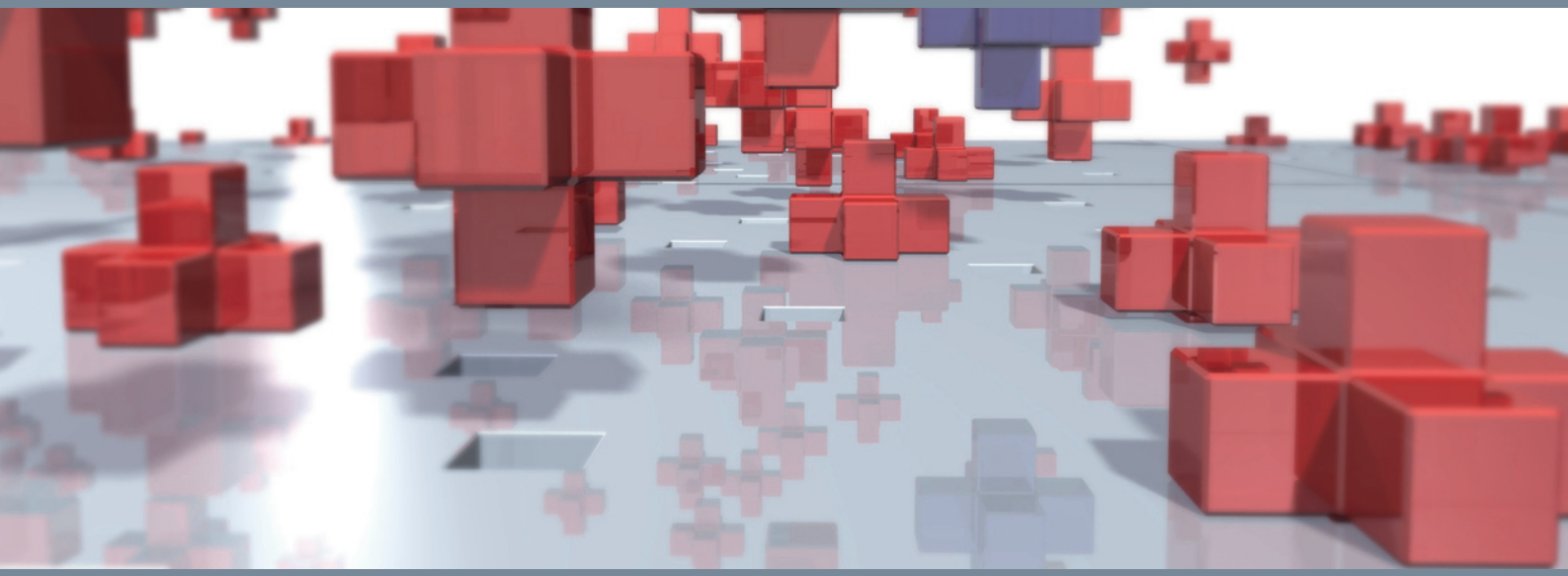
Nederweert, bijlagenrapport detailhandelsstructuurvisie centrum 2015

Gemeente Nederweert



BRO
Ruimte om *in* te leven

Inhoudsopgave pagina

1. INLEIDING **3**
1.1 Aanleiding 3
1.2 Doelstelling en vraagstelling 4
1.3 Leeswijzer 5

2. CONCLUSIES ONDERZOEKEN **7**
2.1 Conclusies ruimtelijk-functionele effectenanalyse 7
2.2 Conclusies consumentenonderzoek 8
2.3 Conclusies ondernemersonderzoek 9
2.4 Overzicht sterke en zwakke punten 10

3. UITGANGSPUNTEN EN DOELSTELLINGEN VISIE **13**

4. SAMENVATTING SCENARIOTOETS **21**
4.1 Inleiding 21
4.2 Samenvattend 22
4.3 Voorkeursscenario BRO: voor- en nadelen 25
4.4 Alternatieven 30

5. GEWENSTE ONTWIKKELINGSRICHTING COLLEGE **33**

1. INLEIDING

1.1 Aanleiding

Het centrum van Nederweert is te typeren als een echt dorpscentrum met een sterke boodschappenfunctie voor de inwoners van de eigen gemeente. De aanwezige vier supermarkten bepalen sterk de trekkracht van het centrum, maar daarnaast is er toch een redelijk compleet pakket aan andere soorten winkels, horeca en dienstverlening aanwezig. Zoals wel vaker bij dorpscentra het geval is, is het publieksgerichte aanbod in Nederweert-centrum sterk verspreid gevestigd, met name langs de Kerkstraat en de Brugstraat: de publieksgerichte functie worden afgewisseld met woonpanden. Dat is voor het functioneren van de winkels niet optimaal, maar het geeft het centrum ook wel weer een eigen sfeer. Een centrale vraag voor de visie in dit licht is in hoeverre een verdere indikking van het centrum (concentratie publieksgerichte functies) gewenst, maar zeker ook haalbaar is. Die haalbaarheid wordt bepaald door de uitgangssituatie (kwaliteiten en knelpunten in de aanbodstructuur, vastgoedverhoudingen, etc.), maar ook door de (algemene, regionale en lokale) ontwikkelingen in vraag en aanbod (koopgedrag, bevolkingsontwikkeling, schaalvergroting, e-commerce, plannen en initiatieven, etc.) en tenslotte door het beleid (met name ook van de provincie).

Bovendien…
De detailhandel heeft enkele tumultueuze jaren achter. De winkelbestedingen zijn gedaald door de economische crisis, de perikelen op de woningmarkt en de opkomst van e-commerce. Daarnaast was er ook nog sprake van dynamiek: schaalvergroting, nieuwe formules, nieuwe winkelprojecten, etc. Dit heeft allemaal invloed op het functioneren en het ontwikkelingsperspectief van winkelgebieden. Eén ding is echter zeker: de hedendaagse, mobiele consument is steeds moeilijker te binden aan het ‘eigen’, meest nabijgelegen winkelaanbod. Alle stakeholders op de retailmarkt zullen voor een gezonde structuur hoe dan ook heldere keuzes moeten maken, met name in het vestigingsbeleid. Een actuele, duidelijke detailhandelsstructuurvisie is daarbij van grote waarde.

De detailhandelsontwikkelingen hebben de gemoederen in Nederweert de laatste tijd aardig bezig gehouden: er is een centrumplan opgesteld, diverse partijen hebben rapporten of notities opgesteld, er is een petitie ingediend, etc. Voor de gemeente reden om een (nieuwe) detailhandelsstructuurvisie voor het centrum van Nederweert op te stellen, die als basis kan dienen voor de verdere centrumontwikkeling.

1.2 Doelstelling en vraagstelling

Doel

Uitgangspunt is een realistische en haalbare detailhandelsstructuurvisie die inzet op maatregelen die leiden tot een sterk, bestendig en vitaal centrum voor zowel de ondernemers als de consument. Bij dit laatste gaat het met name om de inwoners van de eigen gemeente. Daarbij is het van belang oog te hebben voor de specifieke wensen en belangen van de betrokken partijen, maar wel met het algemeen belang als centraal uitgangspunt. Het gaat er in feite om dat heldere kaders geschapen worden waarin de ondernemers, maar ook vastgoedpartijen, een goede invulling kunnen geven aan de consumentenverzorging. De visie is daarbij niet alleen richtinggevend voor de korte termijnontwikkelingen, maar dient ook als toetsingskader voor eventuele toekomstige initiatieven.

Vraagstelling

De centrale vragen voor het onderzoek zijn als volgt geformuleerd:

- Hoe is de vraag-aanbodstructuur op het gebied van de detailhandel in dagelijkse en niet-dagelijkse artikelen in de gemeente Nederweert opgebouwd?
- In hoeverre is er distributieve ruimte voor een uitbreiding van het winkelaanbod in Nederweert aan te geven, rekening houdend met de uitgangssituatie en de trends en ontwikkelingen in vraag en aanbod?
- Welke scenario's zijn denkbaar voor de toekomstige ontwikkeling van het centrum van Nederweert?
- Wat zijn de mogelijke gevolgen van de realisatie van de verschillende scenario's voor de consumentenverzorging en de ruimtelijk-functionele (detailhandelsstructuur) structuur van de kern en gemeente Nederweert?
- Wat is het voorkeursscenario en is dit scenario haalbaar met het oog op ruimtelijk-functionele aspecten, realisatie-aspecten en juridisch-planologische aspecten?
- Op welke wijze en met welke maatregelen kan het succes van het voorkeursscenario worden vergroot?

Participatie van het dorp

Er is nadrukkelijk gekozen voor een participatie traject met een hoge betrokkenheid van ondernemers, vastgoed en consumenten (inwoners). Daarvoor zijn diverse onderzoekselementen ingebouwd:

- Een drietal openbare informatieavonden;
- Circa 20 individuele gesprekken met belanghebbenden. Een volledig overzicht van de gesprekspartners is opgenomen in de bijlagen van dit rapport;
- Een ondernemersenquête onder alle ondernemers in het centrum;
- Een consumentenenquête onder ruim 400 inwoners van de gemeente Nederweert.

Van de laatste twee onderdelen wordt in het bijlagenrapport uitgebreid verslag gedaan.

1.3 Leeswijzer

Het eerste deel staat in het teken van een conclusies van de analyses. Daarna staat een samenvatting van de uitkomsten van de mogelijke scenario's met betrekking tot de toekomstige ontwikkeling van het centrum centraal. Tot slot wordt het voorkeursscenario beschreven.

2. CONCLUSIES ONDERZOEKEN

2.1 Conclusies ruimtelijk-functionele effectenanalyse

- Het aanbod in de dagelijkse sector in de gemeente Nederweert telt 25 winkels en beslaat een winkelvloeroppervlak (wvo) van 5.224 m² wvo. De niet-dagelijkse sector van omvat 17.214 m² wvo, verdeeld over 68 verkooppunten.
- De gemeente Nederweert beschikt over 5 supermarkten met een totale omvang van 4.029 m² wvo. Geen van de gevestigde supermarkten in de gemeente Nederweert voldoet aan de huidige maatstaven voor moderne supermarkten (service-supermarkten ca. 1.250 – 1.750 m² wvo, discounters ca. 800 – 1.100 m² wvo).
- Als we kijken naar het totale dagelijkse aanbod van het centrum van Nederweert dan zien we dat de omvang van het totale aanbod in beide sectoren een stuk hoger ligt dan in qua inwonertal vergelijkbare plaatsen.
- In de kern Nederweert staan in totaal 16 verkooppunten leeg, met een totale omvang van 5.376 m² wvo. Dit komt neer op 8,6% van het aantal verkooppunten en 15,7% van het totale winkelvloeroppervlak. Houden we geen rekening met het pand Wijen dan bedraagt de leegstand (in termen van winkelvloeroppervlak) 8,8%. Dit is conform het gemiddelde voor Nederland en referentieplaatsen.
- Het commerciële en publieksgerichte aanbod in het centrum van Nederweert heeft een verbrokkelde structuur. Feitelijk kunnen we onderscheid maken tussen het kern-winkelgebied en rand- of aanloopstraten. Het kernwinkelgebied betreft de Kerkstraat, vanaf de zuidelijke entree tot aan de aan de kruising Kapelaniestraat/Burgemeester Greijmansstraat, en de Lambertushof. Randstraten zijn de Geenestraat, Kerkstraat-Noord, Linanusstraat, Brugstraat en Kapelaniestraat.
- Het perspectief van de randstraten is wisselend. Het meeste perspectief heeft de Brugstraat. Dit vanwege de doorgaande route (intensiteit passanten), het feit dat er nog duidelijk sprake is van een cluster van ondernemerschap en de aanwezigheid van sterke ondernemers (met name zelfstandig). Voor de overige straten is het perspectief minder, om wisselende redenen.
- We mogen anno 2015 concluderen dat de herinrichting van het centrum functioneel gezien niet heel gelukkig is geweest, dit in tegenstelling tot de esthetische kwaliteiten. De bezoeker van het centrum van Nederweert winkelt heel doelgericht waardoor van recreatief winkelen / verblijven / flaneren nauwelijks sprake is. Dat zien we terug in het volgende hoofdstuk, wanneer de resultaten van het consumentenonderzoek centraal staan.
- De aanpassing van de verkeerssituatie in het centrum is geen gelukkige keuze geweest naar mening van BRO. Het consumenten- en ondernemersonderzoek bevestigen deze conclusie.
- De randvoorwaarden qua verkeersstructuur sluiten niet aan bij het bezoekmotief van het centrum van Nederweert.

- Vergelijkbaar aan het oordeel ten aanzien van de bereikbaarheid geldt ook voor het parkeren dat het de efficiency van het centrumbezoek niet is verbeterd door de maatregelen die zijn genomen.
- De bevolkingsprognose van de gemeente Nederweert laat in de periode tot 2040 een geringe groei zien van circa 7%. Tegelijkertijd zien we dat de bevolking in Nederweert sterk vergrijsd.

2.2 Conclusies consumentenonderzoek

Om de behoefte van de consumenten in de gemeente Nederweert zo goed mogelijk te achterhalen is een consumentenenquête uitgevoerd onder inwoners van de gemeente Nederweert. Het consumentenonderzoek is uitgevoerd van maandag 27 juli tot en met woensdag 12 augustus 2015. Via diverse kanalen zijn diverse doelgroepen benaderd Onder de huishoudens is een representatieve steekproef getrokken met een evenredige verdeling naar leeftijd en aantal inwoners per wijk. Deze consumenten zijn via een telefonische enquête benaderd en middels een standaardmethodiek bevraagd over feitelijkheden in hun koopgedrag. De inwoners van Nederweert toonden zich buitengewoon bereidwillig om mee te werken aan het onderzoek. Naast de representatieve steekproef is aan inwoners de mogelijkheid geboden zelf actief deel te nemen aan het consumentenonderzoek. Middels de gemeentelijke website, de website Nederweert24.nl en het informeren van bewoners per brief konden geïnteresseerden hun mening laten horen.

Conclusies

- Ruim driekwart van de respondenten bezoekt centrum Nederweert het vaakst om boodschappen te doen. Een kwart verkiest een ander centrum boven Nederweert.
- Voor vrijwel alle bezoekers is het een gewoonte om Nederweert centrum te bezoeken (85%). Hierbij speelt de nabijheid een belangrijke rol.
- De consumenten die centrum Nederweert niet het meest bezoeken (niet-bezoekers), geven als reden aan dat de bereikbaarheid niet goed is (55%).
- Aspecten van het centrum die het hoogste scoren zijn de kwaliteit van de horeca (7,6), het aantal horeca gelegenheden (7,4), de warenmarkt (7,4) en de veiligheid in het centrum (7,2).
- Aspecten die respondenten laag waarderen komen overeen met de weerstandsfactoren van de niet-bezoekers; bereikbaarheid van het centrum (4,9), de inrichting van het centrum (5,6), de parkeermogelijkheden (5,8) en de sfeer/gezelligheid (5,9).
- De niet-bezoekers waarderen de bereikbaarheid en de parkeermogelijkheden van het centrum het laagst. Het algemeen oordeel van de niet-bezoekers komt niet boven een 6 uit.
- Circa 40% van de inwoners van de gemeente Nederweert koopt minimaal één keer per maand een product via het internet. De belangrijkste reden hiervoor zijn het gemak en de snelheid om via het internet te kopen (65%).

Met name functie voor de eigen inwoners
Het consumentenonderzoek geeft ons waardevolle informatie over het koopgedrag van de eigen inwoners. Uit de resultaten blijkt dat de koopkrachtbinding in de dagelijkse artikelensector in de gemeente Nederweert 81,5% bedraagt. Zetten we dit af tegen het aanbod (vijf supermarkten) dan is de binding aan de lage kant. Afvloeiing is met name gericht op Weert (8,5%) en Leudal (4%). In de niet-dagelijkse artikelensector wordt een binding behaald van 45%. Dit is, in relatie tot de omvang en samenstelling van het aanbod, conform wat verwacht mag worden. De afvloeiing gaat voor een groot deel naar Weert (31%). Veel kleiner is het verlies aan koopkracht aan Roermond (7%) en Eindhoven (4%).

2.3 Conclusies ondernemersonderzoek

BRO heeft een enquête uitgezet onder alle ondernemers in het centrum van Nederweert. Exclusief leegstand zijn er dat 93. Deze kon worden ingevuld van eind juli tot eind augustus 2015. Daarnaast is de vragenlijst verspreid onder vastgoedeigenaren[1]. In totaal hebben 46 ondernemers de enquête ingevuld en retour gestuurd. Dat is een responsscore van exact 50%.

Conclusies
- Het merendeel van de Nederweertse ondernemers zijn lokale zelfstandigen met speciaalzaken.
- Dit wordt door de ondernemers zelf als één van de grootste sterkten van het dorp gezien.
- De ondernemers zijn overwegend positief over zowel de omzetcurve van de afgelopen drie jaar alsmede over het toekomstperspectief en de vestigingslocatie van hun winkel.
- De grootste zwakte van Nederweert vinden ondernemers de algemene bereikbaarheid van het centrum. Dit komt voornamelijk door het eenrichtingsverkeer en de restricties rondom parkeren.
- Wel waardeert een aantal ondernemers het gratis parkeren in het centrum.
- Het merendeel van de ondernemers zou graag een Action willen verwelkomen in het centrum van Nederweert, maar ook een drogisterij en een sportzaak werden meerdere malen genoemd.
- Het grootste aantal respondenten gaf aan geen overige voorzieningen te missen in het centrum. Andere respondenten misten horeca-aanbod en een multifunctionele ontmoetingsruimte.

[1] Afzonderlijke respons van de vastgoedeigenaren is niet inzichtelijk

2.4 Overzicht sterke en zwakke punten

De analyses leiden onderstaand tot een samenvattend overzicht van sterkten en zwakten. Dit overzicht vormt belangrijke input voor de scenario's en uiteindelijke ontwikkelingsvisie die centraal staan in de volgende hoofdstukken.

Tabel 2.1 Sterkte-zwakte analyse Nederweert

	Sterk	Zwak
Aanbod	• Aanwezigheid van vier supermarkten • Aandeel speciaalzaken in het winkelaanbod • Aanwezigheid van enkele trekkers in de niet-dagelijkse artikelensector • Maatschappelijke functies in centrum	• Beperkte omvang supermarkten • Overige beperkingen enkele supermarkten (uitstraling, parkeren, bereikbaarheid, bouwkundige eigenschappen) • Beperkte functiemix • Omvangrijke en langdurige leegstand, met name aantal grote panden aan rand • Toegenomen concurrentie vanuit de directe regio • Lage koopkrachtbinding dagelijkse artikelensector • Relatie MFA en bibliotheek met centrum
Structuur	• Kenmerkend dorpslint / dorpshart vanuit historische perspectief	• Langgerektheid en onsamenhangende structuur • Afstanden tussen de commerciële voorzieningen, solitair functionerende gebieden • Matige spreiding subtrekkers • Beperkte oriëntatie supermarkten op Kerkstraat •
Inrichting en presentatie	• Verzorgde uitstraling	• Groot verschil winkelstraten en randen • Kille uitstraling Lambertushof • Kille uitstraling Raadhuisplein • Uitstraling locatie Wijen
Parkeren en bereikbaarheid	• Gratis parkeren	• Bereikbaarheid sluit niet aan bij bezoekmotief • Veel sluipverkeer • Focus op uitgaand verkeerd in plaats van inkomend verkeer • Bereikbaarheid centrum voor noordelijke wijken kern Nederweert • Bereikbaarheid centrum voor oostelijke gelegen kernen • Beperkte parkeercapaciteit in winkelstraten • Incourante / inefficiënte parkeersituatie meerdere trekkers

3. UITGANGSPUNTEN EN DOELSTELLINGEN VISIE

Kleinere en middelgrote centrumgebieden, zoals het centrum van Nederweert, bevinden zich in een sterk concurrentieveld. Er is een uitdaging aangezien de koopkrachtbinding ondermaats is. Het consumentenonderzoek toont aan dat de concurrentie zich spreidt over een forse regio, die ook nog eens investeert/heeft geïnvesteerd. Anderzijds komt de concurrentie ook in toenemende mate voort uit de stijgende verkoop via internet. Ook onder de inwoners van Nederweert is dit het geval.
Retailers maken scherpe keuzes waar zij de consument bedienen. Het is, deels als gevolg van de economische crisis en deels als gevolg van de doorontwikkeling van verkoop via internet, niet meer vanzelfsprekend om in alle kleinere en middelgrote centrumgebieden de consument te bedienen. Dit proces leidt ertoe dat iedere gemeente/plaats zich de vraag moet stellen wat het onderscheidende profiel is.

Met name in Limburg hebben diverse winkelgebieden te kampen met demografische ontwikkelingen (vergrijzing en bevolkingskrimp). Vanuit ondernemerszijde speelt ook steeds sterker het knelpunt van bedrijfsopvolging en de problemen bij de starters in de detailhandel.

De scherpe keuzes van de consument leiden tot een forse druk op het functioneren van diverse winkelgebieden. Ook in Nederweert is dit aan de orde. De druk wordt bijvoorbeeld zichtbaar door leegstand, een relatief lage koopkrachtbinding en het uitblijven van investeringen van ondernemers. De positie van Nederweert-centrum is daarmee naar de toekomst niet zomaar zeker gesteld. Er zal sprake moeten zijn van weloverwogen beleid (dus keuzes), investeringen, samenwerking en gezamenlijke acties. Alleen die centrumgebieden die actief inspelen op de huidige economische knelpunten, de groeiende behoeften van de consument en die voortdurend aandacht blijven besteden aan de randvoorwaarden van een aantrekkelijk centrum hebben een kansrijk toekomstperspectief.

Positionering van Nederweert-centrum
Gezien de aard en doelstelling van de detailhandelsstructuurvisie ligt de focus op het gebied met een commerciële en publieksgerichte functie. Daarbinnen kunnen we onderscheid maken tussen het kernwinkelgebied en rand- of aanloopstraten. Het kernwinkelgebied betreft de Kerkstraat, vanaf de zuidelijke entree tot aan de aan de kruising Kapelaniestraat/Burgemeester Greijmansstraat, en de Lambertushof. Randstraten zijn de Geenestraat, Kerkstraat-Noord, Linanusstraat, Brugstraat en Kapelaniestraat.

Het allesomvattende doel is het beschrijven een duurzame/toekomstbestendige en haalbare detailhandelsstructuur. Een structuur waarbij het doen van boodschappen doen centraal staat. Met daarbij het besef dat er sprake is van bepaalde uitgangspunten die wellicht een ideaaltypische structuur in de weg staan. Reden is dat de structuur in Ne-

derweert zich kenmerkt vanwege de verschillende clusters met winkels, die niet altijd optimaal verbonden zijn met elkaar. Dat is in een ideaal scenario wel het geval. Ideaal is een dorpscentrum compact, comfortabel en compleet (de 'drie C's'). Dat betekent bijvoorbeeld publiektrekkers (supermarkten) aan twee koppen met daarbij centrale parkeerconcentraties. Daardoor ontstaat een spanningsveld waardoor het middelgebied tot ontwikkeling komt.

Een sterk boodschappenaanbod in Nederweert begint met moderne supermarkten op plekken in de structuur die de kans op combinatiebezoek voor de overige voorzieningen vergroten.

Navolgende punten dienen te worden geïnterpreteerd als overkoepelende basisdoelstellingen en –uitgangspunten voor de op te stellen detailhandelsstructuurvisie voor het centrum van Nederweert. Geografisch gezien hebben we het dan over het gebied zoals vastgesteld in het bestemmingsplan centrum en afgebeeld middels figuur 3.1 in hoofdstuk 3. De doelstellingen en uitgangspunten komen voort uit de analyses en onderzoeksresultaten in de voorgaande hoofdstukken.

Doelstellingen

- Het kernwinkelgebied moet dé dominante aankoopplaats voor de dagelijkse boodschappen zijn voor de inwoners van de gemeente Nederweert. Supermarkten vormen hier de trekkers voor. Streven naar optimale randvoorwaarden voor het functioneren van supermarkten is de basis. Een moderne supermarkt trekt zo'n 10.000 tot 15.000 bezoekers per week. Hier kunnen de overige winkels/voorzieningen van profiteren. Sterk en divers dagelijks artikelenaanbod is de basis voor een blijvende attractiviteit.
- Behoud koopkracht van inwoners uit de eigen gemeente is dus de primaire doelstelling. Daarnaast is het doel om de (beperkt) regionaal verzorgende functie te herstellen. Dit is mogelijk door een met name kwalitatieve versterking van het boodschappenaanbod en aanpak van randvoorwaarden (zoals de toegankelijkheid) zoveel mogelijk in het kernwinkelgebied. Gezien de enorme concurrentie in de regio zijn de groeimogelijkheden buiten de eigen gemeente beperkt. Zie het als 'de kers op de taart'.
- Daarnaast dient de gastvrijheid van het centrum te worden versterkt. Daar spelen de commerciële voorzieningen een centrale rol in, maar ook aspecten als de bereikbaarheid, het parkeren, de bewegwijzering en voorzieningen in de openbare ruimte.
- Niet in alle delen van het centrum is het perspectief voor winkels even groot. Nederweert heeft een verbrokkelde structuur en daarom zijn keuzes in perspectiefrijke locaties en straten noodzakelijk. Daarbinnen is het van belang om de locaties te verbinden. Daarbuiten is het van belang om ondernemers te motiveren zich te concentreren in de delen die meer kansrijk zijn. Een verdere uitwaaiering is kortom niet gewenst. Daarmee verliest Nederweert herkenbaarheid bij de consument.

Uitgangspunten

- Nederweert is een boodschappencentrum, in wisselende frequenties; doelgericht kopen en beperkt recreatief winkelen (gangbaar aanbod aangevuld met sterke lokale ondernemers).
- Het huidige kernwinkelgebied kenmerkt zich door de typische lintstructuur. Het centrum van Nederweert ontleent haar identiteit aan dit lint. Het kernwinkelgebied is gelegen aan dit lint en heeft een belangrijke publieksfunctie: circa 50% van het aanbod (in m² wvo) in het centrum is hier gevestigd. Bovendien is het gebied uit historisch perspectief waardevol. Uitgangspunt is om de commerciële functie en publieksfunctie van het kernwinkelgebied te versterken.
- Concentratie en verbinding van commerciële voorzieningen binnen het kernwinkelgebied staat centraal. Dat betekent dat retailers en dienstverleners binnen het centrum (maar buiten het kernwinkelgebied) zich bij voorkeur oriënteren op locaties binnen het kernwinkelgebied. Kanttekening van concentratie is dat het een illusie is om het kernwinkelgebied volledig te 'bewinkelen'. Dat is onmogelijk gezien de historische structuur. Indien er bij versterking ruimtelijke beperkingen optreden, is oriëntatie op aangrenzende locaties van het kernwinkelgebied het uitgangspunt.
- Het kernwinkelgebied kent diverse 'aanlopers', 'uitlopers' of 'randen' met commerciele en publieksgerichte voorzieningen. Deze straten hebben (vanuit wisselende oogpunten, zoals huidige leegstand, huidige passantenintensiteit, huidig aanbod) een wisselend toekomstperspectief. Keuzes zijn noodzakelijk om het perspectief voor het kernwinkelgebied te vergroten. Uitgangspunt is behoud van aanbod in de Brugstraat met typisch Nederweerts aanbod (trekkers in het zelfstandig milieu). Behoud betekent wel kleinschalige ingrepen voor optimalisatie, maar geen grootschalige uitbreidingen. Daarvoor is het kernwinkelgebied de plek.

De hierboven benoemde positionering van het centrum van Nederweert kan worden ontleed/verduidelijkt via uitgangspunten met betrekking tot de volgende thema's:

- Aanbodstructuur;
- Inrichting en presentatie;
- Bereikbaarheid en parkeren.

Dit zijn de drie essentiële thema's voor een duurzame detailhandelsstructuur voor het centrum. De kwaliteiten en knelpunten in de huidige situatie zijn aan bod gekomen in de vorige hoofdstukken. Ze worden navolgend geplaatst in relatie tot de hoofddoelstelling van de detailhandelsstructuurvisie: een toekomstbestendig centrum van Nederweert.

Met name de uitgangspunten met betrekking tot de aanbodstructuur zijn bepalend voor de uitkomsten van de scenario's. De uitgangspunten omtrent de thema's inrichting en presentatie en bereikbaarheid en parkeren dienen te worden geïnterpreteerd als basisvoorwaarden voor een goed functionerend centrum. De verschillende scenario's worden daarop wel beoordeeld omdat de effecten wisselend kunnen zijn.

Uitgangspunten aanbodstructuur

1. Een sterk boodschappencentrum betekent een compleet (in termen van segmentering) en gevarieerd aanbod (combinatie supermarkten, speciaalzaken dagelijks, frequent benodigde niet-dagelijkse artikelen en 'local heroes' / typische Nederweertse ondernemers), een centrum dat eenvoudig bereikbaar is voor de consument en waar de bezoeker gratis kan parkeren. Meer concreet hebben we het dan over drie of vier supermarkten van eigentijdse omvang, met zo optimaal mogelijke randvoorwaarden voor een goed functioneren, en een compleet aanbod aan versspeciaalzaken en drogisterijen. Dit aangevuld met winkels in bijvoorbeeld huishoudelijke artikelen, textiel, schoenen en bloemen/planten. En gecomplementeerd door zelfstandig ondernemers die ook een regionale functie kunnen hebben.
   Duidelijk is dat hier nog 'werk aan de winkel' is. Zo voldoen de supermarkten niet aan moderne maatstaven op de thema's omvang/schaal, bereikbaarheid, parkeren, uitstraling (intern en extern) en spin off op overige centrumvoorzieningen.

2. Het kernwinkelgebied kent de grootste concentratie van detailhandel. In dit gebied, dus de Kerkstraat (tussen kerk en kruising Geenestraat/Brugstraat) inclusief Lambertushof, dient de publieksgerichte/commerciële functie versterkt te worden. Initiatieven die leiden tot een vergroting van de kwaliteit en versterking van het functioneren binnen dit gebied dienen positief ontvangen te worden. Hierdoor kan namelijk de verbrokkelde structuur (zoals geconstateerd in de analyses) worden aangepakt. Concentratie en verbinding binnen het kernwinkelgebied schept duidelijkheid naar de markt.

3. Ook buiten het kernwinkelgebied (maar binnen het centrum) zijn op meerdere plekken commerciële voorzieningen gevestigd. Met name in de Brugstraat, maar ook in onder andere de Kerkstraat-Noord, Kapelaniestraat en Geenestraat. Vandaar ook de verbrokkelde structuur. Behoud van de concentratie aan de Brugstraat is het uitgangspunt. Zo geven verschillende ondernemers hier Nederweert haar typische karakter (zorgen voor onderscheidend vermogen) en trekken consumenten uit de regio (doelgericht bezoek). Daarnaast heeft de straat een belangrijke verkeersfunctie en is er veel dynamiek in ondernemerschap. De Brugstraat is de 'rode (uit/aan)loper' van het kernwinkelgebied en dit cluster werkt versterkend op een bezoek aan het kernwinkelgebied vanwege haar 'eigen' karakter. Voor alle overige (rand)straten binnen het centrum geldt dat uitbreiding niet gewenst is maar dat geïnvesteerd dient te worden in concentratie binnen het kernwinkelgebied. Dit uitgangspunt is met name een verwijzing naar de Kerkstraat-Noord, Kapelaniestraat en Geenestraat (gezien het aantal commerciële voorzieningen aldaar in de huidige situatie[2], de huidige leegstand[3], de beperkte concentratie[4] en de relatie met het kernwinkelgebied[5]). Het toekomstperspectief van deze straten is beduidend minder rooskleurig. Dat wil niet zeggen dat er actief gesaneerd dient te worden en dat het ondernemen wordt beperkt, maar wel dat

[2] Aspect heeft met name betrekking op Kerkstraat-Noord en Kapelaniestraat
[3] Aspect heeft betrekking op Kapelaniestraat
[4] Aspect heeft betrekking op Kerkstraat-Noord en Kapelaniestraat
[5] Aspect heeft betrekking op Kerkstraat-Noord en Kapelaniestraat

investeringswensen van deze ondernemers in het kernwinkelgebied landen. Dat vereist flankerend beleid.

4. Optimalisatie van het kernwinkelgebied kent grenzen vanwege de historische structuur / stedenbouwkundige eigenschapen. Met andere woorden, er kunnen ruimtelijke beperkingen gelden voor initiatieven die als een versterking van het kernwinkelgebied worden gezien. Denk aan onvoldoende uitbreidingsmogelijkheden, geen beschikbaar vastgoed, onvoldoende parkeerplaatsen etc. In dat geval dient weloverwogen te worden geoordeeld over direct aangrenzende locaties van het kernwinkelgebied. Belangrijkste uitgangspunt in de overwegingen is dat de ontwikkeling van een aangrenzende locatie moet leiden tot een versterking van het kernwinkelgebied. Een versterking in termen van combinatiebezoek, toename passanten en stedenbouwkundige kwaliteit.

5. Een uitbreiding van het aantal winkels is niet het uitgangspunt, wel optimalisatie en herstructurering. Dat kan leiden tot een uitbreiding van het aantal winkelmeters. Dat dient dit altijd gepaard te gaan met een visie op de effecten op het kernwinkelgebied. Uitbreiding dient te leiden tot een versterking van het kernwinkelgebied.

6. Het kernwinkelgebied heeft prioriteit. Dit vraagt om terughoudendheid met ontwikkelingen buiten deze delen. Met name in de dagelijkse artikelensector zullen eventuele ontwikkelingen buiten de perspectiefrijke delen direct tot omzeteffecten leiden. Kortom: geen ongelukken buiten de gewenste structuur.

7. Supermarkten hebben een sterke spin-off op de overige winkels/voorzieningen. Dat betekent dat supermarkten in -of aangrenzend aan het kernwinkelgebied gevestigd zijn.
   - Het behoud van een mix van fullservice en discount supermarktaanbod.
   - Supermarkten dienen bij voorkeur te voldoen aan de moderne basisvoorwaarden: van voldoende omvang (minimaal 1.000 m² wvo), een bouwkundige kwaliteit met aandacht voor maximale beleving van de bezoeker, voldoende parkeren (4-5 parkeerplaatsen per 100 m² bvo) en een scheiding van expeditie en supermarktbezoek.
   - Bij voorkeur is de supermarkt met de entree georiënteerd op het kernwinkelgebied.

8. De vergrijzing van de bevolking is een belangrijke factor waarmee rekening gehouden dient te worden bij het bepalen van de ontwikkelingsrichting. De toename van het aantal ouderen heeft effecten op de gewenste aanbodstructuur. Er is natuurlijk geen stereotype 65-plusser en dus zijn er verschillen in koopgedrag binnen deze categorie mensen. Stelregel is echter wel dat senioren een voorkeur hebben voor dichtbij boodschappen doen en dichtbij winkelen. Dit blijkt uit recent onderzoek van WPM (2015). De reisafstand voor dagelijkse boodschappen ligt bij 65-plussers circa de helft lager

dan bij jongeren. Kortom, de bereikbaarheid van voorzieningen voor de eerste levensbehoeften dient gewaarborgd te zijn.

9. Sterker inzetten op functiemenging in het kernwinkelgebied. De aantrekkingskracht van centrumgebieden wordt niet alleen bepaald door winkels maar veel meer door de integratie van en vermenging met functies zoals horeca, cultuur, dienstverlening en maatschappelijke functies. Als zoekgebied voor deze functies geldt primair de perspectiefrijke locaties, zijnde kernwinkelgebied en de Brugstraat. Maar ook locaties aangrenzend behoren tot de mogelijkheden, mits de complementariteit en de stedenbouwkundige relaties zijn geborgd.

Uitgangspunten inrichting en presentatie

1. Uitgangspunt is een levendig en aangenaam verblijfsklimaat, zowel in hardware (o.a. inrichting openbare ruimte) als in software (o.a. goede onderlinge samenwerking en voldoende activiteiten/evenementen).

2. Pleinen hebben een belangrijke functie voor de centrumbeleving. Zij dienen een 'huiskamergevoel' uit te stralen. Factoren die daarop van invloed zijn: pleinwanden, materiaalgebruik, inrichting, groen/water en levendigheid (terrassen, evenementen, bezoekersbewegingen).

3. In het centrumgebied (en met name de straten met publieksgerichte voorzieningen/functies) is materiaalgebruik zoveel mogelijk op elkaar afgestemd. De afzonderlijke straten horen voor de consument herkenbaar te zijn door een uniforme inrichting.

4. Voor ieder centrum geldt dat levendigheid een basis is voor aantrekkelijkheid. Centra verkrijgen levendigheid door de samenkomst van verkeers- en bezoekersstromen. Die stromen kunnen soms tegenstrijdig zijn: boodschappen doen versus bevoorrading is daar een sprekend voorbeeld van. Uitgangspunt is het doen laten toenemen van stromen, voorzien van beleid op punten waar kruisingen van stromen tot nadelige effecten leiden (aantasting verkeersveiligheid/opstoppingen).

Uitgangspunten bereikbaarheid en parkeren

1. Bij een boodschappencentrum zijn parkeren en bereikbaarheid de belangrijkste basisvoorwaarden voor een toekomstbestendig centrum met een optimale gastvrijheid. Het begint met een besef en bewustwording van dit uitgangspunt.

2. Tweerichtingsverkeer in de Kerkstraat en de Brugstraat vergroten de efficiency en de gastvrijheid voor de consument. Bovendien sluit tweerichtingsverkeer aan bij het geconstateerde bezoekmotief van het centrum. Verkeer in twee richtingen heeft de voorkeur, tenzij er onoverbrugbare ruimtelijke/fysieke beperkingen zijn of de veiligheid in gevaar komt.

3. Gratis parkeren in combinatie met een parkeerregime (‘blauwe zone’) in het centrum dient ook in de toekomst behouden te blijven. Bovendien is uitbreiding van de blauwe zone in en aangrenzend aan het kernwinkelgebied gewenst.
4. Het centrum dient vanuit alle windstreken eenvoudig en met verschillende mobiliteitsvormen optimaal bereikbaar te zijn.

5. Zoek- en sluipverkeer dienen een halt te worden toegeroepen. Dat kan enkel door de haalbaarheid van een circulaire verkeersstructuur te onderzoeken: op verschillende plekken toegankelijk en op verschillende plekken te verlaten.

6. Ook in de centrumstraten moet in de directe nabijheid geparkeerd kunnen worden. De voorzieningen in de straten worden primair doelgericht bezocht.

In het volgende hoofdstuk worden mogelijke scenario’s/ontwikkelingsmogelijkheden voor het centrum van Nederweert getoetst aan de hierboven geformuleerde overkoepelende uitgangspunten, waarbij de uitgangspunten op het thema aanbodstructuur leidend zijn.

4. SAMENVATTING SCENARIOTOETS

4.1 Inleiding

Nu de onderzoeksresultaten gepresenteerd zijn en daaruit uitgangspunten en doelstellingen zijn geformuleerd, is de volgende stap het onderzoeken van de effecten van verschillende scenario's ten aanzien van de aanbodstructuur van de detailhandel in het centrum van Nederweert.

In de paragrafen die volgen staan de verschillende scenario's met betrekking tot de detailhandel in Nederweert-centrum centraal. Deze zijn zorgvuldig en in samenspraak met de bij het centrum betrokken stakeholders geselecteerd. Daarbij worden bestaande rapportages ter kennisgeving aangenomen, maar alle scenario's worden met een 'open grondhouding' onderzocht en getoetst op de effecten. De scenario's:

- Nulscenario: geen ingrijpende beleidsmaatregelen/investeringen.
- Optimalisatie Lambertushof: versterken van de aantrekkingskracht van het noordelijke deel van de Kerkstraat.
- Ontwikkeling supermarkt locatie Kapelaniestraat.
- Nieuw centrumplan: concentratie winkels op een nieuwe (nog te ontwikkelen) locatie in het centrum.

Bij de laatste twee scenario's zijn deelvarianten denkbaar, waar afzonderlijk bij zal worden stilgestaan.

Bij de beoordeling en toetsing staan de effecten van de scenario's op de detailhandelsstructuur centraal. De effecten, positief dan wel negatief, komen aan de oppervlakte door ze te confronteren met de vastgestelde doelstellingen en uitgangspunten als uitkomst van het analysewerk.

Op de volgende pagina's worden de effecten op de doelstellingen en uitgangspunten samengevat in een kleurenschema. Groen staat voor een positieve toets, oranje voor een neutrale toets en rood voor een negatieve toets. De kleuren zijn richtinggevend/indicatief en vormen geen hard eindoordeel.

Voor de volledigheid merken we hier op dat de uitgangspunten ten aanzien van bereikbaarheid en parkeren en inrichting en presentatie van het centrum (opgenomen in hoofdstuk 5) als algemene randvoorwaarden dienen te worden geïnterpreteerd. Ze 'zweven' als het ware boven de scenario's. Hoe dan ook, aanpak van bereikbaarheid en parkeren en inrichting en presentatie conform uitgangspunten zal de aantrekkelijkheid en gastvrijheid van het centrum versterken. En daarmee vanzelfsprekend ook het functioneren. Hoe sterk dat effect is, is mede afhankelijk van het scenario. Dat komt terug in de scenariotoets.

Tot slot, het centrum van Nederweert omvat geografisch gezien het gebied zoals vastgesteld in het bestemmingsplan centrum. Daaronder vallen straten met een commerciële / publieksfunctie en straten met een andere functie (zoals wonen). Uit de analyses zijn conclusies geformuleerd over het perspectief van de verschillende straten met een commerciële functie. Deze conclusies zijn leidend en de effecten van de scenario's worden beoordeeld in termen van de gevolgen ervan voor het centrum in zijn geheel en deze perspectiefrijke straten in het bijzonder.

4.2 Samenvattend

In het bijlagenrapport zijn de afzonderlijke scenario's getoetst op de effecten in relatie tot de doelstellingen en uitgangspunten van de detailhandelsstructuurvisie. Hierna worden de uitkomsten samengevat in een schema. De kleuren zijn als richtinggevend te worden geïnterpreteerd, niet als harde conclusies.

Totaaloverzicht effecten scenario's op doelstellingen visie

Doelstelling visie	Effect nulscenario	Effect optimalisatie Lambertushof	Effect supermarkt locatie Kapelanie-straat	Effect centrumplan locatie Wijen
Versterking dagelijks artikelenaanbod				
Versterken koopkracht-binding en –toevloeiing: consumentenverzorging				
Versterken gastvrijheid				
Concentreren en verbinden				

Een conclusie die gerechtvaardigd is op basis van bovenstaand schema is dat er hoe dan ook ingrijpen noodzakelijk zijn om te sturen op de basisvoorwaarden voor een aantrekkelijk centrum. De belangrijkste conclusie 'Nederweert is een boodschappencentrum' rijmt niet met de actuele situatie. De volgende constateringen onderbouwen dit:

- De huidige supermarkten zijn niet adequaat gehuisvest
- De structuur is onvoldoende compact
- De afvloeiing van bezoekers naar andere gemeenten is bovengemiddeld groot
- De verkeersstructuur staat haakt op het bezoekmotief. Idem voor de parkeersituatie. Bezoekers voelen zich niet te gast
- De leegstand is bovengemiddeld
- Er is onvoldoende saamhorigheid tussen de stakeholders in het centrum

Niets doen is geen optie. De andere scenario's dragen overduidelijk meer bij aan de doelstellingen van de detailhandelsstructuurvisie.

Totaaloverzicht effecten scenario's op uitgangspunten visie

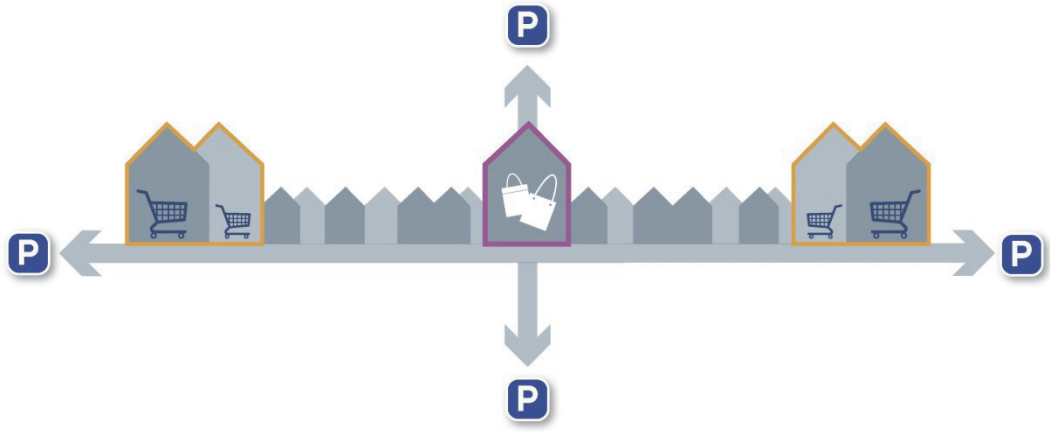
Uitgangspunt	Effect nulscenario	Effect optimalisatie L'hof	Effect supermarkt Kapelaniestraat	Effect supermarkt Wijen	Effect dorpscentrum Wijen
Boodschappencentrum					
Compleet en gevarieerd aanbod					
Behoud en versterking kernwinkelgebied					
Effect op leegstand					
Keuzes randstraten					
Ontwikkellocaties					
Aantal winkels en aantal winkelmeters					
Toename detailhandel buiten centrum					
Positie en perspectief supermarkten					
Bereikbaarheid senioren					
Functiemenging					

Logischerwijs laat een confrontatie van de scenario's met de uitgangspunten van de detailhandelsstructuurvisie een vergelijkbaar beeld zien als zojuist. Een essentiële constatering is dat de scenario's 'optimalisatie Lambertushof', het ontwikkelen van een supermarkt op de locatie Kapelaniestraat en de ontwikkeling van de locatie Wijen allen bijdragen aan een versterking van het boodschappencentrum in Nederweert en daarnaast de positie en het perspectief van de supermarkten vergroten. Echter, de sterkte van het effect is wisselend per scenario.
Concreet is nu de vraag 'welke structuur op de lange termijn het sterkst bijdraagt aan de doelstelling van de detailhandelsstructuurvisie'.

4.3 Voorkeursscenario BRO: voor- en nadelen

Uit de onderzoeken is naar voren gekomen dat het centrum van Nederweert vooral een boodschappenfunctie heeft, en dat die functie teven de "aanjager" is voor de overige aanwezige winkels en veel andere publieksgerichte voorzieningen. Vertalen we dit naar de doelstelling van de detailhandelsstructuurvisie dan gaat het concreet om moderne supermarkten op de goede plekken in de structuur waardoor de kans op combinatiebezoek wordt vergroot. Idealiter gaat het om een compleet, compact en comfortabel centrum. Dit is afgebeeld op de volgende figuur.

Figuur 4.1 Schets ideaal dorpscentrum



Compleet in termen van:

- Supermarkten aan de entrees
- Goed bereikbaar met voldoende parkeren
- Daartussen overige winkels
- Het geheel op loopafstand

Compact in termen van:
- Discount en fullservice supermarkten
- Speciaalzaken vers
- Aanvullend niet-dagelijks aanbod

Comfortabel in termen van:
- Eenvoudig bereikbaar
- Voldoende parkeren
- Overzichtelijk
- Ruimtelijke kwaliteit

Uitgangspunt voor het bepalen van het voorkeursscenario is het streven om de ideale structuur voor een toekomstbestending functioneren te benaderen. Echter, er dient rekening te worden gehouden met de bestaande structuur, met name het kernwinkelgebied van Nederweert.

De door de dagelijkse artikelenwinkels gerealiseerde koopkrachtbinding in de eigen gemeente is in de huidige situatie minder hoog dan op basis van de omvang en variëteit van het aanbod verwacht mag worden. De koopkrachtbinding is de laatste jaren ook gedaald. Blijkbaar voldoen het aanbod en/of de winkelomgeving niet meer optimaal aan op de wensen en eisen van de inwoners. Oorzaken hiervoor zijn de aard van het supermarktaanbod, met name de omvang, huisvestingssituatie, externe presentatie en de parkeer en/of bereikbaarheidssituatie bij enkele supermarkten. Maar ook de verspreide locatie van de supermarkten en de overige winkels speelt mee, evenals de inrichting van het centrum, de sfeer gezelligheid, de algehele bereikbaarheid van het centrum, etc.

Zonder een verbetering van de huidige situatie ligt een geleidelijke verdere verzwakking van de boodschappenfunctie op de loer en is een verschraling van het aanbod en een afname van de centrumfunctie van Nederweert-kern waarschijnlijk (nul-scenario). Om het perspectief voor het centrum te verbeteren, dient ingezet te worden op twee hoofdzaken, namelijk:
- Modernisering van het supermarktaanbod in of nabij het kernwinkelgebied.
- Een sterkere ruimtelijk-functionele structuur.

Bij het eerste gaat het met name om een moderne maatvoering en huisvesting, maar ook om een goede bereikbaarheid vanuit Nederweert en omringende kernen en voldoende parkeergemak. Dat betekent concreet:
- Moderne omvang (1.000-1.500 m²);
- Scheiding laden en lossen;
- Oriëntatie op Kerkstraat;
- Parkeren koppelen aan entrée;
- Binnen vrije indeling;
- Goed bereikbaar en voldoende parkeren (80-100 plaatsen).

Bij het tweede gaat het om het komen tot een meer compacte winkelstructuur, waarbij de belangrijkste publiekstrekkers, in concreto de supermarkten, ruimtelijk zo ingepast zijn dat zij zo goed mogelijk functioneren als bronpunt voor bezoek aan de overige winkels en/of voorzieningen. Aangezien de Kerkstraat (incl. Lambertushof) is aangewezen als winkelconcentratiegebied, is een locatie aan of direct aansluitend hieraan het uitgangspunt. Omdat vanuit stedenbouwkundig oogpunt, maar ook vanuit beschikbaarheid van geschikte panden/locaties de verplaatsing van één van de nu buiten dit gebied gelegen supermarkten geen reële optie is, dient hiervoor uitgezien te worden naar locaties die op korte afstand van de Kerkstraat gelegen zijn. De locaties Wijen en Kapelaniestraat voldoen hier beide aan.

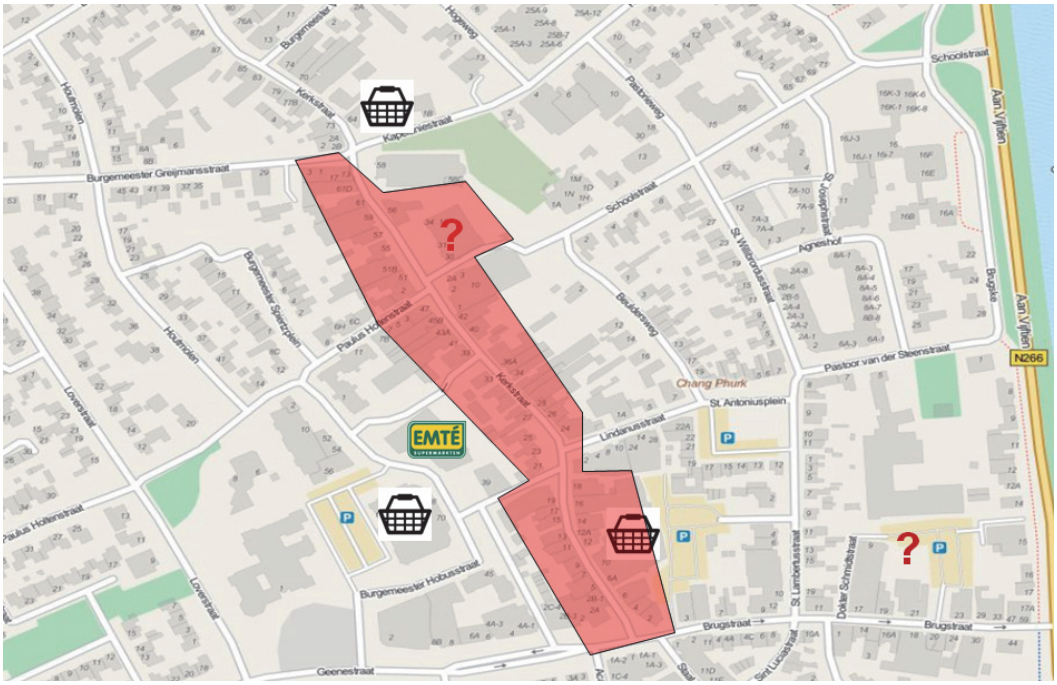
Gezien het consumentendraagvlak en de zeer beperkte marktmogelijkheden en perspectieven is een aanzienlijke uitbreiding van het winkelaanbod in het kernwinkelgebied niet waarschijnlijk. Een geringe krimp is zelfs niet uit te sluiten. Dit houdt in dat vooral ingezet moet worden op behoud van het aanbod dat er al is. Dit houdt ook in dat voorkomen moet worden dat winkels die qua aard en omvang wel in te passen zijn in het kernwinkelgebied, extra mogelijkheden krijgen zich buiten het kernwinkelgebied te vestigen, ook al liggen die locaties op korte afstand van het kernwinkelgebied. Een consequentie hiervan is dat naar de mening van BRO voor de locaties Wijen en Kapelaniestraat het uitgangspunt moet zijn dat er behalve supermarktaanbod geen extra winkelruimte toegevoegd zou moeten worden. Dergelijk aanbod (moderne units, goed bereikbaar, veel parkeermogelijkheden) concurreert immers sterk met het aanbod aan de Kerkstraat en nodigt zelfs uit in verplaatsingen vanuit de Kerkstraat. Daarmee zal de Kerkstraat in een negatieve spiraal komen en in feite haar functie als kernwinkelgebied verliezen. Bovendien is er volgens BRO voldoende levensvatbaarheid voor deze winkels bij de voorgestelde nieuwe structuur. Door trekkers op strategische plekken ontstaat daartussen een natuurlijke loop. Dat is de basis voor de dagwinkels. Ook buiten de nieuwe hoofdstructuur liggen er natuurlijk kansen. De aantrekkingskracht van de individuele ondernemer is dan van doorslaggevende betekenis.

Meerdere voor het boodschappen doen belangrijke (sub)trekkers zijn geconcentreerd in het noordelijke deel van de Kerkstraat (Lambertushof e.o. met Hema, Kruidvat en Jan Linders). Dit vormt het belangrijkste winkelcluster binnen het gehele centrum en het kernwinkelgebied. Een belangrijk uitgangspunt voor BRO is daarom dat vooral dit centrumdeel naar de toekomst toe perspectief als winkelgebied dient te behouden. Daartoe is het van belang dat een sterke publiektrekker in/bij het gebied gehandhaafd blijft. Dat kan door de huidige supermarkt te moderniseren (scenario 2). BRO is echter negatief over het lange termijnperspectief van een supermarkt in het betreffende pand op de betreffende locatie, zeker als andere supermarkten elders, bijvoorbeeld op de locatie Wijen, ook moderniseren. Dit legt tevens de zwakte van scenario 4 bloot, namelijk het ongewisse perspectief voor de Lambertushof e.o. Alleen als bij het eventueel verdwijnen van deze supermarkt het pand heringevuld wordt met een sterk publiekstrekkende winkel zoals bijvoorbeeld Action of Big Bazar, behoudt de Lambertushof e.o. voldoende auto-

nome trekkracht om combinatiebezoek van enige omvang vanuit het supermarktcluster Wijen te genereren.
Zou alleen uitgegaan worden van de modernisering van de Jan Linders op de huidige locatie, dus geen uitvoering van het centrumplan, dan is er sprake van een soort nul-scenario-plus en blijven de overige gesignaleerde knelpunten grotendeels gehandhaafd, met alle mogelijke gevolgen van dien.

BRO komt tot de conclusie dat alleen door een versterking van de locaties Wijen én Lambertushof e.o. een daadwerkelijke versterking van de ruimtelijke-functionele structuur bereikt kan worden. Dat kan alleen als ook op de locatie Kapelaniestraat een supermarktontwikkeling plaats vindt (scenario 3). Dit is daarmee het voorkeursscenario van BRO. Uiteindelijk zal de markt moeten bepalen welke supermarkt hier naar toe verplaatst, maar gezien de aangegeven behoefte aan modernisering ligt het voor de hand dat het ofwel de Aldi ofwel de Jan Linders betreft. Een eventuele verplaatsing van de Jumbo sluiten wij hierbij overigens niet uit, maar de haalbaarheid daarvan is twijfelachtig. Overigens is op formuleniveau geen planologie te bedrijven.

Figuur 4.2 Voorkeursscenario op kaart



In alle gevallen zal er een compactere retailstructuur (dan nu) met twee duidelijke polen ontstaan (haltermodel) met een sterker, meer geconcentreerd en beter bereikbaar supermarktaanbod. Tussen die polen is de Lambertushof verzekerd van perspectief. Omdat er een functionele en ruimtelijke relatie ontstaat tussen de twee polen, zal de markt waarschijnlijk concreet interesse tonen in de huidige Jan Linders locatie. Action en Big Bazar zijn formules waarvoor het pand geschikt is.

Om de interactie tussen het bronpunt Kapelaniestraat en de Kerkstraat te bevorderen, is het verder gewenst de rijrichting om te draaien.
Met het voorgesteld scenario krijgen minimaal drie supermarkten de kans te moderniseren en dus ook groter te worden. Gezien de marktmogelijkheden zal daardoor de gemiddelde omzet per m² wvo gaan dalen. Zolang dat redelijk evenredig gebeurt, is dat geen onoverkomelijk probleem, tenzij de daling zo groot wordt dat een modernisering niet meer loont. Wel is er een risico dat de supermarkt die niet verplaatst, uiteindelijk de veranderde concurrentieverhoudingen niet overleeft. Dat is jammer voor de keuzemogelijkheden voor de consument, maar biedt de overgebleven drie supermarkten en de speciaalzaken wel extra marktkansen. Hierbij dient opgemerkt te worden dat eventuele negatieve effecten voor de beide zuidelijke supermarkten Aldi en Jumbo waarschijnlijk beperkt kunnen worden door het omdraaien van de rijrichting in de Brugstraat.

Tot slot, één van de belangrijkste uitdagingen bij het voorkeursscenario is het optimaliseren van de stedenbouwkundige relaties van de ontwikkellocaties met het kernwinkelgebied. Investeren in de relatie verhoogt de kans op combinatiebezoek tussen de supermarkten en de overige winkels. De grootste kans om tot een versterking te komen, is tussen de Kerkstraat en de locatie Wijen. Het Centrummanagement en de Vereniging van Eigenaren doen daarvoor een interessante suggestie, zoals beschreven in deze rapportage.

De juridisch-planologische gevolgen
De vraag is wat het handhaven van de aanduiding ‘supermarkt’ in het bestemmingsplan op de panden van de supermarkten die eventueel gaan verplaatsen naar de twee nieuw te ontwikkelen supermarktlocaties (Kapelaniestraat, Wijen) betekent voor het toepassen van de Ladder voor Duurzame Verstedelijking en vervolgens de beoordeling van het gemeentelijke besluit ten aanzien van het bestemmingsplan door de Raad van State. Het risico bestaat immers dat de betreffende panden:

- niet heringevuld worden en dus leeg blijven staan;
- een andere detailhandelsinvulling krijgen (bestemmingsplanmatig niet mogelijk bij Aldi-pand, wel bij panden Jumbo en Jan Linders);
- opnieuw ingevuld worden met een supermarkt.

BRO is van mening dat de eventuele leegstand van de drie betreffende panden geen onoverkomelijke problemen geeft voor het woon-, leef- en ondernemersklimaat en zelfs een verbetering kan betekenen. Maar wat als er toch één of twee supers leeg komen te staan?

De kans daarop is klein aangezien de markt al ruimschoots is bezet en er bij dit scenario meerdere supermarkten moderniseren en uitbreiden. Supermarktformules zoeken grote, goed bereikbare panden met veel parkeermogelijkheden en dat bieden de te verlaten panden niet (Jumbo-pand misschien uitgezonderd). Als door de nieuwe supermarkt(en) één van de nieuwe supers op één van de nieuwe supermarktlocaties omvalt, dan komt er

een zeer geschikt pand vrij en het is waarschijnlijk dat daar weer een supermarkt naar toe verhuist. Komen we toch weer op de beoogde compactere detailhandelsstructuur uit. Het plan biedt kortom de basis voor een duurzame structuur gebaseerd op een goede ruimtelijke spreiding en inpassing van moderne supermarkten. Een kanttekening blijft hoe dan ook dat niet met zekerheid voorspelt kan worden wat er gaat gebeuren. Dat is echter vrijwel altijd het geval bij detailhandelsontwikkelingen.

Daarmee geeft BRO direct ook aan dat er bij dit scenario een zeker risico is richting Raad van State. Er wordt immers theoretisch een behoorlijk aantal meters toegevoegd terwijl er niet of nauwelijks distributieve ruimte is. De argumentatie leunt dus bij de eerste trede van de Ladder sterk op de kwalitatieve behoefte.

4.4 Alternatieven

Ondanks dat de voortekenen met betrekking tot de haalbaarheid van het voorkeursscenario gunstig zijn, kan er zich een omstandigheid voordoen waardoor de haalbaarheid onder druk komt te staan. Dat kan bijvoorbeeld te maken hebben met het niet kunnen verwerven van een benodigd object, te hoge kosten of het uitblijven van interesse uit de markt. Daarom is het waardevol een rangschikking van de verschillende scenario's te maken, zodat er uitgeweken kan worden naar scenario B, C of eventueel D.

Voordat de volgorde van de scenario's wordt benoemd, is het zaak nogmaals te benadrukken dat er zelfstandig (dat wil zeggen 'los van de scenario's) ingrepen noodzakelijk zijn om de functie van het centrum te versterken. Zoals:

- Aanpak van de bereikbaarheid, waarover in voorliggende rapportage meerdere voorstellen zijn gedaan.
- Investeren in de parkeermogelijkheden in het centrum.
- Ondernemers in het kernwinkelgebied faciliteren bij plannen om het ondernemerschap een impuls te geven (zoals schaalvergroting).
- Ondernemers buiten het kernwinkelgebied duidelijkheid bieden / verleiden om zich te oriënteren binnen het kernwinkelgebied.
- Investeren in de samenwerking tussen ondernemers, vastgoedeigenaren en gemeente.

Scenario A: polenstructuur Kapelaniestraat en Wijen
De totstandkoming van een tweepolenstructuur via de halters Wijen en Kapelaniestraat komt het dichtste in de buurt bij de randvoorwaarden voor een toekomstbestendig boodschappencentrum. Het tussengelegen kernwinkelgebied, waaronder de Lambertushof e.o., profiteert van de trekkracht van moderne supermarkten (voorzien van een goede bereikbaarheid en voldoende parkeren) aan weerzijden van het gebied waar de overige winkels zijn gevestigd.

Scenario B: optimalisatie Lambertushof en tweede supermarkt Wijen
Dit scenario heeft als voordelen dat meerdere supermarkten de kans krijgen te moderniseren en dat het Lambertushof e.o. direct aansluitend een belangrijke publiekstrekker behoudt. Ten opzichte van het vorige scenario is een nadeel dat het lange termijn perspectief minder goed is omdat de bereikbaarheid- en parkeersituatie suboptimaal blijven. Interessant is wel een verder onderzoek naar de haalbaarheid van het voorstel van Centrummanagement en Vereniging van Eigenaren om de westwand van de Lambertushof te betrekken bij de ontwikkeling om zodoende extra parkeerplaatsen te kunnen genereren. Dat zou tevens een mogelijkheid scheppen om de entree van de supermarkt te oriënteren op de Kerkstraat.

Scenario C: enkel optimalisatie Lambertushof
Wanneer enkel de supermarkt aan de Lambertushof wordt geoptimaliseerd, wordt er slecht één probleem aangepakt, namelijk het functioneren van de betreffende supermarkt krijgt een impuls. Maar er zijn meer uitdagingen voor Nerderweert-centrum. Randvoorwaarden scheppen voor een toekomstbestendig centrum op lange termijn vraagt om een integrale en complete aanpak. Kortom, enkel optimalisatie van de Lambertushof biedt geen tot nauwelijks meerwaarde voor het functioneren van het centrum/het kernwinkelgebied als geheel.

Scenario D: ontwikkeling supermarkt locatie Wijen e.o.
Als de locatie Wijen e.o. ontwikkeld wordt zonder dat daar een impuls voor het Lambertushof tegenover staat (aanwezigheid moderne supermarkt of andere publiekstrekker in of bij het gebied), is de kans groot dat de Kerkstraat en met name het gebied Lambertushof geleidelijk aan verder ontwikkelt en daarmee haar karakter als winkelgebied verliest.

Scenario F: ontwikkeling dorpscentrum locatie Wijen e.o.
Bij dit scenario worden er meer winkelunits gerealiseerd dan alleen een supermarkt. Dit nodigt bestaande winkels uit om vanuit het kernwinkelgebied te verplaatsen naar de nieuwe locatie. De Kerkstraat zal daardoor versneld ontwinkelen. Het kan ook zijn dat zich er nieuwe winkels vestigen, maar gezien afwezigheid van marktruimte zullen die winkels bestaande in het kernwinkelgebied verdringen. In beide gevallen zal de functie van de Kerkstraat als winkelstraat sterk afnemen.

Scenario E: ontwikkeling locatie Kapelaniestraat
Het effect van enkel het ontwikkelen van een supermarkt op de locatie Kapelaniestraat is vergelijkbaar met scenario C (enkel optimalisatie Lambertushof). Desondanks staat het scenario van enkel een ontwikkeling van een supermarkt op de locatie Kapelaniestraat lager gerangschikt, omdat het kernwinkelgebied wordt uitgerekt. Dat is enkel verdedigbaar in het voorkeursscenario vanwege een tweepolenstructuur.

Scenario G: nulscenario
Het is meermaals benoemd: niets doen is geen optie.

5. GEWENSTE ONTWIKKELINGSRICHTING COLLEGE

Op basis van de constateringen en adviezen van BRO heeft het College van Burgemeester en Wethouders van de gemeente Nederweert op 26 januari 2016 een voorkeursrichting bepaald met betrekking tot de detailhandelsstructuur in het centrum. Het College kiest voor de volgende richting:

1. Maatregelen ter bevordering van de verkeersstructuur en de parkeermogelijkheden in het centrum.
2. Ontwikkeling van de locatie Wijen zonder dagwinkels en faciliteren van initiatieven gericht op het optimaliseren van de Lambertushof.
3. Streven naar een gestructureerde overlegstructuur.

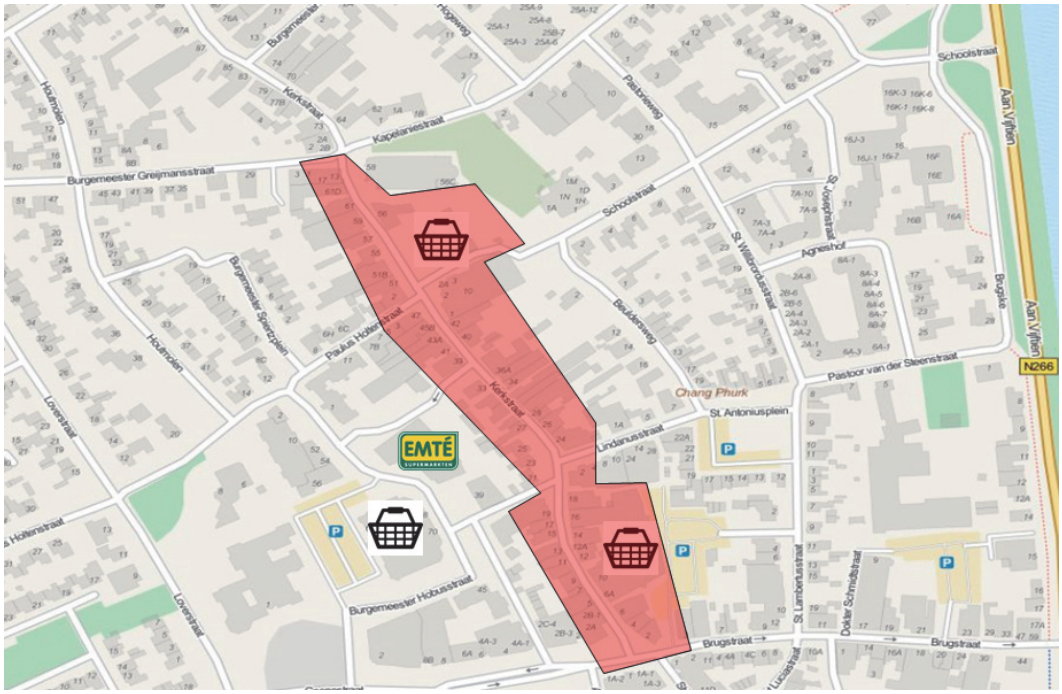
Motivering
Het College volgt het advies van BRO dat een polenstructuur het meeste bijdraagt aan een toekomstbestendig centrum. Dat impliceert dat boodschappenaanbod/supermarkten zijn gevestigd aan de entrees van het centrum. Het gebied tussen de polen biedt de meeste potentie voor dagwinkels en overige commerciële voorzieningen. Het College maakt tevens een keuze voor het kernwinkelgebied. Supermarkten horen thuis in dit gebied zodat een optimale trekkracht kan worden gegenereerd. Deze trekkracht vergroot vervolgens de kans op combinatiebezoek voor de overige winkels in het kernwinkelgebied. Zijn er binnen het kernwinkelgebied fysiek onvoldoende mogelijkheden dan komen randlocaties van het kernwinkelgebied in beeld. Alle randvoorwaarden voor een goed functioneren van het aanbod dienen aandachtig onderzocht te worden op verbeterpunten, waaronder de bereikbaarheid en parkeren. De constatering van BRO dat de bereikbaarheid en het parkeren haaks staan op het bezoekmotief (boodschappencentrum) worden serieus genomen.

In eerste instantie zet het College in op zowel een ontwikkeling van de locatie Wijen met een tweede supermarkt en de optimalisatie van de Lambertushof als noordelijke pool binnen het centrum. Het voorkeursscenario van BRO (ontwikkeling locatie Wijen en ontwikkeling locatie Kapelaniestraat met een moderne supermarkt) kent een aantal beperkingen volgens het College:

- Er is een beperkt draagvlak bij de stakeholders in het centrum voor deze ontwikkeling.
- De afstand tot het winkelhart vanaf de locatie Kapelaniestraat.
- De Kapelaniestraat is een verkeersader die beperkend werkt voor een koppeling tussen de supermarkt en het centrum.
- De haalbaarheid is nog niet geheel duidelijk (in termen van vastgoed en financiën).

Mocht de ontwikkeling van de Lambertushof niet van de grond komen dan blijft het voorkeursscenario van BRO wel in beeld als alternatief.

Figuur 5.1 Voorkeursscenario College op kaart



De voorstellen van de Vereniging van Eigenaren (VVE) in het centrum en het Centrummanagement ter bevordering van de pleinfunctie van de Lambertushof en het onderzoeken van een betere stedenbouwkundige relatie tussen de locatie Wijen en de Kerkstraat worden door het College met een positieve grondhouding tegemoet getreden. De voorstellen dienen in overleg met de betrokken partijennader onderzocht te worden op haalbaarheid.

Figuur 5.2 Onderzoeksgebied verbinding Wijen - Kerkstraat



Het College beseft dat er verschillende belangen een rol spelen bij de toekomstige ontwikkeling van het centrum. Desondanks is samen optrekken essentieel. Centrumgebieden waar de stakeholders eendrachtig met elkaar samenwerken, hebben de grootste overlevingskansen. Vandaar de noodzaak om met alle belanghebbenden (ondernemers, vastgoedeigenaren en gemeente) en een volwaardige vertegenwoordiging het gesprek aan te gaan.

Kort samengevat ziet het College in dat niets doen geen optie is. De onderzoeken tonen aan dat maatregelen noodzakelijk zijn om een toekomstbestendig boodschappencentrum te kunnen realiseren. Moderne supermarkten zijn daarvoor noodzakelijk. Daarvoor zijn twee potentiele ontwikkellocaties aangewezen, zijnde Wijen en de Lambertushof. De gemeente heeft geen publiekrechtelijke dan wel planologische instrumenten in handen om te sturen op formuleniveau. Het is aan de markt om te bepalen welke supermarkt zich waar vestigt.

De visie in een notendop
Nederweert is een boodschappendorp. Supermarkten vormen in de toekomst nog sterker de aantrekkingskracht voor de overige functies. Dat betekent dat zij modern zijn gehuisvest en zijn gelegen op strategische plekken in het kernwinkelgebied. Idealiter vormen ze twee polen met een magnetische werking op het tussenliggende gebied. Het tussenliggende gebied met dagwinkels en andere commerciële functies. De verbindingen tussen de supermarkten en het overige kernwinkelgebied zijn essentieel.

Een toekomstbestendig dorp beweegt mee met de tijd, grijpt kansen en maakt keuzes. Vertalen we dit naar Nederweert dan betekent de keuze voor het kernwinkelgebied dat een aantal straten in de toekomst van kleur moet gaan verschieten. Daar is een verdere afname van de winkelfunctie onvermijdelijk. Daarvoor zijn voldoende alternatieven. Wonen, zorg en maatschappelijke functies bijvoorbeeld.

Het boodschappenaanbod kan nog zo compleet en modern zijn, als de basisvoorwaarden voor een goed functionerend centrum niet op orde zijn dan doet de bewoner elders boodschappen. Aangezien de actieradius van de consument zich blijft ontwikkelen en internet nog verder aan aandeel zal winnen, is het de uitdaging om op alle fronten gastvrij te zijn. Daar horen een optimale bereikbaarheid en consumentvriendelijk parkeren bij.

Een toekomstbestendig centrum creëren doe je met elkaar. Alle stakeholders hebben elkaar daarbij nodig. Om de visie te realiseren dienen de stakeholders over de eigen schaduw heen te stappen. Dan kan het maximale resultaat worden bereikt.

De gevolgen

De voorkeurs ontwikkelingsrichting van het College van Burgemeester en Wethouders van de gemeente Nederweert heeft gevolgen voor de te nemen stappen. Onderstaand is dit inzichtelijk gemaakt. Allereerst algemene zaken, gevolg door zowel de locatie Wijen als de Lambertushof.

Algemeen

- Het opvolgen van de gewenste polenstructuur als leidraad voor de toekomstige ontwikkeling van het centrum.
- De keuze voor het kernwinkelgebied verankeren in beleid: stimulerende maatregelen in het kernwinkelgebied en flankerende maatregelen aan de randen.
- De suggesties van BRO met betrekking tot de bereikbaarheid en parkeren koppelen aan de gewenste ontwikkelingsrichting en uiteindelijk vertalen in concrete voorstellen.
- Stimuleren en faciliteren van initiatieven die de samenwerking tussen stakeholders bevorderen. Samenwerking tussen horeca – vastgoed – winkeliers en gemeente is van belang voor een toekomstbestendig
- Faciliteren van ontwikkelingen van ondernemers in het kernwinkelgebied die de centrumfunctie versterken.

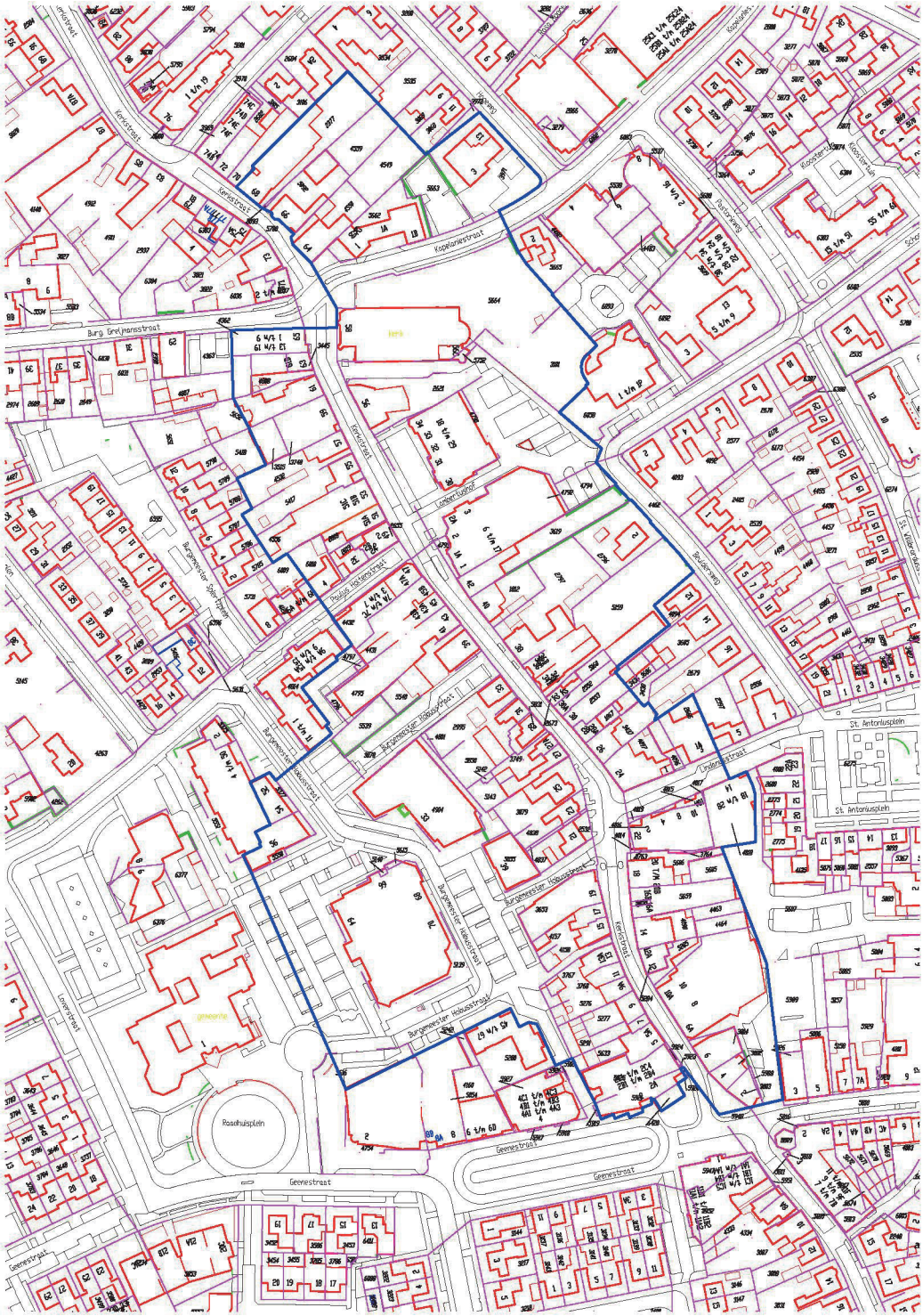
Locatie Wijen

- Bepalen gewenste invulling van de ontwikkeling. Het College kiest voor een ontwikkeling zonder dagwinkels. Dat wil niet zeggen dat overige voorzieningen (bijvoorbeeld maatschappelijk of medisch) er niet kunnen landen.
- Dagwinkels naast de tweede supermarkt maakte een onderdeel uit van de oorspronkelijke plannen van de ontwikkelcombinatie. Het afscheid namen van dagwinkels kan financiële consequenties hebben voor de haalbaarheid. Dat dient te worden besproken met de ontwikkelcombinatie.
- Het gesprek aangaan met de provincie over de gevolgen van de aanpassing voor de subsidie.
- De nieuwe uitgangspunten van het plan samen met de betrokken partijen vastleggen in een contractvorm.
- Voorbereiden en doorlopen van de juridisch-planologische procedures.
- Onderzoeken van een versterking van de stedenbouwkundige relatie tussen de locatie Wijen en de Kerkstraat, conform de suggestie van de VVE en het Centrummanagement.

Lambertushof

- De huidige eigenaar van de supermarkt dient in gesprek te gaan met de eigenaren die een rol spelen bij de modernisering van de supermarkt (eigenaren buurpercelen). Indien er haalbare plannen uit ontstaan, is het zaak deze in te brengen bij de gemeente.
- De huidige eigenaar dient te onderzoeken op welke wijze de expeditie, het parkeren en de bereikbaarheid van de locatie versterkt kunnen worden.

Figuur 5.3 Kernwinkelgebied Nederweert



- De huidige eigenaar dient te onderzoeken op welke wijze de entree van de supermarkt meer verschoven kan worden richting Kerkstraat.
- De huidige eigenaar dient in de markt de interesse te peilen voor de invulling van de locatie.

Overall zijn er nog voldoende risicofactoren die noodzakelijk zijn om te onderzoeken wil de voorkeursrichting van het College uitgevoerd kunnen worden.

Nederweert, bijlagenrapport detailhandelsstructuurvisie centrum 2015

Gemeente Nederweert

Rapportnummer:	204x00545.085062_7
Datum:	februari 2016
Contactpersoon opdrachtgever:	De heer G. Groot
Projectteam BRO:	Stefan van Aarle, Aiko Mein, Eefje van der Velden, Reinder Osinga
Trefwoorden:	Detailhandel, centrum, aanbod, vraag, consumentenonderzoek, ondernemersonderzoek, centrumplan, scenario's
Bron foto kaft:	-
Beknopte inhoud:	Meerdere scenario's ten aanzien van de toekomstige detailhandelsstructuur in het centrum van Nederweert zijn onderzocht. Diverse analysevormen hebben als input gediend, onder andere een uitgebreid ondernemers- en consumentenonderzoek. Uiteindelijk is er een keuze gemaakt voor een voorkeursscenario welke is getoetst op diverse elementen.

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

Ruimte om *in* te leven

Inhoudsopgave

pagina

1. INLEIDING **3**
1.1 Aanleiding 3
1.2 Doelstelling en vraagstelling 4
1.3 Leeswijzer 5

DEEL 1: ONDERZOEKSGEGEVENS **6**

2. AANBOD, VRAAG EN FUNCTIONEREN **7**
2.1 Aanbodanalyse 7
2.1.1 Gemeente Nederweert 7
2.1.2 Kern Nederweert 11
2.1.3 Centrum Nederweert 12
2.2 Vraaganalyse 15
2.2.1 Bevolkingsomvang en -ontwikkeling 15
2.2.2 Bestedingen 16
2.2.3 De consumentverzorging: met name functie voor eigen inwoners 17
2.2.4 Koopkrachtbinding en –afvloeiing 17

3. RUIMTELIJK-FUNCTIONELE STRUCTUUR CENTRUM **19**
3.1 Aanbodstructuur commerciële voorzieningen 19
3.2 Overige voorzieningen 23
3.3 Inrichting en presentatie 24
3.4 Bereikbaarheid en parkeren 25

4. ONDERZOEKEN CONSUMENTEN EN ONDERNEMERS **27**
4.1 Inleiding consumentenonderzoek 27
4.2 Persoonskenmerken consumenten 28
4.3 Koopstromen 30
4.3.1 Koopstromen dagelijkse sector 30
4.3.2 Koopstromen niet-dagelijkse sector 33
4.3.3 Niet-winkelaankopen 35
4.4 Bezoekgedrag en beoordeling 36
4.4.1 Bezoekmotieven Nederweert-centrum 36
4.4.2 Beoordeling Nederweert-centrum 39
4.4.3 Verbetersuggesties 42
4.5 Internet 44
4.6 Inleiding ondernemersonderzoek 46

Inhoudsopgave

pagina

5. ECONOMISCH FUNCTIONEREN **57**
5.1 Huidig functioneren 57
5.1.1 Dagelijkse artikelen 57
5.1.2 Niet-dagelijkse artikelen 58

DEEL 2: SCENARIO'S **60**

6. SCENARIOTOETS **61**
6.1 Inleiding 61
6.2 Nulscenario 63
6.3 Optimalisatie Lambertushof 70
6.4 Ontwikkeling supermarkt locatie Kapelaniestraat 80
6.5 Realisatie centrumplan locatie Wijen 90

BIJLAGEN
Bijlage 1: Lijst gesprekspartners 1
Bijlage 2: Begrippenlijst 3
Bijlage 3: Aanbod Nederweert, Budschop en Nederweert-Eind samen vergeleken 5
Bijlage 4: Ladder voor Duurzame Verstedelijking 7

1. INLEIDING

1.1 Aanleiding

Het centrum van Nederweert is te typeren als een echt dorpscentrum met een sterke boodschappenfunctie voor de inwoners van de eigen gemeente. De aanwezige vier supermarkten bepalen sterk de trekkracht van het centrum, maar daarnaast is er toch een redelijk compleet pakket aan andere soorten winkels, horeca en dienstverlening aanwezig. Zoals wel vaker bij dorpscentra het geval is, is het publieksgerichte aanbod in Nederweert-centrum sterk verspreid gevestigd, met name langs de Kerkstraat en de Brugstraat: de publieksgerichte functie worden afgewisseld met woonpanden. Dat is voor het functioneren van de winkels niet optimaal, maar het geeft het centrum ook wel weer een eigen sfeer. Een centrale vraag voor de visie in dit licht is in hoeverre een verdere indikking van het centrum (concentratie publieksgerichte functies) gewenst, maar zeker ook haalbaar is. Die haalbaarheid wordt bepaald door de uitgangssituatie (kwaliteiten en knelpunten in de aanbodstructuur, vastgoedverhoudingen, etc.), maar ook door de (algemene, regionale en lokale) ontwikkelingen in vraag en aanbod (koopgedrag, bevolkingsontwikkeling, schaalvergroting, e-commerce, plannen en initiatieven, etc.) en tenslotte door het beleid (met name ook van de provincie).

Bovendien…
De detailhandel heeft enkele tumultueuze jaren achter. De winkelbestedingenzijn gedaald door de economische crisis, de perikelen op de woningmarkt en de opkomst van e-commerce. Daarnaast was er ook nog sprake van dynamiek: schaalvergroting, nieuwe formules, nieuwe winkelprojecten, etc. Dit heeft allemaal invloed op het functioneren en het ontwikkelingsperspectief van winkelgebieden. Eén ding is echter zeker: de hedendaagse, mobiele consument is steeds moeilijker te binden aan het ‘eigen’, meest nabijgelegen winkelaanbod. Alle stakeholders op de retailmarkt zullen voor een gezonde structuur hoe dan ook heldere keuzes moeten maken, met name in het vestigingsbeleid. Een actuele, duidelijke detailhandelsstructuurvisie is daarbij van grote waarde.

De detailhandelsontwikkelingen hebben de gemoederen in Nederweert de laatste tijd aardig bezig gehouden: er is een centrumplan opgesteld, diverse partijen hebben rapporten of notities opgesteld, er is een petitie ingediend, etc. Voor de gemeente reden om een (nieuwe) detailhandelsstructuurvisie voor het centrum van Nederweert op te stellen, die als basis kan dienen voor de verdere centrumontwikkeling.

1.2 Doelstelling en vraagstelling

Doel

Uitgangspunt is een realistische en haalbare detailhandelsstructuurvisie die inzet op maatregelen die leiden tot een sterk, bestendig en vitaal centrum voor zowel de ondernemers als de consument. Bij dit laatste gaat het met name om de inwoners van de eigen gemeente. Daarbij is het van belang oog te hebben voor de specifieke wensen en belangen van de betrokken partijen, maar wel met het algemeen belang als centraal uitgangspunt. Het gaat er in feite om dat heldere kaders geschapen worden waarin de ondernemers, maar ook vastgoedpartijen, een goede invulling kunnen geven aan de consumentenverzorging. De visie is daarbij niet alleen richtinggevend voor de korte termijnontwikkelingen, maar dient ook als toetsingskader voor eventuele toekomstige initiatieven.

Vraagstelling

De centrale vragen voor het onderzoek zijn als volgt geformuleerd:

- Hoe is de vraag-aanbodstructuur op het gebied van de detailhandel in dagelijkse en niet-dagelijkse artikelen in de gemeente Nederweert opgebouwd?
- In hoeverre is er distributieve ruimte voor een uitbreiding van het winkelaanbod in Nederweert aan te geven, rekening houdend met de uitgangssituatie en de trends en ontwikkelingen in vraag en aanbod?
- Welke scenario's zijn denkbaar voor de toekomstige ontwikkeling van het centrum van Nederweert?
- Wat zijn de mogelijke gevolgen van de realisatie van de verschillende scenario's voor de consumentenverzorging en de ruimtelijk-functionele (detailhandelsstructuur) structuur van de kern en gemeente Nederweert?
- Wat is het voorkeursscenario en is dit scenario haalbaar met het oog op ruimtelijk-functionele aspecten, realisatie-aspecten en juridisch-planologische aspecten?
- Op welke wijze en met welke maatregelen kan het succes van het voorkeursscenario worden vergroot?

Participatie van het dorp

Er is nadrukkelijk gekozen voor een participatie traject met een hoge betrokkenheid van ondernemers, vastgoed en consumenten (inwoners). Daarvoor zijn diverse onderzoekselementen ingebouwd:

- Een drietal openbare informatieavonden
- Circa 20 individuele gesprekken met belanghebbenden. Een volledig overzicht van de gesprekspartners is opgenomen in de bijlagen van dit rapport.
- Een ondernemersenquête onder alle ondernemers in het centrum
- Een consumentenenquête onder ruim 400 inwoners van de gemeente Nederweert

Van de laatste twee onderdelen wordt in deze rapportage uitgebreid verslag gedaan.

1.3 Leeswijzer

Voorliggend rapport kent een modulaire opbouw. Het eerste deel staat in het teken van een presentatie van de analyses. Er is aandacht voor de ruimtelijk-functionele structuur, kwaliteiten, knelpunten en vanzelfsprekend worden ook de conclusies van het consumenten- en ondernemersonderzoek gepresenteerd. De analyses vormen input voor het huidig functioneren en de uitgangspunten voor de scenario's. In het tweede deel van het rapport staan de mogelijke scenario's met betrekking tot de toekomstige ontwikkeling van het centrum centraal. De verschillende scenario's worden gepresenteerd en beoordeeld. Na een keuze voor het voorkeursscenario zal deze worden uitgewerkt en getoetst op verschillende aspecten.

De hoofdconclusies zijn gebundeld in een afzonderlijke rapportage.

DEEL 1: ONDERZOEKSGEGEVENS

2. AANBOD, VRAAG EN FUNCTIONEREN

2.1 Aanbodanalyse

In deze paragraaf wordt een analyse van het aanbod in de dagelijkse- en niet-dagelijkse artikelensector gemaakt. De dagelijkse sector bestaat uit zowel zaken in levensmiddelen (supermarkten en levensmiddelenspeciaalzaken) als in persoonlijke verzorging (drogisterijen, parfumerieën, apotheken). Ook wordt de leegstand in Nederweert in kaart gebracht. Voor de aanbodanalyse is gebruik gemaakt van cijfers uit de Locatus Retail Verkenner[1].

2.1.1 Gemeente Nederweert

Omvang en samenstelling detailhandel gemeente Nederweert
Het aanbod in de dagelijkse sector in de gemeente Nederweert telt 25 winkels en beslaat een winkelvloeroppervlak (wvo) van 5.224 m² wvo. De niet-dagelijkse sector van omvat 17.214 m² wvo, verdeeld over 68 verkooppunten. In onderstaande tabel wordt de verdeling van het aanbod in gemeente Nederweert weergegeven, met de supermarktsector uitgelicht.

[1] Peildatum inventarisatie november 2014

Tabel 2.1: Aanbod detailhandel Gemeente Nederweert

	Gemeente Nederweert (16.750 inwoners[2])		
	Aantal	m² wvo	gem. wvo per winkel
Levensmiddelen	20	4.676	234
Persoonlijke verzorging	5	548	110
dagelijkse artikelen	**25**	**5.224**	**209**
Warenhuis	1	400	400
Kleding en mode	13	1.905	147
Schoenen en lederwaren	3	325	108
Juwelier en optiek	2	165	83
Huishoudelijke en luxe artikelen	1	581	581
Antiek en kunst	2	430	215
Sport en spel	2	435	218
Hobby	3	270	90
Media	1	210	210
Dier en plant	10	4.135	414
Bruin- en witgoed	4	690	173
Fietsen en autoaccessoires	3	470	157
Doe-het-zelf	5	1.856	371
Wonen	11	4.467	406
Detailhandel overig	7	875	125
niet-dagelijkse artikelen	**68**	**17.214**	**253**
Totaal detailhandel	**93**	**22.438**	**241**

Bron: Locatus

Aanbod dagelijkse sector in perspectief

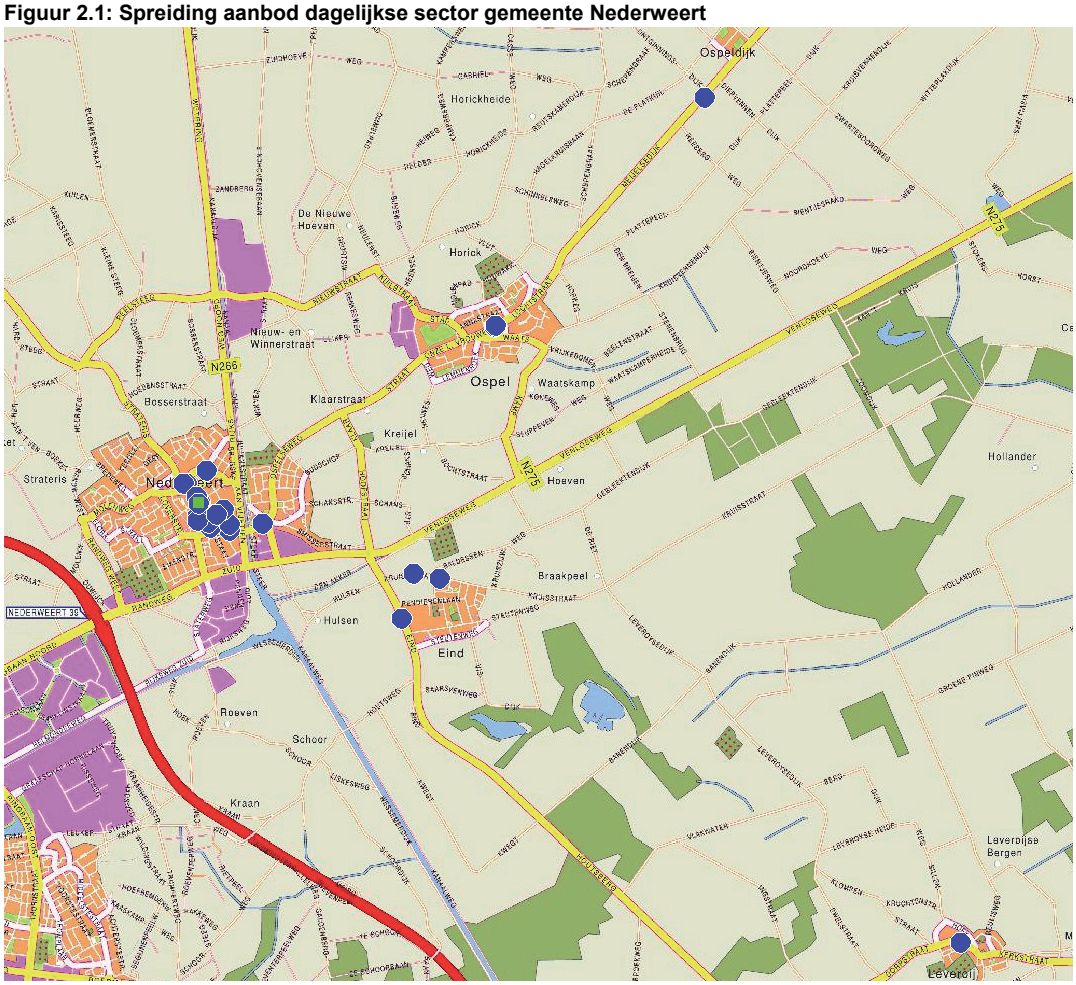
Landelijk gezien bedraagt het aanbod in de dagelijkse sector 351 m² wvo per 1.000 inwoners. In de gemeente Nederweert ligt dit met 312 m² wvo onder het landelijk gemiddelde. Bekijken we het supermarktaanbod, is dit landelijk 245 m² wvo ten opzichte van 241 m² per 1.000 inwoners in de gemeente Nederweert. Het aanbod aan supermarkten in de gemeente Nederweert is hiermee qua omvang van de verkoopruimte iets minder dan gemiddeld.

Spreiding dagelijkse sector

De dagelijkse sector van de gemeente Nederweert is verspreid over de kernen Nederweert, Nederweert-Eind, Leveroy en Ospel. In de onderstaande afbeelding zijn de verkooppunten in de dagelijkse sector in de gemeente Nederweert weergegeven.

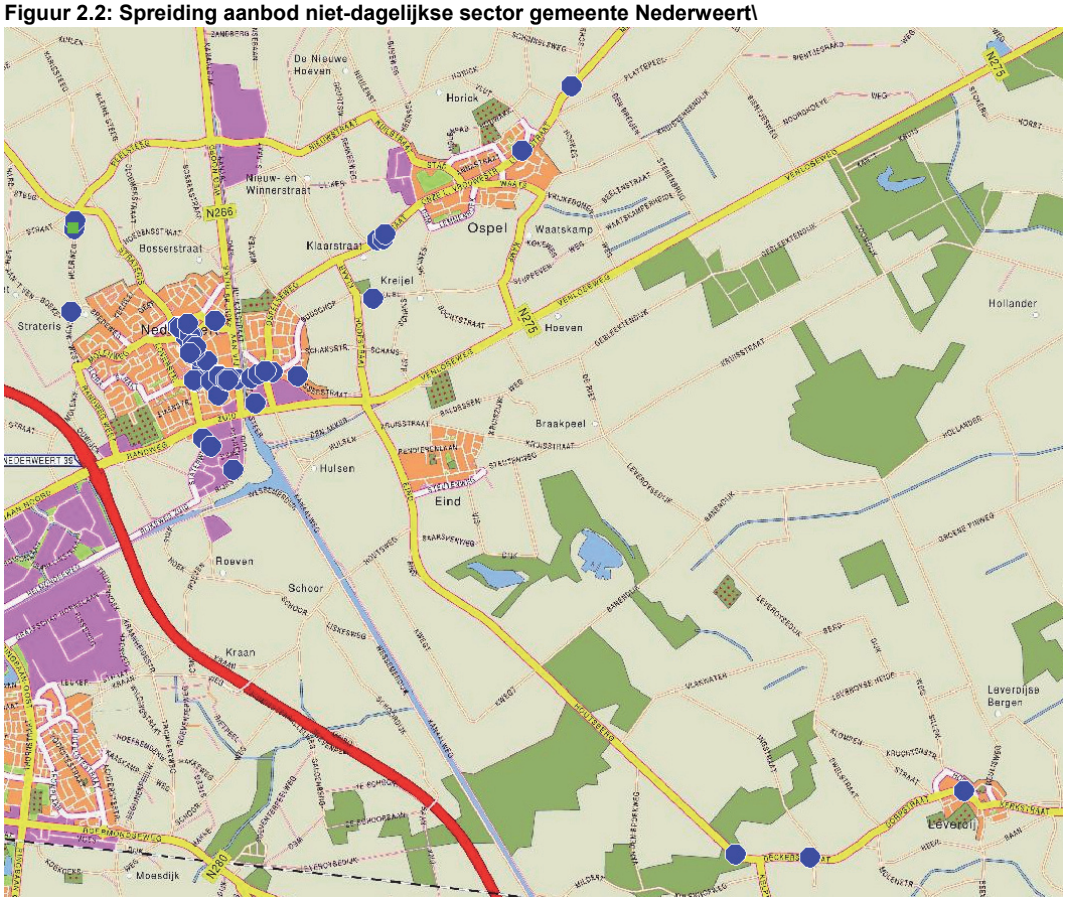
[2] Inwonertal op 20 mei2015: 16.750 (Bron: CBS Statline)

Figuur 2.1: Spreiding aanbod dagelijkse sector gemeente Nederweert



In de navolgende afbeelding zijn tevens de verkooppunten in de niet-dagelijkse sector in de gemeente Nederweert weergegeven.

Figuur 2.2: Spreiding aanbod niet-dagelijkse sector gemeente Nederweert



Supermarktaanbod

De gemeente Nederweert beschikt over 5 supermarkten met een totale omvang van 4.029 m² wvo. Het merendeel van de supermarkten bevindt zich in het centrum van Nederweert. één supermarkt, genaamd de Coop ligt in Ospel. In navolgende sub paragraaf wordt uitgebreid stilgestaan bij het supermarktaanbod in de kern Nederweert

Tabel 2.2: Supermarktaanbod gemeente Nederweert

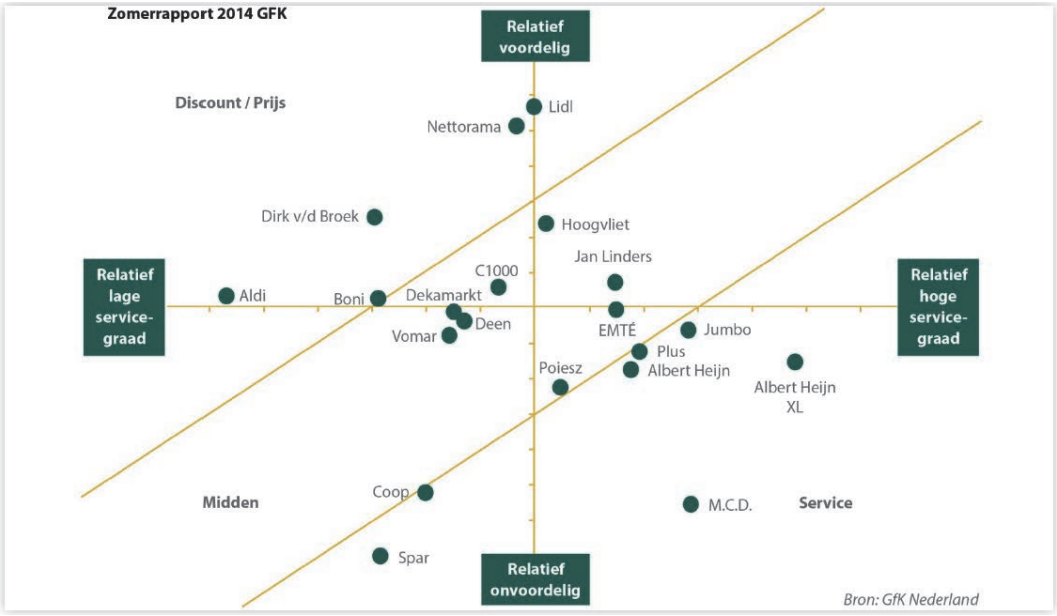
Supermarkt	Omvang (m² wvo)	Locatie	Winkelgebied
Jumbo	950	Kerkstraat 6 A	Centrum Nederweert
Emté	924	Burgemeester Hubusstraat 33	Centrum Nederweert
Jan Linders	800	Lambertushof 3	Centrum Nederweert
ALDI-Markt	780	Dokter Schmidtstraat	Centrum Nederweert
COOP	575	Onze Lieve Vrouwestraat 73	Bebouwde kom Ospel
Totaal	**4.029**		

Geen van de gevestigde supermarkten in de gemeente Nederweert voldoet aan de huidige maatstaven voor moderne supermarkten (service-supermarkten ca. 1.250 – 1.750 m² wvo, discounters ca. 800 – 1.100 m² wvo).

Segmentatie supermarkten

De consument heeft in Nederweert de beschikking over 4 supermarkten, te weten Jumbo, Emté, Jan Linders en ALDI-Markt. Hiervan bevinden 2 supermarkten, te weten Jan Linders en Emté zich in het midden/service-segment, 1 supermarkt bevindt zich in het service-segment, namelijk Jumbo en 1 supermarkt bevindt zich in het discountsegment, te weten ALDI-Markt. Hiermee heeft de consument in Nederweert een relatief ruime keuzemogelijkheid. In onderstaand figuur is de supermarktpositionering van de diverse formules naar service en prijs weergegeven.

Figuur 2.3 Supermarktpositionering naar service en prijs (Bron: Gfk Zomerrapport 2014)



2.1.2 Kern Nederweert

De kern Nederweert heeft een winkelaanbod in de dagelijkse sector van 4.413 m² wvo, verdeeld over 18 verkooppunten. Het winkelaanbod in de niet-dagelijkse sector bedraagt 14.835 m² wvo, verdeeld over 59 verkooppunten. In tabel 1.3 is het detailhandelsaanbod weergegeven, waarbij tevens de vergelijking is gemaakt met kernen met een vergelijkbaar inwonertal.

Tabel 2.3: Aanbod detailhandel kern Nederweert

	Nederweert (8.360 inwoners[3])			Vergelijkbare plaatsen (7.500 -10.000 inwoners)		
	Aantal	m² wvo	gem. wvo per winkel	Aantal	m² wvo	gem. wvo per winkel
Levensmiddelen	13	3.865	297	11	2.786	261
Persoonlijke verzorging	5	548	110	3	426	156
dagelijkse artikelen	**18**	**4.413**	**245**	**13**	**3.212**	**240**
Warenhuis	1	400	400	1	225	426
Kleding en mode	13	1.905	147	6	974	158
Schoenen en lederwaren	3	325	108	1	232	213
Juwelier en optiek	2	165	83	2	112	66
Huishoudelijke en luxe artikelen	1	581	581	2	539	242
Antiek en kunst	2	430	215	0	44	105
Sport en spel	1	80	80	1	199	181
Hobby	3	270	90	1	68	69
Media	1	220	220	1	136	146
Dier en plant	9	3.960	440	4	2.015	484
Bruin- en witgoed	3	610	203	2	265	168
Fietsen en autoaccessoires	2	340	170	2	430	215
Doe-het-zelf	3	907	302	2	1.345	580
Wonen	9	4.017	446	4	2.467	569
Detailhandel overig	6	625	104	2	438	256
niet-dagelijkse artikelen	**59**	**14.835**	**251**	**31**	**9.488**	**304**
Totaal detailhandel	**77**	**19.248**	**250**	**45**	**12.700**	**285**

Bron: Locatus

De omvang van het totale dagelijkse aanbod ligt hoger dan dat van vergelijkbare plaatsen. In de levensmiddelenbranche heeft Nederweert meer verkooppunten en 1.079 m² meer winkelvloeroppervlakte. Tevens is de omvang van het totale niet-dagelijkse aanbod een stuk hoger dan dat van vergelijkbare plaatsen, 9.488 m² wvo ten opzichte van 15.190 m² wvo in de kern Nederweert. De omvang van het aanbod weerspiegelt de centrumfunctie die de kern heeft voor de gehele gemeente.

2.1.3 Centrum Nederweert

Het centrum Nederweert heeft in totaal 16 verkooppunten in de dagelijkse sector, met een totale omvang van 4.323 m² wvo. Bovendien, zijn er in totaal 43 verkooppunten in de niet-dagelijkse sector gevestigd, met een totale omvang van 6.895 m² wvo. In tabel 1.4 is het detailhandelsaanbod in he centrum van Nederweert weergegeven. Hierbij is tevens een vergelijking gemaakt met kernen met een vergelijkbaar inwonertal.

[3] Inwonertal op 20 mei2015: 16.750 (Bron: CBS Statline)

Tabel 2.4: Aanbod detailhandel centrum Nederweert

	Nederweert			Vergelijkbare plaatsen		
	Aantal	m² wvo	gem. wvo per winkel	Aantal	m² wvo	gem. wvo per winkel
Levensmiddelen	11	3.775	343	8	2.067	261
Persoonlijke verzorging	5	548	110	2	381	180
dagelijkse artikelen	**16**	**4.323**	**270**	**10**	**2.449**	**244**
Warenhuis	1	400	400	1	215	426
Kleding en mode	11	1.780	162	6	899	160
Schoenen en lederwaren	3	325	108	1	189	193
Juwelier en optiek	2	165	83	2	105	67
Huishoudelijke en luxe artikelen	1	581	581	2	454	243
Antiek en kunst	0	0	0	0	13	81
Sport en spel	1	80	80	1	115	183
Hobby	2	130	65	1	49	67
Media	1	210	210	1	126	159
Dier en plant	3	295	98	2	295	126
Bruin- en witgoed	3	610	203	1	168	150
Fietsen en autoaccessoires	2	340	170	1	173	189
Doe-het-zelf	3	907	302	1	135	202
Wonen	6	637	106	2	432	267
Detailhandel overig	4	435	109	1	111	132
niet-dagelijkse artikelen	**43**	**6.895**	**160**	**20**	**3.480**	**171**
Totaal detailhandel	**59**	**11.573**	**193**	**30**	**5.929**	**195**

Bron: Locatus

Als we kijken naar het totale dagelijkse aanbod van het centrum van Nederweert dan zien we dat de omvang van het totale aanbod in beide sectoren een stuk hoger ligt dan in qua inwonertal vergelijkbare plaatsen. De centrumpositie van Nederweert binnen de eigen gemeente wordt dus voor een belangrijk deel ingevuld door het in het centrum van Nederweert aanwezige winkelaanbod.

Leegstand

In de kern Nederweert staan in totaal 16 verkooppunten leeg, met een totale omvang van 5.376 m² wvo. Dit komt neer op 8,6% van het aantal verkooppunten en 15,7% van het totale winkelvloeroppervlak[4]. Met betrekking tot het aantal m² wvo blijkt de leegstand hoger dan in referentieplaatsen (8,2%). Dit wordt verklaard door het pand Wijen, in het centrum van Nederweert dat een omvang heeft van 2.575 m² wvo. Houden we geen re-

[4] Berekend volgens Locatus-methode: binnen de leegstand is de verhouding tussen detailhandel en niet-detailhandel ongeveer fiftyfifty (aantal panden). De panden in de detailhandel zijn echter groter dan panden in de niet-detailhandel. Om de leegstandsoppervlakte te berekenen wordt de gemiddelde grootte van de leegstaande panden berekend en als rekenfactor gebruikt. Oppervlakte leegstaande panden: verhouding detailhandel - niet-detailhandel is 2:1.

kening met het pand Wijen dan bedraagt de leegstand (in termen van winkelvloeroppervlak) 8,8%. Dit is conform het gemiddelde voor Nederland en referentieplaatsen.

Ontwikkeling sinds 2009

De laatste 5 jaar is er sprake geweest van een aantal mutaties in het aanbod. De belangrijkste is vanzelfsprekend het vertrek van Woonwereld uit het centrum. In onderstaande tabel valt daarom de neergang van het aantal m² wvo in de woonbranche op. Dit pand staat zoals gezegd nu leeg wat een verklaring vormt voor de forse toename van de leegstand. Verder valt de branche sport en spel op. Het vertrek van Top 1 Toys zorgt ook hier voor een afname van het aanbod.

Tabel 2.5: Aanbod detailhandel centrum Nederweert 2009-2015

	2009			2015		
	Aantal	m² wvo	gem. wvo per winkel	Aantal	m² wvo	gem. wvo per winkel
Levensmiddelen	11	3.755	341	11	3.775	343
Persoonlijke verzorging	5	548	110	5	548	110
dagelijkse artikelen	**16**	**4.303**	**269**	**16**	**4.323**	**270**
Warenhuis	1	400	400	1	400	400
Kleding en mode	11	1.841	167	11	1.780	162
Schoenen en lederwaren	2	225	113	3	325	108
Juwelier en optiek	3	204	68	2	165	83
Huishoudelijke en luxe artikelen	1	581	581	1	581	581
Antiek en kunst	0	0	0	0	0	0
Sport en spel	2	435	218	1	80	80
Hobby	2	175	88	2	130	65
Media	1	210	210	1	210	210
Dier en plant	3	295	98	3	295	98
Bruin- en witgoed	3	1.130	377	3	610	203
Fietsen en autoaccessoires	2	340	170	2	340	170
Doe-het-zelf	2	892	446	3	907	302
Wonen	2	2.130	1.065	6	637	106
Detailhandel overig	4	665	166	4	435	109
niet-dagelijkse artikelen	**39**	**9.523**	**244**	**43**	**6.895**	**160**
Totaal detailhandel	**55**	**13.826**	**251**	**59**	**11.573**	**193**
Leegstand	*11*	*1.727*	*157*	*10*	*4.263*	*426*

Bron: Locatus

2.2 Vraaganalyse

2.2.1 Bevolkingsomvang en -ontwikkeling

De gemeente Nederweert telde per 20 mei 2015 circa 16.750 inwoners, de kern 8.360 inwoners. Tabel 1.5 geeft het aantal inwoners weer van de verschillende kernen binnen de gemeente Nederweert.

Tabel 2.6: Verdeling bevolking gemeente Nederweert

	mei 2015
Nederweert	8.360
Budschop	1.740
Ospel	4.045
Nederweert-Eind	1.570
Leveroy	1.030
Totaal	**16.745**

Op basis van de gemeentelijke bevolkingsprognoses is te bepalen in hoeverre het toekomstig draagvlak zich ontwikkelt. Onderstaande tabel geeft de bevolkingsprognose van de gemeente Nederweert.

Tabel 2.7: Bevolkingsprognose gemeente Nederweert

Jaar	2015	2020	2025	2030	2040
Inwonertal	16.745	17.000	17.200	17.500	17.900

De bevolkingsprognose van de gemeente Nederweert[5] laat in de periode tot 2040 een geringe groei zien van circa 7%.

Tegelijkertijd zien we dat de bevolking in Nederweert sterk vergrijsd. In Nederweert is anno 2015 circa 55% van de bevolking ouder dan 50 jaar. Dat is 6% hoger dan het landelijk gemiddelde. De vergrijzing zet zich naar de toekomst toe versneld door.

Tabel 2.8: Bevolkingsprognose gemeente Nederweert naar leeftijdscategorie (in aandelen) [6]

Jaar	2015	2020	2025	2030
0-30	31%	29%	28%	27%
30-60	41%	39%	36%	34%
60-90	27%	31%	35%	38%
90 en ouder	1%	1%	1%	1%
Totaal	100%	100%	100%	100%

[5] Bron: Onderliggende gemeentegegevens bij de PBL/CBS regionale bevolkings- en huishoudensprognose 2013-2040

[6] Bron: CBS Statline en Etil (Progneff 2014)

De vergrijzing speelt vanzelfsprekend niet alleen in Nederweert. Bijvoorbeeld ook in Noord-Limburg[7].

Tabel 2.9: Bevolkingsprognose Noord-Limburg naar leeftijdscategorie

Jaar	2015	2020	2025	2030
0-30	90.300	86.000	81.800	78.600
30-60	114.400	107.200	99.900	93.400
60-90	72.400	80.700	88.100	93.000
90 en ouder	1.800	2.400	2.800	3.600

2.2.2 Bestedingen

Het landelijk gemiddelde bestedingscijfer in de dagelijkse artikelensector bedraagt € 2.462,- per hoofd van de bevolking (exclusief BTW). Het inkomen is van invloed op de bestedingen. In de gemeente Nederweert bedraagt het gemiddeld besteedbaar inkomen € 14.900,-. Dit is 1,0% onder het landelijk gemiddelde[8]. Bij een afwijking groter dan 5% wordt een correctie toegepast op het landelijke bestedingscijfer. Voor de gemeente Nederweert is dit niet van toepassing. Op basis hiervan bedraagt het bestedingscijfer voor de dagelijkse artikelensector € 2.462,- en voor de niet-dagelijkse artikelensector € 2.356,- per hoofd van de bevolking. Deze cijfers zullen dan ook gebruikt worden bij het berekenen van het economisch functioneren.

Effect internet
De fysieke winkel blijft weliswaar veruit de populairste aankoopplaats maar verliest wel terrein ten opzichte van het internet. Levensmiddelen worden echter overwegend aangeschaft via de fysieke winkel in plaats van via het internet. De impact van internetaankopen op de winkelbestedingen in supermarkten is tot op heden lang niet zo groot als bij niet-dagelijkse artikelen. De opkomst van afhaalpunten verandert dit mogelijk. De afgelopen twee jaar zijn de bestedingen in de dagelijkse sector jaarlijks met 2% gestegen, de verwachting is dat de groei ook de komende jaren door zal zetten. BRO heeft in de berekeningen de toekomstige bestedingen in de dagelijkse sector echter gelijk gehouden aan de huidige bestedingen om de toename van de online aankopen in deze sector (met name via afhaalpunten) te verdisconteren.

Voor de niet-dagelijkse sector wordt voor de nabije toekomst rekening gehouden met een daling van de bestedingen met 5%

[7] Bron: Onderliggende gemeentegegevens bij de PBL/CBS regionale bevolkings- en huishoudensprognose 2013-2040
[8] Bron: CBS, Regionale Inkomensverdeling, 2012.

2.2.3 De consumentverzorging: met name functie voor eigen inwoners

Het centrum van Nederweert heeft een belangrijke verzorgende functie voor de eigen inwoners zowel in de dagelijkse als de niet-dagelijkse artikelensector. Het consumentenonderzoek geeft aan dat in beide sectoren sprake is van een relatief lage koopkrachtbinding. Hier valt, ondanks de sterke lokale én regionale concurrentie, dus nog wel te winnen. Dit geldt zeker voor de dagelijkse sector. De trouw van de lokale consument aan Nederweert-centrum is volgens het onderzoek nog wel redelijk goed op orde.

De regionale verzorgingsfunctie van Nederweert is beperkt. Kijken we naar de totale omzet in het centrum dan schat BRO in dat circa 2-5% afkomstig is van buiten Nederweert. Vanzelfsprekend vormen verschillende ondernemers een uitzondering hierop. Bezoek uit de regio is met name afkomstig uit Weert, Someren, Maarheeze, Heythuysen en Meijel. Daarnaast zijn er extra inkomsten als gevolg van recreatie. Op basis van de ondernemersenquête, de individuele gesprekken en het consumentenonderzoek is naar voren gekomen dat met name de regionale verzorgingsfunctie van Nederweert-centrum onder druk staat. Dit heeft enerzijds te maken met de enorme concurrentie en dynamiek in de regio en anderzijds met de relatieve stilstand in Nederweert.

2.2.4 Koopkrachtbinding en –afvloeiing

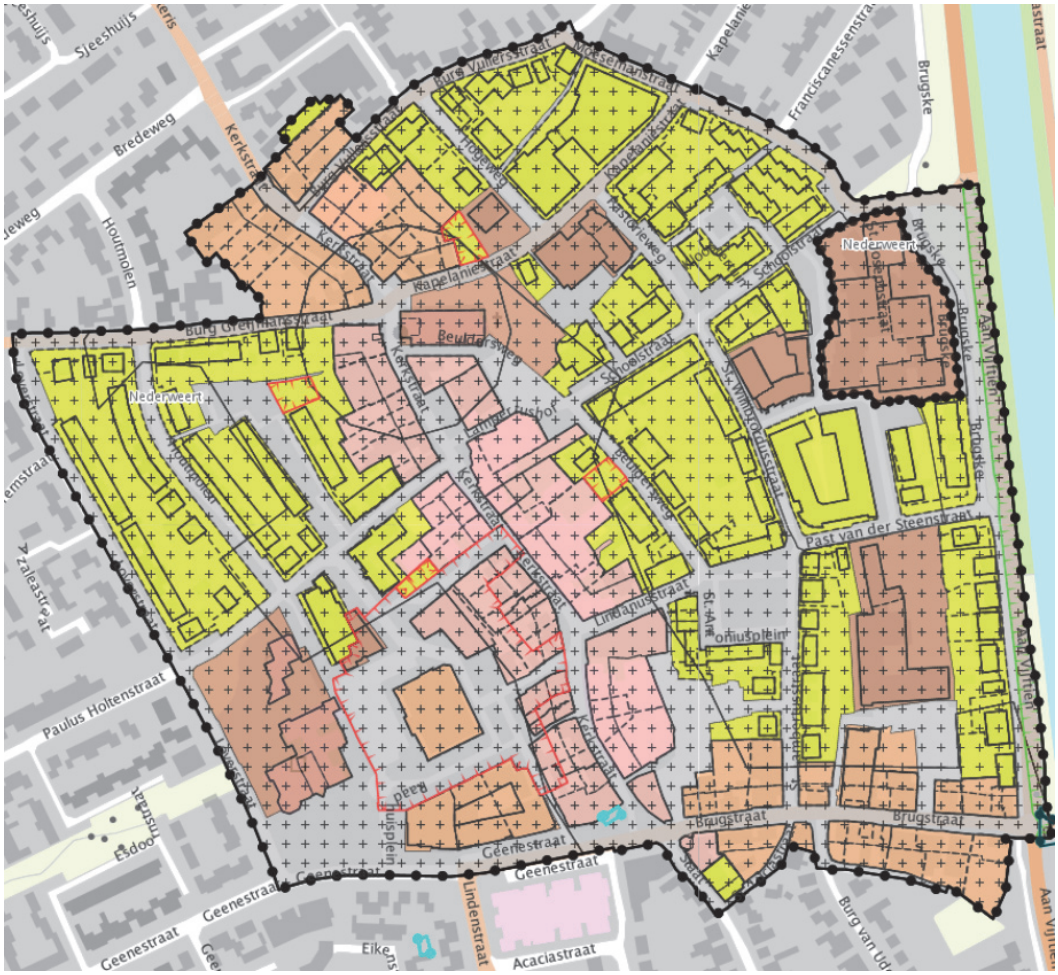
Ten behoeve van de detailhandelsstructuurvisie is een consumentenonderzoek gehouden onder circa 450 inwoners van Nederweert. Het consumentenonderzoek geeft ons waardevolle informatie over het koopgedrag van de eigen inwoners. Een volledig verslag van het consumentenonderzoek is opgenomen in hoofdstuk vier. Uit de resultaten blijkt dat de koopkrachtbinding in de dagelijkse artikelensector in de gemeente Nederweert 81,5% bedraagt. Zetten we dit af tegen het aanbod (vijf supermarkten) dan is de binding aan de lage kant. Afvloeiing is met name gericht op Weert (8,5%) en Leudal (4%). In de niet-dagelijkse artikelensector wordt een binding behaald van 45%. Dit is, in relatie tot de omvang en samenstelling van het aanbod, conform wat verwacht mag worden. De afvloeiing gaat voor een groot deel naar Weert (31%). Veel kleiner is het verlies aan koopkracht aan Roermond (7%) en Eindhoven (4%).

3. RUIMTELIJK-FUNCTIONELE STRUCTUUR CENTRUM

3.1 Aanbodstructuur commerciële voorzieningen

De aanbodstructuur is vastgelegd in het bestemmingsplan ‘Centrum Nederweert’ uit 2011. Het Masterplan Centrum heeft hier de basis voor gevormd. Voor gebieden waar de bestemming ‘centrum’ of ‘gemengd’ geldt zijn Burgemeester en wethouders bevoegd de bestemming te wijzigen. De aanduiding ‘detailhandel’, ‘detailhandel volumineus’, ‘horeca’, en ‘supermarkt’ kan worden verwijderd of verkleind in omvang indien het gebruik van de betreffende functie minimaal 3 jaar definitief is beëindigd.

Figuur 3.1: Contour bestemmingsplan centrum Nederweert (bron: ruimtelijkeplannen.nl)



Geel = bestemming wonen, oranje = bestemming gemengd, roze = bestemming centrum.

Vanuit het oogpunt van commerciële en publieksgerichte functies strekt het centrumgebied van Nederweert zich grofweg uit van de Geenestraat (vanaf kruising Raadhuisplein), via de Kerkstraat tot aan de kruising Kapelaniestraat / Burgemeester Greijmansstraat. Straten die ook nadrukkelijk een publieksfunctie hebben vanuit het oogpunt van commerciële voorzieningen zijn de Brugstraat, de Lindanusstraat en de Lambertushof. Ook in de Kerkstraat-Noord en het eerste deel van de Kapelaniestraat zijn nog commerciële voorzieningen gevestigd.

Het echte kernwinkelgebied is feitelijk de Kerkstraat, vanaf de zuidelijke entree tot aan de aan de kruising Kapelaniestraat / Burgemeester Greijmansstraat, en de Lambertushof. Dit is het roze deel op afbeelding 3.1.

Het commerciële aanbod in het centrum van Nederweert heeft een verbrokkelde structuur. De commerciële voorzieningen vormen geen aaneengesloten lint en worden regelmatig onderbroken door rijtjes woningen. Er is veel meer sprake van een aantal clusters met voorzieningen. Hieronder zoomen we in op de verschillende straten / clusters in het centrum.

Geenestraat
De Geenestraat is één van de aanloopstraten van het centrum. Naast parkeervoorzieningen is er sprake van een klein cluster voorzieningen, met onder andere de Marskramer, Zeeman en Intertoys. Deze winkels hebben tevens een ingang aan de achterzijde, aan het Burgemeester Hobusplein. Aan dit plein ligt de voormalige woonwinkel Wijen. Het pand staat al een geruime tijd leeg wat afbreuk doet aan de uitstraling van het gebied. Een gebied dat verder voornamelijk bestaat uit parkeervoorzieningen.
Ook grenst het Raadhuisplein (met het gemeentehuis) aan de Geenestraat en is de Rabobank er gevestigd. De Rabobank gaat de vestiging binnen afzienbare tijd verkleinen.
Bestemmingsplan: gemengd

Brugstraat
De Brugstraat kent nog een aanzienlijk commercieel aanbod. Het zijn met name speciaalzaken die kenmerkend zijn voor Nederweert en doelgericht worden bezocht. Voorbeelden zijn Pleunis Mode, Vlijtig Liesje (bloemist) en restaurant Diverso. Vaak is het bedrijf en eigendom in één hand. Ook supermarkt Aldi grenst direct aan de Brugstraat. De supermarkt is gevestigd aan de Dr. Schmidtstraat maar is enkel te bereiken via de entree aan de Brugstraat. De straat heeft zeker in het eerste deel (komende vanuit de Geenestraat) te kampen met langdurige leegstand. Daardoor is er geen optimale wisselwerking tussen de Kerkstraat en de Brugstraat. Het zijn veel meer zelfstandig functionerende clusters. De Brugstraat kent sinds 2013 eenrichtingsverkeer in oostelijke zijde.
Bestemmingsplan: gemengd

Kerkstraat
De Kerkstraat is de hoofdstraat in het dorp. De straat heeft (gerekend vanaf Geenestraat tot aan de kruising Kapelaniestraat / Burgemeester Greijmansstraat een lengte van 410 meter. Analyseren we de straat van zuid naar noord dan kan de zuidelijke entree worden getypeerd als een cluster met horeca. Met restaurant / café Guulke en restaurant / café de Kleine Winst liggen er twee populaire ontmoetingsplekken met terras. In het eerste deel van de Kerkstraat liggen direct twee sterke trekkers. Modehuis DPS Fashion / De Paerdstal is een regionale trekker. Daarnaast ligt supermarkt Jumbo. De supermarkt heeft entree en parkeren aan de zijkant/achterzijde waardoor de supermarkt aan de Kerkstraat niet al te levendig oogt. Daarna volgt een stuk waarin woningen en winkels elkaar afwisselen. Winkels zijn onder andere klusmarkt Hubo, Jola en Kessels Mannenmode. Laatste heeft onlangs te kennen gegeven de vestiging te sluiten. Hierna (tussen de twee zijwegen richting Burgemeester Hobusstraat) met name een stuk met woningen. Hier zijn slechts enkele winkels gevestigd aan de oostflank, namelijk Shoeby, Bloemenstyling ’t Roosje en Shoetime. Het volgende cluster kent weer meer commerciële activiteit en loopt door tot en met de Lambertushof. Grootste trekker is warenhuis Hema.
Sinds begin 2015 geldt er in de Kerkstraat eenrichtingsverkeer in noordelijk richting.
Bestemmingsplan: centrum (Kerkstraat-Zuid), gemengd (Kerkstraat-Noord)

Lambertushof
De Lambertushof is van oudsher het hart van het centrum van Nederweert. De St. Lambertuskerk grenst aan de Lambertushof wat voor een dorpse sfeer zorgt. Aan het plein is een sterk cluster met commerciële voorzieningen gevestigd. Trekker is supermarkt Jan Linders. Doordat parkeren plaatsvindt aan de achterzijde en de ingang aan de zijkant is gevestigd, is de spin-off met de overige voorzieningen echter niet optimaal. Andere trekkers in het gebied zijn Kruidvat en Bruna (inclusief postkantoor). Begin 2015 heeft het filiaal van speelgoedketen Top 1 Toys de deuren gesloten. Deze locatie staat leeg. Op het vlak van horeca is restaurant Bi-j Siem een trekker. Ook ligt direct aangrenzend onder andere een zalencentrum en een kroeg.
Bij de herinrichting van het centrum zijn de parkeerplaatsen op het plein bij de Lambertushof verdwenen. Er zijn inrichtingselementen zoals een bankje voor teruggekeerd maar desondanks maakt het plein een verlaten indruk.
Bestemmingsplan: centrum

Supermarkt Emté is hierboven nog niet benoemd. Deze supermarkt is gevestigd aan de Burgemeester Hobusstraat, direct aan de overzijde aan de locatie Wijen (ontwikkellocatie centrumplan). De supermarkt is vanaf meerdere zijden te bereiken. Rondom de supermarkt liggen diverse maatschappelijke voorzieningen. Meer daarover in de volgende paragraaf.





Overig

Ook aan de randen van het centrum is er op diverse plekken commerciële activiteit. In de Kerkstraat-Noord bevinden zich nog diverse winkels en horecavoorzieningen, zoals een ambachtelijke slagerij en een rijwielhandel. Dat geldt ook voor de Kapelaniestraat.
Door de verbrokkelde structuur profiteren de winkels niet optimaal van elkaars aanwezigheid.

Locaties en spreiding van de trekkers

De belangrijkste trekkers in de dagelijkse artikelensector en voor de lokale koopkrachtbinding zijn de supermarkten Aldi, Jumbo, Emté en Jan Linders. De supermarkten liggen verspreid over het centrum wat voor een typische structuur zorgt. Zoals eerder benoemd zijn alle supermarkten aan de kleine kant volgende moderne maatstaven. Opvallend is ook dat de uitstraling en zichtbaarheid van met name Emté, Aldi en Jan Linders richting de Kerkstraat te wensen overlaat. Bovendien zijn niet alle supermarkten even courant door een suboptimale bouwkundige inrichting, leidt expeditie in relatie tot de woonfunctie tot conflicterende situaties en is parkeren op piekmomenten met name bij de Jan Linders onvoldoende.
Met name de Jumbo en Jan Linders zijn voorzien van subtrekkers, vooral in de vorm van landelijke filiaalbedrijven maar ook op basis van lokale/regionale aanbieders. De Aldi en Emté liggen veel meer solitair.





Vigerend beleid tot aan deze visie
Het Masterplan uit 2009 maakt met betrekking tot het centrum van Nederweert de keuze voor een tweepolenstructuur c.q. een haltermodel. De eerste halter wordt gevormd door een concentratie van voorzieningen rondom de Lambertushof. De tweede pool zou de locatie Wijen moeten betreffen. Door hier een herontwikkeling te laten plaatsvinden met twee supermarkten en eventueel aanvullende winkels zou een trekker in het zuidelijke deel van het centrum ontstaan. De Kerkstraat is de verbindende straat tussen de twee polen/halters. De gedachte achter de tweepolenstructuur is dat het centrum in de huidige situatie te langgerekt is. De panden van de ondernemers die verplaatsen naar de nieuwe halter op de locatie Wijen dienen volgens het Masterplan getransformeerd te worden tot niet-winkelfuncties. Zo ontstaat een compacter centrum.

In de huidige situatie vormt de Lambertushof weliswaar een belangrijke halter in het centrum, in het zuidelijke deel van het centrum is geen sprake van een duidelijke concentratie.

Doel van voorliggend document is om te onderzoeken welke structuur het meest potentie biedt voor een toekomstbestendig centrum van Nederweert.

3.2 Overige voorzieningen

Horeca: prima profilering
In het centrum van Nederweert zijn in totaal 14 horecazaken gevestigd. De zaken liggen verspreid over het centrum, met een (beperkte) concentratie op de twee entrees van de Kerkstraat. De meerderheid van het aanbod betreft restaurants (5 zaken). Daarnaast zijn er 4 cafés (drankverstrekkers), 3 fastfoodzaken, 1 hotel en 1 ijssalon. De segmentatie is prima op orde en er zijn enkele regionale trekkers (bijvoorbeeld ijssalon Florence, restaurant Diverso en restaurant Bi-j Siem). Het totaalbeeld voor de horeca wordt bevestigd door de uitkomsten van het consumentenonderzoek. De kwaliteit van de horeca wordt met een 7,6 goed beoordeeld.

Overige publieksverzorgende functies
Het centrum van Nederweert omvat ook nog een breed aanbod aan ambachtelijke en andere dienstverlenende en publieksverzorgende functies. Deze zijn sterk gespreid over het centrum. Er zijn 5 kappers aanwezig, 3 schoonheidssalons, 2 fotografen, 1 uitzendbureau, 1 reisbureau, 1 makelaar, 1 bank, 1 financieel adviseur en 1 stoffeerderij.
Buiten de bibliotheek aan de Kapelaniestraat kent het centrum geen culturele instellingen.

Maatschappelijke functies
Met het oog op de vergrijzing van de bevolking vormen maatschappelijke functies een extra bezoekmotief voor het centrum. In het centrum van Nederweert zijn diverse maat-

schappelijke functies gehuisvest, met een cluster rondom de Wijen-locatie. Zo zijn hier een huisarts en een apotheek gevestigd. Ook in de Kerkstraat is een apotheek aanwezig. Therapeuten liggen aan de rand van het centrum.

3.3 Inrichting en presentatie

Bij de herinrichting van het centrum is veel aandacht besteed aan de inrichting van de openbare ruimte. De heringerichte straten ogen dan ook bij de tijd en verzorgt.
De doelstelling was om de belangrijkste centrumstraten met elkaar te verbinden door een uniforme uitstraling in bijvoorbeeld bestrating en inrichtingselementen. De herinrichting van de openbare ruimte is in 2014 afgerond. Het Masterplan is uitgegaan van het leidende principe dat de auto 'te gast' is in het centrum. Dat vertaalt zich in verbreding van de trottoirs en het verdwijnen van parkeerplaatsen in de Kerkstraat. Hierdoor krijg de voetganger meer ruimte en wordt het verblijfskwaliteit in het centrum naar een hoger niveau gebracht. Het beoogde doel (meer gezelligheid en beleving van de openbare ruimte) is een illusie. Uit de individuele gesprekken die BRO heeft gevoerd, blijkt dat het effect van de herinrichting (ondanks de prima uitstraling) is dat het aantal bewegingen in het centrum is afgenomen. Er is simpelweg minder reuring. Een vergelijkbare ontwikkeling geldt aan de Lambertushof. Het verdwijnen van de parkeerplaatsen (en dus een vermindering van het aantal bewegingen) creëert een verlaten sfeer.

Tegenover de verzorgde uitstraling van de belangrijkste winkelstraten, staat het contrast met de zijstraten en het gebied rondom de Wijen-locatie. Hier gaat het centrumgevoel snel verloren door een verouderde inrichting, op de Wijen-locatie versterkt doordat men aankijkt tegen de achterkant van de bebouwing rondom de locatie.





3.4 Bereikbaarheid en parkeren

Tegelijkertijd met de herinrichting van het centrum in 2013 zijn de bereikbaarheid en het parkeren in het centrum van Nederweert aangepakt. Als gevolg van de visie in het Masterplan dat de kwaliteit van de openbare ruimte voor de centrumbezoeker vergroot diende te worden, is het autoverkeer afgebouwd. Trottoirs zijn verbreed ten koste van de rijbaan. Wat resulteerde is de invoering van eenrichtingsverkeer in de Kerkstraat en in de Brugstraat.

In de zomer van 2013 is het eenrichtingsverkeer ingevoerd. Als rijrichting is gekozen voor een noord-zuidrelatie. De Kerkstraat was daardoor alleen nog maar bereikbaar vanuit de Burgemeester Greijmansstraat en de Kapelaniestraat. In de Brugstraat is gekozen voor een west-oostverbinding. Al snel na de invoering ontstond er een forse kritiek op het besluit. Ondernemers maakten beklag van omzetdalingen en bezoekers klaagden over een onbereikbaar centrum. Uiteindelijk is één jaar later (zomer 2014) de rijrichting in de Kerkstraat omgedraaid (zuid-noord in plaats van noord-zuid). Gemotoriseerd verkeer kan vanaf dat moment de Kerkstraat inrijden vanaf het horecaplein en niet meer vanaf de Burgemeester Greijmansstraat/Kapelaniestraat. De rijrichting van de Brugstraat is niet veranderd. Zoals in de vorige paragraaf benoemd en zoals tevens blijkt uit de resultaten van het ondernemers- en consumentenonderzoek dient het centrum van Nederweert getypeerd te worden als een boodschappencentrum. Het winkelgedrag van de consument is de laatste jaren in rap tempo veranderd. De consument maakt scherpe keuzes afhankelijk van zijn/haar bezoekdoel. Gaan we recreatief winkelen dan zijn we in toenemende mate bereidt een afstand te overbruggen en dan begrijpen we dat er betaald moet worden om in het centrum te parkeren. Bij het boodschappen doen gaat het maar om één ding: efficiency/gemak. Alle randvoorwaarden voor het efficiënt doen van boodschappen dienen optimaal te zijn. Dat betekent primair een goede bereikbaarheid en gratis parkeren. Is dat niet het geval dan kiest de consument voor een ander winkelgebied dat wel aan de randvoorwaarden voldoet. Het centrum van Nederweert kent vanuit dit oogpunt diverse knelpunten (constateringen individuele gesprekken en BRO op locatie):

- De bereikbaarheid van het centrum voor inwoners van de noordelijke wijken in de kern Nederweert is verslechterd als gevolg van de rijrichting in de Kerkstraat.
- De bereikbaarheid van het centrum voor inwoners uit Budschop, Nederweert-Eind en Ospel is verslechterd als gevolg van de rijrichting in de Brugstraat.
- Nederweert kent geen compact centrum en een verbrokkelde boodschappenstructuur waardoor een deel van de bezoekers de auto gebruikt voor het doen van boodschappen. Daarvoor moet voorafgaand aan het bezoek een route worden uitgestippeld om niet onnodig te moeten omrijden.
- De verkeersstructuur leidt ertoe dat autoverkeer in Kerkstraat enkel is gericht op het verlaten van het centrum. De rijrichting is in alle gevallen het centrum uit in plaats van het centrum in.
- Als gevolg van de verkeersmaatregelen is er sluipverkeer ontstaan in de woongebieden.

Met de herinrichting van het centrum is tevens het parkeren aangepakt. Met name in de Kerkstraat en de aangrenzende Lambertushof zijn parkeerplaatsen opgeofferd ten faveure van het verbreden van de trottoirs. Tegelijkertijd is het parkeerregime aangepakt. De zogenaamde ‘blauwe zone’ is uitgebreid. Dat betekent maximaal twee uur parkeren aan de randen en maximaal 30 minuten in de winkelstraten.

Dat de bereikbaarheid en het parkeren de grote knelpunten in het centrum zijn, bevestigen de gesprekken en het ondernemersonderzoek. Ondernemers pleiten massaal voor het opnieuw invoeren van tweerichtingsverkeer. Meer daarover in het volgende hoofdstuk.

4. ONDERZOEKEN CONSUMENTEN EN ONDERNEMERS

4.1 Inleiding consumentenonderzoek

Om de behoefte van de consumenten in de gemeente Nederweert zo goed mogelijk te achterhalen is een consumentenenquête uitgevoerd onder inwoners van de gemeente Nederweert. Het consumentenonderzoek is uitgevoerd van maandag 27 juli tot en met woensdag 12 augustus 2015. Via diverse kanalen zijn diverse doelgroepen benaderd Onder de huishoudens is een representatieve steekproef getrokken met een evenredige verdeling naar leeftijd en aantal inwoners per wijk. Deze consumenten zijn via een telefonische enquête benaderd en middels een standaardmethodiek bevraagd over feitelijkheden in hun koopgedrag. De inwoners van Nederweert toonden zich buitengewoon bereidwillig om mee te werken aan het onderzoek. Naast de representatieve steekproef is aan inwoners de mogelijkheid geboden zelf actief deel te nemen aan het consumentenonderzoek. Middels de gemeentelijke website, de website Nederweert24.nl en het informeren van bewoners per brief konden geïnteresseerden hun mening laten horen.

De vragenlijst bevat de volgende onderdelen:

- *Bezoek aan centrum:* Gevraagd is of het centrum van Nederweert het meest wordt bezocht voor boodschappen of recreatief winkelen.
- *Beweegredenen:* Gevraagd is naar de belangrijkste redenen om het centrum van Nederweert wel of niet het meeste te bezoeken.
- *Koopstromen*: In de vraagstelling zijn in totaal tien branchegroepen onderscheiden (3 dagelijks en 7 niet-dagelijks). Per branchegroep is gevraagd bij welk winkelcentrum artikelen ‘meestal’, ‘soms’ en ‘ook wel’ aangekocht worden. Doordat per branchegroep drie aankoopplaatsen genoemd kunnen worden, komen ook de kleinere aankoopplaatsen aan de orde. In de antwoordcategorieën krijgt de respondent een zo compleet mogelijk overzicht van de aankoopplaatsen te zien. Zodoende geven deze vragen inzicht in de kooporiëntatie van de consument naar alle mogelijke aankoopplaatsen. Door middel van een weging naar bestedingen per branchegroep en naar antwoordcategorie (‘meestal’, ‘soms’ en ‘ook wel’) zijn de koopstromen bepaald.
- *Beoordeling en suggesties winkelgebied*: Gevraagd is op twaalf elementen een oordeel te geven over het centrum van Nederweert en suggesties voor verbeteringen van het winkelaanbod, horeca, cultuur, evenementen en overige aspecten van de winkelomgeving.
- *Internet*: Gevraagd is naar het gebruik van internet in relatie tot het koopgedrag.
- *Sociaal-demografische kenmerken*, naar leeftijd, huishoudensamenstelling, opleidingsniveau en inkomen.

4.2 Persoonskenmerken consumenten

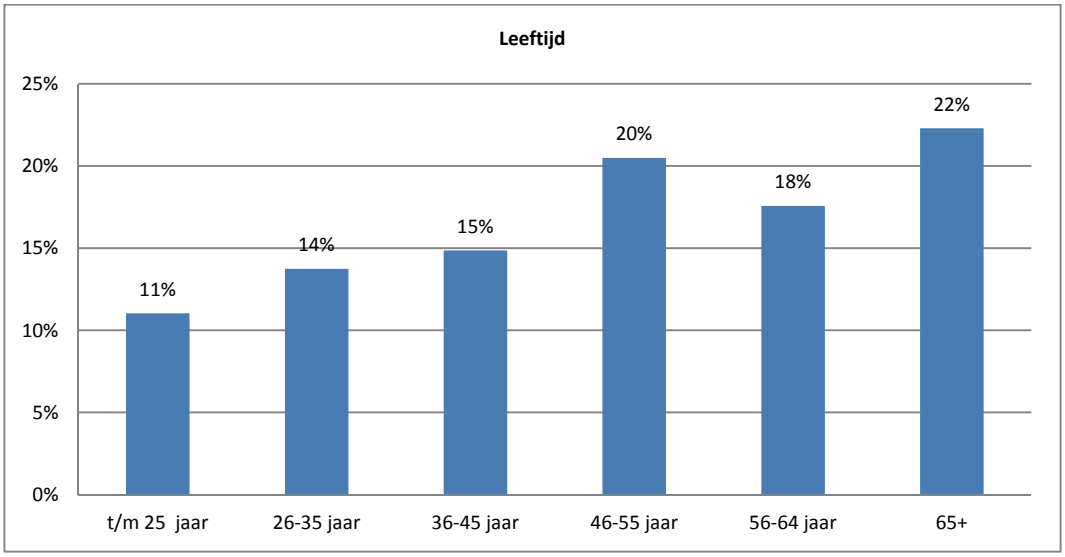
De enquêtes zijn afgenomen onder 444 huishoudens van de gemeente Nederweert, die via diverse kanalen zijn benaderd voor deelname aan het onderzoek. De steekproef is representatief voor de gehele populatie in de gemeente. Op grond hiervan kunnen uitspraken gedaan worden over koopgedrag en waardering van de consumenten.

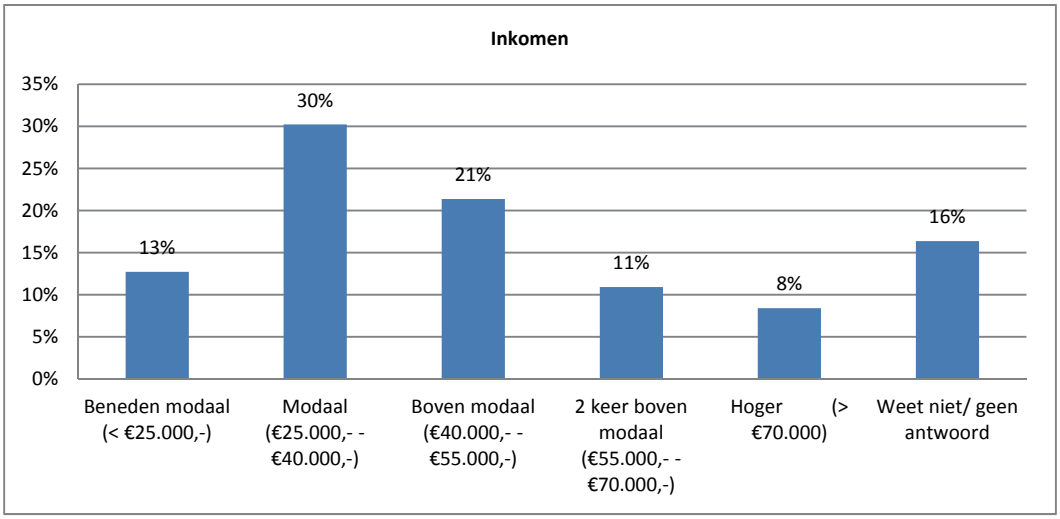
In het consumentenonderzoek is op basis van wijkindeling onderscheid gemaakt in zes deelgebieden. Navolgende tabel geeft een gedetailleerde weergave van de herkomst van respondenten.

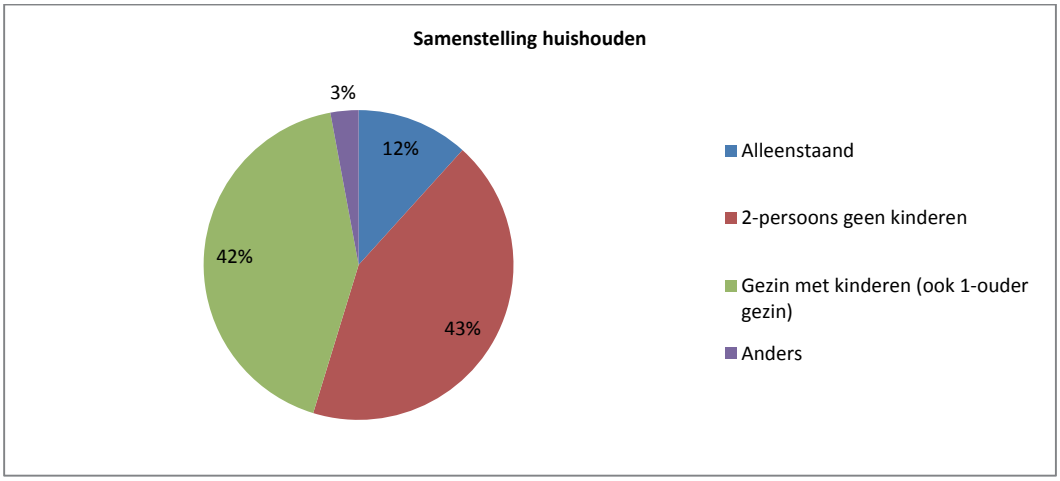
Tabel 4.1: herkomstverdeling respons consumentenenquête

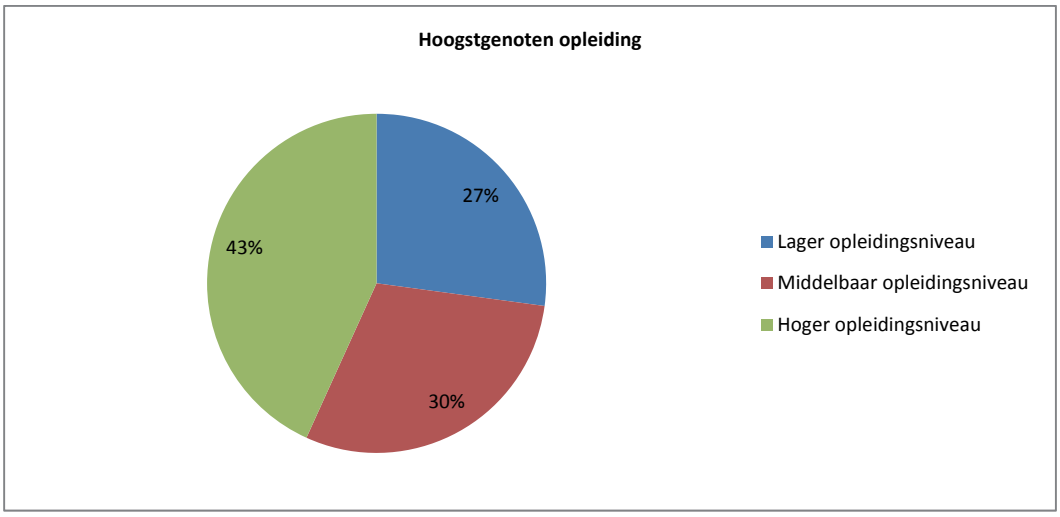
	Aantal	%
Budschop	43	10%
Leveroy	16	4%
Nederweert	241	54%
Nederweert-Eind	37	8%
Ospel	96	22%
Ospeldijk	11	3%
Totaal	444	100%

Navolgend worden enkele achtergrondkenmerken van de respondenten in grafiekvorm gepresenteerd:




Inkomen
35%
30%
25%
20%
15%
10%
5%
0%
13%
30%
21%
11%
8%
16%
Beneden modaal (< €25.000,-)
Modaal (€25.000,- - €40.000,-)
Boven modaal (€40.000,- - €55.000,-)
2 keer boven modaal (€55.000,- - €70.000,-)
Hoger (> €70.000)
Weet niet/ geen antwoord


Samenstelling huishouden
3%
12%
42%
43%
Alleenstaand
2-persoons geen kinderen
Gezin met kinderen (ook 1-ouder gezin)
Anders


Hoogstgenoten opleiding
27%
43%
30%
Lager opleidingsniveau
Middelbaar opleidingsniveau
Hoger opleidingsniveau

4.3 Koopstromen

4.3.1 Koopstromen dagelijkse sector

Het aanbod in de dagelijkse artikelensector in de gemeente Nederweert weet 81,5% van de koopkracht uit de eigen gemeente aan zich te binden[9]. Het centrum van Nederweert is met een koopkrachtbinding van 69,6% de belangrijkste aankoopplaats in de gemeente Nederweert, gevolgd door kern Ospel (8,4%) en overig kern Nederweert (2,1%). In feite is Nederweert centrum het enige winkelgebied van echte betekenis. Sint Rochusstraat en bedrijfsterrein Pannenweg vertegenwoordigen nauwelijks winkels in kern Nederweert. Kern Ospel trekt op het centrum van Nederweert na de meeste koopkracht.

Tabel 4.2: Koopkrachtbinding dagelijkse artikelensector naar aankoopplaats

Aankoopplaats	Koopkrachtbinding
Nederweert centrum	69,6%
Sint Rochusstraat Nederweert	0,8%
Bedrijfsterrein Pannenweg Nederweert	0,0%
Overig kern Nederweert	2,1%
Kern Leveroy	0,2%
Kern Nederweert-Eind	0,4%
Kern Ospel	8,4%
Totaal gemeente Nederweert	**81,5%**
Gemeente Asten	0,1%
Gemeente Cranendonck	0,1%
Gemeente Deurne	0,1%
Gemeente Heeze-Leende	0,1%
Gemeente Leudal	4,1%
Gemeente Peel en Maas	2,4%
Gemeente Someren	1,3%
Gemeente Weert	8,5%
Totaal regio	16,7%
Overig Nederland	1,8%
Totaal	100%

Lage koopkrachtbinding Nederweert overeenkomstig landelijk beeld

De afgelopen jaren hebben aanzienlijke verschuivingen in het koop- en bestedingsgedrag van de consument plaatsgevonden. BRO heeft de uitkomsten van diverse consumenten-onderzoeken samengebracht. Hieruit is te concluderen dat de mate waarin de consument haar dagelijkse boodschappen doet in de eigen woonplaats aanzienlijk gedaald is (koop-krachtbinding gemiddeld 5% lager). De consument is minder trouw aan het eigen boodschappenaanbod. Uit dit onderzoek komt naar voren dat de gemiddelde binding in plaat-

[9] Mate waarin inwoners uit de gemeente Nederweert hun detailhandelsbestedingen verrichten bij winkels die in de gemeente gevestigd zijn.

sen met 10.000 tot 20.000 inwoners ca. 85-90% bedraagt. De koopkrachtbinding in Nederweert ligt dus op een laag niveau. We hebben hierbij rekening gehouden met het sterke supermarktaanbod in het centrum van Nederweert.

Sterke oriëntatie op Nederweert centrum

In navolgende tabel vergelijken we de koopstromen in de dagelijkse sector voor de verschillende in Nederweert aanwezige deelgebieden. Hieruit blijkt dat inwoners van kern Nederweert en Budschop relatief gezien het meeste georiënteerd zijn op het in de gemeente Nederweert aanwezig aanbod in de dagelijkse sector, terwijl dit voor inwoners van het buitengebied (Ospel, Nederweert-Eind, Ospeldijk en Leveroy) het minste is.

Daarnaast zijn inwoners van Nederweert voor hun dagelijkse boodschappen het meest georiënteerd centrum Nederweert. Dit is te verklaren door het beperkte aanbod in de buitengebieden. Inwoners van deze deelgebieden moeten hoe dan ook een relatief grote afstand afleggen voor zij de beschikking hebben over een supermarkt. Wel speelt afstand tot het meest nabijgelegen aanbod een belangrijke rol. Zo zijn inwoners van Leveroy met name op de gemeente Leudal georiënteerd. Inwoners van Ospeldijk richten zich ook op de gemeente Peel en Maas.

Tabel 4.3: Koopkrachtbinding dagelijkse artikelensector naar aankoopplaats per deelgebied

Herkomst Aankoopplaats	Budschop	Leveroy	Nederweert	Nederweert-Eind	Ospel	Ospeldijk
Nederweert centrum	72,4%	37,2%	81,5%	67,1%	48,4%	40,9%
Sint Rochusstraat Nederweert	1,8%	0,0%	0,8%	0,8%	0,5%	0,0%
Bedrijfsterrein Pannenweg Nederweert	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,1%	0,0%
Overig kern Nederweert	2,8%	0,9%	2,1%	3,5%	1,9%	0,0%
Kern Leveroy	0,0%	4,7%	0,0%	0,1%	0,1%	0,0%
Kern Nederweert-Eind	0,4%	0,7%	0,2%	2,6%	0,1%	0,0%
Kern Ospel	7,3%	4,3%	1,3%	4,8%	28,7%	8,0%
Totaal gemeente Nederweert	**84,8%**	**47,9%**	**85,8%**	**79,0%**	**79,8%**	**48,9%**
Gemeente Asten	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,5%	0,0%
Gemeente Cranendonck	0,0%	0,0%	0,2%	0,0%	0,0%	1,1%
Gemeente Deurne	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,2%	0,0%
Gemeente Heeze-Leende	0,0%	0,0%	0,1%	0,0%	0,0%	0,0%
Gemeente Leudal	2,9%	40,6%	1,7%	9,7%	3,3%	0,0%
Gemeente Peel en Maas	0,0%	0,0%	0,2%	0,0%	5,6%	40,2%
Gemeente Someren	1,3%	0,9%	1,2%	0,4%	1,8%	3,1%
Gemeente Weert	7,9%	7,8%	9,2%	7,5%	7,8%	4,7%
Totaal regio	12,1%	49,3%	12,6%	17,6%	19,2%	49,1%
Overig Nederland	3,0%	2,8%	1,6%	3,4%	1,0%	2,0%
Totaal	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Beeld naar persoonskenmerken

De koopstromen in de dagelijkse sector zijn vergeleken voor de diverse leeftijdscategorieën, huishoudenssamenstellingen en inkomensniveaus. In veel categorieën is het beeld vergelijkbaar met het gemiddelde, enkele op te maken verschillen zijn:

- Jongeren en ouderen sterkst op gemeente Nederweert gericht
- 26-35 jarigen minst sterk op gemeente Nederweert gericht
- Jongeren sterk op Ospel gericht
- Ouderen meest op centrum Nederweert gericht
- Alleenstaanden meest op gemeente en centrum Nederweert gericht
- Beneden modaal meest op gemeente Nederweert gericht
- Hoger dan 2x modaal meest op centrum Nederweert gericht

Beeld naar branches

- Uit navolgende tabel komt naar voren dat de aankoop bij versspeciaalzaken een sterke relatie vertoont met de aankoop bij supermarkten, de koopstromen komen nagenoeg overeen. Zowel de aankoop van levensmiddelen bij supermarkten als in versspeciaalzaken wordt het meest in het centrum van Nederweert gedaan.
- De aankoop van artikelen bij een drogisterij of parfumerie wordt eveneens vooral in het centrum van Nederweert gedaan. Daarnaast richten inwoners zich op het aanbod in de gemeente Weert.

Tabel 4.4: Koopkrachtbinding naar branche (in %)

Branche Aankoopplaats	Levensmiddelen in supermarkt	Levensmiddelen in versspeciaalzaak	Drogisterij/ Parfumerie
Nederweert centrum	70,9%	62,0%	67,6%
Sint Rochusstraat Nederweert	0,6%	1,9%	0,8%
Bedrijfsterrein Pannenweg Nederweert	0,0%	0,0%	0,0%
Overig kern Nederweert	2,0%	4,0%	1,2%
Kern Leveroy	0,2%	0,4%	0,1%
Kern Nederweert-Eind	0,2%	2,0%	0,0%
Kern Ospel	8,7%	11,2%	1,6%
Totaal gemeente Nederweert	82,7%	81,4%	71,3%
Gemeente Asten	0,1%	0,3%	0,3%
Gemeente Cranendonck	0,1%	0,3%	0,0%
Gemeente Deurne	0,0%	0,5%	0,0%
Gemeente Heeze-Leende	0,1%	0,1%	0,0%
Gemeente Leudal	4,3%	3,5%	3,4%
Gemeente Peel en Maas	2,6%	1,6%	1,5%
Gemeente Someren	1,3%	1,1%	1,2%
Gemeente Weert	7,3%	8,9%	18,3%
Totaal regio	15,8%	16,3%	24,7%
Overig Nederland	1,5%	2,2%	4,0%
Totaal	100%	100%	100%

Koopkrachtafvloeiing
Uit tabel 4.1 is op te maken dat een groot gedeelte van de koopkracht uit Nederweert afvloeit[10] naar de regio. Dit zijn de gemeenten Weert (8,5%), Leudal (4,1%), Peel en Maas (2,4%) en Someren (1,3%). Naar de andere regiogemeenten vloeit slechts 0,1% af. Daarnaast vloeit 1,8% koopkracht af naar overige winkelgebieden in Nederland.

4.3.2 Koopstromen niet-dagelijkse sector

De niet-dagelijkse artikelensector in de gemeente Nederweert bindt in totaal 44,9% van de aanwezige koopkracht. Het centrum is wederom de belangrijkste aankoopplaats (ca. 36,5%). Op afstand van het centrum volgt overig kern Nederweert (waaronder diverse verspreid gelegen winkels).

Koopkrachtafvloeiing
Circa 35% van de bestedingen van de inwoners uit Nederweert vloeit af naar aankoopplaatsen in omliggende regiogemeenten. Gemeente Weert is duidelijk koploper, op afstand gevolgd door gemeente Leudal. Opvallend is dat ruim één vijfde deel van de koopkracht afvloeit naar aankoopplaatsen buiten de regio. Belangrijkste aankoopplaatsen zijn centrum Eindhoven (3,8%), centrum Roermond (3,1%), Retailpark Roermond (1,8%), Ekkersrijt (1,4%) en Designer Outlet Center Roermond (1,1%).

Tabel 4.5: Koopkrachtbinding niet-dagelijkse artikelensector naar aankoopplaats

Aankoopplaats	Koopkrachtbinding
Nederweert centrum	36,5%
Sint Rochusstraat Nederweert	0,6%
Bedrijfsterrein Pannenweg Nederweert	0,6%
Overig kern Nederweert	4,3%
Kern Leveroy	0,4%
Kern Nederweert-Eind	0,1%
Kern Ospel	2,3%
Totaal gemeente Nederweert	44,9 %
Gemeente Asten	0,2%
Gemeente Cranendonck	0,3%
Gemeente Deurne	0,1%
Gemeente Heeze-Leende	0,0%
Gemeente Leudal	2,0%
Gemeente Peel en Maas	0,6%
Gemeente Someren	0,7%
Gemeente Weert	31,1%
Totaal regio	35,0%
Overig Nederland	20,1%
Totaal	100%

[10] Mate waarin inwoners van de gemeente Nederweert hun detailhandelsbestedingen verrichten bij gevestigde winkels buiten de gemeente.

Koopkrachtbinding Nederweert bevestigt landelijk beeld

Ook in de niet-dagelijkse artikelensector zien we dat de consument veel minder vanzelfsprekend kiest voor het winkelgebied in de eigen plaats (daling gemiddelde koopkrachtbinding t.o.v. 2003 10%). De consument is bereid steeds verder te reizen om te winkelen.

Oriëntatie niet-dagelijks verschilt per deelgebied

Vergelijken we de koopstromen in de niet-dagelijkse sector voor de verschillende in Nederweert aanwezige deelgebieden, is een aantal conclusies te trekken (zie tabel 4.6). Zo zijn inwoners van Ospel relatief gezien het meeste georiënteerd op het in de gemeente Nederweert aanwezig aanbod in de dagelijkse sector, terwijl dit voor inwoners van Ospeldijk het minste is.

Inwoners van kern Nederweert zijn in vergelijking met inwoners van de andere deelgebieden het sterkst op het centrum van Nederweert georiënteerd voor het doen van niet-dagelijkse aankopen.

Opvallend is dat de regiogemeenten vrijwel evenveel of zelfs meer koopkracht weten te binden in de deelgebieden Leveroy en Ospeldijk. Vanuit alle deelgebieden in de gemeente Nederweert vloeit dan ook relatief veel koopkracht af naar de gemeente Weert.

Tabel 4.6: Koopkrachtbinding niet-dagelijkse artikelensector naar aankoopplaats per deelgebied

Herkomst Aankoopplaats	Budschop	Leveroy	Nederweert	Nederweert-Eind	Ospel	Ospeldijk
Nederweert centrum	35,2%	22,4%	39,5%	37,0%	33,9%	14,7%
Sint Rochusstraat Nederweert	0,8%	0,1%	0,4%	0,1%	1,1%	1,0%
Bedrijfsterrein Pannenweg Nederweert	0,2%	0,0%	0,9%	0,5%	0,3%	0,0%
Overig kern Nederweert	5,7%	0,5%	3,6%	6,4%	5,6%	2,1%
Kern Leveroy	0,5%	2,7%	0,2%	0,8%	0,3%	0,0%
Kern Nederweert-Eind	0,1%	0,0%	0,2%	0,3%	0,0%	0,0%
Kern Ospel	0,9%	2,7%	0,8%	1,8%	6,5%	6,7%
Totaal gemeente Nederweert	43,4%	28,4%	45,6%	46,8%	47,7%	24,6%
Gemeente Asten	0,1%	0,0%	0,3%	0,3%	0,1%	0,0%
Gemeente Cranendonck	0,5%	0,8%	0,2%	0,3%	0,4%	0,0%
Gemeente Deurne	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,4%	0,0%
Gemeente Heeze-Leende	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Gemeente Leudal	2,6%	14,6%	0,4%	4,9%	2,0%	6,9%
Gemeente Peel en Maas	0,1%	1,1%	0,0%	0,7%	2,2%	0,0%
Gemeente Someren	0,6%	0,3%	0,8%	0,3%	0,6%	1,1%
Gemeente Weert	33,8%	26,7%	32,0%	28,1%	29,7%	30,8%
Totaal regio	37,7%	43,5%	33,7%	34,6%	35,4%	38,8%
Overig Nederland	19,0%	28,0%	20,7%	18,6%	16,9%	36,6%
Totaal	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Beeld naar persoonskenmerken

Ook de koopstromen in de niet-dagelijkse sector zijn vergeleken voor de diverse leeftijdscategorieën, huishoudenssamenstellingen en inkomensniveaus. Enkele op te maken verschillen zijn:

- De jongere leeftijdsgroepen zijn sterker dan de andere leeftijdsgroepen op aankoopplaatsen elders in Nederland georiënteerd. De leeftijdsgroep tot en met 25 is sterker dan gemiddeld op centrum Nederweert georiënteerd, de leeftijdsgroep 26-35 jaar is sterker dan gemiddeld op centrum Maastricht en Retailpark Roermond georiënteerd. Voor de ouderen geldt dat zij juist relatief sterk op het centrum van Nederweert georiënteerd zijn (3% hogere koopkrachtbinding dan gemiddeld).
- Alleenstaanden zijn sterk gericht op het aanbod in de gemeente Nederweert en met name het centrum.
- Gezinnen met kinderen en alleenstaanden bovengemiddeld gericht op het centrum van Eindhoven
- Lage en modale inkomensgroepen sterk op gemeente Nederweert georiënteerd.

Tabel 4.7: Koopkrachtbinding naar branche (in %)

	Kleding, mode, etc.	Spel, media en hobby	Sport artikelen	Huish & luxe artikelen	Bruin- en witgoed	Doe-het-zelf & tuin	Woninginrichting	Totaal
Nederweert centrum	33,9%	66,5%	34,2%	46,3%	43,1%	45,5%	15,1%	36,5%
Sint Rochusstraat Nederweert	0,2%	0,4%	0,3%	1,5%	0,3%	1,9%	0,0%	0,6%
Bedrijfsterrein Pannenweg Nederweert	0,0%	0,0%	0,3%	0,0%	0,1%	0,5%	2,5%	0,6%
Overig kern Nederweert	1,4%	1,1%	2,4%	2,2%	3,9%	4,2%	12,4%	4,3%
Kern Leveroy	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	2,3%	0,1%	0,4%
Kern Nederweert-Eind	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,3%	0,4%	0,1%
Kern Ospel	0,4%	1,2%	0,1%	0,8%	9,4%	5,5%	1,3%	2,3%
Totaal gemeente Nederweert	35,9%	69,1%	37,4%	50,8%	56,8%	60,3%	31,8%	44,9 %
Totaal regio	41,3%	25,0%	40,0%	37,0%	22,2%	33,6%	33,1%	35,0
Overig Nederland	22,9%	5,9%	22,6%	12,2%	21,1%	6,2%	35,1%	20,1
Totaal	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

4.3.3 Niet-winkelaankopen

Sterke oriëntatie op internet

De in de vorige paragrafen genoemde koopstroomgegevens hebben betrekking op de detailhandelsbestedingen bij fysieke winkels. In de enquête is per artikelgroep ook gevraagd naar de niet-winkelaankopen. Niet-winkelaankopen zijn aankopen die bijvoorbeeld via internet, op de warenmarkt of bij een benzinepomp worden gedaan. Uit tabel

4.8 is op te maken dat met name in de artikelgroepen ‘bruin- en witgoed’, ‘spel, media en hobby’ en ‘sportartikelen’ bestedingen online worden gedaan. Ook in de artikelgroepen en ‘kleding, mode en schoenen’ wordt een redelijk deel van de bestedingen online gedaan. Dit is in lijn met het landelijke beeld. De uitslag bevestigt de algemene trend dat internet inmiddels een belangrijke rol als verkoopkanaal speelt in enkele branches.

Tabel 4.8: Niet-winkelaankopen naar artikelgroep (als aandeel van totale besteding)

Branchegroep	Internet	Overig[11]	Totaal
Levensmiddelen supermarkt	0,7%	3,2%	4,0%
Levensmiddelen versspeciaalzaak	0,4%	10,2%	10,6%
Drogisterij	4,5%	1,3%	5,8%
Kleding, mode en schoenen	18,4%	2,4%	20,8%
Spel, media en hobby	23,8%	3,2%	27,0%
Sportartikelen	21,9%	6,2%	28,1%
Huishoudelijke en luxe art.	11,0%	3,4%	14,4%
Bruin- en witgoed	23,7%	4,6%	28,3%
Dhz- en tuinartikelen	2,0%	3,7%	5,7%
Woonartikelen	7,3%	4,6%	11,9%

4.4 Bezoekgedrag en beoordeling

Deze paragraaf beschrijft het consumentengedrag op basis van bezoekersvoorkeuren en beoordelingen. Belangrijk onderscheid in de conclusies zijn ´bezoekers´, zij die aangeven het centrum van Nederweert het meest te bezoeken en ´niet-bezoekers’ degene die dit niet doen.

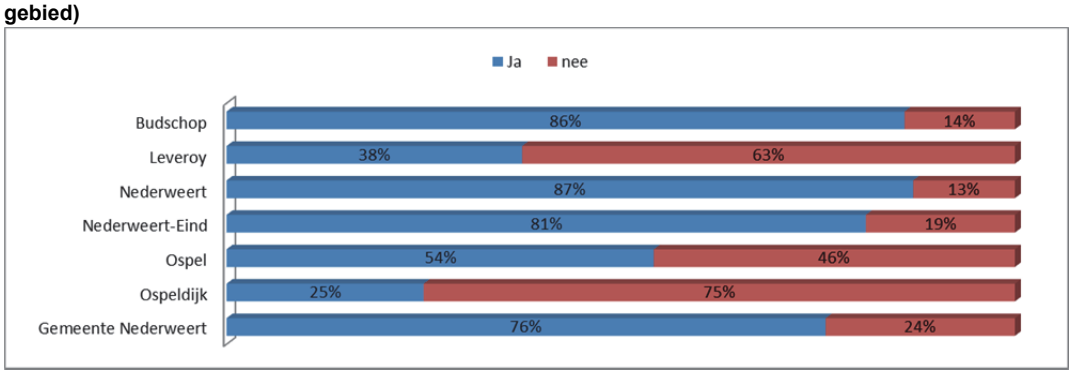
4.4.1 Bezoekmotieven Nederweert-centrum

Centrum Nederweert vooral bezocht voor boodschappen

Ruim driekwart van de respondenten bezoekt centrum Nederweert het vaakst om boodschappen te doen. Een kwart verkiest een ander centrum boven Nederweert. Navolgende figuur geeft een verdieping per deelgebied weer. Blijkbaar zijn bewoners van de deelgebieden die verder van het centrum afliggen ook minder op centrum Nederweert georienteerd. Naar leeftijdsgroep valt op dat met name ouderen het centrum van Nederweert aandoen.

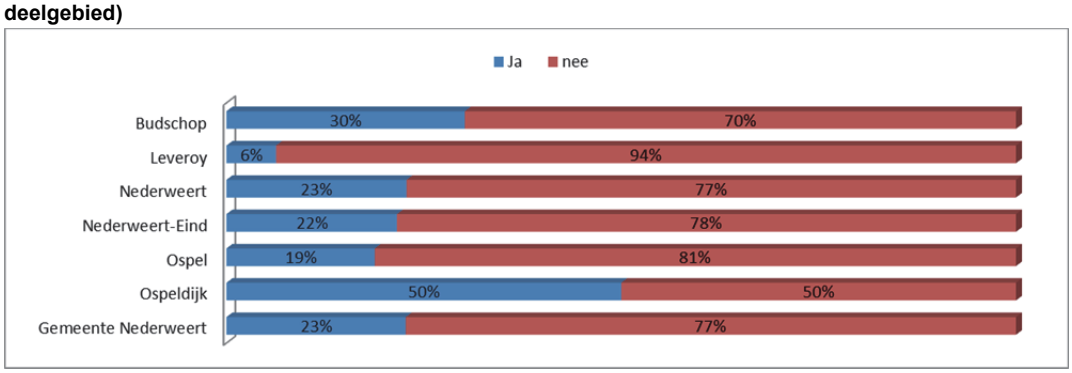
[11] o.a. bedrijfswinkel, boerderijwinkel, boer/kweker/tuinder, groothandel, 2e hands, ambulante handel, kringloopwinkel, benzinepomp.

Figuur 4.1: Nederweert centrum meest bezochte centrum voor boodschappen (antwoorden naar deelgebied)



Centrum Nederweert als meest bezocht winkelgebied voor recreatief winkelen laat exact een tegenovergesteld beeld zien. Slechts minder dan een kwart van de bewoners bezoekt Nederweert-centrum het vaakst om recreatief te gaan winkelen. De ruime meerderheid (77%) bezoekt liever een ander centrum. Met uitzondering van de deelgebieden Leveroy en Ospel is dit het beeld voor alle deelgebieden. Inwoners uit Ospeldijk bezoeken centrum Nederweert het vaakst voor recreatieve doeleinden, bewoners uit Leveroy bezoeken bijna allemaal concurrerende centra.

Figuur 4.2: Nederweert centrum meest bezochte centrum voor recreatief winkelen (antwoorden naar deelgebied)



Gemakscentrum met verbetering van bereikbaarheid

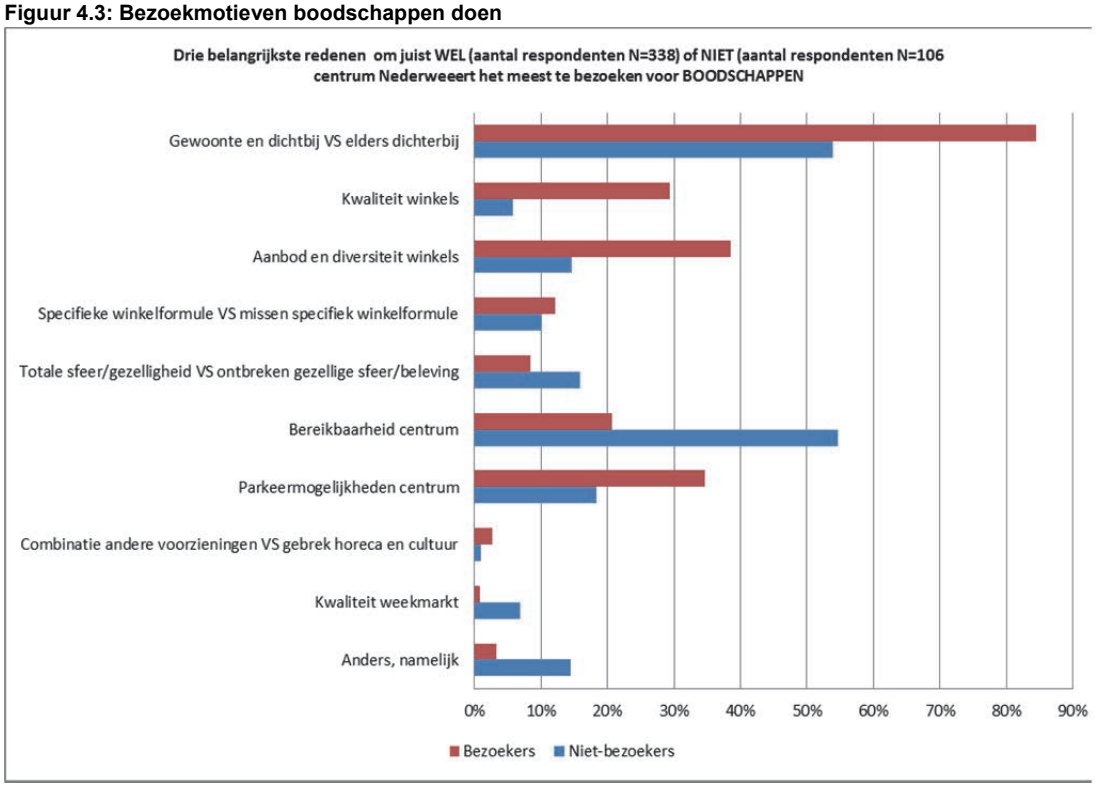
Boodschappen

Respondenten is gevraagd naar de reden waarom zij juist wel of niet Nederweert centrum bezoeken om boodschappen te doen (zie figuur volgende pagina). Voor vrijwel alle bezoekers is het een gewoonte om Nederweert centrum te bezoeken (85%). Hierbij speelt de nabijheid een belangrijke rol. Een ander belangrijk aspect waarom bezoekers voor Nederweert centrum kiezen heeft te maken met het aanbod en diversiteit van de winkels (39%) en de parkeermogelijkheden (35%). Op het vlak van boodschappen doen onderscheidt Nederweert centrum zich ook in de kwaliteit van de winkels (29%).

De genoemde attractiefactoren van Nederweert centrum wijzen op de typering van een zogenoemd gemakscentrum. Gemakscentra onderscheiden zich op basis van aspecten die de consument voorzien in gemak zoals bereikbaarheid, parkeren (voor de deur, gratis) en een compleet aanbod afgestemd op het verzorgingsniveau. Nederweert centrum past in dit beeld. Het primaire bezoekmotief is immers gewoonte en nabijheid. Het is dan ook zaak om deze basis op orde te houden. Mocht het centrum niet voldoen aan de criteria van een gemakscentrum, bestaat de kans dat consumenten het winkelcentrum over gaan slaan.

Dat deze basis niet helemaal op orde is wijzen de resultaten uit van de niet-bezoekers. De consumenten die centrum Nederweert niet het meest bezoeken (niet-bezoekers), geven als reden aan dat de bereikbaarheid niet goed is (55%). Dit is een zeer hoog percentage en een slecht teken. Dit betekent dat centrum primair wordt overgeslagen omdat de basis niet op orde is of onaantrekkelijk wordt gevonden. Toch geeft 54% van de niet-bezoekers aan dat aanbod elders dichterbij een reden is om niet het vaakst naar Nederweert centrum te gaan.

Figuur 4.3: Bezoekmotieven boodschappen doen



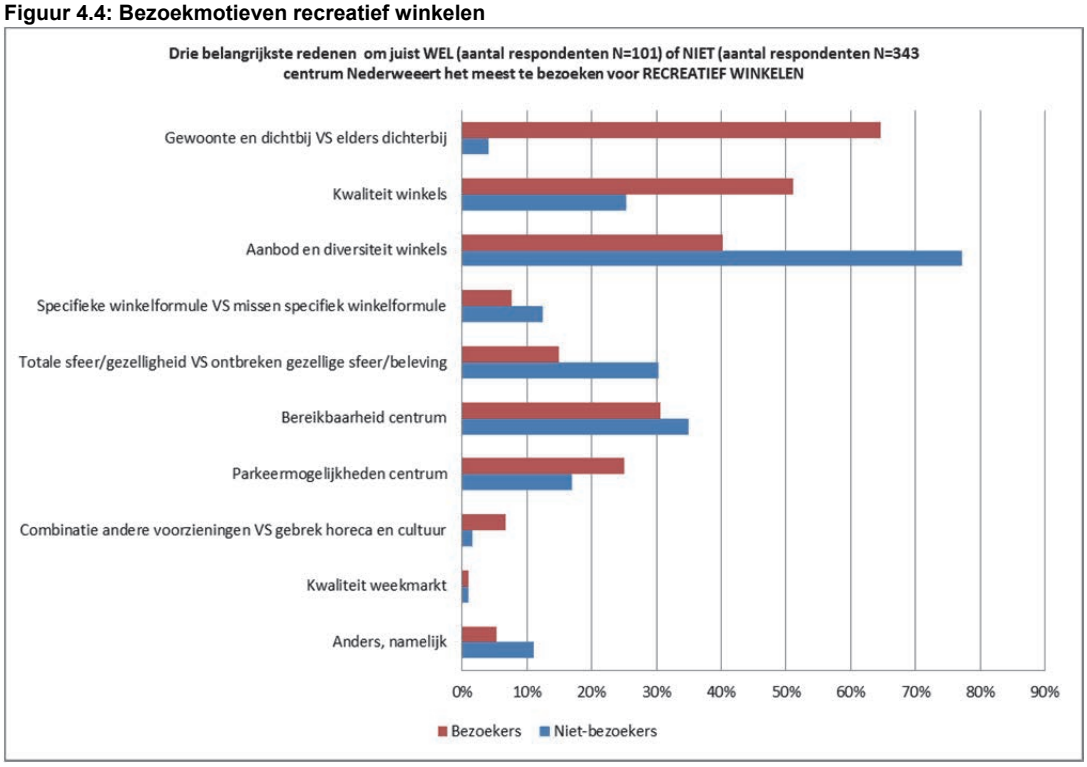
Recreatief winkelen

Ook op het gebied van recreatief winkelen is aan respondenten gevraagd waarom zij juist wel of niet het centrum van Nederweert het meest bezoeken. Eveneens is het voor veel bezoekers, hetzij in mindere mate, een gewoonte om het centrum te bezoeken (65%).

Daarnaast is het winkelaanbod juist reden om dicht bij huis te gaan winkelen. Voor meer dan de helft van de bezoekers betreft het de kwaliteit van de winkels (51%), maar ook het aanbod en diversiteit van de winkels wordt genoemd (40%).

De niet-bezoekers slaan centrum Nederweert juist over vanwege het bestaande aanbod en de diversiteit van de winkels (77%). Zij vinden het aanbod elders aantrekkelijker. Hoewel minder belangrijk dan het aanbod, is wederom de bereikbaarheid van Nederweert centrum reden om naar concurrerende plaatsen te gaan (31%). Tot slot is het ontbreken van sfeer, gezelligheid en beleving een voorname reden (30%) om niet het meest naar Nederweert-centrum te gaan.

Figuur 4.4: Bezoekmotieven recreatief winkelen



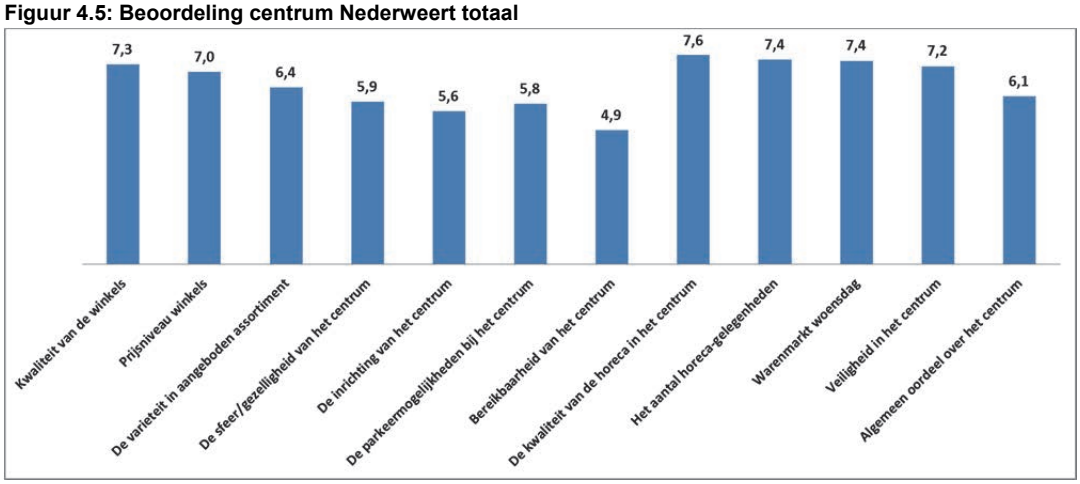
4.4.2 Beoordeling Nederweert-centrum

Lage tevredenheid

Het centrum van Nederweert is door alle respondenten beoordeeld. De figuur op de volgende pagina geeft de gemiddelde beoordeling voor de diverse aspecten van het centrum in Nederweert weer. Aspecten van het centrum die het hoogste scoren zijn de kwaliteit van de horeca (7,6), het aantal horeca gelegenheden (7,4), de warenmarkt (7,4) en de veiligheid in het centrum (7,2). Aspecten die respondenten laag waarderen komen overeen met de weerstandsfactoren van de niet-bezoekers; bereikbaarheid van het centrum (4,9), de inrichting van het centrum (5,6), de parkeermogelijkheden (5,8) en de

sfeer/gezelligheid (5,9). Ter controle is gevraagd om een algemeen oordeel te geven over het centrum. Respondenten waarderen centrum Nederweert met een algemeen oordeel 6,1. De waardering van het centrum is hiermee ondergemiddeld te noemen.

Figuur 4.5: Beoordeling centrum Nederweert totaal

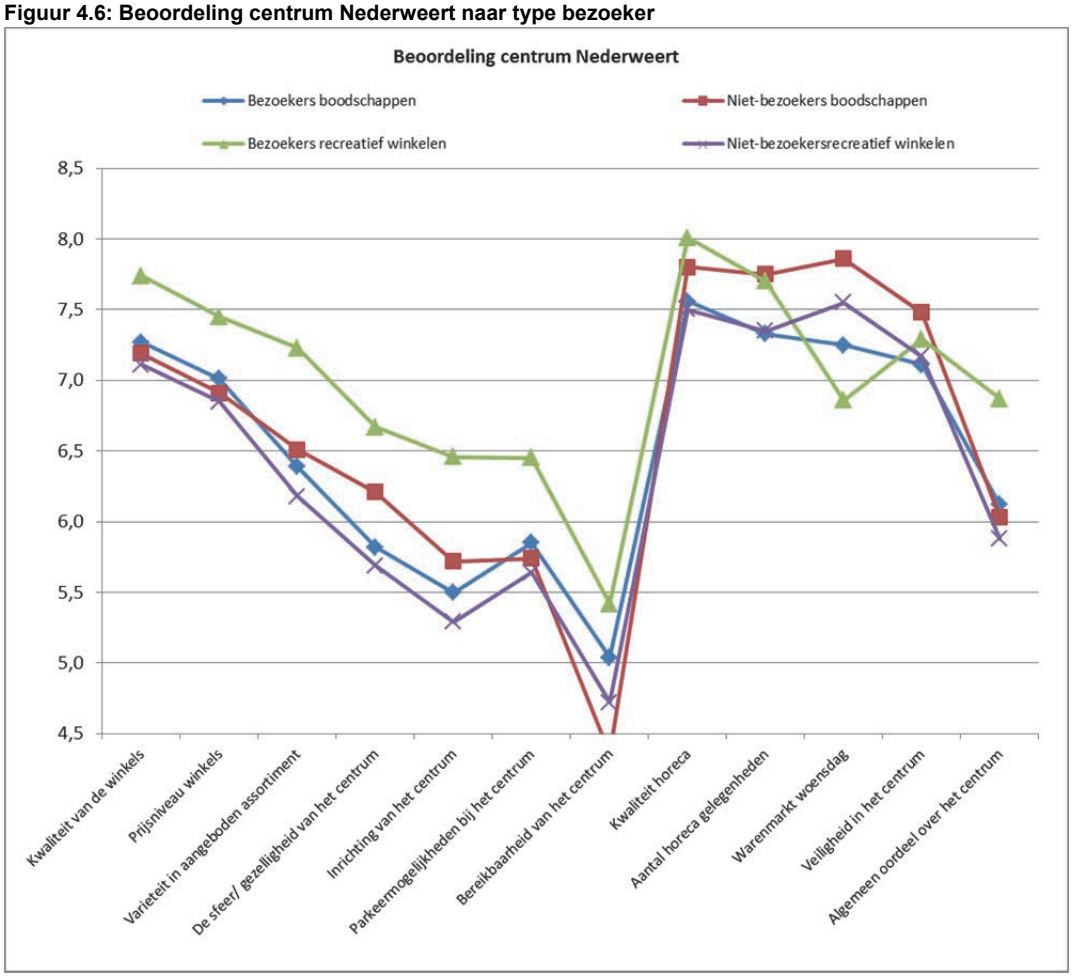


Bezoekers met bezoekmotief recreatief winkelen meest tevreden

Navolgende figuur geeft de beoordeling weer van de verschillende type bezoekers. Het onderscheid naar type bezoekers leert dat bezoekers met het bezoekmotief recreatief winkelen op vrijwel alle aspecten het meest tevreden zijn. Tevens is het algemeen oordeel van dit type bezoekers met een 6,9 gemiddeld het hoogst.

Tevens is te zien dat de weerstandsfactoren voor de niet-bezoekers gerelateerd zijn aan de bereikbaarheidsaspecten van het centrum. De niet-bezoekers waarderen de bereikbaarheid en de parkeermogelijkheden van het centrum het laagst. Het algemeen oordeel van de niet-bezoekers komt niet boven een 6 uit.

Figuur 4.6: Beoordeling centrum Nederweert naar type bezoeker

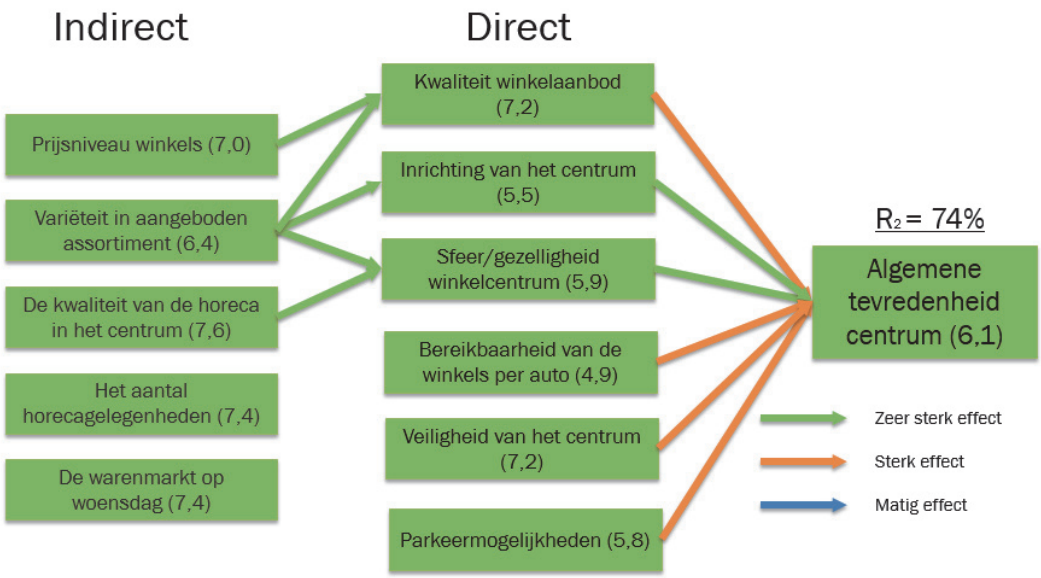


Inrichting en sfeer belangrijkste verbeterpunten

De figuur op de volgende pagina is een zogenaamde ‘padanalyse’. Hieruit is af te leiden welke aspecten het meest invloed hebben op het algemeen oordeel van consumenten betreffende centrum Nederweert. Onderscheid is te maken tussen directe en indirecte effecten. De directe effecten zijn rechtstreeks van invloed op het algemeen oordeel. De indirecte effecten hebben invloed via de directe effecten.

Het effect van de inrichting van het centrum en sfeer/gezelligheid van het centrum zijn blijkbaar het sterkst. De oranje pijlen geven eveneens een sterk effect aan en betreffen de kwaliteit van het winkelaanbod, de bereikbaarheid van de winkels per auto, de veiligheid en de parkeermogelijkheden. Weet centrum Nederweert deze aspecten te verbeteren, zullen consumenten meer tevreden zijn, het centrum vaker komen bezoeken en meer gaan besteden.

Figuur 4.7: Effecten op algemene tevredenheid



4.4.3 Verbetersuggesties

Aan de respondenten is gevraagd of zij verbeteringen hebben in het centrum van Nederweert hebben op het gebied van winkelaanbod, horeca, cultuur, evenementen, aspecten van de winkelomgeving of om de sfeer, gezelligheid en beleving in het centrum te verbeteren. Navolgend bespreken we de belangrijkste uitkomsten.

Reductie leegstand en uitbreiding winkelaanbod

De verbetersuggesties met betrekking tot het winkelaanbod richten zich vooral op de kwantiteit ervan. Inwoners van Nederweert zien graag uitbreiding van het winkelaanbod en tegelijkertijd wensen zij minder leegstand. Maar liefst 60% van de respondenten roept om het terugdringen van leegstand. In feite zien ze de leegstaande panden weer graag ingevuld met winkels. Graag zien respondenten meer winkels met modisch aanbod (18%), meer ketens (16%) en meer speciaalzaken (15%). Ook zien zij graag verbetering in de kwaliteit van het winkelaanbod.

Tabel 4.9: Top 10 verbeteringssuggesties winkelaanbod[12]

1.	Leegstand tegengaan	60%
2.	Uitbreiding winkelaanbod	45%
3.	Meer mode/ kleding	18%
4.	Meer ketens	16%
5.	Meer speciaalzaken	15%
6.	Kwaliteit winkelaanbod verbeteren	14%
7.	Meer zelfstandige winkels	11%
8.	Geen suggestie/ weet niet	8%
9.	Minder ketens	4%
10.	Vriendelijker personeel	3%

In de suggesties die gedaan worden ten aanzien van de branchering valt op dat men vaak aangeeft meer *kledingwinkels* te willen zien (182 keer genoemd). Andere branches die veelvuldig genoemd worden zijn *huishoudelijke en luxe artikelen* (117 keer genoemd), een *warenhuis* (110 keer genoemd), *schoenen- en lederwaren* (99 keer genoemd), *sport en spel* (88 keer genoemd) en *woonwinkels* (72 keer genoemd).
Bij de vraag naar grote ketens, worden specifiek de formules Action, Gamma, H&M, Lidl, V&D vaak genoemd.

Meer diversiteit in het voorzieningenaanbod
Naast het winkelaanbod wenst men graag meer diversiteit in het voorzieningenaanbod (93 keer genoemd). Meer culturele activiteiten (89 keer genoemd) en meer evenementen (72 keer genoemd) komen volgens respondenten ten goede aan het centrum. Voorbeelden die zij noemen zijn hardloopwedstrijden, een kofferbakmarkt en meer originele festiviteiten. De suggesties voor het horeca/aanbod lopen wat meer uiteen. Zo vragen respondenten om meer *diversiteit*, zowel op het vlak van lunchrooms als cafés. Ook wordt de suggestie voor meer (gezellige) terrassen meermaals gedaan.

Bereikbaarheid en uitstraling centrum verbeteren
Suggesties voor de winkelomgeving richten zich vooral op het tegengaan van leegstand, verbetering van de bereikbaarheid, de uitstraling van het centrum en parkeren.

Er zijn maar liefst 264 suggesties om de bereikbaarheid van het centrum te verbeteren. De suggesties richten zich vooral op de manier om het centrum te kunnen bereiken. Men ziet met name graag opheffing van het eenrichtingsverkeer in de Kerkstraat en Brugstraat. Daarnaast ziet men graag een logischer verkeerscirculatie. Ook de roep om meer parkeerplaatsen is met 115 suggesties belangrijk. Het liefst parkeert men voor de deur van de winkels in de Kerkstraat en Brugstraat. Met betrekking tot de parkeermogelijkheden in het centrum komt de suggesties voor gratis parkeren ook vaak naar voren (98 keer).

[12] Percentage van het aantal respondenten (N=444) op basis van max. 3 antwoorden

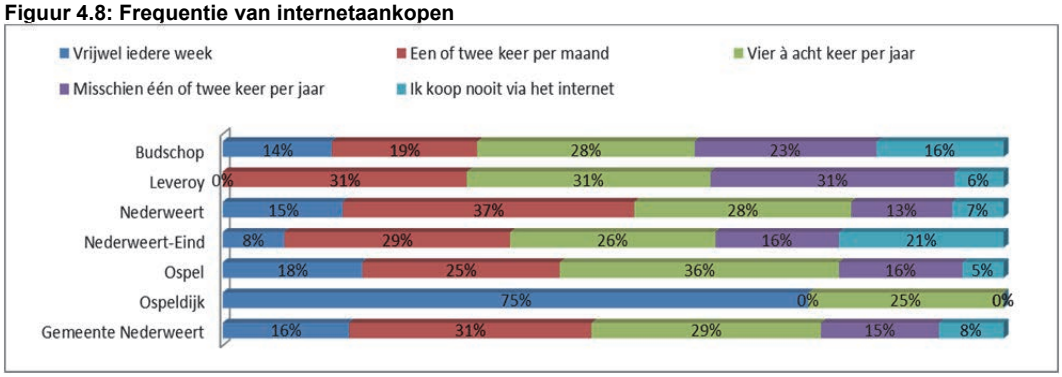
Circa 144 suggesties worden gedaan met betrekking tot de sfeer, ambiance en gezelligheid van het centrum. Meer levendigheid en activiteiten worden genoemd ter verbetering van dit aspect. Het toevoegen van gratis openbare toiletten en een bewaakte fietsenstalling draagt volgens respondenten ook bij aan verbetering van de gastvrijheid.

Met betrekking tot de inrichting en openbare ruimte van het centrum worden diverse suggesties gedaan (151 keer). Hoewel het centrum recent nog is heringericht vindt men het kernwinkelgebied wat saai ogen. Zo ziet men graag dat het centrum wat meer wordt aangekleed, er meer zitjes komen of groener wordt ingericht. Opknappen van het rommelig straatbeeld draagt volgens velen ook bij aan verbetering van de winkelomgeving.
Tot slot is er de roep voor een compacter centrum. Belangrijk is de samenhang in de uitstraling van het centrum. Door de hoge leegstand en versnippering van het winkelaanbod ervaren bezoekers het centrum niet als één geheel. Door de voorzieningen meer te concentreren wordt het centrum compacter en aantrekkelijker.

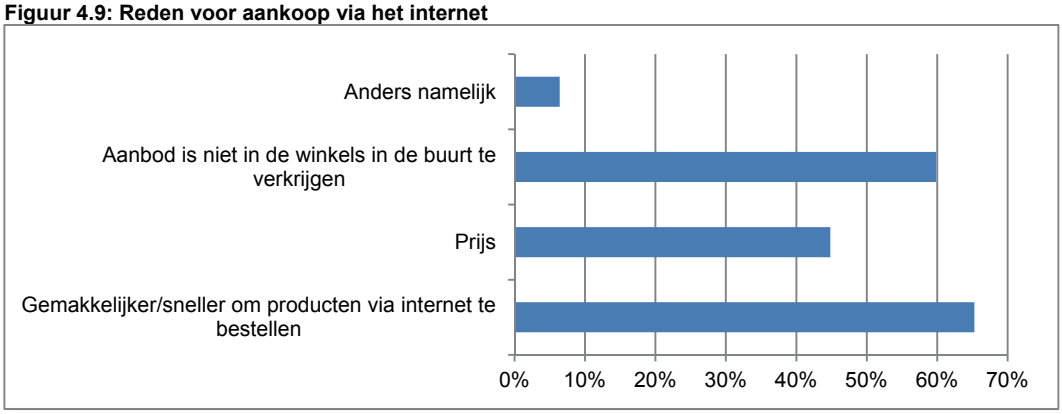
4.5 Internet

Tot slot is van de mogelijkheid gebruik gemaakt om de inwoners te bevragen over zijn/haar aankoopgedrag op het internet. Onderstaand de uitkomsten in grafiekvorm.

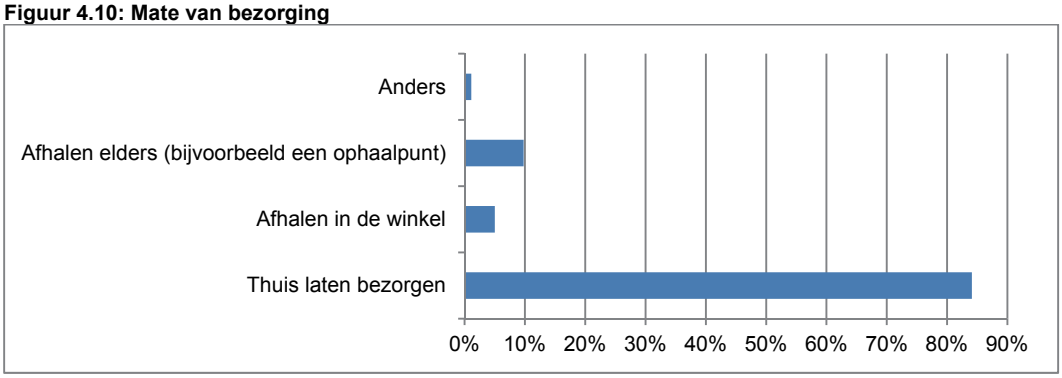
Figuur 4.8: Frequentie van internetaankopen



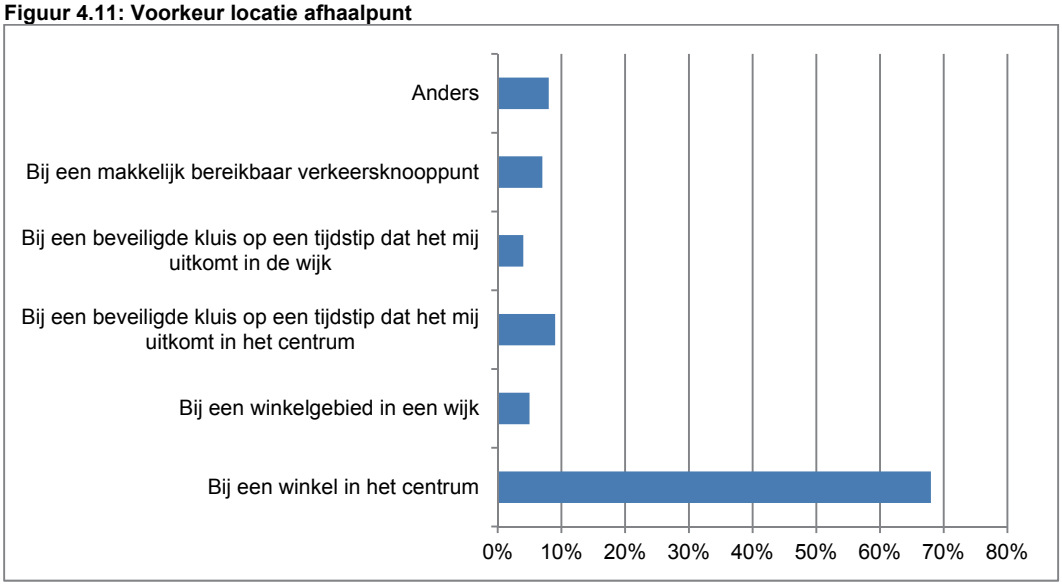
Figuur 4.9: Reden voor aankoop via het internet



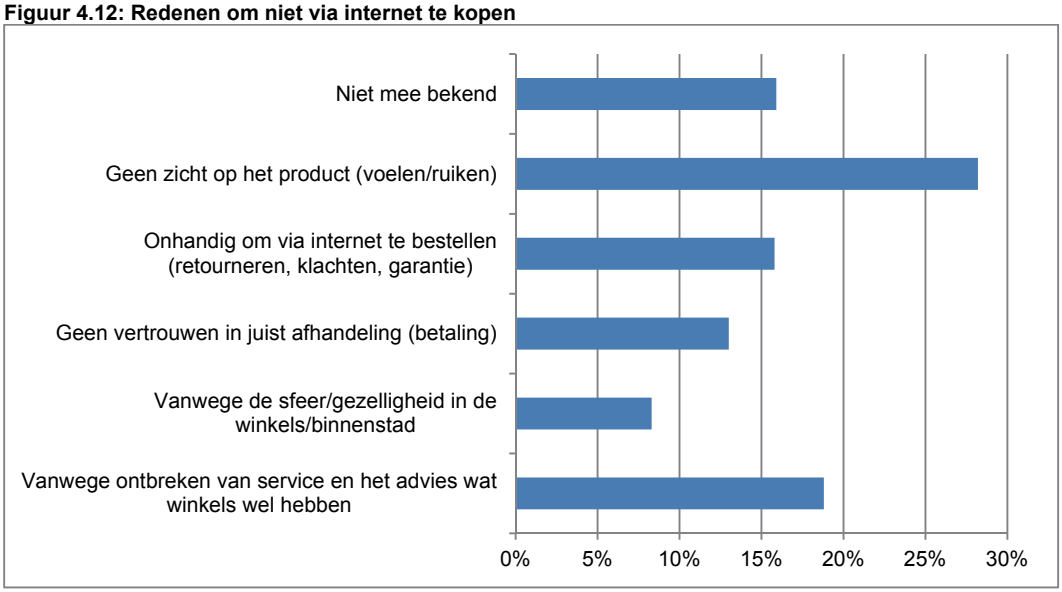
Figuur 4.10: Mate van bezorging



Figuur 4.11: Voorkeur locatie afhaalpunt



Figuur 4.12: Redenen om niet via internet te kopen



We zien dat het internet inmiddels aardig is geaccepteerd door de consument. Circa 40% van de inwoners van de gemeente Nederweert koopt minimaal één keer per maand een product via het internet. De belangrijkste reden hiervoor zijn het gemak en de snelheid om via het internet te kopen (65%). Daarna volgen als redenen 'aanbod is niet in de winkels in de buurt te verkrijgen' en 'prijs'. Qua bezorging heeft de consument de voorkeur voor bezorging aan huis (84%). Afhalen is niet populair. Indien men dan toch het product bij een afhaalpunt verkrijgt, zijn inwoners deze afhaalpunten het liefst gesitueerd in het centrum van Nederweert.

De inwoners die niet via het internet kopen, hebben hier uiteenlopende motieven voor. Op nummer één staat het ontbreken van een zintuiglijke ervaring bij de aankoop (28%). Gevolg door het ontbreken van service, onhandige aspecten van het kopen via internet zoals retourneren, klachten en garantie (16%) en niet bekend zijn met het internet (eveneens 16%).

4.6 Inleiding ondernemersonderzoek

BRO heeft een enquête uitgezet onder alle ondernemers in het centrum van Nederweert. Exclusief leegstand zijn er dat 93. Deze kon worden ingevuld van eind juli tot eind augustus 2015. Daarnaast is de vragenlijst verspreid onder vastgoedeigenaren[13]. In totaal hebben 46 ondernemers de enquête ingevuld en retour gestuurd. Dat is een responsscore van exact 50%. In het vervolg van deze paragraaf worden de antwoorden per vraag gepresenteerd. Eerst zijn het aantal Non-responses en ongeldige antwoorden weg gefilterd. Het absolute aantal respondenten staat bij elke grafiek aangeven met (N=..).

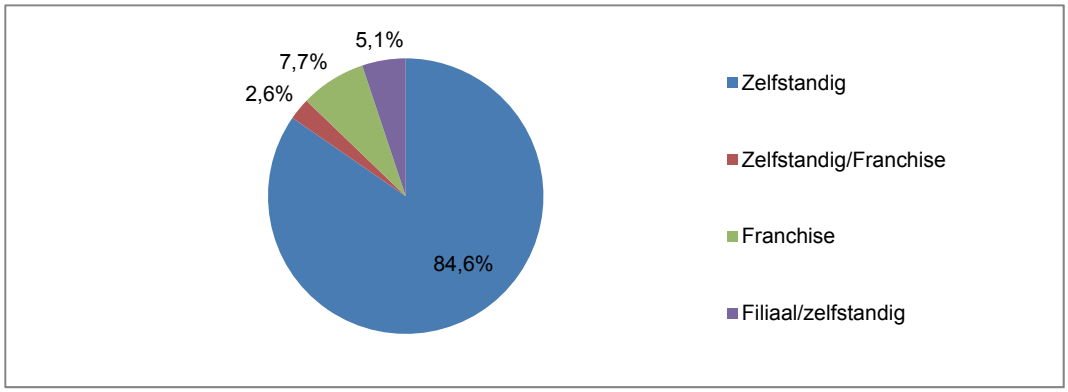
Bij de interpretatie van de antwoorden dient rekening te worden gehouden met het feit dat 50% van de ondernemers niet heeft gereageerd. Dit is nog altijd een goede score. Referenties van BRO tonen aan dat de gemiddelde non-respons op 65-75% ligt.

[13] Afzonderlijke respons van de vastgoedeigenaren is niet inzichtelijk

Type onderneming

Het merendeel van de ondernemers zijn zelfstandig. Tevens gaf een enkeling een combinatievorm aan.

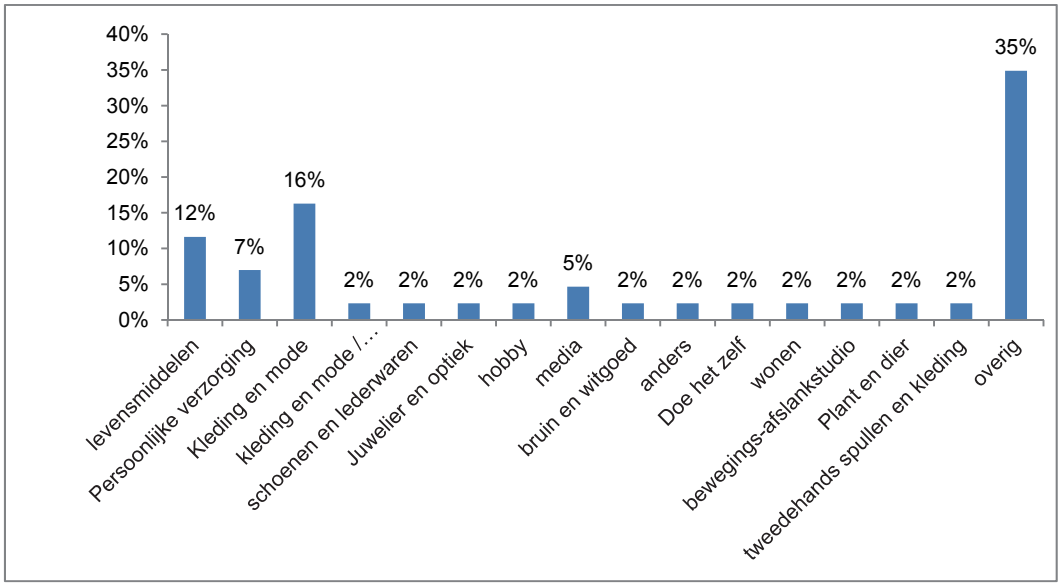
Figuur 4.13: Type onderneming (N=39)



De branche

In de resultaten uit deze enquête zijn de branches 'levensmiddelen' en 'kleding en mode' het sterkst vertegenwoordigd. Respondenten konden bij 'overig' zelf aangeven welke branche zij vertegenwoordigen. Hier gaf een drietal aan een kapsalon te hebben en drie een horecaonderneming. Het is aannemelijk dat onder de categorie 'overig' ook diverse vastgoedeigenaren horen. Dit is echter inzichtelijk.

Figuur 4.14: Branche (N=40)

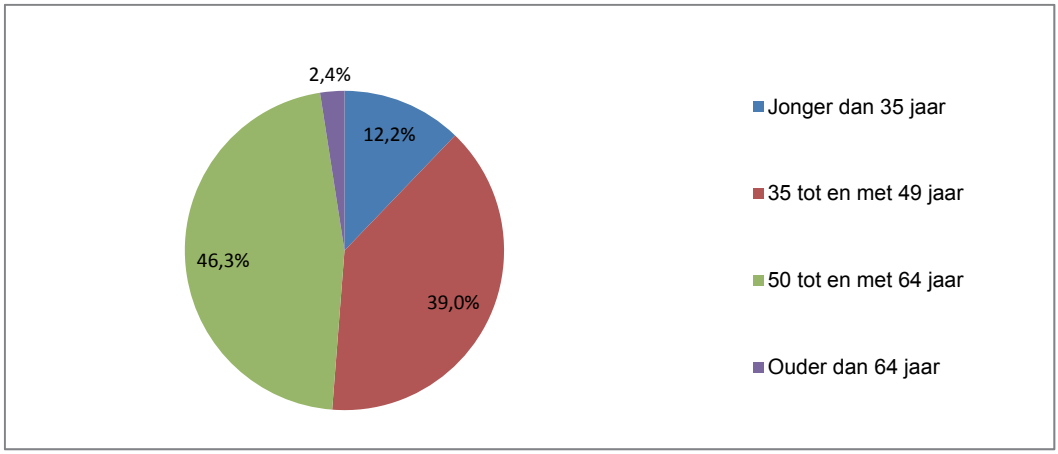


Omvang van de zaak
De respondenten is gevraagd naar de totale omvang van de zaak en de verdeling hiervan tussen publieksruimte en opslagruimte. De gemiddelde omvang per pand bedraagt 362 m². Het aantal zaken kleiner dan 250 m² is in de meerderheid (70%).

Huur of Eigendom
Dertig respondenten hebben deze vraag beantwoord. Hiervan huren er 14 (46,7%) en zijn er 16 eigenaar van het pand (53,3%).

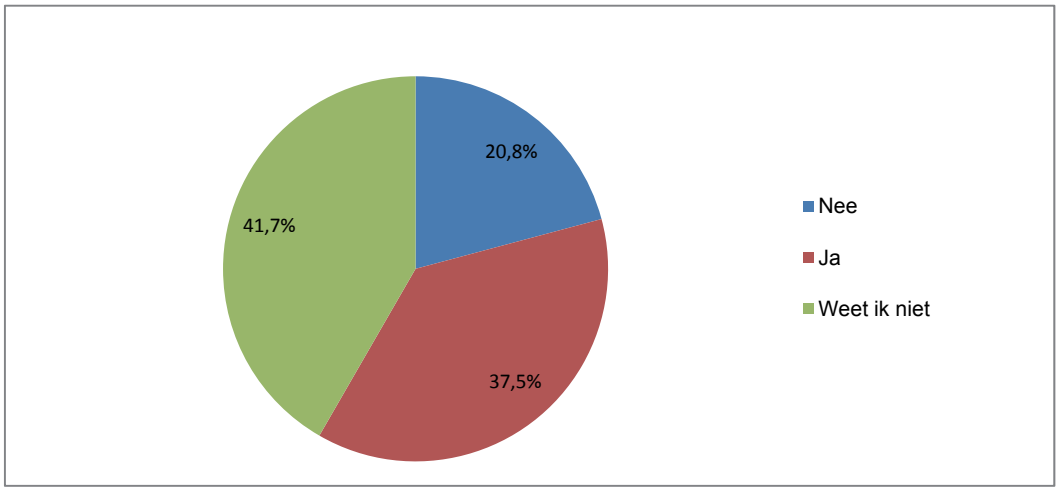
Leeftijd van de respondenten
De groep 50 tot en met 64 jaar is de grootse groep gevolgd door de groep 35 tot en met 49 jaar.

Figuur 4.15: Leeftijd ondernemer (N=46)



De respondenten ouder dan 50 jaar is gevraagd of zij plannen hebben voor hun opvolging in de zaak. Het merendeel weet dit nog niet.

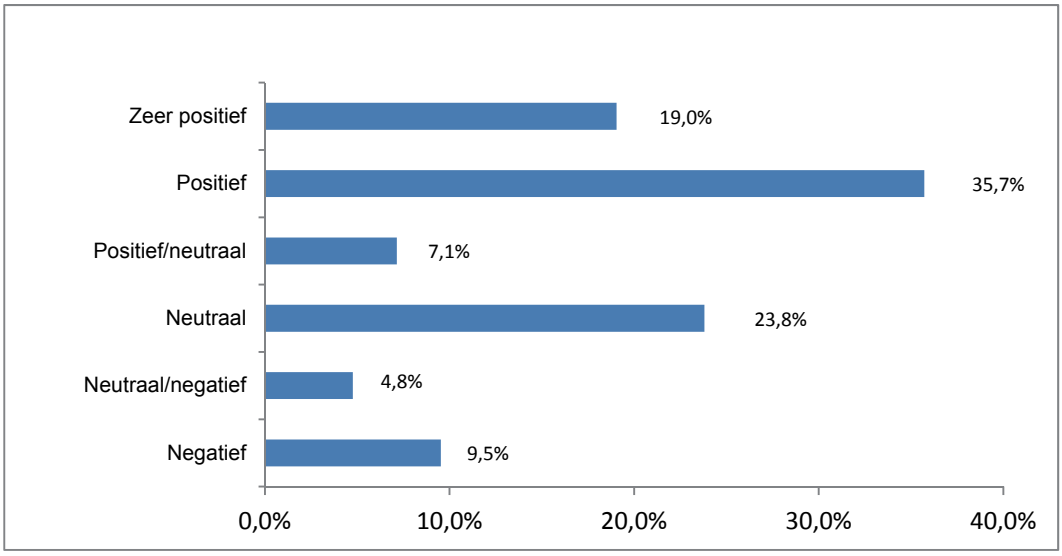
Figuur 4.16: Opvolging bij ouder dan 50 jaar (N=22)



Functioneren van de zaak

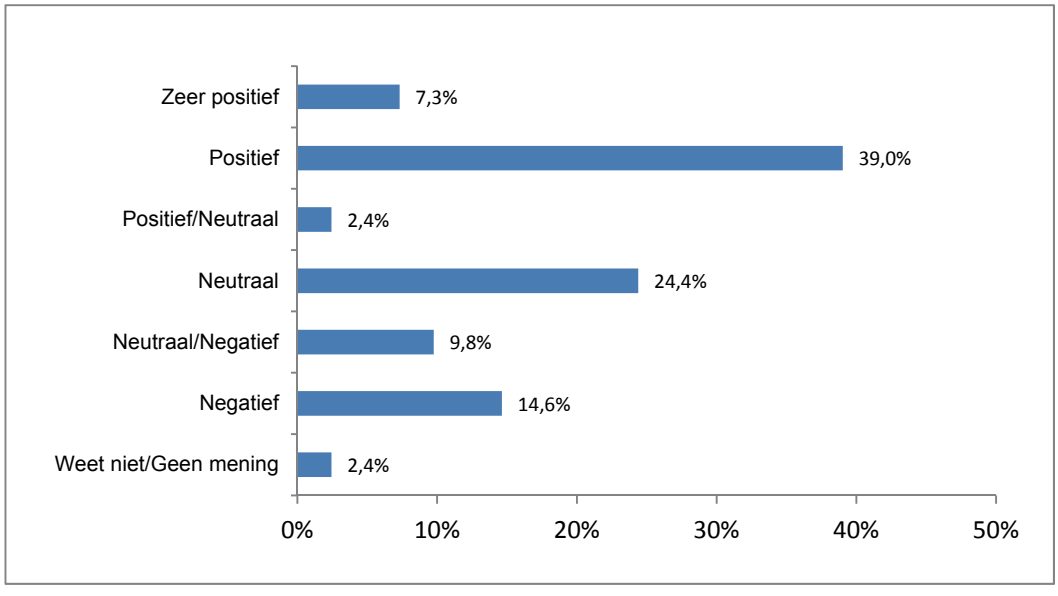
Ruim de helft van de respondenten is positief tot zeer positief over het functioneren van de eigen onderneming.

Figuur 4.17: Functioneren van de onderneming (N=42)



Vervolgens is de respondenten bevraagd hoe de omzet zich de afgelopen drie jaar heeft ontwikkeld. Ondanks de economische tegenspoed geeft het merendeel aan positief tot zeer positief te zijn.

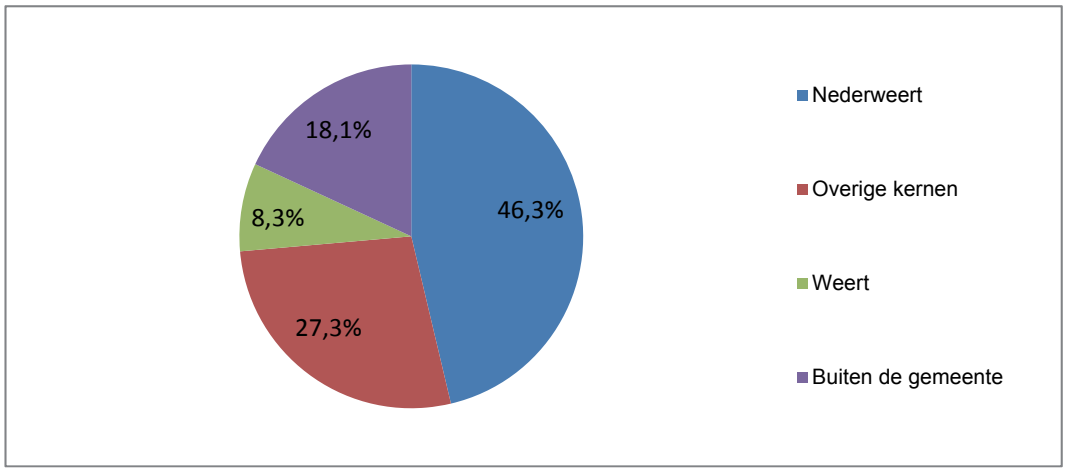
Figuur 4.18: Omzetontwikkeling onderneming (N=42)



De herkomst van de omzet

Hieronder hebben 34 respondenten een globale inschatting gemaakt waar hun omzet vandaan komt. Het merendeel geeft aan dat circa 40% van de omzet uit Nederweert zelf afkomstig is.

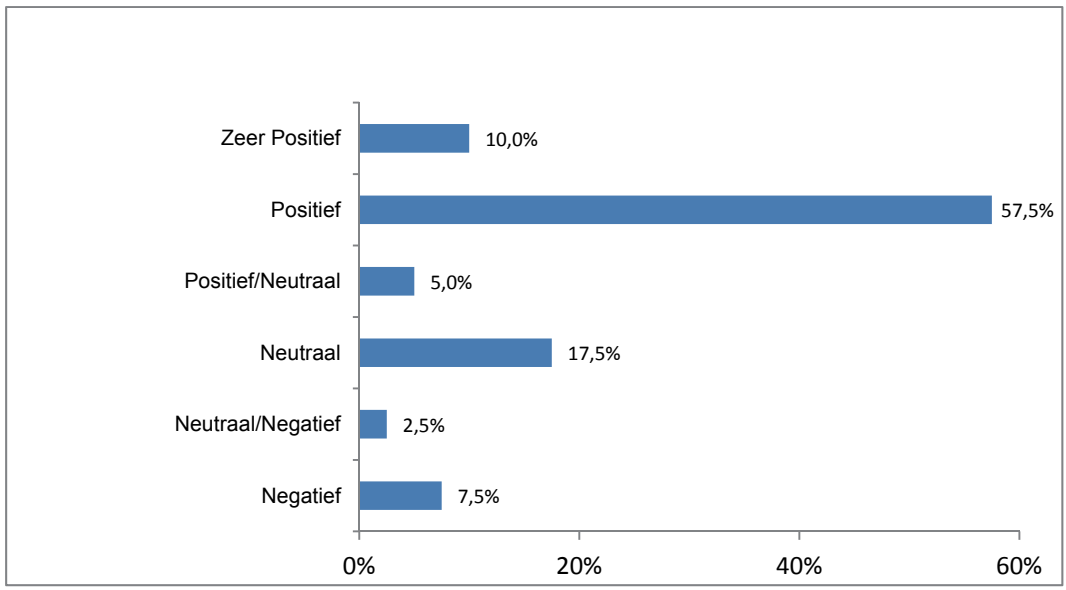
Figuur 4.19: Herkomst omzet (N=35)



Toekomstperspectief van de zaak

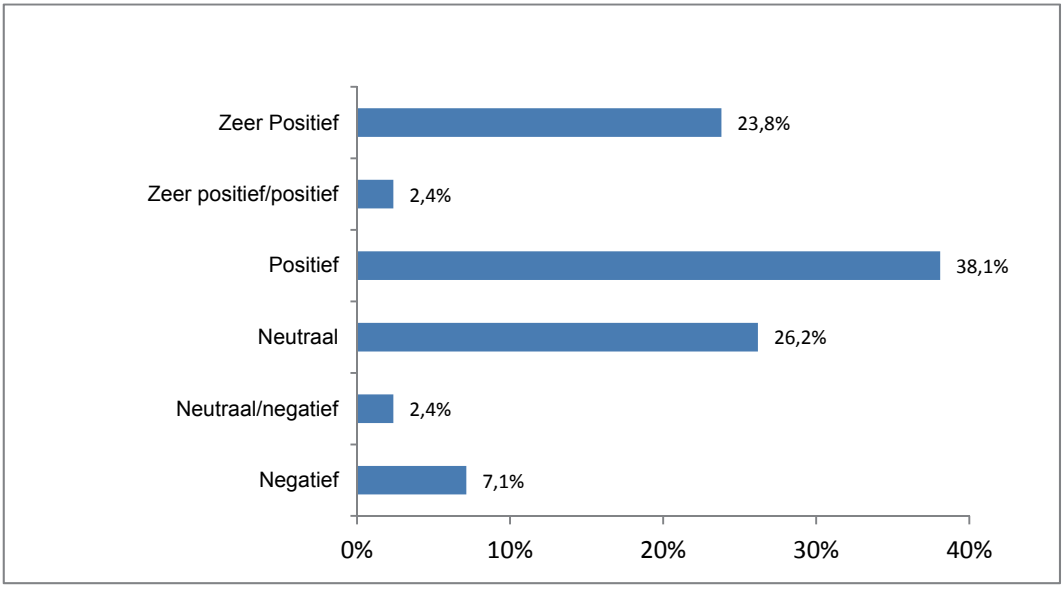
Ook met betrekking tot het toekomstperspectief is het merendeel van de respondenten positief, tot zeer positief.

Figuur 4.20: Toekomstperspectief onderneming (N=40)

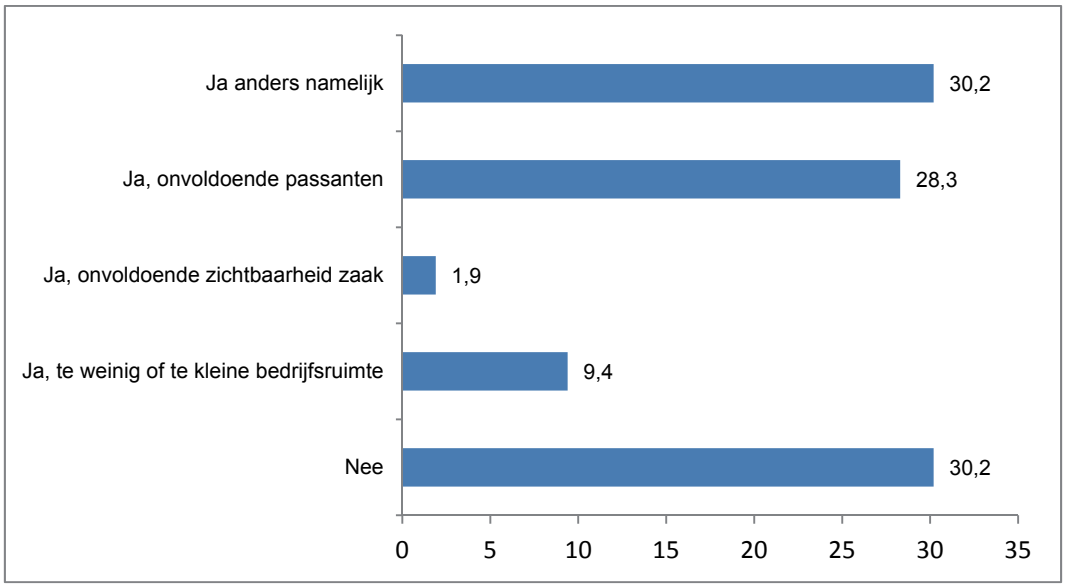


Vervolgens is de respondenten gevraagd de vestigingslocatie te beoordelen. Twee derde van de respondenten is positief tot zeer positief.

Figuur 4.21: Oordeel vestigingslocatie onderneming (N=40)

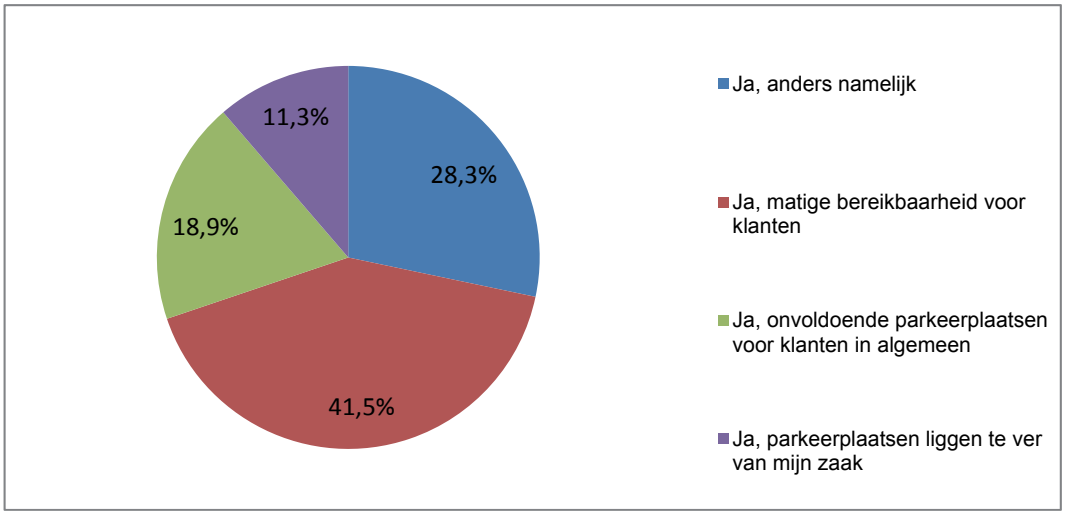


Figuur 4.22: Problemen met huisvesting in % (N=41)



Van de 41 respondenten ondervindt de meerderheid geen problemen met de locatie. Een aantal respondenten gaf meerdere antwoorden. Deze zijn bij de bestaande categorieën opgeteld. 18 respondenten hebben via de optie ‘Anders namelijk’ een antwoord gegeven. Deze antwoorden vallen globaal onder drie pijlers te weten; verminderde bereikbaarheid door het eenrichtingsverkeer, beperkingen voor het parkeren en de algemene sfeer in het centrum.
De respondenten liepen in de open antwoordcategorie op de vraagstelling vooruit.

Figuur 4.23: Problemen met bereikbaarheid en parkeren (N=41)



Uit de open antwoorden kwamen dezelfde pijlers naar voren als bij de vorige vraag.

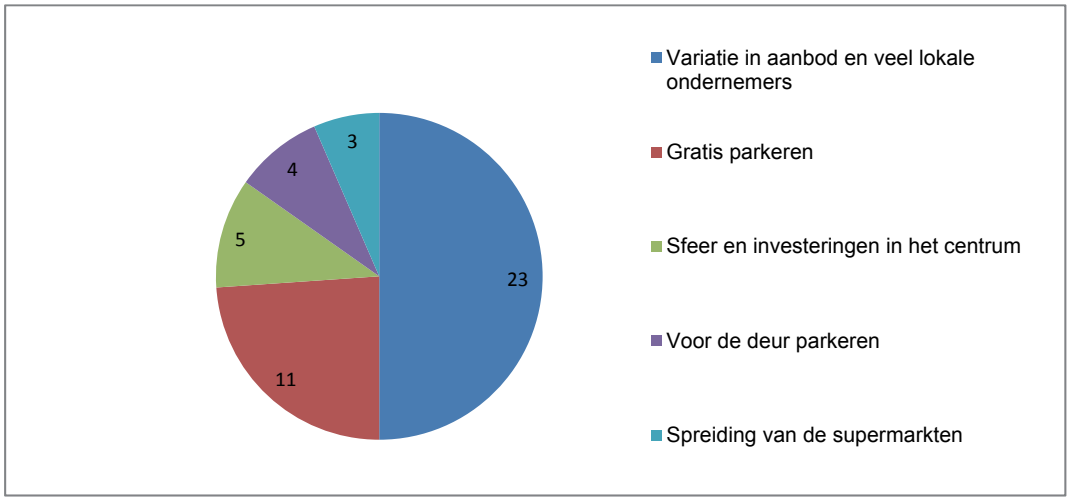
Investeringsplannen

31 van de 35 respondenten gaven aan geen investeringsplannen te hebben. Eén respondent geeft aan zijn winkel te willen sluiten wanneer Jan Linders aan de Lambertushof vertrekt aangezien hij geen kansen meer ziet in dit scenario. Een andere respondent geeft aan te willen verhuizen naar elders in het centrum of ergens buiten de gemeente, vanwege de slechte bereikbaarheid van zijn huidige locatie. Respondent drie zegt te willen uitbreiden met 100 m² publieksruimte. Een laatste respondent voorziet binnen nu en 3 jaar te willen vergroten met 250 m² publieksruimte en 100 m² opslagruimte.

Kracht van Nederweert

Uit deze diverse en uiteenlopende antwoorden zijn een aantal globale thema's vastgesteld en hieronder in absolute aantallen weergegeven.

Figuur 4.24: Kracht van Nederweert (N=41)

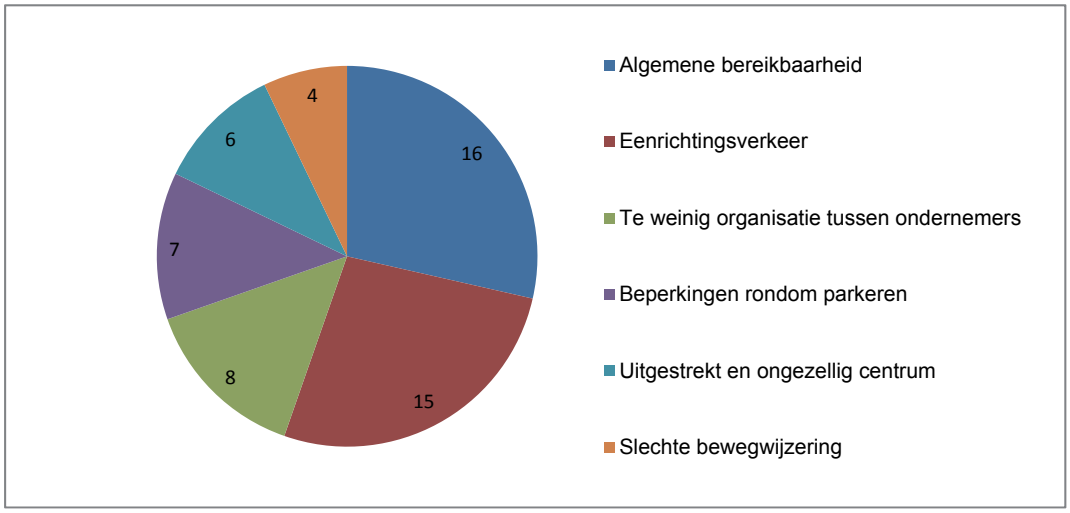


De respondenten waarderen de kracht van de kennis van de zelfstandige lokale ondernemers en hieraan gekoppeld het diverse aanbod aan speciaalzaken. Tevens wordt het gratis parkeren als een pluspunt gezien. Een aantal ondernemers geeft aan dat er de afgelopen jaren veel is geïnvesteerd in het centrum en dat hierdoor de sfeer en aantrekkelijkheid aanzienlijk is verbeterd.

Zwakte van Nederweert

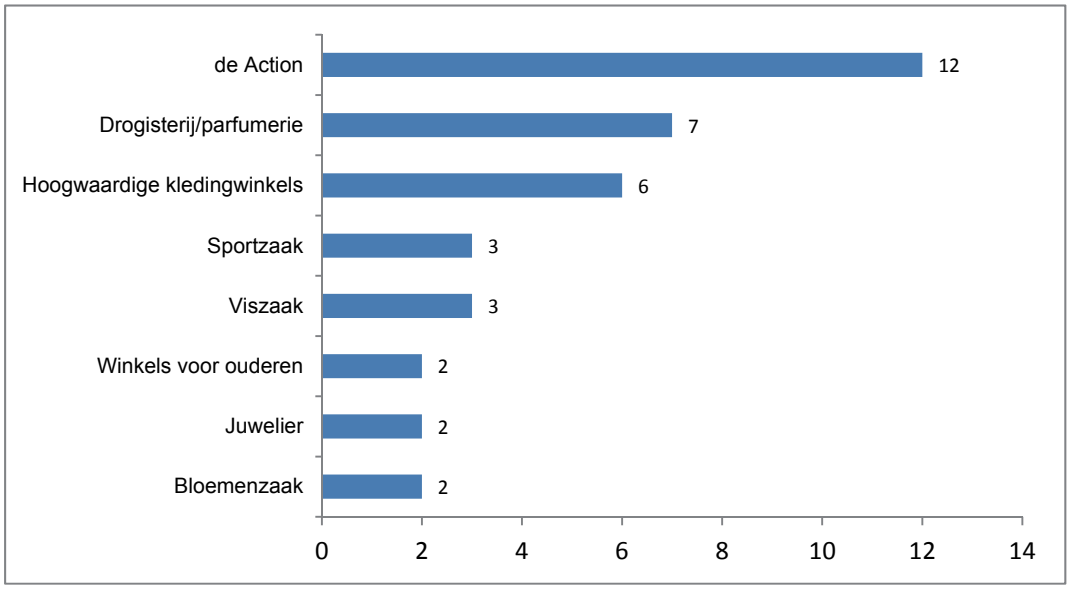
De respondenten zien de algemene bereikbaarheid van het centrum als de grootste zwakte. Het eenrichtingsverkeer en de beperkingen van het parkeerbeleid zien zij hiervan als grootste oorzaak. Een andere zwakte is dat de organisatiegraad laag is en er weinig saamhorigheid is tussen de ondernemers.

Figuur 4.25: Zwakte van Nederweert (N=45)



Sommige winkels en ketens hebben een aantrekkingskracht waar omliggende winkels ook van profiteren. Dit zijn trekkers. De respondenten zouden graag de volgende ketens of branches in Nederweert vertegenwoordigd zien.

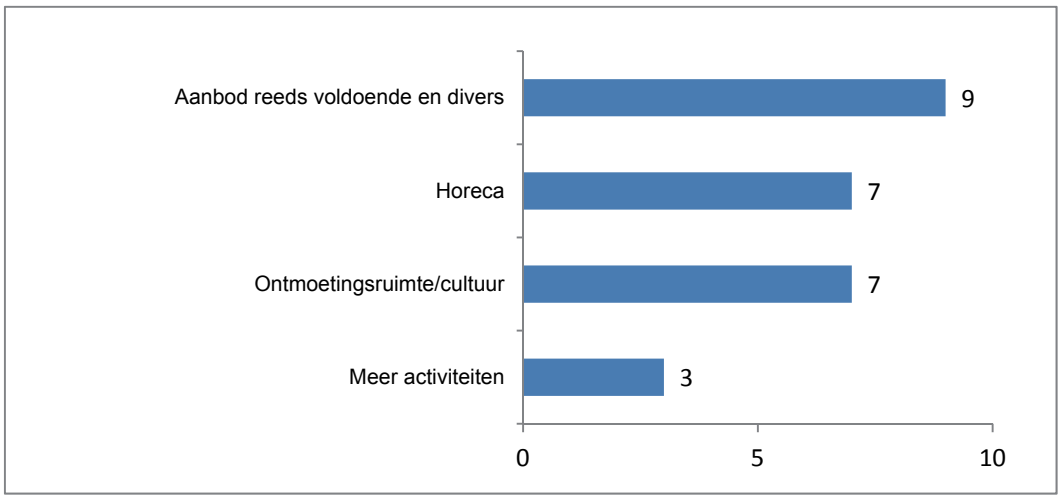
Figuur 4.26: Ontbrekende winkels (N=41)



De Action werd veruit het meest genoemd als concrete Merknaam. Ook een Blokker kwam een aantal keer naar voren.

Deze vraag is ook gesteld met betrekking tot de overige voorzieningen in het centrum.

Figuur 4.27: Ontbrekende overige voorzieningen (N=41)

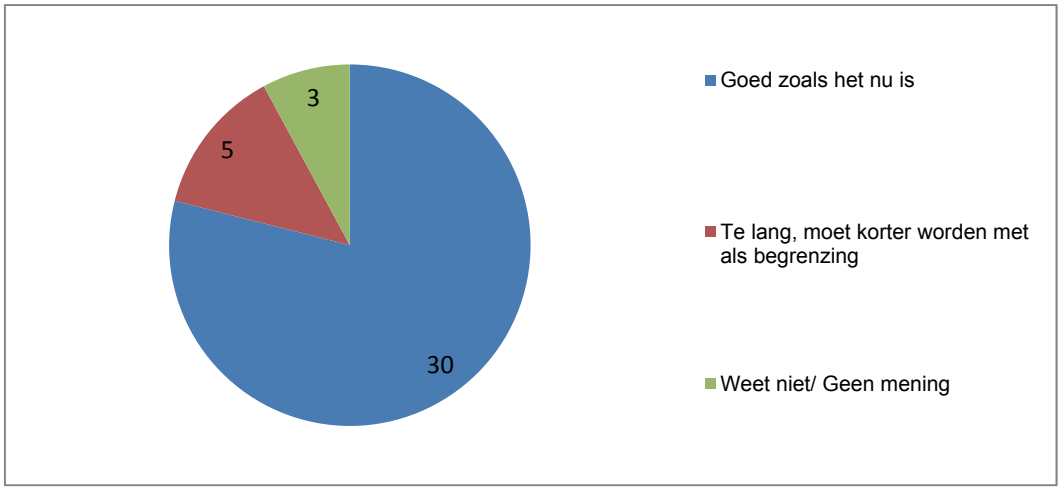


Het merendeel van de ondernemers gaf hier aan dat het aanbod reeds divers is, echter een ontmoetingsruimte en wat meer horeca zouden welkom zijn. Alsmede het organiseren van meer sfeerbevorderende activiteiten in het centrum.

Lengte van het centrum

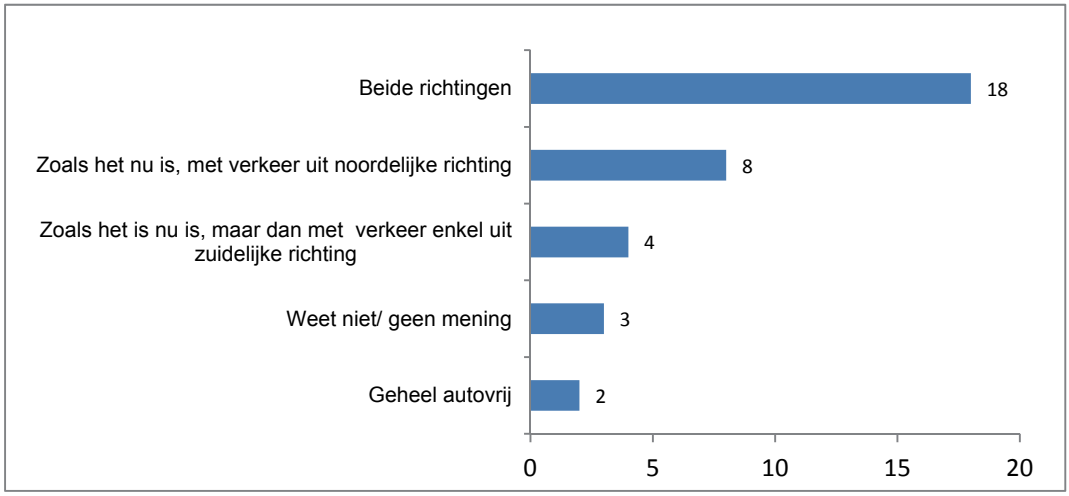
Het merendeel van de respondenten beoordeelt de lengte van het winkelgebied tussen Brugstraat en de Kerkstraat als positief. Drie respondenten vinden dat het centrum moet worden ingekort vanaf de zuidelijke entree Kerkstraat tot aan de Lambertushof. Twee respondenten zien graag dat de Brugstraat als een volwaardige winkelstraat binnen Nederweert wordt beschouwd.

Figuur 4.28: Lengte kernwinkelgebied (N=41)



Tot slot is de respondenten gevraagd naar hun voorkeur in de verkeerssituatie van de Kerkstraat.

Figuur 4.29: Verkeerssituatie Kerkstraat (N= 40)



het merendeel van de open antwoorden blikt dat de algemene voorkeur uitgaat naar het afschaffen van het eenrichtingsverkeer.

Met het oog op de niet volledige representativiteit van het ondernemersonderzoek vragen de resultaten uit het ondernemersonderzoek om een objectieve nuancering. Met name het positieve oordeel van de ondernemers ten aanzien van het huidige en toekomstige functioneren van de onderneming is opmerkelijk. De resultaten van de analyses van het consumentenonderzoek en aanbod wijzen namelijk op een relatief lage koopkrachtbinding, een bovengemiddelde leegstand en 'overaanbod' in verhouding tot referentieplaatsen. Dit zijn allemaal betrouwbare en representatieve onderzoeksresultaten. In het volgende hoofdstuk staat het functioneren van het huidige aanbod centraal. Opnieuw een indicator van de stand van zaken. Feit is dat er een discrepantie zit tussen het beeld van ondernemers en de feitelijke situatie. Dat dient 'meegewogen' te worden bij de conclusies en de uitwerking van de scenario's. Het rooskleurige beeld van ondernemers mag niet leidend zijn bij het bepalen van de uitgangspunten voor de scenario's.

5. ECONOMISCH FUNCTIONEREN

5.1 Huidig functioneren

Op basis van de gegevens uit de aanbod- en vraaganalyse is, voor de bestaande situatie van het aanbod in de dagelijkse- en niet-dagelijkse artikelensector in het verzorgingsgebied, de totale gerealiseerde omzet van de sector benadert. Dat is gedaan voor de gemeente Nederweert en ook specifiek voor de kern Nederweert.

5.1.1 Dagelijkse artikelen

Als uitgangspunten voor de berekeningen in navolgende tabel gelden:

- De bestedingen voor de dagelijkse artikelensector bedragen circa € 2.462,- per hoofd van de bevolking.
- Hierbij wordt uitgegaan van een koopkrachtbinding van 82% voor de gemeente en 84% voor de kern. Deze koopkrachtbinding is gemeten tijdens het consumentenonderzoek juli/augustus 2015.
- De koopkrachttoevloeiing voor de dagelijkse artikelensector wordt geschat op 2-5% van de totale omzet voor de gemeente en 45% voor de kern.
- Het economisch functioneren wordt uitgedrukt in gemiddelde omzet per m² wvo (vloerproductiviteit).

In onderstaande tabel is het huidig functioneren van de dagelijkse artikelensector weergegeven.

Tabel 5.1 Benadering functioneren dagelijkse artikelensector gemeente en kern Nederweert

	Gemeente Nederweert	Kern Nederweert
Aantal inwoners verzorgingsgebied	16.750	8.360
Bestedingen per hoofd	€ 2.462	€ 2.462
Totaal bestedingspotentieel (in mln. €)	41,2	20,6
Koopkrachtbinding	82%	84%
Gebonden bestedingen (in mln. €)	33,8	17,3
Toevloeiing (als aandeel van de omzet)	2-5%	45%
Omzet door toevloeiing (in mln. €)	0,7-1,8	14,1
Totale omzet	**34,5-35,6**	**31,4**
Huidig aanbod (in m² wvo)	5.224	4.413
Gerealiseerde omzet per m² wvo	€ 6.625 - 6.825,-	€ 7.125,-
Landelijk gemiddelde omzet per m² wvo	€ 7.467,-	€ 7.467,-
Uitbreidingsruimte (m² wvo, afgerond)	0	0

Uit de benadering van het huidig economisch functioneren blijkt dat het aanbod in de dagelijkse artikelensector in zowel de gemeente als de kern Nederweert momenteel theoretisch een gemiddelde omzet per m² wvo realiseert die onder het landelijk gemiddelde van € 7.467,- per m² wvo. Echter, gewoonlijk ligt de vloerproductiviteit in kleinere kernen lager dan het landelijke gemiddelde waardoor het aanbod naar verwachting redelijk functioneert. In de huidige situatie is theoretisch geen kwantitatieve uitbreidingsmogelijkheid mogelijk binnen het dagelijkse aanbod in de gemeente Nederweert.

5.1.2 Niet-dagelijkse artikelen

Onderstaand volgen de berekeningen voor de niet-dagelijkse artikelensector. We gaan van de volgende aannames uit:

- De bestedingen voor de niet-dagelijkse artikelensector bedragen circa € 2.356,- per hoofd van de bevolking.
- Hierbij wordt uitgegaan van een koopkrachtbinding van 45% in de gemeente en 43% in de kern (zoals gemeten in het consumentenonderzoek juli/augustus 2015).
- De bovengemeentelijke koopkrachttoevloeiing wordt geschat op 10-15% in de gemeente en 50-55% in de kern.
- Het economisch functioneren wordt uitgedrukt in gemiddelde omzet per m² wvo (vloerproductiviteit).

Tabel 5.2 Benadering functioneren niet-dagelijkse artikelensector gemeente en kern Nederweert

	Gemeente Nederweert	Kern Nederweert
Aantal inwoners verzorgingsgebied	16.750	8.360
Bestedingen per hoofd	€ 2.356	€ 2.356
Totaal bestedingspotentieel (in mln. €)	39,5	19,7
Koopkrachtbinding	45%	43%
Gebonden bestedingen (in mln. €)	17,8	8,5
Toevloeiing (als aandeel van de omzet)	10-15%	50-55%
Omzet door toevloeiing (in mln. €)	2,0-3,1	8,5-10,4
Totale omzet	**19,7-20,9**	**16,9-18,8**
Huidig aanbod (in m² wvo)	16.859	14.835
Gerealiseerde omzet per m² wvo	€ 1.175,- - 1.250,-	€ 1.150,- - 1.275,-
Landelijk gemiddelde omzet per m² wvo	€ 1.819,-	€ 1.819,-
Uitbreidingsruimte	-	-

In de huidige situatie is er theoretisch geen kwantitatieve uitbreidingsmogelijkheid binnen het niet-dagelijkse aanbod in de gemeente Nederweert. Als rekening gehouden wordt met de specifieke branchering van het aanbod, dan komt de benodigde omzet per m² wvo uit op ca. € 1.600,- maar ook daar blijft de gerealiseerde vloerproductiviteit, in zowel de gemeente als de kern, bij achter. Geconcludeerd moet worden dat het aanwezige aanbod in deze sector als geheel waarschijnlijk matig functioneert.

Kwaliteit boven kwantiteit
De hiervoor aangegeven distributieve ruimte is het resultaat van berekeningen die gebaseerd zijn op meerdere aannames. Het gaat immers om toekomstige ontwikkelingen en op voorhand kunnen die nooit exact voorspeld worden. De woningbouw kan bijvoorbeeld vertraging oplopen, de gemiddelde woningbezetting kan hoger of lager uitvallen, de bestedingen kunnen sterk gaan stijgen of juist gaan dalen en koopstromen kunnen toch iets anders lopen dan verwacht. De uitkomsten van de berekeningen mogen daarom nooit als normatief gezien worden, maar als indicatief.

In dit verband is het van belang aan te geven dat aan de kwalitatieve aspecten bij winkelontwikkelingen meer waarde gehecht dient te worden dan aan de kwantitatieve distributieve mogelijkheden. In de ruimtelijke ordening dient op basis van ruimtelijk relevante argumenten beoordeeld te worden of het consumentenbelang op langere termijn wordt gediend (geen duurzame ontwrichting); het gaat niet om een verslechterde concurrentiepositie voor individuele bedrijven. Hiervoor wordt bij nieuwe ontwikkelingen de ‘Ladder voor Duurzame Verstedelijking’ toegepast. Een samenvatting van de Ladder wordt gepresenteerd in bijlage 4.

Als bijvoorbeeld nieuwe winkelontwikkelingen, op een vanuit de structuur bezien goede plek, mogelijk als resultaat hebben dat verouderd aanbod op een slechte plek verdwijnt, dan is de detailhandelsstructuur er per saldo op vooruitgegaan. Er is immers modern aanbod en/of een aantrekkelijk verblijfsklimaat bij gekomen en daar heeft de consument uiteindelijk het meeste baat bij. Het, in het kader van structuurverbeteringen, meer realiseren dan de berekende distributieve uitbreidingsruimte, hoeft dus helemaal niet erg te zijn, vooropgesteld dat de effecten per saldo positief zijn. Dat betekent dat de toekomstbestendige structuur / het voorzieningenapparaat een impuls krijgt.

DEEL 2: SCENARIO'S

6. SCENARIOTOETS

6.1 Inleiding

Nu de onderzoeksresultaten gepresenteerd zijn en daaruit uitgangspunten en doelstellingen zijn geformuleerd, is de volgende stap het onderzoeken van de effecten van verschillende scenario's ten aanzien van de aanbodstructuur van de detailhandel in het centrum van Nederweert.

In de paragrafen die volgen staan de verschillende scenario's met betrekking tot de detailhandel in Nederweert-centrum centraal. Deze zijn zorgvuldig en in samenspraak met de bij het centrum betrokken stakeholders geselecteerd. Daarbij worden bestaande rapportages ter kennisgeving aangenomen, maar alle scenario's worden met een 'open grondhouding' onderzocht en getoetst op de effecten. De scenario's:

- Nulscenario: geen ingrijpende beleidsmaatregelen / investeringen.
- Optimalisatie Lambertushof: versterken van de aantrekkingskracht van het noordelijke deel van de Kerkstraat.
- Ontwikkeling supermarkt locatie Kapelaniestraat.
- Nieuw centrumplan: concentratie winkels op een nieuwe (nog te ontwikkelen) locatie in het centrum.

Bij de laatste twee scenario's zijn deelvarianten denkbaar, waar afzonderlijk bij zal worden stilgestaan.

Bij de beoordeling en toetsing staan de effecten van de scenario's op de detailhandelsstructuur centraal. De effecten, positief dan wel negatief, komen aan de oppervlakte door ze te confronteren met de vastgestelde doelstellingen en uitgangspunten als uitkomst van het analysewerk.

De doelstellingen van het centrum van Nederweert laten zich op de volgende wijze samenvatten.

1. Het kernwinkelgebied van Nederweert moet dé dominante aankoopplaats voor de dagelijkse boodschappen zijn voor de inwoners van de gemeente Nederweert.
2. Behoud koopkracht van inwoners uit de eigen gemeente en versterken toevloeiing (= meer bezoekersstromen) door een impuls van het boodschappenaanbod en een versterking van de functiemix.
3. Versterken van de gastvrijheid van het centrum door aanpak randvoorwaarden.
4. Keuzes voor perspectiefrijke delen / straten. Daarbinnen verbinden en daarbuiten ondernemers motiveren zich te concentreren in delen / straten die wel kansrijk zijn.

De uitgangspunten ten aanzien van de aanbodstructuur in het centrum van Nederweert zijn:

1. Een sterk boodschappencentrum betekent een compleet en gevarieerd aanbod. Supermarkten en versspeciaalzaken vormen de basis, aangevuld met frequent benodigd niet-dagelijks aanbod.
2. De Kerkstraat ende Lambertushof vormen het kernwinkelgebied van Nederweert. Hier is ook de grootste concentratie van detailhandel gevestigd. Het aanbod in deze straten dient versterkt te worden. Concentratie en verbinding hierbinnen is het uitgangspunt.
3. Keuzes zijn noodzakelijk. Ondernemerschap in de Brugstraat dient behouden te blijven. Voor de overige randstraten geldt geen verdere investering in handhaving van de winkelfunctie, tenzij er sprake is van een meerwaarde voor de ruimtelijk-functionele structuur en de consumentenverzorging in Nederweert-centrum. Wel verleiding tot concentratie in het kernwinkelgebied middels flankerend beleid.
4. Indien er binnen het kernwinkelgebied ruimtelijke beperkingen gelden voor initiatieven die als een versterking worden gezien, verschuift de focus voor de versterking naar aangrenzende locaties. Die locatie dient een versterking te zijn in termen van combinatiebezoek, toename passanten en stedenbouwkundige kwaliteit.
5. Een uitbreiding van het aantal winkels is niet het uitgangspunt, wel optimalisatie en herstructurering. Dat kan leiden tot een uitbreiding van het aantal winkelmeters.
6. Terughoudendheid met ontwikkelingen buiten het kernwinkelgebied.
7. Supermarkten zijn gevestigd in -of aangrenzend aan- het kernwinkelgebied. Individuele supermarkten voldoen aan de eisen van de moderne consument en het totale aanbod van supermarkten is bij voorkeur complementair aan elkaar.
8. De bereikbaarheid van voorzieningen voor de eerste levensbehoeften voor het groeiende aantal ouderen in Nederweert dient gewaarborgd te zijn.
9. Sterker inzetten op functiemenging in het centrum, primair binnen het kernwinkelgebied en de Brugstraat.

In de volgende paragrafen worden de effecten op de doelstellingen en uitgangspunten niet alleen beschreven, maar ook samengevat in een kleurenschema. Groen staat voor een positieve toets, oranje voor een neutrale toets en rood voor een negatieve toets. De kleuren zijn richtinggevend / indicatief en vormen geen hard eindoordeel.

Voor de volledigheid merken we hier op dat de uitgangspunten ten aanzien van bereikbaarheid en parkeren en inrichting en presentatie van het centrum (opgenomen in hoofdstuk 5) als algemene randvoorwaarden dienen te worden geïnterpreteerd. Ze ‘zweven’ als het ware boven de scenario’s. Hoe dan ook, aanpak van bereikbaarheid en parkeren en inrichting en presentatie conform uitgangspunten zal de aantrekkelijkheid en gastvrijheid van het centrum versterken. En daarmee vanzelfsprekend ook het functioneren. Hoe sterk dat effect is, is mede afhankelijk van het scenario. Dat komt terug in de scenariotoets.

Tot slot, het centrum van Nederweert omvat geografisch gezien het gebied zoals vastgesteld in het bestemmingsplan centrum en afgebeeld middels figuur 3.1 in hoofdstuk 3. Daaronder vallen straten met een commerciële / publieksfunctie en straten met een andere functie (zoals wonen). Uit de analyses zijn conclusies geformuleerd over het perspectief van de verschillende straten met een commerciële functie. Deze conclusies zijn leidend en de effecten van de scenario's worden beoordeeld in termen van de gevolgen ervan voor het centrum in zijn geheel en deze perspectiefrijke straten in het bijzonder.

6.2 Nulscenario

Inleiding
Het mag geen verrassing zijn dat er in het nulscenario geen ingrijpende investeringen worden gedaan / proactieve beleidsmaatregelen worden genomen om de detailhandel in het centrum van Nederweert te stimuleren. Dit betekent bijvoorbeeld dat (in ieder geval de komende jaren) geen definitieve keuzes worden gemaakt voor investeringen in de structuur. Enerzijds vinden de investeringen / plannen die zijn aangekondigd geen doorgang, waaronder de herontwikkeling van de locatie Wijen als een nieuwe winkelpool. Anderzijds wordt niet geïnvesteerd in de overkoepelende doelstellingen en uitgangspunten die zijn vastgesteld. Kortom, er worden geen keuzes gemaakt. De structuur blijft zoals deze in de huidige situatie is. Het effect van deze 'impasse' wordt in het vervolg van deze paragraaf stap voor stap ontleed.

Aansluiting bij doelstellingen en uitgangspunten: effecten
Allereerst staan we stil bij de effecten van het nulsenario op de doelstellingen van de detailhandelsstructuurvisie:

Versterking dagelijks artikelenaanbod
In de analysefase is geconcludeerd dat geen van de gevestigde supermarkten in het centrum voldoet aan de huidige maatsteven. Dat betekent service-supermarkten met een omvang van 1.250-1.750 m² wvo en discounters 800-1.100 m² wvo. Van verschillende supermarkten is bekend dat zij momenteel in een te krap 'jasje' zitten voor een naar de toekomst toe rendabele exploitatie. Versterking van het dagelijks artikelenaanbod, met name de supermarkten, is gewenst om het profiel van het centrum van Nederweert als boodschappencentrum te versterken. In het nulscenario gaat die versterking van het aanbod niet plaatsvinden. Hierdoor is het zeker niet uitgesloten dat binnen afzienbare tijd supermarktaanbod verdwijnt uit het centrum, waardoor er in tegenstelling tot het doel sprake is van een verzwakking van het aanbod. Achtergrond van dit alles is een afnemende oriëntatie van de inwoner van Nederweert op het aanbod in de eigen plaats. Daarover hieronder meer.

Versterking koopstromen
De koopkrachtbinding in de dagelijkse artikelensector in de gemeente Nederweert ligt met ruim 80% onder het gemiddelde voor referentiegemeenten. Zeker wanneer rekening wordt gehouden met het aantal supermarkten in de gemeente. Een versterking van de boodschappenfunctie doet de koopkrachtbinding (dus het functioneren) stijgen. In het nulscenario is er sprake van een tegengesteld effect. Het uitblijven van keuzes en investeringen zal naar de mening van BRO tot gevolg hebben dat de koopkrachtbinding juist afneemt. Onze inschatting is dat de daling minimaal 5% betreft. Consumenten oriënteren zich op aanbod in buurgemeenten waar wel vernieuwing plaatsvindt en bovendien wordt de verleiding groter om aankopen te doen via het internet. Vanzelfsprekend heeft ook de toevloeiing te lijden onder het uitblijven van investeringen. De afname betreft circa 5-10%.
De daling geldt overigens niet alleen voor het dagelijks artikelenaanbod. Ook de binding en toevloeiing van het niet-dagelijks aanbod nemen af aangezien deze voorzieningen in belangrijke mate meeliften op de aantrekkelijkheid van het boodschappenaanbod. De daling is hier zelf nog groter door autonome trends (hogere eisen, internet etc.).

Een dergelijke aantasting van de koopstromen heeft effect op het economisch functioneren van de winkels. Dat wordt aangetoond in de conclusie van deze paragraaf. Zoals reeds genoemd is het waarschijnlijk dat meerdere winkels onder druk komen te staan met uiteindelijk een vertrek als gevolg. De leegstand loopt op. Het is moeilijk om aan te geven waar de leegstand zich het eerste zal manifesteren. Hoogstwaarschijnlijk is dat aan de randen van het centrum en op plekken waar de supermarktfunctie verdwijnt. Het vertrek van een supermarkt is vaak desastreus voor de winkels in de directe omgeving aangezien dat de grootste trekker is. De functie van het lint wordt aangetast en de verbrokkelde structuur ontwikkelt zich door.

Versterken gastvrijheid
Laatste doelstelling van de detailhandelsstructuurvisie voor het centrum van Nederweert is het versterken van de gastvrijheid door aanpak van randvoorwaarden voor een prettig centrum zoals een goede bereikbaarheid, gratis parkeren, voldoende openbare faciliteiten, een comfortabele inrichting van de openbare ruimte, voldoende levendigheid et cetera. Zoals in de inleiding aangehaald, betreft het hier algemene maatregelen ongeacht de uitkomst van de scenariotoets.
In de analyses is geconstateerd dat op meerdere onderdelen van gastvrijheid verbeteringen mogelijk/noodzakelijk zijn. Parkeren, bereikbaarheid, inrichting en sfeer/gezelligheid scoren een onvoldoende door de ogen van de bezoeker van het centrum. Aanpak van deze aspecten heeft als effect dat de afnemende oriëntatie van de consument kan worden beperkt. De aspecten hebben een vertragende / remmende werking. BRO neemt dat niet mee in de scenariotoets. Het effect moet bovendien niet worden overschat. Het consumentenonderzoek toont namelijk aan dat de tevredenheid van de consument vooral wordt bepaald door het aanbod en de kwaliteit van de winkels. En juist het aanbod wordt aangetast in het nulscenario.

Concentreren en verbinden
De detailhandelsstructuurvisie gaat uit van het maken van keuzes. Keuzes in termen van perspectiefrijke delen in het centrum en perspectiefarme delen in het centrum. Het nulscenario kenmerkt zich door een gebrek aan keuzes. Er worden geen maatregelen genomen ter voorbereiding op een toekomstbestendige detailhandelsstructuur. Daar hebben ook de perspectiefrijke delen in het centrum onder te lijden. Ondernemers en marktpartijen weten niet waar zij aan toe zijn. Kortom, helderheid ontbreekt. Het gevaar bestaat dat de huidige verbrokkelde structuur meer ernstige vormen gaat aannemen. Het centrum loopt dan het risico op een structuur met zelfstandige eilanden die onderling geen geheel vormen.

Samenvatting effecten nulscenario op doelstellingen detailhandelsstructuurvisie

Doelstelling visie	Effect nulscenario	Oor-deel
Versterking dagelijks artikelenaanbod	Aantrekkelijkheid aanbod neemt af. Eén of meerdere aanbieders verdwijnen uit centrum.	
Versterken koopkracht-binding en –toevloeiing: consumentenverzorging	Zowel koopkrachtbinding als koopkrachttoe-vloeiing neemt af. Consumenten oriënteren zich sterker op aanbod buiten Nederweert.	
Versterken gastvrijheid	Investeren in randvoorwaarden zal de schade slechts ten dele kunnen beperken	
Concentreren en verbinden	Keuzes worden uitgesteld waar het gehele centrum hinder van zal ondervinden	

Vervolgens besteden we aandacht aan de effecten van het nulscenario op de uitgangs-punten van de detailhandelsstructuurvisie voor het centrum van Nederweert. Aangezien hiervoor de hoofdlijnen reeds zijn benoemd, komen de effecten puntsgewijs aan de orde.

Boodschappencentrum
- Ook in het nulscenario zal het centrum van Nederweert een boodschappencentrum blijven.
- Functie zal worden aangetast. Door afnemende oriëntatie van de inwoner komt het functioneren van het centrum op een niveau dat er verliezers zijn.
- Minimaal één supermarkt zal naar verwachting verdwijnen uit het centrum.
- Jan Linders en Aldi zijn naar verwachting de eerste slachtoffers.

Compleet en gevarieerd aanbod
- De compleetheid en gevarieerdheid van het aanbod wordt aangetast.

- Indien onverhoopt één of meerdere supermarkten uit de structuur verdwijnen, heeft dat tevens een effect op het overige aanbod (met name frequent niet-dagelijks aanbod).
- Aangezien er in de huidige situatie reeds sprake is van 'overaanbod' zal het vertrek van één of meerdere winkels niet resulteren in het gebrek aan boodschappenaanbod.

Behoud en versterking kernwinkelgebied

- Door het uitblijven van keuzes en investeringen komt het aanbod in alle delen van het centrum onder druk te staan.
- Van behoud en versterking is thans geen sprake.
- Scenario leidt tot afkalving en verschraling van de bestaande structuur.

Verwachting leegstand

- Leegstand neemt toe, waarschijnlijk in eerste instantie aan de randen (niet-perspectiefrijke straten) maar indien een supermarkt verdwijnt ook op plekken die wel als perspectiefrijk zijn gedefinieerd.
- Kansen op een herinvulling van de leegstand met winkels zijn er nauwelijks of niet.
- Op termijn (na acceptatie dat herinvulling met winkels niet kansrijk is) ontstaan kansen voor transformatie van winkels naar andere functies.

Keuzes maken

- Omdat er in het nulscenario geen sprake is van investeringen, keuzes en actief beleid blijven 'alle ballen in de lucht'. Van concentreren en verbinden binnen de perspectiefrijke centrumstraten is geen sprake.
- De structuur wordt in dit scenario niet voorbereid op de toekomst.

Ontwikkellocaties

- Ontwikkellocaties komen niet in beeld aangezien de keuze is om 'niets' te doen.
- Er blijft onduidelijkheid in de markt over de meest kansrijke centrumstructuur.

Aantal winkels en winkelmeters

- Omdat het economisch functioneren van het centrum nog verder onder druk komt te staan, loopt de leegstand op waardoor zowel het aantal winkels als het aantal winkelmeters afneemt.
- In essentie is dit (met het oog op de dalende behoefte aan fysieke winkels naar de toekomst) een positieve ontwikkeling. Echter, de leegstand is niet het gevolg van beleid en keuzes maar een algemene afnemende aantrekkelijkheid.
- Ondernemers en marktpartijen tonen geen interesse in investeringen in het centrum van Nederweert.

Toename detailhandel buiten centrum

- In dit scenario wordt aan uitbreiding van ondernemerschap in het centrum geen medewerking verleend.

- Ondernemers gaan zich daardoor oriënteren op plekken buiten de centrumstructuur omdat daar mogelijk wel ruimte voor expansie kan worden gevonden.

Perspectief supermarkten
- Met het uitblijven van mogelijkheden om supermarkten uit te breiden op de huidige locatie of te verplaatsen, hebben zijn naar de toekomst toe steeds meer moeite om de vestiging rendabel te houden.
- De inwoner van Nederweert kiest hierdoor in toenemende mate voor alternatieven in de omgeving waar wel wordt voldaan aan moderne maatstaven.
- De kans is aanwezig dat discountaanbod uit Nederweert verdwijnt. De variëteit van het aanbod wordt dan aangetast.

Bereikbaarheid eerste levensbehoeften
- Omdat naar verwachting minimaal één supermarkt uit het aanbod verdwijnt, neemt de afstand tot de dichtstbijzijnde supermarkt vanuit één of meerdere windrichtingen toe.
- Indien dat de Jan Linders aan de Lambertushof is, heeft dat grote effecten op de bereikbaarheid van eerste levensbehoeften voor de concentratie van senioren die in de verzorgingscentra in de directe omgeving wonen.

Verwachting functiemenging
- De functies die voor een aantrekkelijke mix zorgen, kunnen in de huidige situatie de huursommen van de panden in het centrum niet dragen.
- De te verwachten toename van de leegstand in het nulscenario is op termijn bevorderlijk voor de functiemix in het centrum.
- Panden worden niet opnieuw ingevuld met winkels
- Omdat vastgoedwaarden dalen worden alternatieve functies (zoals cultuur, maatschappelijke en medische functies) overwogen.

Samenvatting effecten nulscenario op uitgangspunten detailhandelsstructuurvisie

Uitgangspunt	Effect nulscenario	Oordeel
Nederweert is een boodschappencentrum	Boodschappenfunctie blijft maar komt onder druk te staan omdat aanbod verdwijnt.	
Compleet en gevarieerd aanbod	Aanbod wordt minder compleet en gevarieerd. Er blijft wel voldoende aanbod over.	
Behoud en versterking kernwinkelgebied	In tegendeel. Verschraling en aantasting bestaande structuur.	

Effect op leegstand	Toename van leegstand, op zowel perspectiefrijke als niet-perspectiefrijke plekken in de structuur.	
Keuzes randstraten	Keuzes blijven uit waardoor 'alle ballen in de lucht blijven'. Kans op verdere versnippering publieksfuncties.	
Ontwikkellocaties	Niet van toepassing. Onduidelijkheid voor de markt blijft.	
Aantal winkels en aantal winkelmeters	Leegstand loopt op dus minder winkels en minder winkelmeters. Transformatie ligt voor de hand.	
Toename detailhandel buiten centrum	Door uitblijven helderheid en investeringskansen bestaat kans dat naar plekken buiten structuur wordt gezocht waar wel ruimte beschikbaar is.	
Positie en perspectief supermarkten	Functioneren supermarkten komt onder druk te staan. Inwoners Nederweert kiest voor alternatieven buiten de gemeentegrenzen.	
Bereikbaarheid eerste levensbehoeften senioren	Doordat aanbod afkalft, neemt afstand tot eerste levensbehoeften toe. Met name schadelijk indien het aanbod Lambertushof verdwijnt.	
Functiemenging	Doordat leegstand oploopt, ontstaan kansen voor transformatie en sterkere mix van winkels met andere functies.	

Conclusie: functioneren, haalbaarheid en wenselijkheid

Functioneren

In het voorgaande is aangegeven wat de gevolgen kunnen zijn van een 'impasse'. Een sprekende indicator voor de gevolgen is het voorvertalen van de effecten in een toekomstig functioneren van de kern Nederweert. Hierbij is het jaar 2020 als uitgangspunt genomen. Het huidig functioneren is gepresenteerd in paragraaf 5.1. Als uitgangspunten voor de berekeningen in navolgende tabel gelden:

- Het aantal inwoners van de kern Nederweert bedraagt in 2020 circa 8.550.
- De bestedingen voor de dagelijkse artikelensector bedragen circa € 2.462,- per hoofd van de bevolking. De impact van internetaankopen op de winkelbestedingen in supermarkten is tot op heden lang niet zo groot als bij niet-dagelijkse artikelen. De opkomst van afhaalpunten en nieuwe bezorgconcepten veranderen dit mogelijk. De afgelopen twee jaar zijn de bestedingen in de dagelijkse sector jaarlijks met 2% geste-

gen, de verwachting is dat de groei ook de komende jaren door zal zetten. BRO heeft in de berekeningen de toekomstige bestedingen in de dagelijkse sector echter gelijk gehouden aan de huidige bestedingen om de toename van de online aankopen in deze sector (met name via afhaalpunten) te verdisconteren.

- De bestedingen voor de niet-dagelijkse artikelensector bedragen in de huidige situatie circa € 2.356,- per hoofd van de bevolking, maar die nemen voor 2020 met 5% af vanwege de toename van de internetbestedingen.
- De koopkrachtbinding in de dagelijkse artikelensector zal afnemen tot 78-80%. De koopkrachtbinding in de niet-dagelijkse artikelensector daalt eveneens, tot 35%.
- De toekomstige koopkrachttoevloeiing voor de dagelijkse artikelensector wordt geschat op 30-35%. In de niet-dagelijkse artikelensector bedraagt de toekomstige toevloeiing 44-50%.
- Het economisch functioneren wordt uitgedrukt in gemiddelde omzet per m² wvo (vloerproductiviteit). Deze blijft constant.

In onderstaande tabel is het toekomstig functioneren van de dagelijkse artikelensector in de kern Nederweert weergegeven.

Tabel 6.1 Benadering functioneren dagelijkse artikelensector kern Nederweert nulscenario

	2020 DAGELIJKS	2020 NIET-DAGELIJKS
Aantal inwoners verzorgingsgebied	8.550	8.550
Bestedingen per hoofd	€ 2.462	€ 2.238
Totaal bestedingspotentieel (in mln. €)	21,1	19,1
Koopkrachtbinding	78%	35%
Gebonden bestedingen (in mln. €)	16,4	6,7
Toevloeiing (als aandeel van de omzet)	35-40%	44-50%
Omzet door toevloeiing (in mln. €)	8,8-10,9	5,3-6,7
Totale omzet	**25,3-27,4**	**12,0-13,4**
Huidig aanbod (in m² wvo)	4.413	14.835
Gerealiseerde omzet per m² wvo	€ 5.725,- - 6.225,-	€ 825,- - 925,-
Gerealiseerde omzet per m² wvo in 2015	€ 7.125,-	€ 1.150,- - 1.275,-
Landelijk gemiddelde omzet per m² wvo	€ 7.467,-	€ 1.819,-
Uitbreidingsruimte (m² wvo, afgerond)	0	0

Het effect van de impasse op het functioneren van het aanbod in de kern is fors. In vergelijking tot het huidige functioneren zal de vloerproductiviteit van het aanbod aan dagelijkse artikelen dalen met circa 13 tot 19%. De daling in de niet-dagelijkse artikelensector is nog groter, namelijk 23 tot 30%.

Dergelijke effecten leiden ongetwijfeld tot het verdwijnen van aanbod uit de structuur. Leegstand is het gevolg. De aantrekkelijkheid van het centrum van Nederweert krijgt hierdoor een forse deuk. Niet alleen ondernemers lijden hieronder, ook bewoners.

Haalbaarheid
De kwantitatieve analyses en de gesprekken die zijn gevoerd, hebben duidelijk aangetoond dat er hoe dan ook investeringen noodzakelijk zijn. Vrijwel alle stakeholders zijn zich ervan bewust dat 'afwachten wat er komen gaat' resulteert in een verdere achteruitgang van het centrum. Dat heeft maatschappelijke en economische gevolgen. Maatschappelijke gevolgen aangezien een oplopende leegstand zorgt voor een aantasting van de aantrekkingskracht en zelf mogelijk tot verloedering. Economisch omdat inwoners zich vaker gaan oriënteren op aanbod buiten Nederweert waardoor koopkracht afvloeit. Leegstand leidt bovendien tot een afnemende oriëntatie van de markt op Nederweert en een daling van de inkomsten voor de gemeente Nederweert.

Wenselijkheid
Niets doen is geen optie. Wanneer de negatieve effecten van een impasse zich zo duidelijk manifesteren, is die conclusie eenvoudig.

6.3 Optimalisatie Lambertushof

Inleiding
Van oudsher is de Lambertushof het echte hart van het centrum van Nederweert. De St. Lambertuskerk (Rijksmonument) maakt meteen duidelijk dat het plein de centrale historische plek van Nederweert is. De Lambertushof is tevens de noordelijke winkelpool in het centrum, met als trekker supermarkt Jan Linders. Met de supermarkt raken we de essentie van dit scenario. Het is geen geheim dat supermarkt Jan Linders met de huidige vestiging ontevreden is. Naast het feit dat de oppervlakte met 800 m² wvo te klein is naar moderne maatsteven, heeft de supermarkt bouwkundige beperkingen waardoor de uitstraling verre van optimaal is. Zo is de zichtbaarheid matig vanaf de Kerkstraat en is het boodschappen doen niet comfortabel vanwege een inpandige kolommenstructuur. Deze en andere aspecten (zoals bereikbaarheid en parkeren) zijn reden voor Jan Linders om tot een versterking van haar positie te komen.

Een mogelijk scenario voor de versterking van het kernwinkelgebied is het optimaliseren en uitbreiden van de vestiging op de huidige plek. Dit is volgens de eigenaar van het vastgoed (Supravast) mogelijk middels een tweetal varianten:

1. De supermarkt vergroot op grond van de gemeente middels een uitbouw aan de voorzijde en achterzijde tot circa 1.475 m² bvo (=1.180 m² wvo). Het aantal parkeerplaatsen wordt uitgebreid tot 57,met eventueel nog een uitwijkmogelijkheid voor 19 extra plaatsen. Laatste is echter onzeker vanwege eigendomsrechten.
2. Idem een variant 1 aangevuld met een aankoop van buurpanden- en percelen. In deze variant kan een supermarkt worden behaald van circa 1.500 m² wvo en kan het aantal parkeerplaatsen worden uitgebreid tot 76. Hiervoor is medewerking nodig van meerdere vastgoedeigenaren. Uit recente informatie blijkt dat medewerking zeker niet uitgesloten is. Daarom gaat BRO bij de toets uit van deze variant.

Figuur 6.1 Scenario gevisualiseerd (bron: Supravast)



Een combinatie van het Centrummanagement en de Vereniging van Eigenaren in het centrum van Nederweert komt met een aanvullend voorstel voor de optimalisatie van de Lambertushof, namelijk het betrekken van de westwand van de Lambertushof bij de ontwikkeling. Meer daarover in het kader op de volgende pagina.

Betrekken westwand Lambertushof
Hierbij wordt uitgegaan van de koop en sloop van 4 panden aan de westzijde van de Kerkstraat en 2 woonhuizen aan de P. Holtenstraat. Hierdoor komt de hoek P. Holtenstraat / Kerkstraat vrij voor de aanleg van een nieuw plein. Aan de dan ontstane nieuwe westzijde van het plein is nieuwbouw mogelijk met een diepte van ca. 10/15m. Op de begane grond enkele commerciële ruimten met daarboven in 1 of 2 bouwlagen appartementen.

De kleinere winkels nu gelegen aan de oostzijde van de Lambertushof en grenzend aan de bestaande supermarkt van Jan Linders die, bij optimalisatie/uitbreiding in de verbouwing van de supermarkt worden opgenomen, kunnen worden verplaatst naar deze nieuwe ruimten. De ingang van supermarkt Jan Linders kan dan in theorie volledig georiënteerd worden op het nieuwe Lambertushofplein.

Op het plein kunnen circa 50-60 parkeerplaatsen worden toegevoegd. De parkeerplaatsen aan de achterzijde kunnen worden behouden en bij verwerving van gronden nog worden uitgebreid.

Het is onbekend hoe de stakeholders die die plan aangaat (zoals ondernemers en bewoners westwand, eigenaar supermarkt Supravast en gemeente), aankijken tegen dit voorstel. De verwervings-, sloop- en herinrichtingskosten met betrekking tot de westwand bedragen circa € 2,0 miljoen[14]. Daar komen de kosten voor optimalisatie van de supermarkt aan de overzijde nog bij. Deze kosten kunnen deels terugvloeien via nieuwe bebouwing maar het is hoogst twijfelachtig of het plan financieel haalbaar is.

Aansluiting bij doelstellingen en uitgangspunten: effecten
Vergelijkbaar aan het eerste scenario staan we ten beginne stil bij de effecten op de doelstellingen van de detailhandelsstructuurvisie:

Versterking dagelijks artikelenaanbod
Een versterking van het supermarktaanbod is noodzakelijk om de boodschappenfunctie van Nederweert een impuls te geven. In het scenario 'optimalisatie Lambertushof' is dit het geval. Een te kleine supermarkt in de huidige situatie wordt geoptimaliseerd tot een vestiging van volwaardige omvang (circa 1.500 m² wvo). De vraag is echter of een uitbreiding van de supermarkt ook resulteert in een verhoogde kwaliteit van de supermarkt en de omgeving. Een ruimer 'jasje' wil niet direct zeggen dat het comfort van de bezoeker toeneemt. Ook in de nieuwe situatie blijft de vestiging een aantal beperkingen houden waardoor de vraag gerechtvaardigd is of optimalisatie daadwerkelijk een toekomstbe-

[14] Schattingen zijn indicatief

stendige oplossing is. De verbouwing zal niet leiden tot de oplossing van een aantal bouwkundige belemmeringen (zoals de kolommenstructuur) en parkeren en bereikbaarheid zijn niet optimaal.

Het aantal parkeerplaatsen kan worden uitgebreid en parkeren en expeditie kunnen ruimtelijk worden gescheiden indien een aangrenzend perceel wordt verworven. Kanttekeningen hierbij zijn dat de parkeerplaatsen ook worden gebruikt voor de bezoekers van de andere winkels (niet allen de supermarkt) en een toename van laad- en losverkeer in een woonstraat.

Door het betrekken van een tweetal aan de Kerkstraat gelegen panden is het mogelijk om de entree van de winkel aan de straatzijde te situeren. Echter, vanuit het perspectief van de ondernemer/exploitant hebben wij twijfels over de haalbaarheid van de entree op deze plek. De afstand tot de parkeerlocatie neemt dan namelijk toe in verhouding tot de huidige situatie.

Met de optimalisatie van de Lambertushof wordt de keuze gemaakt voor het versterken van het dorpscentrum. Dat houdt in dat wordt ingestoken op het concentreren en verbinden van de perspectiefrijke delen in het kernwinkelgebied. Kiezen voor investeren in de Lambertushof geeft tevens een belangrijke signaalfunctie af naar de markt. Een signaal dat staat voor het dorpshart.

Versterking koopstromen
Naar verwachting zal de versterking van de supermarkt aan de Lambertushof op zichzelf niet leiden tot een toename van de koopkrachtbinding en –toevloeiing. Het grote verschil met het nulscenario is dat de vernieuwing en versterking het afglijden een halt toeroepen. Een toename van de bezoekersstroom is een te grote stap, omdat ook na optimalisatie van de Lambertushof er enige beperkingen gelden voor het functioneren. Met name op de aspecten bereikbaarheid en parkeren. In de eerste maanden na verbouwing zal er wel degelijk een opleving van de koop oriëntatie waarneembaar zijn. Dit is een gebruikelijk effect na vernieuwing. Die situatie stabiliseert zich naar verwachting echter spoedig. Er zijn (ook in dit scenario) wel degelijk aspecten die een positieve werking kunnen hebben op de koopstromen. Daarover hieronder meer.

Versterken gastvrijheid
Optimalisatie van de Lambertushof doet de koopstromen stabiliseren. Gaat optimalisatie samen met de aanpak van randvoorwaarden voor een goed functionerend boodschappencentrum dan neemt de koop oriëntatie op het kernwinkelgebied van Nederweert toe. De belangrijkste randvoorwaarde voor een goed functionerend boodschappencentrum is de algemene bereikbaarheid. Een goede bereikbaarheid betekent prioriteit geven aan doorgaand autoverkeer en eenvoudig van ‘A naar B’ kunnen verplaatsen. Knelpunten in de huidige situatie zijn opgesomd in paragraaf 3.4 en gewenste maatregelen/uitgangspunten in paragraaf 5.3. Het effect is afhankelijk van de maatregelen die

worden genomen. BRO veronderstelt dat het positieve effect op de binding van de inwoner uit de eigen gemeente 3-5% kan bedragen. We benadrukken dat dit een inschatting betreft. Omdat het een onzekere aanname betreft, nemen we dit niet mee in het vervolg van de scenariotoets. Effect op de toevloeiing is er nauwelijks omdat de regioconsument de boodschappenbestemming primair laat afhangen van kwaliteit en samenstelling van het aanbod.

Concentreren en verbinden

Het is al eerder benoemd, een keuze voor optimalisatie van de Lambertushof staat symbool voor een keuze voor het kernwinkelgebied. In ieder geval voor de komende jaren. BRO heeft namelijk twijfels bij de optimalisatie van de supermarkt op de Lambertushof op de langere termijn. Exploitatie van een vestiging met beperkingen is op de langere termijn niet toekomstbestendig.

Voor het bereiken van de doelstelling (concentreren binnen het kernwinkelgebied en als afgeleide een keuze voor het perspectief van de Brugstraat) zijn meer beleidskeuzes en flankerende maatregelen noodzakelijk. Anders geformuleerd, voor een daadwerkelijke versterking van Nederweert als boodschappencentrum is enkel optimalisatie van de Lambertushof onvoldoende. Dat begint met het beleid dat het perspectief niet voor alle randstraten even groot is en dat flankerende maatregelen benodigd zijn om concentratie te realiseren. Bovendien hoeft de ontwikkeling van de Lambertushof niet los te staan van andere scenario's. Meer concreet kan het in theorie zo zijn dat een combinatie van scenario's bijdraagt aan de doelstelling van de detailhandelsstructuurvisie. Dat hangt af van de effecten.

Samenvatting effecten scenario optimalisatie Lambertushof op doelstellingen detailhandelsstructuurvisie

Doelstelling visie	Effect optimalisatie Lambertushof	Oordeel
Versterking dagelijks artikelenaanbod	Een naar huidige maatsteven verouderde supermarkten wordt aangepakt maar niet alle beperkingen worden opgelost. Er dienen namelijk compromissen te worden gesloten.	
Versterken koopkrachtbinding en –toevloeiing: consumentenverzorging	Stabilisatie van koopstromen c.q. geen versterking van binding en toevloeiing.	
Versterken gastvrijheid	Aanpak randvoorwaarden (verkeersstructuur) kan koopkrachtbinding doen toenemen	
Concentreren en verbinden	Er wordt een keuze gemaakt voor een impuls aan het kernwinkelgebied. Dat is een belangrijk signaal naar de markt maar op zichzelf onvoldoende voor concentratie en verbinding	

In het vervolg besteden we aandacht aan de effecten op de uitgangspunten van de detailhandelsstructuurvisie waarbij we een onderscheid maken tussen de basisvariant en de plusvariant

Boodschappencentrum

- Met een optimalisatie van de supermarkt aan de Lambertushof wordt aangesloten bij het uitgangspunt om een keuze te maken voor de boodschappenfunctie van het kernwinkelgebied.
- De huidige positie als boodschappencentrum kan de komende jaren worden behouden. Behoud is echter niet het streven, wel versterking. Bovendien gaat het om versterking voor een termijn langer dan enkele jaren.
- Een te kleine supermarkt wordt geoptimaliseerd tot een vestiging van moderne omvang in termen van oppervlak.
- Een aantal van de huidige beperkingen kan worden aangepakt, maar niet allemaal.

Compleet en gevarieerd aanbod

- De consument krijgt aan de Lambertushof een supermarkt terug die beduidend groter is dan in de huidige situatie.
- De Lambertushof krijgt weliswaar een impuls, van een algehele versterking van het centrum (in termen van een hogere binding en toevloeiing van bezoekers) is geen sprake. Wel van behoud.
- Het aanbod blijft in dit scenario compleet en gevarieerd, maar het is niet uitgesloten dat individuele zaken (verder) onder druk komen te staan, met name in de niet-dagelijkse artikelensector. Dit is dan veel meer het gevolg van autonome trends (vergrijzing, internet, versterking concurrentie).

Behoud en versterking kernwinkelgebied

- De noordelijke pool van het kernwinkelgebied wordt van een impuls wordt voorzien, ondernemers in de directe omgeving profiteren hiervan.
- Voor het versterken van het kernwinkelgebied zijn meer beleidskeuzes en flankerend beleid noodzakelijk.

Verwachting leegstand

- Positieve ontwikkeling van leegstand aan Lambertushof.
- Indien wordt ingezet op ontwikkeling van het kernwinkelgebied, behoud van de Brugstraat en defensieve houding aan de randen dan ontstaat in de perspectiefrijke delen meer dynamiek. Gebeurt dat niet, dan loopt de leegstand op.
- In eerste instantie loopt de leegstand aan de randen op om als gevolg daarvan de noodzaak van transformatie in te zien.

Keuzes maken

- Kiezen voor de Lambertushof is kiezen voor het kernwinkelgebied. Voor de noordelijke pool van het kernwinkelgebied een positieve stimulans.

- Voor een toekomstbestendig boodschappencentrum zijn meer beleidskeuzes essentieel.

Ontwikkellocaties
- Het is niet uitgesloten dat ontwikkellocaties aangrenzend aan het kernwinkelgebied in beeld blijven aangezien er ook voor andere supermarkten ruimtelijke beperkingen voor een optimaal functioneren gelden, met name voor Aldi aan de Brugstraat.

Aantal winkels en winkelmeters
- Optimalisatie van bestaand vastgoed is conform uitgangspunt: niet meer winkels, eventueel wel meer winkelmeters.
- Het economische functioneren van het dagelijks artikelenaanbod in het centrum blijft vergelijkbaar aan het huidige niveau. Bestaand aanbod blijft daardoor waarschijnlijk behouden.
- Als gevolg van autonome trends (vergrijzing, internet, versterking concurrentie) zal de druk op de niet-dagelijkse sector verder toenemen.

Toename detailhandel buiten centrum
- Met een medewerking van een investering in het kernwinkelgebied neemt de kans op verplaatsingen naar buiten het kernwinkelgebied (en buiten het centrum) af. De kans blijft echter wel bestaan omdat knelpunten actueel blijven.

Perspectief supermarkten
- Het functioneren van de supermarkt aan de Lambertushof wordt versterkt. Er ontstaat meer perspectief door investering in de omvang van de vestiging en uitbreiding van het parkeren.
- Ondanks dat de vestiging wordt aangepakt, kan er geen vergelijking worden gemaakt met nieuwbouw. Ook in de nieuwe situatie blijven er knelpunten: bouwkundige eigenschappen van het pand, de situatie van bereikbaarheid en parkeren en de relatie van de supermarkt met de Kerkstraat.
- Fullservice supermarktaanbod in het centrum is gegarandeerd. Dat geldt niet voor discountaanbod. De uitbreidingswensen worden in dit scenario niet aangepakt.

Bereikbaarheid eerste levensbehoeften
- In de omgeving van de Lambertushof is sprake van een concentratie van ouderenwoningen. De oriëntatie van deze inwoner op de winkels aan de Lambertushof is groot. Een versterking van het aanbod aldaar komt tegemoet aan het uitgangspunt in de visie dat de bereikbaarheid van boodschappenwinkels in het centrum behouden moet blijven.

Verwachting functiemenging
- Grote veranderingen in de functiemix in het kernwinkelgebied zijn in dit scenario op korte termijn niet te verwachten.

- Binnen enkele jaren kan de leegstand toch oplopen, met als oorzaken de verplaatsing van aanbod in niet-perspectiefrijke delen in het centrum of de afname van het niet-dagelijks artikelenaanbod als gevolg van autonome trends. Hierdoor dalen de vastgoedwaarden waardoor de toegankelijkheid van vastgoed voor niet-winkelfuncties toeneemt.

Samenvatting effecten scenario optimalisatie Lambertushof op uitgangspunten detailhandelsstructuurvisie

Uitgangspunt	Effect optimalisatie Lambertushof	Oordeel
Nederweert is een boodschappencentrum	Versterking aanbod in noordelijke pool kernwinkelgebied maar niet alle knelpunten worden aangepakt. Daardoor komt toekomstbestendigheid op lange termijn mogelijk in gevaar.	
Compleet en gevarieerd aanbod	Aanbod blijft compleet en gevarieerd maar voor echte versterking zijn meer structuuringrepen noodzakelijk.	
Behoud en versterking kernwinkelgebied	Noordelijke pool wordt versterkt. Om kernwinkelgebied in geheel te versterken zijn meer keuzes nodig.	
Effect op leegstand	Positieve ontwikkeling Lambertushof want panden die wisselend leegstaan worden betrokken. Overig kernwinkelgebied afhankelijk van flankerend beleid.	
Keuzes randstraten	Kiezen voor Lambertushof is kiezen voor dorpshart.	
Ontwikkellocaties	Blijven in beeld omdat ruimtelijke beperkingen van met name supermarktaanbod actueel blijven.	
Aantal winkels en aantal winkelmeters	Optimalisatie huidige winkel sluit aan bij doelstelling.	
Toename detailhandel buiten centrum	Kans op verplaatsingen neemt af maar blijft aanwezig.	
Positie en perspectief supermarkten	Versterking Lambertushof is niet te vergelijken met nieuwbouw supermarkt. Het is niet de meest toekomstbestendige oplossing.	

Bereikbaarheid eerste levensbehoeften senioren	Behoud supermarkt Lambertushof is pré voor concentratie van senioren in de omgeving van de supermarkt.	
Functiemenging	Geen grote kans op korte termijn. Op lange termijn neemt kans op functiemix toe.	

Conclusie: functioneren, haalbaarheid en wenselijkheid

Functioneren

In onderstaande tabel is het toekomstig functioneren van de dagelijkse artikelensector in de kern Nederweert weergegeven. Hier is uitgegaan van een optimalisatie van de supermarkt aan de Lambertushof. Met een eventuele impuls van de koopkrachtbinding en –toevloeiing door aanpak van randvoorwaarden (gastvrijheid) is geen rekening gehouden. Als uitgangspunten voor de berekeningen in navolgende tabel gelden:

- Het aantal inwoners van de kern Nederweert bedraagt in 2020 circa 8.550.
- De bestedingen voor de dagelijkse artikelensector bedragen circa € 2.462,- per hoofd van de bevolking. Zie berekening boven tabel 6.1 voor verklaring.
- De koopkrachtbinding in de dagelijkse artikelensector blijft op het niveau van 2015 (=84%).
- De toekomstige koopkrachttoevloeiing blijft ongewijzigd: 45% in de dagelijkse sector.
- Het economisch functioneren wordt uitgedrukt in gemiddelde omzet per m² wvo (vloerproductiviteit). Deze blijft constant.

Tabel 6.2 Benadering functioneren dagelijkse artikelensector kern Nederweert scenario optimalisatie Lambertushof

	2020 DAGELIJKS
Aantal inwoners verzorgingsgebied	8.550
Bestedingen per hoofd	€ 2.462
Totaal bestedingspotentieel (in mln. €)	21,1
Koopkrachtbinding	84%
Gebonden bestedingen (in mln. €)	17,7
Toevloeiing (als aandeel van de omzet)	45%
Omzet door toevloeiing (in mln. €)	14,5
Totale omzet	**32,1**
Huidig aanbod (in m² wvo)	4.413
Gerealiseerde omzet per m² wvo	€ 7.300,-
Gerealiseerde omzet per m² wvo in 2015	€ 7.125,-
Landelijk gemiddelde omzet per m² wvo	€ 7.467,-
Uitbreidingsruimte (m² wvo, afgerond)	0

Het effect van het optimaliseren van het aanbod aan de Lambertushof is dat het dagelijks aanbod prima blijft functioneren. De stijging ten opzichte van 2015 is enkel het gevolg van de groei van het inwonertal.

Haalbaarheid
De haalbaarheid van een scenario kent meerdere componenten. Juridisch-planologisch zijn geen belemmeringen te verwachten. Op een perspectiefrijke locatie in het kernwinkelgebied wordt bestaand vastgoed geoptimaliseerd om een betere consumentenverzorging te kunnen realiseren. Daarmee sluit het initiatief aan bij motiveringsinstrumenten in de ruimtelijke ordening zoals de 'Ladder voor Duurzame Verstedelijking' (zie bijlage 4).
In vastgoedtermen zijn beide varianten eveneens haalbaar. De eigenaar van het vastgoed heeft eerste verkenningen gedaan naar de herstructurering. De benodigde oppervlakte voor een moderne supermarkt en extra parkeerplaatsen zijn ruimtelijk te realiseren maar daarvoor is wel medewerking van meerdere vastgoedeigenaren noodzakelijk. Een kanttekening is benodigd ten aanzien van de ruimtelijke inpasbaarheid. De druk op de omgeving neemt namelijk toe door bebouwing van oppervlaktes die nu nog onbebouwd zijn en een toename van bezoekersstromen. Dit verdient een nadere uitwerking. Feit is dat in dit scenario de vergroting weliswaar haalbaar is, maar dat hierbij niet alle beperkingen voor een toekomstbestendige supermarkt worden opgelost (met name bereikbaarheid en parkeren).

De financiële haalbaarheid is afhankelijk van de variant. Indien er vastgoed verworven dient te worden, kan met de informatie die voorhanden is geen zekerheid worden geboden. De eigenaar van de huidige supermarkt (Supravast) is daarover positief gestemd. Blijft de uitbreiding binnen de eigen grenzen dan is het plan financieel haalbaar, zo blijkt uit een eerste scan van H&S Adviseurs[15]. De verbouwingskosten kunnen rendabel worden gemaakt middels verhuur, aldus eigenaar Supravast.

Er had eveneens overwogen kunnen worden om over te gaan op volledige nieuwbouw van de supermarkt op de huidige locaties. Uit dezelfde scan van H&S Adviseurs blijkt dat dit plan financieel onhaalbaar is. Reden is de investering / aankoop van vastgoed zoals appartementen boven de huidige winkel.

Wenselijkheid
Uit het samenvattende overzicht met daarin de effecten van het scenario optimalisatie Lambertushof op de doelstellingen en uitgangspunten van de detailhandelsstructuurvisie is op te maken dat er veel raakvlakken zijn. Behoud van de supermarkt zorgt voor het behoud van de Lambertushof als belangrijke pool binnen het kernwinkelgebied geborgd. Cruciale vraag is echter of het optimaliseren van de supermarkt op de huidige plek zorgt voor een toekomstbestendige boodschappenstructuur. Daar plaatst BRO de nodige kanttekeningen bij. Aan de voorwaarde van schaalvergroting van de supermarkt kan weliswaar voldaan worden, maar de nodige knelpunten die een toekomstbestendige supermarkt in de huidige situatie in de weg staan, worden niet aangepakt. Het gaat dan over met name over de bereikbaarheid en parkeerproblematiek.

[15] Quickscan locatie Jan Linders. H&S Adviseurs, april 2015

Voorts zijn er meer stappen / beleidskeuzes wenselijk zijn om een echte basis voor een toekomstbestendig centrum neer te zetten. Ook elders in de structuur wachten namelijk uitdagingen. Het is daarom goed om in te zoomen op de alternatieve scenario's, die mogelijk een aanvulling zijn op de versterking van de Lambertushof.

6.4 Ontwikkeling supermarkt locatie Kapelaniestraat

Inleiding

Er is in theorie een andere mogelijkheid om het aanbod in de noordelijke pool van het centrum te versterken. Het contrast met het zojuist getoetste scenario is echter groot. In deze variant wordt een supermarkt uit het centrum verplaatst naar een nog te ontwikkelen locatie aan de Kapelaniestraat, aan de overzijde van de begraafplaats. Momenteel is daar sprake van voornamelijk leegstaande bebouwing in combinatie met braakliggend terrein. In totaal is het plangebied circa 6.000 m² groot. Ruim voldoende voor de vestiging van een moderne supermarkt, inclusief parkeren en expeditie. Echter te klein voor de ontwikkeling van twee supermarkten. We gaan daarom uit van één supermarkt van 1.550 m² bvo (=1.240 m² wvo). Het maakt nogal een verschil voor de structuur welke supermarkt verplaatst. In de praktijk zijn daarvoor drie kandidaten: Jan Linders, Jumbo en Aldi. Emté wordt niet als kandidaat-verplaatser beschouwd in dit scenario (omdat men te kennen heeft gegeven dat die behoefte er niet is).

Figuur 6.2 Ontwikkellocatie Kapelaniestraat



Belangrijk met betrekking tot dit scenario is het effect van de mogelijke komst van de nieuwe randweg N266. De gemeente Nederweert en de provincie Limburg willen de verbinding tussen de provinciale weg N266 en de autosnelweg A2 duurzaam verbeteren. De huidige N266 doorsnijdt de kernen Nederweert en Budschop. Dat heeft nadelige gevolgen voor de leefbaarheid, de verkeersveiligheid en de verkeerscirculatie in deze kernen. De mogelijke nieuwe randweg verschuift naar het oosten waardoor de entree van Nederweert komt te veranderen. Verkeer komt in mindere mate via het zuiden en westen Nederweert binnen, maar veel meer via het noorden en oosten. Op 1 september 2015 hebben Gedeputeerde Staten de ontwerp-Structuurvisie 'Randweg N266 Nederweert' vastgesteld. Inmiddels is ook de ontwerp-Structuurvisie voor inspraak in procedure gebracht.

Aansluiting bij doelstellingen en uitgangspunten: effecten
De effecten op de doelstellingen van de detailhandelsstructuurvisie:

Versterking dagelijks artikelenaanbod
Dit scenario biedt de mogelijkheid tot modernisering en vergroting van één van de bestaande supermarkten door verplaatsing naar de nieuwe locatie. Omdat het om slechts één van de supermarkten gaat, is het onwaarschijnlijk dat één van de andere supermarkten hier door uit de markt gedrukt wordt. De versterking staat los van de formule. Voor zowel Jan Linders, Jumbo als Aldi geldt dat een nieuw te bouwen vestiging een versterking betreft in termen van parkeren, bereikbaarheid, expeditie en consumentenbeleving. Vanzelfsprekend zijn de effecten op de structuur wel variabel per formule. Daarover later meer.

Versterking koopstromen
Vanwege de goede bereikbaarheid en moderne omvang van de supermarkt is een lichte toename van de koopkrachtbinding en mogelijk ook de koopkrachttoevloeiing te verwachten. Het meeste effect is te verwachten van de verplaatsing van de Aldi, omdat deze winkel het grootste verzorgingsbereik heeft. Een toename van de koopkrachtbinding van circa 5% is dan haalbaar. De toevloeiing blijft qua percentage gelijk, maar stijgt absoluut (omdat deze wordt berekend op basis van de totale omzet).

Versterken gastvrijheid
Aan een tweetal centrale doelstellingen wordt in dit scenario voldaan, namelijk het versterken van het boodschappenaanbod en daarmee de koopstromen. Voorts wordt een nu weinig aantrekkelijk gedeelte van het centrumgebied aangepakt: de omgevingskwaliteit zal toenemen. Daarbij dient wel in acht te worden genomen dat de locatie Kapelaniestraat buiten het kernwinkelgebied is gelegen. Een essentieel onderdeel van de gastvrijheidsbeleving vormen de bereikbaarheid en het parkeren. Aangezien de ontwikkellocatie is gelegen aan de noordelijke entree van het kernwinkelgebied is de bereikbaarheid voor het deel van Nederweert waar de meeste huishoudens zich bevinden (namelijk de noordelijke wijken) goed. In welke mate het kernwinkelgebied profiteert, is afhankelijk van

maatregelen om de bereikbaarheid te bevorderen (bijvoorbeeld het omdraaien van de rijrichting in de Kerkstraat). Bij een verbetering van de bereikbaarheid verwacht BRO dat het extra positieve effect op de koopkrachtbinding 3-5% kan bedragen. Het effect op de toevloeiing is veel meer afhankelijk van de formule die verplaatst.

Concentreren en verbinden
Door de ontwikkeling wordt het kernwinkelgebied ruimtelijk iets groter. Vanwege de aanwezigheid van de kerk is er geen sprake van een functionele ruimtelijke verbinding of zicht richting Lambertushof. Dit is een nadeel. Wel is de afstand kort en maakt de locatie onderdeel uit van het historische winkelgebied en zijn er nog enkele publieksgerichte voorzieningen in de directe omgeving aanwezig. BRO gelooft in een substantieel aandeel combinatiebezoek (minimaal 50%). De klant die de supermarkt bezoekt, is grotendeels afkomstig uit Nederweert. Die kent de ligging van de winkels waardoor het ontbreken van een directe zichtrelatie minder een nadeel is dan in een gebied met veelal nieuwe bezoekers.

Dit scenario betekent bij verplaatsing van Aldi of Jumbo naar de Kapelaniestraat een versterking van de 'pool' Lambertushof e.o. Bij een verplaatsing van Jan Linders komt de gemoderniseerde winkel iets verder van de Lambertushof af te liggen, maar de trekkracht neemt toe. Het effect hangt vooral af van de invulling van het oude/huidige pand van Jan Linders: komt er een nieuwe publiekstrekker in, dan is er sprake van versterking van de pool, blijft het pand leeg staan, dan is het effect voor de Lambertushof wellicht neutraal. Maar dan nog versterkt de boodschappenfunctie van Nederweert centrum in zijn geheel. Bij verplaatsing van de Aldi verliest de Brugstraat een trekker, maar is er per saldo sprake van een sterkere concentratie van het winkelaanbod. Bij een verplaatsing van Jumbo zal de concurrentie voor Jan Linders verder toenemen en is het reëel te veronderstellen dat deze zaak van de huidige locatie verdwijnt. Verdwijnen kan ook betekenen dat de supermarkt verplaatst naar de locatie Wijen. Er is dan nog altijd sprake van een sterkere concentratie van voorzieningen waar de structuur per saldo bij gebaat is. De Lambertushof ligt dan centraal tussen de beide service-supers Jumbo en het cluster Emté/Jan Linders.

Samenvatting effecten scenario supermarkt locatie Kapelaniestraat op doelstellingen detailhandelsstructuurvisie

Doelstelling visie	Effect supermarkt locatie Kapelaniestraat	Oordeel
Versterking dagelijks artikelenaanbod	Eén van de supermarkten moderniseert naar moderne maatstaven, waardoor het aanbod versterkt.	
Versterken koopkracht-binding en –toevloeiing: consumentenverzorging	De koopkrachtbinding en -toevloeiing nemen iets toe.	

Versterken gastvrijheid	Verbetering omgevingskwaliteit	
Concentreren en Verbinden	Het scenario biedt kansen om te komen tot een compacter kernwinkelgebied maar dit is afhankelijk van de formule die verplaatst	

De effecten op de uitgangspunten van de detailhandelsstructuurvisie.

Boodschappencentrum
- De functie van Nederweert als boodschappencentrum zal niet verslechteren en mogelijk zelfs verbeteren. Daarmee wordt aangesloten bij het uitgangspunt van de visie.
- In welke mate het boodschappenaanbod versterkt, is afhankelijk van de formule die verplaatst.
- Het ontwikkelen van de locatie Kapelaniestraat lost niet alle knelpunten in de structuur op. Daarom moeten de scenario's in samenhang worden beoordeeld.

Compleet en gevarieerd aanbod
- De kans bestaat dat één van de bestaande servicesupermarkten verdwijnt bij vergroting/modernisering van één van deze winkels. De kans is het grootst als de Jumbo naar de Kapelaniestraat verhuist. Het verdwijnen van één van deze supermarkten biedt de speciaalzaken wel weer extra marktruimte en de overige servicesupermarkten een beter perspectief voor de langere termijn.
- Zeker is dat de consument een volwaardige supermarkt krijgt in termen van bereikbaarheid, parkeren en consumentbeleving.

Behoud en versterking kernwinkelgebied
- Dit is sterk afhankelijk van de supermarkt die verplaatst naar de locatie. Bij verplaatsing van de Aldi zal het kernwinkelgebied sterker worden, bij verplaatsing van één van beide service-supermarkten is er kans op blijvende leegstand van het oude/huidige pand van Jan Linders of Jumbo. Dat zal niet onacceptabel schadelijk zijn aangezien de structuur per saldo wordt versterkt.

Verwachting leegstand
- Kans op leegkomen van Jan Linderspand, maar vanwege nabijheid locatie Kapelaniestraat tot Lambertushof weinig kans op afgeleide leegstand. Bij verplaatsing Jumbo kans op leegstand achterblijvend supermarktpand. Vanwege locatie en ingang aan achterzijde zeer beperkt negatief effect op omgevingskwaliteit en uitstraling winkelgebieden.

Keuzes maken
- Dit scenario is een duidelijke keuze voor versterking van de noordelijke pool, maar vraagt daarmee ook helderheid over de te verlaten supermarktpanden en de locatie

Wijen. De vestiging van een extra supermarkt hier blijft een mogelijkheid in combinatie met de ontwikkeling van de locatie Kapelaniestraat. Dit vraagt wel om heldere keuze over welke supermarkt waarheen verplaatst, en dus naast publieke ook private afspraken.
- Voor een toekomstbestendig zal niet alleen keuzes op het niveau van de supermarkten noodzakelijk. Ook de verschillende randstraten vragen om een oordeel.

Ontwikkellocaties
- Het ontwikkelen van de locatie Kapelaniestraat wil niet direct zeggen dat de locatie Wijen wordt afgeschreven. In theorie kan er sprake zijn van een gecombineerde ontwikkeling. Weliswaar worden knelpunten van één van de supermarkt op de locatie Kapelaniestraat opgelost, maar knelpunten voor de andere supers blijven.

Aantal winkels en winkelmeters
- Kans op afname aantal supermarkten, maar dan beperkte afname supermarktruimte (één van de winkels wordt groter)
- Bij handhaving aantal supermarkten extra concurrentie voor speciaalzaken, bij verdwijnen van een supermarkt juist meer perspectief.

Toename detailhandel buiten centrum
- De locatie ligt formeel buiten het kernwinkelgebied, maar bij verplaatsing van de Aldi of Jumbo wordt het centrumgebied eerder compacter dan uitgestrekter.
- Bij verplaatsing Jan Linders handhaving van de huidige structuur of versterking van de polenstructuur (bij ontwikkeling locatie Wijen).

Perspectief supermarkten
- De te verplaatsten supermarkt kan rekenen op de toekomstbestendige supermarkt die voldoet aan alle voorwaarden.
- Zie voorgaande. Bij verplaatsing van Jan Linders of Jumbo neemt concurrentie voor Emté toe, maar de winkel kan ter plekke moderniseren en positie wordt niet bedreigd.
- Ook de concurrentie voor de kandidaat fullservice supermarkt die niet verplaatst neemt toe indien er niets gedaan wordt aan de knelpunten. Het functioneren kan daarmee in gevaar komen. Echter, voldoende fullservice aanbod is te allen tijde gegarandeerd.
- Indien een fullservice supermarkt wordt verplaatst naar de Kapelaniestraat, blijven de knelpunten van Aldi aan de Brugstraat actueel. Discountaanbod in het centrum is naar de toekomst niet verzekerd.

Bereikbaarheid eerste levensbehoeften

- De bereikbaarheid van supermarktaanbod voor de inwoners van de noordelijke en oostelijke woonwijken verbetert. Dit is conform uitgangspunten van de visie.

Verwachting functiemenging

- Grote veranderingen in de functiemix zijn bij dit scenario niet te verwachten.

Samenvatting effecten scenario supermarkt locatie Kapelaniestraat op uitgangspunten

Uitgangspunt	Effect supermarkt locatie Kapelaniestraat	Oordeel
Nederweert is een boodschappencentrum	Boodschappenfunctie blijft behouden, maar er is een kans op verdwijnen één van de service-supermarkten.	
Compleet en gevarieerd aanbod	Aanbod blijft relatief compleet en gevarieerd, ook bij verdwijnen van één van de service-supermarkten (dan kansen voor speciaalzaken).	
Behoud en versterking kernwinkelgebied	Functie noordelijke pool blijft behouden of wordt versterkt. Geen verzwakking kernwinkelgebied, wel ruimtelijk iets oprekken	
Effect op leegstand	Kans op leegkomen één of twee bestaande supermarktpanden. Effect afhankelijk van flankerend beleid en bij Lambertushof van invullingsmogelijkheden.	
Keuzes randstraten	Versterking Kapelaniestraat. Mogelijk verzwakking functie Brugstraat.	
Ontwikkellocaties	Ontwikkeling locatie centrumplan blijft onder voorwaarden mogelijk.	
Aantal winkels en aantal winkelmeters	Toename of beperkte afname winkelruimte, eventueel zeer beperkte afname aantal winkels	
Toename detailhandel buiten centrum	Ja, maar op zeer korte afstand van kernwinkelgebied	
Positie en perspectief supermarkten	Afhankelijk van wie waar naartoe verplaatst. Voor de supermarkt die verplaatst positief. Voor de overige supers afhankelijk van andere beleidskeuzes.	

Bereikbaarheid eerste levensbehoeften senioren	Verbetert.	
Functiemenging	Niet of nauwelijks effect.	

Conclusie: functioneren, haalbaarheid en wenselijkheid

Functioneren

In onderstaande tabel is het toekomstig functioneren van de dagelijkse artikelensector in de kern Nederweert weergegeven. Hier is uitgegaan van een optimalisatie van een nieuw te ontwikkelen supermarkt op de locatie Kapelaniestraat. Een supermarkt naar moderne maatstaven. Met een eventuele impuls van de koopkrachtbinding en –toevloeiing door aanpak van randvoorwaarden (gastvrijheid) is geen rekening gehouden. Als uitgangspunten voor de berekeningen in navolgende tabel gelden:

- Het aantal inwoners van de kern Nederweert bedraagt in 2020 circa 8.550.
- De bestedingen voor de dagelijkse artikelensector bedragen circa € 2.462,- per hoofd van de bevolking. Zie berekening boven tabel 6.1 voor verklaring.
- De koopkrachtbinding in de dagelijkse artikelensector neemt toe tot 85-90%.
- De toekomstige koopkrachttoevloeiing blijft ongewijzigd: 45% in de dagelijkse sector.
- Het economisch functioneren wordt uitgedrukt in gemiddelde omzet per m² wvo (vloerproductiviteit). Deze blijft constant.

Tabel 6.3 Benadering functioneren dagelijkse artikelensector kern Nederweert scenario supermarkt locatie Kapelaniestraat

	2020 DAGELIJKS
Aantal inwoners verzorgingsgebied	8.550
Bestedingen per hoofd	€ 2.462
Totaal bestedingspotentieel (in mln. €)	21,1
Koopkrachtbinding	85-90%
Gebonden bestedingen (in mln. €)	17,9-19,0
Toevloeiing (als aandeel van de omzet)	45%
Omzet door toevloeiing (in mln. €)	14,6-15,5
Totale omzet	32,5-34,5
Huidig aanbod (in m² wvo)	4.413
Gerealiseerde omzet per m² wvo	€ 7.365,- -7.820,-
Gerealiseerde omzet per m² wvo in 2015	€ 7.125,-
Landelijk gemiddelde omzet per m² wvo	€ 7.467,-
Uitbreidingsruimte (m² wvo, afgerond)	0-210

In theorie resulteert de hogere koopkrachtbinding tot een bescheiden uitbreidingsruimte. Dit is enkel in de maximale variant. In de praktijk betreft het dan de verplaatsing van de Aldi uit de Brugstraat. In de andere gevallen is het positieve effect niet zo sterk.

Haalbaarheid
Dit scenario is juridisch-planologisch haalbaar, mits de mogelijke negatieve effecten ondervangen worden. Het gaat daarbij om het voorkomen van een herinvulling van de door de verplaatsingen leegkomende supermarktpanden met nieuwe supermarkten. Hiervoor zullen publiek-private afspraken gemaakt moeten worden. Een andere essentiële voorwaarde voor de haalbaarheid is dat de kwalitatieve behoefte om supermarktaanbod te verplaatsen en te vergroten grondig wordt onderbouwd en dat de gevolgen inzichtelijk worden gemaakt. Op voorhand lijkt dit haalbaar. De nodige knelpunten binnen de huidige structuur worden immers aangepakt. Nogmaals, dit is afhankelijk van de supermarkt die verplaatst. Ook knelpunten op de ontwikkellocatie aan de Kapelaniestraat worden aangepakt. Het is nu een gebied met geringe omgevingskwaliteit en leegstand.

Indien er geen afspraken gemaakt kunnen worden over de herinvulling van de leegkomende winkelruimte, zal het niet zo eenvoudig zijn om de Ladder voor Duurzame Verstedelijking succesvol te doorlopen, maar kansloos is het niet. Een negatief punt is dat er niet of nauwelijks marktruimte aan te tonen is en de winkelleegstand dus verder toeneemt bij de verplaatsing van één of meerdere supermarkten. De vraag die dan vervolgens van belang is, is of dit negatieve effecten heeft op het woon-, leef-, en ondernemersklimaat. Dit is weer afhankelijk van de locatie van het leegkomende pand en dus van de supermarkt die gaat verplaatsen. In concreto gaat het bij de panden waar nu Aldi, Jumbo en Jan Linders in gehuisvest zijn om vastgoed met weinig uitstraling naar de directe omgeving vanwege het gesloten, naar binnen gekeerde karakter. Specifiek voor de Aldi en de Jumbo geldt daarbij de gerichtheid van de entree naar een achterkantsituatie (parkeerplaatsen): het leegkomen van deze panden heeft eerder een positief dan een negatief effect op het woon- en leefklimaat (minder verkeersbewegingen door het gebied). Bij Jan Linders is er door de locatie van de entree wel sprake van een directe aanhaking aan het winkelgebied, maar de kans op herinvulling van dit pand met een geschikte detailhandelsfunctie is mede daardoor ook groter dan bij de beide andere panden. Ook hierbij geldt echter dat bij het vertrek van de supermarkt het aantal verkeersbewegingen door een woongebied zeer waarschijnlijk zal afnemen.

Een positief aspect is verder dat er een nu weinig attractief gebied opgewaardeerd wordt en dat de hier aanwezige panden getransformeerd worden naar een andere functie. Anders dan bij de locatie Wijen wordt er echter geen onbenutte detailhandelsruimte uit de markt genomen.

In vastgoedtermen is er de nodige onzekerheid. Er dienen meerdere objecten verworven te worden. Een eerste scan leert dat er in theorie een kavel van 6.000 m² gecreëerd kan worden. Om een moderne en volwaardige supermarkt te ontwikkelen is een kavel beno-

digd van circa 4.000 m². Om een kavel van deze omvang te kunnen realiseren is de medewerking nodig van vier tot vijf eigenaren. Het gaat om objecten aan de Kapelaniestraat (perceelnummer 5663) en de tuinen van een tweetal panden gelegen aan de Hogeweg (perceelnummers 4559 en 4549). In de ideale situatie worden ook één of meerdere panden aan de Kerkstraat betrokken. Met uitzondering van het perceelnummer 2377 lijkt dit niet haalbaar. Zo hebben enkele objecten een monumentale status. Voor de overige perceelnummers die hier genoemd zijn, geldt dat een eerste exercitie duidelijk maakt dat er bereidheid aanwezig is bij de verschillende eigenaren om het gesprek aan te gaan.

Figuur 6.3 Perceelgrenzen ontwikkellocatie Kapelaniestraat



Die uitkomst van het proces van vastgoedverwerving is ook sterk bepalend voor de financiële haalbaarheid van het plan. Eerste inschattingen maken duidelijk dat voor het ideale kavel gerekend moet worden met een gezamenlijke waarde van € 1.400.000,-. Deze waarde is tot stand gekomen middels een inschatting van de WOZ-waarden van de verschillende kadastrale objecten, met daarbovenop een marge.
Vertalen we deze waarde naar de grondwaarde bij aankoop dan is dat circa € 350,- per vierkante meter. Daar komen overige kosten nog bij (zoals bouw en exploitatiekosten). Een referentieonderzoek leert dat dit een realistische prijs is.

Kijken we naar de mogelijkheden in het bestemmingsplan dan rusten er meerdere bestemmingen op de planlocatie. Enkele percelen beschikken over de bestemming 'gemengd', op andere percelen is de bestemming 'wonen' van toepassing en tevens is er een perceel met de bestemming 'maatschappelijk'. Dat betekent dat bij de ontwikkeling van een supermarkt er een uitgebreide planologische procedure doorlopen dient te worden. Daarbij kan gekozen worden voor een afwijkingsbesluit van het huidige bestemmingsplan of een volledig nieuw bestemmingsplan. Beide processen vragen 26 weken (exclusief voorbereiding) aan wettelijke termijnen. Daar komen tot officiële vaststelling nog bezwaar- en beroepsprocedures bij. In de praktijk duren die procedures bij het opstellen van een nieuw bestemmingsplan korter dan bij een afwijkingsbesluit maar er dient in beide gevallen minimaal twee jaar gereserveerd te worden.

Wenselijkheid
Dit scenario kan gunstig zijn voor het behoud van de boodschappenfunctie van Nederweert-centrum en het perspectief van het kernwinkelgebied. De mate waarin wordt sterk bepaald door de aard van de te verplaatsen en te moderniseren supermarkt. Planologisch is de formule echter niet te verankeren. Indien dit scenario onafhankelijk van de andere scenario's wordt geanalyseerd, dan is het grootste positieve effect voor de structuur de verplaatsing van Aldi. Niet alleen wordt dan een dreigend vertrek van discountaanbod uit Nederweert voorkomen, de koopkrachtbinding en –toevloeiing aan het centrum/kernwinkelgebied kunnen zelfs stijgen. Reden is dat supermarkt Aldi het grootste verzorgingsbereik heeft van de supermarkten in Nederweert. Concessie is dat de Brugstraat een trekker verliest. Hierbij dient echter in acht te worden genomen dat dit vroeg of laat hoe dan ook de verwachting is.
Verplaatsing van Jan Linders of Jumbo kan eveneens versterkend werken voor de boodschappenstructuur maar heeft als nadeel dat uiterst zorgvuldig gekeken dient te worden naar het achterblijvende vastgoed (gezien de ligging in het kernwinkelgebied). Voorts kan dit resulteren in de nodige negatieve effecten voor de supermarkt die niet verplaatst. De concurrent krijgt immers een volwaardig filiaal. Daarom dient één en ander in het licht van de overige scenario's te worden bezien.

De locatie Kapelaniestraat heeft voor- en nadelen. Grootste voordelen zijn de beschikbare ruimte om een volwaardige supermarkt te ontwikkelen en de goede bereikbaarheid vanuit verschillende windstreken. Nadeel is de beperkte zichtrelatie met het kernwinkelgebied. De kerk is een barrière voor een sterke wederkerige zichtrelatie waardoor het combinatiebezoek zal worden beperkt. Eveneens een nadeel is de ligging van een aantal woningen aan de zijkanten en achterkant van de ontwikkellocatie. Een toename van het aantal bezoekers- en logistieke bewegingen kan resulteren in overlast voor de omgeving.

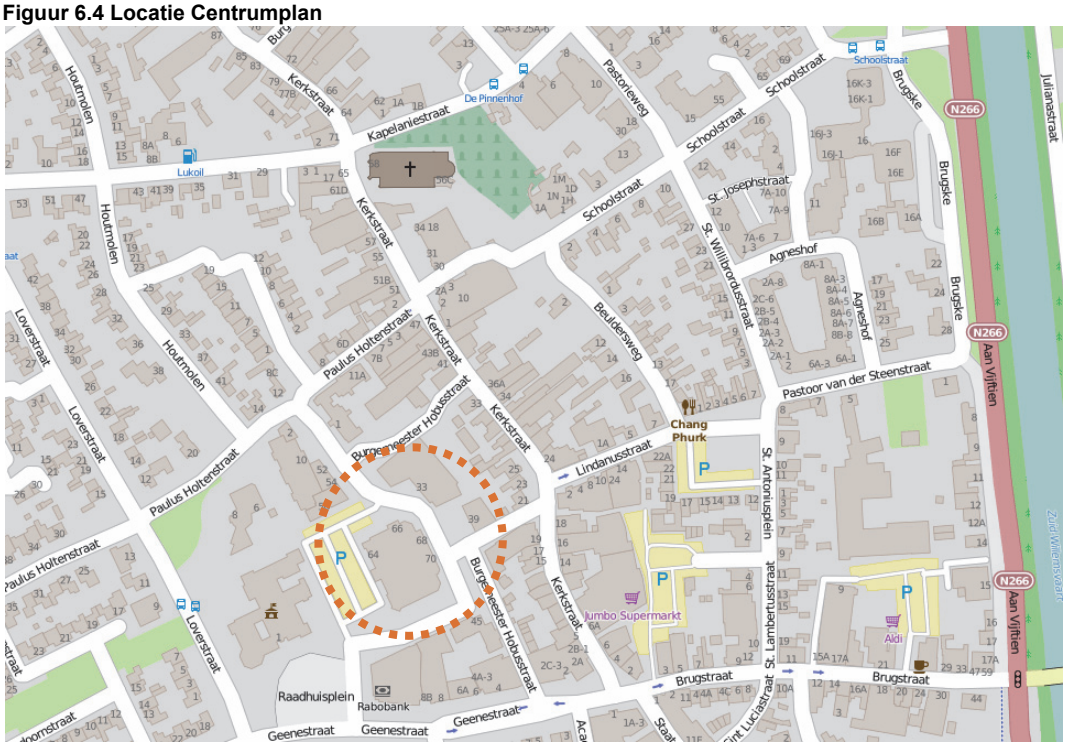
In theorie is er op de voorziene locatie voldoende ruimte beschikbaar om tevens dagwinkels[16] toe te voegen. Dit is echter onwenselijk. Worden dagwinkels toegevoegd dan gaat dan nemen de bezoekmotieven voor het bestaande kernwinkelgebied af. De kracht ligt juist in het efficiënt doen van boodschappen op een randlocatie van het kernwinkelgebied en het doen van de aanvullende boodschappen bij de ondernemers in het kernwinkelgebied.

6.5 Realisatie centrumplan locatie Wijen

Inleiding

Al sinds 2007 wordt er gesproken over de realisatie van het centrumplan. Hiervoor is in 2009 het Masterplan Nederweert-Budschop opgesteld. Het doel van het Masterplan is een visie weer te geven op welke wijze een aantrekkelijk en levendig centrumgebied tot stand kan worden gebracht. Het programma van het centrumplan bestaat uit de herontwikkeling van diverse locaties, waaronder de locatie Wijen. Het voormalige woonwarenhuis (momenteel leegstand) zal bij uitvoer van het centrumplan worden herontwikkeld. Ook de huidige locatie van supermarkt Emté en enkele aangrenzende percelen vallen in het plangebied. In totaal is het plangebied circa 15.000 m² groot. Op onderstaande kaart staat het plangebied aangeduid.

Figuur 6.4 Locatie Centrumplan



[16] Er is geen alom geaccepteerde definitie van dagwinkels. In de praktijk kan dit zowel speciaalzaken in de dagelijkse artikelensector betreffen (bakker, slagerij et cetera) maar ook winkels in frequent benodigde niet-dagelijkse artikelen (Hema, Kruidvat, Blokker, Marskramer et cetera).

Het programma van het centrumplan bestaat uit de realisatie van circa 3.750 m² commerciële ruimte, grotendeels op de begane grond. Het gaat om twee grote bouwblokken (locatie Wijen en locatie Emté) en een kleinschalig bouwblok (vrijstaande kiosk bedoeld als winkel en/of horecapand). De Emté krijgt een andere indeling maar zal per saldo niet worden vergroot. Naast de commerciële ruimte maken ook 36 appartementen op verdieping onderdeel uit van het plan. De aanpak van de openbare ruimte en uitbreiding van het aantal parkeervoorzieningen is eveneens voorzien.

Als het gaat om de functionele invulling van het blok Wijen is onder andere de supermarkt Jan Linders in beeld. Deze supermarkt zou verplaatsen vanuit de huidige vestiging aan de Lambertushof. Ook de apotheek (in de huidige vorm reeds in het pand gevestigd) krijgt er een plek.

Inzoomen op het programma

Het totale functionele programma in het centrumplan omvat volgens de laatste schetse ca. 3.750 m² bvo commerciële ruimte, als volgt verdeeld:

- Jan Linders supermarkt: 1.500 m² bvo (= ca. 1.217 m² wvo)
- Em-té-supermarkt 1.255 m² bvo (= ca. 925 m² wvo)
- Diverse units voor dagwinkels + kiosk: 996 m² bvo (= ca. 747 m² wvo)

Verwacht mag worden dat niet alle units voor 'dagwinkels' door dagelijkse artikelenwinkels ingevuld zullen worden, maar deels ook door niet-dagelijkse winkels, horeca of dienstverlening). Als dit de helft is, dan komt er ca. 375 m² wvo aan dagelijkse artikelenwinkels bij.

Aangezien die ruimte met name bedoeld is voor verplaatsers, zal de daadwerkelijke toevoeging aan nieuw aanbod naar raming van BRO hooguit een derde zijn (= 125 m² wvo). Door de uitbreiding van de bestaande supermarkten komt er nog eens 750 m² wvo bij, waardoor de dagelijkse artikelensector ten opzichte van de huidige situatie uiteindelijk uitbreidt met ca. 875 m² wvo. Dit wordt bij de toetsing van dit scenario aangehouden.

Kanttekening 1: Aangezien de scenario's een volledige blik moeten werpen op wat goed is voor Nederweert, is het zaak om ook de andere supermarkten te betrekken bij de ontwikkeling van het centrumplan. Het is immers geen zekerheid dat de verplaatsing van Jan Linders het beste is voor het centrum. Daarom bekijken we ook de effecten van verplaatsing van Aldi en Jumbo naar deze locatie. Daarbij worden dezelfde meters als basis genomen als in bovenstaand kader.

Kanttekening 2: De effecten van het centrumplan kunnen anders zijn bij een variant met of zonder aanvullende dagwinkels. Op beide varianten wordt afzonderlijk ingezoomd.

Aansluiting bij doelstellingen en uitgangspunten: effecten

Versterking dagelijks artikelenaanbod

Centrale doelstelling van de detailhandelsstructuurvisie is het versterken van het boodschappenaanbod. Daarvoor is een toekomstbestendige structuur noodzakelijk. Omdat het in voorliggend scenario gaat om een vergroting/modernisering van een bestaande supermarkt op een nieuwe plek, zal het supermarktaanbod in kwalitatief opzicht verbeteren. De kracht van de versterking is afhankelijk van de formule die verplaatst. Daar zijn dus verschillende varianten denkbaar. Echter, feit is dat er in dit scenario een cluster van supermarkten ontstaat omdat de Emté hier reeds gevestigd is. De consument is te allen tijde gebaat bij een cluster van aanbod omdat dit het combinatiebezoek versterkt.

Echter, centrale vraag is of de ontwikkeling van de locatie Wijen niet enkel leidt tot een versterking van het boodschappenaanbod maar ook kan leiden tot een algehele versterking van de detailhandelsstructuur in het centrum van Nederweert. Dat is namelijk een ander uitgangspunt. Concreet betekent dat de locatie Wijen enkel tot ontwikkeling kan komen indien deze locatie het kernwinkelgebied kan versterken. Ook hier ligt een relatie met de formule (er verdwijnt immers een supermarkt elders binnen de structuur). Maar ook met het aanvullende aanbod naast de supermarkten. We komen hier later op terug.

Voor nu staat vast dat de consument hoe dan ook gebaat is bij een versterking van het aanbod. En dat kan op de locatie Wijen.

Versterking koopstromen

Vanwege de genoemde versterking van het aanbod in combinatie met de ruime aanwezigheid van parkeermogelijkheden én de goede bereikbaarheid, zullen zowel de koopkrachtbinding als de koopkrachttoevloeiing waarschijnlijk iets kunnen toenemen. Een toename van de koopkrachtbinding van circa 5% is dan haalbaar. De toevloeiing blijft qua percentage gelijk, maar stijgt absoluut (omdat deze wordt berekend op basis van de totale omzet). Deze versterking is vergelijkbaar aan het vorige scenario. Hierbij maken wij de kanttekening dat het realiseren van het maximale programma (zie kader) mogelijk in schadelijke effecten resulteert voor het aanbod in het kernwinkelgebied zodat de algemene aantrekkelijkheid ervan afneemt. Achtergrond van deze stelling is het geplande aanbod aan dagwinkels. Omdat er geen marktruimte is voor nieuwvestiging, is de kans aanzienlijk dat de voorziene dagwinkels worden ingenomen door verplaatsers. Omdat de meeste winkels in het kernwinkelgebied zijn gevestigd, zal hier de leegstand oplopen.

Versterken gastvrijheid

Sinds jaar en dag maakt de locatie Wijen, inclusief het omliggende gebied, een indruk die afbreuk doet aan de centrumervaring. Naast aanzienlijke leegstand oogt het gebied vanuit stedenbouwkundig perspectief rommelig. De bezoeker ervaart het als een ‘achterkant’ van het centrum. Aanpak van de locatie zorgt ervoor dat de uitstraling van een nu weinig aantrekkelijk gedeelte van het centrum aanmerkelijk zal verbeteren. Vergelijkbaar aan het voorgaande scenario maken we daarbij de kanttekening dat de locatie buiten het kernwinkelgebied is gelegen. In welke mate dit scenario bijdraagt aan de beleving is niet alleen afhankelijk van een fysieke opwaardering maar ook een aanpak van de belangrijkste

knelpunten van het centrum: bereikbaarheid en parkeren. De locatie Wijen is in de huidige situatie met name vanaf de zuidelijke entree goed bereikbaar. Ook de bereikbaarheid voor de wijken in het noorden en westen is prima. Dat geldt niet voor de inwoners van de oostelijk gelegen kernen in de gemeente. Bij een verbetering van de bereikbaarheid uit deze windrichting verwacht BRO dat het extra positieve effect op de koopkrachtbinding 3-5% kan bedragen. Het effect op de toevloeiing is veel meer afhankelijk van het aanbod aan formules, de uitstraling en de relatie met het kernwinkelgebied.

Concentreren en verbinden

In welke mate de locatie Wijen voldoet aan de doelstelling van concentreren van winkels en het verbinden van het kernwinkelgebied is van meerdere elementen afhankelijk. Concentratie houdt verband met wie verplaatst en verbinding van de stedenbouwkundige relaties tussen het kernwinkelgebied en de locatie Wijen.



In dit kader is het van belang om te wijzen op een suggestie van het Centrummanagement en de Vereniging van Eigenaren in het centrum van Nederweert ter versterking van de relatie tussen de locatie Wijen en de Kerkstraat. Zij doen het voorstel om de panden Kerkstraat 33 en Kerkstraat 39 te verwerven en in te richten als een plein. Het betreffende gebied staat afgebeeld op de afbeelding hiernaast. Op deze wijze wordt de zichtlijn tussen het kernwinkelgebied en de locatie Wijen versterkt. Het gebied inrichten als openbare ruimte maakt bovendien de relatie natuurlijker. Om het plan te realiseren dient een kavel van circa 2.200 m² opnieuw ingericht te worden. De kosten voor verwerving, sloop en herinrichting bedragen minstens € 1,0 miljoen[17].

[17] Schattingen zijn indicatief

Hoe dan ook, de bronpuntfunctie van het gebied voor het kernwinkelgebied zal toenemen. Oorzaak: twee supermarkten met voldoende parkeren. Een deel van de bezoekers zal het bezoek ongetwijfeld ook combineren met een bezoek aan andere winkels of publieksgerichte voorzieningen. Omdat het kernwinkelgebied versterkt dient te worden, betekent dit naar mening van BRO dat dagwinkels niet passen op de locatie Wijen en dat er naar maximale integratie van de locatie Wijen en het kernwinkelgebied gezocht moet worden.
Concentratiekansen liggen er wel degelijk. Echter, zonder keuzes te maken elders in de structuur zal de ontwikkeling van de locatie Wijen eerder resulteren in een vergroting in plaats van een verkleining. Worden die keuzes wel gemaakt dan kan de locatie Wijen bijdragen aan een tweepolenstructuur met daartussen een sterke verbinding.

Samenvatting effecten scenario centrumplan locatie Wijen op doelstellingen detailhandelsstructuurvisie

Doelstelling visie	Effect centrumplan locatie Wijen	Oordeel
Versterking dagelijks artikelenaanbod	Impuls voor Nederweert als boodschappencentrum.	
Versterken koopkrachtbinding en –toevloeiing: consumentenverzorging	Versterking waarschijnlijk, mits de omvang van het programma zo groot is dat locatie Wijen solitair gaat functioneren.	
Versterken gastvrijheid	Verbeteren omgevingskwaliteit en versterken bronpuntfunctie (parkeren en bereikbaarheid).	
Concentreren en verbinden	Afhankelijk van verplaatser, relatie Wijen-kernwinkelgebied en combinatie met andere scenario's, maar goede kansen voor versterken polenstructuur en compacter maken centrum.	

Navolgend wordt ingezoomd op de verschillende varianten binnen dit scenario.

6.5.1 Basisvariant: twee supermarkten

Verplaatsing Jan Linders
Bij een verplaatsing van de Jan Linders naar de locatie Wijen ontstaat een krachtig boodschappencentrum bestaande uit twee supermarkten van moderne omvang. Daarmee krijgt de kernfunctie van Nederweert-centrum een sterke impuls. De Lambertushof verliest haar belangrijkste publiekstrekker, en het is maar de vraag of een alternatieve winkel met vergelijkbare trekkracht gevonden kan worden. Is dit wel het geval, dan is er per saldo sprake van een versterking van de ruimtelijk-functionele detailhandelsstructuur. Vanuit de kwaliteit van de winkelomgeving bezien is het effect van het leegkomen van dit pand overigens zeer beperkt.

Overigens zou de pijn van het verlies van een trekker voor de Lambertushof verzacht kunnen worden. Daarvoor moet een link worden gelegd met het voorgaande scenario: ontwikkeling Kapelaniestraat. De Lambertushof kan profiteren van combinatiebezoek tussen de twee polen. De onderlinge afstand is immers gering en aan de Lambertushof zijn enkele subtrekkers aanwezig (zoals Hema en Kruidvat) die een belangrijke rol spelen bij het boodschappen doen.

Verplaatsing Jumbo
Met de verplaatsing van Jumbo zal de winkel qua uitstraling veel meer aan het kernwinkelgebied toevoegen dan nu het geval is (entree aan achterzijde), mits er maximaal geïnvesteerd wordt op de relatie Wijen-kernwinkelgebied. Ten opzichte van de huidige locatie is de afstand tot de Lambertushof nauwelijks kleiner, maar de loopverbinding zal wel 'logischer' zijn. Een grotere en modernere Jumbo betekent tevens extra concurrentie voor Jan Linders. Het perspectief voor deze winkel wordt minder goed, en het is niet uit te sluiten dat deze winkel uiteindelijk verdwijnt. Daarmee zal de Lambertushof een belangrijke publiektrekker verliezen.

Verplaatsing Aldi
Door de verplaatsing van de Aldi wordt het kernwinkelgebied ruimtelijk compacter en ontstaat er meer dan nu een tweepolenstructuur. Daar kan het hele kernwinkelgebied van profiteren (in termen van meer combinatiebezoek dan in de huidige situatie). Omdat Aldi een geheel eigen marktsegment bedient, zal de concurrentie voor de service-supermarkten nauwelijks toenemen. Wel zal de combinatie Aldi-Emté aanzienlijk aan kracht winnen en daardoor is het niet uit te sluiten dat één van beide andere service-supermarkten toch verdwijnt. Gezien de uitgangssituatie wordt de Jan Linders het meest bedreigd. Door een modernisering van de Aldi kan wel voorkomen worden dat er meer koopkracht vanuit de kern en gemeente Nederweert richting Weert gaat afvloeien. In Weert komt zeer waarschijnlijk een moderne Aldi op een goed bereikbare locatie.

De Brugstraat verliest een belangrijke publiektrekkende winkel maar gezien het sterke zelfstandige ondernemerschap aldaar heeft dit beperkt gevolgen voor de structuur.

De effecten van de basisvariant op de uitgangspunten van de detailhandelsstructuurvisie.

Boodschappencentrum
- De functie van Nederweert als boodschappencentrum zal worden versterkt. Daarmee wordt aangesloten bij het uitgangspunt van de visie. Er ontstaat een volwaardig supermarktcentrum met modern aanbod, goed ontsloten en met voldoende parkeren.
- In welke mate het boodschappenaanbod versterkt, is afhankelijk van de formule die verplaatst en de combinatie met andere scenario's.
- Een supermarktcentrum op de locatie Wijen lost niet alle knelpunten in de structuur op. Daarom moeten de scenario's in samenhang worden beoordeeld.

Compleet en gevarieerd aanbod

- De kans bestaat dat één van de bestaande servicesupermarkten verdwijnt bij vergroting/modernisering van één van deze winkels. De kans is het grootst als de Jumbo naar de locatie Wijen verplaatst. Het verdwijnen van één van deze supermarkten biedt de speciaalzaken wel weer extra marktruimte en de overige servicesupermarkten een beter perspectief voor de langere termijn.
- Zeker is dat de consument een volwaardige supermarkt krijgt in termen van bereikbaarheid, parkeren en consumentbeleving.

Behoud en versterking kernwinkelgebied

- Dit is sterk afhankelijk van de supermarkt die verplaatst naar de locatie. Bij verplaatsing van de Aldi zal het kernwinkelgebied sterker worden, bij verplaatsing van één van beide service-supermarkten is er kans op blijvende leegstand van het oude/huidige pand van Jan Linders of Jumbo.
- De winkelfunctie van de Lambertushof kan aangetast worden indien Jan Linders verplaatst en geen andere ontwikkelingen plaatsvinden. Dit gaat tegen de doelstellingen van de visie in.

Verwachting leegstand

- Kans op blijvende leegstand van de supermarkt die verplaatst.
- Leegstand aan de Lambertushof kan verder oplopen indien Jan Linders vertrekt.

Keuzes maken

- In dit scenario wordt er gekozen voor het versterken van het boodschappenaanbod. Dat is niet per definitie een keuze voor een goede structuur. Dat hangt af van de verplaatsers en het achterblijvende vastgoed. De Lambertushof zal bijvoorbeeld hinder ondervinden van de trekker aldaar als er geen andere ontwikkeling plaatsvindt.
- Voor een toekomstbestendig zal niet alleen keuzes op het niveau van de supermarkten noodzakelijk. Ook de verschillende randstraten vragen om een oordeel.

Ontwikkellocaties

- Het ontwikkelen van de locatie Wijen wil niet direct zeggen dat de locatie Kapelaniestraat wordt afgeschreven. In theorie kan er sprake zijn van een gecombineerde ontwikkeling.

Aantal winkels en winkelmeters

- Kans op afname aantal supermarkten, maar dan beperkte afname supermarktruimte (één van de winkels wordt groter)
- Bij handhaving aantal supermarkten extra concurrentie voor speciaalzaken, bij verdwijnen van een supermarkt juist meer perspectief.

Toename detailhandel buiten centrum

- De locatie ligt formeel buiten het kernwinkelgebied, maar bij verplaatsing van de Aldi wordt het centrumgebied eerder compacter dan uitgestrekter. Met name Jan Linders blijft echter met een ruimtebehoefte zitten.
- Bij verplaatsing Jan Linders of Jumbo zal Aldi zich oriënteren op een plek elders of op termijn verdwijnen. Buiten het centrum zijn daarvoor geen kansen.

Perspectief supermarkten

- De te verplaatsten supermarkt kan rekenen op de toekomstbestendige supermarkt die voldoet aan alle voorwaarden.
- Bij verplaatsing van Jan Linders en modernisering Emté neemt concurrentie voor Jumbo toe. Het functioneren kan daarmee in gevaar komen. Echter, voldoende full-service aanbod is te allen tijde gegarandeerd.
- Bij verplaatsing Jumbo en modernisering Emté wordt positie Jan Linders op de huidige plek bedreigd. Op termijn zal dat leiden tot verdwijnen supermarkt.
- Indien een fullservice supermarkt wordt verplaatst naar de locatie Wijen, blijven de knelpunten van Aldi aan de Brugstraat actueel. Discountaanbod in het centrum is naar de toekomst niet verzekerd.
- Het sterkste cluster op de locatie Wijen ontstaat bij verplaatsing Aldi, namelijk een combinatie van discount en fullservice aanbod. Jan Linders en Jumbo zijn dat uit beeld voor deze locatie. Met name voor Jan Linders zijn dan andere maatregelen vereist (scenario 2 of 3).

Bereikbaarheid eerste levensbehoeften

- De bereikbaarheid van supermarktaanbod voor de inwoners rondom de Lambertushof wordt aangetast indien een andere supermarkt dan Jan Linders verplaatst naar de locatie Wijen.
- Deze ontwikkeling kan mogelijk worden opgevangen door ontwikkeling locatie Kapelaniestraat.

Verwachting functiemenging

- Grote veranderingen in de functiemix zijn bij dit scenario niet te verwachten.

Samenvatting effecten scenario basisvariant centrumplan locatie Wijen op uitgangspunten

Uitgangspunt	Effect basisvariant centrumplan Wijen	Oordeel
Nederweert is een boodschappencentrum	Boodschappenfunctie blijft behouden, maar er is een kans op verdwijnen één van de service-supermarkten.	
Compleet en gevarieerd aanbod	Aanbod blijft relatief compleet en gevarieerd, ook bij verdwijnen van één van de service-supermarkten (dan kansen voor speciaalzaken).	
Behoud en versterking kernwinkelgebied	Functie noordelijke pool kan worden aangetast. Kan kernwinkelgebied verzwakken bij uitblijven andere ontwikkelingen. Locatie Wijen rekt kernwinkelgebied op.	
Effect op leegstand	Kans op leegkomen één of twee bestaande supermarktpanden. Grootste kans op extra leegstand indien Jan Linders verplaatst en er geen andere ontwikkeling plaatsvindt.	
Keuzes randstraten	Flankerend beleid noodzakelijk. Mogelijk verzwakking functie Brugstraat.	
Ontwikkellocaties	Ontwikkeling locatie Kapelaniestraat blijft onder voorwaarden mogelijk.	
Aantal winkels en aantal winkelmeters	Aantal winkelmeters neemt toe, niet het aantal winkels	
Toename detailhandel buiten centrum	Ja, maar op zeer korte afstand van kernwinkelgebied	
Positie en perspectief supermarkten	Positief voor de supermarkt die verplaatst. Voor de structuur heeft de combinatie Aldi-Emté de voorkeur. Verplaatst Jan Linders of Jumbo dan heeft dat effecten voor de super die niet verplaatst.	
Bereikbaarheid eerste levensbehoeften senioren	Aantasting indien trekkers Lambertushof vertrekt.	
Functiemenging	Geen directe relatie met scenario.	

6.5.2 Plusvariant: supermarkten en aanvullende winkels

Bij het toevoegen van meerdere winkelunits in het centrumplan is het waarschijnlijk dat enkele reeds gevestigde winkels hier naar toe zullen verhuizen. Er is immers een krachtig cluster van twee supermarkten en ruime parkeervoorzieningen aanwezig. Dat kan een aderlating voor het kernwinkelgebied betekenen en een toename van de leegstand. Met name in de Lambertushof zal meer leegstand komen en dat zal een negatief effect hebben op het perspectief voor dit winkelgebied. Mede vanwege het verminderde combinatiebezoek zal de Kerkstraat een aanzienlijk deel van heer winkelfunctie verliezen. Er ontstaat weliswaar een nieuw winkelhart, maar dat is incompleet, wordt met name doelgericht bezocht (minimale verblijfsfunctie) en zal het historische kernwinkelgebied nog verder leeg trekken.

Hierbij dienen we aan te vullen dat er in een variant met dagwinkels nooit een compleet centrum zal ontstaan. Het aantal dagwinkels in het plan is onvoldoende om een centrum te realiseren waar de consument alle boodschappen kan doen. Oriëntatie op andere winkels (in het kernwinkelgebied) blijft. De kern is dat de oriëntatie vele malen lager zal zijn dan in een scenario zonder dagwinkels.

De effecten van de plusvariant op de uitgangspunten van de detailhandelsstructuurvisie.
Boodschappencentrum
- Idem aan basisvariant.

Compleet en gevarieerd aanbod
- Idem een basisvariant.

Behoud en versterking kernwinkelgebied
- Idem aan basisvariant.
- Functie kernwinkelgebied kan worden aangetast omdat dagwinkels in centrumplan waarschijnlijk gevuld worden met verplaatsers. De aantrekkelijkheid van het kernwinkelgebied neemt daardoor af. Op de plek die wordt verlaten, keert waarschijnlijk immers geen winkels terug. Terwijl uitgangspunt van de visie is dat winkels geconcentreerd worden in het kernwinkelgebied (Kerkstraat – Lambertushof).

Verwachting leegstand
- Kans op blijvende leegstand van de supermarkt die verplaatst.
- Leegstand in hele kernwinkelgebied kan verder oplopen doordat bezoekmotieven afnemen.

Keuzes maken
- In dit scenario wordt de keuze gemaakt voor prioriteit aan het centrumplan in plaats van aan het kernwinkelgebied. Dit is niet conform uitgangspunt.

Ontwikkellocaties
- Idem aan basisvariant.

Aantal winkels en winkelmeters
- Idem een basisvariant.
- Aantal winkels en aantal winkelmeters nemen aanzienlijk toe. Niet alleen vanwege vergroting supermarkt maar ook door nieuwe dagwinkels. De verplaatsers laten namelijk panden achter die opnieuw met winkels gevuld kunnen worden. Dat gaat tegen de uitgangspunten van de visie in. De waarschijnlijkheid daarvan is echter beperkt. Veel eerder zal de leegstand toenemen.

Toename detailhandel buiten centrum
- Idem aan basisvariant.

Perspectief supermarkten
- Idem aan basisvariant

Bereikbaarheid eerste levensbehoeften
- Idem aan basisvariant.

Verwachting functiemenging
- Leegstand in kernwinkelgebied loopt op vanwege verplaatsingen. Biedt op termijn kansen voor functiemenging omdat vastgoedwaarden zullen dalen.

Samenvatting effecten scenario plusvariant centrumplan locatie Wijen op uitgangspunten

Uitgangspunt	Effect plusvariant centrumplan Wijen	Oordeel
Nederweert is een boodschappencentrum	Idem aan basisvariant.	
Compleet en gevarieerd aanbod	Idem aan basisvariant.	
Behoud en versterking kernwinkelgebied	Functie hele kernwinkelgebied wordt aangetast vanwege dagwinkels in centrumplan. Oriëntatie op kernwinkelgebied (lint Kerkstraat) neemt af.	
Effect op leegstand	Kans op leegkomen één of twee bestaande supermarktpanden. Daarnaast kans op oplopende leegstand hele kernwinkelgebied.	

Keuzes randstraten	Prioriteit aan het centrumplan in plaats van aan het kernwinkelgebied.	
Ontwikkellocaties	Idem aan basisvariant.	
Aantal winkels en aantal winkelmeters	Zowel winkels als winkelmeters nemen toe (in ieder geval planologisch). In de praktijk zal echter de leegstand toenemen.	
Toename detailhandel buiten centrum	Idem aan basisvariant.	
Positie en perspectief supermarkten	Idem aan basisvariant.	
Bereikbaarheid eerste levensbehoeften senioren	Idem aan basisvariant.	
Functiemenging	Geen directe relatie met scenario.	

Conclusie: functioneren, haalbaarheid en wenselijkheid

Functioneren

In onderstaande tabel is het toekomstig functioneren van de dagelijkse artikelensector in de kern Nederweert weergegeven. Hier is uitgegaan van een de realisatie van een centrumplan op de locatie Wijen. Met een eventuele impuls van de koopkrachtbinding en –toevloeiing door aanpak van randvoorwaarden (gastvrijheid) is geen rekening gehouden. Als uitgangspunten voor de berekeningen in navolgende tabel gelden:

- Het aantal inwoners van de kern Nederweert bedraagt in 2020 circa 8.550.
- De bestedingen voor de dagelijkse artikelensector bedragen circa € 2.462,- per hoofd van de bevolking. Zie berekening boven tabel 6.1 voor verklaring.
- De koopkrachtbinding in de dagelijkse artikelensector neemt toe tot 85-90%.
- De toekomstige koopkrachttoevloeiing blijft ongewijzigd: 45% in de dagelijkse sector.
- Het economisch functioneren wordt uitgedrukt in gemiddelde omzet per m² wvo (vloerproductiviteit). Deze blijft constant.

Tabel 6.4 Benadering functioneren dagelijkse artikelensector kern Nederweert scenario centrumplan locatie Wijen

	2020 DAGELIJKS
Aantal inwoners verzorgingsgebied	8.550
Bestedingen per hoofd	€ 2.462
Totaal bestedingspotentieel (in mln. €)	21,1
Koopkrachtbinding	85-90%
Gebonden bestedingen (in mln. €)	17,9-19,0
Toevloeiing (als aandeel van de omzet)	45%
Omzet door toevloeiing (in mln. €)	14,6-15,5
Totale omzet	32,5-34,5
Huidig aanbod (in m² wvo)	4.413
Gerealiseerde omzet per m² wvo	€ 7.365,- -7.820,-
Gerealiseerde omzet per m² wvo in 2015	€ 7.125,-
Landelijk gemiddelde omzet per m² wvo	€ 7.467,-
Uitbreidingsruimte (m² wvo, afgerond)	0-210

Vergelijkbaar aan het voorgaande scenario is er slechts in de meest positieve variant sprake van een bescheiden uitbreidingsruimte. Deze is echter onvoldoende om tot een schaalvergroting van meerdere supermarkten te komen. Hiermee is tevens gezegd dat er voor aanvullende winkels in de dagelijkse artikelensector in theorie geen ruimte is.

Wordt het centrumplan in zijn originele plan (zie kader pagina 99) uitgevoerd dan zal de vloerproductiviteit (dus het functioneren) dalen wat gevolgen kan hebben voor één of meerdere winkels.

Haalbaarheid
Met een uitvoering van het centrumplan zal de onderlinge concurrentie tussen de supermarkten in de kern Nederweert toenemen. Dat kan ertoe leiden dat het functioneren van één of meerdere winkels dermate verslechtert dat het voortbestaan in gevaar komt. Echter, bij de goede keuzes kan de ontwikkeling van het centrumplan per saldo een verbetering van de consumentenverzorging inhouden. Twee supermarkten worden moderner, het aanbod wordt geconcentreerd en de randvoorwaarden (zoals bereikbaarheid en parkeren) verbeteren. Dat zijn belangrijke constateringen in het kader van de juridisch-planologische haalbaarheid. In deze overwegingen speelt voorts mee dat een grootschalig leegstand pand een nieuw leven krijgt en dat er (buiten de locatie Wijen) geen panden beschikbaar zijn om de schaalvergroting van supermarkten te accommoderen. Op voorhand zijn er voldoende kansen om de verplichte motiveringsinstrumenten in de ruimtelijke ordening (‘Ladder voor Duurzame Verstedelijking – bijlage 4) te doorlopen.

In vastgoed- en financiële termen was er reeds sprake van een akkoord over het centrumplan met het programma zoals omschreven op pagina 99. Voor een toekomstbestendig centrum is dit programma echter niet wenselijk waardoor de onderhandelingen

over een alternatief programma opnieuw opgestart dienen te worden. Het verlies aan dagwinkels leidt ongetwijfeld, naast programmatische, tot financiële concessies.

Daarnaast heeft BRO bekeken wat de effecten zijn van aan verplaatsing van een supermarkt niet zijnde Jan Linders, namelijk Aldi of Jumbo. In beide gevallen is de haalbaarheid minder 'hard'. Wat overigens niet wil zeggen dat de varianten daarmee naar de prullenbak worden verwezen. Voor Jumbo geldt dat in een eerder stadium is gebleken dat verplaatsing enkel interessant is als er gelijktijdig een oplossing komt voor het huidige pand. Voorts is de vraag of de verplaatsing voor Jumbo nog actueel is. Voor Aldi is de vraag of zij een verplaatsing naar de locatie Wijen serieus overwegen en of de vestigingseisen van Aldi geïntegreerd kunnen worden in de plannen/eisen van gemeente, ontwikkelaar en belegger. Bovendien geldt (evenals in het vorige scenario) dat de formule planologisch niet te bestemmen is, enkel de functie 'supermarkt'.

Wenselijkheid
Vanuit het perspectief van de omgevingskwaliteit is het opwaarderen van dit nu onaantrekkelijke deel van het centrum van Nederweert zeer gewenst. Tevens wordt daarmee de leegstand op deze locatie ingedamd. Vanuit functioneel perspectief kent de ontwikkeling zowel voor- als nadelen. De belangrijkste voordelen zijn een versterking van het supermarktaanbod en daarmee de boodschappenfunctie van het centrum van Nederweert. Bovendien wordt de bronpuntfunctie van de locatie versterkt, hetgeen eveneens positief is voor het functioneren van het centrumaanbod. Een negatief punt vormt het eventueel verdwijnen van de supermarkt aan de Lambertushof (door verplaatsing of verdringing). Dit kan echter grotendeels gecompenseerd worden door een verplaatsing van een supermarkt naar de Kapelaniestraat en/of de herinvulling van het supermarktpand door een andere publiektrekker. De waarschijnlijkheid daarvan is echter discutabel.
Het toevoegen van meerdere winkelunits aan het centrumplan zal de winkelfunctie van de Kerkstraat ondermijnen.

BIJLAGEN

Bijlage 1: Lijst gesprekspartners

Naam	Bedrijf/Organisatie	Datum gesprek
Remco Wagner	Nieuw Winkel Vastgoed	29-7
Rob van Nieuwkerk	Nieuw Winkel Vastgoed	29-7
Erik Wijen	Eigenaar locatie Wijen	31-7
Roel Roosen	Kussens en Zo	31-7
Ruud Pleunis	Kussens en Zo	31-7
Micheline Pleunis	Pleunis Mode	31-7
Sybiella Dijcks-Duijts	Oud-ondernemer / inwoner	31-7
Toon Wijnen	Rialto vastgoedontwikkeling	5-8
Kitty Verspagen	Restaurant Diverso	5-8
Rob Korsten	Vereniging van Eigenaren centrum Nederweert	5-8
Frans Duits	Vereniging van Eigenaren centrum Nederweert	5-8
Wiel Coolen	Vereniging van Eigenaren centrum Nederweert	5-8
Bart Pluk	Jan Linders	5-8
Inge Coolen	Meora	5-8
Steffen van Dijk	Sligro Food Group	12-8
Bart Janssen	Eigenaar Aldi	12-8
Heinz Meuwissen	Eigenaar locatie Emté	12-8
Herman Poell	Restaurant Bi-j Siem	12-8
Bèr Moonen	Inwoner en deskundige	25-8
Mark van Herk	Aldi Roermond	1-9
Maarten Kirkels	Hermans Makelaardij	1-9
Stan Heerschap	Jumbo supermarkten	4-9
Eric Reubsaet	Arvalis	4-9
Tijn Wijen	Vastgoedeigenaar	16-9

Bijlage 2: Begrippenlijst

BVO/WVO

- Bruto verkoop vloeroppervlak: zowel de voor het publiek toegankelijke ruimten als de ruimten die alleen voor het personeel toegankelijk zijn.
- Winkelverkoop vloeroppervlak: alleen de voor het publiek toegankelijke ruimten

Detailhandel (als activiteit)

Het bedrijfsmatig te koop aanbieden, waaronder de uitstalling ten verkoop, verkopen en/of leveren van goederen aan de uiteindelijke gebruiker of verbruiker.

Dagelijkse artikelen

Voedings- en genotmiddelen (vgm) en artikelen op het gebied van persoonlijke verzorging. In de praktijk gaat het hierbij om supermarktaanbod, aanbod in vgm-speciaalzaken, drogisterij- en parfumeriezaken

Bestedingspotentieel

Totaal aan winkelbestedingen die door de inwoners van een bepaald gebied gedaan kunnen worden. Gebaseerd op inwoneraantal en gemiddelde (landelijke) toonbankbesteding per hoofd van de bevolking. Groepering daarvan noemt men bestedingsvolumes.

Winkel verkoopvloeroppervlak (wvo)

Winkelruimte die voor de consument toegankelijk is (dus exclusief magazijn, kantoor, etalage, etc.).

Vloerproductiviteit

Gemiddelde omzet in gevestigde winkels per m² verkoopvloeroppervlak (wvo).

Koopkrachtbinding

Mate waarin inwoners van een bepaald gebied hun bestedingen verrichten bij winkels die in dat gebied gevestigd zijn.

Koopkrachtafvloeiing

Mate waarin inwoners van een bepaald gebied hun detailhandelsbestedingen plaatsen bij gevestigde winkels **buiten** dat gebied.

Koopkrachttoevloeiing

Mate waarin inwoners van **buiten** een bepaald gebied detailhandelsbestedingen plaatsen bij winkels die **in** dat gebied gevestigd zijn (aandeel omzet van buiten).

Bijlage 3: Aanbod Nederweert, Budschop en Nederweert-Eind samen vergeleken

	Nederweert[18] (11.670 inwoners)			Vergelijkbare plaatsen (10.000 tot 15.000 inwoners)		
	Aantal	m² wvo	gem. wvo per winkel	Aantal	m² wvo	gem. wvo per winkel
Levensmiddelen	16	3.995	250	17	4.545	265
Persoonlijke verzorging	5	548	110	4	654	161
dagelijkse artikelen	21	4.543	216	21	5.199	245
Warenhuis	1	400	400	1	552	599
Kleding en mode	13	1.905	147	14	2.306	159
Schoenen en lederwaren	3	325	108	3	638	231
Juwelier en optiek	2	165	83	4	257	70
Huishoudelijke en luxe art.	1	581	581	3	882	263
Antiek en kunst	2	430	215	1	138	160
Sport en spel	1	80	80	2	823	342
Hobby	3	270	90	2	155	81
Media	1	210	210	2	255	151
Dier en plant	9	3.960	440	6	2.656	446
Bruin- en witgoed	3	610	203	3	438	141
Fietsen en autoaccessoires	2	340	170	3	626	206
Doe-het-zelf	3	907	302	3	2.529	836
Wonen	9	4.017	446	8	4.964	628
Detailhandel overig	6	625	104	4	898	204
niet-dagelijkse artikelen	59	14.825	251	59	18.116	305
Totaal detailhandel	80	19.368	242	81	23.315	289

Bron: Locatus

[18] Inclusief de kernen Budschop en Nederweert-Eind.

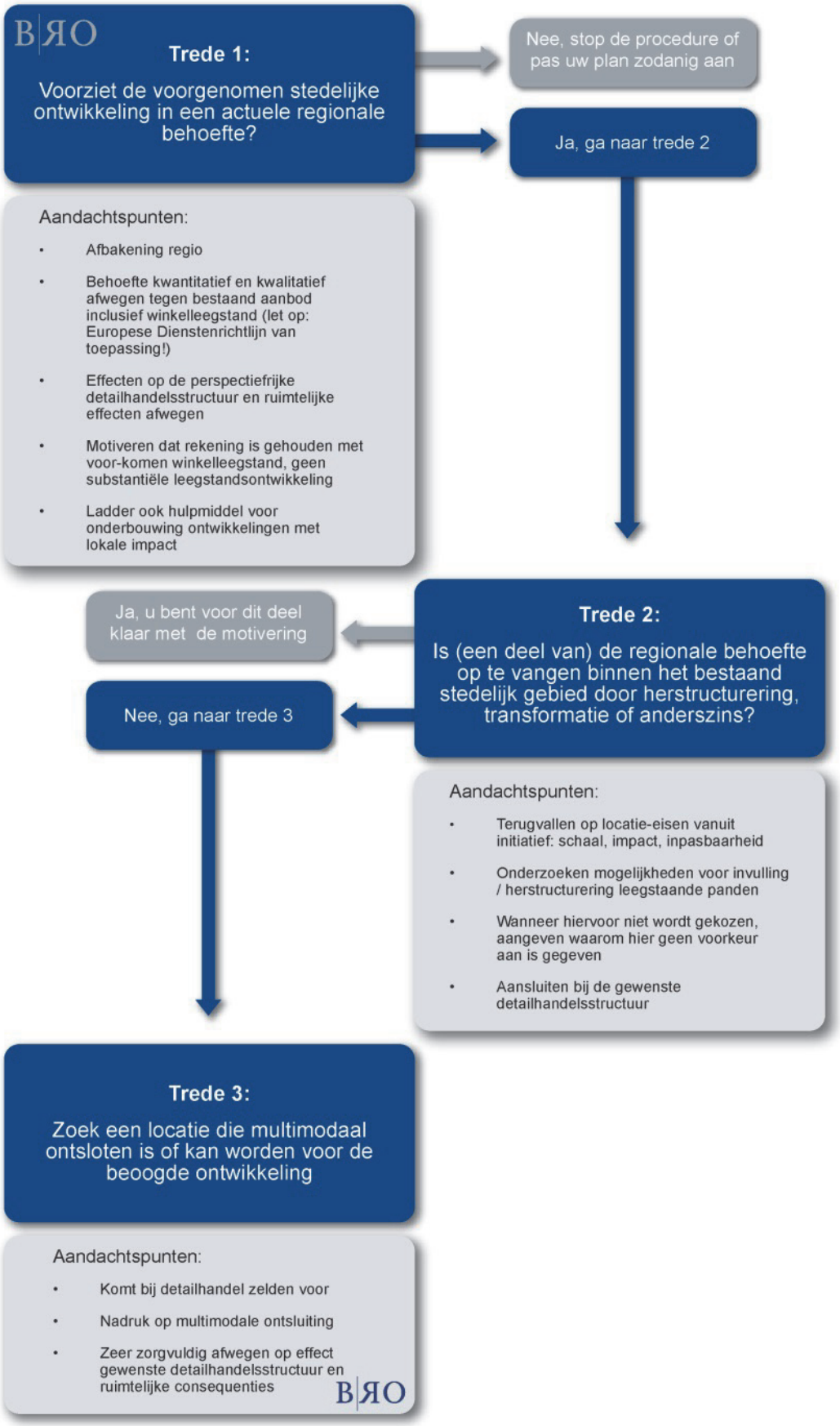
Bijlage 4: Ladder voor Duurzame Verstedelijking

In verband met juridisch-planologische wijzigingen is een gedegen ruimtelijk-functionele onderbouwing tegenwoordig noodzakelijk, mede omdat binnen de ruimtelijke ordening steeds meer de nadruk komt te liggen op zorgvuldig ruimtegebruik. In verband hiermee is in oktober 2012 de 'Ladder voor Duurzame Verstedelijking' geïntroduceerd (art 3.1.6 Besluit ruimtelijke ordening (Bro). De Ladder is een motiveringsinstrument dat verplicht toegepast moet worden bij bestemmingsplannen of projectafwijkingsbesluiten die een 'nieuwe stedelijke ontwikkeling' mogelijk maken. Wat er onder een nieuwe stedelijke ontwikkeling valt, is in art. 1.1.1 Bro bepaald:

"De ruimtelijke ontwikkeling van een bedrijventerrein of zeehaventerrein, of van kantoren, detailhandel, woningbouwlocaties of andere stedelijke voorzieningen."

Bij de toepassing van de Ladder dienen de volgende treden doorlopen te worden:

1. *Er wordt beschreven dat de voorgenomen stedelijke ontwikkeling voorziet in een actuele regionale behoefte.*
2. *Indien uit de beschrijving, bedoeld in onderdeel a, blijkt dat sprake is van een actuele regionale behoefte, wordt beschreven in hoeverre in die behoefte binnen het bestaand stedelijk gebied van de betreffende regio kan worden voorzien door benutting van beschikbare gronden door herstructurering, transformatie of anderszins.*
3. *Indien uit de beschrijving, bedoeld in onderdeel b, blijkt dat de stedelijke ontwikkeling niet binnen het bestaand stedelijk gebied van de betreffende regio kan plaatsvinden, wordt beschreven in hoeverre wordt voorzien in die behoefte op locaties die, gebruikmakend van verschillende middelen van vervoer, passend ontsloten zijn of als zodanig worden ontwikkeld.*


Trede 1:
Voorziet de voorgenomen stedelijke ontwikkeling in een actuele regionale behoefte?
Nee, stop de procedure of pas uw plan zodanig aan
Ja, ga naar trede 2
Aandachtspunten:
Afbakening regio
Behoefte kwantitatief en kwalitatief afwegen tegen bestaand aanbod inclusief winkelleegstand (let op: Europese Dienstenrichtlijn van toepassing!)
Effecten op de perspectiefrijke detailhandelsstructuur en ruimtelijke effecten afwegen
Motiveren dat rekening is gehouden met voor-komen winkelleegstand, geen substantiële leegstandsontwikkeling
Ladder ook hulpmiddel voor onderbouwing ontwikkelingen met lokale impact
Trede 2:
Is (een deel van) de regionale behoefte op te vangen binnen het bestaand stedelijk gebied door herstructurering, transformatie of anderszins?
Ja, u bent voor dit deel klaar met de motivering
Nee, ga naar trede 3
Aandachtspunten:
Terugvallen op locatie-eisen vanuit initiatief: schaal, impact, inpasbaarheid
Onderzoeken mogelijkheden voor invulling / herstructurering leegstaande panden
Wanneer hiervoor niet wordt gekozen, aangeven waarom hier geen voorkeur aan is gegeven
Aansluiten bij de gewenste detailhandelsstructuur
Trede 3:
Zoek een locatie die multimodaal ontsloten is of kan worden voor de beoogde ontwikkeling
Aandachtspunten:
Komt bij detailhandel zelden voor
Nadruk op multimodale ontsluiting
Zeer zorgvuldig afwegen op effect gewenste detailhandelsstructuur en ruimtelijke consequenties

BRO heeft vestigingen in Boxtel | Amsterdam | Tegelen | Oldenzaal
www.BRO.nl