

Ontwikkelingsmogelijkheden winkelvoorzieningen Susteren

Gemeente Echt-Susteren

Concept



Ontwikkelingsmogelijkheden winkelvoorzieningen Susteren

Gemeente Echt-Susteren

Concept

Rapportnummer:	204X00422.071513_3
Datum:	19 juli 2012
Contactpersoon opdrachtgever:	De heer F. Jenniskens
Projectteam BRO:	Tis Kolen, Aiko Mein
Trefwoorden:	Centrumontwikkeling
Bron foto kaft:	Hollandse Hoogte 14
Beknopte inhoud:	De gemeente Echt-Susteren stelt een nieuw bestemmingsplan op voor het centrumgebied van Susteren. Ter onderbouwing geeft BRO een beschrijving van de huidige retailstructuur van Susteren, van de distributie-planologische ontwikkelingsmogelijkheden en van de ruimtelijk-functionele ontwikkelingsrichting van en voor het centrumgebied.

BRO
Hoofdvestiging
Postbus 4
5280 AA Boxtel
Bosscheweg 107
5282 WV Boxtel
T +31 (0)411 850 400
F +31 (0)411 850 401
E info@bro.nl

B | **RO**
Ruimte | om *in* te leven

Inhoudsopgave	pagina
1. SAMENVATTING	3
2. INLEIDING	5
2.1 Aanleiding tot het onderzoek	5
2.2 Vraagstelling	5
2.3 Leeswijzer	6
3. HET RETAILAANBOD IN SUSTEREN	7
3.1 Het aanbod in de gehele gemeente Echt-Susteren	7
3.2 Het retailaanbod in de kern Susteren	8
3.3 Ruimtelijke analyse hoofdwinkelgebied Susteren	10
3.4 Het aanbod in concurrerende kernen	12
4. ECONOMISCH FUNCTIONEREN	15
5. TRENDS EN ONTWIKKELINGEN	19
5.1 Algemene trends en ontwikkelingen	19
5.2 Trends aan de vraagzijde	21
5.3 Trends aan de aanbodzijde	22
5.4 Ruimtelijke hiërarchie	23
5.5 Het detailhandelsbeleid	24
6. NAAR EEN AANTREKKELIJK WINKELAANBOD IN SUSTEREN	27
6.1 De behoefte aan winkelvoorzieningen in de toekomst	27
6.2 Ruimtelijk-functionele aanpassingen	28
6.2.1 De noodzakelijke basiskwaliteiten	29
6.2.2 Toetsing en verbeteringsvoorstellen	30
BIJLAGE	1

1. SAMENVATTING

De gemeente Echt-Susteren heeft, ter voorbereiding van het op te stellen bestemmingsplan, BRO verzocht een studie te doen naar de ontwikkelingsmogelijkheden voor het centrumgebied van de kern Susteren. Uit het onderzoek komt naar voren, dat er kwantitatief gezien nauwelijks mogelijkheden zijn om er nieuwe winkels te vestigen. De aandacht dient derhalve zoveel mogelijk gericht te zijn op het verplaatsen van reeds in Susteren aanwezige winkels naar het centrumgebied.

Een ruimtelijke analyse van het centrumgebied toont aan dat er aan de inrichting van het centrumgebied nog wel een en ander valt te verbeteren. Geconstateerd wordt dat het winkelaanbod in het centrumgebied ruimtelijk gezien weinig samenhang vertoont, zich uitstrekt over een vrij groot gebied en een geringe uitstraling heeft. Ook is de bereikbaarheid van met name de winkels aan de Willibrordstraat niet optimaal en er is sprake van een matige parkeersituatie. Andere punten die opvallen zijn de hoge leegstand van winkels, de geringe verblijfswaarde van het centrumgebied en dat er nauwelijks sprake is van circuitbewinkeling.

Door de gemeente is inmiddels een ontwikkelingsplan opgesteld, waarbij met name op de hoek Feurthstraat, Willibrordusstraat en Marktstraat nieuwe ontwikkelingen zijn voorzien. Onderdelen van dit plan zijn o.a. het realiseren van een nieuw winkelgebouw op de hoek Willibrordusstraat / Marktstraat, het bebouwen met winkels van het parkeerterrein van de Plus supermarkt en een uitbreiding van de Plus supermarkt. Door de realisatie van dit plan zal het centrumgebied van Susteren een compactere vorm krijgen en qua verblijfswaarde een grote sprong kunnen maken. Bij de realisatie van dit plan zijn wel enkele aanvullende ingrepen noodzakelijk om het plan een nog grotere kans van slagen te geven. Genoemd worden:

- Streven naar een zo groot mogelijke concentratie van winkels in een afgebakend compact centrum, bestaande uit het gebied:
 - Willibrordusstraat (beide zijden tot aan de Reinoud van Gelderstraat);
 - Feurthstraat (van plein tot en met de houthandel);
 - De Reinoud van Gelderstraat (de nrs 1 tot en met 11) en
 - Het huidige parkeerterrein van de Plus supermarkt.
- Het naar buiten presenteren van de winkels die aan het parkeerterrein van Plus gerealiseerd moeten worden.
- Het verhogen van de attentiewaarde van de Plus supermarkt aan de Feurthstraat.
- Streven naar de hervestiging van een tweede supermarkt na sluiting van de Jan Linderssupermarkt medio 2013, bij voorkeur een supermarkt complementair aan de Plus. Een discountsupermarkt voldoet hier aan.

- Het realiseren van een extra trekker op de hoek Willibrordusstraat / Reinoud van Gelderstraat. Onderzoek naar de mogelijkheden voor een verplaatsing van Marskramer naar deze locatie.
- Het realiseren van een winkelcircuit (Feurthstraat, doorsteek naar de Reinoud van Gelderstraat, Reinoud van Gelderstraat, Willibrordusstraat).
- Onderzoek naar de mogelijkheden om voldoende parkeerlocaties te realiseren. Aandacht voor het weren van langparkeerders. In totaal zijn minimaal ca. 175 parkeerplaatsen benodigd te realiseren nabij de supermarkten.
- De Marktstraat conform de gebiedsvisie positioneren als een aantrekkelijk verblijfs- en horecagebied.

2. INLEIDING

2.1 Aanleiding tot het onderzoek

In 2009 heeft BRO de ontwikkelingsmogelijkheden voor detailhandel in de kern Susteren in beeld gebracht¹. Aanleiding destijds was het feit dat er binnen het kader van de nieuwe gebiedsvisie voor de kern Susteren en met name het centrumgebied (Willibrordusstraat, Reinoud van Gelrestraat, Swentiboltstraat en Feurthstraat) behoefte bestond aan een actueel overzicht van de ontwikkelingsmogelijkheden. Geconstateerd werd dat er in het centrum van Susteren weinig samenhang was, zowel in ruimtelijke als in functionele zin. Geadviseerd werd derhalve om naast de berekende marktruimte van circa 900 tot 1.400 m² wvo ook ingrepen te doen in de ruimtelijke structuur van het centrumgebied.

Tot op de dag van vandaag is hiervan nog weinig terecht gekomen en lijkt het alsof de tijd heeft stilgestaan. De locaties van de supermarkten kennen meerdere knelpunten en van een concentratie van winkels en andere voorzieningen in nauwelijks sprake. Het is daarom ook van groot belang om de vicieuze cirkel van relatieve stilstand te doorbreken en te komen tot het maken van een nieuw bestemmingsplan dat de ontwikkelingsrichting en de ontwikkelingsmogelijkheden aangeeft.

De insteek van het nieuwe bestemmingsplan is om het centrumgebied van Susteren zowel ruimtelijk als functioneel te versterken. In dit kader wordt er aan gedacht om op de hoek Willibrordusstraat / Marktstraat een nieuwe winkelontwikkeling tot stand te brengen. Een eventuele verplaatsing van huidige Jan Linders supermarkt naar deze locatie wordt daarmee mogelijk gemaakt. Andere elementen van de beoogde versterking van de ruimtelijke-functionele structuur zijn onder meer:

- een uitbreiding van de bestaande Plus supermarkt met 400 m² bvo;
- herontwikkeling van de thans aan de Feurthstraat gelegen leegstaande winkels;
- een omzoming van het parkeerterrein van de Plus supermarkt met nieuwe winkelruimte;
- het realiseren van meer en betere parkeermogelijkheden.

2.2 Vraagstelling

BRO is door de gemeente gevraagd om in verband met de onderbouwing van het bestemmingsplan het door haar in 2009 uitgevoerde onderzoek te actualiseren en de ontwikkelingsmogelijkheden opnieuw in beeld te brengen.

¹ Zie: Susteren, Ontwikkelingsmogelijkheden winkelvoorzieningen, BRO, 16 november 2009.

In het voorliggende rapport zal antwoord gegeven worden op de volgende vragen:

1. *Wat zijn anno 2012 de kwantitatieve en kwalitatieve mogelijkheden om tot uitbreiding van vooral het winkelaanbod in de kern Susteren over te gaan?*
2. *Wat is de wenselijkheid en haalbaarheid van de ruimtelijk-functionele ontwikkelingen die het nieuwe bestemmingsplan voor het centrum van Susteren mogelijk gaat maken voor de consumentenverzorging in en de leefbaarheid van deze kern.*

In het in 2009 opgestelde rapport werd vanuit de distributieve mogelijkheden een realistisch en onderbouwd functioneel programma benoemd voor de verdere ontwikkeling van het centrum van Susteren. Ook bij het nu gevraagde onderzoek en advies zal dit gebeuren, maar de nadruk zal nu meer dan bij het vorige onderzoek liggen op kwalitatieve en ruimtelijk relevante aspecten en minder bij de kwantitatieve berekening van marktruimte. De achtergrond hiervan is de veranderde status van het dpo door de invoering van de Europese dienstenrichtlijn, de ontwikkeling van het omgevingsrecht in Nederland en de jurisprudentie rondom het begrip duurzame ontwrichting. De onderbouwing en beoordeling van detailhandelsplannen dient te geschieden aan de hand van voor de ruimtelijke ordening relevante criteria, economische ordening mag niet aan de orde zijn. Centraal dient te staan of de bewoners hun reguliere aankopen op aanvaardbare afstand kunnen doen, of verloederding wordt voorkomen, er geen verkeersoverlast is etc.

2.3 Leeswijzer

In hoofdstuk 3 wordt een beschrijving gegeven van de huidige detailhandelsstructuur in Susteren. Ingegaan wordt op de functionele samenstelling van het detailhandelsaanbod. Tevens wordt aandacht geschonken aan de ruimtelijke kwaliteiten. De tekortkomingen hierin worden belicht. Tevens wordt ingegaan op de belangrijkste concurrerende winkelgebieden in de directe omgeving. In hoofdstuk 4 wordt een korte analyse gegeven van het huidig economisch functioneren. Aangegeven is hoe de omzetten zich in Susteren hebben ontwikkeld in de afgelopen jaren. Hoofdstuk 5 gaat vervolgens in op allerlei trends en ontwikkelingen die zich momenteel in de detailhandel voordoen. Onder andere komen de toenemende inkopen via internet aan de orde en de beleidslijnen die door hogere overheden op het gebied van detailhandel zijn opgesteld. In hoofdstuk 6 worden de mogelijkheden bezien om het winkelaanbod in Susteren, zowel functioneel als ruimtelijk, te versterken. Ingegaan wordt op de eventueel aanwezige marktruimte en de ingrepen die in de ruimtelijke structuur dienen plaats te vinden om de verblijfswaarde en het functioneren van het centrumgebied te versterken.

3. HET RETAILAANBOD IN SUSTEREN

In dit hoofdstuk wordt een korte beschrijving gegeven van het retailaanbod in de kern Susteren. Voorts zal aangegeven worden hoe het retailaanbod in de belangrijkste woongebieden in de omgeving van de kern Susteren is samengesteld en wat hier de belangrijkste trekkers zijn. In de eerste paragraaf van dit hoofdstuk wordt de omvang van de detailhandel in de gehele gemeente Echt-Susteren beschreven. In de tweede paragraaf wordt nader ingezoomd op het aanbod in de kern Susteren, terwijl de derde paragraaf vooral zal gaan over het aanbod in omliggende woongebieden. De aanbodgegevens zijn afkomstig uit de meest recente Locatus bestanden.

3.1 Het aanbod in de gehele gemeente Echt-Susteren

In de gehele gemeente Echt-Susteren zijn in totaal 202 winkels aanwezig met een totale verkoopvloeroppervlakte van circa 44.500 m² wvo. Het winkelaanbod is als volgt verspreid over de verschillende kernen van de gemeente:

Tabel 3.1 Het winkelaanbod in de gemeente Echt-Susteren.

Kern	Aantal inwoners per 1 januari 2011 ²	Dagelijkse artikelen			Niet-dagelijkse artikelen		
		Aantal winkels	m ² wvo	In %	Aantal winkels	m ² wvo	In %
Echt + Pey*	14.616	33	8.770	70%	98	24.398	76%
Susteren** +	8.068	13	2.397		31	5.225	
Dieteren				19%			16%
Koningsbosch	1.702	4	300	2%	6	1.870	6%
Maria Hoop	1.364	1	30	0%	-	-	-
Nieuwstadt	3.364	4	636	5%	6	430	1%
Roosteren	1.502	3	330	3%	1	125	0%
St. Joost	1.464	1	80	1%	1	70	0%
Totaal	32.080	59	12.543	100%	143	32.118	100%

- inclusief Sleek en Schilberg
- Inclusief Heide

Ongeveer 2/3 van het totaal aantal winkels en circa ¾ van de totale winkeloppervlakte is gevestigd in de kern Echt. In de kern Susteren ligt circa 20% van het winkelaanbod. Het winkelaanbod in de overige kernen is beperkt.

² Gemeente Echt-Susteren

Naar branchering is het winkelaanbod in de gemeente Echt-Susteren als volgt samengesteld:

Tabel 3.2 Winkelaanbod in de gemeente Echt-Susteren per hoofdbranche

Hoofdbranche	Aantal winkels	Omvang in m ² wvo	In %
Levensmiddelen	52	11.443	26%
Persoonlijke verzorging	7	1.100	2%
Dagelijkse artikelen	59	12.543	28%
Warenhuizen	1	865	2%
Kleding en mode	31	5.673	13%
Schoenen en lederwaren	6	1.445	3%
Juwelier / optiek	8	520	1%
Huishoudelijke en luxe artikelen	7	1.568	4%
Antiek en kunst	1	50	0%
Sport en spel	7	2.449	5%
Hobby	3	160	0%
Media	5	531	1%
Dier en plant	21	4.543	10%
Bruin- en witgoed	6	1.272	3%
Fietsen en autoaccessoires	10	1.314	3%
Doe-het-zelf	8	4.285	10%
Wonen	21	6.288	14%
Overige detailhandel	8	1.155	3%
Totaal niet-dagelijks	143	32.118	72%
Totaal detailhandel	202	44.661	100%
Totaal Horeca	104		
Totaal Dienstverlening	78		
Totaal Cultuur	8		
Leegstand	67	11.995	15,2%

Binnen de winkelstructuur van de gemeente Echt-Susteren zijn de hoofdwinkelgebieden van de kernen Echt en Susteren de meest belangrijke centra. In deze centra zijn respectievelijk 131 en 44 winkels aanwezig met een omvang van respectievelijk 33.168 en 7.622 m² wvo.

3.2 Het retailaanbod in de kern Susteren

De kern Susteren is na Echt de grootste woonkern van de gehele gemeente. In de kern Susteren zijn in totaal 44 winkels aanwezig met een totale omvang van circa 7.600 m². Deze winkels hebben voornamelijk een verzorgingsfunctie voor de kernen Susteren, Dieteren en Heide. In de hieronder staande tabel is het retailaanbod in

Susteren per branche aangegeven en tevens uitgesplitst naar het hoofdwinkelgebied en het verspreid liggend aanbod.

Tabel 3.3 Retailaanbod in de kern Susteren.

Hoofdbranche	Hoofdwinkelgebied Susteren		Verspreid in Susteren		Totaal Susteren		Omvang in referentie kernen
	aantal	m ² wvo	aantal	m ² wvo	aantal	m ² wvo	
Levensmiddelen	7	1.820	4	221	11	2.041	2.411
Persoonlijke verzorging	2	356			2	356	387
Dagelijkse artikelen	9	2.176	4	221	13	2.397	2.798
Warenhuizen	-	-	-	-	-	-	149
Kleding en mode	6	520	-	-	6	520	1.002
Schoenen en lederwaren	-	-	-	-	-	-	156
Juwelier / optiek	1	97	-	-	1	97	90
Huishoudelijke en luxe art.	1	289	-	-	1	289	470
Antiek en kunst	-	-	-	-	-	-	44
Sport en spel	-	-	2	175	2	175	305
Hobby	1	50	-	-	1	50	60
Media	2	146	-	-	2	146	124
Dier en plant	4	400	2	1.370	6	1.770	1.625
Bruin- en witgoed	1	210	-	-	1	210	227
Fietsen en autoaccessoires	1	112	1	109	2	221	330
Doe-het-zelf	1	610	2	105	3	715	1.026
Wonen	1	60	4	862	5	922	2.994
Overige detailhandel	1	110	-	-	1	110	298
Totaal niet-dagelijks	20	2.604	11	2.621	31	5.225	8.901
Totaal detailhandel	29	4.780	15	2.842	44	7.622	11.699
Totaal horeca	7		14		21		
Totaal dienstverlening	8		8		16		
Totaal cultuur			1		1		
Leegstand	12	1.886	3	225	15	2.111	

Tot het centrumgebied van Susteren worden gerekend de winkels aan de Dieterderweg (de nrs 1 tot en met 11), de winkels aan de Feurthstraat (de nrs 1 tot en met 34), de winkels aan de Marktstraat (de nrs 2 tot en met 55), de winkels aan de Reinoud van Gelderstraat (de nrs. 1 tot en met 11), de winkels aan de Salvatorstraat (de nrs 1 tot en met 4), de winkels aan de Swentiboldstraat (de nrs. 2 tot en met 6), de winkels aan de Willibrordstraat (de nrs. 1 tot en met 4), Wijnstraat 1 en Molenlaan 32.

De belangrijkste winkels die in Susteren gevestigd zijn, zijn de Plus supermarkt (880 m² wvo) en Jan Linders supermarkt (710 m² wvo), de Kruidvat (300 m² wvo) en de Marskramer (289 m² wvo). De Jan Linders supermarkt zal per 1 juli 2013 gaan sluiten. Buiten het centrumgebied is ook nog een aantal winkels aanwezig, o.a. de die-rensuper Jumper (1.120 m² wvo), enkele winkels op het gebied van woninginrichting en nog een aantal andere zaken.

Vergeleken met kernen met een vergelijkbare omvang (circa 8.000 inwoners) is er in de kern Susteren weinig winkelaanbod. Dit wordt met name veroorzaakt door een veel geringer aanbod in de branche woninginrichting. Ook in de branche kleding en mode blijft het aanbod enigszins achter vergeleken met vergelijkbare woonkernen.

Wanneer het huidige aanbod in de kern Susteren vergeleken wordt met het aanbod in het jaar 2009 blijkt dat er in de tussenliggende jaren per saldo circa 400 m² wvo is toegevoegd. Dit wordt met name veroorzaakt door het feit dat de grote dierenwinkel Jumper in Dieteren nu is meegerekend en in 2009 niet. In het aanbod van doe-het-zelf winkels is het aanbod sterk afgenomen. Mogelijk betreft het hier een administratieve wijziging. In de andere branches zijn de verschillen beperkt. Wel is opvallend dat in 2012 beide schoenezaken zijn verdwenen.

Het aanbod in de kern Susteren kan vooral getypeerd worden als een aanbod dat zich vooral richt op de dagelijkse goederen (boodschappen doen). Van recreatief winkelen en van doelgericht winkelen is nagenoeg geen sprake.

3.3 Ruimtelijke analyse hoofdwinkelgebied Susteren

Ook in de ruimtelijk-functionele structuur hebben zich de afgelopen jaren niet veel wijzigingen voorgedaan. Hieronder zijn de belangrijkste conclusies omtrent de ruimtelijke inrichting van het centrum gegeven.

- Het winkelaanbod is zeer verspreid gelegen en strekt zich uit over een groot gebied dat globaal wordt begrensd door de Feurthstraat, Reinoud van Gelderstraat, Marktstraat.
- Het plein waar de Feurthstraat, Marktstraat, Willibrordusplein en de Dieterdeweg uitkomen vormt een verdeelpunt van het verkeer in het centrumgebied. Eenmaal op het plein aangekomen zijn de Marktstraat en de Feurthstraat goed bereikbaar. De Willibrordusstraat is – als gevolg van het eenrichtingverkeer – slechts bereikbaar via een omweg naar de Feurthstraat, Swentiboldstraat en de Reinoud van Gelderstraat. Dit maakt de supermarkt van Jan Linders vanuit het Plein minder goed bereikbaar.
- Slechts op de hoek Feurthstraat / Willibrordusstraat / Reinoud van Gelderstraat is sprake van enige concentratie. Hier bevinden zich de 2 supermarkten Plus en Jan

Linders, de Expert, Kruidvat en nog enkele andere – min of meer afzijdig gelegen – winkels.

- Naast deze winkels is er – in afwachting van nieuwe ontwikkelingen - ook veel leegstand.
- De houthandel die aan de Feurthstraat gevestigd is levert geen bijdrage aan de verblijfskwaliteit van het centrum van Susteren.
- Naast het parkeren langs de straat zijn er in het centrum van Susteren 2 parkeerlocaties. Het gaat hierbij in eerste instantie om het parkeerterrein bij de Plus supermarkt (die overigens na sluitingstijd afgesloten wordt) met een capaciteit van circa 50 parkeerplaatsen. Daarnaast zijn er tegenover de supermarkt van Jan Linders nog een 35-tal parkeerplaatsen, hetgeen aan de krappe kant is.
- Het pand van supermarkt Plus heeft aan de zijde van de Feurthstraat weinig uitstraling. Het betreft hier een dode gevel. De ingang naar de Plus supermarkt onttrekt zich van de Feurthstraat en is bereikbaar via de parking achter de Feurthstraat.
- De Marktstraat heeft een belangrijke horeca- en verblijfsfunctie. Ook is er een aantal winkels gevestigd, zoals Marskramer, Hubo, en een optiekzaak. Deze liggen vrij verspreid in de Marktstraat. Aan het eind van Marktstraat is enige horeca geconcentreerd. Langs de gehele Marktstraat kan geparkeerd worden. De Marktstraat kent een prettige verblijfswaarde.
- Aan de Reinoud van Gelderstraat bevindt zich een kleine winkelstrip met daarin naast Kruidvat, een tweetal modewinkels, een slijter, een boekhandel en een kapper. Deze strip is vanaf het plein gezien niet zichtbaar en heeft derhalve nauwelijks relatie met de overige winkels.
- Van een heldere voetgangersrouting in het centrum van Susteren is geen sprake.



Links de leegstaande winkels aan de Feurthstraat.



Rechts: de Plus gevel, weinig opvallend

3.4 Het aanbod in concurrerende kernen

In deze paragraaf komt het aanbod in omliggende kernen aan de orde. De belangrijkste met het centrum van Susteren concurrerende winkelgebieden zijn het winkelaanbod in de kern Echt, het aanbod in de kern Sittard van de gemeente Sittard-Geleen, het aanbod in de Belgische gemeente Maaseik en de Duitse gemeente Tuddern. In de bijlagen is het winkelaanbod in Echt en Sittard nader gespecificeerd.

De kern Echt (incl. Pey)

In de kern Echt zijn in totaal ruim 130 winkels aanwezig met een gezamenlijke omvang van ruim 33.000 m² wvo. Hiervan zijn er 67 winkels met in totaal 15.364 m² gevestigd in het centrumgebied. Belangrijke trekkers in de kern Echt zijn de Hema (865 m² wvo), de C&A (1.100 m² wvo) en de Gamma (2.900 m² wvo). Binnenkort vestigt zich Action. Het centrumgebied van Echt bevindt zich op een afstand van circa 6 km (10 autominuten) van het centrum van Susteren.

Met het uitgebreider aanbod op het gebied van kleding, schoenen en lederwaren, juwelier en optiek en huishoudelijke artikelen heeft het winkelaanbod in de kern Echt veel meer een recreatieve waarde dan het winkelaanbod in Susteren. Ook is er in Echt veel meer horeca gevestigd dan in Susteren. Het winkelaanbod in Echt kent zowel recreatief gerichte bezoeken als bezoeken gericht op het doen van boodschappen en het doelgericht bezoeken van winkels.

De kern Sittard van de gemeente Sittard-Geleen

Ook het winkelaanbod in de kern Sittard (gemeente Sittard-Geleen) kent een hoog recreatief karakter, met name het centrumgebied. Ook op het gebied van boodschappen doen en doelgericht winkelen zijn er in Sittard veel winkels gevestigd. Vanuit het centrum van Susteren is de afstand tot het centrum van Sittard ongeveer circa 10 kilometer, overeenkomend met een reistijd van circa 15 autominuten.

Een groot deel van het winkelaanbod in de kern Sittard ligt in het centrumgebied. Met name voor het recreatief winkelen bezoeken veel inwoners van Susteren het centrumgebied van Sittard.

Roermond

Het op ca. 20 km van Susteren gelegen Roermond heeft een zeer ruim winkelaanbod. Op loopafstand van de historische binnenstad is het Designer Outlet Center gelegen dat zeer veel bezoekers trekt, met name uit Duitsland. Verder beschikt Roermond nog over een uitgebreid perifeer winkelaanbod bestaand uit het Retailpark, de Huis- en tuinboulevard en de Woonboulevard (Sijben e.o.). In deze perifere winkelclusters zijn eerdere (zeer) grootschalige winkels gevestigd zoals Media Markt, Intersport, Intratuin, woonwinkel Sijben en meerdere supermarkten.

De Belgische gemeente Maaseik

Ook het centrumgebied van Maaseik is een aantrekkelijk centrum. In de gehele gemeente liggen in totaal circa 250 winkels met een totale omvang van ruim 47.000 m² wvo. Het centrum telt in totaal ruim 130 winkels van in totaal ruim 25.000 m² wvo. Een groot deel hiervan betreft winkels in de niet-dagelijkse sector (meer dan 100 met een totale omvang van circa 17.500 m² wvo). Verder zijn er in het centrumgebied 30 winkels in dagelijkse artikelen met een totale omvang van ruim 8.000 m² wvo. In het centrum is sprake van tamelijk veel leegstand.

Het belangrijkste uitbreidingsproject dat hier de afgelopen jaren is gerealiseerd betreft het winkelproject Kloosterbempden. In dit winkelcentrum, dat nabij het centrumgebied van Maaseik is gelegen, zijn veel ketens aanwezig, doch de leegstand is ook bijzonder groot. Het centrum van Maaseik ligt op een afstand van circa 10 kilometer. Per auto komt dat overeen met een reistijd van circa 15 minuten.



Links: het centrum van Maaseik

Rechts: Kloosterbempden

De Duitse gemeente Tuddern

Op korte afstand van Susteren ligt in de Duitse grensgemeente Tuddern een groot koopcentrum: het 'Nah Versorgungszentrum Tuddern'. In dit centrum is een drietal supermarkten gevestigd (Aldi, Lidl en Rewe). Naast deze supermarkten is er een aantal Textiel-discounters gevestigd, een dierenspecialzaak, een drogistij en een 1 € discountwinkel. Ook is er enige horeca en een carwash. Dit winkelcentrum wordt door veel Nederlanders uit de grensstreek, waaronder vanuit Echt-Susteren bezocht. Ten tijde van de inventarisatie had circa de helft van het aantal auto's een Nederlands nummerbord. Navraag bij bezoekers gaf aan dat dit winkelcentrum vooral bezocht wordt vanwege de prijs, kwaliteit en omvang van het assortiment. De afstand van Susteren naar Tuddern is niet groot. Via de regionale weg K1 is de afstand naar Tuddern slechts circa 8 kilometer, overeenkomend met een reistijd van circa 12 minuten.

De Duitse gemeente Waldfeucht

Ook in het Duitse Waldfeucht bevindt zich een regionaal koopcentrum. Dit centrum heeft veel gelijkenis met het koopcentrum in Tuddern, maar is lang niet zo groot. In dit centrum zijn 2 supermarkten gevestigd (Aldi en Rewe) en enkele andere winkels. Dit centrum wordt veel minder door Nederlanders bezocht dan het koopcentrum in Tuddern. De afstand vanuit Susteren naar dit koopcentrum bedraagt circa 15 kilometer, overeenkomend met circa 15 autominuten.



Links: koopcentrum Tuddern



Rechts: koopcentrum Waldfeucht

4. ECONOMISCH FUNCTIONEREN

In dit hoofdstuk wordt ingegaan op het koopgedrag van de inwoners van Susteren (waar doen zij hun boodschappen en waar winkelen zij) en wat betekent dit voor het economisch functioneren van de winkels in Susteren op dit moment.

Aantal inwoners primaire verzorgingsgebied van Susteren in 2012

Zoals in tabel 3.1 is aangegeven telde de gemeente Echt-Susteren in 2011 ruim 32.000 inwoners, waarvan er ruim 6.000 in de kern Susteren wonen, ruim 1.100 in Heide en ruim 800 in de kern Dieteren. Deze 3 kernen vormen het primaire verzorgingsgebied van het centrum van Susteren. Het primaire verzorgingsgebied heeft daarmee een omvang van 8.068 inwoners.

De bestedingen per hoofd van de bevolking

Uit statistieken van het HoofdBedrijfschap Detailhandel³ blijkt dat Nederlanders jaarlijks per hoofd van de bevolking voor circa € 2.240,- exclusief BTW uitgeven aan dagelijkse goederen. Aan niet-dagelijkse goederen is dat ongeveer € 2.580,-.

Inkomens in Susteren

Het gemiddeld besteedbaar inkomen van inwoners van de gemeente Echt-Susteren lag in 2009 circa 2%⁴ onder het gemiddeld inkomen in geheel Nederland. In de distributie-planologie is het gebruikelijk om een correctie op de bestedingcijfers toe te passen wanneer de gemiddelde inkomens meer dan 5% afwijken van de gemiddelden in het gehele land. Daar dit in de gemeente Echt-Susteren niet het geval is, worden op de landelijke bestedingcijfers geen locatie-specifieke wijzigingen aangebracht.

Koopstromen Susteren

De koopkrachtbinding in Susteren wordt nu iets lager ingeschat in 2009 is gedaan. Dat betekent dat voor de dagelijkse sector een koopkrachtbinding in de kern Susteren (incl. Heide en Dieteren) is verondersteld van circa 60 à 65%; voor niet-dagelijkse goederen wordt uitgegaan van een binding van circa 30%. Bij de inschattingen van de koopkrachtbinding zoals die destijds zijn gedaan, is geen rekening gehouden met de effecten van internet. De aankopen via internet zijn de afgelopen jaren in een sterke stroomversnelling gekomen, waardoor het aannemelijk is dat de in 2009 veronderstelde koopkrachtbindingscijfers nu lager liggen. Met name geldt dit voor de koopkrachtbinding op het gebied van niet-dagelijkse goederen en in mindere mate voor dagelijkse goederen. Zo is uit het koopstromenonderzoek van de

³ Bron: Omzetkengetallen ten behoeve van ruimtelijk-economisch onderzoek, HBD, augustus 2011.

⁴ Bron: CBS, Regionale kerncijfers Nederland.

Randstad⁵ gebleken dat momenteel reeds circa 12 à 13% van de bestedingen op het gebied van niet-dagelijkse goederen via internet besteed wordt. Op het gebied van dagelijkse goederen is dat nog maar 1%. Voor deze branche geldt echter dat de aanstaande sluiting van Jan Linders een reden is om lager te gaan zitten.

Naast omzet van de bevolking in de kernen Susteren, Heide en Dieteren worden de winkels in Susteren ook bezocht door mensen die buiten het primaire verzorgingsgebied wonen. Zoals in de rapportage van 2009 reeds is aangegeven zullen ook inwoners van nabijgelegen kernen voor een deel van hun boodschappen gericht zijn op winkels in Susteren. Zeker wanneer er in die kernen onvoldoende aanbod is. Hierbij gaat het met name om de kernen Roosteren en Nieuwstadt, maar wellicht ook van verder weg. De omzettoevloeiing vanuit deze kernen, andere gebieden buiten Susteren en vanuit het toerisme wordt ingeschat op circa 30% in de dagelijkse sector en op circa 25% in de niet-dagelijkse sector.

Economisch functioneren

Op basis van bovenstaande cijfers kan een indruk verkregen worden van de omzetten die in de kern Susteren gerealiseerd worden en van de omzet per m²wvo (vloerproductiviteit). Dit laatste is een indicator voor het economisch functioneren van de winkels.

Tabel 4.1 Berekening omzetten in de detailhandel in Susteren, 2012, excl. BTW.

	Dagelijkse artikelen	Niet-dagelijkse artikelen
Aantal inwoners	8.068	8.068
Bestedingen per hoofd	€ 2.240,-	€ 2.580,-
Bestedingspotentieel (€ mln.)	18,1	20,8
Koopkrachtbinding	60 à 65%	Ca 30%
Gebonden koopkracht (€ mln.)	10,9 – 11,8	6,2
Koopkrachttoevloeiing (incl. toerisme) (€ mln.)	30%	25%
	4,7 -5,1	2,3
Omzet (€ mln.)	15,6 - 16,9	8,5
Aanwezig metrage wvo	2.397 m ²	5.225 m ²
Omzet per m ² wvo	€ 6.510,- 7.050	€ 1.630,-
Referentieomzet landelijk	€ 6.910,-	€ 1.960,-

Wanneer de omzetcijfers per m² wvo vergeleken worden met de landelijk gemiddelden, blijkt dat de winkels in Susteren op het gebied van dagelijkse goederen rond het landelijke gemiddelde functioneren. Op het gebied van niet-dagelijkse goederen liggen de omzetten iets onder het niveau van het landelijk gemiddelde, maar de aanwezigheid van een ruim aanbod in de branche plant en dier verklaart dit. Het aanbod in deze sector functioneert als rekening gehouden wordt met de branchesamenstelling normaal.

⁵ Bron: Randstad Koopstromenonderzoek 2011, Hoofrapport

De omzetten per m² wvo sinds 2009 zijn ongeveer gelijk aan de in de rapportage van 2009 berekende cijfers als rekening gehouden wordt met het feit dat destijds is uitgegaan van bestedingscijfers inclusief BTW en nu, conform afspraken tussen HBD en adviesbureaus van bestedingscijfers exclusief BTW. Exclusief BTW werd in 2009 op het gebied van dagelijkse goederen een theoretische omzet per m² wvo gerealiseerd van € 6.980,- en op het gebied van niet-dagelijkse goederen van circa € 1.560,-.

5. TRENDS EN ONTWIKKELINGEN

De dynamiek in de Nederlandse detailhandel is groot. Er zijn enkele leidende trends en ontwikkelingen te onderscheiden die van toepassing zijn op vrijwel alle branches en winkelgebieden. De belangrijkste trends worden hierna kort benoemd; ze zijn onderverdeeld in vier categorieën: algemene trends en ontwikkelingen, trends aan de vraagzijde, trends aan de aanbodzijde en trends in de ruimtelijke hiërarchie.

5.1 Algemene trends en ontwikkelingen

Serieuze dreiging van sterk toenemende leegstand

In diverse publicaties wordt de verwachting uitgesproken dat de leegstand in winkelgebieden de komende jaren verder zal gaan toenemen. Hiervoor zijn verschillende oorzaken aan te geven. Voor een toenemend aantal deelgebieden en gemeenten in Nederland is er de komende jaren (decennia) een bevolkingskrimp te verwachten. Dat geldt ook voor een aantal gemeenten in de provincie Limburg, waaronder de gemeente Echt-Susteren. Het kopen via internet neemt sterk toe en de daling van het consumentenvertrouwen en de daaruit voortvloeiende daling van de bestedingen geven aan dat de dreiging van een sterke toename van de leegstand van winkels in de komende jaren een belangrijke rol zal gaan spelen in de winkelplanning in Nederland.

Binnen dit kader hebben diverse belangenorganisaties, waaronder het Hoofdbedrijf-schap Detailhandel, CBW-Mitex, het Planbureau voor de leefomgeving, grote vraagtekens gezet bij een verdere groei van het winkelaanbod in Nederland⁶. In sommige toekomstscenario's wordt al uitgegaan van een toename van de leegstand in Nederland tot circa 20% van de winkelvoorraad. Een en ander betekent dat in de toekomst bij eventuele toekomstige uitbreidingen van het winkelaanbod steeds meer gelet dient te worden op de toegevoegde waarde hiervan ten opzichte van het bestaande aanbod. Dit is ook nadrukkelijk naar voren gekomen in het rapport 'Provincie Limburg, visie op de detailhandelsontwikkelingen', (Kamer van Koophandel Limburg 2010).

Winkelen als vorm van vrijetijdsbesteding staat onder druk

De hoeveelheid vrije tijd van Nederlanders is de afgelopen decennia ongeveer gelijk gebleven. De mogelijkheden om deze tijd te besteden, zijn daarentegen enorm toegenomen. Het recreatieve winkelcentrum concurreert met de bioscoop, het café, attractiepark of museum. Daarnaast besteden we onze tijd buitenshuis aan familiebezoek, vakantie, sport en evenementen. Doordat we mobieler zijn, zijn de verschil-

⁶ Zie onder andere: Rapport Retail 2020, Re'structure; CBW-Mitex, november 2010.

lende mogelijkheden om onze spaarzame tijd te besteden ook dichterbij gekomen. Wel zijn we kritisch op de verhouding prijskwaliteit. De klantentrouw staat onder druk. Belevingsaspecten van winkelcentra worden steeds belangrijker en zullen hun vertaalslag dienen te krijgen in het bestaande winkelaanbod.

Verwachtingspatroon wordt bepaald door het bezoekdoel

Het verwachtingspatroon van consumenten wordt ingegeven door het bezoekdoel. Boodschappen moeten snel en eenvoudig kunnen worden gedaan. Het liefst parkeert de consument daarbij zo dicht mogelijk bij de winkel. Ook laagfrequente aankopen moeten efficiënt plaatsvinden. Gaat de consument om te kijken, te vergelijken en te snuffelen, dan besteedt hij daar meer tijd aan, maar stelt ook hogere eisen aan comfort, sfeer en gezelligheid. Immers, het gaat om de emotie, de belevenis.

De retail reageert op de veranderende consument

De traditionele winkelhiërarchie staat op de helling. Binnen de detailhandel leiden vooral de trends van schaalvergroting, specialisatie en filialisering, technologische ontwikkelingen, de behoefte aan ruimere openingstijden en internet tot veranderingen in de verschijningsvorm van de winkel (fysieke winkels, webwinkels, cross channel). Nieuwe elementen (Factory Outlet Centra) en leisure en retailconcepten zijn in opkomst; detailhandel wordt steeds meer gecombineerd met horeca en leisure. Verder wordt de binnenstad hergewaardeerd, met name door de functiemenging die hier van oudsher al sterk aanwezig was. Maar ook de positie van stadsdeelcentra, wijkcentra, buurtcentra is aan verandering onderhevig mede door de toenemende concurrentie tussen deze winkelgebieden en de gevolgen van internet. Ook stadsdeelcentra worden multifunctioneler, met meer horeca, leisure en andere functies.

Koopzondagen

Uit onderzoek van Q&A Research & Consultancy uit 2009 evenals uit onderzoek van BRO blijkt dat de koopzondag aan populariteit wint. Uit BRO onderzoek (2009) blijkt dat ca. 34% van de uitgaven van Nederlanders op zondag kunnen worden bestempeld als extra uitgaven. Dit zijn bestedingen die anders niet worden gedaan of bestedingen die anders terecht komen in andere sectoren, zoals bijvoorbeeld attractieparken of in de horeca. De overige 66% van de uitgaven kan gezien worden als bestedingen die door de consument 'verschoven' worden van de andere weekdays naar de zondag. Vooral (grote) recreatieve winkelgebieden zijn in trek op koopzondag.

Ook in het recentelijk verschenen Koopstromenonderzoek van de Randstad⁷ is ruim aandacht besteed aan de koopzondag. De belangrijkste conclusies uit dit onderzoek was dat de oriëntatie op de koopzondag vergeleken met 2004 is toegenomen. Het

⁷ Bron: Randstad Koopstromenonderzoek 2011.

aandeel dat zegt nooit op zondag te winkelen is gedaald van 56 procent in 2004 naar 34 procent in 2011.

Op dit moment wordt momenteel op basis van de avondwinkelregeling jaarlijks een loterij gehouden onder de supermarkten in de gehele gemeente. Dit houdt in dat in sommige jaren in Susteren geen van de supermarkten zondags open kan zijn. Een oplossing kan gevonden worden door de zondagopenstelling te baseren op de toeristische status van de gemeente. Hierbij moet aangegeven worden in hoeverre de gemeente gezien kan worden als een toeristische gemeente. Aspecten die hierbij meespelen zijn:

- het aantal toeristische overnachtingen naar verblijfsvorm;
- bezoekersaantallen van recreatieve voorzieningen met een bovenlokale functie;
- de omvang van het lokale horeca aanbod;
- het economisch belang van toerisme (inkomsten, bedrijvigheid, werkgelegenheid);
- de gemeentelijke ambities op gebied van toerisme en recreatie;
- de zondagsrust;
- de leefbaarheid, veiligheid en de openbare orde.

5.2 Trends aan de vraagzijde

De dynamiek in de detailhandel en andere publieksgerichte voorzieningen en de verwachtingen omtrent de toekomstige ontwikkeling bieden belangrijke aanknopingspunten voor de visievorming. In deze paragraaf zijn de relevante trends aan de vraagzijde op een rij gezet.

Trends bij consumenten

Het totale aantal consumenten zal in Nederland de eerstkomende jaren niet veel veranderen. Wel is de samenstelling aan verandering onderhevig. De belangrijkste veranderingen zijn:

- Vergrijzing en ontgroening: meer ouderen en (relatief) minder jongeren. De seniorenmarkt wordt steeds belangrijker. Bereikbaarheid en parkeermogelijkheden in centrumgebieden zullen daarom in de toekomst steeds belangrijker worden.
- Cultureel en etnisch: een toenemend aantal bewoners van buitenlandse afkomst met andere consumptiegewoonten die soms ook worden overgenomen door autochtone Nederlanders.
- Huishoudensituatie: minder traditionele gezinnen, meer alleenwonenden en tweepersoonshuishoudens.
- Inkomensverschillen nemen toe door de grotere groep ouderen (vaak met goede pensioenen), instroom van allochtonen en een toenemend aantal beneden-modaal.

- Arbeidspatronen: door de toegenomen arbeidsparticipatie (tweeverdieners, werkende eenpersoonshuishoudens) neemt de druk op vrije tijd toe waardoor andere voorkeuren ontstaan in koopgedrag.

Niet alleen de consument verandert, ook het koopgedrag. Door ervaring en de overvloed aan informatie is de hedendaagse consument kritisch. Men is vooral op zoek naar waarde. In het koopgedrag wordt, naast de prijs, steeds meer rekening gehouden met factoren als tijd, inspanning, gemak en plezier. Vooral de factor tijd is van invloed op het koopgedrag en de winkelkeuze ten aanzien van het boodschappen doen.

5.3 Trends aan de aanbodzijde

- **Internet** is een belangrijk communicatiemiddel voor de consument. Voor de retailer vormt de opkomst van internetwinkelen enerzijds een bedreiging, anderzijds een kans. Steeds meer winkelketens openen een webshop. Daarnaast creëren webwinkels in toenemende mate fysieke afhaalpunten in bestaande winkelgebieden. In de toekomst functioneren fysiek winkelen en virtueel winkelen naast elkaar (cross channel). Zo wordt in een onderzoek van ABN/AMRO en CBW-Mitex⁸ aangegeven dat in 2011 de fysiek kopende consument met 54,5% nog de grootste kopersgroep is en dat online kopers goed zijn voor 10,4%. In 2011 koopt 35,2% zowel online als offline (cross channel kopers). ABN/AMRO en CBW-Mitex verwachten dat deze verhouding de komende jaren gaat veranderen. In 2015 zullen de meeste consumenten cross channel kopers zijn, namelijk 54,1%. Dit gaat zowel ten koste van de online en de offline kopers. Ondanks deze cijfers zullen de fysieke winkels (in combinatie met e-commerce) een belangrijke rol in het retaillandschap blijven spelen. Met de recente fusie tussen Ahold en Bol.com wordt reeds sterk ingespeeld op deze combinatie.

Tabel 5.1 Verhouding on-, offline en multi channel kopers in 2011 en 2015

	2011	2015
Online kopers	10,4%	8,8%
Offline kopers	54,5%	37,2%
Cross channel	35,2%	54,1%
Totaal	100,0%	100%

In 2010 hadden de internetverkopen (online en multi channel) reeds een omvang van € 8,2 miljard en vormden circa 10% van de totale detailhandelsverkopen⁹. In 2005 hadden de internetverkopen nog maar een omvang van € 2,2 mil-

⁸ Cross channel retail, de toekomst (2015), ABN/AMRO, CBW-MITEX, november 2011.

⁹ Bron: Detailhandel en Beleid, een continue wisselwerking; Planbureau voor de Leefomgeving, november 2011.

jard en vormden nog maar circa 2,8% van de totale detailhandelsverkoop. In een periode van 5 jaar zijn de internetverkoop derhalve verviervoudigd!

CBW-Mitex voorziet een sterke groei van het aantal consumenten dat online aankopen doet¹⁰. Jones Lang LaSalle¹¹ verwacht een daling van 7% tot 9%, voornamelijk in de aanloopstraten van centrale winkelgebieden. Als gevolg van de groei in online winkelen zal de vraag naar winkelruimte de komende jaren afnemen. Anderzijds zullen in de toekomst door de combinatie van fysieke winkels en internetactiviteiten (cross channel) nieuwe kansen ontstaan voor succesvol ondernemen.

- **Schaalvergroting zet door:** De schaalvergroting in supermarkt- en themagericht aanbod (sport, bruin- en witgoed), als ook in de horeca, zet onverminderd door. Dit zien we ook in de modebranches.
- **Tegentrend van schaalverkleining en specialisatie:** Tegenover de schaalvergroting is tegelijk een trend van schaalverkleining en (super)specialisatie waar te nemen. Er duiken winkels op met een zeer specialistisch of bijzonder assortiment.
- **Branchevervaging:** Sector- en branchevervaging zijn duidelijk herkenbaar. Voorbeelden van branchevervaging zijn de verkoop van boeken, DVD's en computers in supermarkten en CD's in boekwinkels. Ook moet hierbij gedacht worden aan totaalconcepten, bijvoorbeeld op het gebied van koken, waar zowel woondecoratie, linnen- en serviesgoed, keukengerei als levensmiddelen verkocht worden.
- **Opleving dorps-, wijk-, en stadsdeelcentra:** Er is een opleving gaande van dorps-, wijk- en stadsdeelcentra. Het aanbod in deze centra wordt meer geconcentreerd en vooral de supermarkten maken een schaa sprong. Steeds vaker wordt gekozen voor de renovatie en uitbreiding van dit type centra.
- **Expansie ketens:** De filialisering in de detailhandel zet gestaag voort. Er zijn verschillende nieuwe ketens die zich willen vestigen in Nederland (waarbij in het verleden het succes nogal wisselend is geweest) en daarnaast breiden gevestigde ketens het aantal filialen uit.
- **Parkeren en bereikbaarheid worden belangrijker:** Het aantal auto's neemt snel toe. Datzelfde geldt voor het autogebruik. Het belang van een goede autobereikbaarheid en parkeergelegenheid neemt daardoor voor winkelvoorzieningen toe. 'No parking, no business'.

5.4 Ruimtelijke hiërarchie

Onder invloed van de vraag- en aanbodontwikkelingen is de traditionele winkelhiërarchie langzaam komen te veranderen. Het kaartbeeld verschuift steeds verder naar een functionele hiërarchie. Daarin zijn niet meer de ligging, omvang en verzorgingsgebied de centrale begrippen voor de typering van een winkelgebied, maar

¹⁰ Bron: Onderzoek Retail 2020, CBW-Mitex, november 2010.

¹¹ Retail Market Special 2009. Jones Lang LaSalle, 2009

gaat het meer om de kwalitatieve en functionele invulling van een centrum en om ruimere openingstijden van de winkels ('s avonds, zondag). Globaal zijn in deze functionele hiërarchie de volgende centra te benoemen:

- Centra met basisvoorzieningen: **de boodschappencentra**. Hoge dichtheid, gericht op gemak, voornamelijk boodschappen, supermarkten als trekker. Gemak, efficiëntie, regelmatig bezoek en nabijheid zijn in verband met de vergrijzing van de bevolking steeds belangrijkere kernbegrippen.
- **Stadsdeelcentra en grotere dorpscentra**: Boodschappen doen en recreatief winkelen op beperktere schaal (efficiënt recreatief winkelen) worden hier gecombineerd. Compactheid, compleetheid, overzichtelijkheid en bekendheid zijn kernbegrippen. Lokale ondernemingen kunnen hierbij voor de benodigde uniciteit zorgen. Klanten komen specifiek bij deze winkels voor kwaliteit, service persoonlijke benadering en specialisme. Maar de consument vraagt daarnaast tevens om de aanwezigheid van de bekende landelijke formules.
- **Grootschalige clusters**: gericht op laagfrequente aankopen, vervangingsaankopen, woninginrichting, doe-het-zelf, tuincentra, enz. Gemak, helderheid, parkeren en bereikbaarheid zijn kernbegrippen.
- **Binnensteden**: hier staat het recreatieve winkelen centraal. De consument komt hier om zich te ontspannen en te vermaken. Voor het winkelen is de branchegroep mode & luxe daarbij de basis. Naast modewinkels zorgen andere luxe producten, zoals juwelier, boeken, media, cosmetica voor een totaal pakket. Vermaak, sfeer, verrassing zijn kernbegrippen.
- **Trafficlocaties** worden een steeds belangrijkere aankoopplaats. Dit is begonnen met de komst van winkels op grote vliegvelden. Deze trend zet zich door andere locaties, zoals trein- en busstations. De grotere NS-stations hebben al een ruim aanbod aan winkels, zoals Amsterdam en Leiden CS. Andere stations zullen volgen.

5.5 Het detailhandelsbeleid

De Europese Dienstenrichtlijn

De Europese Dienstenrichtlijn heeft als doel de concurrentie tussen dienstverrichters van lidstaten te bevorderen. In de Dienstenrichtlijn zijn economische vestigingseisen verboden. Zo kunnen winkels niet worden geweigerd op basis van gebrek aan (economische) marktruimte, of het failliet gaan van andere winkels. Voorschriften inzake ruimtelijke ordening en stedenbouw of het gebruik van land vallen niet onder de Dienstenrichtlijn. Hier liggen immers geen economische criteria aan ten grondslag. Het is en blijft dus toegestaan bestemmingen aan gronden toe te kennen. De Dienstenrichtlijn staat voorwaardelijke kwantitatieve of territoriale beperkingen toe, bijvoorbeeld op basis van bevolkingsomvang of de minimale afstand tussen dienstverrichters.

Dergelijke beperkingen zijn toegestaan mits:

- geen onderscheid naar nationaliteit plaatsvindt (discriminatieverbod);
- eisen gerechtvaardigd zijn om dwingende reden van algemeen belang (noodzaak);
- eisen geschikt zijn om het nagestreefde doel te bereiken en niet verder gaan dan nodig is (evenredigheid).

In de jurisprudentie komt, in lijn met hetgeen in de Europese Dienstenrichtlijn staat, steeds naar voren dat het feit dat bestaande winkels meer concurrentie ondervinden of zelfs failliet gaan, niet relevant is bij de beoordeling van winkelplannen. Deze verdringing kan in feite als een gezonde ontwikkeling worden gezien. In de jurisprudentie over duurzame ontwrichting is de consument het uitgangspunt: deze dient op aanvaardbare afstand de geregelde aankopen te kunnen doen¹².

Het Rijksbeleid

Met de komst van de Nota Ruimte in 2006 is het detailhandelsbeleid gedecentraliseerd, waardoor provincies en gemeenten verantwoordelijk zijn voor een nadere uitwerking van het ruimtelijke beleid. De Nota Ruimte vervangt het locatiebeleid voor voorzieningen en bedrijven (ABC-locatiebeleid) en het locatiebeleid voor Perifere en Grootschalige Detailhandelsvoorzieningen (PDV/GDV) door een integraal locatiebeleid voor voorzieningen en bedrijven. Hiermee is de mogelijkheid ontstaan voor de provincies om af te stappen van de strikte branchebeperkingen ten aanzien van detailhandel in gebieden buiten de reguliere centra. In eerste instantie leken de provincies het oude overheidsbeleid ten aanzien van detailhandel te continueren, maar verschillende provincies wijken hier nu toch van af.

Provincie Limburg

In het thans vigerende Provinciaal Omgevingsplan Limburg (POL) is het ruimtelijke beleid voor de detailhandel opgenomen in de vorm van algemene regels. Het POL maakt een onderscheid tussen stadsregio's en landelijk gebied. Voor de stadsregio's is aangegeven dat er een goede balans moet zijn tussen de winkelvoorzieningen in de binnenstad, de verzorgingsstructuur van wijken en buurten en grootschalige detailhandel op perifeer gelegen stedelijke dienstenterreinen (bedrijventerrein, maar niet voor grootschalige productie- en distributiebedrijven). Het stadscentrum heeft vooral een functie voor recreatief, vergelijkend winkelen. In woonwijken vinden winkelvoorzieningen voor dagelijkse aankopen plaats en op bedrijventerreinen detailhandel voor minder frequent benodigde, doelgerichte aankopen.

Over detailhandel in het landelijk gebied stelt het POL dat alle kernen ruimte kunnen bieden aan kleinschalige detailhandel en supermarkten met een lokaal of regionaal verzorgende functie. Grootschalige detailhandel is toegestaan in de grotere

¹² Bron: Dynamiek door Beleid, Hoe de overheid de winkelmarkt stimuleert; DTNP in opdracht van CBW-Mitex en HBD, 26 april 2011.

kernen als de functie is toegespitst op het regionaal verzorgingsniveau en deze winkels geen bedreiging vormen voor detailhandelsvoorzieningen in de nabijgelegen stadsregio's. Het uitgangspunt in het POL is dat deze winkels worden gevestigd in de bebouwde kom, bij voorkeur in of aansluitend aan het winkel- of voorzieningengebied. Winkels horen niet thuis op lokale bedrijventerreinen, aldus het POL, maar uitzonderingen worden gemaakt o.a. voor verplaatsing van reeds lokaal gevestigde autobedrijven, bouw- en tuincentra en boerenbondwinkels.

6. NAAR EEN AANTREKKELIJK WINKELAANBOD IN SUSTEREN

In dit hoofdstuk wordt aandacht besteed aan de vraag naar winkelvoorzieningen en de meest wenselijke samenstelling hiervan in de kern Susteren. Vervolgens zal ingegaan worden op de meest noodzakelijke aanpassingen in de ruimtelijke structuur teneinde een voor de consument aantrekkelijk centrumgebied te realiseren.

6.1 De behoefte aan winkelvoorzieningen in de toekomst

Voor het inschatten van de toekomstige behoefte aan winkelvoorzieningen in de kern Susteren is eerst van belang te weten hoe de bevolkingsomvang zich de komende jaren zal gaan ontwikkelen. In haar bevolkingsprognose van 2008-2040 geeft de provincie Limburg¹³ aan dat in het jaar 2016 in de gehele gemeente Echt-Susteren 31.366 mensen zullen wonen. Voorts voorspelt zij voor de jaren daarna een jaarlijkse bevolkingsafname van circa 0,5 à 0,75%. Doorrekening hiervan levert voor 2020 een bevolkingsomvang op van circa 30.800 in het jaar 2020 en van circa 30.000 in het jaar 2025. Het provinciale cijfer voor 2016 stemt vrij nauwkeurig overeen met bevolkingsprognoses zoals die recentelijk door Etil zijn opgesteld. Etil komt voor het jaar 2015 uit op een bevolkingsomvang van circa 32.000 inwoners¹⁴. Voor de jaren daarna verwacht zij een verdere daling tot circa 31.500 in 2020 en tot circa 31.000 in 2025. De provincie verwacht in deze jaren respectievelijk 30.800 en circa 30.000 inwoners.

In het vervolg van deze nota zal uitgegaan worden van de cijfers zoals die recentelijk door Etil zijn opgesteld. Deze zijn immers van een meer recente datum dan de cijfers van de Provincie Limburg. Wanneer er vervolgens vanuit wordt gegaan dat het aandeel van de bevolking van Susteren, incl. Heide en Dieteren op de totale bevolking van Echt-Susteren gelijk zal blijven (circa 25,1%), wordt voor het primaire verzorgingsgebied een bevolkingsomvang verwacht van circa 8.030 in 2015, van circa 7.900 in 2020 en van 7.500 in het jaar 2025.

Naast de invloed van de bevolkingsprognose voor het primaire verzorgingsgebied is voor de bepaling van de wenselijke omvang van het winkelaanbod ook de verdere groei van de internetbestedingen van belang. Verwacht wordt dat dit ongetwijfeld zijn invloed zal hebben op de koopkrachtbinding. Immers toenemende internetaankopen zullen tot gevolg hebben dat er door de lokale bevolking minder besteed wordt in de winkels.

¹³ Bron: Bevolkingsprognose Limburg 2008-2040, Maastricht, Limburg (2008)

¹⁴ Bron: Etil, Bevolkings- en huishoudensprognose Limburg, Progneff (2010)

Hier staat tegenover dat met de toenemende vergrijzing ook de oriëntatie van de bevolking op de eigen winkels mogelijk iets toeneemt. Verder wordt uitgegaan van een versterking van het winkelaanbod, het verblijfsklimaat en de parkeermogelijkheden. Weliswaar gaat een van de beide supermarkten sluiten, maar als deze winkel met ene moderne maatvoering terug komt of er komt een andere formule terug, dan zal dat een positief effect hebben op de koopstromen. Met name de vestiging van een moderne discounter kan zorgen voor minder kopkrachtafvloeiing (met name naar Tuddern) en meer koopkrachttoevloeiing vanuit bijvoorbeeld België. In de gehanteerde koopstroompercentages is met zo'n versterking rekening gehouden.

Tabel 6.1 Berekening wenselijke omvang van detailhandel in de kern Susteren.

	2020		2025	
	Dagelijkse artikelen	Niet-dagelijkse artikelen	Dagelijkse artikelen	Niet-dagelijkse artikelen
Aantal inwoners	7.906	7.906	7.530	7.530
Bestedingen per hoofd	€ 2.240,-	€ 2.580,-	€ 2.240,-	€ 2.580,-
Bestedingspotentieel (€ mln.)	17,7	20,4	16,9	19,4
Koopkrachtbinding	70-75%	32,5%	70-75%	32,5%
Gebonden omzet(€ mln.)	12,4-13,3	6,6	11,8-12,7	6,3
Aandeel omzet van buiten	30%	30%	30%	30%
Koopkrachttoevloeiing (€ mln.)	5,3 – 5,7	2,8	5,1 – 5,4	2,7
Omzet (€ mln.)	17,7-19,0	9,4	16,9-18,1	9,0
Omzet per m ² wvo (2012)	€ 6.910,-	€ 1.620,-	€ 6.910,-	€ 1.620,-
Haalbaar metrage (m ² wvo)	2.560-2.750	5.800 m ²	2.450-2.620	5.555
Aanwezig metrage wvo 2012	2.397 m ²	5.225 m ²	2.397 m ²	5.225 m ²
Verschil (m ² wvo)	160 - 350	575	50 - 220	300 m ² wvo

Bovenstaande berekeningen tonen aan dat, bij een consolidatie van de gemiddelde omzetten per m² wvo, er in de komende jaren een bescheiden marktruimte voor een uitbreiding van het winkelaanbod is. Dat wil overigens niet zeggen dat er de komende jaren geen ingrepen in het winkelaanbod meer mogen plaats vinden. Het tegendeel is waar. Zoals in paragraaf 3.3 reeds is aangegeven is de ruimtelijke kwaliteit van het centrumgebied van Susteren onder de maat en zal bij een handhaving daarvan alleen maar leiden tot een toename van de koopkrachtafvloeiing. In de volgende paragraaf wordt aandacht hieraan besteed.

6.2 Ruimtelijk-functionele aanpassingen

Voor het toetsen van de ruimtelijke kwaliteiten van het centrumgebied van Susteren en de voorstellen die hiertoe zijn ingediend ter verbetering hiervan (zie inleiding) wordt gebruik gemaakt van een overzicht van basiskwaliteiten waaraan centrumge-

bieden dienen te voldoen, willen zij voor de consument een aantrekkelijk verblijfsmilieu kunnen bieden. De consument hecht immers niet alleen waarde aan de kwaliteit van de winkels, maar ook aan de winkelomgeving. Als de consument hier niet tevreden over is, is hij al snel geneigd om naar een verder weg gelegen winkelcentrum te rijden. De toenemende mobiliteit stelt hem hiertoe in staat. Een prettig verblijfsklimaat in een centrumgebied is derhalve een noodzakelijke voorwaarde voor een goed functionerend winkelgebied. Vervolgens zal getoetst worden in hoeverre de huidige kwaliteiten en de voorgestelde wijzigingen hierin voldoen aan de benodigde basiskwaliteit en welke aanvullende verbeteringen eventueel wenselijk zijn.

6.2.1 De noodzakelijke basiskwaliteiten

Voor de toekomstige ruimtelijke vormgeving van centrumgebieden is een aantal uitgangspunten van groot belang:

- Winkels willen het liefst zo dicht mogelijk bij elkaar zitten. Winkels kunnen dan profiteren van combinatiebezoek, terwijl de aantrekkingskracht van centrumgebieden (hoe meer winkels en hoe meer functies bij elkaar: hoe meer bezoekmotieven) daarmee wordt vergroot.
- Het centrumgebied dient duidelijk afgebakend te worden. Dit voorkomt een te grote spreiding van winkels en aanverwante functies over een te groot gebied. Bij een te grote spreiding van centrumfuncties komt de gewenste synergie tussen winkelfuncties in gevaar.
- Naar binnen gekeerde (introverte) winkelcentra onttrekken zich aan het oog van de consument. Winkelcentra dienen een sterke relatie te hebben met de omgeving waarin zij zijn gelegen. Voorkomen moet worden dat consumenten winkelcentra 'onopgemerkt' voorbij rijden. Winkelcentra dienen derhalve extrovert gericht te zijn.
- Trekkers dienen gelokaliseerd te zijn op strategische locaties in het centrumgebied. Dit levert loopstromen op, waar andere winkels hun voordeel mee kunnen doen.
- Binnen het centrumgebied zijn zichtlijnen zeer belangrijk. Middels zichtlijnen kan de interesse opgewekt worden om ook winkels om de hoek te bezoeken.
- Lange winkellinten zijn niet prettig voor de consument. Zij zijn te lang (te lange loopafstanden) om kennis te nemen van het complete winkelaanbod. Winkelcircuits (winkelrondjes) voorzien hier wel in. Tevens is de consument niet verplicht om dezelfde route terug te nemen en wordt hem meer variatie geboden in zijn bezoek aan een winkelcentrum.
- Bereikbaarheid en parkeren zijn ook van groot belang voor het functioneren van centrumgebieden van kleinere gemeenten. Juist in dit opzicht kunnen zij zich onderscheiden van de centrumgebieden in de grotere steden. Het parkeren dient zo gemakkelijk mogelijk en indien mogelijk ook gratis, gemaakt te worden. Parkeerlocaties dienen zo dicht mogelijk bij het centrum gelegen te zijn en dienen het startpunt te zijn voor de routing in het centrumgebied. Hetzelfde

geldt voor andere bronpunten (busstation, treinstation). Doorgaans wordt er van uitgegaan dat supermarkten een parkeerbehoefte hebben van 5 à 6 parkeerplaatsen per 100 m² bvo; andere winkels hebben een parkeerbehoefte van 3 parkeerplaatsen per 100 m² bvo.

- Voorts moeten op parkeerlocaties die bestemd zijn voor winkelbezoek langparkeerders geweerd worden. Middels parkeerregulering en handhaving daarvan is dat in de hand te houden (bijvoorbeeld parkeerkaart)
- Schaalvergroting beperkt zich niet alleen tot perifeer gelegen winkelgebieden, maar speelt ook in de reguliere winkelcentra: veel winkelondernemingen hebben voor hun formules meer ruimte nodig dan voorheen. Dit zal in winkelcentra gefaciliteerd moeten worden.
- Winkelcentra kennen vaak verschillende deelmilieus (multifunctionaliteit). Zo is er het A1 winkelgebied waar de belangrijkste winkels (o.a. de ketens) gevestigd zijn, zijn er de zijstraten waar zich vooral de lokale, zelfstandige winkeliers gevestigd hebben, kunnen er een of meerdere horeca-clusters zijn, zijn er gebieden waar de culturele functies zich geconcentreerd hebben en zijn er ook dwaalgebieden, waar een zeer grote menging voorkomt van allerlei functies in een kleinschalige omgeving.
- Centrumgebieden zijn de huiskamer van de autochtone bevolking van plaatsen en gemeenten en hebben een belangrijke ontmoetingsfunctie. Om deze functie waar te maken zal de openbare ruimte een goede kwaliteit moeten hebben en vooral herkenningspunten moeten hebben.
- Verkeersvrije c.q. verkeersluwe winkelstraten leveren een grote bijdrage aan de verblijfskwaliteit van centrumgebieden. Met name geldt dit voor de grotere, echt op recreatief winkelen gebaseerde winkelcentra. Ook voor kleinere winkelgebieden kunnen verkeersvrije c.q. verkeersluwe winkelstraten van toegevoegde waarde zijn. Wel dienen hiervoor in de plaats gunstig gelegen, grote parkeerlocaties voorhanden te zijn. Daarnaast zal ook de branchering van verkeersvrije winkelstraten zich moeten aanpassen aan het feit dat in deze straten niet meer voor de deur geparkeerd kan worden. Dit vereist derhalve een sterke scheiding tussen recreatief winkelen en winkels die doelgericht bezocht worden of boodschappenwinkels.
- Nadrukkelijk dient er naar gestreefd te worden om uitbreidingen van centrumgebieden zoveel mogelijk aan te laten sluiten op het reeds bestaande centrum en bestaande loopstromen. Het komt te vaak voor dat door uitbreidingen van centrumgebieden de ontwikkeling van een centrum te veel in een bepaalde richting getrokken wordt, waardoor het centrum zijn ruimtelijk evenwicht verliest.

6.2.2 Toetsing en verbeteringsvoorstellen

In de vorige paragraaf zijn de ruimtelijke basiskwaliteiten genoemd waaraan winkelcentra dienen te voldoen willen zij aantrekkelijk zijn voor de consument. In deze paragraaf zal getoetst worden in hoeverre het centrumgebied van Susteren en de

voorgestelde wijzigingen hieraan voldoet en welke maatregelen eventueel nog wenselijk zijn om een voor de consument prettig verblijfsmilieu te realiseren.

Concentratie van winkels

Het centrum van Susteren kenmerkt zich door een grote mate van spreiding van winkels in het centrum. Van een compact centrum is niet of nauwelijks sprake. In de voorstellen die zijn ingediend wordt gestreefd naar een verdere concentratie van winkels rondom het plein en op de huidige parkeerplaats van de Plus supermarkt. Daartoe kan o.a. de hoek Feurthstraat / Marktstraat herontwikkeld worden en mogelijk ingevuld worden door een supermarkt met een moderne maatvoering, bij voorkeur een supermarkt die zich richt op een ander marksegment dan de Plus. Gedacht kan worden aan een discounter als Lidl of Aldi, Voorts zullen aan de randen van het Plus parkeerterrein nieuwe winkels gerealiseerd kunnen worden, waardoor de mate van concentratie in het centrumgebied sterk zal toenemen.

Wel dient rekening gehouden te worden met het feit dat er slechts beperkt markt-ruimte is om de nieuw te realiseren winkelruimtes te vullen met nieuwe winkels. Gestreefd zal derhalve moeten worden naar zoveel mogelijk vergroting van bestaande winkels en verplaatsingen van verspreid gevestigde winkels naar de nieuw te realiseren winkelruimten.

Naar een afgebakend compact centrumgebied

Het streven naar een hogere mate van concentratie van winkels in het centrumgebied van Susteren betekent dat in het nieuw op te stellen bestemmingsplan duidelijk aangegeven zal moeten worden waar zich het winkelgebied in het centrum van Susteren zich bevindt. Te verplaatsen en eventueel nieuw toe te voegen winkels zouden zich bij voorkeur in dit gebied moeten vestigen. Om te voorkomen dat er een te grote spreiding van winkels zal gaan plaats vinden zal het winkelgebied afgebakend moeten worden. Voorgesteld wordt om dit gebied als volgt te omkaderen:

- Willibrordusstraat (beide zijden tot aan de Reinoud van Gelderstraat);
- Feurthstraat (van plein tot en met de houthandel);
- De Reinoud van Gelderstraat (de nrs 1 tot en met 11) en
- Het huidige parkeerterrein van de Plus supermarkt.

Hoe meer winkels zich in het voorgestelde winkelgebied in het centrum van Susteren zich zullen vestigen, hoe groter de aantrekkingskracht van het centrum wordt. Uitdrukkelijk dient hierbij vermeld te worden dat het niet in de bedoeling ligt om op andere locaties in het centrum winkels te verbieden.



Ontwikkelingsmogelijkheden voorzieningen Susteren

VISIEKAART

- Centrumgebied
- Kernwinkelgebied
- Bebouwing
- (her)ontwikkellocaties
- Trekker
- Subtrekker
- P Parkeren
- 🚚 Laden en lossen

Van introvert naar extrovert

Het alleen realiseren van een hogere mate van concentratie en een afgebakend winkelgebied in het nieuwe plan is echter niet voldoende. In het centrum van Susteren zal ook in de presentatie van het winkelgebied aandacht besteed moeten worden. In de huidige planvorming zijn de voorgestelde winkels op het parkeerterrein van Plus zeer introvert gericht. Dat wil zeggen dat op het plein en aan de Feurthstraat duidelijk herkenbaar gemaakt moet worden dat zich hier een concentratie van winkels bevindt. En dat geldt ook voor de winkels aan de Reinoud van Gelderstraat. Het realiseren van een doorbraak van het huidige Plus parkeerterrein naar de Reinoud van Gelderstraat zal de aan deze straat gelegen winkels optimaal kunnen ontsluiten. Ook zullen aan de gevel van de huidige Plus supermarkt de nodige aanpassingen verricht moeten worden om de attentiewaarde van deze supermarkt en de naast gelegen winkels te verhogen.

Strategische positionering trekkers

De belangrijkste trekkers van het centrumgebied van Susteren zijn de beide supermarkten. Naast deze supermarkten zijn er ook enkele andere bekende filiaalbedrijven in het centrum van Susteren (zoals Kruidvat, Expert, Marskramer) die enige aantrekkingskracht uitoefenen. Met name Marskramer is op een locatie aan de Marktstraat gevestigd die nauwelijks enige relatie heeft met het vormende winkelgebied. De Marktstraat valt immers buiten het voorgestelde winkelgebied. Om de aantrekkingskracht van het voorgestelde winkelgebied te versterken, verdient het aanbeveling de mogelijkheden van verplaatsingen van winkels die aan de Marktstraat of elders in Susteren gevestigd zijn, te onderzoeken. Belangrijk in deze is de hoek Reinoud van Gelderstraat / Willibrordusstraat. Toevoegen van nog een trekker op deze locatie (naast Expert) zou een belangrijke bijdrage kunnen leveren aan het ontsluiten van de winkels aan de Reinoud van Gelderstraat.

Zichtlijnen belangrijk

Een van de grootste tekortkomingen van het centrumgebied van Susteren is het feit dat er nauwelijks relatie is tussen de verschillende delen van het centrumgebied en dat oriëntatie ontbreekt. Zo onttrekken zich de winkels aan het Reinoud van Gelderplein en de winkels aan de Willibrordusstraat zich nagenoeg geheel van het plein en de Feurthstraat. Zij zijn niet of nauwelijks zichtbaar.

Met de voorgestelde afbakening van het winkelgebied van het centrum van Susteren dienen de onderlinge relaties tussen de verschillende delen zuidelijk zichtbaar gemaakt te worden. Dit kan gerealiseerd worden door:

- Het realiseren van een doorbraak vanuit het parkeerterrein bij de Plus naar de Reinoud van Gelderstraat en bij deze doorbraak ook duidelijk aan te geven dat zich aan de Reinoud van Gelderstraat nog verschillende aantrekkelijke winkels zich bevinden.

- De hoek Reinoud van Gelderstraat / Willibrordusstraat duidelijk markeren met (naast Expert) nog een trekker. Een eventuele verplaatsing van Marskramer naar deze locatie kan de relatie van de winkels aan de Reinoud van Gelderstraat met het voorgestelde winkelgebied sterk verbeteren.



Mogelijkheden aan de Reinoud van Gelderstraat

Bereikbaarheid en parkeren

Een belangrijk aandachtspunt voor de bereikbaarheid van het voorgestelde winkelgebied in het centrum van Susteren is het realiseren van een parkeerroute om het winkelgebied. Deze parkeerroute zal als volgt vorm gegeven kunnen worden: Feurthstraat, Swentiboldstraat, Reinoud van Gelderstraat en Willibrordusstraat.

Vanaf deze parkeerroute zullen de parkeerplaatsen bereikbaar en duidelijk aangegeven moeten zijn. Met name geldt dat voor de parkeerlocatie bij de huidige Plus supermarkt, maar ook voor de parkeerplaatsen die bij de nieuw te realiseren winkelruimte op de hoek Feurthstraat / Willibrordusstraat gerealiseerd zal worden.

Voorts verdient het aanbeveling om het parkeren zo gemakkelijk mogelijk te maken en gratis te houden. Met name voor kleine centrumgebieden die zich voornamelijk richten op dagelijkse artikelen is het gratis parkeren van essentiële betekenis. Hiermee kan men zich immers onderscheiden ten opzichte van grotere centrumgebieden. Wel verdient het aanbeveling om een parkeerregulering in te voeren, waarbij alleen kort parkeren mogelijk is (bij voorbeeld blauwe zone). Hiermee kan voorkomen worden dat in het centrumgebied werkenden hun auto parkeren op parkeerplaatsen die bedoeld zijn voor winkelbezoekers. Voor de langparkeerders zal elders gezocht moeten worden naar geschikte locaties.

Van belang is tevens dat er voldoende parkeerplaatsen aanwezig zijn. Indien verondersteld wordt dat er in het voorgestelde winkelgebied in totaal circa 5.000 m² bvo winkelaanbod¹⁵ aanwezig zal zijn, waaronder twee supermarkten is er alleen al voor

¹⁵ 2 supermarkten van in totaal ca. 2.500 m² wvo, en 1.500 m² wvo overige winkels. Wvo = ca. 80% van de bvo.

het winkelaanbod naar inschatting van BRO een parkeercapaciteit benodigd van zeker 175 parkeerplaatsen (uitgaande van ca. 3,5 pp per 100 m² bvo).

Grotere winkelruimten noodzakelijk

Bij de vormgeving van en de interne verkaveling van het afgebakende winkelgebied zullen tevens mogelijkheden aanwezig moeten zijn voor 'grotere' winkels. Immers schaalvergroting is ook een proces dat zich in kleinere centrumgebieden voordoet. Hierbij wordt niet gedacht aan grootschalige winkels, zoals die vaak op perifere locaties worden aangetroffen. Voor het centrumgebied van Susteren zal naast de benodigde oppervlakte voor de beide supermarkten al gauw tot 2.500 m² nodig zijn (2 x ca. 1.250 m² vvo). Daarnaast zal ook ruimte geboden moeten worden aan enkele winkels met een omvang van circa 250 tot 400 m² vvo.

Zelfstandige ondernemers gewenst

In het centrum van Susteren is reeds een aantal ketens gevestigd. Naast deze ketens zijn kwalitatief hoogwaardige zelfstandige ondernemers van groot belang voor het onderscheidend vermogen van kleinere centra. Voorkomen dient te worden dat zich in het nieuwe centrumplan uitsluitend ketenbedrijven zullen vestigen. Ook voor zelfstandige ondernemers (bakker, slager, delicatessen, viswinkel, reform, lunchroom, enz.) dient hiervoor plaats te zijn.

Horecagebied aan de Marktstraat

Het afgebakende winkelgebied zal vooral moeten bestaan uit winkels en winkelondersteunende functies (zoals bijvoorbeeld een lunchroom, cafetaria, enz.). Voor zelfstandig functionerende horeca functioneert de Marktstraat reeds als zodanig. In de Marktstraat is enige concentratie van horeca aanwezig op het pleintje bij de Winkelstraat. Ook de ruimtelijke inrichting van dit gebied leent zich bijzonder voor horeca en in de gebiedsvisie van de gemeente is het ook als verblijfs- en horecagebied aangewezen.



Links: De Marktstraat een gezellige dorpsstraat

Rechts: het plein aan de Marktstraat met horeca.

Huiskamer van de bevolking

In het nieuw te vormen winkelgebied in het centrum van Susteren zijn weinig herkenningspunten voor de autochtone bevolking. Reden te meer om de Marktstraat in zijn huidige vorm te handhaven en mogelijk nog verder te versterken als dorpsstraat met een aantrekkelijke verblijfswaarde. De hierboven voorgestelde horecafunctie aan het einde van de Dorpsstraat bevordert de ontmoetingsfunctie van dit gebied.

Verkeersluwe winkelstraten

Ten einde het verblijfsklimaat in de belangrijkste winkelstraten in het centrum van Susteren te versterken, kan overwogen worden om delen hiervan verkeersluw te maken. Dat wil niet zeggen dat de auto uit deze straten geweerd zal worden, maar wel dat de voetganger en de fietser in deze straten prioriteit hebben boven de automobilist. De auto is in deze straten als het ware te gast. Hierbij gaat het met name om de Feurthstraat, de Willibrordusstraat en de Marktstraat.

Aansluiting op bestaande onderdelen van het centrumgebied

Door de realisatie van het voorgestelde winkelgebied in het centrum van Susteren worden de verschillende onderdelen van het centrumgebied meer op elkaar afgestemd. Van samenhang is veel meer sprake dan in de huidige situatie. Wel verdient het aanbeveling om ook aan de ruimtelijke kwaliteit van de Reinoud van Gelderstraat enige verbeteringen aan te brengen, waardoor ook dit deel van het winkelgebied aan aantrekkelijkheid wint.

BIJLAGE

Tabel B1: Winkelaanbod in de kern Echt

	Echt		
	Aantal	m ² wvo	gem. wvo per winkel
Levensmiddelen	28	8.026	287
Persoonlijke verzorging	5	744	149
Dagelijkse artikelen	33	8.770	266
Warenhuis	1	865	865
Kleding en mode	23	5.008	218
Schoenen en lederwaren	6	1.445	241
Juwelier en optiek	7	423	60
Huishoudelijke en luxe artikelen	5	1.184	237
Antiek en kunst	1	50	50
Sport en spel	5	2.274	455
Hobby	-	-	-
Media	3	385	128
Dier en plant	10	2.163	216
Bruin- en witgoed	5	1.062	212
Fietsen en autoaccessoires	7	1.028	147
Doe-het-zelf	5	3.570	714
Wonen	14	4.296	307
Detailhandel overig	6	645	108
Niet-dagelijkse artikelen	98	24.398	249
Totaal detailhandel	131	33.168	253
Totaal horeca	55		
Totaal leegstand	47	8.454	

Tabel B2: Winkelaanbod in de kern Sittard van de gemeente Sittard-Geleen

	Kern Sittard		
	Aantal	m ² wvo	gem. wvo per winkel
Levensmiddelen	28	8.026	287
Persoonlijke verzorging	5	744	149
----- dagelijkse artikelen	33	8.770	266

Warenhuis	1	865	865
Kleding en mode	23	5.008	218
Schoenen en lederwaren	6	1.445	241
Juwelier en optiek	7	423	60
Huishoudelijke en luxe artikelen	5	1.184	237
Antiek en kunst	1	50	50
Sport en spel	5	2.274	455
Hobby	-	-	-
Media	3	385	128
Dier en plant	10	2.163	216
Bruin- en witgoed	5	1.062	212
Fietsen en autoaccessoires	7	1.028	147
Doe-het-zelf	5	3.570	714
Wonen	14	4.296	307
Detailhandel overig	6	645	108
----- niet-dagelijkse artikelen	98	24.398	249

Totaal detailhandel	131	33.168	253

