

Retail Cluster Eijsden

Een haalbaarheidsstudie

Definitief rapport

Opdrachtgever: Wyckerveste Adviseurs BV

ECORYS Nederland BV

Ir. J.B.Stek

i.s.m. drs. T.Hooft (Bureau Stedelijke Planning)

Rotterdam, 04 november 2010

ECORYS Nederland BV

Postbus 4175

3006 AD Rotterdam

Watermanweg 44

3067 GG Rotterdam

T 010 453 88 00

F 010 453 07 68

E netherlands@ecorys.com

W www.ecorys.nl

K.v.K. nr. 24316726

ECORYS Vastgoed

T 010 453 8

F 010 453 85 88

Inhoudsopgave

1 Inleiding	5
1.1 Aanleiding	5
1.2 Doel, context en onderzoeksvragen	5
1.3 Plan van aanpak	6
2 Uitgangspunten	7
2.1 Plan PDV/GDV-cluster Eijsden	7
2.2 Ontwikkelingen PDV/GDV-clusters in Nederland	9
2.3 De vraagzijde van de markt	12
2.4 De aanbodzijde van de markt	19
2.5 De locatie GDV/PDV cluster Eijsden	24
3 Berekening van de ruimtebehoefte	29
3.1 Vergelijkingen winkeldichtheden	29
3.2 Distributie-planologische benadering	30
3.3 Confrontatie vraag en aanbod	31
4 Visie op de PDV/GDV-structuur Maastricht	33
4.1 Effecten komst Retail Cluster Eijsden op kernwinkelgebied Eijsden	35
5 Uitwerking concept Retail Cluster Eijsden	37
5.1 Kritische succesfactoren	37
5.2 Concept Retail Cluster Eijsden	40
Bijlage 1: Referentieprojecten	43
Retailpark Roermond	44
Parkstad Limburg Stadion	46
Leeuwarden, de Centrale	48
Hengelo, Plein Westermaat	50
Bijlage 2: Kwalitatieve en kwantitatieve effecten	53

1 Inleiding

1.1 Aanleiding

Wyckerveste Adviseurs BV ontwikkelt een PDV-cluster in Gronsveld in de gemeente Eijsden. Voor een eerste ontwikkeling heeft de gemeente Eijsden inmiddels een bestemmingsplan in procedure gebracht. Deze eerste ontwikkeling betreft een hotel met aansluitend leisure en PDV/GDV cluster. Het PDV/GDV cluster zal een omvang van circa 9.000 m² bvo hebben. Wyckerveste heeft de mogelijkheid om direct aangrenzend aan deze ontwikkellocatie grondposities te verwerven. Daarmee zou een cluster ontwikkeld kunnen worden met een omvang van ca. 7 hectare waarop ca. 50.000 m² ontwikkeld zou kunnen worden. Voor de invulling hiervan zijn reeds kandidaat-huurdere in beeld, waaronder mogelijk een Hornbach en/of Intratuin.

In het offerteverzoek is de bestuurlijke standpuntbepaling als volgt weergegeven:

Indien uit het onderzoek duidelijk zal blijken dat vestiging van GDV in Eijsden een meerwaarde heeft voor de regio en dus ook regionale functies zal herbergen en deze GDV-ers geen afbreuk doen aan het detailhandelsniveau binnen de gemeente Maastricht en binnen de gemeente Eijsden, dan zullen zowel de gemeente Maastricht als de gemeente Eijsden de vestigingsvoorkeur van de markt respecteren.

1.2 Doel, context en onderzoeksvragen

Doel van het onderzoek is te kunnen komen tot afgewogen bestuurlijke besluitvorming betreffende de ontwikkeling van een PDV/GDV-cluster in het zuiden van Maastricht. Daarbij wordt gevraagd inzicht te geven in de aanwezige marktruimte voor de voorgestane ontwikkeling en inzicht in de locatie-afweging. De vraagstelling kan als volgt geformuleerd worden:

Het uitvoeren van een markttoets naar de haalbaarheid van het plan in de sector grootschalige, perifere detailhandel met als zoekgebied de locatie te Eijsden volgens bijlage (het plan) en een locatie binnen de stadsgrenzen van de gemeente Maastricht, i.c. Bedrijfsterrein Eijsden / Maastricht, met de Köbbesweg als as.

Onderzoeksvragen

In de haalbaarheidsstudie dienen in ieder geval de volgende onderwerpen aan de orde te komen:

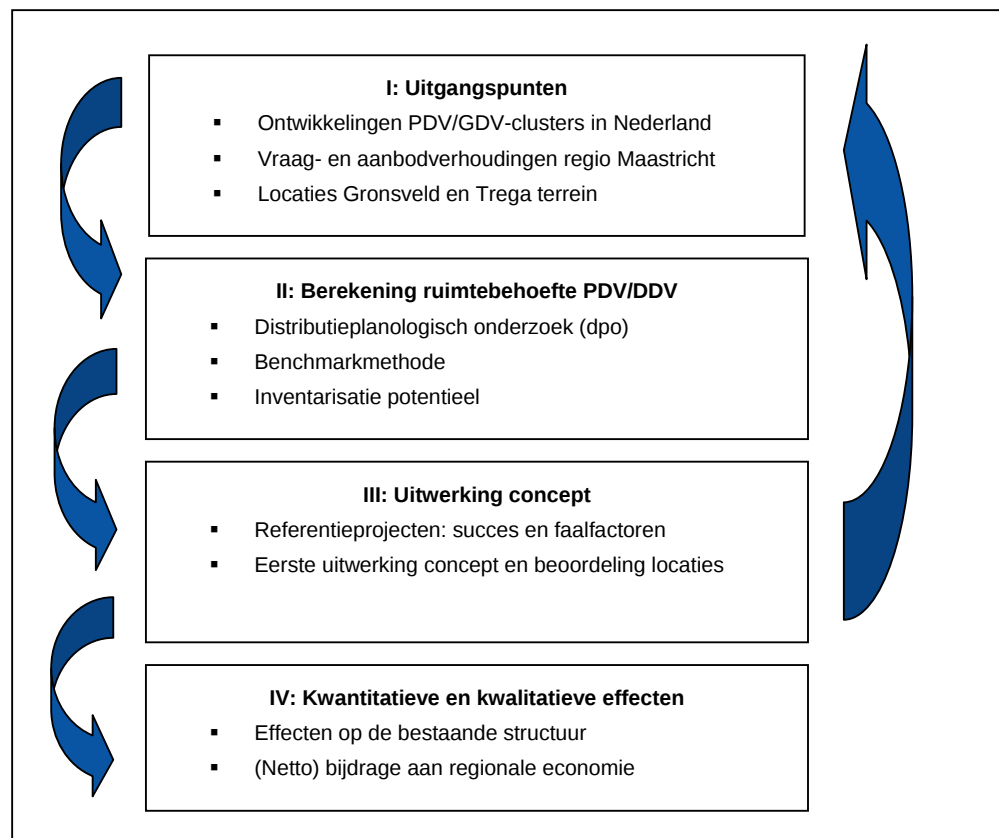
- Onderzoek naar de kwantitatieve ruimtebehoefte in vierkante meters WVO en BVO voor de vestiging van vormen van GDV/PDV-branches in de regio Maastricht.
- Een locatie-afweging vanuit marktperspectief op te stellen van de locatie in Gronsveld en een locatie op bedrijventerrein Maastricht Eijsden in de gemeente Maastricht.

Tevens dienen in dit kader de gevolgen voor het bestaande winkelapparaat in Maastricht en Eijsden in kaart te worden gebracht.

1.3 Plan van aanpak

In onderstaande figuur is het Plan van Aanpak schematisch weergegeven.

Figuur 1.1 Schematische weergave Plan van Aanpak



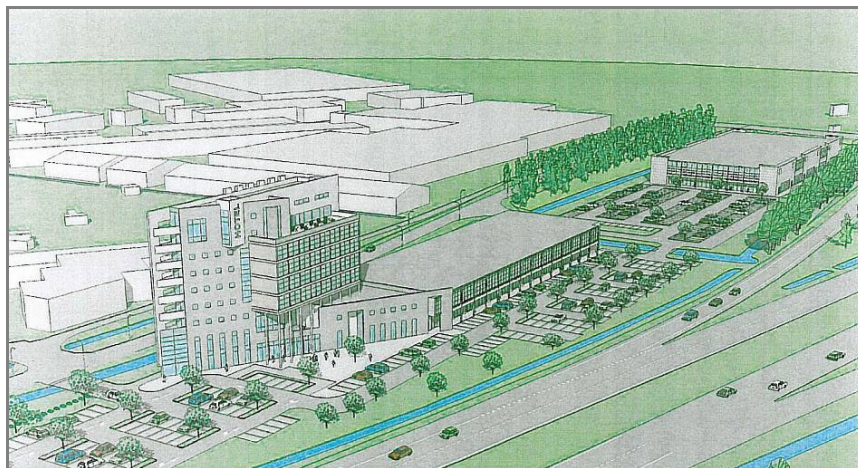
2 Uitgangspunten

2.1 Plan PDV/GDV-cluster Eijsden

2.1.1 Fase 1

Deze eerste fase van de ontwikkeling betreft een hotel met aansluitend leisure en PDV/GDV cluster. Het PDV/GDV cluster (fase 1) zal een omvang van circa 9.000 m² bvo hebben. Twee potentiële huurder voor de locatie zijn Decathlon en Saturn welke beide 4.000 m² wvo willen huren. In de rapportage wordt ingegaan op de haalbaarheid van deze twee winkels op de locatie Gronsveld. Het huidige initiatief is gericht op grootschalige aanbieders zoals de Saturn en Decathlon.

Figuur 2.1 Fase 1 ontwikkeling Wyckerveste

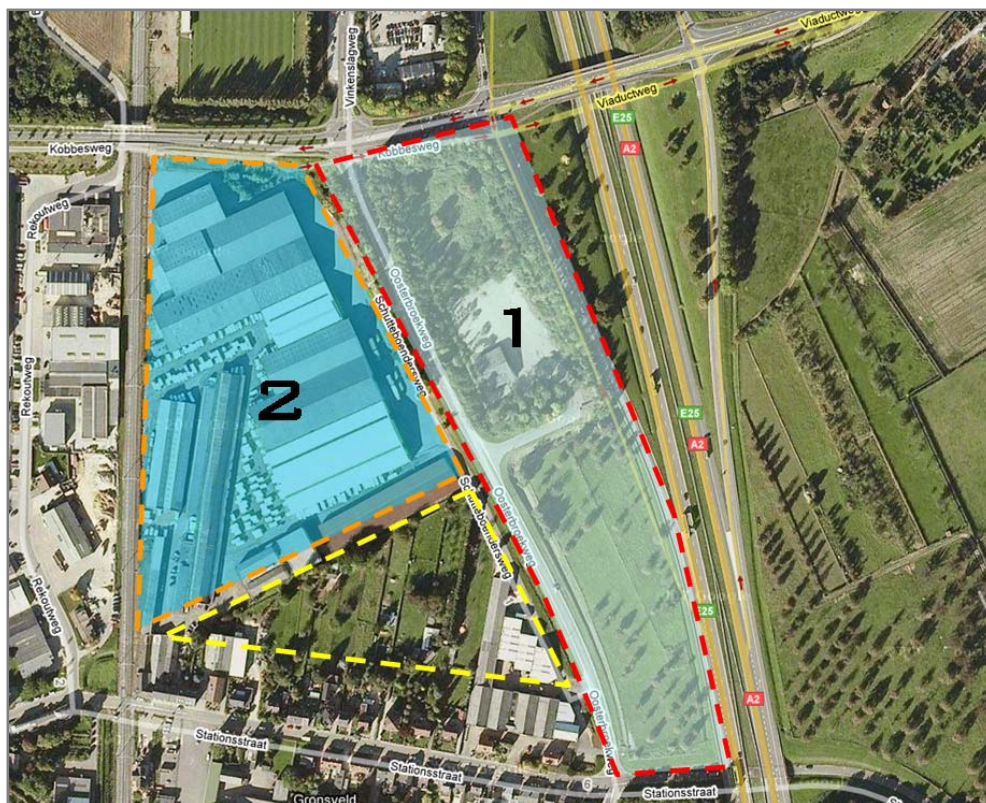


Bron: Wyckerveste Adviseurs BV.

2.1.2 Fase 2

Figuur 2.2 laat de locaties zien van de verschillende fases voor het ontwikkelingsplan van het PDV/GDV cluster in Eijsden. Het gearceerde deel met nummer 2 is het gebied voor de tweede fase van het project. Vanwege de lange looptijd en onzekerheid van de grootschalige en perifere detailhandelsinitiatieven in Maastricht zijn veel retailers geïnteresseerd in de locatie aan de A2. Daarbij speelt mee dat de locatie vanuit Maastricht snel en tevens makkelijk te bereiken is. Met de ontwikkeling van het tweede deel is een brutovloeroppervlak beoogd van circa 38.000 m². Een aanzienlijk deel van dit brutovloeroppervlak is gereserveerd voor een nieuwe Hornbach vestiging van 18.000 m². Het overige winkelvloeroppervlak is bestemd voor andere grootschalige winkeliniciatieven met een solitaire trekkracht op de consument.

Figuur 2.2 Verschillende fases PDV/GDV cluster Eijsden



Bron: Wyckerveste Adviseurs BV, Google Maps, bewerking ECORYS.

2.1.3 Fase 3

Naast het harde ontwikkelingsplan in fase 1 en het initiatief voor fase 2 kan overwogen worden om het gebied dat met geel gearceerd is te ontwikkelen. Gedacht kan worden aan de vestiging van een andere grootschalige retailer met een eigen trekkracht welke complementair is aan het bestaande aanbod, zoals een tuincentrum. De komst van een tuincentrum zou de bewoners in de aangrenzende tuinen tevens een groene erf afscheiding moeten kunnen garanderen.

2.2 Ontwikkelingen PDV/GDV-clusters in Nederland

2.2.1 Marktontwikkelingen

De detailhandelsmarkt wordt gekenmerkt door een grote dynamiek. Ontwikkelingen volgen elkaar zowel aan de aanbodzijde (retailers) als de vraagzijde (consumenten) snel op. Schaalvergroting en branchevervaging zijn in deze context belangrijke factoren, evenals het toenemende belang van leisure-elementen in retailconcepten en de verder gaande digitalisering. Hieronder worden de belangrijkste trends op een rijtje gezet. De trends en ontwikkelingen zijn onderverdeeld naar vraagtrends en aanbodtrends.

Vraagtrends (consumententrends)

- Voorbeelden van consumententrends: gezellig thuis, zoeken naar geestverwanten, vermaak, avontuur en sensatie, genieten, spiritualiteit, onderscheidend vermogen, emancipatie, aannemen van verschillende rollen, kwaliteit van het leven, beter leven, verjongen en gezondheid.
- Voor voorzieningencentra is de hang van de consument naar ervaringen een zeer belangrijke trend. Men wil elke keer opnieuw worden verrast en als het niet dichtbij kan dan is men wel bereid om een eind te rijden.
- Een steeds groter deel van onze inkomens besteden we aan vrijetijd, terwijl de bestedingen aan detailhandel relatief afnemen. De welvaart is de afgelopen 20 jaar ook flink gestegen. Gemiddeld steeg de binnenlandse consumptie met ruim 48 %.
- Verhoging van de welvaart leidt tot nieuwe behoeften, gericht op zelfontplooiing, gevoel voor eigenwaarde, kwaliteit van het leven et cetera.

Aanbodtrends (branchetrends)

- *Schaalvergroting* op verschillende locaties.
- *Schaalverkleining* treedt op door centralisatie- en specialisatietendensen.
- *Parallellisatie en specialisatie* leiden tot nieuwe aanbodvormen, zoals superspecialzaken en winkels met zeer brede en diepe assortimenten.
- Opkomst van *nieuwe typen winkelcentra*, zoals themacentra, Factory Outlet Centra en traffic locaties.
- *Branchevervaging*. Winkels verkopen in toenemende mate branchevreemde producten.
- *Brancheverruiming*. Op veel locaties in de periferie is tegenwoordig veel aanbod te vinden dat buiten de traditionele PDV-branches valt. Voorbeelden zijn winkels in bruin- en witgoed en sportzaken.
- *Integratie van functies*. Detailhandelsformules waarin combinaties van functies plaatsvinden, richten zich op het verlengen van de verblijfsduur en het realiseren van meer toegevoegde waarde in het aangeboden winkelconcept.
- *Non-store retailing* (voornamelijk via internet) zal de komende jaren blijven groeien.
- *Digitalisering* dringt steeds verder door in de retail. Zo zijn er winkels waar de producten via grote LCD schermen kunnen worden opgevraagd om te passen. Ook speelt ‘narrowcasting’ en steeds belangrijkere rol in winkels.
- Een toenemende *internationalisering* is zichtbaar.
- *Professionalisering* van retail.

PDV: Doe-het-zelf, Plant & Dier (Tuincentra), wonen

- *Schaalvergroting.* Bouwmarkten zijn geprofessionaliseerd en er is sprake van een verdringingsmarkt. Ook in de branche Plant & Dier (Tuincentra) is schaalvergroting steeds meer zichtbaar. Ditzelfde geldt voor de branche wonen, waarbij de afgelopen jaren zich een sterke daling in de bestedingen heeft voorgedaan vanwege de economische teruggang. Dit zijn echter uitgestelde bestedingen die bij economische groei vaak weer aantrekken.
- *Brancheverruiming.* Op veel locaties in de periferie is tegenwoordig veel aanbod te vinden dat buiten de traditionele PDV-branches valt. Voorbeelden zijn winkels in bruin- en witgoed en sportzaken.
- *Verdieping en verbreding van het assortiment.* Er worden ook steeds meer ‘merkartikelen’ verkocht, zoals behang van de Esprit, raamdecoratie van Jan de Bouvrie en dergelijke.
- *Kwaliteit.* Steeds meer aandacht voor uitstraling en inrichting.
- *Branchevervaging.* Mede als gevolg van een verdieping en verbreding van het assortiment.

PDV plus:

Mede onder invloed van de 5e nota/Nota Ruimte, zijn er het laatste jaar nieuwe ontwikkelingen te constateren op het vlak van branchering. Geconcludeerd kan worden dat met de nota Ruimte de rijksoverheid de trend naar een liberaler vestigingsbeleid doorzet. De brancheringsrestricties worden verruimd zodat er een ruimer aanbod kan ontstaan. Tot de PDV plus branches worden in veel gevallen de branches automaterialen en rijwielen, verlichting, babywoonwarenhuis en outdoorartikelen gerekend. Branches die ook steeds vaker op perifere clusters zijn te vinden zijn Sport & Spel, Bruin- & Witgoed en Huishoudelijke artikelen. Als gevolg van het liberale beleid lijkt een nieuwe generatie PDV te ontstaan. Hiermee is het verschil tussen PDV en GDV aan het verdwijnen. Recente voorbeelden van deze nieuwe 5e generatie zijn het Retail Park in Roermond, het Parkstad Limburg Stadion, de Maxis in Muiden en Westermaat in Hengelo.

2.2.2 Beleidsontwikkelingen

Nieuw detailhandelsbeleid: Nota Ruimte

Recentelijk is de Nota Ruimte vastgesteld, waarin het kabinet haar visie geeft op de ruimtelijke ontwikkeling van Nederland. Het kabinet gaat hierbij uit van een dynamisch, op ontwikkeling gericht ruimtelijk beleid en een heldere verdeling van verantwoordelijkheden tussen het rijk en de decentrale overheid. Centraal staan hierbij de begrippen ontwikkelingsplanologie (vergroten van ontwikkelingskracht), decentralisatie, deregulering en uitvoeringsgerichtheid. Het tot nu toe gehanteerde PDV/GDV-beleid is hierbij in zijn huidige vorm komen te vervallen. Volgens de Nota dienen de provincies gezamenlijke richtlijnen op te stellen met betrekking tot de branchebeperking voor perifere detailhandel. Uitgangspunt van de nota is een integraal locatiebeleid voor bedrijven en voorzieningen. Doel van het locatiebeleid is een goede plaats aan ieder bedrijf te bieden, zodat een optimale bijdrage wordt geleverd aan de versterking van de kracht van steden en dorpen. Andere doelstellingen zijn:

- **Economische ontwikkelingsmogelijkheden:** het bieden van voldoende geschikte vestigingsplaatsen voor bedrijvigheid en voorzieningen.
- **Bereikbaarheid:** het optimaal gebruik van alle vervoersmogelijkheden voor personen en goederen over de weg, het spoor en het water.

- **Leefbaarheid:** kwaliteit en variatie in vestigingsplaatsen voor alle stedelijke activiteiten, functiemenging en kwaliteit van de leefomgeving (veiligheid, emissies en geluid).

Essentieel hierbij is dat:

- Bestaande en nieuwe bedrijven en voorzieningen die uit het oogpunt van veiligheid, hinder en verkeersaantrekkende werking niet inpasbaar zijn in of nabij woonbebouwing, ruimte wordt geboden op specifiek daarvoor te bestemmen (bedrijven)terreinen.
- Aan nieuwe en ook bestaande bedrijven en voorzieningen met omvangrijke goederenstromen en/of omvangrijke verkeersaantrekkende werking ruimte wordt geboden op locaties met een goede aansluiting op (bestaande) verkeers- en vervoersverbindingen van bij voorkeur verschillende modaliteiten (multimodale ontsluiting).

In de uitwerking hiervan passen ruimte- en bezoekersintensieve kantoren, winkels en andere voorzieningen bij uitstek in goed en veelzijdig bereikbare centra, waar ruimte is voor wonen, werken, winkelen en voorzieningen. Op specifiek daarvoor bestemde bedrijfslocaties zijn vooral bedrijven en voorzieningen gevestigd, die door hun aard niet inpasbaar zijn in centra of wijken. Het is zaak te zorgen dat er ruimte beschikbaar blijft voor dit soort activiteiten, aldus de Nota Ruimte.

Provinciaal PDV / GDV beleid

In het Provinciaal Omgevingsplan Limburg (POL) wordt het provinciaal beleid ten aanzien van onder meer detailhandel op hoofdlijnen verwoord. De belangrijkste uitgangspunten zijn:

- Versnippering van detailhandel op te veel locaties moet worden voorkomen;
- Stadsregio's en gemeenten moeten voorzichtig omgaan met uitbreiding van detailhandel. Het accent moet liggen op kwaliteitsverbetering en structuurversterking;
- Nieuwe ontwikkelingen kunnen met name mogelijk worden gemaakt door herschikking van het aanbod en eventueel in combinatie met sanering;
- Er dient een goede balans te zijn tussen binnenstedelijke detailhandelsvoorzieningen, de verzorgingsstructuur op wijk- en buurtniveau en grootschalige detailhandelsvoorzieningen;
- Het Provinciaal Omgevingsplan Limburg is een ontwikkelingsgericht plan. Dynamiek mag echter niet leiden tot structurele leegstand in stedelijke centrumgebieden;
- Eén van de uitgangspunten is het behoud en de verbetering van de vitaliteit van binnensteden;
- Echter, ook op het platteland moet ruimte zijn voor nieuwe ontwikkelingen;
- Ruimtelijke concentratie van voorzieningen in kernen en op wijk- en buurtniveau is één van de uitgangspunten;
- Alle kernen in de provincie Maastricht kunnen ruimte bieden aan kleinschalige detailhandelsontwikkelingen (winkels tot 1.000 m²) met een lokaal of regionaal verzorgende functie. Supermarkten mogen, indien ruimtelijk inpasbaar, eventueel een grotere omvang aannemen;

- Vestiging van nieuwe grootschalige functies op het gebied van detailhandel en grote stedelijke recreatieve op stedelijke dienstenterreinen dient zorgvuldig te worden afgewogen. Economische effectrapportages zijn dan vereist.

Detailhandelsbeleid gemeente Maastricht

Momenteel wordt door de gemeente Maastricht gewerkt aan het opstellen van een nieuwe detailhandelsnota. Deze nota zal de vigerende nota uit 2000 vervangen.

Detailhandelsbeleid gemeente Eijsden

In het onderzoek van BRO uit 2008 'Centrumplan Eijsden, distributieplanologisch onderzoek' wordt ingegaan op de positie van het kernwinkelgebied. Daarbij wordt geen aandacht besteed aan detailhandelsfuncties in de PDV/GDV sfeer.

In een aparte notitie over supermarktontwikkelingen in Eijsden wordt geconcludeerd dat de komst van een megasupermarkt distributief niet verantwoord is en dat de komst van een megasupermarkt op de locatie Gronsveld een bedreiging vormt voor de realisatie van het Centrumplan in Eijsden.

2.3 De vraagzijde van de markt

In deze paragraaf wordt het verzorgingsgebied van het te ontwikkelen cluster besproken. Successievelijk zal worden ingegaan op het Nederlandse en Belgische deel van het verzorgingsgebied. Dit onderscheid wordt gemaakt omdat bij de analyse van het aanbod en de berekening van de distributieve ruimte een focus op Nederland wordt gelegd.

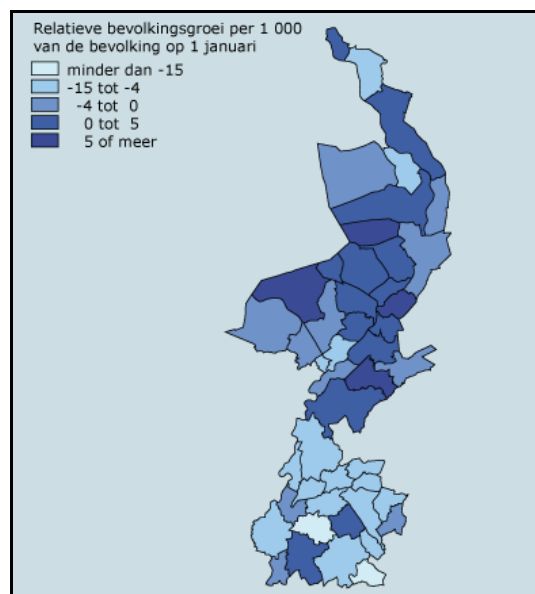
Tabel 2.1 Bevolkingskenmerken verzorgingsgebied Nederland

Gemeente	Auto minuten	Afstand in km	Inw. 2008	Inw. 2015	Inw. 2025	Groei/krimp 2008-2015	Groei/krimp 2008-2025
Eijsden	9	6,3	11.483	10.762	9.815	-7%	-17%
Maastricht	12	7,1	118.022	114.499	110.521	-3%	-7%
Meerssen	15	11	19.756	18.768	18.090	-5%	-9%
Beek	16	18,5	16.690	15.933	15.214	-5%	-10%
Valkenburg a/d Geul	16	16,5	17.101	16.221	14.985	-5%	-14%
Margraten	17	12,7	13.542	12.287	11.198	-10%	-21%
Voerendaal	19	23,4	12.763	12.351	12.328	-3%	-4%
Nuth	20	22,3	15.853	15.188	15.349	-4%	-3%
Stein	20	20,9	26.078	24.875	23.206	-5%	-12%
Heerlen	21	27,2	89.633	86.683	82.311	-3%	-9%
Schinnen	22	28	13.396	13.035	12.440	-3%	-8%
Simpelveld	23	34	11.226	10.718	10.482	-5%	-7%
Sittard Geleen	25	28,8	95.675	94.253	90.157	-2%	-6%
Echt Susteren	27	38,1	32.169	31.105	29.452	-3%	-9%
Gulpen Wittem	29	20	14.723	13.704	12.135	-7%	-21%
Kerkrade	29	35,2	48.271	47.016	44.410	-3%	-9%
Maasgouw	29	42,8	24.566	22.640	21.200	-9%	-16%
Totaal			580.947	560.038	533.293	-4%	-9%
Nederland			16.377.048	16.595.318	16.882.447	1%	3%

Bronnen: CBS, ANWB Routeplanner. Bewerking ECORYS

De verwachte daling van de bevolking in het verzorgingsgebied wordt in onderstaande kaart ruimtelijk weergegeven. Duidelijk is de concentratie van de krimp in het zuidelijk deel van de provincie Limburg.

Kaart 2.2 Relatieve bevolkingsgroei Limburg per gemeente, 2005



Verder laat onderstaande tabel zien dat het inkomen in het verzorgingsgebied overeenkomt met het Nederlandse gemiddelde, het percentage allochtonen er fors lager is en dat het aandeel 65+-ers groter is dan het gemiddelde voor Nederland. Dit verschil manifesteert zich eveneens in de leeftijdscategorie 0-25 jaar.

Tabel 2.2 **Inkomen, leeftijdsopbouw en percentage allochtonen in het verzorgingsgebied**

	Inkomen per inw.	% 0-25	% 25-65	% 65+	% Niet west. allochtonen
Eijsden	€ 12.300	29%	55%	16%	2%
Maastricht	€ 11.900	28%	54%	18%	7%
Meerssen	€ 12.700	26%	56%	18%	2%
Beek	€ 12.600	27%	56%	17%	3%
Valkenburg a/d Geul	€ 12.500	24%	55%	21%	2%
Margraten	€ 12.700	28%	55%	17%	1%
Voerendaal	€ 12.900	26%	56%	18%	2%
Nuth	€ 12.500	25%	56%	19%	2%
Stein	€ 12.100	26%	57%	17%	2%
Heerlen	€ 11.800	26%	56%	18%	7%
Schinnen	€ 12.500	26%	56%	18%	2%
Simpelveld	€ 12.300	26%	56%	18%	1%
Sittard Geleen	€ 12.100	27%	56%	17%	6%
Echt Susteren	€ 12.100	25%	58%	17%	2%
Gulpen Wittem	€ 12.400	25%	57%	18%	1%
Kerkrade	€ 11.800	24%	57%	19%	4%
Maasgouw	n.b.	26%	56%	18%	2%
Totaal	€ 12.102	26%	56%	18%	5%
Nederland	€ 12.200	30%	56%	14%	11%

Bron: CBS

2.3.3 **Vraagzijde België**

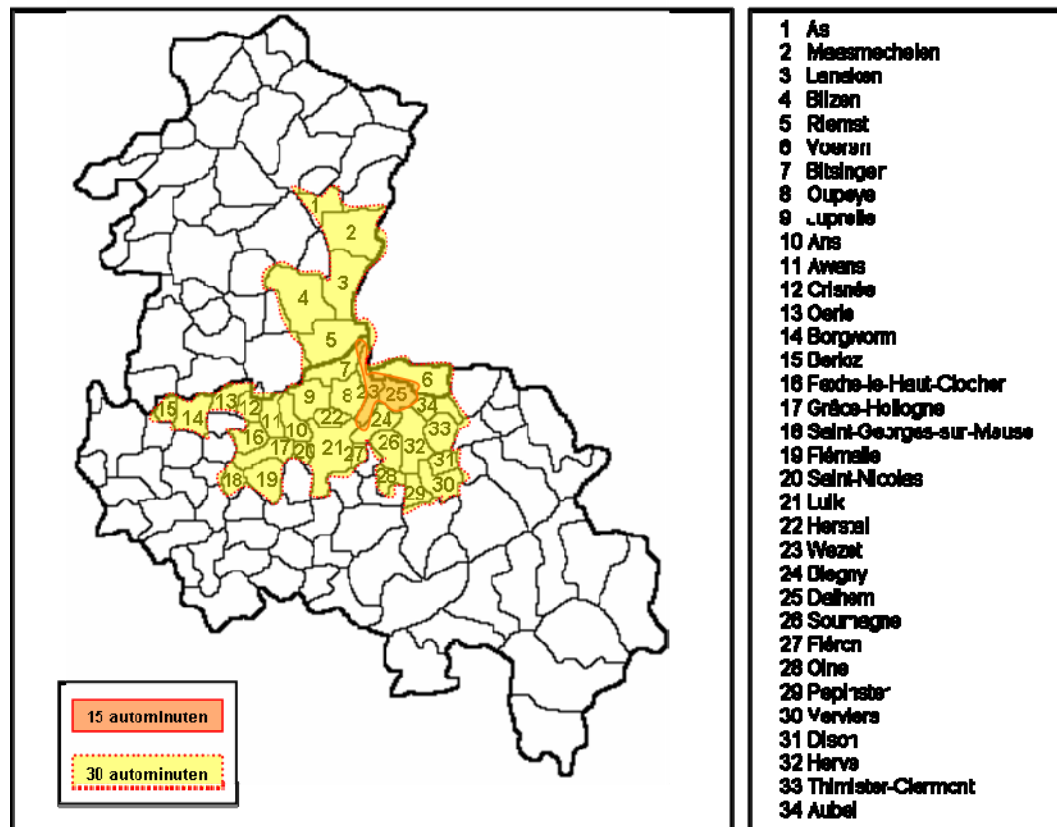
Onderstaande tabel bevat een overzicht van de gemeenten die samen het Belgische deel van het verzorgingsgebied vormen. In totaal gaat het om ruim 740.000 inwoners.

Tabel 2.3 Gemeenten binnen Belgisch verzorgingsgebied

	Inwoners 2008	Afstand in km	Autominuten
Wezet	16.852	7,9	7
Dalhem	6.585	8,9	12
Voeren	4.261	10,1	17
Blegny	12.861	19,4	17
Soumagne	15.562	24,8	19
Bitsingen	8.396	15,6	20
Herve	16.720	26,6	20
Awans	8.717	29,7	20
Grâce-Hollogne	21.854	31,1	20
Oupeye	23.633	14,3	21
Herstal	37.720	18,6	21
Ans	27.416	24,7	21
Lanaken	24.724	16,1	22
Riemst	16.076	17,3	22
Juprelle	8.492	25,5	22
Maasmechelen	36.456	32,6	24
Crisnée	2.828	35,7	24
Saint-Nicolas	22.583	33,5	24
Dison	14.407	33,2	24
Aubel	41.666	18,3	25
Thimister-Clermont	5.331	33,7	25
Bilzen	30.173	22,1	26
Luik	188.907	28,1	26
Fléron	16.139	28,5	26
Fexhe-le-Haut-Clocher	3.066	37,2	27
Flémalle	25.021	37,4	27
Verviers	54.150	37,4	27
As	7.579	44	28
Olné	3.788	30,7	28
Pepinster	9.574	39,3	28
Oerle	6.464	39,7	29
Saint-Georges-Sur-Meuse	6.556	42	29
Borgworm	14.198	43,5	30
Berloz	2.813	49,6	30
Totaal	741.568		

Bron: <http://statbel.fgov.be/downloads/pop200701com.xls> en ANWB routeplanner

Kaart 2.3 Belgisch deel van het verzorgingsgebied PDV/GDV-cluster Eijsden



Tabel 2.4 Huidige detailhandelsclusters in het Belgisch deel van het verzorgingsgebied

Naam	Stad	Type	Metrage (m²)	Status
Maasmechelen Village	Maasmechelen	Outlet Shopping	19.680 m²	in ontwikkeling
M2 Maasmechelen	Maasmechelen	Shopping Center	16.300 m²	
Centre Commercial	Herstal	Carrefour, Mediamarkt,	19.000 m²	
Belle Ile	Luik	Shopping center	30.280 m²	
Centre Commercial Langdoz	Luik	Shopping Center	15.950 m²	
Galérie Saint-Lambert	Luik	Shopping Center	34.800 m²	
Ile Saint-Michel	Luik	Shopping Center	19.500 m²	
Cora - Rocourt	Luik	Shopping Center	-	
Mediacité	Luik	Shopping Center	41.350 m²	
Ardennes Outlet Centre	Verviers	Outlet Shopping	15.000 m²	
Au fil de l'Eau	Verviers	Shopping center	29.000 m²	
CC Du Bay Bonnet	Fléron	Shopping Center		
Smeermaas	Lanaken	Retailpark	11.000 m²	
Naam onbekend	Borgworm	NB.	6.000 m²	
Totaal			257.860	

Bron: IDEA Consult.

Bestedingen vanuit België (en Duitsland)

Op basis van een onderzoek van BRO over winkelen in de grensstreek is het mogelijk om de onderstaande bestedingspatronen weer te geven. Voor Maastricht geldt een positief bestedingsoverschot van €144 miljoen. Het grootste deel van dit overschot is afkomstig uit België. Op basis van deze cijfers wordt verderop in het onderzoek (marktruimte berekening) rekening gehouden met additionele bestedingen in het verzorgingsgebied van het GDP/PDV cluster te Eijsden.

Tabel 2.5 Bestedingspatronen detailhandel naar regio²

	Toevloeiing vanuit andere regio's (mln. €)	Afvloeiing naar andere regio's (mln. €)	Bestedingsoverschot c.q. tekort (mln. €)
Roermond	287	77	210
Venlo	279	112	167
Maastricht	274	130	144
Heerlen	247	167	80
Belgisch Zuid Limburg	266	198	68
Eindhoven	246	188	58
Aken	257	240	17
Weert	66	73	-7
Venray	60	74	-14
Sittard-Geleen	121	142	-20
Luik	98	139	-41
Belgisch Limburg Noord	29	123	-94
Nijmegen/Oss/Uden	130	253	-123
Mönchengladbach	168	346	-178
Kleve	80	442	-361

Bron: Grenzeloos winkelen 2007, BRO.

2.3.4 Vraag naar winkelruimte door retailers

De winkelmarkt in Nederland speelt in op de veranderende behoefte van de consument. Veel nationale als internationale retailers streven naar een optimaal aanbod aan winkelvoorzieningen in Nederland of delen daarvan. Een van de manieren om retailers in te delen in twee groepen is door te kijken naar de gewenste grootte per winkel, te weten de kleinschalige dan wel grootschalige winkels.

In het kader van dit onderzoek wordt gefocust op de ontwikkelingsmogelijkheden voor grootschalige winkelvoorzieningen. Voor de gemeente Maastricht geldt dat veel grootschalige winkels niet geclusterd liggen en dat er vanuit de markt door retailers behoefte is aan goede locaties en nieuwe vestigingen. Met name voor de super-grootschaligen als een Hornbach en Intratuin geldt dat ze een regionale verzorgingsfunctie hebben en niet gebonden zijn aan landsgrenzen. Op het moment dat

² Bij de tabel past een nuancering. Regio's die centraal in het onderzoeksgebied gelegen zijn (dus volledig omringd worden door andere onderzoeksregio's) zijn in het voordeel ten opzichte van regio's die gelegen zijn aan de rand van het onderzoeksgebied.

geen passende locatie gevonden wordt in de regio Maastricht, bestaat de mogelijkheid dat een dergelijke formule zich et over de grens zal vestigen en vandaar uit Nederlandse consumenten zal aantrekken. Vanuit deze optiek is het daarom wenselijk grootschalige formules te accommoderen in de regio Maastricht.

2.4 De aanbodzijde van de markt

Tabel 2.6 toont het aanbod in het (Nederlandse) verzorgingsgebied. Hieruit blijkt dat de regio relatief gezien meer aanbod kent dan gemiddeld in Nederland. Vooral de gemeenten Heerlen, Beek en Sittard-Geleen hebben een relatief groot detailhandelsaanbod, voornamelijk als gevolg van de aanwezigheid van enkele (zeer) grootschalige concentraties. Daartegenover staat het feit dat een aantal gemeenten (zoals Schinnen, Eijsden en Meerssen) een in verhouding beperkt aanbod per 1.000 inwoners heeft.

Tabel 2.6 Detailhandelsaanbod in het verzorgingsgebied in m² wvo, naar type winkelgebied

Gemeente	Centraal	Onder- steunend	Groot- schalig	Verspreide bewinkeling	Totaal	Aanbod per 1.000 inw.
Eijsden	540	2.707	0	4.138	7.385	643
Maastricht	116.454	52.721	0	78.391	247.566	2.098
Meerssen	8.999	0	0	8.895	17.894	906
Beek	9.073	0	0	43.311	52.384	3.139
Valkenburg a/d Geul	14.471	1.320	0	8.367	24.158	1.413
Margraten	3.028	1.750	0	5.400	10.178	752
Voerendaal	3.553	408	0	6.242	10.203	799
Nuth	6.065	0	0	17.844	23.909	1.508
Stein	10.352	1.979	0	16.995	29.326	1.125
Heerlen	116.371	32.508	107.868	56.482	313.229	3.495
Schinnen	4.840	0	0	2.703	7.543	563
Simpelveld	7.350	0	0	2.425	9.775	871
Sittard Geleen	114.351	17.360	25.727	72.098	229.536	2.399
Echt Susteren	21.334	2.555	0	29.017	52.906	1.645
Gulpen Wittem	7.928	0	0	6.598	14.526	987
Kerkrade	23.575	16.380	36.085	26.783	102.823	2.130
Maasgouw	15.144	0	0	12.564	27.708	1.128
Totaal	483.428	129.688	169.680	398.253	1.181.049	2.033
Nederland	10.942.137	3.891.735	3.308.227	10.234.142	28.376.241	1.737

Bron: Locatus Retail Verkenner 2008, bewerking ECORYS

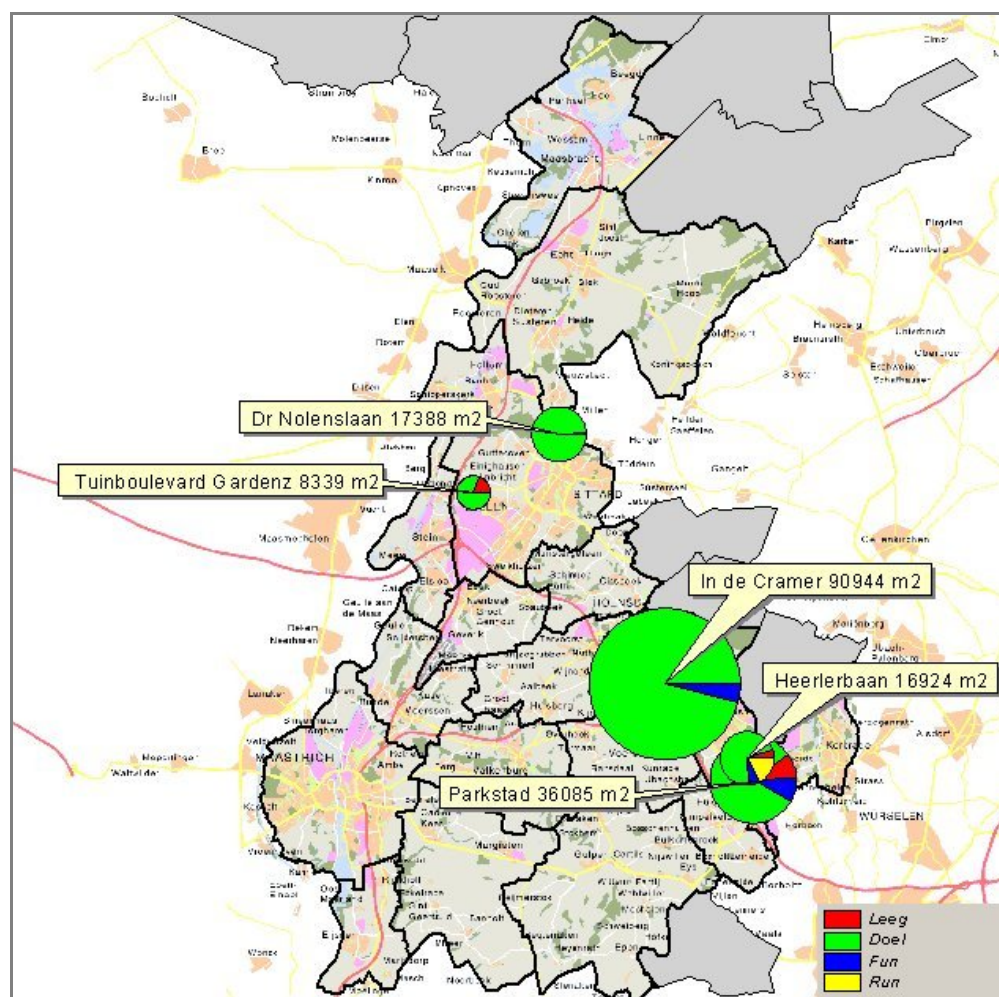
Opvallend is dat er in het primaire verzorgingsgebied (Eijsden, Maastricht, Meerssen) geen grootschalige concentratie is. Voor een stad met de omvang van Maastricht is dit zonder meer uitzonderlijk. Een grootschalige concentratie³ is in de Locatus-definitie een concentratie van 5 of meer verkooppunten in de detailhandel met een gemiddeld winkelverkoopvloeroppervlak per winkel van minimaal 500 m². Het aanbod moet

³ Dit betekent dat minimaal de helft van het winkelverkoopvloeroppervlak van het betreffende winkelgebied zich richt op de branches "dier en plant", "bruin- en witgoed", "fietsen- en autoaccessoires", "doe-het-zelf" of "wonen".

minimaal voor 50% doelgericht zijn. Het aandeel verspreide bewinkeling in het primair verzorgingsgebied is aanzienlijk: ruim een derde van het aanbod is verspreid. De belangrijkste grootschalige concentratie is Heerlen – In de Cramer, een woonboulevard met een IKEA als belangrijkste trekker, welke momenteel wordt uitgebreid. Ook Intratuin heeft zich hier recent gevestigd. In de Cramer is één van de grootste woonboulevards van ons land.

Parkstad Limburg kan ook als grootschalige concentratie worden beschouwd, hoewel het in de Locatus-definitie als verspreide bewinkeling wordt gezien. Beide winkelgebieden, Heerlen-In de Cramer en Parkstad Limburg Stadion liggen net binnen de 30 autominuten van de planlocatie in Eijsden.

Figuur 2.3 Grootschalige winkelgebieden in het verzorgingsgebied

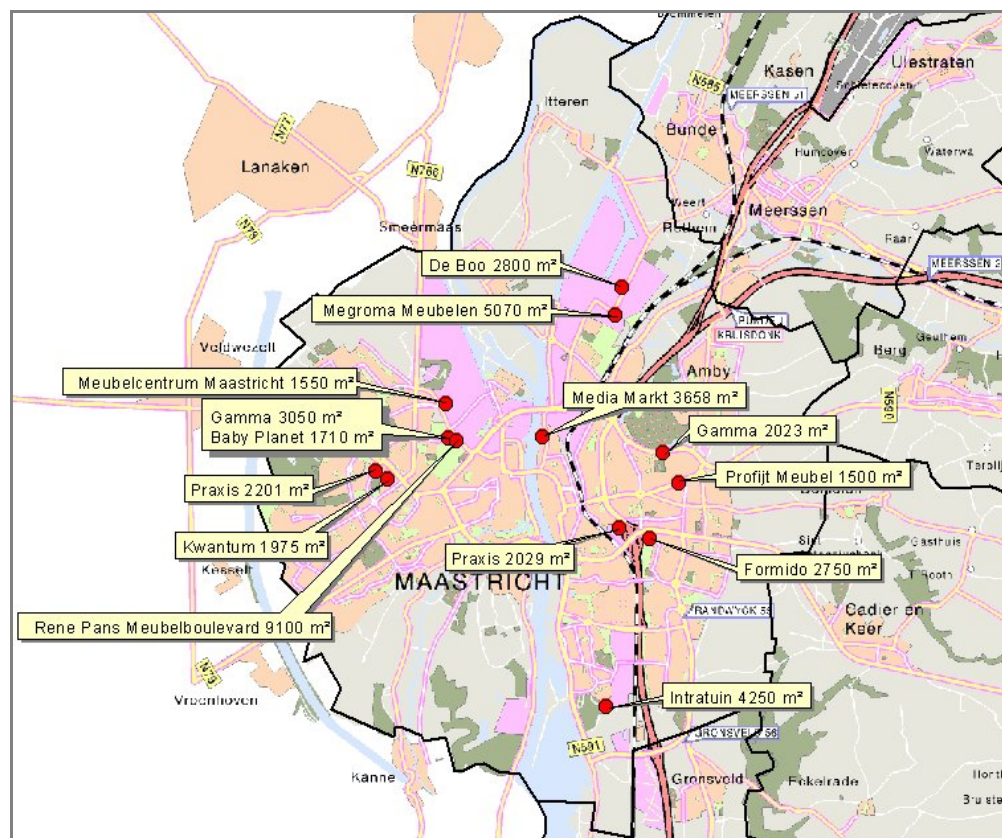


Bron: Locatus Retail Verkenner, bewerking ECORYS.

2.4.1 Grootschalige solitaire detailhandelsvestigingen in Gemeente Maastricht

Ondanks het feit dat er geen grootschalige detailhandelsclusters in de gemeente Maastricht aanwezig zijn, bestaat er veel verspreid aanbod. Figuur 2.2 geeft het solitaire grootschalige (> 1.500 m² wvo) aanbod in Maastricht weer voor de PDV en PDV+ branches. Uit de figuur valt op te maken dat het huidige aanbod sterk verspreid is over de stad. In het kader van dit onderzoek wordt een overzicht gegeven van de toekomstige relocatie van het bestaande aanbod en de concrete uitbreiding van het PDV/GDV aanbod in de gemeente Maastricht.

Figuur 2.4 Grootschalige solitaire winkels in de PDV en PDV+ branches



Bron: Locatus Retail Verkenner, bewerking ECORYS.

Binnen de gemeente Maastricht wordt geïnventariseerd welke winkels serieus interesse hebben in relocatie van hun winkel, waardoor in de toekomst gestreefd kan worden naar meer clustering van detailhandelsfuncties. Op dit moment kunnen echter geen uitspraken worden gedaan over de mate van relocatie van het bestaande aanbod ten opzichte van de uitbreiding van het winkelaanbod op PDV/GDV. Een logisch moment van 'relocatie onderzoek' zou zijn na het bepalen van de wenselijke PDV/GDV hoofdstructuur door de gemeente Maastricht.

2.4.2 Detailhandelsplannen Maastricht

In onderstaande tabel zijn de detailhandelsplannen in Maastricht weergegeven.

Tabel 2.7 Overzicht plannen en initiatieven gemeente Maastricht

Gebied/locatie	m² bvo
Stedelijk Niveau	52.560 – 68.900
A2 Stadsboulevard	3.700
Studentencampus	450
Theater	2.000
Theater en Wellness A2	PM
Geusselpark	1.500
Belvédère	45.000 – 61.250
Trega-terrein	PM
Stadsdeelcentrum	21.875
Brusselse Poort	21.875
Wijk- en buurtwinkelcentra	24.285 – 27.175
Winkelcentrum Heer	10.000 – 12.500
Calberg	760 – 825
Malberg	2.400
Wittevrouwenveld	4.200
De Beente	1.175 – 1.250
Amby	3.000
Nazareth	1.200
Boschpoort	1.250 – 1.500
Malpertuis	PM
De Heeg	PM
Overig	PM
Koopcenter Carré	PM
AH XL	PM
Totaal	104.420 – 124.150

Bron: Concept detailhandelsvisie gemeente Maastricht, 2008.

Structuurafwegingen gevraagd voor niet-dagelijkse sector

De voorziene planvolumes in de niet-dagelijkse sector (bijvoorbeeld Belvédère, Brusselse Poort, Winkelcentrum Heer) overschrijden eveneens al de berekende marktruimte, zelfs in de ambitieuze variant. Dit betekent dat op korte termijn een prioritering en juiste structuurafweging is gevraagd.

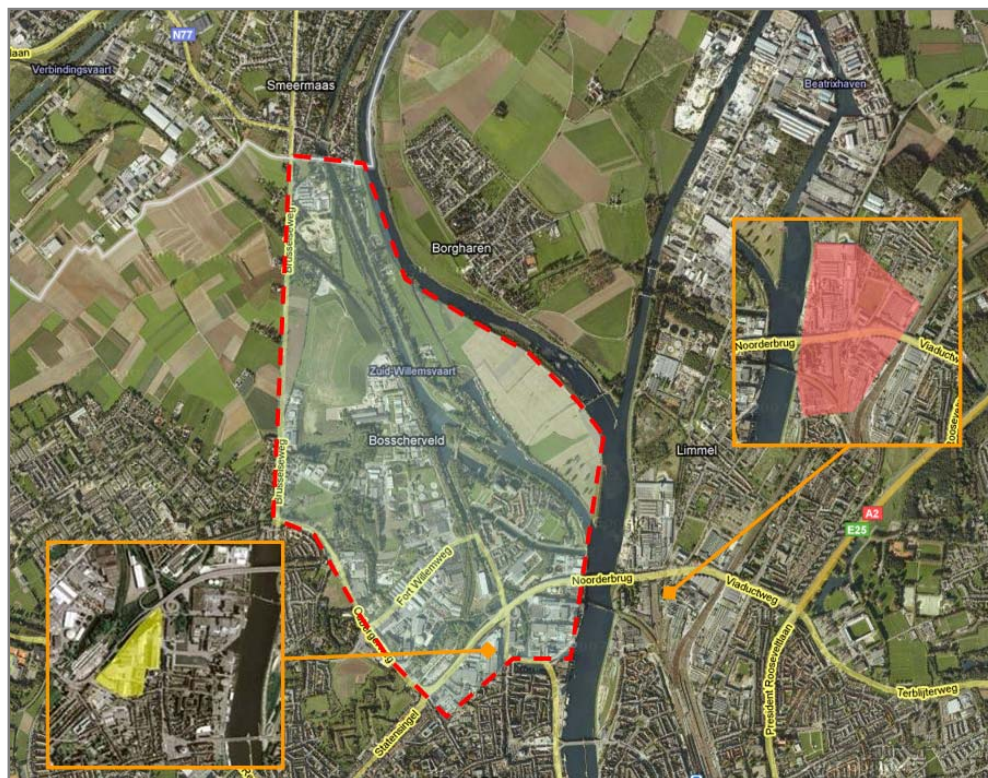
Bron: Concept detailhandelsvisie gemeente Maastricht, 2008.

In Maastricht is in totaal voor **circa 105.000 tot 125.000 m² bvo** aan winkelvoorzieningen in de pijplijn. Dit betreffen zowel harde als zachte plannen (exclusief relocatie). Tegen het licht van het bestaande aanbod 247.566 m² wvo (weliswaar wvo) is dit aanzienlijk en lijken keuzes onvermijdelijk.

Meest relevant voor de plannen in Eijsden zijn twee ontwikkellocaties die zijn aangewezen door de gemeente Maastricht:

1. **Trega-terrein (Noorderburg), 30.000 m² bvo perifere detailhandel (PDV)**, op kaart rood gearceerd.
2. **Belvédère, 20.000 tot 25.000 m² wvo grootschalige detailhandelsvoorzieningen (GDV)** op het Sphinx-terrein, het gedeelte binnen de singel (in figuur 2.5 geel gearceerd).

Figuur 2.5 Gebied Belvédère met daarin ontwikkelgebieden perifere en grootschalige detailhandel



Bron: Gemeente Maastricht, Google Maps, bewerking ECORYS.

In de optiek van ECORYS is het belangrijk voor het welslagen van grootschalige detailhandelsprojecten dat ze zich wezenlijk van elkaar onderscheiden en geen kopie worden van elkaar. Hierover wordt later verder uitgewijd.

2.4.3 Detailhandelsplannen PDV/GDV in verzorgingsgebied Eijsden

Onderstaande tabel toont de plannen voor grootschalige winkelvoorzieningen in het verzorgingsgebied, inclusief Maastricht.

Tabel 2.8 Detailhandelsplannen in het verzorgingsgebied in m² wvo, naar type winkelgebied (Nederland)

Gemeente	Project	Oppervlakte	Fase	Betrokken partijen
Maastricht	Trega (Noorderbrug)	30.000 m² bvo	Ideefase	3W/Built-to-Built
Maastricht	Belvédère (binnensingel)	20-25.000 m² wvo	Ideefase	3W/ING, BPF, Corio
Heerlen	Woonboulevard	8.000 m²	Planfase	3W Vastgoed

Bron: Neprom, 2008.

Naast Belvédère en Trega zijn er plannen voor beperkte uitbreiding van de bestaande concentraties in Heerlen (Woonboulevard In de Cramer) en Kerkrade (Parkstad Limburg).

2.5 De locatie GDV/PDV cluster Eijsden

Figuur 2.6 geeft een overzicht van de gewenste locatie voor het GDV/PDV cluster van Wijkerveste (nummer 1). In de paragraaf wordt tevens ingegaan op de positieve, dan wel negatieve aspecten ten opzichte van het concurrerend PDV cluster op het Trega gebied.

Figuur 2.6 De planlocatie in de gemeente Eijsden



Bron: Google Maps, bewerking ECORYS.

De planlocatie biedt mogelijkheden om op een doeltreffende manier in te spelen op nieuwe marktontwikkelingen. Het gaat daarbij om de algemene trend van schaalvergroting die inmiddels binnen alle branches in de markt in gang is gezet. In de bestaande structuur is het vaak moeilijk ruimte te vinden om te voorzien in de toenemende ruimte behoefte van retailers, vanwege:

- Maatvoering en vorm
- Parkeergelegenheid voor de deur
- Logistieke eisen

Daarnaast blijkt dat er in de markt nog steeds een toenemende vraag naar (grotere) winkelruimtes is. Door een locatie te bieden waar ontwikkelingen zich kunnen clusteren, kunnen ongewenste ontwikkelingen op andere locaties worden verplaatst en/of voorkomen. Een belangrijk voordeel van de locatie in Gronsveld ten opzichte van een binnenstedelijke locatie zoals Belvédère, is de bereikbaarheid in combinatie met verkeersstromen, hetgeen resulteert in een ontlastende werking van de ringweg in Maastricht.

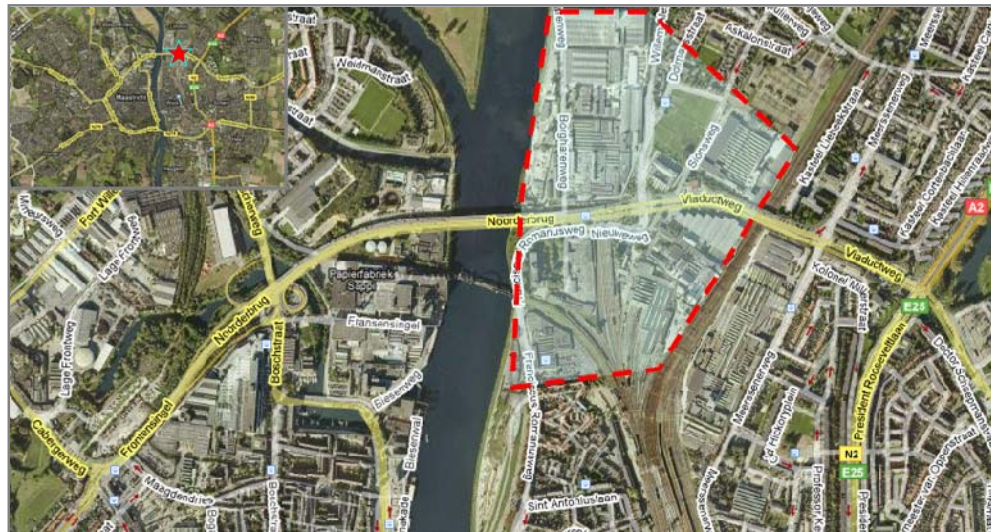
Figuur 2.7 Verschillende gezichtsvelden locatie Gronsveld



Bron: Google Maps, bewerking ECORYS.

Indien de ondertunneling van de A2 plaatsvindt, zal de locatie in Eijsden in de toekomst nog beter bereikbaar zijn, zeker ten opzichte van de locaties in Belvédère (centrumrand met grootschalig karakter) en het Trega terrein (PDV), welke in figuur 2.8 met rood is gearceerd.

Figuur 2.8 Beoogde PDV-locatie gemeente Maastricht



Bron: Google Maps, bewerking ECORYS.

Om te komen tot een evenwichtige structuur voor grootschalige detailhandel is het van belang om de sterke en zwakke punten van de potentiële locaties in ogenschouw te nemen. In het kader van dit onderzoek ligt de focus op het Trega terrein en de locatie in Gronsvelt. Tabel 2.9 geeft een vergelijking van locatiewaliteiten op basis van succesfactoren voor perifere, c.q. grootschalige detailhandelsvestigingen.

Tabel 2.9 Vergelijking locatie Gronsveld (Eijsden) en Trega terrein

Locatie Gronsveld (PDV/GDV Eijsden)	Locatie Trega terrein (PDV – Maastricht)
Ligging t.o.v. verzorgingsgebied	
Met het vooruitzicht op een PDV/GDV aan de noordkant van Maastricht zorgt een positionering van een additioneel cluster ten zuiden ervan voor een evenwichtige structuur.	De locatie ligt in het noorden van de gemeente Maastricht en daarmee centraler in het primaire verzorgingsgebied.
Infrastructuur en bereikbaarheid	
De bestaande infrastructuur komt in hoofdlijnen terug in het ontwerp van het nieuwe winkelcluster. Vanaf de uitrit van de snelweg is de locatie direct toegankelijk voor autoverkeer.	De locatie wordt doorkruist door de noordelijke ringweg op een niveau boven het maaiveld. De ontwikkeling van een PDV cluster op deze perifere locatie zal extra druk zetten op bereikbaarheid.
Omgevingskwaliteiten	
Een belangrijk voordeel is dat het een goede zichtlocatie is en direct waarneembaar vanaf de snelweg en de trein.	Vanwege de goede zichtlocatie ligt het ambitieniveau van deze PDV locatie bijzonder hoog ⁴ . Vanaf de noordelijke ringweg is de locatie (ten zuiden en ten noorden ervan) goed waarneembaar.
Contouren planlocatie	
De vorm en grootte van de locatie zijn geschikt voor een grootschalig winkelcluster in een U-vorm met een centrale parkeerplaats. In het ontwerp is goed ingespeeld op de hoogteverschillen d.m.v. een dubbel maaiveld, waardoor meervoudig grondgebruik wordt gerealiseerd. Punt van aandacht is de spoorlijn die direct langs de locatie loopt.	De vorm en grootte van de locatie maakt het geschikt voor een PDV cluster met het accent op reguliere woonwinkels en PDV plus branches. Een dergelijke positionering maakt het mogelijk om een kwalitatief hoogwaardig winkelmilieu in de PDV (plus) sfeer te ontwikkelen. Bij het ontwerp kan worden ingespeeld op de mogelijkheden van een Maasboulevard
Fysieke ruimte	
De bestaande bebouwing op de locatie moet gesloopt worden voordat het winkelcluster kan worden ontwikkeld. Op die manier wordt grotendeels oud voor nieuw ingewisseld. De locatie is groot genoeg om een aantal grootschalige winkels te huisvesten.	Een belangrijk deel van de locatie bestaat uit spoorwegvoorzieningen (rangeerterrein), een kantoorgebouw, en fabriekhallen. Daar het gebied door de ring wordt opgesplitst in twee delen is de herontwikkeling zeer complex en de locatie te klein.

Conclusie

De verschillen tussen de twee locaties zijn aanzienlijk, waardoor automatisch richting kan worden gegeven aan de ontwikkelingsmogelijkheden en potentie. Kijkend naar het karakter van de twee locaties is het heel goed mogelijk complementariteit te bewerkstelligen in de structuur van grootschalige en perifere detailhandel in Maastricht.

⁴ Bron: Gemeente Maastricht.

3 Berekening van de ruimtebehoefte

In dit hoofdstuk wordt aandacht besteed aan de kwantitatieve ruimtebehoefte voor vestiging van PDV- en GDV-branches op het nieuw te ontwikkelen perifere detailhandelscluster in Eijsden. Dit gebeurt op drie manieren. Ten eerste wordt, aan de hand van een vergelijking van winkeldichtheden, gekeken naar de mogelijkheden voor invulling van het cluster in Eijsden. Vervolgens wordt specifiek per PDV- en GDV-branche ingegaan op de marktruimte die er in het verzorgingsgebied aanwezig is. Het hoofdstuk wordt afgesloten met een overzicht van de conclusies per hoofdbranche.

3.1 Vergelijkingen winkeldichtheden

In onderstaande tabel is het aanbod (aantal m² wvo) naar branche per 1.000 inwoners in het primair verzorgingsgebied weergegeven en vergeleken met het gemiddelde voor woonplaatsen met 100.000 – 175.000 inwoners.

Tabel 3.1 Het aanbod in aantal m² wvo naar branches per 1.000 inwoners

Gemeente	Inwoners 2007	Huishoudelijk	Sport en Spel	Plant & Dier (Tuincentra)	Bruin- & Witgoed	Rijwielen & auto	Bouwmarkten	Wonen
Eijsden	11.650	300	60	1.210	90	530	-	1.521
Maastricht	119.040	5.523	3.901	5.810	8.171	1.394	12.053	41.989
Meerssen	19.740	756	119	-	557	334	1.377	1.658
Totaal primair	150.430	6.579	4.080	7.020	8.818	2.258	13.430	45.168
M ² per 1000 inw. Totaal primair		44	45	47	59	15	89	300
M ² per 1000 inw. Benchmark		47	65	108	69	32	132	382
Vershil		3	20	61	10	17	43	82
Globale indicatie marktruimte		450	3.000	9.150	1.500	2.550	6.450	12.300

Bron: Locatus Retail Handboek 2007, bewerking ECORYS

Op voorhand lijken er goede mogelijkheden te zijn voor de volgende branche (in volgorde van marktruimte):

1. Wonen
2. Plant & Dier (Tuincentra)
3. Bouwmarkten
4. Sport & Spel
5. Fiets & Auto
6. Bruin- en Witgoed

De mogelijkheden voor de andere branche – Huishoudelijk lijkt beperkt.

3.2 Distributie-planologische benadering

In deze paragraaf wordt ingegaan op de markttechnische mogelijkheden per PDV- en GDV-branche ten aanzien van de ontwikkeling van het cluster in Eijsden. Via de klassieke distributie-planologische benadering wordt gekeken naar de marktruimte in de betreffende branches. Hierbij is in eerste instantie gekeken naar de marktruimte in het verzorgingsgebied dat wordt gevormd door gemeenten binnen 15 autominuten van de planlocatie.

Tabel 3.2 Distributieplanologische marktruimte in het verzorgingsgebied (binnen 15 autominuten) in m² wvo per PDV- en GDV-branche

Hoofdbranche	2008	2015
Plant & Dier (Tuincentra)	7.929	7.405
Doe-het-zelf	9.475	8.478
Wonen	15.014	12.904
Rijwielen	3.476	3.275
Sport- en kampeerzaken	3.790	3.523
Speelgoed	1.102	969
Huishoudelijke artikelen	-1.117	-1.242
Bruin- en witgoed	6.980	6.426

Uit bovenstaande tabel blijkt dat er in alle branches, met uitzondering van Huishoudelijke artikelen, sprake van distributieplanologische marktruimte. De marktruimte in de betreffende branches neemt tussen 2008 en 2015 licht af als gevolg van de verwachte bevolkingskrimp in het verzorgingsgebied. Er is in het verzorgingsgebied (en vooral in Maastricht) echter sprake van een forse planvoorraad. De volgende paragraaf confronteert de berekende distributieve ruimte met deze plannen.

3.3 Confrontatie vraag en aanbod

In deze paragraaf wordt de toekomstige vraag in 2015 geconfronteerd met het huidige detailhandelsaanbod in de PDV/GDV branches. Op deze manier is op te maken welke uitbreidingsmogelijkheden er liggen in Maastricht. Op basis hiervan kan een ruimtelijke vertaalslag, c.q. visie op de structuur worden gemaakt in het volgende hoofdstuk. In de tabel is reeds rekening gehouden met de visie van ECORYS op de hoofdstructuur in PDV/GDV detailhandel in Maastricht.

Tabel 3.3 Indeling PDV/GDV branches in potentiële clusters in Maastricht

Branche	Bandbreedte Marktruimte ⁵	Trega locatie (PDV-plus)	Gronsveld (Grootschalig)	Sphinx locatie (GDV)
Plant & Dier (Tuincentra)	7.400 - 8.300	Beperkte uitbreiding – Relocatie	1 grote winkel met breed aanbod	Uitsluiten
Doe-het-zelf	8.500 - 10.200	Reguliere bouwmarkt	1 mega bouwmarkt (bijv. Hornbach)	Uitsluiten
Wonen	12.900 - 24.000	Lage – midden segment (breed winkelaanbod)	Big Box (ca. 1 – 3 winkels)	Hoog segment/ specialistisch
Rijwielen	1.900 - 3.300	Cluster met meerdere winkels	Discutabel	Discutabel
Sport & Spel	3.300 - 4.500	Uitsluiten	1 grote winkel met breed aanbod	Hoog segment/ specialistisch
Bruin- en witgoed	6.000 - 6.400	Uitsluiten	1 grote winkel met breed aanbod	Hoog segment/ specialistisch
Totaal (m² wvo)	40.000 – 56.700	24.000	38.000	22.500

Bron: BRO en ECORYS.

Relocatie bestaande winkelveestigingen

De belangrijkste conclusie die kan worden getrokken uit de tabel is dat de gewenste ontwikkelingsgrootte in vierkante meters winkelvloeroppervlak van de drie clusters de marktruimte overschrijdt. Daar staat tegenover dat het succes van de drie clusters afhankelijk is van voldoende schaalgrootte en complementariteit onderling. Een situatie waarbij gestreefd wordt naar relocatie van verspreid liggend grootschalig winkelaanbod naar de drie clusters in combinatie met de bovenstaande positionering, resulteert volgens ECORYS in een evenwichtige structuur zonder dat er een situatie van overaanbod ontstaat.

⁵ De bandbreedte van de marktruimte is gebaseerd op een combinatie van gegevens uit het concept detailhandelsnota van BRO en de marktruimte berekening uitgevoerd door ECORYS.

4 Visie op de PDV/GDV-structuur Maastricht

Hieronder wordt onze visie op de PDV/GDV-structuur in de Maastrichtse regio verder toegelicht.

Concentratie van PDV/GDV

Het PDV/GDV-aanbod in de Maatsricht regio is thans sterk versnipperd. Het is uitzonderlijk dat er in een plaats/regio van deze omvang geen grootschalige concentratie is, dat wil zeggen een concentratie van 5 of meer verkooppunten in de detailhandel met een gemiddeld winkelverkoopvloeroppervlak per winkel van minimaal 500 m². Het aanbod moet minimaal voor 50% doelgericht zijn. De twee grootste concurrerende locaties, Heerlen – In de Cramer en Parkstad Limburg Stadion, liggen op bijna 30 autominuten.

De landelijke tendens is om PDV en GDV zoveel mogelijk te concentreren: er ontstaan minder maar grotere winkelgebieden. Het is van belang om in de Maastrichtse regio PDV/GDV zoveel mogelijk te concentreren op één of twee locaties binnen de regio Maastricht. De twee locaties die ons inziens in beeld komen zijn: Gronsveld in Eijsden en Maastricht – Trega (Noorderbrug). De haalbaarheid van het project wordt vergroot door geen medewerking te verlenen van de vestiging van PDV op andere locaties binnen de gemeente en solitair gelegen winkels te verplaatsen naar een van beide locaties. Enkel op deze wijze krijgen de nieuwe PDV-locaties een vliegende start.

Kritische massa

Een kritische massa van 20.000 – 25.000 m² wvo is noodzakelijk om voldoende aantrekkingskracht te genereren. Dit sluit aan bij de karakteristieken van en mogelijkheden binnen het primaire verzorgingsgebied.

Complementariteit

Indien zowel de locatie Eijsden als Maastricht – Trega (Noorderburg) en Belvédère tot ontwikkeling wordt gebracht is het evident dat de concentraties zich wezenlijk van elkaar onderscheiden.

In onderstaande tabel is aangegeven welke complementaire invulling ECORYS ziet voor de drie verschillende locaties

Tabel 4.1 Complementariteit tussen de verschillende locaties voor PDV/GDV regio Maastricht

	Belvédère (Sphinx)	Trega (Noorderbrug)	Eijsden (Gronsveld)
Locatie typering	Binnenstedelijk	Randweg	Snelweg
Profiel	Grootstedelijke functiemix: leisure/ cultuur, wonen, werken, parkeren, retail	Retail Park	Big Box Boulevard
Referentiebeeld	Tilburg-P. Vreedeplein Deventer-Boreel Groningen-Westerhaven Maastricht-Mosea Forum	Retail Park Roermond Hoofddorp-Cruquius	Parkstad Limburg Stadion Hengelo-Plein Westermaat
Retail-invulling	Reguliere detailhandel/GDV	PDV/PDV+ Accent op Wonen	PDV/PDV+, Ruimte-extensief (winkel +P), hoge verkeersdruk, snelweglocatie essentieel
Branchering	Fashion & Sports Bruin & Witgoed Woonwinkels (exclusief) Supermarkt	Woonwinkels (midden) Reguliere bouwmarkten Huishoudelijk Sport & Spel Bruin & Witgoed Auto & Fiets (Rijwielen) Supermarkt XL	Grootschalig bouwmarkt Grootschalig tuincentrum Grootschalig sport Grootschalig woonwinkel (midden/laag) Grootschalig elektronica
Metrage	20-25.000 m² wvo	30.000 m² bvo	47.000 m² bvo (fase 1 & 2)

Maastricht-Belvédère (binnen de singel) achten we niet geschikt voor een typische PDV-invulling. De plek heeft een binnenstedelijk karakter waar ruimte-extensieve retail als een bouwmarkt, tuincentrum of grote woonwinkels niet passen. De locatie leent zich wel voor reguliere detailhandel (met de mogelijkheid grootschaligheid te accommoderen) in combinatie met appartementen, kantoorruimte, leisure (hotel, horeca e.d.) en cultuur.

Het Trega terrein kan ontwikkeld worden als een modern Retail Park, met een duidelijk accent op woonwinkels en reguliere bouwmarkten, aangevuld met PDV-plus. Een grootschalige supermarkt kan worden overwogen. Goede referenties zijn Hoofddorp-Cruquius en het Retail Park Roermond.

Onze gedachten gaan uit om Eijsden te ontwikkelen volgens het concept van een big box boulevard: een verzameling van grootschalige units met een sterk ruimte-extensief karakter (zowel in winkeloppervlakte als parkeren) en een hoge verkeersaantrekkelijke werking. Een snelwegligging is essentieel. De formules kunnen gegeven de omvang en aantrekkingskracht autonoom functioneren. Door ze op een plek te concentreren ontstaat een aantrekkelijk cluster.

4.1 Effecten komst Retail Cluster Eijsden op kernwinkelgebied Eijsden

Uit een in 2004 door BRO uitgevoerd onderzoek (in opdracht van de winkeliers) blijkt dat, willen de winkels op termijn overleven, concentratie noodzakelijk is. In dit kader is het Centrumplan ontwikkeld. Het huidige beleid streeft naar concentratie van winkels in een drietal straten (zgn. U). Het betreft de Breusterstraat, Kerkstraat, Diepstraat.

Ter plaatse van de huidige schoollocatie, bestaat een plan voor een nieuw winkelcentrum. Op korte termijn moeten ondernemers definitief de knoop doorhakken of ze meegaan of niet. Het is de bedoeling dat Servatius Ontwikkeling dit winkelcentrum zal realiseren.

In het kader van het genoemde centrumplan en het initiatief voor Retail Cluster Eijsden wordt in deze paragraaf ingegaan op de mogelijke effecten van de komst van Retail Cluster Eijsden op het centrumplan. Daarbij zijn de volgende aspecten van belang:

- De plannen rondom de komst van een megasupermarkt in de vorm van en Albert Heijn XL zijn definitief van de baan. Daarnaast is het tevens de vraag of een megasupermarkt thuis hoort op een dergelijk grootschalig winkelcluster.
- Er bestaat een verschil in verzorgingsfunctie tussen kernwinkelgebied van Eijsden en Retail Cluster Eijsden. Waar het kernwinkelgebied zich richt op met name de dagelijkse winkelvoorzieningen en aanvullende (kleinschalige) niet-dagelijkse voorzieningen, richt Retail Cluster Eijsden zich op de grootschalige niet-dagelijkse uitgaven van de consument, die onder andere uit Eijsden zal komen. Aangezien de functie van de twee winkelgebieden ver uit elkaar ligt en het bezoekmotief van de consument per winkelgebied verschilt, voorziet ECORYS geen nadelige effecten van de komst van het Retail Cluster op het kernwinkelgebied van Eijsden.

5 Uitwerking concept Retail Cluster Eijsden

5.1 Kritische succesfactoren

Hieronder worden de belangrijkste factoren voor het welslagen van het PDV/GDV-concept in Eijsden kort toegelicht.

Kritische massa

Een kritische massa van 20.000 – 25.000 m² wvo is noodzakelijk om voldoende aantrekkingskracht te genereren. Dit sluit aan bij de karakteristieken van en mogelijkheden binnen het primaire verzorgingsgebied.

Concentratie van PDV/GDV

Het is van belang om in de Maastrichtse regio PDV/GDV zoveel mogelijk te concentreren op één of twee locaties binnen de regio Maastricht: Eijsden en Maastricht-Belvédère. De haalbaarheid van het project wordt vergroot door geen medewerking te verlenen van de vestiging van PDV op andere locaties binnen de gemeente en solitair gelegen winkels te verplaatsen naar een van beide locaties. Enkel op deze wijze krijgen de nieuwe PDV-locaties een vliegende start.

Onderscheidend vermogen

Indien zowel de locatie Eijsden als Maastricht-Belvédère tot ontwikkeling wordt gebracht is het evident dat beide locaties zich wezenlijk van elkaar onderscheiden. Onze eerste gedachten gaan uit om Eijsden te ontwikkelen volgens het concept van een big box boulevard: een verzameling van grootschalige winkelunits die min of meer autonoom kunnen functioneren.

Verzameling trekkers in PDV-sfeer

Belangrijk is dat er minimaal twee grote trekkers, qua naam en faam en metrage (minimaal 5.000 m² wvo) op het gebied van woninginrichting, bouwmarkten en/of Plant & Dier (Tuincentra) zich vestigt op het cluster. Dit hoeft niet perse een gevestigde landelijke of internationale speler te zijn als IKEA, maar ook kan een relatieve nieuwkomer of een regionale bekendheid zijn.

Toevoeging PDV-plus branches is een duidelijke pré

In de meeste nieuwe of herontwikkelde woonboulevards worden bepaalde branches toegevoegd, die een positieve uitwerking op het geheel. Voorbeelden zijn Hengelo-Westermaat, Leeuwarden-De Centrale, Breda-Kuisvoort, Heemstede-Cruquius. Voor het welslagen van het PDV/GDV-cluster Eijsden lijkt brancheverbreiding wenselijk, zoniet noodzakelijk om de juiste omvang en trekkracht te bewerkstelligen. Een

waardevolle toevoeging zijn grootschalige winkels in de branches Sport en Spel of Rijwielen.

DTZ Zadelhoff onderzoekt succesfactoren PDV-locaties

In het septembernummer van Vastgoedmarkt wordt verslag gedaan van een onderzoek door DTZ Zadelhoff naar de succesfactoren voor PDV-locaties. Hieronder worden puntsgewijs de belangrijkste conclusies van het onderzoek genoemd.

- De mate van succes van locatie wordt positief beïnvloed door de aanwezigheid van verschillende branches op één perifere detailhandelslocatie. Branches waaraan bijvoorbeeld gedacht kan worden naast de branche woninginrichting, zijn onder andere bouwmarkten, sportzaken en verkooppunten in de branche bruin- en witgoed.
- Een perifere detailhandelslocatie moet wel een woonboulevard blijven, maar de toevoeging van bepaalde branches is wel positief. Zo heeft de aanwezigheid van een babywoonwarenhuis een positieve invloed op de mate van succes van een PDV-locatie.
- Als één van de meest invloedrijke succesfactoren is de aanwezigheid van tenminste één verkooppunt met een zeer groot vloeroppervlak uit het onderzoek gekomen. Als uitgangspunt voor het onderzoek is hiervoor een minimale winkelvloeroppervlakte van 5.000 m² genomen. Opvallend is dat deze grote winkel niet per se tot een sterk internationaal opererend filiaalbedrijf, zoals Ikea, hoeven te behoren, maar dat ook een lokale of regionale speler deze trekkersrol kan vervullen.
- Tot slot behoren de factoren bereikbaarheid en zichtbaarheid van een perifere locatie tot de succesfactoren.

Bron: Vastgoedmarkt, september 2006.

5.1.1 Parkeren, verkeer en bevoorrading

Parkeren

Het aanwezig zijn van voldoende parkeerplaatsen is een essentiële voorwaarde voor het welslagen van een PDV-locatie. Voor de parkeerplaatsen geldt dat deze “vrouwvriendelijk” zijn. Dit betekent dat een parkeerplaats “iets” ruimer bemeten is dan een standaard “P”-plaats (5 x 2,50 m) zodat makkelijk voorwaarts ingeparkeerd kan worden. En tevens dat de parkeerplaats goed verlicht is, geen ongerechte uithoeken kent, en dat de auto makkelijk is terug te vinden. Hierbij kan gedacht worden aan goede informatie over het parkeervak waar is geparkeerd (gekleurde zones?)

Ook van doorslagend belang is dat het parkeren gelijkvloers, direct aansluitend aan de objecten, wordt gerealiseerd. Naast het heffen van parkeergeld is één van de grootste minpunten de belemmering die het parkeren op diverse niveaus opwerpt.

Naast voldoende (gratis) parkeergelegenheid dient er ook op te worden toegezien dat er een goede aansluiting (in- en uitrit) komt op de infrastructuur. Opstoppen op het parkeerterrein dienen te worden voorkomen.

Alle belemmeringen voor het achterlaten van de auto voor het shoppen maar ook het terugvinden van de auto vormen obstakels die een herhalingsbezoek in de weg kunnen staan. Dit klemmt des te meer wanneer elders wel gelijkwaardige alternatieven worden

aangeboden waar de parkeerbehoefte wel efficiënt ter hand is genomen. En een eenmaal opgedane negatieve parkeerervaring (beschadiging, lang zoeken naar een geschikte parkeerplaats, niet/moeilijk terugvinden van de geparkeerde auto) zal een herhalingsbezoek in de weg staan.

Het voorstaande is geen pleidooi voor het onbeperkt aanleggen van parkeerplaatsen. Voor het opvangen van piek moment (vrijdagavond, zaterdag) kan het noodzakelijk zijn een overloop in de directe nabijheid van de PDV-locatie te creëren of alsnog te opteren voor parkeren op niveau. Uiteindelijk is voor het succes van de PDV-locatie mede doorslaggevend dat eenvoudig een beschikbare parkeerplaats kan worden gevonden en het terrein naar de shopervaring eenvoudig kan worden verlaten. De tevredenheid over een aankoop heeft een negatief effect op de concentratie op het verkeer

Verkeer

Net zoals het parkeren geen obstakel mag vormen voor een bezoek geldt dat ook voor de infrastructuur. Het mag niet op voorhand verwacht worden, gelijk IKEA, dat bezoekers het een prettige ervaring vinden om gedurende vele minuten in een file te staan alvorens het terrein op te kunnen komen dan wel weer te verlaten. Op piektijden is enige stremming altijd aanwezig doch het zoveel als mogelijk voorkomen daarvan is van belang.

Ieder PDV-locatie trekt verkeer aan. Het merendeel van de bezoekers komt met de auto. Het vinden van de PDV-locatie (bewegwijzering) maar ook het creëren van een optimale inrit als ook uitrit is daarbij essentieel. Goede doorstroming is niet enkel van belang voor de bezoekers doch ook voor het overige verkeer.

Zoveel als mogelijk moet voorkomen worden dat wegen gekruist dienen te worden. De inrit moet in beginsel aan de rechterhand liggen ten opzichte van de locatie. Voor de uitrit geldt eveneens dat deze moet meelopen met de verkeersrichting zonder dat een rijbaan wordt gekruist. De bereikbaarheid van de locatie, de infrastructuur, dient daarop te worden afgestemd.

Ook dient er op te worden gelet dat het verkeer dat het terrein verlaat vlot kan doorstromen. Het parkeergebied dient geen opvangzone te zijn voor het verkeer dat het terrein verlaat.

Per situatie zal een model voor de optimale situatie moeten worden ontwikkeld dat zoveel als mogelijk aan voorstaande uitgangspunten voldoet. Bij de inrit dient het verkeer vlot door te stromen naar een parkeerplaats en bij de uitrit dient het verkeer zich naadloos te mengen met de overige verkeersfuncties.

Bevoorrading

Het is voor de exploitanten van belang dat hun winkel goed en eenvoudig kan worden bevoorraadt. De beste wijze waarop dit kan worden bereikt is het volledig scheiden van de verkeersbewegingen van bezoekers en bevoorrading. Niet alleen zijn lossende vrachtauto's ontsierend voor het beeld van de locatie, tevens kunnen zij een gevaar opleveren voor (jonge) bezoekers.

Er dient dus een gescheiden entree te komen, bij voorkeur aan de achterzijde van het complex, voor de bevoorrading.

In overleg met de exploitanten dient onderzocht te worden welke bevoorradingsbehoefte bestaat, het aantal verkeersbewegingen per dag, en daarop dient de infrastructuur te worden afgestemd. Eventueel kan met timeslots gewerkt gaan worden. Timeslots zijn perioden waarbinnen de bevoorrading mag plaatsvinden.

Wat te allen tijde moet worden voorkomen is dat verkeer dat ziet op bevoorrading zich gaat “mengen” met het bezoekende verkeer en de winkelende bezoekers. Om dit te bereiken kan het beste aan de achterzijde van het te realiseren complex de laad- en losbewegingen worden geconcentreerd.

5.2 Concept Retail Cluster Eijsden

Rekening houdend met een evenwichtige detailhandelsstructuur voor de consument en de voorkeur van retailers om zich te vestigen in de regio Maastricht, is tot een invulling gekomen van het concept voor Retail Cluster Eijsden. Zoals eerder aangeven kijken retailers op een bepaalde manier naar de markt van Maastricht, hetgeen zich doorvertaalt naar bepaalde vestigingsplaatseisen. ECORYS is zich bewust van de mogelijke discussie over een Saturn vestiging op Retail Cluster Eijsden. Daarom wordt inzicht verschaft in de motivatie van de Media-Saturn Holding. De belangrijkste aspecten die belicht worden zijn:

- Saturn wil in Maastricht op een perifere locatie zitten;
- Saturn wil niet concurreren met de Media Markt-vestiging in de binnenstad van Maastricht;
- De locatie heeft potentie met een krachtige invulling Saturn in combinatie met bijv. Decathlon;
- Saturn-vestiging alleen heeft onvoldoende trekkracht, is te weinig attractief voor de consument; deze kiest dan toch voor de binnenstad van Maastricht;
- Het realiseren van de uitbreidingslocatie (Fase II) brengt meerwaarde met zich mee voor onderhavige locatie;
- Absolute voorwaarde voor vestiging van een Saturn in (stadsgewest) Maastricht is realisatie binnen 2 à 3 jaren.

Tabel 5.1 Branchering en fasering plan Retail Cluster Eijsden

Branche	Fase 1 (m² wvo)	Fase 2 (m² wvo)
Sport & Spel	4.000	0
Bruin & Witgoed	4.000	0
Doe-Het-Zelf	0	13.000
Plant & Dier (Tuincentra)	0	
Wonen	0	16.000
Totaal	8.000 m²	29.000

Bron: Wyckerveste Adviseurs.

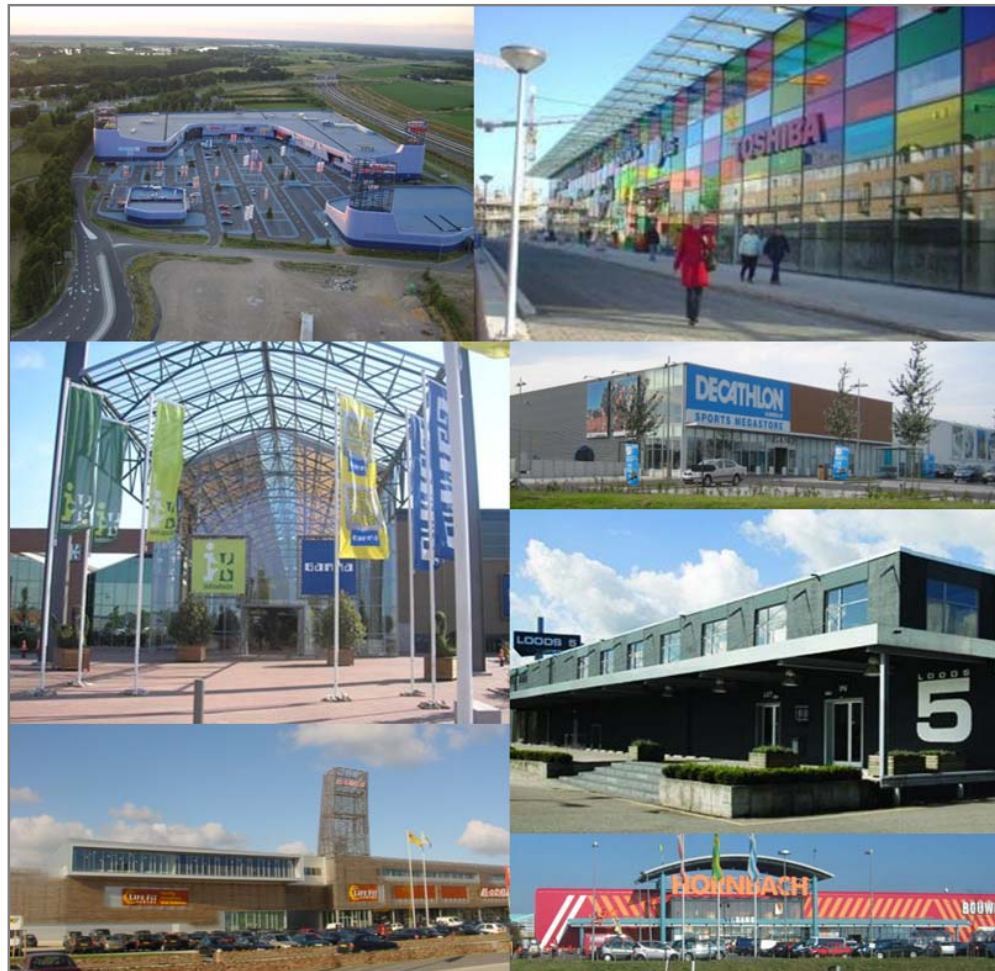
Figuur 5.1 Concept Fase I en II Retail Cluster Eijsden



Naast de beweegredenen van Media-Saturn Holding heeft tevens Decathlon haar voorkeur uitgesproken voor een vestiging van een grootschalige winkel op het Retail Cluster Eijsden. Dit verklaart tevens het aanbod Sport & Spel van 4.000 m² in fase 1 van het plan te Gronsveld. Voor fase 2 (zie figuur 5.1) wordt concreet gesproken over de komst van een Hornbach vestiging van 18.300 m² bvo en wordt tevens gedacht aan een grootschalige autonome trekker in de Wonen branche.

De onderstaande beelden dienen ter inspiratie en beeldvorming van de plannen voor Retail Cluster Eijsden.

Figuur 5.2 Referentiebeelden ter verduidelijking concept Retail Cluster Eijsden



Bijlage 1: Referentieprojecten

In deze bijlage zijn twee referentieprojecten beschreven. Op basis van ervaringen met soortgelijke projecten kunnen succes- en faalfactoren van gerealiseerde PDV/GDV-clusters in beeld worden gebracht. Voor dit onderzoek zijn dit:

- Retailpark Roermond
- Parkstad Limburg Stadion
 - De Centrale in Leeuwarden.
 - Westermaat in Hengelo.

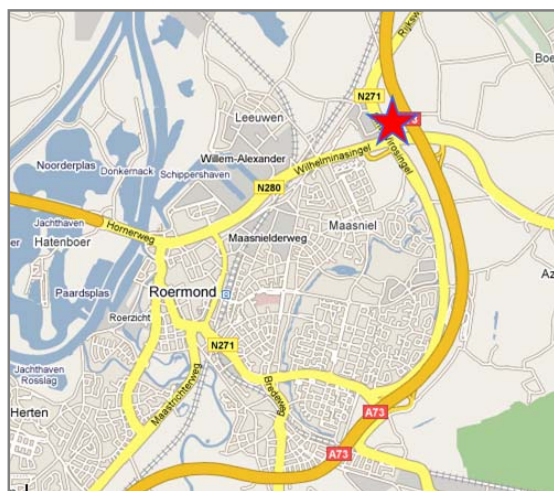
De keuze voor deze projecten is gebaseerd op de vergelijkbaarheid met de plannen voor grootschalige en perifere detailhandel in Maastricht. Ook al komen de concrete invulling, branchering en metrage van de projecten niet volledig overeen, toch zijn er veel leerpunten over de kwalitatieve aspecten, de ligging van het project ten opzichte van het centrum en andere zaken.

Retailpark Roermond

Ligging

Retailpark Roermond ligt op een goed bereikbare locatie aan de stadsrand van Roermond, gelegen op een zichtlocatie aan de A73. De locatie van het Retailpark ligt dichtbij het Factory Outlet Centre van Roermond, dat ten westen van de locatie is gesitueerd.

Figuur 0.1 Locatie Retailpark Roermond



Specifieke kenmerken

Het retailpark heeft de vorm van een U met daarboven twee losse clusters. Het centrumgebied wordt gebruikt als parkeerplaats, waarbij tevens de mogelijkheid bestaat om onder de grond te parkeren. Het detailhandelsaanbod bevindt zich in de PDV en GDV branches, waarbij tevens een grootschalige supermarkt in de vorm van een AH XL is te vinden op de begane grond. Het aanbod in de verschillende branches is gemixt en is verdeeld over twee verdiepingen.

Omvang en aanbod

In totaal betreft het een ontwikkeling van circa 35.000 m². Belangrijke aanbieders zijn:

- PDV-formules: Hoom, Henders & Hazel, Jysk, Leef Trends XL, Knibbeler
- GDV-formules: Electroworld, Mediamarkt, Toys 'R' US, Intersport, Blokker, Muziekplaza, Xenos
- Bijzonder aanbod: Albert Heijn XL

Impressie Retailpark Roermond



Voor- en nadelen specifieke ligging

Het Retailpark is langs de A73 gelegen op een goede zichtlocatie, waardoor veel Duitse consumenten het winkelcluster vanuit hun auto kunnen zien op het moment dat zij op weg zijn naar het Factory Outlet Centre, dat vlakbij gelegen is. De aanwezigheid van een gratis openbaar vervoersdienst tussen het FOC, het Retailpark en de Roermondse binnenstad moet het combinatiebezoek bevorderen.

Effecten

Kwalitatieve effecten in Roermond

Het concept van het Retail Park is aanvullend aan het bestaande aanbod. Het Retail Park draagt bij aan de ambitie van de gemeente tot versterking van de positie van Roermond als Koopstad van Midden-Limburg. Aspecten die worden versterkt zijn onder andere:

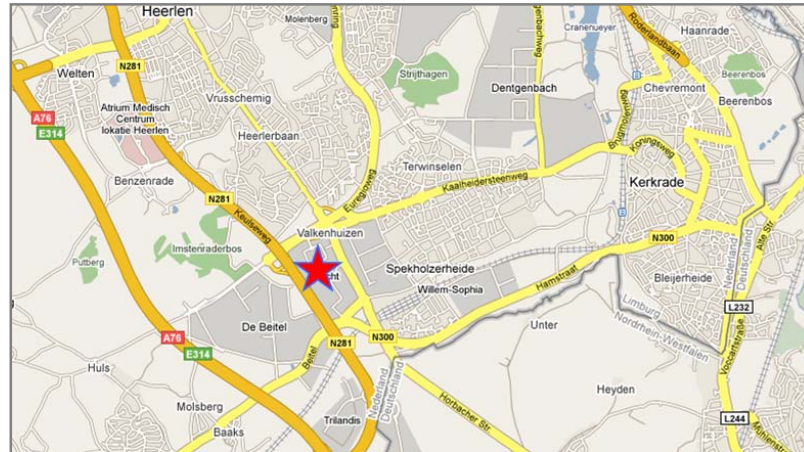
- versterking van het motief doelgericht winkelen;
- vergroten van de naamsbekendheid van Roermond;
- versterken 'dagje uit';
- behoud koopkrachtbinding en beperking koopkrachtafvloeiing.

Parkstad Limburg Stadion

Ligging

Het winkelcluster met grootschalige winkels rondom het Parkstad Limburg Stadion is goed bereikbaar vanaf de N281.

Figuur 0.2 Locatie retailcluster Parkstad Limburg Stadion



Specifieke kenmerken

Het winkelcluster wordt gekenmerkt door los van elkaar staande ‘big box’ winkels en de aanwezigheid van een groot aanbod gratis parkeerplaatsen. Het gaat hier om winkels die los van elkaar een grote aantrekkende werking hebben, zoals de Hornbach, Intratuin en Decathlon. Tevens voldoet de locatie in hun behoefte naar een groot aantal parkeerplaatsen welke tevens gebruikt worden op het moment van voetbalwedstrijden. Het winkelcluster mist enige vorm van uitstraling (behalve het stadion zelf) en qua opbouw is er weinig samenhang tussen de verschillende winkels.

Omvang en aanbod

Het aanbod rondom het Parkstad Limburg Stadion bestaat uit karakteristieke grootschalige winkels in de Doe-Het-Zelf, Sport & Spel en Plant & Dier (Tuincentra) branche. De volgende winkels zijn er te vinden:

- Hornbach
- Karwei
- Intratuin
- Praxis
- Decathlon
- Kwantum

Naast het bestaande aanbod bestaat de wens van Albert Heijn voor het vestigen van een XL winkel in het stadion. Het is echter onzeker of in de toekomst toestemming zal worden gegeven voor deze winkel.

Impressie Parkstad Limburg Stadion



Effecten

Het winkelcluster rondom het Parkstad Limburg Stadion heeft een totale grootte van ruim 36.000 m² wvo. Hoewel het cluster dicht bij het andere PDV cluster in Heerlen is gelegen, te weten In de Cramer met ruim 90.000 m² wvo, bestaat er geen directe concurrentie tussen de twee clusters vanwege de complementariteit in het aanbod.

De locatie van het Parkstad Limburg Stadion draagt bij aan het succes van het winkelcluster omdat het centraal is gelegen tussen Kerkrade en Heerlen en tevens ook dicht tegen de Duitse grens ligt.

Leeuwarden, de Centrale

Ligging

De Centrale is gelegen aan Franklinstraat, op enige afstand ten oosten van de binnenstad van Leeuwarden (circa 3 km). Deze afstand is niet lopend te overbruggen voor de consument. De Centrale ligt op een goed bereikbare locatie en heeft van oudsher een functie als PDV-cluster.

Figuur 0.3 Locatie de Centrale



Specifieke kenmerken

De Centrale is in verschillende fasen tot ontwikkeling gekomen. In eerste instantie betrof het alleen een concentratie van PDV-aanbod, daterend uit 1989. In 2000 heeft echter een vrij aanzienlijke uitbreiding plaatsgevonden, waarbij verschillende GDV-formules zijn toegevoegd. Het nieuwe deel van het retailpark is overdekt. Aansluitend de winkelvoorzieningen is een ruim aantal parkeerplaatsen op maaiveld aanwezig (gratis).

Omvang en aanbod

In totaal betreft het een ontwikkeling van circa 30.000 m². Belangrijke aanbieders zijn:

- PDV-formules: Praxis, Leen Bakker, Beter Bed, Carpetright en Brugman Keukens & Badkamers.
- GDV-formules: Media Markt, Bristol, Toys 'R' Us en Halfords.
- Momenteel wordt onderzoek gedaan naar een mogelijke uitbreiding.

Impressie Leeuwarden de Centrale



Effecten

Door de ligging aan de rand van de stad vindt er vrijwel geen combinatiebezoek met de binnenstad van Leeuwarden plaats, waardoor de positieve effecten van de aanwezigheid van de grootschalige concentratie op de binnenstad van Leeuwarden vrij beperkt worden geschat. De negatieve effecten worden heel beperkt – zo niet aanwezig – geschat. Onderzoek heeft aangetoond dat de realisatie van de Centrale nauwelijks invloed heeft gehad op de binnenstad. Deze evaluatie heeft plaatsgevonden vijf jaar na opening, op basis waarvan later toestemming is gegeven tot uitbreiding van de Centrale⁶.

Daarnaast heeft Leeuwarden een erg aantrekkelijke binnenstad met een belangrijke regionale recreatieve functie. De winkelgebieden functioneren daarmee complementair aan elkaar. Voordeel van de Centrale is dat de locatie goed bereikbaar is (in tegenstelling tot de moeilijker bereikbare binnenstad) en ruim voldoende parkeren op maaiveld heeft (onbetaald). Tevens was er voldoende ruimte voor uitbreiding, zodat er een combinatie van PDV- en GDV-aanbod gerealiseerd is op een en dezelfde locatie, in plaats van versnippering. De locatie beschikt wat betreft aanbod over meer dan voldoende kritische massa om goed te kunnen functioneren.

Voor Leeuwarden als geheel heeft de aanwezigheid van de grootschalige concentratie een positieve invloed gehad, omdat het aanbod een regionale functie heeft en in die zin heeft bijgedragen aan een verhoging van het aantal bezoekers aan retailvoorzieningen in Leeuwarden en aldus ook heeft bijgedragen aan een versterking van de retailstructuur.

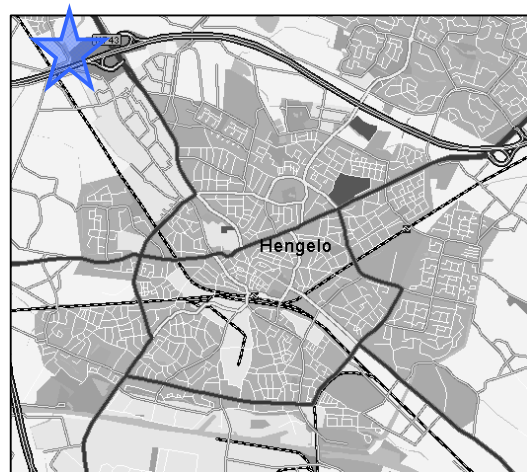
⁶ Bron: PropertyNL: 'GDV-locatie de Centrale in Leeuwarden' (november 2003).

Hengelo, Plein Westermaat

Ligging

Westermaat ligt op een zeer goed bereikbare locatie aan de stadsrand van Hengelo, gelegen op een zichtlocatie aan de A1.

Figuur 0.4 Locatie Westermaat



Specifieke kenmerken

Het gebied Westermaat bestaat uit verschillende delen. Het PDV-aanbod is gelegen aan de zuidzijde van de A1. Het Plein met het GDV-aanbod (incl. de IKEA) is aan de noordkant van de A1 gelegen. IKEA (circa 23.000 m² w.v.o.) vormt de belangrijkste trekker in dit gebied. Het plein met het GDV-aanbod is ontwikkeld door TCN en opende in 2004. Er is ruim voldoende (onbetaald) parkeren op maaiveld.

Aanbod

Belangrijke aanwezigen op de locatie zijn:

Zuidkant van de A1:

- Brugman Keukens & Badkamers, Leen Bakker, Kwantum, Pieter Berntzen, Carpetright en Meubel Direct. GDV-formules: Bike Totaal, Huigens Music en Schumer Piano's.

Noordkant van de A1, Het Plein:

- IKEA, MediaMarkt, BCC, Prenatal, Toys 'r us, Intersport, Praxis, health & fitness.

Impressie Hengelo Westermaat



Voor- en nadelen specifieke ligging

Een groot voordeel van de specifieke ligging van Westermaat is de zeer goede bereikbaarheid vanuit de regio. Uitwisseling van bezoekersstromen tussen Westermaat en de binnenstad van Hengelo zijn echter beperkt zijn⁷.

Effecten

Door het GDV-cluster aansluitend aan de IKEA te ontwikkelen, zijn belangrijke toekomstgerichte condities geschapen voor de aanwezige GDV- (maar ook voor de andere aanwezige PDV-) formules. Deze kunnen namelijk optimaal profiteren van bezoekersstromen van de IKEA en van de wederzijdse bezoekersstromen.

Door de keuze voor deze locatie zal de binnenstad niet optimaal kunnen profiteren van combinatiebezoek. De vraag is echter is in hoeverre het aanwezige GDV-aanbod op Westermaat een echte bezoekersimpuls tot gevolg heeft voor de binnenstad van Hengelo. De trekkracht van Westermaat wordt vooral bepaald door de IKEA en hier kan het GDV-aanbod in deze situatie wel van profiteren. Waarschijnlijk meer dan op een locatie in de binnenstad van Hengelo.

⁷ Een meting in 2004 heeft dit uitgewezen.

Bijlage 2: Kwalitatieve en kwantitatieve effecten

Wanneer is sprake van duurzame ontwrichting?

Als voorwaarde voor de eventuele ontwikkeling van een PDV/GDV-cluster in Eijsden geldt dat deze de bestaande winkelstructuur in de regio niet mag ontwrchten. Bijvoorbeeld als door de toevoeging van een nieuw cluster de recreatieve bezoeken voor het centrumgebieden in het verzorgingsgebied op structurele wijze worden aangetast, of het voorzieningenniveau in de woonwijken onder druk komt te staan en structurele uitval optreedt in het ruimtelijke spreidingspatroon van winkelcentra.

De consument dient beschikking te hebben en te houden over een voldoende gevarieerd winkelaanbod in een bepaalde branche, met een zeker spreidingskarakter van de winkelgebieden over de woonplaats. Blijft dat overeind, dan is geen sprake van ontwrichting van de retailstructuur. Binnen die structuur moeten ondernemers ook op langere termijn in staat zijn naar behoren, dus duurzaam, te kunnen functioneren.

Een deel van het winkelaanbod ligt verspreid, vaak solitair op verouderde of ongeplande locaties. Dat zijn ook vaak de zwakkere locaties in het winkelaanbod. Mochten nieuwe plannen als effect hebben dat die verspreide vestigingen onder druk komen te staan of zullen verdwijnen, dan betekent dat niet per definitie ontwrichting. Grootschalige toevoegingen zullen altijd leiden tot omzetverschuivingen en – afhankelijk van de lokale situatie – zal de markt zich weer herstellen.

Kwalitatieve effecten

In deze paragraaf wordt ingegaan op de kwalitatieve effecten van een mogelijk PDV/GDV-cluster in Eijsden.

De voordelen van concentratie van grootschalige voorzieningen

De opkomst van grootschalige vormen van retail is een niet te keren trend in de detailhandel. Met de realisatie van een PDV/GDV-cluster kan de ruimtelijke ontwikkeling van grootschalige detailhandel gestuurd en geconcentreerd plaatsvinden. De voordelen van concentratie van grootschalige detailhandel ten opzichte van een ongecontroleerde spreiding zijn onder meer:

Passend binnen het koopgedrag van de consument

- *Vergelijken.* De consument wordt in staat gesteld om op één locatie kennis te nemen van een zo volledig mogelijk assortiment.
- *Tijdsbesteding.* De clustering stelt de consument in staat om zeer efficiënt om te gaan met de geringe vrije tijd die hij/zij tot zijn/haar beschikking heeft.

- Clustering biedt - vanwege een toename van het draagvlak - mogelijkheden voor nieuwe functies die de aantrekkelijkheid van de locatie verder kunnen verhogen. Hierbij gaat het tevens om ondersteunende niet-detailhandelsfuncties, zoals lunchrooms.

Ruimtelijke aspecten

- *Mobiliteit*. Concentratie leidt tot een beperking van de mobiliteit, maar kan ook nieuwe mobiliteit oproepen.
- *Grondgebruik*. Concentratie leidt tot intensiever grondgebruik en tot gemeenschappelijk gebruik van parkeervoorzieningen en andere noodzakelijke infrastructuur.

Functionele aspecten

- *Aantal bezoekers*. Geclusterde vestigingen trekken meer bezoekers, omdat ze kunnen profiteren van de aantrekkingskracht van andere aanbieders op dezelfde locatie.
- *Combinatiebezoek*. Bij geclusterde voorzieningen is de mate van combinatiebezoek hoger dan bij verspreid gelegen voorzieningen.
- *Doelgericht/recreatief*. Bij concentraties is het recreatieve gehalte, ook als het hoofd bezoekmotief doelgericht is, groter.
- *Omvang verzorgingsgebied*. Geclusterde voorzieningen hebben over het algemeen een groter verzorgingsgebied dan verspreid gelegen voorzieningen.
- *Aantrekkelijkheid winkelgebied*. Concentraties worden door de consument veelal positiever gewaardeerd dan verspreid gelegen voorzieningen.
- *Imago*. Clustering van voorzieningen - en als gevolg daarvan een hogere kritische massa - leidt tot een grotere naamsbekendheid bij de consument.

Complementariteit tussen winkelgebieden

De verwachting is dat het project in Eijsden veel doelgericht bezocht zal worden vanwege het type aanbod. In onderstaande tabel is een overzicht gegeven van de belangrijkste kenmerken van de verschillende winkelgebieden in de regio.

Tabel 0.1 Overzicht kenmerken winkeltypologieën het verzorgingsgebied

	Verzorgingsgebied	Assortiment	Bezoekmotief
Centrumgebieden (zoals het centrum van Maastricht)	Afhankelijk van de omvang kernverzorgend en (beperkt) regionaal	Pakket dagelijkse en niet-dagelijkse voorzieningen. In het centrum veel recreatief aanbod (mode, etc.). Andere centrumvoorzieningen Recreatieve horeca	Voornamelijk recreatief, deels doelgericht en gericht op gemak
Wijk-/buurtcentra	Wijk-/buurtgebonden	Dagelijks/frequent benodigde artikelen Andere buurtfuncties	Doelgericht in specifieke branches (voorzien in dagelijkse behoefte)
PDV/GDV-cluster	Regionaal	PDV- en GDV- aanbod	Doelgericht in specifieke grootschalige branches Deels recreatief

Kader 0.1 Detailhandelsplannen Maastricht (deel 1)

Gebied/ locatie	Indicatie omvang	Beschrijving
Stedelijk niveau		
A2 Stadsboulevard	- Herontwikkeling KPN-gebouw: ca. 3.700 m² bvo commerciële functies - Ca. 30.000 m² bvo commerciële ruimte	- Tussen het knooppunt Geusselt en Europaplein zijn plannen om de A2 te ondertunnelen. Hierdoor komt er ruimte voor een Stadsboulevard, die ook als nieuwe oost-west as tussen de wijken Wittevrouwenveld en Wyckerpoort kan functioneren. - Het plan voor de herbestemming van het voormalige KPN-complex langs de A2 in Maastricht is door het college van B & W goedgekeurd. Momenteel wordt er een procedure opgestart voor de wijziging van het bestemmingsplan. Het complex wordt geheel gesloopt, om plaats te maken voor 230 koop- en huurappartementen, 7.000 m² kantoorruimte en 3.700 m² bvo ruimte voor commerciële en maatschappelijke functies in de plinten. De invulling van de plinten is pas na 2010 aan de orde. - In het Programma van Eisen (vraagspecificatie 1 van het Projectbureau Maastricht) is aangegeven dat er voor winkels ruimte is als het gaat om (gewenste) verplaatsingen van bestaande winkels of winkels die complementair zijn t.o.v. het huidige winkelaanbod in de buurt, stad of regio. Voor voorzieningen en andere bijzondere functies zijn programmatisch geen beperkingen. Er mag maximaal 30.000 m² bvo commerciële ruimte worden toegevoegd.
Studentencampus	Ca. 450 m² bvo kleinschalige detailhandel	- In de omgeving van het Academisch Ziekenhuis en de Universiteit in Randwyck wordt de bouw van een studentencampus gepland, inclusief een sporthal, kantoren en commerciële ruimten. Het gaat in dit geval om het toevoegen van ca. 450 m² bvo ondersteunende/ kleinschalige detailhandel. - De definitieve invulling van dit plan is op dit moment nog onbekend. Medio 2010 is de opening van de studentencampus gepland.
Theater	2.000 m² bvo retail	In Maastricht heeft Joop van den Ende zich onder de naam Living City Property Performance gemeld met een ambitieus plan voor de bouw van een theater, horeca en mogelijk andere voorzieningen, waaronder winkels en woningen. Het zou gaan om de locatie Landbouwbelang en ca. 2.000 m² retail.
Theater en wellness		- De Maastrichtse ondernemer B. Wesley heeft een plan gepresenteerd voor een theater en een wellness-centrum, met ruimte voor kleinschalige shopping, aan de noordkant van de Geusselt langs de A2. - Het College van B&W heeft zich uitgesproken tegen het plan.
Geusselpark	Ca. 1.500 m² bvo retailvoorzieningen	- Naar verwachting zal het project Geusselpark, met als laatste fase de grootschalige kantorenbouw aan de westzijde van het stadion, eind 2015 worden opgeleverd. De woningbouw is gestart en de ontwikkeling van retail en leisure, aan de oostzijde van het stadion, komt spoedig tot ontwikkeling. - Voor de retailvoorzieningen, in beginsel sportgerelateerd, wordt uitgegaan van een omvang van ca. 1.500 m² bvo. Onder leisure wordt onder andere een sporthal, fitnessruimten, een klimhal en een speelhal verstaan.
Belvédère	- Ca. 20.000 à 25.000 m² wvo detailhandel - Reservering voor 20.000 à 30.000 m² bvo perifere detailhandel - Buurtsupermarkt in Boschpoort van ca. 1.000 à 1.200 m² wvo	- Het project behelst een ingrijpende herstructurering van een gebied met een omvang van ca. 280 hectare ten noordwesten van de binnenstad. Detailhandel kan op verschillende plekken in Belvédère een plaats krijgen. Het structuurplan Belvédère gaat uit van een situering die vooral gericht is op de versterking van het kernwinkelgebied om zo een natuurlijke overloop van binnenstad naar Belvédère te bewerkstelligen. Voor een aantal locaties aan de rand van de binnenstad en rondom het Bassin wordt gedacht aan (grootschalige) detailhandelsvoorzieningen van 20.000 à 25.000 m² wvo. Het gaat om meer dan alleen het toevoegen van standaardformules. Locaties zijn Sphinx-terrein, Nutsbedrijven, Timmerfabriek en Landbouwbelang. Retail zou met name geconcentreerd worden op het Sphinx-terrein. - Een ander belangrijk overgangsgedebied naar Belvédère, de historische binnenhaven het Bassin, is al in ontwikkeling. De haven wordt omzoomd door diepe, gewelfde werfkelders waarin winkels en horeca zijn gevestigd. Het Bassin kan uitgroeien tot een nieuw ankerpunt voor winkellende en ontspanning zoekende burgers en bezoekers van Maastricht. - Binnen het project Belvédère wordt ook ruimte gereserveerd voor 20.000 à 30.000 m² perifere detailhandelsvestingen (PDV). Dit programma is denkbaar op goed bereikbare plekken in de omgeving van de verlegde Noorderbrug en de Bosscherlaan. - Het ontwerp Masterplan gaat daarnaast uit van een buurtvoorziening voor de wijk Boschpoort (Vernichoterrein), waarbij wordt gedacht aan een supermarkt van ca. 1.000 à 1.200 m² wvo met een verzorgingsfunctie voor Boschpoort.
Trega-terrein		Het Trega-terrein is gelegen in het verlengde van de Noorderbrug en valt buiten het plangebied voor Belvédère. De locatie is op dit moment nog in onderzoek. In de voorlopige ruwe schetsen is er 25.000 m² bestemd voor niet-wonen en niet-milieubelastende activiteiten. Een mogelijke invulling kan detailhandel zijn, maar dit is geenszins zeker.

Bron: Concept detailhandelsvisie gemeente Maastricht, 2008.

Kader 0.2 Detailhandelsplannen Maastricht (deel 2)

Binnenstad		
Mosae Gusto, afronding Mosae Forum	Ca. 3.500 m² bvo	- Mosae Gusto, een overdekte culinaire dagmarkt, gesitueerd in de historische gewelfkelders van Mosae Forum is in september 2007 geopend. Het biedt een scala aan verse producten en beschikt over ca. 3.500 m² bvo voor koken, kopen en proeven. In de kleine shops worden culinaire producten verkocht. - Tevens is recent ook nog een grootschalige Intersport-vestiging van ca. 1.200 m² bvo in Mosae Forum geopend. Intersport is gevestigd op de eerste etage, boven Kruidvat.
Hoenderstraat	- Ca. 1.200 m² bvo Intersport - Ca. 1.000 à 1.500 m² bvo	Er zijn plannen (Elizen Vastgoed Groep) om het gebied tussen de voormalige discotheek Night Live en het pand op de hoek van de Hoenderstraat opnieuw tot ontwikkeling te brengen. Het gebied moet een internationale uitstraling krijgen. Op de begane grond worden (mode) winkels gepland. Het planvolume is ca. 1.000 à 1.500 m² bvo, waarvan ca. 1.200 m² bvo in het hogere marktsegment.
Stadsdeelcentrum		
Brusselse Poort	Ca. 20.000 m² bvo, waarvan ca. 10.000 m² bvo uitbreiding	De Ontwikkelingsvisie Brusselse Poort gaat uit van een planvolume van ca. 15.500 tot 17.500 m² bvo. Hieraan is de eis verbonden dat 50% bestemd is voor verplaatsing, 50% voor uitbreiding die in de tijd gefaseerd moet worden. Gerekend is met 2.500 m² bvo, autonome groei van de detailhandel in de dagelijkse sector. En PDV/GDV met een omvang van 10.000 m² bvo, waarvan minimaal 50% verplaatsing dien te zijn (in verband met de strategie van concentratie).
Wijk- en buurtwinkelen		
Winkelcentrum Heer	Ca. 8.000 à 10.000 m² wvo	Er wordt al langer gesproken over een mogelijke opwaardering en versterking van het winkelcentrum Heer. Het zou gaan om het Rekko-terrein en de noordzijde van de Dorpsstraat en een programma (inclusief verplaatsers) van ca. 8.000 à 10.000 m² wvo.
Caberg	Ca. 1.300 à 1.350 m² wvo, waarvan ca. 610 à 660 m² wvo uitbreiding	De Plus (690 m² wvo) in Caberg heeft de wens de supermarkt uit te breiden tot een omvang van ca. 1.300 à 1.350 m² wvo.
De Heeg		Er zijn plannen om te komen tot een herontwikkeling van winkelcentrum De Heeg. Beide supermarkten (Aldi en Super de Boer) zouden daarbij willen uitbreiden. De plannen zijn niet concreet.
Malberg	Ca. 4.800 m² bvo, waarvan 1.900 m² bvo uitbreiding	Winkelcentrum Malberg wordt uitgebreid. Het voorzieningencentrum krijgt in de nieuwe situatie een omvang van ca. 4.800 m² bvo. De bestaande Jumbo krijgt een nieuw pand aan het Malbergplein en wordt uitgebreid tot ca. 1.770 m² bvo. Naar verwachting zal de Aldi, vanaf het Volksplein in de wijk Mariaberg, naar het nieuwe centrum verhuizen. In de nieuwe situatie zal de Aldi een omvang van ca. 1.100 m² bvo krijgen. Ook in de niet-dagelijkse sector zal een uitbreiding plaatsvinden van ca. 300 m² bvo. De mix van een moderne full-service supermarkt, een discounter, verschillende sterke specialzaken, vlotte bereikbaarheid en voldoende parkeermogelijkheden zorgt voor een aantrekkelijk winkelcentrum.
Wittevrouwenveld	Ca. 4.200 m² bvo uitbreiding	- In 2003 is door Maastricht het centrumplan voor Wittevrouwenveld vastgesteld. Aan het Voltaplein is een nieuw buurtwinkelen in ontwikkeling met een aantal nieuwe winkels en met supermarkt C1000. In totaal zal ca. 4.200 m² bvo worden ontwikkeld. Naast C1000 (1.700 m² bvo) worden ook Kruidvat, Zeeman, Blokker, Bart Smit en een kleinschalige Hema in winkelcentrum Wittevrouwenveld gehuisvest. Binnen het centrumplan Wittevrouwenveld zijn eveneens ca. 240 woningen voorzien. Uitgangspunt in de realiseringsovereenkomst Wittevrouwenveld is het zoveel als mogelijk verplaatsen van winkeliers van de Frankenstraat en het Old Hickeryplein naar het nieuwe winkelcentrum. Leegkomende ruimtes en panden aan de Frankenstraat dienen te worden herbestemd. Doel is de Frankenstraat zoveel als mogelijk her in te richten en te herordenen van versnipperde winkelstraat naar woon-werkstraat. - De opening van het centrum staat gepland in het eerste kwartaal van 2008. Een deel van het programma zal ook worden ingevuld door verplaatsers.
De Beente	- Ca. 1.300 à 1.350 m² wvo, waarvan ca. 440 à 490 m² wvo uitbreiding - Ca. 500 m² wvo uitbreiding	- In de wijk Randwyck-Heugem is de Plus-supermarkt in winkelcentrum De Beente onlangs verbouwd en uitgebreid. De nieuwe supermarkt heeft een omvang van ca. 1.300 à 1.350 m² wvo. Dit betekent een netto toevoeging van ca. 440 à 490 m² wvo. - Aan de overzijde van de supermarkt is eveneens een uitbreiding van ca. 500 m² wvo gepland.
Amby	Ca. 3.000 m² bvo	- In de wijk Amby wordt op de hoek van de Ambyerstraat-Noord en het Severenplein ruimte voorzien voor een uitbreiding van de dagelijkse artikelensector met ca. 1.700 m² bvo. Naast de Plus van ca. 1.400 m² bvo komen ook een tweetal versspecialzaken de dagelijkse artikelensector versterken. - Op de locatie 'De Witte Boerderij' in Amby is een nieuwe ontwikkeling in de vorm van een hoefijzer gebouwd. Binnen de ontwikkeling is ca. 1.125 m² bvo voorzien voor detailhandel. Momenteel zijn Kruidvat en Blokker op de locatie 'De Witte Boerderij' gehuisvest. De overige units staan nog leeg. - Op de locatie van de voormalige bakkerij Bindels is Zeeman inmiddels neergestreken.
Nazareth	Ca. 1.200 m² wvo	Plus koestert het plan om in Nazareth op de kerklocatie een supermarkt van ca. 1.200 m² wvo te openen.
Malpertuis		Op 20 december 2005 heeft de gemeenteraad de buurtaanpak Caberg-Malpertuis vastgesteld. Besloten is om Malpertuis in 2015-2020 te herontwikkelen. Bij de herontwikkeling wordt ruimte geboden aan een klein (vervangend) boodschappencentrum, rekening houdend met de behoefte op dat moment.
Overig		
Koopcenter Carré		De planvorming voor dit centrum verkeert nog in een initiatieffase.
Albert Heijn, Scharnerweg		AH aan de Scharnerweg koestert de wens om uit te breiden tot AH XL.

Bron: Concept detailhandelsvisie gemeente Maastricht, 2008.