HOOFDLIJNEN VAN DE GEWENSTE STRUCTUUR IN DE DETAILHANDELSVISIE PROVINCIE LIMBURG</b>	27
4.1 De doelstellingen en hoofdpijnen van de gewenste detailhandelsstructuur	27
4.2 De beleidslijnen	34
4.3 Algemene conclusie	36
<b>5. DE DETAILHANDELSVISIE PROVINCIE LIMBURG HERIJKT</b>	38
5.1 De noodzaak tot herijking	38
5.2 Verscherpte keuzes onontkoombaar	39
5.3 De beleidsuitgangspunten anno 2015	40
5.4 De visie op de Limburgse detailhandelsstructuur anno 2015	42
<b>Bijlagen:</b>	
1. Samenstelling Commissie Retail MKB-Limburg	47
2. Teksten, afkomstig uit het Provinciaal Omgevingsplan 2014	48

## 1. INLEIDING

Op 22 februari 2011 is de "Detailhandelsvisie Provincie Limburg"<sup>1</sup>, opgesteld in opdracht van Ondernemend Limburg en de Kamer van Koophandel, gepresenteerd in de studio van TV Limburg op het Retailpark Roermond.

Met het opstellen van deze detailhandelsvisie hadden de opdrachtgevers tot doel om een integraal toekomstbeeld voor de detailhandel in Limburg te creëren met daarop aansluitend een concreet uitvoerings- en actieprogramma. Met dit toekomstbeeld wilden de opdrachtgevers de volgende doelstellingen bereiken:

- Het bevorderen van een samenhangende en integrale aanpak van projecten en initiatieven;
- Het bevorderen van de samenwerking tussen overheid, retailers en vastgoedpartijen bij ontwikkelingen op retailgebied;
- Beïnvloeding van overheidsbeleid op het gebied van detailhandel door handvaten te bieden voor toekomstig detailhandelsbeleid op het niveau van de provincie, van regio's en van gemeenten.

Reeds in 2009 werden ten behoeve van de visie de eerste analyses uitgevoerd, resulterende in de "Bouwstenennota Detailhandel Provincie Limburg" van januari 2010<sup>2</sup>. Bij de vorming van de visie was een belangrijke rol weggelegd voor de ondernemers. Zij werden nadrukkelijk verzocht om op diverse manieren input te leveren voor de ondernemersvisie op de ontwikkeling van de detailhandel in de Provincie Limburg. Daarnaast werd het van belang geacht om ook bij de andere betrokken partijen, te weten de provincie, de gemeenten en vastgoedpartijen, draagvlak te creëren voor de visie. En uiteraard werd in de Bouwstenennota en in het visierapport de nodige aandacht besteed aan de vraagzijde van de markt. Uiteindelijk zijn de bevolkingsontwikkelingen en het koopgedrag van de consument voor een belangrijk deel bepalend voor het succes van een winkelgebied.

Op basis van deze brede en omvangrijke input werden in het visierapport de doelstellingen voor de detailhandelsvisie en de beleidslijnen voor de ontwikkeling van de Limburgse detailhandelsstructuur bepaald. Deze doelstellingen en beleidslijnen werden vervolgens doorvertaald naar een visie op de totale detailhandelsstructuur, variërende van de grote

---

<sup>1</sup> Ondernemend Limburg & Kamer van Koophandel Limburg; Detailhandelsvisie Provincie Limburg, 18 februari 2011

<sup>2</sup> Ondernemend Limburg & Kamer van Koophandel Limburg; Bouwstenennota Detailhandel Provincie Limburg, 21 januari 2010

binnensteden en perifere retailclusters tot en met de kleine kernen en de verspreide bewinkeling.

Inmiddels zijn we weer bijna vijf jaar verder. De algemene ontwikkelingen in de retail en de ontwikkelingen op lokaal en regionaal niveau zijn niet stil blijven staan. De dynamiek in de detailhandel blijft voortdurend hoog, nieuwe kansen en bedreigingen doen zich voortdurend voor, hetgeen het lastig maakt om meer dan vijf jaar vooruit te kijken. MKB-Limburg heeft via haar Commissie Retail<sup>3</sup> dan ook besloten om haar Detailhandelsvisie Provincie Limburg van februari 2011 onder de loep te nemen en deze aan de hand van de trends en ontwikkelingen te herijken.

Met deze rapportage wordt beoogd om aan de hand van enerzijds beschikbare cijfers over retailontwikkelingen, leegstand en plannen en anderzijds voorbeelden van concrete ontwikkelingen in de afgelopen jaren te bezien of de doelstellingen, beleidslijnen en de gewenste detailhandelsstructuur in hoofdlijnen nog actueel zijn dan wel aangepast moeten worden.

In het volgende hoofdstuk zullen we deze doelstellingen, beleidslijnen en hoofdlijnen van de gewenste detailhandelsstructuur uit de Detailhandelsvisie Provincie Limburg van februari 2011 nog eens op een rijtje zetten. Om deze vervolgens te confronteren met een aantal concrete ontwikkelingen in de afgelopen jaren in Limburg en met enkele algemene trends welke ook van toepassing zijn op de Limburgse situatie. Uiteindelijk mondt dit uit in het laatste hoofdstuk waarin zal worden ingegaan op de herijkte Detailhandelsvisie 2015 van MKB-Limburg.

---

<sup>3</sup> Zie bijlage 1 voor de samenstelling van de Commissie Retail

## **2. DE "DETAILHANDELSVISIE PROVINCIE LIMBURG" VAN FEBRUARI 2011 SAMENGEVAT: DOELSTELLINGEN, BELEIDSLIJNEN EN HOOFDLIJNEN VAN DE GEWENSTE DETAILHANDELSSTRUCTUUR**

Zoals in de inleiding aangegeven ging aan de visievorming een uitgebreide analysefase vooraf, welke in januari 2010 uitmondde in het rapport "Bouwstenennota Detailhandel Provincie Limburg". In een interactief proces onder begeleiding van een breed samengestelde klankbordgroep werden de volgende bouwstenen gebruikt om tot de detailhandelsvisie te komen.

- Een uitgebreide analyse van de bestaande retailstructuur in hoofdpijnen;
- Een analyse van plannen en initiatieven;
- Een beschrijving van de beleidskaders op alle overheidsniveaus;
- Een beschrijving van de trends en ontwikkelingen op retailgebied;
- Een analyse van de bevolkingsontwikkelingen en van de consumentenvraag;
- Een uitgebreid ondernemersonderzoek via een schriftelijke enquête onder ruim 2.000 ondernemers;
- Diverse regionale werksessies, zowel met ondernemers als met gemeenten en provincie;
- Een werksessie met experts op het gebied van retailontwikkelingen.

Op basis van de uit de analyses en werksessies voortvloeiende overzichten van sterke en zwakke punten en kansen en bedreigingen werden de doelstellingen voor de visie en de beleidslijnen voor de gewenste detailhandelsstructuur bepaald. Om vervolgens deze doelstellingen en beleidslijnen door te vertalen naar de visie op de totale detailhandelsstructuur.

In de volgende paragrafen zullen we deze doelstellingen, beleidslijnen en visie samengevat weergeven.

### **2.1 De doelstellingen**

De hoofddoelstelling van de Detailhandelsvisie Provincie Limburg van 2011 luidde als volgt: "Het tot stand brengen van een evenwichtige en duurzame detailhandelsstructuur op elk niveau van de voorzieningenhiërarchie, gericht zowel op een goede consumentenverzorging als op goed functionerende bedrijven".

Het bereiken van deze duurzame detailhandelsstructuur zou als volgt gestalte moeten krijgen:

- Versterking van de bovenregionale en grensoverschrijdende aantrekkingskracht van de Limburgse retail;
- Sturen richting een kwaliteitsverbetering van het aanbod;
- Een sterke ontwikkeling van de binnensteden (Maastricht, Heerlen, Sittard, Roermond, Weert, Venlo en Venray) en de hoofdwinkelcentra (Geleen, Brunssum en Valkenburg), gericht op onderlinge positionering en complementariteit;
- Een evenwichtige detailhandelsstructuur op perifere locaties, ook gericht op complementariteit, zowel onderling als ten opzichte van de hoofdwinkelgebieden;
- Een goed perspectief voor de kernverzorgende centra;
- Een reële c.q. haalbare voorzieningenstructuur op de niveaus van buurten, wijken en kleine kernen;
- Een forse terugdringing van de verspreide bewinkeling.

## 2.2 De beleidslijnen

Op basis van de analyses, de groepsgesprekken en het ondernemersonderzoek werd ingezet op de volgende beleidskeuzen:

- Ruimte houden voor nieuwe ontwikkelingen en kwaliteitsverbetering, ook als dit met uitbreiding van meters gepaard zou gaan, maar dan wel op de juiste locaties binnen de retailstructuur. Zo zou de schaalvergroting op een zorgvuldige wijze ingepast moeten worden in de regionale detailhandelsstructuur.
- Bestaande winkelgebieden dienden daarbij de prioriteit te hebben, waarbij een sterke focus diende komen te liggen op de binnensteden. Hier werden nog voldoende ruimtelijke mogelijkheden voor versterking gezien.
- De verschillende winkelgebieden hebben ieder een eigen functie in de structuur en dienden elkaar aan te vullen. Dat gold zeker voor detailhandel op perifere locaties, waarbij er voor gewaakt diende te worden dat door het toestaan van te veel branches of van nevenassortimenten in de toegestane branches de functie van de bestaande hoofdwinkelgebieden zou worden aangetast.
- Op alle niveaus in de retailstructuur, ook wat betreft perifere locaties, diende concentratie van detailhandel als uitgangspunt te worden gehanteerd. Dit zou moeten leiden tot een sterkere aantrekkingskracht, meer bezoekers en meer omzet.
- Een duurzame voorzieningenstructuur wordt niet uitsluitend gecreëerd door de ontwikkeling van nieuwe meters, maar ook door

herontwikkeling van bestaande locaties/gebieden, functieverandering en zelfs sanering. Immers verwacht werd dat de op dat moment reeds aanwezige leegstand van ca. 300.000 m<sup>2</sup> nog verder zou gaan groeien, gelet op de krimpende en vergrijzende bevolking, de toename van internetbestedingen en last but not least het relatief enorme planvolume van ca. 390.000 m<sup>2</sup> b.v.o.

Deze grote planvolumes in combinatie met dalende bestedingen door krimp en vergrijzing, de economische crisis en toenemende internetbestedingen maken de regionale en provinciale afstemming bij retailontwikkelingen tot bittere noodzaak<sup>100</sup>, zo luidde de dringende aanbeveling. Plannen en initiatieven zouden op lokaal en (boven-) regionaal niveau getoetst moeten worden aan de meerwaarde voor en effecten op de winkelstructuur.

### 2.3 Hoofdlijnen gewenste retailstructuur

De wenselijke toekomstige hoofdretailstructuur werd geënt op de bestaande hoofdstructuur van winkelgebieden en de versterking daarvan.

#### **1. De (boven-)regionaal verzorgende centrumgebieden van Maastricht, Heerlen, Sittard, Venlo, Venray, Roermond en Weert:**

- Vooral recreatief winkelen; Nadruk op beleving en vermaak;
- Kwalitatieve groei van winkel- en andere functies: Integratie horeca, ambacht, dienstverlening, cultuur en leisure;
- Keuze voor compacte centra en functiewijziging in randgebieden/aanloopstraten; Duidelijke keuzes op lokaal niveau;
- Onderlinge complementariteit; Afstemming van plannen en initiatieven op regionaal en zo nodig provinciaal niveau.

#### **2. De regionaal/bovenlokaal verzorgende centra van Geleen, Brunssum en Valkenburg:**

- Recreatief winkelen vermengd met boodschappen doen en beperkt doelgericht winkelen;
- Kansrijk voor versterking/uitbreiding m.u.v. Geleen-centrum.

#### **3. De grotere kernverzorgende winkelgebieden van Gennep, Panningen, Blerick, Horst, Tegelen, Echt, Nederweert, Heythuysen, Kerkrade, Hoensbroek, Gulpen en Vaals:**

- Sterke boodschappenfunctie vermengd met beperkt doelgericht winkelen en beperkt recreatief winkelen;
- Supermarkten vasthouden binnen het kernwinkelgebied;
- Komen tot een compact hoofdwinkelgebied;



- Ruimte voor versterking en vernieuwing afgestemd op verzorgingsfunctie;
- Geen ondermijning van de positie en het perspectief van centra van een hogere orde;
- Opschuiven centrum Kerkrade naar de categorie regionaal/bovenlokaal verzorgende centra.

#### **4. De twee bovenregionale PDV-clusters Woonboulevard Heerlen en Retailpark Roermond:**

- Ruimte voor nieuwe ontwikkelingen met een bovenregionale uitstraling;
- Verdieping van het thema In en Om het Huis op de Woonboulevard.

#### **5. De regionale PDV-clusters Woonmaxx Venray, Trefcenter Venlo, Roermondseweg Weert, Woonboulevard Vrijveld Roermond, Huis- en Tuinboulevard Roermond, Gardenz Geleen en Rodaboulevard Kerkrade:**

- Kansrijk voor versterking, m.u.v. Vrijveld Roermond;
- Streven naar zoveel mogelijk verplaatsers bij verdere ontwikkeling;
- Alleen in Maastricht nog ruimte voor een nieuw cluster, voor een belangrijk deel in te vullen met verplaatsers;
- Gelet op de forse planvolumes en de mogelijke effecten is regionale en zo nodig bovenregionale afstemming noodzakelijk;
- Ten aanzien van de overige PDV-concentraties, zoals Interchalet Horst, Dr. Nolenslaan en Industriestraat Sittard, Heerlerbaan Heerlen en Emmaterrein Brunssum, werden grotere ontwikkelingen/uitbreidingen niet gewenst geacht;
- Buiten hetgeen qua beleid c.q. bestemmingsplan is toegestaan geen verdere ontwikkeling/verbreding van detailhandel op de stationslocaties.

#### **6. De speciale winkelgebieden DOC Roermond en MAKADO Beek:**

- DOC met de bovenregionale functie kan verder groeien;
- De bovenlokale verzorgingsfunctie van MAKADO ondermijnt het perspectief van nabijgelegen winkelgebieden als Stein en Geleen-centrum, reden waarom versterking van dit centrum als onwenselijk werd beschouwd.



Recreatief winkelen in de binnensteden



Brunssum centrum: bovenlocaal verzorgend



Horst centrum: kernverzorgende functie in een compact centrum



Bovenregionaal perifeer cluster  
Retailpark Roermond



Speciaal winkelgebied Makado  
Beek



Sterke wijkwinkelcentra, zoals  
Kerkrade-West

Naast deze visie op de hoofdstructuur van de Limburgse detailhandel zoomde de Detailhandelsvisie Provincie Limburg ook nog in op de kleine kernverzorgende centra, op de stadsdeel-, wijk- en buurtcentra in de steden en op de kleine kernen. Deze centra zijn geheel of voor een belangrijk deel gericht op het lokale bevolkingsdraagvlak of de wijk of buurt, waarbij de focus ligt op het dagelijkse winkelaanbod. Met name wat betreft de kernverzorgende centra, de stadsdeel- en de wijkcentra werden de perspectieven als redelijk tot goed beoordeeld. Voor de buurtcentra en zeker de kleinere kernen ligt dat anders. Op dit niveau werd er spanning tussen leefbaarheid en levensvatbaarheid geconstateerd. Het vasthouden aan basisvoorzieningen in alle kleine kernen werd als onhaalbaar beschouwd. Voorgesteld werd om naar een bundeling op een centrale locatie van voorzieningen voor meerdere kernen tegelijk te gaan, waarbij het zou moeten gaan om een integratie van diverse functies, waaronder boodschappenwinkels, maar bijvoorbeeld ook maatschappelijke en zorgfuncties. Ook de buurtwinkelcentra werden niet meer allemaal als levensvatbaar beschouwd. De visie gaf de wenselijkheid aan van het uit de markt nemen van perspectiefarme buurtcentra door bijvoorbeeld functiewijziging, gekoppeld aan een bestemmingsplanwijziging.

Tenslotte ging de Detailhandelsvisie Provincie Limburg in op een bijzonder onderdeel van de winkelstructuur, te weten de verspreide bewinkeling. Bijzonder in die zin dat maar liefst 700.000 m<sup>2</sup> winkelvloeroppervlak oftewel een derde van het totale winkelaanbod gesitueerd is op solitaire of verspreide locaties. Aanbod met gemiddeld genomen vrij weinig perspectief en met nauwelijks meerwaarde voor de winkelstructuur. In de visie wordt ingezet op een forse reductie van het verspreide aanbod, onder meer door verplaatsing naar geconcentreerde locaties en het wijzigen van de bestemming van de daardoor vrijkomende locaties.

Naast het bieden van ruimte voor dynamiek en het kwalitatief versterken van de kansrijke winkelgebieden wordt er in de visie dus ook ingezet op een actieve herstructurering en sanering van bestaand aanbod. Hiervoor zou flankerend beleid moeten worden ontwikkeld.

### 3. ONTWIKKELINGEN SINDS 2010

In dit hoofdstuk gaan wij in op enkele ontwikkelingen welke zich sinds de presentatie van de Detailhandelsvisie Limburg hebben voorgedaan. Ontwikkelingen op het gebied van de winkelvoorraad en de leegstand, maar ook wat betreft de realisatie van concrete initiatieven. Tevens zoomen we in op de grote hoeveelheid aan plannen welke er nog steeds zijn. En tenslotte gaan we in dit hoofdstuk in op de ontwikkelingen op het gebied van visie- en beleidsvorming en regionale afstemming op retailgebied. Deze ontwikkelingen worden in hoofdstuk 4 langs de maatlat van de in hoofdstuk 2 beschreven doelstellingen, beleidslijnen en hoofdlijnen van de gewenste detailhandelsstructuur gelegd, om vervolgens tot conclusies te komen over de actualiteit hiervan en over de eventueel noodzakelijke aanpassingen en aanscherpingen.

Gebruik is gemaakt van de volgende rapporten:

- De "Winkelmonitor Limburg 2012, 2013 en 2014" van de Provincie Limburg, opgesteld door het ETIL;
- De Locatus-rapporten "Retail Facts 2010 en 2015, kengetallen over de Nederlandse detailhandel";
- Het rapport van bureau DTNP "Regionaal Beleid Parkstad Limburg, Fase I Analyse" van augustus 2015;
- Het concept-rapport "Regionale Detailhandelsvisie Noord-Limburg" van november 2015.

Daarbij moet worden opgemerkt dat de cijfers van het ETIL en Locatus van elkaar afwijken. Deze verschillen tussen de Locatusbestanden en het Winkelregister van het ETIL zijn het gevolg van de verschillen in de gehanteerde methoden en verschillen in de gehanteerde afbakeningen en definities. Wij benutten deze rapportages dan ook uitsluitend om een globaal beeld te schetsen hoe de detailhandel in Limburg zich in de afgelopen paar jaren ontwikkeld heeft ten aanzien van de winkelvoorraad, de leegstand en de planvolumes. De Locatuscijfers laten daarbij zien hoe Limburg zich qua leegstand verhoudt tot de overige provincies. De hieruit te destilleren conclusies helpen ons bij de herijking van onze visie. Naast deze rapporten is gebruik gemaakt van de kennis van adviesbureau Arvalis en informatie van derden ten aanzien van diverse concrete ontwikkelingen.

#### 3.1 Concrete ontwikkelingen

In deze paragraaf kijken wij naar de ontwikkelingen in de winkelvoorraad in de diverse Limburgse regio's en in een aantal gemeenten. Daarbij wordt

tevens duidelijk hoe de verschillende typen winkellocaties zich tot elkaar verhouden. Vervolgens zoomen we in op de ontwikkeling van de leegstand in de afgelopen jaren, zowel op regionaal niveau als op het niveau van de zeven grote centrumgemeenten. Ook hier kijken we hoe de diverse typen winkellocaties het doen. En tenslotte kijken we naar de plannen, zoals deze begin 2015 voorlagen in de diverse regio's en gemeenten. Daarbij blikken we ook nog even terug op de plannen, zoals deze bekend waren einde 2010 en opgenomen zijn in de Detailhandelsvisie Provincie Limburg van februari 2011.

### 3.1.1 De winkelvoorraad

De onderstaande tabel 1 geeft weer hoe de winkelvoorraad zich de laatste jaren in de diverse regio's ontwikkeld heeft.

Tabel 1  
Ontwikkeling winkelvoorraad naar regio 2012-2014, in m<sup>2</sup> w.v.o.<sup>1</sup>

	2012		2014		toename wvo
	wvo	in%	wvo	in%	
<b>Noord-Limburg</b>	510.970	24%	583.270	25%	72.300
<b>Midden-Limburg</b>	504.160	23%	521.530	23%	17.370
<b>Zuid-Limburg</b>	1.132.650	53%	1.193.500	52%	60.850
waarvan:					
<b>Westelijke Mijnstreek</b>	280.570	13%	286.210	25%	5.640
<b>Parkstad Limburg</b>	508.090	24%	543.410	23%	35.320
<b>Maastricht Heuvelland</b>	343.990	16%	363.880	52%	19.890
<b>Totaal</b>	2.147.780	100%	2.298.300	100%	150.520

Bron: Etil; Winkelmonitor 2012 en 2014; bewerkt door Arvalis

<sup>1</sup> WVO = winkelvloeroppervlakte in m<sup>2</sup>

Uit deze tabel met cijfers van eind 2012 en eind 2014 blijkt dat de winkelvoorraad in 2013 en 2014 een aanzienlijke groei heeft gekend van 150.000 m<sup>2</sup> w.v.o. Noord Limburg kende daarbij de grootste toename met ruim 72.000 m<sup>2</sup> w.v.o. Maar ook in de regio Zuid Limburg is een forse groei gemeten van bijna 61.000 m<sup>2</sup> w.v.o., terwijl Zuid Limburg sowieso reeds beschikt over ruim 50% van het totale aantal m<sup>2</sup> w.v.o. in Limburg. Qua aantal vestigingen overtreft de groei in Zuid Limburg de groei in Noord Limburg in hoge mate, hetgeen duidt op een groei van vooral kleinschalige winkelvestigingen.

Kijken we naar de diverse typen winkelgebieden, dan zien we dat deze groei zich over vrijwel alle soorten winkelgebieden heeft voorgedaan (zie tabel 2). Alleen op de bedrijventerreinen is het metrage met ruim 1.000 m<sup>2</sup> w.v.o. gedaald. Wat hierbij met name opvalt is de naar verhouding forse groei met ruim 68.000 m<sup>2</sup> w.v.o. op locaties buiten de stadscentra en andere centrumgebieden.

Tabel 2

Ontwikkeling winkelvoorraad per type winkellokatie 2012-2014, in m<sup>2</sup> w.v.o.

	2012		2014		toename wvo
	wvo	in%	wvo	in%	
<b>Stadscentra<sup>1</sup></b>	467.010	22%	505.230	22%	+ 38.220
<b>Ondersteunende centra<sup>2</sup></b>	328.200	15%	353.110	15%	+ 24.910
<b>Kernverzorgende centra<sup>3</sup></b>	168.710	8%	186.510	8%	+ 17.800
<b>Retailparken</b>	392.410	18%	394.870	17%	+ 2.460
<b>Bedrijventerreinen<sup>4</sup></b>	255.370	12%	254.330	11%	- 1.040
<b>Overige locaties<sup>5</sup></b>	536.080	25%	604.250	26%	+ 68.170
<b>Totaal</b>	2.147.780	100%	2.298.300	100%	150.520

Bron: Etil; Winkelmonitor 2012 en 2014; bewerkt door Arvalis

<sup>1</sup> Betreft de stadscentra (incl. stationsgebieden) in de 7 Limburgse centrumgemeenten

<sup>2</sup> Betreft de centrumgebieden in het stedelijk gebied

<sup>3</sup> Betreft de centrumgebieden in het landelijk gebied

<sup>4</sup> Betreft bedrijventerreinen en kantorenparken

<sup>5</sup> Betreft solitaire locaties

In het DTNP-rapport Regionaal Retailbeleid Parkstad Limburg, Fase I Analyse wordt een soortgelijke conclusie getrokken. Uit de vergelijking van het totale aanbod w.v.o. (ingevulde winkelometers en leegstand) tussen 2009 en 2015 blijkt dat dit is toegenomen met 10%, waarbij de gemeenten Brunssum, Landgraaf en Simpelveld een toename van de verspreide bewinkeling lieten zien. Opvallende constatering in dit rapport is dat de toename in Parkstad Limburg met name bestaat uit een forse groei van de leegstaande meters (+47%). Het ingevulde winkeloppervlak nam toe met 4%. Er zijn derhalve meer m<sup>2</sup> winkeloppervlak op de markt gekomen, terwijl mede hierdoor de leegstand qua m<sup>2</sup> ook aanzienlijk is toegenomen. De toename van de leegstand heeft niet alleen plaatsgevonden in de het stadscentrum van Heerlen, maar ook in de centra van Brunssum, Landgraaf en Kerkrade, op de Rodaboulevard en in de meeste wijk-, buurt- en dorpscentra.

### 3.1.2 De leegstand

Dit beeld van een toenemende leegstand zien we ook terugkomen in de rapportages van ETIL.

Op basis van het Winkelregister van het ETIL constateren we dat de leegstand in Limburg tussen eind 2012 en eind 2014 is toegenomen met 57.000 m<sup>2</sup> winkelvloeroppervlak (zie tabel 3). Het overgrote deel van deze toename komt op conto van Zuid-Limburg met ruim 39.000 m<sup>2</sup>, waarvan bijna 24.500 m<sup>2</sup> in Parkstad Limburg. De leegstandspercentages bedroegen eind 2014 in bijna alle Limburgse regio's meer dan 11% (op basis van het aantal winkelobjecten). De regio Westelijke Mijnstreek spande de kroon met 13,1%. Alleen de regio Maastricht-Heuvelland duikt met 9,3% behoorlijk onder het Limburgse gemiddelde van 11,6%, maar ook hier constateren we een toename van bijna 2.500 m<sup>2</sup> w.v.o.

Tabel 3

Ontwikkeling indicatieve winkelleegstand<sup>1</sup> 2012-2014, naar regio

	2012			2014		
	m <sup>2</sup> wvo	in% <sup>2</sup>	aantal	m <sup>2</sup> wvo	in% <sup>2</sup>	toename wvo
<b>Noord-Limburg</b>	59.160	11,1%	210	66.670	12,1%	7.510
<b>Midden-Limburg</b>	50.570	10,6%	214	60.890	12,1%	10.320
<b>Zuid-Limburg</b>	120.030	10,6%	484	159.290	11,2%	39.260
waarvan:						
<b>Westelijke Mijnstreek</b>	34.780	11,6%	142	47.220	13,1%	12.440
<b>Parkstad Limburg</b>	51.040	11,8%	190	75.460	12,0%	24.420
<b>Maastricht Heuvelland</b>	34.210	7,9%	152	36.600	9,3%	2.390
<b>Totaal</b>	229.760	10,7%	908	286.850	11,6%	57.090

Bron: Etil; Winkelmonitor 2012 en 2014; bewerkt door Arvalis

<sup>1</sup> Indicatieve leegstand betreft het aanbod van winkelvastgoed, zijnde objecten die als winkel zijn gedefinieerd en op de markt voor verhuur/verkoop worden aangeboden.

<sup>2</sup> Leegstandspercentage geldt op basis van het aantal winkelpanden; concrete aantallen 2012 onbekend.

Kijken we naar de verschillende gemeenten, dan zien we eind 2014 aanzienlijke verschillen in leegstandspercentages, variërend van 17,5% en 15,6% in respectievelijk de gemeenten Beesel en Sittard-Geleen tot 10% in de gemeente Maastricht en zelfs 6,3% in de gemeente Horst aan de Maas (zie tabel 4). Voorts kunnen we constateren dat in een tijdsbestek van twee jaar in de meeste gemeenten de leegstand is toegenomen,

zowel wat betreft het aantal m<sup>2</sup> winkelvloeroppervlak als procentueel gezien.

Tabel 4

Top 15 gemeenten; ontwikkeling indicatieve winkelleegstand 2012-2014

Gemeente	2012		2014		toe-/ afname in m <sup>2</sup> wvo
	m <sup>2</sup> wvo	in%	m <sup>2</sup> wvo	in%	
<b>Sittard-Geleen</b>	29.227	13,8%	39.868	15,6%	+ 10.641
<b>Maastricht</b>	28.259	9,2%	28.149	10,0%	- 110
<b>Heerlen</b>	30.625	13,1%	26.945	12,9%	-3.680
<b>Venlo</b>	23.279	13,8%	26.661	13,2%	+ 3.382
<b>Kerkrade</b>	5.553	8,0%	24.280	10,3%	+ 18.727
<b>Roermond</b>	18.910	9,9%	23.105	11,6%	+ 4.195
<b>Weert</b>	13.973	12,9%	16.462	13,7%	+ 2.489
<b>Brunssum</b>	4.675	13,0%	12.994	10,2%	+ 8.319
<b>Beesel</b>	8.529	12,9%	9.882	17,5%	+ 1.353
<b>Venray</b>	10.194	12,7%	9.855	15,7%	- 339
<b>Echt-Susteren</b>	7.194	12,6%	8.967	13,9%	+ 1.773
<b>Peel en Maas</b>	8.763	9,7%	7.610	10,4%	- 1.153
<b>Landgraaf</b>	5.558	12,4%	7.139	15,1%	+1.581
<b>Horst aan de Maas</b>	?	?	6.299	6,3%	?
<b>Gennep</b>	5.563	11,9%	4.976	12,5%	- 587

Bron: Etil; Winkelmonitor 2012 en 2014; bewerkt door Arvalis

<sup>1</sup> Leegstandspercentage op basis van aantal winkelobjecten

Net zoals in het DTNP-rapport met betrekking tot Parkstad Limburg is geconstateerd blijkt uit de ETIL-cijfers dat de leegstand verspreid is over alle typen centrumgebieden en op bedrijventerreinen en overige locaties (zie tabel 5). Het grootste leegstandspercentage op basis van het aantal winkelobjecten bevindt zich in de stadscentra met 12,6% en het kleinste percentage in de kernverzorgende centra. Wel blijkt uit de cijfers dat in de laatstgenoemde categorie het leegstandspercentage in de laatste twee jaar naar verhouding sterk is toegenomen. Deze procentuele toename is overigens in alle typen winkelgebieden en op de bedrijventerreinen en overige locaties geconstateerd.





Leegstand in binnensteden,  
zoals Maastricht



Leegstand in de periferie, zoals het  
Fortuna Stadion



Leegstand in regionale kernen,  
zoals Echt



Leegstand in kleine dorpscentra,  
zoals Swalmen



Leegstand in buurtwinkelcentra,  
zoals Heksenberg Heerlen

Tabel 5

Ontwikkeling indicatief percentage winkelleegstand<sup>1</sup> 2012-2014, naar type winkellocatie

Type winkellocatie	2012	2014	procentuele toename
<b>Stadscentra</b>	12,0%	12,6%	+ 0,6%
<b>Ondersteunende centra</b>	11,2%	12,0%	+ 0,8%
<b>Kernverzorgende centra</b>	7,9%	9,4%	+ 1,5%
<b>Retailparken</b>	11,4%	11,7%	+ 0,3%
<b>Bedrijventerreinen</b>	9,7%	11,5%	+ 1,8%
<b>Overige locaties</b>	10,1%	11,2%	+ 1,1%

Bron: Etil; Winkelmonitor 2012 en 2014; bewerkt door Arvalis

<sup>1</sup> Leegstandspercentage op basis van aantal winkelobjecten

De volgende tabel laat zien hoe de provincie Limburg zich wat betreft de leegstand verhoudt tot de overige provincies. Ook deze percentages zijn gerelateerd aan het aantal verkooppunten. De gegevens zijn afkomstig uit de Locatus-bestanden, waarvan reeds in de inleiding van dit hoofdstuk is aangegeven dat deze bestanden verschillen ten opzichte van de door het ETIL verzamelde cijfers. De tabel geeft een helder beeld van de problematiek in de Limburgse retail.

Tabel 6

Leegstand in Nederland naar provincie; Ontwikkeling 2010-2015

Provincie	Percentage leegstaande verkooppunten t.o.v. het totaal	
	2010	2015
<b>Limburg</b>	8,3%	10,9%
<b>Drenthe</b>	5,4%	7,6%
<b>Flevoland</b>	4,9%	7,5%
<b>Friesland</b>	4,9%	6,9%
<b>Gelderland</b>	5,5%	7,3%
<b>Groningen</b>	5,8%	8,3%
<b>Noord-Brabant</b>	6,0%	8,3%
<b>Noord-Holland</b>	3,5%	5,2%
<b>Overijssel</b>	6,0%	8,9%
<b>Utrecht</b>	4,5%	6,0%
<b>Zeeland</b>	7,3%	7,3%
<b>Zuid-Holland</b>	5,6%	7,8%
<b>Totaal gemiddeld</b>	5,5%	7,5%

Bron: Locatus Retail Facts 2010 en 2015

We kunnen constateren dat in vrijwel elke provincie de leegstandsproblematiek in vijf jaar tijd is toegenomen. Begin dit jaar was de provincie Limburg koploper wat betreft het leegstandspercentage, overigens net als vijf jaar geleden. Met een stijging van 2,6% in vijf jaar tijd behoort de provincie Limburg tot de top 3 van stijgers.

### 3.1.3 De plannen

Ten behoeve van de Winkelmonitor 2014 is in het voorjaar 2015 een enquête uitgevoerd onder de Limburgse gemeenten met betrekking tot de planvolumes. Hieruit is gebleken dat er op dat moment sprake was van 300.000 m<sup>2</sup> brutovloeroppervlak verdeeld over een 55-tal plannen. Plannen die meer concreet zijn en plannen die minder concreet zijn. Bij deze planomvang gaat het om netto-toevoegingen, dus niet alleen de toevoegingen maar ook de onttrekkingen. Daarbij gaat het niet alleen om nieuwbouw- en sloopplannen, maar ook om herontwikkelingsplannen met toevoeging van meters. Een deel van die plannen is inmiddels gerealiseerd, een aantal plannen bevindt zich in de uitvoeringsfase.

**Overigens merken wij ten aanzien van deze ETIL-cijfers op dat er sprake is van een onderschatting van het planvolume, zowel wat betreft het aantal plannen en zeker wat betreft het metrage. In de Winkelmonitor 2014 is voor Noord-Limburg een planvolume van 13.300 m<sup>2</sup> b.v.o. opgenomen. Echter uit een inventarisatie in het kader van de op te stellen Regionale Detailhandelsvisie Noord-Limburg blijkt dat er in deze regio sprake is van ruim 66.000 m<sup>2</sup> b.v.o. aan plannen, waarvan 63.500 m<sup>2</sup> b.v.o. wordt aangemerkt als hard. Van dit planvolume bevindt maar liefst 55.000 m<sup>2</sup> zich in de periferie, zowel op de concentratielocaties Trefcenter Venlo en Interchalet Horst als op verspreide en solitaire locaties (kazerneterrein Venlo en Keulse Barrière Venlo). Onderstaande tabellen en constateringenvloeienvoort uit de Winkelmonitor 2014 van het ETIL. Daar waar nodig zullen wij deze constateringenvoort aanvullen met voornoemde cijfers uit de concept-Regionale Detailhandelsvisie Noord-Limburg. Deze zullen vetgedrukt worden weergegeven.**

Maar liefst tweederde van het geplande winkelmetrage ofwel bijna 200.000 m<sup>2</sup> b.v.o. is gericht op locaties buiten de stadscentra, ondersteunende centra en kernverzorgende centra, zo laat tabel 7 zien. Op basis van de ETIL-cijfers nemen de retailparken, zijnde de clusters van perifere en grootschalige detailhandel, hiervan ruim 40% oftewel 124.000 m<sup>2</sup> b.v.o., in beslag. Maar ook op andere locaties buiten de centrumgebieden in steden en dorpen, d.w.z. op bedrijventerreinen en

solitaire locaties, zijn veel m2 winkeloppervlak in de planning, maar liefst 75.000 m2 b.v.o., in totaal 25% van de totale planomvang.

Tabel 7  
Winkelplannen voorjaar 2015, per type winkellocatie,  
naar aantal plannen en aantal m<sup>2</sup> b.v.o.

Type winkellocatie	aantal	in%	m <sup>2</sup> bvo	in%
<b>Stadscentra</b>	5	9%	40.800	14%
<b>Ondersteunende centra</b>	19	35%	45.700	15%
<b>Kernverzorgende centra</b>	6	11%	13.500	4%
<b>Retailparken</b>	13	24%	124.100	41%
<b>Bedrijventerreinen</b>	2	4%	18.400	6%
<b>Overige locaties</b>	10	18%	57.100	19%
<b>Totaal</b>	55	100%	299.600	100%

Bron: Etil; Winkelmonitor Limburg 2014

<sup>1</sup> bvo = Brutovloeroppervlak (winkelvloeroppervlak + kantoor-, productie- en magazijnruimten)

**Indien we actuele cijfers voor de planvolumes in Noord Limburg hieraan toevoegen komt de nadruk nóg meer te liggen op perifere locaties. Aan de 200.000 m2 b.v.o. in totaliteit moet dan nog eens bijna 47.000 m2 b.v.o. worden toegevoegd. Voor de retailparken komt het totaal dan uit op 153.000 m2 b.v.o. en voor de categorieën bedrijventerreinen/solitaire locaties op 95.000 m2 b.v.o.**

Tabel 8 laat zien dat het overgrote deel van de plannen, zowel qua aantallen als qua metrages, in Zuid-Limburg op de rol staat.

Tabel 8

Winkelplannen voorjaar 2015 per regio, naar aantal plannen en aantal m<sup>2</sup> b.v.o.

Regio	aantal	in%	m <sup>2</sup> bvo	in%
<b>Noord-Limburg</b>	9	16%	13.300	4%
<b>Midden-Limburg</b>	10	18%	32.700	11%
<b>Zuid-Limburg</b>	36	65%	253.600	85%
waarvan:				
<b>Westelijke Mijnstreek</b>	14	39%	87.000	34%
<b>Parkstad Limburg</b>	12	33%	50.300	20%
<b>Maastricht Heuvelland</b>	10	28%	116.300	46%
<b>Totaal</b>	55	100%	299.600	100%

Bron: Etil; Winkelmonitor 2014

Maar liefst 253.500 m<sup>2</sup> brutovloeroppervlak aan totaal planvolume bevindt zich aanvang 2015 in deze regio. Alleen al de gemeente Maastricht is goed voor ruim 100.000 m<sup>2</sup> aan plannen. De gemeente Sittard-Geleen bekleedt met 62.500 m<sup>2</sup> een tweede positie en in de gemeente Heerlen staan ruim 32.000 m<sup>2</sup> brutovloeroppervlak op de rol. In Maastricht gaat het qua metrage met name om de gefaseerde ontwikkeling van het perifere detailhandelscluster in het gebied Belvédère en de locatie voor grootschalige detailhandelsvestigingen op het Sfinxterrein, in totaal goed voor 91.500 m<sup>2</sup> b.v.o. Daar komt de geplande fase II in het gebied "Hotel Gronsveld" in de aangrenzende gemeente Eijsden-Margraten nog eens bovenop met 5.500 m<sup>2</sup> b.v.o. Ook in Sittard-Geleen voeren de plannen in de periferie de boventoon met ruim 46.000 m<sup>2</sup> op het PDV-cluster Gardenz en rondom het Fortunastadion. De plannen in Heerlen daarentegen betreffen voor het overgrote deel de centrumplannen Maankwartier en Schinkelkwadrant-Zuid met een totale omvang van 26.000 m<sup>2</sup> b.v.o.

Ten opzichte van Zuid-Limburg is de planomvang in Midden- en zeker Noord-Limburg een stuk kleiner van omvang. In de Winkelmonitor 2014 wordt voor Midden-Limburg een planvolume van 33.000 m<sup>2</sup> b.v.o. aangegeven. In Noord-Limburg zou het gaan om 13.300 m<sup>2</sup> b.v.o. **Rekening houdende met de actuele cijfers voor laatstgenoemde regio zou dit opgehoogd moeten worden naar 66.000 m<sup>2</sup> b.v.o. In totaliteit gaat het in Noord en Midden Limburg dus om bijna 100.000 m<sup>2</sup> b.v.o., waarvan bijna 80.000 m<sup>2</sup> b.v.o. op perifere clusters, solitaire locaties en bedrijventerreinen.**

Vergelijken we de planomvang van begin 2015, rekening houdende met de actuele planvolumes voor Noord-Limburg, met de planomvang zoals deze in de Detailhandelsvisie Provincie Limburg van februari 2011 werd aangegeven (op basis van een inventarisatie eind 2010), dan moeten we constateren dat de planomvang begin dit jaar weliswaar enigszins kleiner was dan indertijd, maar nog steeds als fors kan worden betiteld. In totaliteit ging het in 2010 om plannen met een totaalomvang van tussen de 382.000 en 392.000 m<sup>2</sup> b.v.o., waarvan tussen de 304.000 en 324.000 m<sup>2</sup> b.v.o. als hard kon worden aangemerkt. En ook in 2010 bevond zich het overgrote deel van de planvolumes, zijnde 75%, in Zuid-Limburg. Aanvang 2015 was dat ongeveer 72%.

Een aantal van de plannen zoals aangegeven in de Detailhandelsvisie Provincie Limburg van 2011 is inmiddels gerealiseerd of concreet in uitvoering, zowel in binnensteden en andere centrumgebieden als op perifere locaties. Wat betreft de inmiddels gerealiseerde plannen in centrumgebieden wijzen we als voorbeeld op De Luif in Venlo (Primark) en de Stationsstraat in Weert. In uitvoering zijn momenteel o.a. het Maankwartier in Heerlen, de Ligne in Sittard en het centrumplan Aan de Kei in Valkenburg. En enkele andere plannen voor winkelontwikkelingen zijn of van het toneel verdwenen, bijvoorbeeld de stadhuislocatie in Roermond en het Beekstraatkwartier in Weert, of hebben aanzienlijke vertraging opgelopen, zoals het Schinkelkwadrant Zuid in Heerlen, de Sphinxlocatie Maastricht en het centrumplan Kerkrade. Ten aanzien van een aanzienlijk deel van de plannen in deze centrumgebieden die recentelijk opgeleverd zijn of die momenteel in uitvoering zijn constateren we dat de concrete invulling moeizaam verloopt respectievelijk de belangstelling vanuit de markt sterk achterblijft bij de verwachtingen welke bestonden bij de planvorming. Maar ook bij een aantal ontwikkelingen welke al wat langer geleden gerealiseerd zijn moeten we constateren dat ofwel de gerealiseerde commerciële ruimten niet vol raken ofwel retailers stoppen met de exploitatie. Voorbeelden hiervan zijn de centrumontwikkelingen op het Wilhelminaplein in Tegelen en in het centrumgebied van Geleen, de Maasboulevard in Venlo en het Mosae Forum in Maastricht. Dergelijke ontwikkelingen dragen uiteraard bij aan de geconstateerde toename van de leegstand.

Veel plannen inmiddels gerealiseerd, zoals:



AH-XL bij het Roda stadion



Centrumontwikkeling Tegelen



Nieuwbouw centrum Simpelveld

of in ontwikkeling/uitvoering:



Maankwartier Heerlen



Centrumplan Stein

Ten aanzien van de plannen in de periferie zien we een soortgelijk beeld. Enkele plannen zijn inmiddels gerealiseerd, bijvoorbeeld de Zuiderbruglocatie in Venlo (Praxis Tuin, Karwei, McDonalds en Giant Store), de uitbreiding van de Woonboulevard Heerlen met vlek D (verplaatsing Gamma), de grootschalige supermarkt AH-XL en een aanvullend cluster van sportgerelateerde zaken op de Rodaboulevard in Kerkrade (Sports Soccer Center, Bike Arena, Jumbo Golfwereld) en fase I van het GDV-cluster in Eijsden-Gronsveld langs de A2 (Karwei, Action, Bristol, Nederlands Slaapcentrum, McDonalds en Zonnestudio). Een aantal plannen zit in de uitvoeringsfase, zoals fase I van de PDV-locatie Maastricht (verplaatsers Gamma en Praxis Megastore en Tuin) en de doorontwikkeling van Gardenz in Geleen. En ook bij deze categorie plannen is in enkele gevallen aanzienlijke vertraging opgelopen, denk aan de herontwikkeling van het Kazerneterrein en de versterking van het Trefcenter in Venlo, de uitbreiding van de huis- en tuinboulevard in Roermond en de ontwikkeling van het Fortunastadion in Sittard-Geleen. Ten aanzien van de perifere clusters constateren we wat meer bereidheid vanuit de markt om op dergelijke locaties te investeren. Naast nieuwe bedrijven gaat het daarbij zeker ook om verplaatsers. Dit heeft wel tot gevolg dat de achterblijvende locaties ofwel leeg komen te staan of heringevuld worden met ongewenste retailontwikkelingen. Voorts constateren we dat de druk toeneemt om meer branches op perifere locaties toe te staan dan mogelijk op basis van het bestemmingsplan of het lokale detailhandelsbeleid. Deze druk komt enerzijds vanuit vastgoedpartijen die geconfronteerd worden met moeilijk invulbare leegstand op hun locaties. Anderzijds wordt door retailers zelf ook de druk opgevoerd, mede veroorzaakt door de knelpunten in de stadscentra en andere centrumgebieden, bijvoorbeeld op het gebied van parkeren en hoge huurprijzen.

Zoals we in de cijfers met betrekking tot de ontwikkeling van de winkelvoorraad en de planvolumes hebben laten zien, zijn er in de afgelopen jaren nog veel m<sup>2</sup> winkelvloeroppervlak bijgekomen op solitaire locaties en staan er ook nog diverse ontwikkelingen op stapel. Het gaat daarbij met name om grootschalige vestigingen in de supermarktbranche en in de branches bouwmarkten, tuincentra en rijwielen.

### 3.2 Visie- en beleidsvorming; Regionale afstemming

In de Detailhandelsvisie Limburg is nadrukkelijk geduid op het belang van een goede afstemming van retailontwikkelingen in regionaal en waar nodig bovenregionaal verband. De omvangrijke planvolumes zowel in de centrumgebieden als op perifere clusters en solitaire locaties in combinatie met een krimpende en vergrijzende bevolking kunnen ertoe leiden dat het



functioneren van winkelgebieden wordt aangetast. Immers vanuit marktperspectief waren deze forse planvolumes niet te onderbouwen. Het regionaal en provinciaal op elkaar afstemmen van plannen en initiatieven op basis van de beoogde functie, de meerwaarde voor en de effecten op de winkelstructuur werd in de visie als noodzakelijk beschouwd. En bij die afstemming zou het niet alleen moeten gaan om nieuwe ontwikkelingen en (grootschalige) uitbreidingen, maar ook om herstructurering, herontwikkeling, sanering en functieverandering van winkellocaties. Immers als een ontwikkeling van een bepaald cluster in een bepaalde gemeente tot effect heeft dat er leegstand ontstaat in de buurgemeente zal deze problematiek in gezamenlijkheid moeten worden aangepakt.

Wij constateren dat in de afgelopen vijf jaar enkele goede stappen zijn gezet op dit gebied. Provincie en gemeenten beseffen in toenemende mate dat de winkelmarkt verzadigd is geraakt. Door de bevolkingsontwikkelingen, de afnemende bestedingen in winkels en de toename van aankopen via internet wordt de behoefte aan fysieke winkels minder. Ook dringt het besef steeds meer door dat (boven-)regionale afstemming van visies, beleid en ontwikkelingen, waarbij er ook aandacht moet zijn voor herontwikkeling, sanering en functieverandering, van groot belang is om tot een duurzame voorzieningenstructuur te komen. De Provincie Limburg heeft de door MKB-Limburg toegeworpen handschoen opgepakt door de detailhandel als een van de speerpunten van beleid te benoemen in het Provinciaal Omgevingsplan 2014. Daarbij vormt de term "dynamisch voorraadbeheer" de rode draad. Provincie en gemeenten maken daarbij op regionaal niveau afspraken over gezamenlijke ambities en opgaven, over gezamenlijke principes en spelregels en over een gezamenlijke werkwijze, afspraken die worden vastgelegd in bestuursovereenkomsten. Deze regionale aanpak dient gestalte te krijgen via regionale detailhandelsvisies voor Noord-, Midden- en Zuid-Limburg, waarin helder moet worden gemaakt welke winkelgebieden perspectiefvol zijn en welke minder kansrijk zijn. De visies moeten aangeven welke slagen nodig zijn t.a.v. kwaliteitsverbetering van binnensteden en grootschalige winkelgebieden. Maar ook de te ondernemen stappen om slechte plannen waar mogelijk te schrappen. Voor de regionale visievorming heeft de Provincie een aantal basisprincipes en spelregels opgesteld<sup>4</sup>. Bij de visievorming dienen stakeholders en marktpartijen te worden betrokken.

---

<sup>4</sup> Zie bijlage 2 voor de principes en spelregels voor de regionale visievorming uit het Provinciaal Omgevingsplan 2014

Inmiddels zijn alle drie regio's bezig met deze visievorming. Elke regio pakt het op zijn eigen manier aan, waarbij tevens geconstateerd moet worden dat het tempo in de drie regio's aanzienlijk verschilt.

Zo heeft de regio Noord Limburg inmiddels een concept-Regionale Detailhandelsvisie opgesteld, waarin vooral ingegaan wordt op de regionale aanpak van grootschalige detailhandelsinitiatieven. Deze Detailhandelsvisie zal samen met andere regionale visies, bijvoorbeeld op de gebieden werklocaties en vrijetijdseconomie, samengebracht worden in een Regionale Omgevingsvisie (Structuurvisie op basis van de Wet Ruimtelijke Ordening).

In de regio Midden-Limburg loopt een traject om te komen tot een Regionaal Beleidskader Werklocaties. Behalve om detailhandel gaat het hierbij ook om bedrijventerreinen en kantorenlocaties. Gekozen is voor deze integrale aanpak in de visievormingsfase, omdat de opgaven op deze drie werkvelden in toenemende mate verweven worden. Zo leggen bijvoorbeeld perifere en grootschalige detailhandel een druk op bedrijventerreinen. Het Beleidskader Werklocaties dient te gaan fungeren als gemeenschappelijk afsprakenkader om tot onderlinge afstemming en acties te komen.

In de regio Zuid Limburg loopt het visievormingstraject het traagst. Het is ook de meest lastige regio met zijn drie subregio's Maastricht-Heuvelland, Westelijke Mijnstreek en Parkstad Limburg. Bovendien is hier de problematiek ook naar verhouding het grootst. Na een moeizame start is het traject inmiddels vlot getrokken, waarbij in eerste instantie het huidige winkelaanbod geanalyseerd wordt en bestuursafspraken voorbereid worden.

Dat het niet alleen bij de ontwikkeling van visies kan blijven blijkt uit het volgende voorbeeld. In de subregio Parkstad Limburg is in 2011 reeds de Retailstructuurvisie Parkstad Limburg 2010-2020 vastgesteld, met als doel het komen tot een duurzame winkelstructuur die bestand is tegen de demografische ontwikkelingen. Gestreefd werd naar minder winkeloppervlak, een versterkte inzet op gezonde winkelclusters, afbouw van zwakke clusters en van verspreid gesitueerd aanbod. Deze visie werd eveneens in 2011 beleidsmatig vertaald in het Structuurvisiebesluit Retail, waarbij de gezamenlijke gemeenten afspraken maakten ten aanzien van het laten vervallen van onbenutte detailhandelsbestemmingen en weigeren van medewerking aan bestemmingsplannen en vergunningen voor toevoeging van winkeloppervlak op ongewenste locaties. Zoals eerder reeds aangegeven is echter de totale winkelvoorraad in Parkstad Limburg tussen 2009 en 2015 toegenomen, ook op verspreide locaties. Voorts is de leegstand aanzienlijk toegenomen en is de overlap van de verzorgingsgebieden van de verschillende clusters alleen maar groter geworden door gerealiseerde

plannen. Mede op basis van interviews met de wethouders Economische Zaken van de acht Parkstadgemeenten zijn het gebrek aan sturing en afstemming door de lokale overheden en het ontbreken van een concreet instrumentarium om leegstand te bestrijden aangemerkt als belangrijke oorzaken van het niet slagen van het beleid.

#### **4. DE ONTWIKKELINGEN GECONFRONTEERD MET DE DOELSTELLINGEN, BELEIDSLIJNEN EN HOOFDLIJNEN VAN DE GEWENSTE STRUCTUUR IN DE DETAILHANDELSVISIE PROVINCIE LIMBURG**

Als we doelstellingen, beleidslijnen en hoofdlijnen van de gewenste structuur in de Detailhandelsvisie Provincie Limburg van 2011, zoals beschreven in de paragrafen 2.1, 2.2 en 2.3, confronteren met de in hoofdstuk 3 weergegeven ontwikkelingen kunnen we de volgende conclusies trekken. Daarbij worden de doelstellingen en de hoofdlijnen van de gewenste structuur in samenhang met elkaar beschouwd.

##### **4.1 De doelstellingen en hoofdlijnen van de gewenste detailhandelsstructuur**

*Een evenwichtige en duurzame Limburgse detailhandelsstructuur op elk niveau van de voorzieningenhiërarchie*

Mede gelet op de in het bovenstaande beschreven ontwikkelingen kan niet gesteld worden dat een dergelijke gewenste detailhandelsstructuur reeds bereikt is. Er zijn nog volop problemen in de Limburgse winkelgebieden, getuige onder meer de leegstand welke alleen maar groter geworden is. De concurrentie tussen de diverse winkelgebieden is nog steeds hevig en zal de komende jaren nog toenemen, mede gevoed door de forse plannen welke gerealiseerd zijn, in uitvoering zijn en nog boven de markt hangen. De winkelvoorraad neemt alleen maar toe, ondanks de krimpende en vergrijzende bevolking, de dalende bestedingen en de toename van het internetwinkelen. En die toename geschiedt niet alleen in de retailclusters, maar ook op solitaire locaties.

*Versterken bovenregionale aantrekkingskracht Limburgse detailhandel*

Hoewel we daarvoor niet over cijfermateriaal beschikken trekken wij op basis van de gerealiseerde ontwikkelingen de conclusie dat de versterking van de bovenregionale aantrekkingskracht van de Limburgse detailhandel slechts in enige mate heeft plaatsgevonden. Met name de doorontwikkeling van het Designer Outlet Center Roermond, de ontwikkelingen van het sportcluster en het Leisure Dôme rondom het Rodastadion, de versterkingen in het perifere cluster Trefcenter in Venlo en de ontwikkeling van de Maasboulevard in Venlo zullen naar onze verwachting geleid hebben tot een versterking van de toevloeiing van koopkracht met name uit Duitsland en wat het DOC betreft ook uit andere landen. Met het DOC als voorbeeld wijzen wij er op dat een toename van de bovenregionale aantrekkingskracht niet alleen afhankelijk is van

functionele ontwikkelingen in een winkelgebied, maar ook van een goede marketing. Achterblijvende ontwikkelingen, zoals de ontwikkeling van het PDV-cluster in Maastricht en de binnenstedelijke ontwikkelingen in Heerlen en Sittard, in combinatie met ontwikkelingen aan de andere kant van de landsgrens, zoals in Maasmechelen, Lanaken en Tüddern, zorgen er eveneens voor dat toevloeiing van buiten de Limburgse regio's wordt getemperd.



Bovenregionale trekker Leisure Dome Kerkrade

### *Sterke ontwikkeling/positie binnensteden en hoofdwinkelcentra*

Op basis van de ETIL-cijfers en onze eigen bevindingen concluderen wij dat diverse binnensteden en hoofdwinkelcentra zich in de afgelopen jaren middels nieuwe projecten versterkt hebben dan wel momenteel projecten ter versterking van de positie in uitvoering hebben. Aan de andere kant zien we in vrijwel al deze centrumgebieden in meerdere of mindere mate een toename van de leegstand. Naar verhouding was het leegstandspercentage in de stadscentra eind 2014 met 12,6% het hoogst van alle categorieën winkelgebieden. In 2012 was dit 12%. Deze leegstand doet zich niet alleen voor in de aanloopstraten, maar ook op A1- en A2-lokaties. We kunnen dan ook stellen dat deze binnensteden en hoofdwinkelcentra onder druk staan. Hierbij spelen uiteraard de landelijke trends en ontwikkelingen op het gebied van vraag en aanbod een belangrijke rol. Echter ook de onderlinge concurrentie tussen deze hoofdwinkelgebieden (bijv. Venlo-centrum versus Roermond-centrum), de concurrentie met centra van een lagere orde (bijv. Heerlen-centrum versus andere centra in de regio Parkstad, zoals Brunssum en Landgraaf), de concurrentie met perifere clusters (bijv. Geleen-centrum versus Makado Beek) en de concurrentie met clusters in het aangrenzende



Geleen-centrum onder druk

buitenland (bijvoorbeeld Sittard-centrum en Geleen-centrum versus Maaseik, Maasmechelen en Tüddern) trekken een forse wissel op het functioneren van de binnensteden en hoofdwinkelcentra.

Op lokaal niveau zijn bijna alle grote gemeenten aan de slag gegaan met het opstellen van (de actualisatie van) detailhandelsvisies voor de gemeente, waarin de diverse retailclusters binnen de gemeente ten opzichte van elkaar worden gepositioneerd. Maar wat betreft de afstemming op regionaal en zeker interregionaal niveau is er de laatste jaren vrijwel niets gebeurd. Alleen de regio Parkstad Limburg heeft daadwerkelijk een regionale detailhandelsvisie opgesteld en in het kielzog hiervan een regionale toetsingscommissie in het leven geroepen. In het afgelopen half jaar zijn er in de drie regio's Zuid-Limburg, Midden-Limburg en Noord-Limburg (in meer of mindere mate) echter wel acties ondernomen om tot regionale visievorming en afstemming te komen, zoals aangegeven in paragraaf 3.2.

Discussies over het compacter maken van de centrumgebieden en functieverandering van randgebieden/aanloopstraten worden wel gevoerd en ook in de lokale visies komt dit aandachtspunt naar voren, echter de stap naar een daadwerkelijke proactieve aanpak blijkt lastig te zijn. Sterker nog, in sommige centra zien we zelfs ontwikkelingen waarbij in aanloopstraten/randgebieden nieuwe winkels tot stand komen, al dan niet via nieuwe projecten, zoals in de centrumgebieden van Brunssum (noordelijk deel Kerkstraat), Weert (Stationsstraat) en Heerlen (noordzijde station Maankwartier). De belangen van ondernemers en vastgoedeigenaren in deze gebieden zijn uiteraard groot en het instrumentarium om compactisering en functieverandering te bewerkstelligen is nog vrij beperkt.

*Een evenwichtige, sterke PDV-structuur, gericht op complementariteit onderling en ten opzichte van de hoofdwinkelgebieden*

We kunnen niet concluderen dat deze doelstelling is bereikt. Zowel binnen gemeenten als tussen gemeenten is er sprake van stevige concurrentie tussen de verschillende PDV-clusters. Gewezen kan bijvoorbeeld worden op de clusters Retailpark/Woonboulevard/Huis- en Tuinboulevard in Roermond, welke zich alle drie geheel of gedeeltelijk op de woonbranche richten. Of op de Woonboulevard Heerlen, welke een deel van de gewenste bovenregionale functie heeft verloren en waarschijnlijk nog verder zal verliezen door de ontwikkeling en doorontwikkeling van Gardenz in Sittard-Geleen en de ontwikkeling van het PDV-cluster in Maastricht. De in de Detailhandelsvisie geadviseerde verdieping van het thema In en om het Huis op de Woonboulevard Heerlen als antwoord op deze ontwikkelingen heeft nog geen gestalte gekregen.

Behalve tussen de PDV-clusters onderling zijn er ook spanningsvelden tussen PDV-clusters en hoofdwinkelgebieden. Dit heeft te maken met de gekozen branchering op enkele clusters, zoals het Retailpark Roermond, maar ook met de branchevervaging en -verbreding op de traditionele PDV-clusters. Dit laatste is mede een gevolg van de toenemende leegstand op perifere clusters, waarbij de druk door vastgoedeigenaren bij gemeenten wordt opgevoerd om de branchering te verbreden.



Brancheverbreiding op de Huis- en Tuinboulevard Roermond

Ook de perifere clusters ontkomen dus niet aan de leegstandsproblematiek, waarbij er wel aanzienlijke verschillen zijn tussen de clusters. En voorts moeten we concluderen dat de beoogde versterking van een aantal clusters, zoals de vestiging van een grootschalige Duitse bouwmarkt-/tuincentrum op het Trefcenter in Venlo, de uitbreiding van de Huis- en Tuinboulevard in Roermond en van het PDV-cluster Woonmaxx in Venray, erg moeizaam verloopt door een achterblijvende markt vraag, door procedures, etc. Desalniettemin zien we ook enkele ontwikkelingen welke in de lijn van de Detailhandelsvisie liggen, zoals de recentelijk in gang gezette verdere ontwikkeling van Gardenz Geleen, de clustering van enkele sportgerelateerde winkels op de Rodaboulevard en de eerste aanzet voor het nieuwe PDV-cluster Belvédère Maastricht. Bij al deze ontwikkelingen spelen verplaatsters een belangrijke rol, zoals eveneens geadviseerd in de visie. Echter we zien ook nog steeds ontwikkelingen welke niet conform de visie zijn, zoals de nieuwe ontwikkeling van een grootschalige winkel bij Interchalet Horst, de vestiging van een grootschalige huishoudelijke artikelenzaak op het PDV-cluster De Loop in Echt en de vestiging en uitbreiding van supermarkten op perifere clusters, zoals De Loop in Echt en Industriestraat Sittard.



Supermarkt op perifeer cluster De Loop in Echt

Wat voor de stadscentra en de hoofdwinkelgebieden geldt, geldt zeker ook voor de categorie PDV-clusters. In de Detailhandelsvisie werd de regionale en zo nodig bovenregionale afstemming noodzakelijk geacht vanwege de forse planvolumes en de mogelijke effecten op andere winkelgebieden. En net als bij de binnensteden en de hoofwinkencentra moeten we concluderen dat tot voor kort van deze (boven-)regionale afstemming nauwelijks sprake was, ook hier met uitzondering van de regio Parkstad Limburg. Inmiddels is daar door het Provinciaal Omgevingsplan een kentering in gekomen en zijn de drie regio's aan de slag om tot visievorming en afstemming te komen.

### *Een gezond perspectief voor de kernverzorgende centra*

Op basis van de ETIL-cijfers constateren we dat in deze categorie centrumgebieden het leegstandspercentage het kleinste is. Maar de groei van de leegstand is wél relatief hoog. Binnen deze categorie centrumgebieden zijn er aanzienlijke verschillen waar te nemen. Kijken we naar de grotere kernverzorgende winkelgebieden, zoals beschreven in paragraaf 2.3, dan zien we centrumgebieden waarin, met wisselend succes, forse investeringen hebben plaatsgevonden, zoals in Gennepe, Panningen, Tegelen en Heythuysen, of waar nog plannen op de rol staan c.q. in uitvoering zijn, zoals in Blerick, Vaals en Kerkrade. De Detailhandelsvisie bood voor deze versterking en vernieuwing ook de ruimte. Maar we zien ook centrumgebieden waar de laatste jaren niets of weinig is gebeurd, zoals in Nederweert, Hoensbroek en Gulpen.

In bijna al deze centra treffen we inderdaad leegstand aan en neemt deze de laatste jaren ook toe. Discussies welke in een aantal van deze kernverzorgende centra spelen of reeds hebben gespeeld betreffen de versterking van de supermarktbranche en de uitplaatsing naar locaties buiten het kernwinkelgebied. In Panningen vindt een dergelijke discussie plaats. Ook in Gulpen en Vaals zijn er plannen voor uitplaatsing van een supermarkt, evenals in enkele kleinere kernverzorgende winkelgebieden, zoals Nuth en Simpelveld. In Echt-centrum is een gevestigde supermarkt verplaatst naar een locatie op het perifere detailhandelscluster op bedrijventerrein De Loop. In de Detailhandelsvisie werd juist geadviseerd om supermarkten vast te houden in het kernwinkelgebied. In het verlengde hiervan werd in de visie ook het belang van een compacter centrum aangegeven. Net als bij de hoofdwinkelgebieden wordt hier in diverse kernverzorgende centra wel over gesproken en wordt de noodzaak hiervan in lokale detailhandelsvisies aangegeven, echter ook hier is de praktijk weerbarstiger dan de theorie.



*Een reële, haalbare voorzieningenstructuur op het niveau van wijken, buurten en kleine kernen*

Op basis van de ETIL-cijfers kunnen we constateren dat het winkelleegstandspercentage in de zogenaamde ondersteunende centra, zijnde de stadsdeel-, wijk- en buurtcentra in de steden, eind 2014 op de stadscentra na het hoogst is met 12%. Sinds 2012 is dit met een kleine procent toegenomen. In het DTNP-rapport Regionaal Retailbeleid Parkstad Limburg, Fase I Analyse is geconstateerd dat het aandeel leegstand, gemeten in m<sup>2</sup> w.v.o., het grootst is in de kleine buurtcentra. Voorts is geconstateerd dat de leegstand in de wijk- en dorpscentra in Parkstad tussen 2009 en 2015 vrijwel overal is toegenomen.

Het is duidelijk dat deze categorie centrumgebieden, en dan met name de buurtcentra en de kleinere kernen, zwaar onder druk staan. In de Detailhandelsvisie is aangegeven dat wat betreft de kleine kernen niet meer krampachtig vastgehouden moet worden aan basisvoorzieningen in alle kleine kernen. Een bundeling van voorzieningen met boodschappenwinkels en andere voorzieningen voor meerdere kleine kernen tegelijkertijd zou een oplossing kunnen bieden. Wat betreft de kansarme buurtcentra werd geadviseerd om deze uit de markt te nemen en van functie te veranderen. De praktijk wijst uit dat het voorzieningenniveau van de echte kleine kernen gestaag achteruit gaat. In de meeste gevallen liggen er echter grotere kernen op bereikbare afstand van deze kleine kernen waar nog voldoende aanbod aan voorzieningen aanwezig is en in een aantal gevallen zelfs versterkt is, bijvoorbeeld Nieuw-Bergen, Sevenum en Margraten.



Leefbaarheid kleine kernen onder druk

Wat de buurtcentra betreft constateren we enerzijds dat er de laatste jaren in vrijwel alle grote en middelgrote gemeenten aanzienlijke investeringen hebben plaatsgevonden in versterking door herontwikkeling, vergroting van gevestigde supermarkten en in enkele gevallen vestiging van nieuwe supermarkten (meest door verplaatsingen) en van andere retailers. Anderzijds is er een categorie buurtcentra waar het aanbod afbrokkelt en de leegstand toeneemt. In diverse gevallen constateren we dat die leegstand na enige tijd wordt heringevuld met andersoortige functies, zoals kantoren, zorggerelateerde functies, buurthuizen, e.d.

Aan de wijkwinkelcentra werden in de Detailhandelsvisie goede kansen toebedacht, waarbij de doorontwikkeling tot multifunctionele centra met boodschappenaanbod en andere voorzieningen als een bibliotheek en een medisch centrum als kansrijk werd beschouwd. In de meeste wijkwinkelcentra is in de afgelopen jaren fors geïnvesteerd, denk aan Venlo-Zuid, Donderberg Roermond, Heer Maastricht, Heerlerheide Heerlen, Schaesberg Landgraaf en Spekholzerheide Kerkrade. In enkele gemeenten zijn er plannen om wijkwinkelcentra te versterken, bijvoorbeeld Leuken in Weert en 't Brükske in Venray.

Al deze ontwikkelingen in buurt- en wijkwinkelcentra en in de nabijheid gelegen dorpscentra leiden wel tot aanzienlijke overlappings van verzorgingsgebieden, zeker in een dichtbevolkte regio als Zuid-Limburg. De vraag is dan ook of deze centra naar de toekomst toe allemaal voldoende kunnen blijven functioneren, enerzijds vanwege de toegenomen onderlinge concurrentie en anderzijds vanwege de toenemende krimp en vergrijzing van de bevolking.

#### *Forse terugdringing verspreide bewinkeling*

In 2009 bevond zich ca. 700.000 m<sup>2</sup> w.v.o. op solitaire of verspreide locaties. In de Detailhandelsvisie werd ingezet op een forse reductie door verplaatsing naar concentraties en afbouwen en wegbestemmen van vrijkomende locaties. Flankerend beleid diende te worden ontwikkeld om deze actieve sanering van m<sup>2</sup> winkelaanbod op slechte locaties gestalte te geven.

Uit de ETIL-cijfers en het DTNP-rapport blijkt echter dat het aantal m<sup>2</sup> w.v.o. buiten de stadscentra, PDV-clusters en andere winkelgebieden juist is toegenomen. Of de gemeenten hebben hieraan medewerking verleend of de betrokken retailers hebben de mazen van de wet weten te vinden. Dit verspreid gesitueerde aanbod biedt nauwelijks toegevoegde waarde voor de op sterke winkelgebieden gerichte winkelstructuur, maar legt daarentegen wel een continue druk op de ontwikkelingsruimte in deze retailclusters.



Verspreide bewinkeling toegenomen

## 4.2 De beleidslijnen

De beleidslijnen in de Detailhandelsvisie Provincie Limburg van 2011 vloeien voort uit de doelstellingen van de visie en laten zich als volgt samenvatten:

- Ruimte voor nieuwe ontwikkelingen, zoals schaalvergroting, en kwaliteitsversterking op de juiste locaties met prioriteit voor de bestaande winkelgebieden;
- Herstructurering, herontwikkeling, sanering en functieverandering moeten onderdeel vormen van het retailbeleid;
- Niet meer alleen ontwikkelen van nieuwe meters in het belang van de eigen gemeente, maar intergemeentelijke afstemming van met name de grotere ontwikkelingen met herontwikkeling en sanering als impliciet onderdeel van deze afstemming;
- Versterkte focus op de binnensteden;
- Inzetten op elkaar aanvullende winkelgebieden met elk een eigen functie;
- Ruimtelijke concentratie voorop op alle schaalniveaus.

Geconstateerd kan worden dat in de afgelopen jaren veel investeringen hebben plaatsgevonden in bestaande winkelgebieden, niet alleen in de stadscentra en de hoofdwinkelgebieden, maar ook in de centra van regionale verzorgingskernen, in kleinere dorpscentra, in buurt- en wijkcentra en in perifere grootschalige retailclusters. Dit waren niet alleen investeringen in het aanbod, maar ook in de randvoorwaarden voor het functioneren van de clusters, zoals parkeren, bereikbaarheid, openbare ruimte, e.d.

Tegelijkertijd moeten we ook constateren dat

- de verspreide bewinkeling de laatste jaren is toegenomen;
- dat de leegstand in alle categorieën winkelgebieden is toegenomen en niet alleen in aanloopstraten en randgebieden;
- diverse plannen stokken in de uitvoering;
- diverse opgeleverde ontwikkelingen te kampen hebben met een moeizame invulling en/of met optredende leegstand.

Door al deze ontwikkelingen kan van een versterkte focus op de binnensteden derhalve niet gesproken worden. De in de Detailhandelsvisie Provincie Limburg van 2011 geschetste problematiek van de leegstand in de binnensteden is mede door de ontwikkelingen elders binnen en buiten de retailclusters alleen maar toegenomen. Voorts zien we dat het overgrote deel van de harde en zachte plannen niet gericht is op de stadscentra, maar op andere winkelgebieden met de perifere clusters

voorop en toch nog steeds op locaties buiten de bestaande winkelgebieden. Dit heeft uiteraard ook te maken met de toenemende schaalvergroting, overigens niet alleen in de traditionele PDV-branches (bouwmarkten, woninginrichting, tuincentra) maar ook in de meeste andere branches, zoals de modische branche, de sport- en speelgoedbranche, electro/bruin- en witgoed, huishoudelijke artikelen en de foodbranche.

Afgezien van de geconstateerde toename van m<sup>2</sup> winkeloppervlak op locaties buiten de centrumgebieden hebben de meeste ontwikkelingen wel bijgedragen aan de noodzakelijke ruimtelijke concentratie van detailhandel, zowel in de centrumgebieden op alle niveaus als in perifere clusters. Daarbij ging het in de meeste gevallen om herontwikkeling van bestaande commerciële ruimten, waarbij sanering impliciet aan de orde was, denk bijvoorbeeld aan de centrumplannen van Geleen en Schaesberg. Bij diverse ontwikkelingen was er echter sprake van volledig nieuwe commerciële ruimte, zoals de perifere ontwikkelingen op bedrijventerrein De Loop in Echt en langs de A2 in Eijsden-Gronsveld en de centrumontwikkeling in Venray. Van het indikken van de detailhandelsstructuur door bijvoorbeeld functieverandering van aanloopstraten, het uit de markt nemen van bepaalde buurtcentra of het verplaatsen en vervolgens saneren van verspreid gesitueerde winkels is nog niet veel terecht gekomen.

Het bereiken van complementariteit tussen de diverse retailclusters is zeer lastig. De spanningsvelden tussen de winkelclusters blijven op alle niveaus groot. Dit heeft onder meer te maken met de drang tot brancheverbreding op perifere locaties, waardoor spanning kan ontstaan niet alleen met binnensteden, maar bijvoorbeeld ook met wijk- en dorpscentra als er sprake is van perifere vestiging van supermarkten en huishoudelijke artikelenzaken. Zo zijn er ook spanningsvelden tussen de kernverzorgende winkelgebieden en de regionaal en bovenregionaal verzorgende centrumgebieden, denk bijvoorbeeld aan de positie van Heerlen-centrum ten opzichte van de centra van Brunssum en Kerkrade. En aan de onderzijde van de verzorgingshiërarchie constateren we spanningsvelden tussen buurtcentra aan de ene kant en wijk- en stadsdeelcentra aan de andere kant, bijvoorbeeld het stadsdeelverzorgend centrum van Blerick versus de (ontwikkelingen in) de omliggende buurtcentra.

Zeker als het gaat om plannen en initiatieven met een bovenlokaal invloedsbereik is in de visie van 2011 reeds aangegeven dat afstemming dient plaats te vinden tussen de gemeenten in een bepaalde regio en zo nodig op bovenregionaal niveau. In de afgelopen jaren is gebleken dat er van afstemming op regionaal, laat staan op bovenregionaal niveau

nauwelijks sprake was. Alleen in de regio Parkstad Limburg bestaat er een regionale toetsingscommissie met als basis de Regionale Detailhandelsvisie Parkstad Limburg 2010-2020. Desalniettemin hebben we in paragraaf 3.2 geconstateerd dat de doelstellingen uit deze Detailhandelsvisie niet behaald zijn, onder andere door het gebrek aan sturing en afstemming door de lokale overheden.

#### 4.3 Algemene conclusie

Als we de ontwikkelingen van de afgelopen jaren in het Limburgse retaillandschap en op het gebied van visie en beleid afzetten ten opzichte van de doelstellingen, beleidslijnen en hoofdlijnen van de gewenste detailhandelsstructuur, zoals aangegeven in de Detailhandelsvisie van 2011, komen we tot een tweeledige conclusie.

Aan een aantal doelstellingen en beleidslijnen is op een goede wijze gevolg gegeven.

Zo is en wordt aan het perspectief en de positie van diverse binnensteden en hoofdwinkelgebieden hard gewerkt. Dat heeft niet alleen te maken met functionele ontwikkelingen, maar ook met investeringen in bereikbaarheid, parkeren, openbare ruimte, promotie en activiteiten, etc. Datzelfde geldt voor de meeste kernverzorgende winkelgebieden en voor veel dorps-, wijk- en buurtwinkelcentra. En ook in diverse perifere clusters hebben versterkende ontwikkelingen plaatsgevonden of zijn deze in uitvoering.

Hiermee is en wordt beantwoord aan de beleidslijnen om ruimte te bieden aan de dynamiek in de detailhandel en aan de versterking van de kwaliteit, met name in de bestaande winkelgebieden. Zeker in de centrumgebieden gaat het vaak om herontwikkeling van bestaand vastgoed, waardoor ook aan deze beleidslijn tegemoet wordt gekomen. Onderdeel van deze dynamiek is de toenemende schaalvergroting, welke door deze ontwikkeling van de bestaande winkelgebieden gefaciliteerd wordt. Investerings in deze bestaande winkelgebieden versterken de ruimtelijke concentratie op alle schaalniveaus, ook een van de beleidslijnen.

Tot zover het positieve deel van de conclusie. De in hoofdstuk 2 geschetste ontwikkelingen laten zien dat we er nog lang niet zijn. In bijna alle gemeenten is in de afgelopen jaren langs elkaar heen gewerkt en hebben zij er samen met vastgoedpartijen en ondernemers voor gezorgd dat er veel te veel m<sup>2</sup> winkelloppervlak op de markt is gekomen. En dat niet alleen in bestaande winkelgebieden, zoals zojuist aangegeven, maar ook op verspreide en solitaire locaties. Het doel om juist deze verspreide bewinkeling fors terug te dringen is derhalve niet gehaald. Dat geldt ook

voor het compacter maken van centrumgebieden door functieverandering van aanloopstraten en voor het uit de markt nemen van perspectiefarme centra, met name aan de onderkant van de hiërarchie. De leegstand is de laatste jaren aanzienlijk toegenomen, niet alleen in aanloopstraten en buurtcentra, maar eigenlijk in alle winkelgebieden, ook in de hoofdwinkelstraten. De forse toename van het aantal m<sup>2</sup> winkeloppervlak in vrijwel alle categorieën winkelgebieden en de brancheverbreiding en – vervaging op perifere locaties hebben geleid tot een stevige toename van de concurrentie. Aan de beleidslijnen van onderlinge complementariteit en de versterkte focus op de binnensteden is derhalve niet beantwoord.

## 5. DE DETAILHANDELSVISIE PROVINCIE LIMBURG HERIJKT

### 5.1 De noodzaak tot herijking

Hoewel in de afgelopen jaren de Limburgse detailhandelsstructuur op alle niveaus is versterkt door aanboduitbreidingen, herontwikkelingen in bestaande winkelgebieden en verbeteringen van de bereikbaarheid, het parkeren en de openbare ruimte, kunnen wij niet concluderen dat het hoofddoel van de Detailhandelsvisie Provincie Limburg van februari 2011 is bereikt, te weten "het tot stand brengen van een evenwichtige en duurzame detailhandelsstructuur, waarbij op elk niveau van de voorzieningenhiërarchie sprake is van een gezonde winkelstructuur". De knelpunten in het Limburgse retaillandschap zijn daarvoor nog veel te groot. Sterker nog, ondanks de zojuist genoemde ontwikkelingen zijn de problemen alleen maar groter geworden.

En het zijn niet alleen de overheden welke door een gebrek aan sturing en afstemming hebben bijgedragen aan deze problematiek. Ook de andere actoren, zijnde de vastgoedpartijen en retailers zelf, hebben er voor gezorgd dat er veel te veel m<sup>2</sup> winkeloppervlak op de markt is gekomen en niet alleen op locaties welke vanuit de gewenste structuur bezien wenselijk waren, maar met name ook op locaties welke op geen enkele wijze bijdragen aan de versterking van de detailhandelsstructuur. De onderlinge concurrentie tussen de diverse winkelgebieden is door deze kwantitatieve groei sterk toegenomen.

Uiteraard zijn er meer factoren welke hebben geleid tot de knelpunten in de Limburgse retailmarkt. De consumentenbestedingen zijn fors onder druk komen te staan door de economische crisis (zie grafiek 1 blz. 40). Zeker in de non-foodwinkels zijn de omzetten per m<sup>2</sup> winkeloppervlak afgenomen. In Limburg wordt deze daling van de bestedingen nog eens versterkt door de toenemende krimp van de bevolking in combinatie met de sterke vergrijzing. En uiteraard gaat ook het fenomeen van internetwinkelen niet aan de Limburgse deur voorbij. Het marktaandeel van internet is sneller gestegen dan enkele jaren geleden was voorzien. Prognoses lopen uiteen, maar een marktaandeel van 10 tot 15% in de totale detailhandel in 2020 lijkt reëel, met name in de niet-dagelijkse branches (zie grafiek 2 blz. 40). Het zal duidelijk zijn dat ook deze ontwikkeling de gevestigde detailhandel onder druk zet. De teloorgang van diverse bekende winkelformules spreekt boekdelen. Overigens is internetshoppen niet alleen een bedreiging, maar het biedt ook volop kansen voor de fysieke detailhandel en voor winkelgebieden als aanvullend verkoop- en marketingkanaal.

Grafiek 1



Grafiek 2



Al deze ontwikkelingen in de winkelmarkt leiden ertoe dat er bij de consumenten minder behoefte is aan fysieke winkels. Alom is de verwachting dat de uitval van detailhandelsbedrijven de komende jaren zal blijven doorzetten en niet alleen op verspreide locaties, in aanloopstraten en in de kleinere dorpskernen en buurtwinkelcentra. Op basis van de voor deze rapportage benutte gegevens van de bureaus ETIL en DTNP en visuele waarnemingen constateren we dat dit proces ook bezig is in de hoofdwinkelstraten van de meeste stadcentra, in de centra van regionale en grotere lokale kernen, in wijk- en stadsdeelcentra en in perifere clusters.

De hierboven beschreven vraag- en aanbodontwikkelingen hebben ertoe geleid dat de groeiemarkt, waarin vrijwel elke gemeente aan de slag ging met de ontwikkeling lees uitbreiding van zijn centrumgebied(en) en eventueel aanwezige perifere cluster(s), is omgeslagen in een verdringingsmarkt. De hieruit voortvloeiende schaalvergroting leidt ertoe dat kleinere, zwakkere retailers worden verdrongen.

## 5.2 Verscherpte keuzes onontkoombaar

Gelet op de beschreven ontwikkelingen in de Limburgse winkelstructuur in de afgelopen jaren en de algemene trends en ontwikkelingen is het des te meer verbazingwekkend dat er anno 2015 verspreid over Limburg nog steeds ca. 350.000 m<sup>2</sup> brutovloeroppervlak aan plannen boven de markt hangt. En natuurlijk bestaat een deel van deze geplande groei uit verplaatsingen en uitbreidingen van bestaande bedrijven en natuurlijk biedt de ligging van Limburg ten opzichte van het buitenland kansen voor toevloeiing van buitenlandse koopkracht, het is echter overduidelijk dat het reeds aanwezige overaanbod een onverantwoorde omvang zal aannemen indien al deze plannen gerealiseerd worden.



Er zullen derhalve scherpere keuzes moeten worden gemaakt om het hoofddoel van een evenwichtige en duurzame detailhandelsstructuur te kunnen bereiken. Voor de Detailhandelsvisie Provincie Limburg van februari 2011 impliceert dat deels een bestendinging, deels een aanscherping van doelen en beleidslijnen. Vooraleer we hier puntsgewijze op ingaan merken we het volgende op met betrekking tot de betrokken partijen, zijnde de overheden, vastgoedpartijen en ondernemers. De huidige en nog te verwachten problemen in het Limburgse retaillandschap zijn van een dusdanige omvang dat het lange termijnbelang van een duurzame winkelstructuur nadrukkelijk zwaarder moet wegen dan het korte termijnbelang. Het kan niet meer uitsluitend gaan om het snelle scoren omwille van bekende argumenten als de werkgelegenheid, het op de kaart zetten van de eigen gemeente en/of financiële belangen door grondposities. Voor alle betrokken partijen moeten de urgentie van het maken van keuzes, de noodzaak van het terugdringen van het overaanbod en van het bestrijden van de leegstand helder zijn. Regionale en waar nodig bovenregionale samenwerking door het opstellen van een gezamenlijke visie en het afstemmen van plannen en initiatieven is noodzakelijk, ook vanuit het oogpunt van het behouden van een gezonde winkelstructuur op lokaal niveau. Vanzelfsprekend dienen ondernemers en vastgoedpartijen hierbij nauw betrokken te worden, want uiteindelijk moeten zij inhoud geven aan de visies.

### 5.3 De beleidsuitgangspunten anno 2015

Om de duurzame, evenwichtige detailhandelsstructuur te bereiken zijn naar onze mening de volgende beleidsuitgangspunten van groot belang:

- Er is een omslag nodig in denken en handelen. De focus dient meer dan voorheen gelegd te worden op de verbetering van de kwaliteit van de bestaande winkelvoorraad. Herstructurering van de bestaande winkelstructuur, herontwikkeling van bestaand vastgoed, transformatie naar andere dan winkelfuncties en tevens sanering zullen door alle betrokken partijen gezamenlijk moeten worden opgepakt;
- Dat wil niet zeggen dat er geen enkele nieuwe ontwikkeling meer mogelijk is. Nieuwe ontwikkelingen en uitbreidingen welke daadwerkelijk bijdragen aan de kwaliteitsverbetering van de bestaande centrumgebieden moeten kunnen blijven plaatsvinden, uiteraard onder de voorwaarde van een adequate, reële onderbouwing van de behoefte. Aan nieuwe ontwikkelingen buiten bestaande winkelgebieden, is absoluut geen behoefte, of het nou gaat om nieuwe clusters of om solitaire ontwikkelingen;

- Versterkingen van de kwaliteit van bestaande winkelgebieden, al dan niet middels weloverwogen uitbreidingen, dienen plaats te vinden in dié gebieden welke in regionale en lokale retailvisies als toekomstbestendig zijn benoemd. Grootschalige ontwikkelingen met een regionaal of bovenregionaal invloedsbereik worden alleen toegestaan in de centra van de grote steden en, afhankelijk van de branchering, op de in de regionale visies als kansrijk benoemde perifere clusters met minimaal een regionaal verzorgingsbereik. Daarbij geldt als extra uitgangspunt dat in sterke mate ingezet moet worden op verplaatsingen van bedrijven die nu op zwakke locaties gesitueerd zijn. Voor forse ontwikkelingen met veel nieuw aanbod in de overige PDV-clusters, in de grotere en kleinere kernverzorgende winkelgebieden, in stadsdeelcentra en in de wijk- en buurtcentra is de marktruimte niet aanwezig. Voor kleinschaligere (her-)ontwikkelingen in deze winkelgebieden is altijd plaats, zeker als deze bijdragen aan het compacter maken van deze gebieden;
- Het compact houden en waar nodig compacter maken van de als toekomstbestendig benoemde winkelgebieden is overigens een algemeen uitgangspunt. Het bijvoorbeeld uitplaatsen van een supermarkt naar een randlocatie, laat staan naar een perifere of solitaire locatie, strookt daar niet mee. Juist dit soort winkels zorgen voor de nodige trekkracht, waarvan ook de andere voorzieningen kunnen profiteren.
- Winkelgebieden welke in deze visies als kansarm worden beschouwd zullen wat betreft detailhandel op een actieve manier moeten worden afgebouwd. Bedrijven moeten gestimuleerd worden om te verplaatsen naar de toekomstbestendige winkelgebieden. Samen met eigenaren moet gezorgd worden voor alternatieve invullingen, soms is sloop de beste optie. Bedrijven en eigenaren kunnen dit niet alleen. De gezamenlijke gemeenten in de drie regio's zullen hier samen met de provincie ook aan moeten bijdragen, niet alleen door beleidsmatige instrumenten zoals visievorming, bestemmingsplanwijzigingen en afstemming van plannen, maar ook door flankerend instrumentarium, zoals de leegstandsverordening, verplaatsingssubsidies en vastgoedfondsen.
- Wat voor de kansarme winkelgebieden geldt, geldt des te meer voor het omvangrijke verspreid gesitueerde aanbod. In verband met het belang van het clusteren van detailhandel in sterke voorzieningenclusters ten behoeve van een duurzame retailstructuur zal in versterkte mate moeten worden ingezet op verplaatsing en sanering. Het realiseren van nieuw aanbod op solitaire locaties, op bedrijventerreinen of op slechte clusters dient voorkomen te worden.

- Het noodzakelijk maken van scherpe keuzen moet ook tot gevolg hebben dat de zeer omvangrijke planvolumes nog eens goed tegen het licht moet worden gehouden. Plannen op solitaire locaties of op bedrijventerreinen welke op geen enkele wijze bijdragen aan de versterking van de bestaande structuur en plannen waarvan verwacht mag worden dat die zullen leiden tot problemen elders in de gewenste structuur dienen in principe te worden geschrapt.
- Het uitgangspunt van complementariteit tussen de perifere grootschalige detailhandelsclusters en met name de hoofdwinkelgebieden blijft voor een evenwichtige detailhandelsstructuur van groot belang. De grootschalige detailhandelsclusters dienen gefocust te blijven op doelgerichte aankopen. Maar niet alleen de relatie met de hoofdwinkelgebieden, ook de zorg voor het behoud van sterke boodschappencentra in kernen en in stadsdeel-, wijk- en buurtcentra speelt hierbij een voorname rol. Brancheverbreding op deze perifere locaties welke kan leiden tot problemen elders in de gewenste structuur zal moeten worden voorkomen.

#### 5.4 De visie op de Limburgse detailhandelsstructuur anno 2015

Wat betekenen deze deels aangescherpte beleidsuitgangspunten nu voor de visie in hoofdlijnen op de gewenste detailhandelsstructuur?

Om tot de gewenste evenwichtige en duurzame detailhandelsstructuur te komen zullen de ambities moeten worden bijgesteld. De rode draad in de beleidsuitgangspunten is dat de kwaliteit van de bestaande perspectiefvolle winkelgebieden versterkt dient te worden, waarbij tegelijkertijd in totaliteit gezien de kwantiteit afneemt. Dit kan niet zonder consequenties blijven voor de grote hoeveelheid aan plannen welke nog boven de Limburgse markt hangen. Deze staan in geen enkele verhouding tot de marktmogelijkheden in de Limburgse retail. Voor de diverse onderdelen van de structuur betekent dat het volgende:

- De focus dient in versterkte mate te worden gelegd op de centrumgebieden van de grootste steden, zijnde Maastricht, Heerlen, Sittard, Roermond, Weert, Venlo en Venray. Waar mogelijk dienen deze centra versterkt te worden vooral door herontwikkelingen binnen de gebieden. Gezorgd dient te worden om de trend van de toenemende grootschaligheid in deze centrumgebieden een plek te geven, zeker wat betreft de branches gericht op het recreatieve winkelen. De compactheid van de centra moet worden gestimuleerd, hetgeen tevens inhoudt dat sommige aanloopstraten en randgebieden getransformeerd zullen moeten worden naar andersoortige functies. Overigens blijft voor deze stadscentra gelden dat niet alleen de hoofdwinkelstraten met vooral het filiaal- en grootwinkelbedrijf van belang zijn voor het functioneren, maar ook de direct aangrenzende straten waar vooral het midden- en kleinbedrijf is gevestigd. Van belang is om beide typen straten in een compact gebied met elkaar te verbinden c.q. hier een goede routing tot stand te brengen.



Versterkte focus op binnensteden

- De perifere clusters voor grootschalige detailhandel met minimaal een regionaal verzorgingsbereik kunnen nog wel in enige mate versterkt worden onder de volgende voorwaarden:
  - Kannibalisatie tussen de verschillende perifere clusters dient voorkomen te worden.



Versterking bestaande regionale PDV-clusters

- Voor het grootste deel dient het te gaan om verplaatsingen van bestaand aanbod, bij voorkeur vanaf solitair gelegen locaties of vanaf de kleinschalige clusters op bedrijventerreinen;
- Een verbreding met branches die van groot belang zijn voor het functioneren van de recreatieve hoofdwinkelgebieden en van de meer op boodschappen gerichte centrumgebieden dient te worden voorkomen.

Wij pleiten ervoor om de enorme planvolumes in de periferie in aanzienlijke mate naar beneden bij te stellen, zeker wat betreft de plannen die niet bijdragen aan versterking van bestaande clusters.

Plannen voor solitaire vestigingen en voor (uitbreiding van) ongewenste perifere clusters, zoals het cluster langs de A2 in Gronsveld en de voormalige Macintosh-locatie in Stein, dienen in ieder geval te worden geschrapt. Maar tevens plaatsen wij een vraagteken bij de wenselijkheid en haalbaarheid van de realisatie van het voorziene nieuwe PDV-cluster in



Geen versterking ongewenste perifere ontwikkelingen in Gronsveld

Maastricht, zeker in de beoogde omvang van ruim 60.000 m<sup>2</sup>. En dat geldt wellicht nog meer voor het voorziene GDV-cluster op het Sphinxterrein met een omvang van 30.000 m<sup>2</sup>, mede gezien het moeizame proces in de afgelopen jaren en de non-bereidheid van gevestigde bedrijven om hier naar toe te verplaatsen. Het moge helder zijn dat de (reeds vergunde) uitbreiding van het Makado-centrum in Beek, in feite een regulier centrum op een perifere locatie, niet past binnen deze aangescherpte visie. Overigens werd in de visie van februari 2011 reeds geen versterking van dit centrum nagestreefd.

- Wat betreft de grotere kernverzorgende centra, te weten Vaals, Gulpen, Valkenburg, Geleen, Kerkrade, Hoensbroek, Brunssum, Landgraaf-centrum, Echt, Heythuysen, Nederweert, Blerick, Tegelen, Panningen en Horst, met vooral een lokale en in enkele gevallen een bovenlokale functie, kunnen grootscheepse nieuwe ontwikkelingen de komende jaren niet aan de orde zijn.



Versterking centrum Valkenburg door herontwikkeling

In een aantal van deze centra hebben in de loop der jaren met meer of minder succes reeds versterkingen plaatsgevonden en in de centra van Vaals, Valkenburg, Kerkrade, Brunssum, Blerick en Horst zijn versterkingsplannen in uitvoering of staan deze aan de vooravond van uitvoering.

Voor deze categorie winkelgebieden is het van groot belang om het centrumgebied compact te houden of te maken. Kleinschalige herontwikkelingen welke leiden tot deze doelstelling blijven wenselijk, ook al zou dit gepaard gaan met een beperkte uitbreiding. De focus ten aanzien van de bestrijding van de in bijna alle centra optredende leegstand dient dan ook te liggen op de compacte kernwinkelgebieden. Ook hier zou op een actieve wijze gewerkt moeten worden aan het transformeren van randgebieden/aanloopstraten in andere functies. Er dient vanzelfsprekend te worden voorkomen dat retailers, bijvoorbeeld supermarkten, gaan verplaatsen naar locaties buiten het kernwinkelgebied.

- In de kleinere kernverzorgende centra en in de ondersteunende centra (stadsdeel-, wijk- en buurtcentra) in de zeven grootste gemeenten en enkele kleinere gemeenten, zoals Kerkrade en Brunssum, hebben zoals reeds aangegeven de nodige versterkingen plaatsgevonden in de afgelopen jaren of staan nog ontwikkelingen op de rol. Het neveneffect van al deze ontwikkelingen is dat er een forse overlap van verzorgingsgebieden is en nog verder gaat ontstaan, zeker in de dichtbevolkte regio Zuid Limburg. En daar komen de ontwikkelingen van (mega-)supermarkten op solitaire locaties en op grootschalige perifere locaties nog eens bovenop. Wat nodig is in deze categorieën winkelgebieden is rust. De vraag is

sowieso of al deze centrumgebieden in het geweld van dalende bestedingen en een krimpende en vergrijzende bevolking overeind blijven. Ondanks de investeringen hebben we in hoofdstuk 3 reeds geconstateerd dat de leegstand in deze centra hoog is. Op termijn zal niet ontkomen kunnen worden aan de opschaling van de voorzieningenstructuur op dit niveau, met een aantal grotere, complete centrumgebieden voor dagelijks en frequent benodigd niet-dagelijks aanbod. Het vasthouden aan de huidige wijd vertakte structuur van wijkcentra, buurtcentra en buurtstrips achten wij niet reëel. Voor een gezonde toekomstige voorzieningenstructuur zullen ook op dit niveau scherpe keuzes moeten worden gemaakt en op een actieve manier onderdelen van het huidige voorzieningstelsel moeten worden afgebouwd.



Versterking levensvatbare lokale boodschappencentra



Functieverandering buurtstrips

- Deze actieve inzet op het verminderen van de versnippering van het voorzieningenaanbod blijft net als in de visie van 2011 zeker gelden voor het op verspreide locaties gevestigde aanbod. Gelet op de druk op het functioneren van de bestaande voorzieningencusters achten wij een verdere toename van dit verspreide aanbod zeer ongewenst. Het uit de markt nemen van deze m2 winkeloppervlak is uiteraard niet gemakkelijk en zal veel inzet vergen van alle betrokken partijen, overheden, vastgoedeigenaren en ondernemers.

## **BIJLAGE 1**

### Samenstelling Commissie Retail MKB-Limburg

Paul Berden (voorzitter)	Directeur Berden Mode & Wonen
Sjoerd van Rensch	Directeur Vakgarage G+H en Giant Store Venlo
Wim Cox	Directeur horecabedrijf Cox & Co
Stan Heerschap	Directeur Heerschap Groep BV
Frans Voncken	Directeur Bakkerij Voncken
Michel van Lieshout	Manager Innovatiehuis MKB Keyport 2020
Eric Reubsaet	Adviseur Ruimtelijke Ordening, Ruimtelijke Economie en Bereikbaarheid bij Arvalis BV
Lidy Smit (secretaris)	Beleidsmedewerker verenigingszaken MKB-Limburg



## BIJLAGE 2

Onderstaande teksten zijn afkomstig uit het Provinciaal Omgevingsplan 2014:

Hoofdstuk 6 "Aantrekkelijke Woon- en Leefomgeving", paragraaf 6.3.3. "Dynamisch Voorraadbeheer", Beleidstekst en Toelichting.

### Beleidstekst

"Er zullen gezamenlijke regionale detailhandelsvisies voor Noord-, Midden- respectievelijk Zuid-Limburg opgesteld én uitgevoerd moeten worden. Ze moeten helder maken wat de perspectiefvolle gebieden zijn waarop de focus ligt en welke gebieden juist minder kansrijk geacht worden. Ze maken de positie en profilering van de belangrijkste winkelgebieden duidelijk, ook in relatie tot winkelgebieden in de omliggende gebieden. De visies schetsen ook welke slagen er nodig zijn op het gebied van kwaliteit van de binnensteden en de grootachalige winkelgebieden aan de rand van de steden. Ze omschrijven ook welke stappen er genomen worden om slechte plannen, die niet bijdragen aan de beoogde vernieuwing, waar mogelijk te schrappen".

En verder:

"Onderstaande basisprincipes en spelregels zijn het vertrekpunt voor de regionale visievorming:

- Voor nieuwe winkelgebieden of grotere uitbreidingen van bestaande winkelgebieden met regionale impact is er ruimte als deze aantoonbaar toegevoegde waarde bieden aan de regio, leiden tot versterking van de structuur en de vitaliteit van de binnensteden niet aantasten. Volgens de principes van het dynamisch voorraadbeheer moet de ontwikkeling ervan gepaard gaan met het verdwijnen van bestaande voorraad elders in de regio.
- Nieuwe ontwikkelingen dienen zoveel mogelijk aan te sluiten bij bestaande winkelgebieden. Als er ruimte is voor grotere nieuwe ontwikkelingen, dan heeft vestiging daarvan in de stedelijke centra de voorkeur, eventueel ook in de gebieden die direct daarop aansluiten. Er blijft ruimte voor verantwoorde doorontwikkeling van bestaande winkelgebieden elders in het bebouwde gebied, zolang deze passen bij (de schaal van) het verzorgingsgebied van het betreffende winkelgebied, de vitaliteit van de binnensteden niet aantasten en passen in de regionale visie. In het landelijk gebied, buiten de (dorps-)kernen, willen we helemaal geen nieuwe winkels, met uitzondering van kleinschalige boerderijwinkels.

- We vinden dat winkels in principe niet op bedrijventerreinen thuishoren, behalve al het gaat om verkoop van goederen die zich bij uitstek lenen voor vestiging op zo'n terrein. Op campussen worden detailhandelsbedrijven zonder inhoudelijke of functionele binding met de site uitgesloten.
- We zetten in op compactere winkelgebieden en clustering van winkels.
- Om te voorkomen dat grootschalige winkelgebieden aan de rand van de steden uitgroeien tot "nieuwe binnensteden" bieden we in deze gebieden geen ruimte voor winkels uit branches die bij uitstek thuishoren in de stadscentra (zoals kleding en schoenen). Voor supermarkten die niet (meer) in te passen zijn in binnensteden of de winkelgebieden in wijken en dorpskernen, is in uitzonderingsgevallen vestiging op zo'n terrein mogelijk. Het vraagt wel om een goede afweging, waarbij de onmogelijkheid voor vestiging in een regulier winkelgebied, de impact op de leefbaarheid en een passende (her)invulling van de vrijvallende locatie betrokken worden. In de regionale visies moet hiervoor een gezamenlijke lijn ontwikkeld worden.
- Voor initiatieven voor grotere nieuwe winkelgebieden, winkels of uitbreidingen zal steeds bekeken moeten worden of deze passen binnen de regionale visie. Er vindt daarover regionale afstemming plaats.
- Aan de afweging ligt een ruimtelijk-economische effectenstudie en grondslag. Bij de afweging speelt ook de ladder van duurzame verstedelijking een rol."

### Toelichting

"Winkels horen in principe niet op bedrijventerreinen thuis, behalve als het gaat om verkoop van goederen die zich bij uitstek lenen voor vestiging op zo'n terrein. Bij dat laatste denken we aan detailhandel in volumineuze (auto's, boten, caravans, landbouwvoertuigen, grove bouwmaterialen) en brand- en explosiegevaarlijke goederen (BEVI-proof).

In het landelijke gebied is ruimte voor kleinschalige boerderijwinkels. Daarbij denken we aan winkels met een winkeloppervlak tot zo'n 500 m<sup>2</sup>.

Indicatie reguliere supermarkten: Supermarkten met een winkeloppervlak tot zo'n 2.000 m<sup>2</sup>."