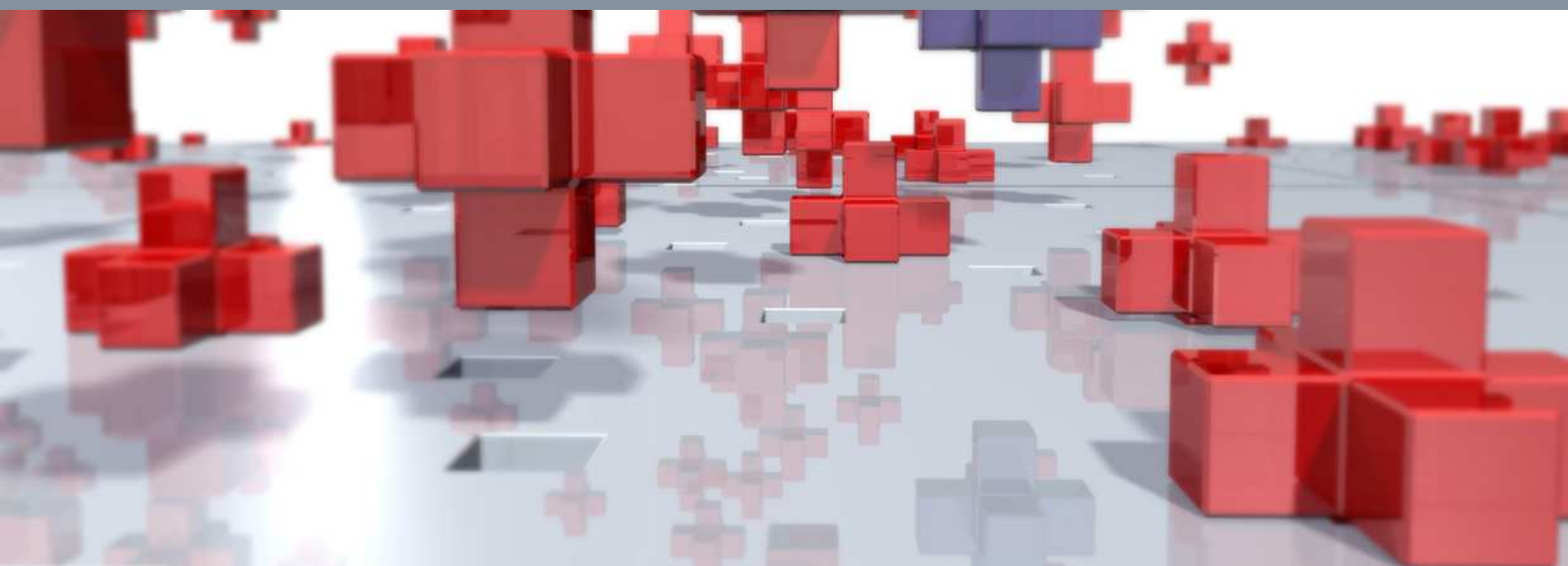


# Sittard, DPO De Dobbelsteen

Gemeente Sittard-Geleen





# Sittard, DPO De Dobbelsteen

## Gemeente Sittard-Geleen

Rapportnummer:	205X00477.070532_3
Datum:	18 juni 2012
Contactpersoon opdrachtgever:	Mevr. M. Plasier, dhr. R. Friesen
Projectteam BRO:	Aiko Mein
Trefwoorden:	Sittard, Geleen, De Dobbelsteen, Detailhandel, Centrum
Bron foto kaft:	BRO 3
Beknopte inhoud:	Voor een van de belangrijkste vernieuwingsprojecten in het centrum van Sittard, De Dobbelsteen genaamd, moet een bestemmingsplan worden opgesteld. Ter onderbouwing van de functionele invulling van de nieuwbouw met publieksgerichte commerciële functies is een distributie-planologisch onderzoek uitgevoerd, met de nadruk op detailhandel. Geconcludeerd wordt dat er in Sittard-Geleen voldoende marktruimte is voor de beoogde uitbreiding van het winkelareaal, vooropgesteld dat de nieuwe winkels complementair zijn aan het bestaande aanbod. De Dobbelsteen dient in dit verband vooral ruimte te bieden aan enkele grootschalige zaken in meerdere branches.

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



Inhoudsopgave	pagina
<b>1. INLEIDING</b>	<b>3</b>
1.1 Achtergrond en vraagstelling	3
1.2 Plan De Dobbelsteen	4
<b>2. CONCLUSIES, OVERWEGINGEN EN ADVIES</b>	<b>7</b>
2.1 Uitgangssituatie	7
2.2 Relevante ontwikkelingen	8
2.3 Functioneren en marktruimte	8
2.4 Inpassing De Dobbelsteen in de ruimtelijk-functionele structuur	10
2.5 Detailhandelsprogramma	10
2.6 Slotoverwegingen	13
<b>3. VERTREKSITUATIE AANBOD</b>	<b>17</b>
3.1 Detailhandelsstructuur gemeente Sittard-Geleen	17
3.2 Detailhandel kern Sittard	18
3.3 Sittard-centrum	18
3.3.1 Omvang en branchering detailhandel	19
3.4 Ruimtelijk-functionele structuur	23
<b>4. RELEVANTE ONTWIKKELINGEN DETAILHANDEL</b>	<b>27</b>
4.1 Bevolkingsontwikkeling	27
4.2 Plannen en initiatieven	27
4.3 Algemene trends en ontwikkelingen	28
4.4 Trends aan de vraagzijde	30
4.5 Trends aan de aanbodzijde	30
4.6 Ruimtelijke hiërarchie	32
4.7 Het detailhandelsbeleid	33
<b>5. FUNCTIONEREN EN MARKTRUIMTE DETAILHANDEL</b>	<b>37</b>
5.1 Huidig functioneren	37
5.2 Toekomstig functioneren	39

<b>Inhoudsopgave (vervolg)</b>	pagina
<b>6. CULTURELE FUNCTIES EN HORECA IN DE DOBBELSTEEN</b>	<b>43</b>
6.1 Algemene trends	43
6.2 Spin-off De Dobbelsteen	44
<b>BIJLAGEN</b>	
Bijlage 1: Winkelaanbod gemeente Sittard-Geleen	1
Bijlage 2: Benchmark formules	7

# 1. INLEIDING

## 1.1 Achtergrond en vraagstelling

### Achtergrond

Voor Sittard is er een plan gemaakt voor een integrale verbetering en vernieuwing van de binnenstad, Zitterd Revisited genaamd. Hierbij is onder meer uitgegaan van het herstel van oorspronkelijke elementen van de binnenstad, zoals de historische structuur met grachten en wallen. Verder gaat het plan in op een verbetering van de verkeerssituatie en op de vernieuwing van het winkelgebied.

Er zijn zeven deelplannen onderscheiden die gefaseerd worden uitgevoerd. Een van de belangrijkste deelplannen vormt de herontwikkeling van het gebied De Dobbelsesteen, gelegen ten westen van de binnenstad rond de Haspelsestraat en Rijksweg Noord. Hier wordt een nieuw gebouwencomplex ontwikkeld. Het beoogde functionele programma omvat de vestiging van de Hogeschool, een museum, een filmhuis, een bibliotheek, enige horeca, een beperkt aantal woningen en maximaal 12.500 m<sup>2</sup> bvo detailhandel.

Eerder (2007) heeft BRO al de ontwikkelingsmogelijkheden voor detailhandel in De Dobbelsesteen in beeld gebracht, maar sinds die tijd is er veel veranderd, zowel lokaal als in algemene zin. Zo zijn de omstandigheden momenteel minder gunstig als gevolg van onder meer de economische situatie en de opkomst van het webwinkelen. De gemeente heeft in verband hiermee een actualisering van het dpo gevraagd. De directe aanleiding hiervoor is het opstellen van het bestemmingsplan voor het gebied.

### Vraagstelling

De centrale vragen voor het onderzoek zijn als volgt geformuleerd:

- Wat zijn de kwantitatieve en kwalitatieve mogelijkheden voor de beoogde invulling met detailhandel en overige commerciële functies op de locatie De Dobbelsesteen? Deze mogelijkheden zullen ingekaderd worden binnen de opbouw en beoogde ontwikkeling van de retailstructuur van Sittard-Geleen en daarbinnen met name de Sittardse binnenstad.
- Wat zijn in meer globale zin de kwalitatieve mogelijkheden en effecten van het niet-commerciële functionele programma?
- Wat zijn de (globale) effecten van de toevoeging van het functionele programma voor De Dobbelsesteen op de lokale retailstructuur?

Behalve op de beantwoording van bovenstaande vragen wordt in onderhavige rapportage ook ingegaan op de ruimtelijk-functionele aspecten van de plannen, zoals

trekkerbeeld, verblijfsklimaat, aanhaking op de bestaande (winkel)gebieden, bereikbaarheid, parkeren, etc.

## 1.2 Plan De Dobbelsteen

De ontwikkelingslocatie De Dobbelsteen is gelegen te noorden van de winkelas Steenweg-Voorstad-Brandstraat en sluit hier direct op aan. Door de ligging en de goede bereikbaarheid via de Rijksweg Noord is deze locatie geschikt om een belangrijke bijdrage te leveren aan de beoogde versterking van het hoofdwinkelgebied van Sittard. Op deze locatie kan ingespeeld worden op de schaalvergrotingstrend binnen de detailhandel en met name de vraag naar (zeer) grootschalige winkelunits. De inpassing van dergelijke winkels in het grotendeels historische winkelgebied is niet alleen moeilijk, maar zou ook afbreuk doen aan het kleinschalige karakter van grote delen van het kernwinkelgebied.

De uitgangspunten ten aanzien van de detailhandelsinvulling van De Dobbelsteen zijn onder meer:

- Het beperken van de koopkrachtafvloeiing vanuit Sittard-Geleen en direct omringende gemeenten naar andere koopcentra, zoals Roermond, Heerlen/Kerkrade of Maastricht.
- Een bijdrage leveren aan de versterking van de regionale en bovenregionale verzorgende functie van Sittard en met name de binnenstad als koop- en winkel- en verblijfscentrum.
- Ruimte bieden aan de vestiging van grootschalige winkelformules.
- Bijdrage leveren aan de bronpuntfunctie van De Dobbelsteen voor binnenstadsbezoek en in het verlengde hiervan aan een betere routing en verdeling van de passantenstromen in de binnenstad.
- Bijdrage leveren aan de verzorging van de gebruikers van het gebied zelf (met name scholieren, werkers en bezoekers overige voorzieningen).
- Terugdringen van de mobiliteit.

Eind januari 2012 is het meeste recente (stedenbouwkundige) plan voor De Dobbelsteen gepresenteerd. Het plan bestaat uit een noordblok en een zuidblok en een grote parkeergarage er onder (380 pp)<sup>1</sup>. Verder komen er stallingsmogelijkheden voor ca. 600 fietsen. Het voorlopige programma is weergegeven in navolgend overzicht:

---

<sup>1</sup> Voor studerende(n) aan de Hogeschool komen er eigen maaiveldparkeermogelijkheden op enige afstand van De Dobbelsteen.

Overzicht 1.1 Functioneel programma De Dobbelsteen (m<sup>2</sup> bvo)

	Noordblok	Zuidblok	Totaal
Hogeschool Zuyd	10.000	2.500	12.500
Biblionova		2.500	2.500
Museum	2.100		2.100
Filmhuis	500		500
Retail	1.000	11.500	12.500
Algemeen	500	500	1.000
<b>Totaal</b>	<b>14.100</b>	<b>17.000</b>	<b>31.100</b>



Met retail worden in deze rapportage publieksgerichte commerciële voorzieningen verstaan. Het gaat hierbij om detailhandel en daarnaast ook horeca, ambachtelijke dienstverlening, zakelijke dienstverlening en vormen van vermaak (bowling, speelhal, etc.). In de huidige plannen is het overgrote deel van de aangegeven ruimte voor retail in De Dobbelsteen bestemd voor een invulling met detailhandel. Het gaat hierbij om ca. 12.500 m<sup>2</sup> verhuurbaar vloeroppervlak (vvo)<sup>2</sup>. Hiervan is ca. 10.000 m<sup>2</sup> voor detailhandel bestemd is en de rest voor detailhandel of overige retail, zoals horeca. De genoemde 12.500 m<sup>2</sup> vvo detailhandel komt overeen met (afgerond) ca. 10.000 m<sup>2</sup> winkelverkoopoppervlakte (wvo)<sup>3</sup>.

<sup>2</sup> Gebaseerd op de opgaven van de gemeente en ontwikkelaar dd juni 2012.

<sup>3</sup> Hierbij is er van uitgegaan een verhouding wvo-wvo van 100-80. De totale verhuurbare ruimte omvat naast de winkelruimte ook het magazijn, de personeelsruimten, kantoor, etc.

Het planproces ziet er momenteel op hoofdlijnen als volgt uit:

2012: opstellen bestemmingsplan en besluitvorming hierover in de gemeente raad (4<sup>e</sup> kwartaal).

2013 sloop bestaande bebouwing en start nieuwbouw.

2016 oplevering gebouwen en openbare ruimte.

## 2. CONCLUSIES, OVERWEGINGEN EN ADVIES

### 2.1 Uitgangssituatie

#### Omvang aanbod Sittard-centrum

Met ruim 250 winkels en ca. 49.400 m<sup>2</sup> vwo is het hoofdwinkelcentrum van Sittard relatief groot voor een plaats als Sittard (ca. 48.240 inw. inclusief enkele omringende kleine kernen). In de omvang weerspiegelt zich echter de centrumfunctie voor de inwoners van de gehele gemeente Sittard- Geleen (94.500 inw.) en die van enkele omringende gemeenten. Het aantal winkels is sinds 2007 wel afgenomen, evenals de verkoopruimte.

#### Samenstelling winkelaanbod Sittard-centrum

Het Sittardse hoofdwinkelcentrum kent een tamelijk bescheiden aanbod aan dagelijkse artikelenwinkels, met onder meer een AH-supermarkt, maar net buiten het centrum zijn ook nog twee supermarkten gelegen. De niet-dagelijkse artikelensector is relatief ruim en vooral de echte centrumbranches (warenhuis, kleding en mode, schoeisel, etc.) zijn zeer sterk vertegenwoordigd. Het aandeel van de filiaal- en ketenbedrijven in het centrum is vergelijkbaar met de landelijke gemiddelden voor centra van vergelijkbare omvang. Het aantal grote winkelpanden is in het centrum relatief beperkt.

#### Leegstand

Zowel in de gemeente als geheel als in Sittard centrum is sprake van relatief veel leegstand van winkelpanden. De leegstand concentreert zich vrij sterk in de centrumrandgebieden en heeft vooral betrekking op kleinere panden. De gemeente is recent gestart met een proef om functieverandering van leegstaande winkelpanden in aanloopstraten te bevorderen. Voor Sittard-centrum gaat het in eerste om de kop van de Steenstraat en de Stationsstraat.

#### Ruimtelijke structuur

Het hoofdcentrumgebied van Sittard kent door z'n langgerektheid en clustering van sterk publiekstrekkende winkels aan één kant (oude binnenstad, westzijde hoofdas) een bijzondere ruimtelijke structuur. De lengte van het winkelgebied en de weinig heldere routing in de oude binnenstad vormen knelpunten. De planmatig ontwikkelde delen van het kernwinkelgebied (De Tempel, ABC-complex) kennen een gedateerde uitstraling. Rondom de Markt is een sterk horecacluster aanwezig.

## 2.2 Relevante ontwikkelingen

### Bevolkingsontwikkeling

Het aantal inwoners van Sittard-Geleen en omliggende gemeenten zal de komende jaren licht dalen. Daarnaast zal er sprake zijn van een toename van het aantal ouderen en een daling van het aantal mensen in met name de midden-leeftijdsgroepen.

### Plannen

Het belangrijkste centrumproject is De Dobbelsteen. Een gevolg van deze ontwikkeling is de verhuizing van de hier nu gevestigde supermarkt Nettorama naar de Budo-locatie en van de Action naar winkelcentrum Limbrichterveld. Belangrijke retailontwikkelingen in de gemeente zijn verder de Stadionlocatie (mogelijkheid vestiging grootschalige supermarkt en sportdetailhandel) en de verdere uitbouw van het perifere winkelcluster Gardenz (vestiging woonwinkels en bouwmarkt Hornbach).

### Algemene ontwikkelingen

Binnen de detailhandel zijn enkele trends waarneembaar die de komende jaren sterk het winkellandschap gaan bepalen. Zo wordt de consument steeds kritischer en beter geïnformeerd (o.a. via internet), terwijl men ook steeds mobieler wordt. Dat houdt in dat winkelgebieden steeds meer rekening moeten houden met consumenteneisen en -wensen, want anders wijkt die consument gemakkelijk uit naar concurrerende winkelcentra. Andere belangrijke trends zijn:

- de verdergaande schaalvergroting in de detailhandel: niet alleen op perifere winkellocaties worden de winkels gemiddeld groter, ook in binnensteden;
- de groei van e-commerce (aankopen doen via internet);
- de brancheervaging: veel winkels, met name de grotere, verkopen naast het kernassortiment ook allerlei nevenassortimenten;
- toenemende leegstand in met name centrumrandgebieden enerzijds als gevolg van e-commerce en de economische situatie, anderzijds door de veroudering van het ondernemersbestand en het gebrek aan opvolging;
- blijvende dynamiek: ondanks de economische situatie blijven er nieuwe winkel-formules komen of zijn bestaande formules expansief.

## 2.3 Functioneren en marktruimte

### Dagelijkse artikelensector

De dagelijkse artikelensector in de gemeente Sittard-Geleen functioneert in totaliteit matig, hetgeen te verklaren is door de relatief grote omvang en de beperkte regio-functie. Dit houdt in dat er momenteel theoretisch geen marktruimte voor een uitbreiding van het aanbod aan te geven is en ook naar de toekomst is die ruimte er niet. Dit ondanks de geplande versterking van het aanbod door uitbreidingen en verplaatsingen van supermarkten.

### **Niet-dagelijkse artikelensector**

De winkels in deze sector functioneren gemiddeld in de gemeente als geheel op een normaal niveau, te vergelijken met het landelijke gemiddelde. Aangezien er in Sittard-Geleen meerdere winkelprojecten op stapel staan die de verzorgingsfunctie versterken, mag voor de nabije toekomst uitgegaan worden van minder koopkrachtafvloeiing vanuit de eigen gemeente naar elders en meer koopkrachttoevoeiing naar Sittard-Geleen van buiten de gemeente. Als hier rekening mee gehouden wordt, dan is er in de sector niet-dagelijkse artikelen distributieve ruimte voor een uitbreiding van het winkelaanbod aan te berekenen. Die ruimte is wel voldoende voor het realiseren van de beoogde detailhandel in De Dobbelsesteen, maar in combinatie met de andere winkelprojecten kan er sprake zijn van effecten op de bestaande detailhandel. In dit verband is het van belang dat de nieuwe winkelprojecten een duidelijke meerwaarde hebben (en daardoor nieuwe doelgroepen aantrekken) en niet meer van hetzelfde gaan bieden.

### **Nuancering marktruimte Sittard**

Specifiek voor Sittard moet nog opgemerkt worden dat enerzijds als gevolg van algemene detailhandelsontwikkelingen en anderzijds de nieuwe winkelontwikkelingen in Sittard-Geleen een verdere krimp van verouderd en/of ongunstig gesitueerd winkelaanbod te verwachten is. Dit is de afgelopen jaren ook al gebeurd.

Het is bovendien niet ondenkbaar dat e-commerce een dusdanige vlucht neemt dat de detailhandelsbestedingen in de winkels gaan dalen. Dit zal deels opgevangen kunnen worden door een eventueel economisch herstel, en deels ook door 'multichanneling': fysieke winkels gaan tevens fungeren als afhaalpunten (of zelfs als bestelpunt). Recente berichten geven verder aan dat landelijk de groei van het webwinkelen afvlakt, de leegstand niet verder toeneemt en de huurprijzen van winkelunits dalen. De gevolgen van het webwinkelen zijn daarmee bijzonder moeilijk te voorspelen. Maar de algehele verwachting is wel dat dit mede zal leiden tot verschuivingen in de winkelstructuur van hoofdwinkelgebieden: een blijvende vraag naar vestiging op A1-locaties (het kernwinkelgebied), maar een (verdere) afname van de vraag naar B- en C-locaties. Een verdere krimp van winkelaanbod op vanuit het functioneren van detailhandel matige of slechte locaties is dus als autonoom proces te verwachten.

Ook de effecten van het gereedkomen van de nieuwe B56n zijn op voorhand lastig te kwantificeren. Door deze weg wordt de verbinding met het Duitse achterland aanzienlijk verbeterd. Hier is een zeer groot consumentenpotentieel aanwezig, en bij een goede promotie etc. zouden aanzienlijk meer Duitse bezoekers getrokken kunnen worden. Hier is in de gehanteerde koopstromen in de berekening geen specifieke rekening mee gehouden.

## 2.4 Inpassing De Dobbelsteen in de ruimtelijk-functionele structuur

### Versterking trekkerbeeld

De realisatie van De Dobbelsteen kan bijdragen aan het meer compact maken van het Sittardse kernwinkelgebied. Op dit moment zijn de meeste belangrijke publiekstrekkers gevestigd aan de oostzijde van het kernwinkelgebied, in de oude binnenstad zelf (V&D, C&A, Hema, H&M). Aan de westzijde is eigenlijk alleen Berden door aard en omvang als een echte trekker voor het recreatieve winkelen te typeren. Action en Nettorama zijn ook publiekstrekkers maar verdwijnen door de komst van De Dobbelsteen. Het bezoek aan deze winkels is ook overwegend meer doelgericht en het combinatiebezoek met de rest van het centrumwinkelgebied daardoor beperkt.

Vanuit het oogpunt van een evenwichtige spreiding van trekkers over het kernwinkelgebied is een uitbreiding/versterking van dit soort veelal publiekstrekkende winkels aan de westzijde gewenst. Omdat het gewoonlijk om grootschalige winkels gaat, kan De Dobbelsteen hier een impuls aan geven.

### Bronpunctfunctie en presentatie centrum

Een onderdeel van De Dobbelsteen is een omvangrijke parkeerkelder. Hierdoor zullen veel bezoekers die per auto komen hier hun bezoek aan Sittard centrum beginnen en eindigen. Het zijn vooral de bezoekers van buiten de stad die overwegend per auto naar Sittard komen, en zij zijn een belangrijke consumentengroep. Per bezoek besteden zij gewoonlijk ook meer dan de eigen inwoners. De bronpunctfunctie van een locatie wordt nog versterkt als het parkeeraanbod gecombineerd wordt met sterk publiekstrekkende winkels. Potentiële bezoekers gaan dan gerichter naar deze locatie.

Bij de genoemde combinatie komen de bezoekers vanuit de parkeergarage direct binnen in het winkelgebied en ervaren zij de vernieuwde kant van het centrum van Sittard. Met De Dobbelsteen wordt niet alleen een nieuw winkelgebied met een geheel eigen, modern karakter toegevoegd aan het kernwinkelgebied, ook wordt de externe presentatie van het centrumgebied aanzienlijk verbeterd: nu wordt de bezoeker op deze locatie met 'achterkanten' geconfronteerd en is het op zichzelf aantrekkelijke kernwinkelgebied niet zichtbaar.

## 2.5 Detailhandelsprogramma

### Mode en Luxe

Deze branchegroep, waaronder ook de algemene warenhuizen en de huishoudelijke artikelenwinkels vallen, bepaalt in sterke mate het recreatieve winkelen-karakter van een winkelgebied. Landelijk is er de laatste jaren met name bij de modische winkels (kleding, schoeisel) sprake geweest van een sterke schaalvergroting. Be-

staande formules zoals H&M of Mexx schalen op en er komen ook nieuwe grootschalige formules op de Nederlandse markt (zoals Primark en Forever 21). Eerder schreef BRO hierover:

*“Wel zien we in de markt dat er steeds meer vraag is naar ruimte voor schaalvergroting in de centrumgebieden. In verschillende binnensteden elders in Nederland zien we deze trend zich steeds meer voordoen. Een goed voorbeeld hiervan is Mosae Forum in Maastricht. Hierin is een aantal formules gevestigd, bijvoorbeeld H&M met een omvang van circa 3.000 m<sup>2</sup> wvo, The Sting circa 2.050 m<sup>2</sup> wvo, Esprit 650 m<sup>2</sup> wvo en Kruidvat 750 m<sup>2</sup> wvo. Ook in het centrumplan van Geleen zien we een toevoeging van schaalvergroting. Hier zal bijvoorbeeld H&M een winkel openen met een omvang van circa 1.800 m<sup>2</sup> wvo, New Yorker circa 700 m<sup>2</sup> wvo en Bristol circa 1.250 m<sup>2</sup> wvo. Bovengenoemde metrages zijn in Sittard op dit moment nauwelijks voorhanden. Ter vergelijking H&M heeft een omvang van 650 m<sup>2</sup> wvo, Esprit 280 m<sup>2</sup> wvo<sup>4</sup>”.*

Laatste genoemde zaak is inmiddels vergroot, maar de H&M is nog steeds relatief klein.

Uit een vergelijking met een aantal steden die over een hoofdwinkelcentrum met ca. 55.000- 70.000 m<sup>2</sup> wvo beschikken, komt naar voren dat de meest voorkomende formules al in Sittard aanwezig zijn. Maar er zijn toch enkele grootschalige modeformules niet aanwezig, zoals The Sting, Vögele, Duthler en New Yorker<sup>5</sup>. Dergelijke zaken zijn bij nieuwvestiging vaak tussen 1.000 en 2.000 m<sup>2</sup> wvo. Uit het overzicht in de bijlage blijkt dat er overigens nog heel wat veel voorkomende formules met kleinere winkels bestaan die nog niet in Sittard gevestigd zijn.

Hoewel de vestiging van grootschalig modisch winkelaanbod in De Dobbelsteen zeker een optie is, dient wel voorkomen te worden dat dit gebied vrijwel uitsluitend modisch aanbod gaat herbergen. Deze branches zijn immers al sterk in het centrum aanwezig en de kans bestaat dat De Dobbelsteen dan met het bestaande kerngebied gaat concurreren in plaats van er complementair aan te zijn.

Ook warenhuisachtige partijenwinkels als Action en Big Bazaar zijn bezig grotere winkels in de markt te zetten. Handhaving van dergelijke winkels in de binnenstad is gewenst, en De Dobbelsteen biedt hier de mogelijkheden voor.

### **Electro**

Eerder is geconstateerd dat het aanbod aan bruin- en witgoed zaken in de Sittard beperkt aanwezig is en dat er geen grootschalige zaak aanwezig is. Grootschalige electrozaken zijn echter wel bezoekersintensief en kunnen daardoor binnen hoofdwinkelcentra belangrijke trekkers zijn. Hoewel de marktomstandigheden niet ideaal

<sup>4</sup> De meest recente cijfers zijn 670 m<sup>2</sup> wvo voor H&M en 544 m<sup>2</sup> voor Esprit

<sup>5</sup> We ontbreekt momenteel ok nog maar gaat zich vestigen aan de Paradijstraat.

zijn (toename webwinkelen, verdwijnen ketens) zijn er toch nog enkele ketens expansief, zoals Mediamarkt/Saturn en BCC. Zij passen uitstekend in De Dobbelsteen.

### **(Outdoor)Sport**

Ook binnen de sportbranche zijn er enkele ketens die grootschalige formules exploiteren, ook op binnenstedelijke locaties. Te denken valt aan Intersport, Bever Sport of Perry Sport. Dergelijke winkels hebben vaak een sterk modisch karakter door het omvangrijke aanbod aan vrije tijdskleding. De marktmogelijkheden in Sittard worden sterk bepaald door het type sportwinkel dat zich uiteindelijk op de Stadionlocatie gaat vestigen. Is het een winkel met een sterke nadruk op hardware, dus echte sportartikelen, dan zijn er goede kansen voor meer modisch sportaanbod in het centrum en daarmee in De Dobbelsteen.

### **Boeken/media**

De nabijheid van de hogeschool is positief voor de vestiging van een grotere boekenzaak in De Dobbelsteen. De marktomstandigheden zijn in deze branche momenteel echter ongunstig als gevolg van het webwinkelen en de opkomst van e-readers. Desalniettemin past een boekenzaak goed bij het functionele programma voor De Dobbelsteen.

### **Boodschappenaanbod**

In het licht van het aantal te verwachten passanten en de aanwezige scholieren en werkers, kan het winkelaanbod in De Dobbelsteen ook een zekere 'boodschappenfunctie' vervullen. Wij denken hierbij aan meer kleinschalige winkels in de sfeer van:

- bloemen/planten;
- tijdschriften, rookwaren, snoepgoed, etc. (gemakswinkel);
- kantoorboekhandel;
- slijterij.

Ook is een combinatie van horeca en speciaalzaak mogelijk (denk aan concepten als Multivlaai of Bakker Bart). In het verlengde hiervan past ook een meer kleinschalige gemakssupermarkt (bijvoorbeeld AH to go). De vestiging van de genoemde kleinschalige zaken draagt tevens bij aan de variatie in de gevelwanden en daarmee de uitstraling (sfeer/gezelligheid) van het nieuwe winkelgebied.

Voor een nieuwe meer grootschaliger binnenstadssupermarkt (mandjeswinkel) zien wij geen marktruimte vanwege de aanwezigheid van meerdere supermarkten in en nabij de binnenstad. Op stadniveau is er ook al sprake van een zeer ruim supermarktaanbod en het ontbreken van marktruimte<sup>6</sup>. Een eventuele verplaatsing van een van de bestaande centrumsupermarkten is wel een optie.

---

<sup>6</sup> Zie BRO Rapportages Effecten verplaatsing Nettorama naar Budo-locatie en Effectenanalyse megasupermarkt Fortuna Stadion, beiden 2011.

## 2.6 Slotoverwegingen

Hoewel de vooruitzichten voor de detailhandel in algemene zin tamelijk matig zijn en Sittard al te maken heeft met een aanzienlijke leegstand en een krimpende bevolking, biedt het project De Dobbelsteen toch goede mogelijkheden om het Sittardse hoofdwinkelcentrum een nieuwe impuls te geven en daarmee haar lokale en regionale positie te versterken. Uiteraard zullen er effecten op het bestaande aanbod zijn omdat in enkele branches de concurrentie toeneemt, maar het bestaande aanbod kan ook profiteren van de extra bezoekers en de versterking van de ruimtelijk-functionele structuur. In deze zin kan De Dobbelsteen zelfs bijdragen aan een vermindering van de leegstand in het kernwinkelgebied.

Uitgangspunt hierbij is wel dat De Dobbelsteen een duidelijke toegevoegde waarde heeft. De parkeerfaciliteiten en het verblijfsklimaat (moderne uitstraling) bieden dit zeker. Voor de detailhandelsinvulling zal de toegevoegde waarde gezocht moeten worden in complementariteit en dat kan door in te zetten op de vestiging van enkele grootschalige winkelformules in verschillende branches. Het gaat hierbij in eerste instantie om een electrowarenhuis, een sportwinkel en een beperkt aantal winkelformules in de sfeer van mode en luxe, bij voorkeur winkels die nog niet in Sittard (of Geleen) aanwezig zijn.

Op het punt van de omvang van de individuele winkels kunnen regelingen in het bestemmingsplan opgenomen worden. Naast het mogelijk maken van meerdere grootschalige zaken stellen wij voor ook de vestiging van enkele kleinere units mogelijk te maken. Deze units dienen ondersteunend te zijn aan de functies die in het plangebied worden gevestigd, zoals een kantoorboekhandel. Voor de programmatische invulling stellen wij voor een branche adviescommissie (BAC) in te stellen, zodat een goede afstemming met de beoogde algehele centrumontwikkeling bewerkstelligd kan worden. In zo'n BAC kunnen naast de gemeente en de ontwikkelaar van De Dobbelsteen bijvoorbeeld ook de centrumondernemers en het centrummanagement zitting hebben. Zij maken samen afspraken over de te hanteren procedures en het toetsingskader voor de beoogde winkels en andere functies in De Dobbelsteen.

Door het toevoegen van ondergeschikte horeca kan de verblijfsduur in het gebied verlengd worden. Dat is positief voor het functioneren van de winkels en de culturele en overige functies. Andersom kan de horeca profiteren van de passanten en gebruikers van het gebied (bezoekers voorzieningen, scholieren, werkers). De beoogde culturele functies stimuleren het bezoek aan en de bronpunctfunctie van De Dobbelsteen.



**VERANTWOORDING**



## 3. VERTREKSITUATIE AANBOD

### 3.1 Detailhandelsstructuur gemeente Sittard-Geleen

#### Omvang en spreiding

Het totale detailhandelsaanbod in de gemeente Sittard-Geleen bedraagt circa 191.692 m<sup>2</sup> wvo, verdeeld over 695 winkels. De belangrijkste winkelgebieden in de gemeente zijn de hoofdwinkelcentra van Sittard en Geleen. Hier is ongeveer 60% van de winkels aanwezig en 44% van de winkelruimte. Daarnaast zijn er meerdere buurt- en wijkcentra in beide kernen, beschikken Born en enkele overige kernen over eigen winkelaanbod en zijn er enkele perifere clusters met overwegend groot-schalig winkelaanbod in de traditionele PDV-branches zoals wonen, tuin en doe-het-zelf (Bergerweg, Gardenz). Ook zijn er verspreid buiten de winkelgebieden nog winkels gevestigd.

#### Ontwikkeling sinds 2007

De winkelruimte is sinds 2007 met ca. 3.845 m<sup>2</sup> wvo afgenomen<sup>7</sup>. Met name in de kern Sittard (48.236 inw.) is er nu minder winkelruimte aanwezig dan 5 jaar geleden, namelijk 98.174 m<sup>2</sup> tegen 106.735 m<sup>2</sup> toen. Wel is in de kern Sittard nog steeds rond de helft van het gemeentelijke detailhandelsaanbod aanwezig. In dezelfde periode is het winkelaanbod in Geleen (32.244 inw.) met ruim 5.000 m<sup>2</sup> wvo toegenomen, en zowel qua aantal winkels als qua verkoopruimte kent deze plaats nu een groter aanbod dan het landelijke gemiddelde voor plaatsen met 30.000-50.000 inwoners (gecorrigeerd voor het inwonertal van Geleen).

#### Leegstand

In de gemeente Sittard-Geleen staan in totaal 214 winkelpanden leeg met een gezamenlijke wvo van 45.428 m<sup>2</sup>. Er is daarmee sprake van een hoog leegstandsperscentage (ca. 23% van het aantal winkelpanden en 19% van de verkoopruimte). Dit is ruim boven het landelijke gemiddelde (aantal winkels 12%, m<sup>2</sup> wvo 10%) en tevens boven het Limburgse gemiddelde (aantal winkels 19%, m<sup>2</sup> wvo 13%). De leegstand ligt in de kernen Sittard en Geleen op vrijwel hetzelfde absolute niveau (respectievelijk 95 units en 23.400 m<sup>2</sup> wvo en 102 units en 20.620 m<sup>2</sup> wvo), maar is relatief groter in Geleen.

In de bijlage is een actueel overzicht opgenomen van het totale detailhandelsaanbod op gemeenteniveau.

---

<sup>7</sup> Bron: Locatus Retailverkenner 2012 en 2007.

## 3.2 Detailhandel kern Sittard

### Omvang en spreiding

De dagelijkse artikelensector in de kern Sittard omvat 71 winkels en ca. 15.894 m<sup>2</sup> vvo. Daarmee blijft dit aanbod qua omvang iets achter bij het landelijke gemiddelde voor plaatsen met 30.000-50.000 inwoners (gecorrigeerd voor het inwonertal van Sittard). Geleen heeft relatief juist meer aanbod in deze sector.

De omvang van de niet-dagelijkse artikelensector ligt vrijwel gelijk aan het gemiddelde voor de genoemde groep plaatsen (Geleen zit er ruim boven). Ruim de helft van de totale verkooppriimte (53,5%) is in het centrum van Sittard gevestigd, en driekwart van de winkels. Het overige deel van het aanbod is te vinden in de verschillende wijk- en buurtwinkelcentra, op concentraties voor grootschalige voorzieningen en verspreid.

Tabel 2.1 Structuur detailhandel kern Sittard

	Dagelijks		Niet-dagelijks		Totaal	
	Aantal Winkels	M <sup>2</sup> vvo	Aantal winkels	M <sup>2</sup> vvo	Aantal winkels	M <sup>2</sup> vvo
Hoofdwinkelcentrum	43	6.272	208	43.144	254	49.416
Buurt- en wijkcentra	11	3.149	4	1.025	15	4.174
Grootschalige concentraties	2	231	16	20.066	18	22.376
Verspreid*	15	4.163	41	18.045	53	22.208
<b>Totaal</b>	<b>71</b>	<b>15.894</b>	<b>269</b>	<b>82.280</b>	<b>340</b>	<b>98.174</b>

Bron: Locatus Retailverkenner 2012 \* inclusief aanbod Brugstraat

### Ontwikkeling sinds 2007

Sinds 2007 is het winkelaanbod in Sittard met 41 winkels en 8.560 m<sup>2</sup> vvo teruggelopen. Deze teruggang heeft vrijwel volledig in de niet-dagelijkse artikelensector plaatsgevonden. Vooral het verspreide winkelaanbod is minder omvangrijk geworden (- 14 winkels en -11.400 m<sup>2</sup> vvo). Ook het centrumaanbod is gekrompen, vooral naar aantal winkels (- 33). De verkooppriimte is hier met ca. 3.500 m<sup>2</sup> vvo afgenomen. De buurt- en wijkcentra en vooral de perifere grootschalige concentraties hebben een groei doorgemaakt: met name de verkooppriimte is toegenomen met respectievelijk + 1.250 en + 5.100 m<sup>2</sup> vvo.

## 3.3 Sittard-centrum

### Afbakening centrum

Voor de functionele afbakening van Sittard-centrum is aangesloten bij de indeling van Locatus, zij het dat de Brugstraat niet tot het centrum gerekend is.

### 3.3.1 Omvang en branchering detailhandel

In het centrum van Sittard is in totaal 52.532 m<sup>2</sup> wvo detailhandel gevestigd, waarvan 9.388 m<sup>2</sup> wvo in de dagelijkse sector en 43.144 m<sup>2</sup> wvo in de niet-dagelijkse sector. Daarmee beschikt Sittard over een qua omvang relatief groot hoofdwinkelgebied, zoals navolgende tabel aangeeft.

**Tabel 2.2 Omvang en branchering winkelaanbod Centrum Sittard vergeleken**

	Centrum van Sittard			Centrale winkelgebied in plaatsen met 30.000 à 50.000 inwoners*		
	Aantal	m <sup>2</sup> wvo	M <sup>2</sup> wvo per winkel	Aantal	m <sup>2</sup> wvo	M <sup>2</sup> wvo per winkel
Levensmiddelen	34	4.500	135	26	5.533	213
Persoonlijke verzorging	9	1.673	186	9	1.632	181
Dagelijks	43	6.272	146	35	7.165	205
Warenhuis	2	6.040	3.020	2	2.434	1.217
Kleding en mode	83	18.540	223	58	10.731	185
Schoenen en lederwaren	18	4.477	249	13	3.050	235
Juwelier en optiek	14	1.009	72	12	870	73
Huishoudelijke en luxe art.	9	2.376	264	9	2.200	244
Antiek en kunst	1	60	60	2	195	98
Sport en spel	12	2.282	190	9	2.084	232
Hobby	7	1.247	178	5	525	105
Media	11	1.379	125	7	1.097	157
Dier en plant	6	934	156	6	791	132
Bruin- en witgoed	15	1.395	93	12	1.552	129
Fietsen en autoaccessoires	3	414	138	3	622	207
Doe-het-zelf	3	749	250	2	363	182
Wonen	15	1.308	87	11	3.229	294
Detailhandel overig	9	934	104	8	848	106
Niet-dagelijks	208	43.144	207	159	30.591	192
<b>Totaal</b>	<b>251</b>	<b>49.416</b>	<b>207</b>	<b>194</b>	<b>37.756</b>	<b>195</b>

\* Gewogen naar het inwonertal van de plaats Sittard

#### Sector dagelijkse artikelen

In Sittard centrum zijn drie supermarkten aanwezig, maar de Nettorama gaat verplaatsen naar een locatie buiten het centrum, zij het nog altijd op korte afstand van het centrum. Net buiten het hoofdwinkelgebied zijn aan de Brugstraat nog twee supermarkten aanwezig, namelijk Albert Heijn (ca. 2.350 m<sup>2</sup> wvo) en Aldi (ca. 700 m<sup>2</sup> wvo). Albert Heijn aan de Brugstraat is de grootste supermarkt van Sittard. De discountsupermarkten van Aldi en Nettorama blijven qua schaalgrootte enigszins achter bij landelijk gemiddelden, maar de laatstgenoemde zaak zal na de verplaatsing een grotere omvang krijgen. Met vijf supermarkten in en nabij het hoofdwinkelge-

bied is het centrale deel van Sittard ruim voorzien. Het dagelijks artikelen aanbod bestaat verder uit een groot aantal (32) food-speciaalzaken.

**Tabel 2.3 Supermarktaanbod hoofdwinkelcentrum Sittard (excl. Minisupermarkten)**

Supermarkt	Straat	Omvang m <sup>2</sup> wvo
Albert Heijn	Walstraat	1.560
Aldi – markt	Leyenbroekerweg	502
Nettorama	Ryksweg Noord	959
<b>Totaal supermarktaanbod</b>		<b>3.021</b>

Het aanbod in persoonlijke verzorging is met drie drogisterijen (Kruidvat, Etos en Trekpleister) normaal vertegenwoordigd. Daarnaast zijn er nog een Douglas en een ICI Paris XL gevestigd evenals enkele meer bijzondere winkels (zeep, haarproducten).

De gemiddelde omvang van de winkels in deze sector is normaal.

### **Sector niet dagelijkse artikelen**

Deze sector is in Sittard-centrum eveneens relatief ruim aanwezig. De nadruk in het aanbod ligt sterk op de op recreatief winkelen gerichte branches zoals warenhuizen, kleding, schoeisel, etc. Deze branches zijn verhoudingsgewijs zeer sterk vertegenwoordigd, terwijl de meer op doelgerichte aankopen doen gerichte branches een meer gemiddelde omvang kennen. Op basis van de vergelijking met woonplaatsen van 30.000 tot 50.000 inwoners kan het volgende worden opgemerkt:

- Sittard-centrum kent een zeer omvangrijke verkoopruimte in warenhuizen en kleding & mode. De warenhuizen zijn Hema en V&D. In de modische branche is er een groot aantal landelijk bekende formules zoals H&M, Esprit, Didi, Jeans Centre, Miss Etam, Vero Moda, Mexx, Jack en Jones, Zeeman en Wibra. Daarnaast is er uiteraard ook een aantal lokale/ regionale trekkers gevestigd zoals Berden aan de Steenweg en Hendriks aan de Rijksweg Noord.
- Ook in de overige branches in de recreatieve sfeer ligt het aanbod boven het landelijk gemiddelde. Zoals in de branches schoenen & lederwaren met een ruim aanbod in het midden / laag segment (Schoenenreus, Bristol, van Haren, Shoetime, Scapino).

Daarnaast is ook een aantal lokale /regionale winkels die het hogere segment invullen. In de branche huishoudelijke & luxeartikelen zijn Blokker, Xenos en Action trekkers. Deze branche en de branche juwelier/optiek kennen een meer gemiddelde omvang. De branches hobby en media zijn daarentegen weer relatief ruim aanwezig.

- De branche sport & spel is beperkter aanwezig. Intersport, Bart Smit en Intertoys zijn de meest beeldbepalende zaken.
- Het aanbod voor de laag frequente aankopen laat een meer gedifferentieerd beeld zien. Het aanbod in de branche bruin & witgoed is relatief beperkt en

kent nauwelijks nog bekende grotere electrozaken (alleen Maxwell), De branche wonen kent eveneens nauwelijks nog grotere zaken. Wel zijn er veel kleinere woondecoratiewinkels, maar in totaal is het aanbod beperkt van omvang. Dat geldt ook voor de branche fietsen en autoaccessoires. De overige branches zijn meer normaal vertegenwoordigd.

### **Filialisering**

Ongeveer 43% van de winkels in Sittard-centrum behoort tot een keten. Deze winkels zijn gemiddeld wel aanzienlijk grootschaliger dan de overige winkels, want samen zijn ze goed voor ca. 63% van de verkoopruimte. In zijn totaliteit is de filialiseringgraad in Sittard vergelijkbaar met de hoofdwinkelgebieden van referentiegemeenten. De filiaalbedrijven zijn vooral te vinden in het gebied Voorstad, Brandstraat, Walstraat, Misboekstraat, Limbrichterstraat en winkelgebied Tempelplein. De couleur locale (mkb) zit hier tussendoor en rondom.

### **Ontwikkeling sinds 2007**

Ten opzichte van 2007 is het aantal winkels met 48 afgenomen (= - 11,5%). Ook de verkoopruimte is gekrompen, maar de afname met ca. 3.475 m<sup>2</sup> wvo is minder sterk (-6%). Navolgende tabel geeft dat aan.

De afname heeft vrijwel volledig betrekking op de niet-dagelijkse artikelensector en er heeft zich hier een duidelijk proces van schaalvergroting voorgedaan. Dit geldt zeker voor de branche kleding en mode (afname aantal winkels, groei verkoopruimte). In de branche wonen, waar de grote winkel van Pfennings is verdwenen, is juist sprake van schaalverkleining.

Per saldo is het aantal winkels in de recreatieve branches wel afgenomen, maar de verkoopruimte is op peil gebleven. In de meer op doelgerichte aankopen gerichte branches (wonen, doe-het-zelf, plant en dier, bruin- en witgoed, overig, etc.) daalde in totaliteit zowel de verkoopruimte als het aantal winkels.

Tabel 2.4 Ontwikkeling detailhandel Sittard centrum 2007-2012

	2012			2007		
	Aantal	m <sup>2</sup> wvo	M <sup>2</sup> wvo per winkel	Aantal	m <sup>2</sup> wvo	M <sup>2</sup> wvo per winkel
Levensmiddelen	37	7.715	209	38	7.875	207
Persoonlijke verzorging	9	1.673	186	10	1.905	191
Dagelijks	46	9.388	204	48	9.780	204
Warenhuis	2	6.040	3.020	2	6.045	3.023
Kleding en mode	83	18.540	223	92	16.660	181
Schoenen en lederwaren	18	4.477	249	20	4.505	225
Juwelier en optiek	14	1.009	72	15	1.020	68
Huishoudelijke en luxe art.	9	2.376	264	14	2.480	177
Antiek en kunst	1	60	60	1	45	45
Sport en spel	12	2.282	190	17	2.445	144
Hobby	7	1.247	178	8	685	86
Media	11	1.379	125	13	1.490	115
Dier en plant	6	934	156	8	1.530	191
Bruin- en witgoed	15	1.395	93	19	2.095	110
Fietsen en autoaccessoires	3	414	138	3	415	138
Doe-het-zelf	3	749	250	2	695	348
Wonen	15	1.308	87	14	4.185	299
Detailhandel overig	9	934	104	11	1.990	181
Niet-dagelijks	208	43.144	207	239	46.225	193
<b>Totaal</b>	<b>254</b>	<b>52.532</b>	<b>207</b>	<b>287</b>	<b>56.005</b>	<b>195</b>

### Leegstand

In totaal zijn er in het centrumgebied 65 leegstaande (winkel)panden. De totale omvang hiervan bedraagt circa 11.250 m<sup>2</sup> wvo<sup>8</sup>. Op het totaal aantal winkelpanden (254 + 65) is dit 20% en naar winkelruimte 17,5%. Dit zijn hoge percentages. Wel moet opgemerkt worden dat in een deel van deze panden voorheen horeca of dienstverlening heeft gezeten. Een recente telling van het Centrummanagement komt uit op ca. 50 winkelpanden.

De leegstand komt in vrijwel alle winkelstraten voor maar is het grootst in (in volgorde van van grootte) de Stationsstraat, de Steenweg, de Paardestraat, de Putstraat en de Limbrichterstraat. De meeste panden zijn kleiner dan 200 m<sup>2</sup> wvo en de helft is kleiner dan 100 m<sup>2</sup> wvo. Een viertal panden is groter dan 500 m<sup>2</sup> wvo, te weten Engelenkampstraat 68 (600 m<sup>2</sup>), Steenweg 90 (1.559 m<sup>2</sup>), Steenweg 33 (613 m<sup>2</sup>) en Walramstraat 18 (1.080 m<sup>2</sup>).

<sup>8</sup> Hiertoe behoort ook de voormalige woonwinkel van Pfenning met een omvang van 4.375 m<sup>2</sup> wvo die nu geruime tijd leeg staat. Inmiddels zou Cool Cat plannen hebben om deze locatie deel te hervullen.

### 3.4 Ruimtelijk-functionele structuur

#### Historische binnenstad

Het centrum van Sittard wordt gekenmerkt door de historische lintstructuur. In en direct nabij het centrum zijn verschillende historische elementen terug te vinden die ook sterk bijdragen aan het verblijfsklimaat van het centrum. Zeer bijzonder is nog de wallengordel met namen als de Fort Sanderboutwal, de Dominicanenwal en de Begijnenhofwal. De naam Walstraat herinnert aan de wal die daar ooit gelegen heeft, maar die in het verleden is afgebroken om plaats te maken voor een straat. Daarnaast wordt de Sittardse binnenstad ook getypeerd door de diverse monumentale panden, de verschillende kerken en de karakteristieke Markt.



#### Langgerekte winkelstructuur met geen optimaal winkelcircuit

Het winkelgebied van Sittard-centrum is langgerekt en bestaat uit de hoofdassen Stationsstraat-Steenweg-Voorstad-Brandstraat-Limbrichterstraat-Markt. Deze as splitst ter hoogte van de Walstraat in een tweede parallelle route Walstraat-Paradijsstraat-Tempelplein. Beide routes zijn via meerdere dwarsstraten met elkaar verbonden. Het westelijk deel van Sittard-centrum is zonder meer het sterkste. Hier is ook sprake van een winkelcircuit via de Walstraat-Paradijsstraat-Gruizenstraat (den Tempel) terug naar de Limbrichterstraat. Binnen dit winkelcircuit zijn nog wel diverse verbeterpunten aan te wijzen (omgeving Hema, doorsteek Markt, blinde wanden etc.).

#### Matige verbinding van de twee hoofdroutes

De twee geschetste hoofdroutes centraal in de Sittardse binnenstad zijn, vanuit ruimtelijk-functioneel oogpunt, slechts matig met elkaar verbonden. De belangrijkste 'dwars'-verbindingen zijn Misbroekstraat, Helstraat en Gruizenstraat. Parallel aan de Markt is ook nog sprake van een route via de Molenbeekstraat-Nieuwstraat. Bij elkaar opgeteld, is in de loop der jaren in deze hoek van de Sittardse binnenstad een versnipperd winkelgebied ontstaan, met meerdere knelpunten. De routing is voor de consument niet helder en met name de noord-zuid relatie is niet dominant vormgegeven. Vooral het middengebied Den Tempel heeft potentie om uit te groeien tot een sterkere noord-zuid as, binnen het circuit.

### **Historische Markt, V&D matig gepositioneerd**

De historische Markt met een sterke clustering van de horeca, neemt een centrale positie in in de Sittardse binnenstad. De belangrijkste winkelstraten komen op deze Markt uit. Aan de oostwand van de Markt is aan de rand van Sittard-centrum het V&D warenhuis gevestigd. De relatie van zo'n belangrijke trekker met het overige winkelgebied is beperkt.

### **Winkelcentrum de Tempel: behoefte aan een nieuwe levensfase**

Het winkelcentrum de Tempel (Gruizenstraat-Molenbeekstraat-Paradijsstraat-Tempelplein) oogt gedateerd. Met name de blinde wanden nabij de Hema en het Versstraatje detoneren. Het winkelcentrum is dringend toe aan een nieuwe levensfase en het lijkt er tevens op dat meerdere gevestigde winkelformules behoefte hebben aan een schaa sprong. Het aantal filiaalbedrijven in de Tempel is hoog. Het centrum kent met de Hema en H&M (kleinschalig!) twee belangrijke trekkers en meerdere subtrekkers en behoort hiermee zonder meer tot het kernwinkelgebied van Sittard.

### **Walstraat e.o.: kernwinkelgebied**

Ook de Walstraat maakt onderdeel uit van het kernwinkelgebied en de hoofdwinkelstructuur in Sittard-centrum. De entree vanaf de Brandstraat is ietwat onduidelijk (blinde wanden) maar het branchepatroon in deze straat is sterk. Ook zijn er met AH, C&A en Blokker meerdere trekkers in het gebied gevestigd. De vernieuwing in de modebranche (Jack en Jones, Mexx) is in deze straat waarneembaar. Het ABC-complex (met geïntegreerd parkeren) oogt eveneens ietwat verouderd. De Helstraat kent nauwelijks commerciële functies, dit in tegenstelling tot de Misboekstraat, waar meerdere detailhandelszaken met een gemengd branchepatroon en segmentatie gevestigd zijn.

### **Brandstraat-Limbrichterstraat: kernwinkelgebied**

De Brandstraat en de Limbrichterstraat vormen tezamen een belangrijke ader in de hoofdwinkelstructuur van Sittard-centrum. Zeker de Brandstraat presenteert zichzelf daarbij graag als winkelgebied voor hoogwaardige speciaalzaken. Met goede zaken als Van Neer-Eyckeler (mode), Castelijn mode, Traiteur Jongen en Boekhandel Krings is dit beeld ook terecht. Ook de Limbrichterstraat kent een breed winkelaanbod met aanbieders als bijvoorbeeld Ici Paris en Parfumerie Douglas. Hier is het filiaalbedrijf weer sterker vertegenwoordigd. In de nabijheid van de Markt neemt het aantal horeca-vestigingen in deze straat toe.

In westelijke richting gaat de Brandstraat over in Voorstad. Dit gebiedt duidt al de overgang naar aanloopgebied en de feitelijke begrenzing van het kernwinkelgebied. In dit gebied bevinden zich relatief veel sport- en modezaken, ook met een groter verkoopvloeroppervlak. Met zaken als Zeeman, Scapino, Intertoys en Kijkshop is ook het filiaalbedrijf hier nadrukkelijk aanwezig. De hoofdwinkelroute wordt bij

de overgang van de Voorstad naar de Steenweg onderbroken door de Rijksweg. Langs de Rijksweg is ook nog sprake van diverse functies.

#### **Stationstraat en Steenweg als aanloopgebieden aan de oostzijde van het centrum**

Met de vestiging van het modewarenhuis Berden als trekker op de kop van de Steenweg is getracht om deze winkelomgeving te versterken. Door de goede inpassing van Berden is dit gelukt, maar richting station heeft de winkelroute toch duidelijk een karakter als aanloopgebied. De mix aan functies onderstreept dit.

#### **Paardestraat, Rosmolenstraat en Putstraat als aanlooproutes aan de westzijde van het centrum**

De Markt, Nieuwstraat en het Tempelplein kunnen aan de westzijde van het centrum van Sittard bestempeld worden als de eindpunten van de hoofdwinkelstructuur. De Paardestraat aan de noordoostzijde van de Markt draagt duidelijk het karakter van een aanloopstraat met een mix aan winkel- (speciaalzaken), horeca en dienstverlenende functies. De Putstraat kent een sterker accent op de horeca terwijl in de Rosmolenstraat opvallend veel dienstverlening (uitzendbureaus) is gevestigd. Ook zien we hier leegstand.

#### **'Supermarkteilanden' in de flanken van de binnenstad**

Typerend voor de Sittardse binnenstad zijn de supermarkteilanden in de flanken van de binnenstad. De Brugstraat als winkelcluster met een grote Albert Heijn (2.350 m<sup>2</sup> vvo), de Aldi en Gall en Gall is daar een duidelijk voorbeeld van. Het cluster heeft ruimtelijk geen relatie met de binnenstad.

Ook het cluster Nettorama en Action in het gebied Haspelsestraat/Rijksweg-Noord/Deken Tijssenstaat) ligt enigszins afzijdig van het hoofdwinkelgebied. Deze locatie geldt door het grote parkeeraanbod wel als bronpuntlocatie voor het centrumbezoek, maar met de realisatie van De Dobbelsteen verdwijnt dit discountaanbod op deze plek. Tot slot ligt er aan de Leyenbroekerweg nog een relatief kleinschalige Aldi-supermarkt.

#### **Onevenwichtige spreiding en positionering van de trekkers over het centrum**

Uit de bovenstaande analyses blijkt dat de belangrijkste trekkers voor de Sittardse winkelstructuur moeilijk en onevenwichtig gepositioneerd zijn in het centrum:

- Het zwaartepunt zit aan de oostzijde van het centrum, maar zowel de Hema, de V&D als H&M kennen hun eigen knelpunten (zeker gerelateerd aan de externe presentatie).
- Trekkers als AH en C&A zijn sterk intern gericht binnen het ABC-complex en hebben eveneens een gedateerde uitstraling.



## 4. RELEVANTE ONTWIKKELINGEN DETAILHANDEL

### 4.1 Bevolkingsontwikkeling

#### Inwonertal

Het inwonertal van de gemeente Sittard-Geleen bedraagt per 1-1-12 94.499. Ten opzichte van 1-1-2006 is er sprake van een daling (- 2.150). De prognoses voor de toekomst verschillen: Het Etil gaat in de meest recente prognose (2011) uit van een daling tot ca. 93.440 in 2015 en tot ca.91.700 in 2021<sup>9</sup>. De meest recente CBS-prognose gaat echter uit van een lichte bevolkingsgroei voor de kortere termijn tot ca. 97.000. Bij deze laatste prognose is er pas weer sprake van een daling na 2025. Hier gaan we conform de Etil-prognoses uit van een lichte daling in de komende jaren (tot ca. 2015/2020) naar ca. 93.500 inwoners.

Ook in de Westelijke Mijnstreek als geheel is volgens het Etil sprake van een daling: van ruim 150.000 nu tot ca. tot ca. 148.650 in 2015 en ca.144.500 in 2021.

#### Vergrijzing en ontgroening

De leeftijdsopbouw van de bevolking van Sittard-Geleen zal de komende jaren veranderen: de groep 0-20-jarigen neemt beperkt in omvang af, en de middengroep (20-65 jr.) krimpt aanzienlijk. De groep 65+ zal echter gestaag groeien, zowel relatief als absoluut. Het aandeel van deze groep neemt volgens de Etil-prognoses toe van ca. 19% nu tot ca. 25% in 2021 en hun aantal vermeerderd met ca. 4.750. In dezelfde periode daalt het aantal 0-20-jarigen met ca. 3.000, en het aantal 20-65-jarigen met ca. 5.000.

### 4.2 Plannen en initiatieven

#### Sittard

- **Centrum:** Uitvoering deelplannen in het kader van Zitterd Revisited, waaronder De Dobbelsteen.
- De **Stadionontwikkeling** met onder andere een grootschalige supermarkt met een minimale omvang van 3.500 m<sup>2</sup> wvo en een maximale omvang van 4.250 m<sup>2</sup> wvo. Nog steeds is het streven vanuit de gemeente gericht op een verplaatser (privaatrechtelijk vastgelegd). Tevens is hier de vestiging van ca. 5.100 m<sup>2</sup> wvo sportdetailhandel mogelijk.

---

<sup>9</sup> Bronnen: CBS/Etil, bevolkingsprognose 2008-2040 en CBS Regionale prognose bevolkingsopbouw 2011-2040

- In de wijk Stadbroek in **Sittard-Noordoost** wordt het stedelijke vernieuwingsgebied Molenbeek ontwikkeld. In dit gebied is ook een winkelcentrum met supermarkten voorzien (ca. 3.000 m<sup>2</sup>).
- Nettorama gaat, om plaats te maken voor De Dobbelsteen, verplaatsen naar de **Budo-locatie**. Deze locatie (Parallelweg/ De Limpensstraat/ Heinseweg) wordt herontwikkeld. De te verplaatsen supermarkt krijgt een oppervlak van 2.000 m<sup>2</sup> bvo (ca.1.600 m<sup>2</sup> wvo). Dit betekent een netto-uitbreiding van de winkel met ongeveer 640 m<sup>2</sup> wvo ten opzichte van de huidige situatie.
- Action zal verplaatsen naar winkelcentrum Limbrichterveld. Hier zal men het leegkomende pand van Lidl betrekken.
- De Raad van de gemeente Sittard-Geleen heeft besloten om een nieuw wijkwinkelcentrum toe te staan op de **Slachthuislocatie** in Sittard-Zuid. De gemeente gaat er van uit dat de locatie ontwikkeld wordt door verplaatsing van één (wijkgerichte) supermarkt met een omvang van circa 1.500 m<sup>2</sup> bvo (1.200 m<sup>2</sup> wvo).
- Net buiten Sittard, over de grens in Tuddern (D) is een cluster van enkele supermarkten en andere grootschalige winkels met overwegend een prijsvriendelijk/discountkarakter gerealiseerd. Er bestaan plannen om dit verder uit te breiden.

### 4.3 Algemene trends en ontwikkelingen

#### Serieuze dreiging van sterk toenemende leegstand

In diverse publicaties doen zich steeds meer signalen voor dat de leegstand in winkelgebieden de komende jaren sterk zal gaan toenemen. Hiervoor zijn verschillende oorzaken aan te geven. Voor een toenemend aantal deelgebieden en gemeenten in Nederland is er de komende jaren (decennia) een bevolkingskrimp te verwachten. Het kopen via internet neemt sterk toe en de daling van het consumentenvertrouwen en de daaruit voortvloeiende daling van de bestedingen geven aan dat de dreiging van een sterke toename van de leegstand van winkels in de komende jaren een belangrijke rol zal gaan spelen in de winkelplanning in Nederland. Binnen dit kader hebben diverse belangenorganisaties, waaronder het Hoofdbedrijfschap Detailhandel, CBW-Mitex, het Planbureau voor de leefomgeving, vraagtekens gezet bij een verdere groei van het winkelaanbod in Nederland<sup>10</sup>. In sommige toekomstscenario's wordt al uitgegaan van een toename van de leegstand in Nederland tot circa 20% van de winkelvoorraad.

#### Winkelen als vorm van vrijetijdsbesteding staat onder druk

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

<sup>10</sup> Zie onder andere: Rapport Retail 2020, Re'structure; CBW-Mitex, november 2010.

bezoek, vakantie, sport en evenementen. Doordat we mobieler zijn, zijn de verschillende mogelijkheden om onze spaarzame tijd te besteden ook dichterbij gekomen. Wel zijn we kritisch op de verhouding prijskwaliteit. De klantentrouw staat onder druk.

### **Verwachtingspatroon wordt bepaald door het bezoekdoel**

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

### **De retail reageert op de veranderende consument**

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

### **Koopzondagen**

Uit onderzoek van Q&A Research & Consultancy uit 2009 evenals uit onderzoek van BRO blijkt dat de koopzondag aan populariteit wint. Maakte in 2007 ca. 60% van de Nederlanders wel eens gebruik van de koopzondag, in 2008 was dat percentage opgelopen tot ca. 74%. Ook in het recentelijk verschenen Koopstromenonderzoek van de Randstad<sup>11</sup> is ruim aandacht besteed aan de koopzondag. De belangrijkste conclusie uit dit onderzoek was dat de oriëntatie op de koopzondag vergeleken met 2004 is toegenomen. Het aandeel dat zegt nooit op zondag te winkelen is gedaald van 56 procent in 2004 naar 34 procent in 2011. Voorts is gebleken dat 28% van de consumenten minstens 1 keer per maand een koopzondag bezoekt en 36% minstens een keer per maand een supermarkt bezoekt. Uit BRO onderzoek (2009) blijkt dat ca. 34% van de uitgaven van Nederlanders op zondag kunnen worden bestempeld als extra uitgaven. Dit zijn bestedingen die anders niet worden gedaan of bestedingen die anders terecht komen in andere sectoren, zoals bijvoorbeeld attractieparken of in de horeca. De overige 66% van de uitgaven kan gezien worden als bestedingen die door de consument 'verschoven' worden van de andere weekdays naar de zondag. Vooral (grote) recreatieve winkelgebieden zijn in trek op koopzondag. De

---

<sup>11</sup> Bron: Randstad Koopstromenonderzoek 2011.

koopstromen op koopzondag richten zich vooral op centrumgebieden (binnensteden) en thematische winkelcentra zoals woonboulevards en Factory Outlet Centers.

#### 4.4 Trends aan de vraagzijde

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

##### Trends bij consumenten

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

- Vergrijzing en ontgroening: meer ouderen en (relatief) minder jongeren. De seniorenmarkt wordt steeds belangrijker.
- Cultureel en etnisch: een toenemend aantal bewoners van buitenlandse afkomst met andere consumptiegewoonten die soms ook worden overgenomen door autochtone Nederlanders.
- Huishoudenssituatie: minder traditionele gezinnen, meer alleenwonenden en tweepersoonshuishoudens.
- Inkomensverschillen nemen toe door de grotere groep ouderen (vaak met goede pensioenen), instroom van allochtonen en een toenemend aantal benedenmodaal.
- Arbeidspatronen: door de toegenomen arbeidsparticipatie (tweeverdieners, werkende eenpersoonshuishoudens) neemt de druk op vrije tijd toe waardoor andere voorkeuren ontstaan in koopgedrag.

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

#### 4.5 Trends aan de aanbodzijde

- **Internet** is een belangrijk communicatiemiddel voor de consument. Voor de retailer vormt de opkomst van internetwinkelen enerzijds een bedreiging, anderzijds een kans. Steeds meer winkelketens openen een webshop. Daarnaast creëren webwinkels in toenemende mate fysieke afhaalpunten in bestaande winkel-

gebieden. In de toekomst functioneren fysiek winkelen en virtueel winkelen naast elkaar.

Zo wordt in een onderzoek van ABN/AMRO en CBW-Mitex<sup>12</sup> aangegeven dat in 2011 de fysiek kopende consument met 54,5% nog de grootste kopersgroep is en dat online kopers goed zijn voor 10,4%. In 2011 koopt 35,2% zowel online als offline. ABN/AMRO en CBW-Mitex verwachten dat deze verhouding de komende jaren gaat veranderen. In 2015 zullen de meeste consumenten cross channel kopers zijn, namelijk 54,1%. Dit gaat zowel ten koste van de online en de offline kopers. Ondanks deze cijfers zullen de fysieke winkels (in combinatie met e-commerce) een belangrijke rol in het retaillandschap blijven spelen. Met de recente fusie tussen Ahold en Bol.com wordt sterk ingespeeld op deze combinatie.

**Tabel 4.1 Verhouding on-, offline en multi channel kopers in 2011 en 2015**

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

In 2010 hadden de internetverkopen (online en multi channel) reeds een omvang van € 8,2 miljard en vormden circa 10% van de totale detailhandelsverkopen. In 2005 hadden de internetverkopen nog maar een omvang van € 2,2 miljard en vormden nog maar circa 2,8% van de totale detailhandelsverkopen. In een periode van 5 jaar zijn de internetverkopen derhalve verviervoudigd! CBW-Mitex voorziet een sterke groei van het aantal consumenten dat online aankopen doet. Jones Lang LaSalle verwacht een daling van 7% tot 9%, voornamelijk in de aanloopstraten van centrale winkelgebieden. Als gevolg van de groei in online winkelen zal de vraag naar winkelruimte de komende jaren afnemen.

- **Schaalvergroting zet door:** De schaalvergroting in supermarkt- en themagericht aanbod (sport, bruin- en witgoed), als ook in de horeca, zet onverminderd door. Dit zien we ook in de modische branches.
- **Tegentrend van schaalverkleining en specialisatie:** Tegenover de schaalvergroting is tegelijk een trend van schaalverkleining en (super)specialisatie waar te nemen. Er duiken winkels op met een zeer specialistisch of bijzonder assortiment.
- **Branchevervaging:** Sector- en branchevervaging zijn duidelijk herkenbaar. Voorbeelden van branchevervaging zijn de verkoop van boeken, DVD's en computers in supermarkten en CD's in boekwinkels. Ook moet hierbij gedacht worden aan

<sup>12</sup> Cross channel retail, de toekomst (2015), ABN/AMRO, CBW-MITEX, november 2011.

totaalconcepten, bijvoorbeeld op het gebied van koken, waar zowel woondecoratie, linnen- en serviesgoed, keukengerei als levensmiddelen verkocht worden.

- **Opleving dorps-, wijk-, en stadsdeelcentra:** Er is een opleving gaande van dorps-, wijk- en stadsdeelcentra. Het aanbod in deze centra wordt meer geconcentreerd en vooral de supermarkten maken een schaa sprong. Steeds vaker wordt gekozen voor de renovatie en uitbreiding van dit type centra.
- **Expansie ketens:** De filialisering in de detailhandel zet gestaag voort. Er zijn verschillende nieuwe ketens die zich willen vestigen in Nederland (waarbij in het verleden het succes nogal wisselend is geweest) en daarnaast breiden gevestigde ketens het aantal filialen uit.
- **Parkeren en bereikbaarheid worden belangrijker:** Het aantal auto's neemt snel toe. Datzelfde geldt voor het autogebruik. Het belang van een goede autobereikbaarheid en parkeergelegenheid neemt daardoor voor winkelvoorzieningen toe. 'No parking, no business'.
- **Trafficlocaties:** Trafficlocaties worden steeds belangrijker. Niet alleen op vliegvelden, maar ook op trein- en busstations is steeds meer detailhandel te vinden.
- **Duurzaamheid:** CO<sub>2</sub>-neutraal en antiglobalisering zijn tegenwoordig belangrijke waarden, wanneer het gaat over de ontwikkeling van duurzame winkelcentra.

## 4.6 Ruimtelijke hiërarchie

Onder invloed van de vraag- en aanbodontwikkelingen is de traditionele winkelhiërarchie langzaam komen te veranderen. Het kaartbeeld verschuift steeds verder naar een functionele hiërarchie. Daarin zijn niet meer de ligging, omvang en verzorgingsgebied de centrale begrippen voor de typering van een winkelgebied, maar gaat het meer om de kwalitatieve en functionele invulling van een centrum. Globaal zijn in deze functionele hiërarchie de volgende centra te benoemen:

- Centra met basisvoorzieningen: **de boodschappencentra**. Hoge dichtheid, gericht op gemak, voornamelijk boodschappen, supermarkten als trekker. Gemak, efficiëntie, regelmatig bezoek en nabijheid zijn kernbegrippen.
- **Stadsdeelcentra en grotere dorpscentra:** Boodschappen doen en recreatief winkelen op beperktere schaal (efficiënt recreatief winkelen) worden hier gecombineerd. Compactheid, compleetheid, overzichtelijkheid en bekendheid zijn kernbegrippen. Lokale ondernemingen kunnen hierbij voor de benodigde uniciteit zorgen. Klanten komen specifiek bij deze winkels voor kwaliteit, service persoonlijke benadering en specialisme. Maar de consument vraagt daarnaast tevens om de aanwezigheid van de bekende landelijke formules.
- **Grootschalige clusters:** gericht op laagfrequente aankopen, vervangingsaankopen, woninginrichting, doe-het-zelf, tuincentra, enz. Gemak, helderheid, parkeren en bereikbaarheid zijn kernbegrippen.
- **Binnensteden:** hier staat het recreatieve winkelen centraal. De consument komt hier om zich te ontspannen en te vermaken. Voor het winkelen is de branche-

groep mode & luxe daarbij de basis. Naast modewinkels zorgen andere luxe producten, zoals juwelier, boeken, media, cosmetica voor een totaal pakket. Vermaak, sfeer, verrassing zijn kernbegrippen.

- **Trafficlocaties** worden een steeds belangrijkere aankoopplaats. Dit is begonnen met de komst van winkels op grote vliegvelden. Deze trend zet zich door op andere locaties, zoals trein- en busstations. De grotere NS-stations hebben al een ruim aanbod aan winkels, zoals Amsterdam en Leiden CS. Andere stations zullen volgen.

## 4.7 Het detailhandelsbeleid

### De Europese Dienstenrichtlijn

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

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

In de jurisprudentie komt, in lijn met hetgeen in de Europese Dienstenrichtlijn staat, steeds naar voren dat het feit dat bestaande winkels meer concurrentie ondervinden of zelfs failliet gaan, niet relevant is bij de beoordeling van winkelplannen. Deze verdringing kan in feite als een gezonde ontwikkeling worden gezien. In de jurisprudentie over duurzame ontwricting is de consument het uitgangspunt: deze dient op aanvaardbare afstand de geregelde aankopen te kunnen doen<sup>13</sup>.

---

<sup>13</sup> Bron: Dynamiek door Beleid, Hoe de overheid de winkelmarkt stimuleert; DTNP in opdracht van CBW-Mitex en HBD, 26 april 2011.

## **Gemeentelijk beleid**

### *Retailstructuurvisie Sittard-Geleen*

In 2007 heeft de gemeente Sittard-Geleen een visie op de toekomstige retailstructuur op laten stellen<sup>14</sup>. Deze visie is het kader voor het te voeren ruimtelijk detailhandelsbeleid van de gemeente.

In de visie wordt ten aanzien van de huidige situatie geconcludeerd dat het winkel-aanbod voor voedings- en genotmiddelen ruim is en dat er geen aanleiding is voor uitbreiding van dit aanbod. Wel is enige uitbreiding en/of verplaatsing van aanbod ter versterking van de retailstructuur gewenst. Met name daar waar winkelgebieden verouderd zijn.

Het winkelaanbod voor duurzame en overige goederen is voldoende groot. Distributieve uitbreidingsruimte ontbreekt. Dit wil echter niet zeggen dat er geen nieuwe ontwikkelingen haalbaar of gewenst zijn. Nieuwe projecten op goede locaties kunnen bijdragen aan het versterken van de structuur in zijn totaliteit.

Ten aanzien van de toekomstige retailstructuur zijn in de visie de volgende ontwikkelingsrichtingen geschetst:

- **Centrum Sittard:** Functie als recreatief winkelgebied versterken. Impulsen in dit gebied dienen gepaard te gaan met terughoudend beleid ten aanzien van uitbreiding van het recreatieve aanbod buiten het centrum.
- **Centrum Geleen:** Profileren als gemakscentrum. De kracht van dit centrum ligt in een compleet aanbod voor dagelijkse boodschappen en recreatief winkelen, in combinatie met goede bereikbaarheid, parkeermogelijkheden en een compacte opzet.
- **Volumineuze artikelen:** Winkels zijn hoofdzakelijk gevestigd op drie locaties: Gardenz, Dr. Nolenslaan en Industrierrein Bergerweg. In de toekomstige structuur is Gardenz het aangewezen concentratiegebied. Hier worden in eerste instantie alleen winkels in de branches woninginrichting, bouwmarkten en tuincentra toegestaan. Daarnaast is het gewenst de bouwmarkten aan de Dr. Nolenslaan te behouden.
- **Wijkwinkelstructuur:** Het streven is levensvatbare winkelcentra voor dagelijkse aankopen. De basis hiervoor zijn eigentijdse en gevarieerde supermarkten.

### *Vaststelling detailhandelsbeleid*

De Gemeenteraad van de gemeente Sittard-Geleen heeft de Retailstructuurvisie in februari 2008 op een aantal onderdelen gewijzigd vastgesteld. In het besluit zijn onder andere de volgende voorstellen opgenomen voor de inrichting van vooral de dagelijkse sector binnen de hoofdwinkelstructuur in de gemeente:

- Het centrum van Geleen verder ontwikkelen in lijn van de Stadsvisie tot stedelijk servicecentrum.

---

<sup>14</sup> Gemeente Sittard-Geleen, Retailstructuurvisie. Dtnp oktober 2007

- De ontwikkeling van het centrum van Sittard tot recreatief en grootstedelijk winkelcentrum met een bovenregionale uitstraling.
- Streeflocaties voor supermarkten en wijkwinkelcentra zijn:
  - Centrum Geleen
  - Centrum Sittard
  - Fortuna Stadion
  - Centrum Born
  - Zuidhof
  - Bloemenmarkt
  - Munstergeleen
  - Grevenbicht
  - Limbrichterveld
  - Hemelsley/Stadbroek
  - Kemperkoul

De gemeenteraad legt vast dat voor Oud-Geleen de bestaande wijkwinkelvoorzieningen in de huidige omvang behouden dienen te worden.

- Ontwikkeling van detailhandel onder het stadion in de sportbranches (6.000 m<sup>2</sup> wvo) en een grootschalige supermarkt (5.000 m<sup>2</sup> wvo).
- Voor de wijken Sanderbout, Craaveld, Ophoven en Middengebied is een wijkwinkelvoorziening op de Slachthuislocatie wenselijk. In samenhang met eerdere besluitvorming over het Fortunastadion is het hierbij wenselijk dat het voor beide locaties dient te gaan om verplaatsers. Op basis van een distributieplanologisch onderzoek moet aangegeven worden wat de omvang van de wijkwinkelvoorziening op de Slachthuislocatie uiteindelijk kan worden.

Genoemde beleidslijnen impliceren dat meerdere bestaande winkel- c.q. supermarktlocaties niet aangewezen zijn als structuurbepalende locatie voor alledaagse aankopen (dagelijkse sector). Uitbreiding van het winkeloppervlak op deze locaties wordt niet toegestaan en bezien wordt via welke instrumenten reductie van winkels voor alledaagse aankopen kan worden bevorderd. Hierbij gaat het onder meer om de volgende locaties:

- Industriestraat (Jan Linders, Lidl);
- Klijnenlaan (Aldi);
- Bremstraat (C1000);
- Brugstraat (Albert Heijn, Aldi);

#### *Proef actief transformatiebeleid leegstaande winkelpanden aanloopstraten stadscentra*

Zeer recent (begin juni 2012) is de gemeente gestart met een proef om leegstaande winkelpanden een andere functie te geven. Het gaat hierbij met name om panden in aanloopstraten. Er wordt met de eigenaren gesproken en bekeken wordt wat de oorzaken van de leegstand kunnen zijn, wat de functionele mogelijkheden van het pand zijn en welke financiële consequenties een eventuele functieverandering tot

gevolg heeft. Binnen de kern Sittard geldt de proef in eerste instantie voor de kop van de Steenweg en de Stationsstraat.

## 5. FUNCTIONEREN EN MARKTRUIMTE DETAILHANDEL

### 5.1 Huidig functioneren

#### Uitgangspunten

Het economische functioneren is benaderd op basis van de gegevens uit de vraag- en aanbodanalyse en enkele uitgangspunten ten aanzien van de detailhandelsbestedingen en koopstromen. De berekening resulteert in een raming van de behaalde omzet per m<sup>2</sup> wvo (vloerproductiviteit). Dit is een indicator voor het functioneren van het aanwezige winkelaanbod. De volgende uitgangspunten worden gehanteerd:

- *Detailhandelsbestedingen.* Per hoofd van de bevolking bedragen deze landelijk gemiddeld € 2.240,- voor de dagelijkse artikelensector en € 2.580,- voor de niet-dagelijkse artikelensector<sup>15</sup>. Het gaat hierbij om de detailhandelsomzet in de winkels exclusief BTW. Bij een afwijking van het inkomensniveau in een gemeente kleiner of groter dan 5% wordt een correctie toegepast, maar dit is voor de gemeente Sittard-Geleen niet het geval<sup>16</sup>, en dus worden de landelijke gemiddelden aangehouden.
- *Koopstromen.* De aannames voor de koopkrachtbinding en koopkrachttoevloeiing voor de gemeente Sittard-Geleen zijn ingeschat op basis van eerdere rapportages van BRO en andere partijen (o.a. Structuurvisie gemeente Sittard-Geleen uit 2003). De afgelopen jaren hebben zich wel verschuivingen voorgedaan als gevolg van nieuwe winkelinitiatieven en sluitingen, maar naar verwachting gaat het hierbij vooral om verschuivingen binnen de gemeente. Wel is naar verwachting de regiopositie van Sittard-Geleen de afgelopen jaren verminderd. Werd in eerdere rapportages nog uitgegaan van een koopkrachttoevloeiing in de niet-dagelijkse artikelensector op gemeentelijk niveau van 40%, nu wordt voorzichtigheidshalve 35% aangehouden. Voor de huidige marktsituatie is daarom uitgegaan van navolgende koopstroompercentages.

---

<sup>15</sup> Bron: HBD, Omzetkengetallen ten behoeve van ruimtelijk-economisch onderzoek aug. 2011

<sup>16</sup> Bron: CBS, Regionale Inkomensverdeling.

**Tabel 5.1** Inschatting koopstromen dagelijkse en niet- dagelijkse artikelensector gemeente Sittard-Geleen, 2012

Totaal gemeente	Binding <sup>17</sup>		Toevloeiing <sup>18</sup>	
	Dagelijks	Niet dagelijks	Dagelijks	Niet dagelijks
	92%	85%	10%	35%

- *Vloerproductiviteit.* De berekende omzet per m<sup>2</sup> wvo per sector wordt afgezet tegen de landelijke gemiddelden (excl. BTW) zoals gepresenteerd door het HBD<sup>19</sup>

### Functioneren

In navolgende tabel is de berekening van het huidige economisch functioneren van de detailhandel in de gemeente als geheel weergegeven. Voor de dagelijkse artikelensector geldt dat de vloerproductiviteit ruim 11% achter blijft bij het landelijke gemiddelde. Gezien de aard en samenstelling van het aanwezige dagelijkse artikelenaanbod is het landelijke gemiddelde een redelijke norm voor de situatie in Sittard-Geleen. Gezien het huidige functioneren is er theoretisch geen marktruimte voor een toevoeging van nieuwe winkelruimte in deze sector. Gebeurt dit wel, dan is het reëel te veronderstellen dat de nieuwe winkelruimte matig functioneert of dat een uitbreiding negatieve effecten heeft op het functioneren van bestaand winkelaanbod, met eventueel het verdwijnen van bestaand winkelaanbod tot gevolg. Dit laatste hoeft echter niet per se te betekenen dat daarmee de detailhandelsstructuur of de consumentenverzorging in gevaar komt.

**Tabel 5.2** Benadering economisch functioneren detailhandel gemeente Sittard-Geleen 2012

	Dagelijkse artikelen	Niet-dagelijkse artikelen
Aantal Inwoners	94.500	94.500
Bestedingen per hoofd	€ 2.240,-	€ 2.580,-
Bestedingspotentieel (mln.)	€ 211,7	€ 243,8
Koopkrachtbinding (%)	92%	85%
Totaal gebonden bestedingen (in mln.)	€ 194,8	€ 207,2
Koopkrachttoevloeiing (in % best.)	10%	35%
Omzet door toevloeiing (in mln.)	€ 21,6	€ 111,6
Totale besteding (in mln.)	€ 216,4	€ 318,8
<b>Omvang wvo totaal (m<sup>2</sup>)</b>	<b>35.002</b>	<b>156.690</b>
Omzet per m <sup>2</sup> wvo	€ 6.180	€ 2.030,-
Landelijk gemiddelde omzet per m <sup>2</sup> wvo	€ 6.910	€ 1.960,-

<sup>17</sup> Gemiddeld ligt de binding in vergelijkbare woonplaatsen op 92-96% in de dagelijkse en 70-80% in de niet-dagelijkse artikelensector (Bron: Winkelvoorzieningen op waarde geschat, drs. Bolt 2003).

<sup>18</sup> In eerdere rapportages is voor de dagelijkse sector een toevloeiing van 9% aangehouden en voor de niet-dagelijkse sector van 42,5%. Het laatste percentage is naar beneden bijgesteld vanwege de toegenomen concurrentie vanuit omringende grotere winkelsteden als Roermond, Maastricht en Heerlen.

<sup>19</sup> Bron: HBD, Omzet kengetallen ten behoeve van ruimtelijk-economisch onderzoek aug. 2011

Voor de niet-dagelijkse sector geldt dat de theoretisch gerealiseerde omzet per m<sup>2</sup> wvo boven het landelijke gemiddelde ligt. Weliswaar beschikt de gemeente door de aanwezigheid van twee grotere hoofdwinkelcentra over veel winkelaanbod in branches met een relatief hoge vloerproductiviteit (warenhuis, kleding, schoeisel, optiek/juwelier, etc.), maar daar staat tegenover dat er ook sprake is van een ruim (perifeer) aanbod in branches met een relatief lage vloerproductiviteit (wonen, bouwmarkten, tuin, etc.). Per saldo is het landelijke gemiddelde daardoor een goed referentiepunt.

Uitgaande van het landelijke gemiddelde zou er momenteel rekentechnisch een distributieve ruimte voor een uitbreiding van het winkelaanbod in de sector niet-dagelijkse artikelen zijn van ca. 6.000 m<sup>2</sup> wvo.

## 5.2 Toekomstig functioneren

### Uitgangspunten

Het toekomstig functioneren wordt bepaald door enkele trends en ontwikkelingen die hiervoor zijn aangegeven, zoals de bevolkingsontwikkeling en de plannen en initiatieven op het gebied van winkelaanbod in zowel Sittard-Geleen als de omgeving. Met name de laatstgenoemde zaken hebben invloed op de haalbare koopstromen.

- *Bevolkingsontwikkeling.* Uitgegaan wordt van een daling van het inwonertal in de gemeente naar ca. 93.500 ergens in de periode 2015-2020. Tegelijkertijd mag een verdere ontgroening en vergrijzing verwacht worden. Dit laatste heeft een positief effect op de koopstromen (ouderen kopen gemiddeld wat meer dichterbij huis).
- *Bestedingen.* De ontwikkeling van de winkelbestedingen is erg moeilijk te voorspellen. Zeker is dat in de nabije toekomst meer bestedingen via het webwinkelen gedaan zullen worden, maar deels loopt dat ook weer via winkels. Bij een herstel van de economische situatie en de huizenmarkt kunnen de detailhandelsbestedingen weer toenemen. Vanwege deze onzekerheden wordt het huidige niveau gehandhaafd.
- *Koopstromen.* Verwacht mag worden dat de koopkrachtbinding in beide sectoren in bescheiden mate zal toenemen door de ontwikkelingen op het gebied van supermarkten, de realisatie van De Dobbelsteen, realisatie van het sportcluster bij het Fortunastadion, de uitbreiding van Gardenz, etc. Dat zal ook tot meer omzet van buiten de gemeente leiden, met name in de niet-dagelijkse sector. In deze sector gaan we daarom uit van een iets hoger aandeel omzet van buiten, in de andere sector houden we het aandeel gelijk (maar absoluut neemt de toevoeging iets toe).

## Functioneren en uitbreidingsruimte

Tabel 5.3 Benadering economisch functioneren detailhandel gemeente Sittard-Geleen 2015/2020

	Dagelijkse artikelen	Niet-dagelijkse artikelen
Aantal Inwoners	93.500	93.500
Bestedingen per hoofd	€ 2.240,-	€ 2.580,-
Bestedingspotentieel (mln.)	€ 209,4	€ 241,2
Koopkrachtbinding (%)	95%	87,5%
Totaal gebonden bestedingen (in mln.)	€ 199,0	€ 211,1
Koopkrachttoevoeiing (in % best.)	10%	37,5-40%
Omzet door toevoeiing (in mln.)	€ 22,1	€ 126,7-140,7
Totale besteding (in mln.)	€ 221,1	€ 337,8-351,8
<b>Omvang wvo totaal (m<sup>2</sup>)</b>	<b>35.002</b>	<b>156.690</b>
Omzet per m <sup>2</sup> wvo	€ 6.320	€ 2.150- 2.250,-
Landelijk gemiddelde omzet per m <sup>2</sup> wvo	€ 6.910	€ 1.960,-

Uit bovenstaande berekening blijkt dat er in de dagelijkse artikelensector ook in de nabije toekomst geen distributieve ruimte aan te geven is. Dit geldt dus ook voor de supermarkten. Weliswaar zal de Lidl in winkelcentrum Limbrichterveld verdwijnen, maar door onder meer verplaatsingen en uitbreidingen van andere supermarkten zal het aanbod ook weer toenemen.

Voor de niet-dagelijkse sector ligt de situatie anders. Bij een versterking zal de detailhandel meer omzet uit de eigen gemeente en van buiten kunnen trekken. Bij de in de berekening gehanteerde uitgangspunten gaat het om € 337,8 - 351,8 minus 318,8 = € 19,0- 33,0 mln. aan extra omzet. Hiervan is een deel nodig voor het functioneren van de winkels in De Dobbelsteen, maar ook voor de nieuwe winkels in de andere winkelprojecten. De omzetclaim<sup>20</sup> van De Dobbelsteen ramen wij op ca. 9.500 m<sup>2</sup> wvo x € 2.500,- à 2.750,- = ca. € 23,8 a 26,1 mln. Op zichzelf ligt dat binnen de aangegeven bandbreedte en is er dus bijna tot geheel voldoende distributieve ruimte aan te geven voor het detailhandelsprogramma in De Dobbelsteen. Maar ook de andere detailhandelsprojecten zoals op de Stadionlocatie en Gardenz hebben hun omzetclaim. Om te voorkomen dat de verschillende projecten elkaar en andere winkelgebieden gaan 'kannibaliseren' is het noodzakelijk dat ze ieder een specifieke toegevoegde waarde hebben en daardoor complementair zijn aan elkaar en de bestaande winkelgebieden.

### 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

<sup>20</sup> De voor een goed functioneren noodzakelijke omzet.

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.

Als bijvoorbeeld nieuwe winkelontwikkelingen, op een vanuit de structuur gezien goede plek, 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.



## 6. CULTURELE FUNCTIES EN HORECA IN DE DOBBELSTEEN

### 6.1 Algemene trends

#### Bibliotheken

Nederlandse Bibliotheken oriënteren zich op de toekomst, in een tijd waarin onder meer digitale media ook hier grote veranderingen teweegbrengen. Steeds meer bezoekers komen niet om boeken te lenen, maar voor het gebruik van internet en andere vormen van communicatie. De bibliotheek ontwikkelt zich zo tot een ontmoetingsplek waar mensen (jong en oud) elkaar treffen, zonder consumptiedwang. Het is dus een uitermate laagdrempelige vrijetijdsvoorziening. Ervaringen elders leren dat een nieuwe eigentijdse huisvesting en een moderne aanpak een grote groei aan publiek genereert. Voorbeelden zijn de nieuwe, grote Centrale Bibliotheek Amsterdam en de zeer vernieuwende binnenstadsbibliotheken in Delft (DOK) en Almere. Een horecavoorziening versterkt de ontmoetingsfunctie. Er bestaat een synergie met winkelbezoek en een bescheiden relatie met horecabezoek, ook door het relatief grote aantal jeugdige bezoekers.

#### Filmhuizen

Bioscopen en filmtheaters zijn er in alle soorten en maten. Van grote complexen tot filmclubs zonder eigen zaal. Anno 2012 zijn er in Nederland 36 grote en 74 kleinere filmtheaters (veelal filmhuizen genoemd). Filmhuizen richten zich doorgaans op artistieke kwaliteitsfilms. Het publiek is vrij breed, maar gemiddeld hoog opgeleid en jong, al is een opvallende opkomst van bezoekers ouder dan 55 jaar zichtbaar. De doelgroep stelt een hapje vooraf of een drankje achteraf in praktijk zeer op prijs, een film maakt vaak deel uit van een 'avondje uit'. Sterke horeca met een café- of brasserieformule is in filmtheaters vaak zeer succesvol. Combinaties met winkelbezoek worden in praktijk nauwelijks gemaakt, ook doordat films veelal 's avonds worden vertoond.

#### Kunstmusea

Er zijn in Nederland ongeveer 245 kunstmusea, waarvan 80 zich richten op moderne kunst. Kunstmusea behoren tot de meest aansprekende en prestigieuze musea; ze kunnen een plaats toeristisch echt op de kaart zetten. Essentiële voorwaarden zijn een samenhangende collectie, spraakmakende exposities en sterke marketing, liefst in combinatie met een opvallende architectuur en vormgeving van het gebouw. Goede horeca verlengt de bezoekduur en verhoogt de bestedingen. De bezoekersaantallen van de Nederlandse musea schommelen al jaren rond de 22 miljoen per jaar. Frequente bezoekers beschikken meestal over een Museumkaart.

De sector heeft wel zwaar te leiden onder de actuele overheidsbezuinigingen, wat zelfs kan leiden tot sluiting van enige musea.



### Horeca in De Dobbelsteen

Sterke horeca kan de culturele functie van een gebouw enorm versterken. Goede voorbeelden zijn de Verkadefabriek ('s-Hertogenbosch), LUX Nijmegen en Café Ipanema (Bonniefantemuseum Maastricht). Deze zaken hebben een bredere functie dan alleen ten dienste van de cultuurbezoekers. Belangrijk zijn een goede, uitnodigende presentatie, kwaliteit, sfeer, klantgerichtheid en een vleugje eigenzinnigheid. Gezamenlijk arrangementen kunnen horeca en cultuurvoorzieningen veel extra omzet opleveren. Specifiek voor de De Dobbelsteen geldt dat de horeca hier tevens kan profiteren van de passanten van en naar de parkeergarage, de winkelbezoekers, de scholieren en de werkers in het gebied (bijvoorbeeld docenten).



## 6.2 Spin-off De Dobbelsteen

In navolgende matrix hebben we voor de beoogde culturele functies in De Dobbelsteen de belangrijkste kenmerken en randvoorwaarden onder elkaar gezet. Tevens hebben we de bestedingen van de betreffende bezoekers geraamd, uitgaande van ervaringscijfers. We benadrukken dat deze cijfers zijn gebaseerd op diverse onderzoeken. Landelijke kengetallen op dit vlak ontbreken.

	<b>Biblionova</b>	<b>Filmhuis</b>	<b>Museum Het Domein</b>
Omvang	2.500 m <sup>2</sup> bvo	500 m <sup>2</sup> bvo	2.100 m <sup>2</sup> bvo
Bezoekers/jaar	300.000	20.000	20.000
Doelgroepen	Alle leeftijden Veel kinderen	Accent 20-30 jaar 55+ (groeit)	
Bezoektijd	Overdag	's Avonds	Overdag
Randvoorwaarden	Laagdrempelig Uitnodigend Modern Nieuwe media Randactiviteiten Exposities Samenwerking BO	Sterk programma Foyer Comfortstoelen Actieve marketing Goede horeca	Hedendaagse Kunst Onderscheidend Presentatie opvallend Uitnodigend Randactiviteiten Actieve marketing Goede horeca
Referenties (modern, succesvol)	DOK Delft Bibliotheek Almere Centrale Bibliotheek A'dam	Verkadefabriek 's-Hertogenbosch LUX Nijmegen Filmschuur Haarlem	Diverse
Bestedingen per bezoeker detailhandel	2 euro	-	5 euro
Bestedingen per bezoeker Horeca <i>binnen</i> complex	-	3 euro	3 euro
Bestedingen per bezoeker Horeca <i>buiten</i> complex	2 euro	4,50 euro	5 euro
Totale bestedingen detailhandel / jaar Sittard	€ 600.000,-	Geen	€ 100.000,-
<b>Totale bestedingen horeca / jaar Sittard</b>	<b>€ 600.000,-</b>	<b>€ 150.000,-</b>	<b>€ 160.000,-</b>



## BIJLAGE 1: WINKELAANBOD GEMEENTE SITTARD-GELEEN

Gemeente Sittard-Geleen: 94.499 inwoners

Kern Sittard: 48.236 inwoners

Kern Geleen: 32.244 inwoners

<b>Gemeente Sittard-Geleen (94.499 inwoners)</b>			
	Aantal	m <sup>2</sup> wvo	m <sup>2</sup> wvo per 1.000 inwoners
Levensmiddelen	136	30.030	318
Persoonlijke verzorging	36	4.972	53
Dagelijkse artikelen	172	35.002	370
Warenhuis	4	7.637	81
Kleding en mode	138	26.723	283
Schoenen en lederwaren	28	7.030	74
Juwelier en optiek	32	2.142	23
Huishoudelijke en luxe artikelen	19	5.560	59
Antiek en kunst	5	341	4
Sport en spel	25	6.002	64
Hobby	17	2.145	23
Media	16	1.802	19
Dier en plant	37	15.089	160
Bruin- en witgoed	30	3.750	40
Fietsen en autoaccessoires	24	4.678	50
Doe-het-zelf	31	21.198	224
Wonen	83	47.893	507
Detailhandel overig	34	4.700	50
Niet-dagelijkse artikelen	523	156.690	1.658
<b>Totaal detailhandel</b>	<b>695</b>	<b>191.692</b>	<b>2.029</b>

Bron: Locatus peildatum maart 2012, bevolking januari 2011 (Buurtmonitor Sittard-Geleen)

Leegstand: 213 vkp en 45.348 m<sup>2</sup> wvo

	Sittard (48.236 inwoners)			Vergelijkbare plaatsen 30.000 – 50.000 inwoners		
	Aantal	m <sup>2</sup> wvo	m <sup>2</sup> wvo per 1.000 inwoners	Aantal	m <sup>2</sup> wvo	m <sup>2</sup> wvo per 1.000 inwoners
Levensmiddelen	57	13.746	285	63	15.003	311
Persoonlijke verzorging	14	2.148	45	17	2.528	52
Dagelijkse artikelen	71	15.894	330	81	17.531	363
Warenhuis	2	6.040	125	2	2.500	52
Kleding en mode	85	18.873	391	70	12.250	254
Schoenen en lederwaren	18	4.477	93	15	3.424	71
Juwelier en optiek	15	1.085	22	14	963	20
Huishoudelijke en luxe artikelen	10	2.601	54	12	2.480	51
Antiek en kunst	1	60	1	4	462	10
Sport en spel	13	2.362	49	14	4.006	83
Hobby	11	1.574	33	8	923	19
Media	11	1.379	29	10	1.454	30
Dier en plant	9	1.269	26	19	7.731	160
Bruin- en witgoed	17	2.798	58	18	3.035	63
Fietsen en autoaccessoires	10	2.540	53	11	2.001	41
Doe-het-zelf	13	7.752	161	11	10.716	222
Wonen	41	27.007	560	38	25.710	533
Detailhandel overig	13	2.463	51	17	2.963	61
Niet-dagelijkse artikelen	269	82.280	1.706	262	80.618	1.671
<b>Totaal detailhandel</b>	<b>340</b>	<b>98.174</b>	<b>2.035</b>	<b>343</b>	<b>98.148</b>	<b>2.035</b>

Bron: Locatus peildatum maart 2012, bevolking januari 2011 (Buurtmonitor Sittard-Geleen)

Leegstand: 95 vkp en 23.403 m<sup>2</sup> wvo

	Geleen (32.244 inwoners)			Vergelijkbare plaatsen 30.000 – 50.000 inwoners		
	Aantal	m <sup>2</sup> wvo	m <sup>2</sup> wvo per 1.000 inwoners	Aantal	m <sup>2</sup> wvo	m <sup>2</sup> wvo per 1.000 inwo- ners
Levensmiddelen	54	11.581	359	42	10.029	311
Persoonlijke verzorging	14	1.861	58	12	1.690	52
Dagelijkse artikelen	68	13.442	417	54	11.719	363
Warenhuis	1	830	26	1	1.671	52
Kleding en mode	43	7.013	217	47	8.189	254
Schoenen en lederwaren	9	2.508	78	10	2.289	71
Juwelier en optiek	16	1.007	31	9	644	20
Huishoudelijke en luxe artikelen	8	2.581	80	8	1.658	51
Antiek en kunst	2	195	6	2	309	10
Sport en spel	10	1.824	57	9	2.678	83
Hobby	5	546	17	6	617	19
Media	5	423	13	7	972	30
Dier en plant	18	12.354	383	13	5.168	160
Bruin- en witgoed	9	742	23	12	2.029	63
Fietsen en autoaccessoires	8	1.258	39	7	1.338	41
Doe-het-zelf	14	12.738	395	7	7.163	222
Wonen	36	14.666	455	25	17.186	533
Detailhandel overig	18	2.130	66	11	1.980	61
Niet-dagelijkse artikelen	202	60.815	1.886	175	53.890	1.671
<b>Totaal detailhandel</b>	<b>270</b>	<b>74.257</b>	<b>2.303</b>	<b>229</b>	<b>65.609</b>	<b>2.035</b>

Bron: Locatus peildatum maart 2012, bevolking januari 2011 (Buurtmonitor Sittard-Geleen)

Leegstand: 102 vkp en 20.618 m<sup>2</sup> wvo

	Centrum van Sittard			Centrale winkelgebieden in plaatsen met 30.000 à 50.000 inwoners*		
	Aantal	m <sup>2</sup> wvo	Schaal	Aantal	m <sup>2</sup> wvo	Schaal
Levensmiddelen	34	4.599	135	26	5.533	213
Persoonlijke verzorging	9	1.673	186	9	1.632	181
Dagelijkse artikelen	43	6.272	146	35	7.165	205
Warenhuis	2	6.040	3.020	2	2.434	1.217
Kleding en mode	83	18.540	223	58	10.731	185
Schoenen en lederwaren	18	4.477	249	13	3.050	235
Juwelier en optiek	14	1.009	72	12	870	73
Huishoudelijke en luxe artikelen	9	2.376	264	9	2.200	244
Antiek en kunst	1	60	60	2	195	98
Sport en spel	12	2.282	190	9	2.084	232
Hobby	7	1.247	178	5	525	105
Media	11	1.379	125	7	1.097	157
Dier en plant	6	934	156	6	791	132
Bruin- en witgoed	15	1.395	93	12	1.552	129
Fietsen en autoaccessoires	3	414	138	3	622	207
Doe-het-zelf	3	749	250	2	363	182
Wonen	15	1.308	87	11	3.229	294
Detailhandel overig	9	934	104	8	848	106
Niet-dagelijkse artikelen	208	43.144	207	159	30.591	192
<b>Totaal detailhandel</b>	<b>251</b>	<b>49.416</b>	<b>197</b>	<b>194</b>	<b>37.756</b>	<b>195</b>

\* Gewogen naar het inwonertal van de plaats Sittard

Leegstand: 63 verkooppunten en 10.646 m<sup>2</sup> wvo

	Centrum van Geleen			Centrale winkelgebieden in plaatsen met 30.000 à 50.000 inwoners*		
	Aantal	m² wvo	Schaal	Aantal	m² wvo	Schaal
Levensmiddelen	27	5.995	222	18	3.699	206
Persoonlijke verzorging	5	997	199	6	1.091	182
Dagelijkse artikelen	32	6.992	219	24	4.790	200
Warenhuis	1	830	830	1	1.627	1.627
Kleding en mode	40	6.773	169	39	7.173	184
Schoenen en lederwaren	9	2.508	279	9	2.039	227
Juwelier en optiek	13	852	66	8	582	73
Huishoudelijke en luxe artikelen	6	1.525	254	6	1.471	245
Antiek en kunst	-	-	-	1	130	130
Sport en spel	7	1.639	234	6	1.393	232
Hobby	5	546	109	3	351	117
Media	3	315	105	5	734	147
Dier en plant	7	692	99	4	529	132
Bruin- en witgoed	7	670	96	8	1.037	130
Fietsen en autoaccessoires	5	884	177	2	416	208
Doe-het-zelf	5	678	136	1	242	242
Wonen	17	5.793	341	8	2.159	270
Detailhandel overig	9	735	82	5	567	113
Niet-dagelijkse artikelen	134	24.440	182	106	20.450	193
<b>Totaal detailhandel</b>	<b>166</b>	<b>31.432</b>	<b>189</b>	<b>130</b>	<b>25.240</b>	<b>194</b>

\* Gewogen naar het inwonertal van de plaats Geleen

Leegstand 72 verkooppunten en 16.847 m² wvo



## BIJLAGE 2: BENCHMARK FORMULES

MODE&LUXE Formule	Benchmarksteden			Sittard		
	Aantal winkels	M <sup>2</sup> wvo	Gem. M <sup>2</sup> wvo	Aantal winkels	M <sup>2</sup> wvo	Gem. M <sup>2</sup> wvo
ACTION	9	7.044	783	1	650	650
ADAMBRANDSTO	5	882	176			
ALLIAZZO	2	72	36			
AMERICA TODA	6	1.321	220	1	240	240
AMIGO	3	187	62			
ANNAVANTOOR	2	425	213			
ART	4	325	81			
AVANCE SHOE	3	395	132			
AXI SCHOEN	1	171	171			
BALLON LE	3	402	134			
BANDOLERA	9	1.076	120			
BE ONE	2	350	175			
BELLY-B	4	255	64			
BENETTON	2	314	157			
BERSHKA	1	441	441			
BERTUS TEN H	1	299	299			
BIJ BRIGITTE	10	582	58	1	50	50
BITTER	1	73	73			
BJORN BORG	2	243	122			
BLOKKER	14	9.797	700	1	558	558
BLUE32	1	113	113			
BOCOROCCO	1	71	71			
BONITA	7	604	86			
BOVENDEERT	3	546	182			
BRILSERVICE	2	130	65			
BRISTOL	13	15.577	1.198	1	1.115	1.115
BRITAIN	2	463	232			
BURMANN LINN	1	111	111			
C VOGELE	7	4.493	642			
C&A	12	17.782	1.482	1	1.193	1.193
CECIL	6	546	91			
CHASIN	6	635	106	1	60	60
CLAIRES ACC	2	102	51			
CLAUDIA STRA	2	255	128			
COLOURS&BEAU	1	32	32			
COMPANY THE	2	352	176			

MODE&LUXE Formule	Benchmarksteden				Sittard	
	Aantal winkels	M <sup>2</sup> wvo	Gem. M <sup>2</sup> wvo	Aantal winkels	M <sup>2</sup> wvo	Gem. M <sup>2</sup> wvo
COOK&CO	4	599	150	1	210	210
COOL CAT	12	6.012	501	1	460	460
CROCS	1	104	104			
DAL VAN	4	1.152	288			
DE KOFFIE K	1	56	56			
DICAPOLAVORI	1	135	135			
DIDI	15	3.233	216	1	169	169
DILLE&KAMILL	3	741	247			
DOCKERS	1	98	98			
DOLCIS	13	1.689	130	1	124	124
DUIFHUIZEN	4	665	166			
DURLINGER	2	417	209	1	550	550
DUTHLER	9	7.786	865			
ECCO	7	480	69			
ENGELEN	7	1.283	183			
ESPRIT	7	1.752	250	1	544	544
EXPRESSO	3	529	176			
EYES AND MOR	10	668	67	1	78	78
EYEWISH	12	913	76	1	144	144
FIELMANN	1	123	123			
FITZ	1	69	69			
G-STAR RAW	1	188	188			
GARCIA	3	372	124			
GEDDESAND	1	124	124			
GERRY WEBER	4	655	164			
GIMBRERE	1	259	259			
GREVING	2	226	113			
GSUS HEAVENS	1	157	157			
H&M	15	14.752	983	1	670	670
HANS ANDERS	13	991	76	1	63	63
HEMA	13	17.068	1.313	1	1.281	1.281
HENK	3	827	276			
HET HUIS OPT	10	702	70			
HORST TER	3	827	276			
HOUSE OF SH	6	938	156			
HUNKEMOLLER	17	1.946	114	1	140	140
IITTALA	1	96	96			
INTERCITY	1	240	240			
INVITO	4	335	84			
JAC HENSEN	5	3.193	639			

MODE&LUXE Formule	Benchmarksteden			Sittard		
	Aantal winkels	M <sup>2</sup> wvo	Gem. M <sup>2</sup> wvo	Aantal winkels	M <sup>2</sup> wvo	Gem. M <sup>2</sup> wvo
JACK&JONES	15	2.172	145	1	140	140
JAMBELLE	5	268	54			
JANSE MODE	1	47	47			
JEANS CENTRE	15	3.121	208	1	240	240
JONES&JONES	2	150	75			
JUST A JOKE	2	206	103			
KELLYFASHION	4	626	157			
KENNEDY	1	69	69			
KOOISTRA KLD	1	1.034	1.034			
KUCI MUCI	1	45	45			
KYKSHOP	13	4.180	322	1	250	250
LADY STING	1	289	289			
LAKE SIDE	3	414	138			
LEADS	2	813	407			
LEEMANS	2	431	216			
LEVISSTORE	1	84	84			
LIEF!	1	150	150			
LIGNA LA	7	552	79			
LIN O LUX	5	617	123			
LINCHÉRIE	5	518	104			
LINDESSA	2	259	130			
LIVERA	12	1.863	155	1	158	158
LUCARDI	12	888	74	1	59	59
MANFIELD	11	1.100	100	1	84	84
MANGO	5	1.096	219			
MANOFTHEWORL	1	127	127			
MARSKRAMER	4	1.062	266			
MBT STORE	1	70	70			
MCGREGOR	1	120	120			
MEN AT WORK	7	1.741	249	1	240	240
MEXX	5	1.624	325	1	225	225
MEXX KIDS	1	125	125	1	107	107
MISS ETAM	16	5.720	358	2	395	198
MS MODE	13	2.445	188	1	150	150
MUNNICHS	2	216	108	1	84	84
NAME IT	1	81	81			
NELSON	2	458	229			
NEWYORKER	5	4.288	858			
NOA NOA	4	429	107			
NOPPIES	1	56	56			

MODE&LUXE Formule	Benchmarksteden				Sittard	
	Aantal winkels	M <sup>2</sup> wvo	Gem. M <sup>2</sup> wvo	Aantal winkels	M <sup>2</sup> wvo	Gem. M <sup>2</sup> wvo
NTS STORE	1	108	108			
O MODA	1	315	315			
OKAIDI	2	256	128			
OKAY F&J	3	1.119	373			
ONLY	11	1.267	115	1	87	87
ONLY FOR MEN	1	385	385			
OPEN32	9	2.712	301			
OS VAN LEDER	1	120	120			
PANDORA	1	45	45			
PARIS2DAY	3	450	150			
PAUW	1	95	95			
PEARLE	13	1.116	86	1	75	75
PICO BELLO K	1	120	120			
PIECES	6	523	87			
PIET KERKHOF	1	1.588	1.588			
PIET ZOOMERS	2	1.870	935			
PLUYM VD	1	153	153			
POCO LOCO	2	159	80			
PRIMARK	2	8.125	4.063			
PROMISS	11	2.316	211	1	240	240
PURDEY	4	474	119			
QINN	1	149	149			
RIVERWOODS	3	318	106			
RODE WINKEL	1	117	117			
S OLIVER	1	336	336	1	260	260
SACHA SHOES	7	563	80			
SAINT TROPEZ	3	275	92			
SANDWICH	3	419	140			
SCAPA FASH	1	78	78			
SCAPINO	12	11.384	949	1	760	760
SCHOENENREUS	13	4.568	351	1	381	381
SCHUURMAN	7	3.018	431			
SCORE	11	1.454	132	1	94	94
SETPOINT	8	899	112			
SHOE OUTLET	2	409	205			
SHOEBY	2	427	214			
SHOETIME	2	560	280	1	205	205
SIEBEL	5	410	82			
SISSY-BOY	1	187	187			
SIX SHOP	5	229	46			

MODE&LUXE Formule	Benchmarksteden				Sittard	
	Aantal winkels	M <sup>2</sup> wvo	Gem. M <sup>2</sup> wvo	Aantal winkels	M <sup>2</sup> wvo	Gem. M <sup>2</sup> wvo
SKOOTER	2	359	180			
SOCIETY	1	151	151			
SOLA FABRIEK	2	141	71			
SPECSAVERS	13	1.074	83			
STATE OF ART	2	282	141	1	215	215
STEPPIN OUT	1	90	90			
STEPS	13	2.096	161	1	125	125
STREET ONE	8	809	101			
SUITSUPPLY	2	520	260			
SUPERSTAR	10	1.435	144	1	166	166
TAFT SCHOEN	2	309	155			
TAKKO FASH	9	3.631	403	1	440	440
TALLY WEIJL	3	346	115			
TAMARIS	2	219	110			
TANGOSHOES	2	154	77			
TENDER	1	203	203			
TERSTAL	1	230	230			
THE STING	12	12.743	1.062			
TOM HILFIGER	1	96	96			
TOM TAILOR	2	269	135			
TOPMERK	5	2.564	513			
TUUNTE FASH	1	360	360			
UFFELEN V	1	626	626			
ULLA POPKEN	11	1.986	181	1	165	165
UNICEF	2	65	33			
V&DWARENHUIS	13	54.781	4.214	1	4.759	4.759
VAN DALEN	3	242	81			
VAN HAREN	13	4.043	311	1	300	300
VANILIA	1	224	224			
VD VEN FASH	1	240	240			
VERO MODA	16	2.999	187	1	110	110
VILA CLOTHES	4	492	123			
VUUREN VAN	2	319	160			
WE MEN	4	1.074	269			
WE STORE	10	4.688	469			
WE WOMEN	2	452	226			
WENNEKES	2	267	134			
WERELDWINKEL	12	678	57	1	75	75
WIBRA	12	5.127	427	1	340	340
WITTEVEEN	9	1.060	118	1	125	125

MODE&LUXE	Benchmarksteden					Sittard
	Aantal winkels	M <sup>2</sup> wvo	Gem. M <sup>2</sup> wvo	Aantal winkels	M <sup>2</sup> wvo	Gem. M <sup>2</sup> wvo
WOLKY SHOP	3	196	65			
WONDER WOMAN	2	325	163			
XENOS	13	7.548	581	1	500	500
Z AND CO	1	90	90			
ZARA	2	1.924	962			
ZAZA	3	863	288			
ZEEMAN	11	2.955	269	1	224	224
ZIENGs	11	2.351	214			

VRJE TIJD	Benchmarksteden					Sittard
	Aantal winkels	M <sup>2</sup> wvo	Gem. M <sup>2</sup> wvo	Aantal winkels	M <sup>2</sup> wvo	Gem. M <sup>2</sup> wvo
AKO	3	232	77			
AKTIE SPORT	14	2.262	162	1	169	169
ANWB	13	2.862	220	1	140	140
BART SMIT	10	4.187	419	1	314	314
BEVER ZWERFS	4	2.779	695			
BOEKENPARTNE	1	147	147			
BOEKENVOORD	11	1.211	110	1	185	185
BRUNA	9	1.652	184	1	144	144
CARTRIWORLD	1	20	20			
COACH SPORT	6	547	91	1	51	51
COMBI FOTO	3	399	133			
DE SLEGTE	1	659	659			
E PLAZA	4	281	70			
EXPO	10	1.307	131			
FOOT LOCKER	4	317	79			
FREE RECORD	12	1.522	127	1	119	119
FRONT RUNNER	1	78	78			
GAME MANIA	6	759	127	1	150	150
INKSTATION	4	167	42			
INTERSPORT	8	4.108	514	1	450	450
INTERTOYS	13	4.128	318	1	351	351
KINDERBOEKW	2	320	160			
LEEST V	1	150	150			
LIBRIS	1	270	270			
MUSIC STORE	1	92	92			
NEDGAME	1	85	85			
OFFICE 1	1	54	54			

VRIJE TIJD Formule	Benchmarksteden			Sittard		
	Aantal winkels	M <sup>2</sup> wvo	Gem. M <sup>2</sup> wvo	Aantal winkels	M <sup>2</sup> wvo	Gem. M <sup>2</sup> wvo
PERRY SPORT	12	8.606	717			
PIPOOS	8	1.672	209			
PLANTAGE B&M	2	610	305			
PLATO	2	179	90			
PRO SPORT	4	232	58			
READ SHOP	2	117	59			
RINGFOTO	3	337	112			
RUN2DAY	5	585	117			
RUNNERSWORLD	3	315	105			
SIDESTEP	1	84	84			
SIKKES JAN	2	1.238	619			
SNEAKERS	6	303	51			
SPORT 2000	7	2.972	425			
SPORT INN	1	54	54			
THUISKANTOOR	1	177	177			
TIMEOUTSPORT	3	500	167			
TOP 1 TOYS	2	814	407			
TOY CHAMP	1	1.243	1.243			
TOYS XL	1	1.631	1.631			
VELVETMUSIC	2	204	102			
VERSCHOORE	1	75	75			
WINTER GEBR	1	154	154			
ZWARTESCHAAP	1	45	45			

BRUIN/WITGOED Formule	Benchmarksteden			Sittard		
	Aantal winkels	M <sup>2</sup> wvo	Gem. M <sup>2</sup> wvo	Aantal winkels	M <sup>2</sup> wvo	Gem. M <sup>2</sup> wvo
APPLE PREM R	12	1.101	92	1	210	210
BCC	4	5.125	1.281			
BELCOMPANY	15	753	50	1	40	40
BLOCK	2	775	388			
COMPUTERLAND	2	170	85			
DIXONS	15	2.190	146	2	320	160
DYNABYTE	9	1.587	176			
EP	1	237	237			
EXPERT	4	1.920	480			
GSM-SHOP	2	55	28			
HANDYMAN	9	404	45	1	80	80
HARENSE SMID	3	2.077	692			

BRUIN/WITGOED Formule	Benchmarksteden				Sittard	
	Aantal winkels	M <sup>2</sup> wvo	Gem. M <sup>2</sup> wvo	Aantal winkels	M <sup>2</sup> wvo	Gem. M <sup>2</sup> wvo
HI	7	306	44			
KPN STORE	13	1.177	91	1	73	73
MAXWELL	2	545	273	1	230	230
MEDIA MARKT	3	9.401	3.134			
MIKRO ELEKTR	1	736	736			
MYCOM	4	648	162			
ONDERDELENSP	3	242	81			
ONE MOBILITY	1	35	35			
OPTIE 1	2	163	82			
PARADIGIT	4	613	153			
PHONE HOUSE	13	735	57	1	50	50
PLENTYPARTS	5	1.122	224			
RITEL	1	115	115			
SATURN	3	9.195	3.065			
SCHEER&FOPPE	7	2.735	391			
TELECOMBIN	1	30	30			
TELEFOONKOPE	5	213	43			
TELFORT	6	287	48	1	35	35
TMOBILE	13	874	67	1	72	72
VOBIS	1	158	158			
VODAFONE	12	704	59	1	65	65
WELCOM BIJ	1	40	40			



