

DROOGH TROMMELEN EN PARTNERS



Detailhandelsstructuurvisie 's-Heerenberg





Opdrachtgever: Gemeente Montferland
Contactpersoon: De heer H. Coenraads
De heer J.W. Boschker

Projectteam DTNP: De heer K. Trommelen
De heer R. Eijkelkamp

Projectnummer: 1193.0712
Datum: 12 februari 2013

Droogh Trommelen en Partners (DTNP)

Graafseweg 109 6512 BS Nijmegen
T 024 - 379 20 83 F 024 - 378 06 53
E info@dtnp.nl W www.dtnp.nl

Detailhandelsstructuurvisie 's-Heerenberg



Inhoudsopgave

1	Inleiding	1	Bijlage 1	Proces	27
2	Trends in de detailhandel	2	Bijlage 2	Branche-indeling detailhandel	29
2.1	Schaalvergroting gaat door	2	Bijlage 3	Overzicht winkelaanbod 's-Heerenberg	29
2.2	Wijzigende bestedingen	2	Bijlage 4	Vragenlijst ondernemersenquête	30
2.3	Minder behoefte aan winkels	3	Bijlage 5	Ondernemersbeoordeling centrum	32
2.4	's-Heerenberg in relatie tot de trends	5	Bijlage 6	Vragenlijst klantherkomstonderzoek	32
3	Uitgangspositie	6	Bijlage 7	Resultaten klantherkomstonderzoek	33
3.1	Ligging en kenmerken	6			
3.2	Winkelaanbod 's-Heerenberg	8			
3.3	Winkelaanbod centrum	9			
3.4	Overige winkellocaties	12			
3.5	Ontwikkelingen	12			
3.6	Ondernemersenquête	13			
3.7	Klantherkomstonderzoek	15			
3.8	Conclusie analyse	17			
4	Visie	18			
4.1	Ambitie en uitgangspunten	18			
4.2	Visie op de structuur	19			
4.3	Gewenste structuur centrum	21			
4.4	Conclusie visie	26			



Aanleiding: masterplan en bestemmingsplan



Doel: detailhandelsstructuurvisie voor de kern..



.. met een uitwerking op hoofdlijnen voor het centrum

1 Inleiding

Aanleiding

De gemeente Montferland is bezig met de uitvoering van het Masterplan 's-Heerenberg voor het centrumgebied van het stadje. Doel van het masterplan is om onder andere het centrumgebied aantrekkelijker en beter bereikbaar te maken. Voor het centrum moet een nieuw bestemmingsplan worden opgesteld. Ten behoeve van het nieuwe bestemmingsplan is een actuele detailhandelsvisie noodzakelijk op de hele kern (detailhandelsstructuurvisie) en een ruimtelijk-economische visie op het centrum.

Doel

Doel is te komen tot een actuele en goed onderbouwde visie op de gewenste structuur van de detailhandel, als onderbouwing voor het ruimtelijke detailhandelsbeleid en als bouwsteen voor het bestemmingsplan centrum. In het verlengde hiervan is een functioneel-ruimtelijke uitwerking op hoofdlijnen voor het centrum gewenst, voortbouwend op het Masterplan 's-Heerenberg.

Werkwijze

Tijdens de totstandkoming van de detailhandelsstructuurvisie voor 's-Heerenberg heeft meerdere keren terugkoppeling plaatsgevonden met een begeleidingscommissie (bijlage 1). In het analysetraject is een klant-herkomstonderzoek in het centrum uitgevoerd en is een schriftelijke ondernemersenquête gehouden onder alle ondernemers in de kern met een winkel, horecabedrijf of andere commerciële publieksfunctie (bijlage 4 t/m 7). Daarnaast zijn er diverse gesprekken gevoerd met sleutelinformanten: winkeliers, horeca-ondernemers, gemeente en vastgoedpartijen (bijlage 1).

Leeswijzer

In hoofdstuk 2 worden de landelijke trends in de detailhandel geschetst en wordt de betekenis hiervan voor 's-Heerenberg geduid. Hoofdstuk 3 geeft de analyse van de huidige en toekomstige lokale situatie en hierin worden de belangrijkste resultaten van de enquêtes gepresenteerd. Hoofdstuk 4 betreft de visie met hierin de gewenste winkelstructuur in de kern en de gewenste ruimtelijk-functionele structuur en afbakening van het centrum.

2 Trends in de detailhandel

De winkelmarkt is momenteel aan forse veranderingen onderhevig. Een aantal trends versterkt elkaar. Er vindt een wijziging plaats van een groei- naar een verdringingsmarkt*.

2.1 Schaalvergroting gaat door

Enorme toename winkelaanbod

Het totale winkeloppervlak in Nederland is de afgelopen 10 jaar met 25% gegroeid tot circa 31 miljoen m² winkelvloeroppervlak (wvo) oktober 2012, waarvan 9,8% leeg staat (± 3 miljoen m² leegstand). Deze enorme toename is het gevolg van schaalvergroting van winkels (kostenreductie, ruim assortiment) en realisatie van veel nieuwe winkelprojecten (vooral op perifere winkellocaties; buiten reguliere centra).

* zie ook: DTNP (2011), Dynamiek door Beleid, Hoe de overheid de winkelmarkt stimuleert (i.o.v. HBD en CBW-Mitex)

Schaalvergroting: kleine centra verdwijnen

Door het groeiende aanbod zijn de keuze-mogelijkheden voor (de steeds mobielere) consumenten aanzienlijk toegenomen. Voor kleine winkelclusters is het steeds moeilijker om aan de toenemende eisen van de consument (compleet aanbod en keuze) te voldoen. Hierdoor vindt geleidelijk ook schaalvergroting plaats in de winkelstructuur. Het gevolg is dat het aanbod in kleinere winkelcentra verschaalt of zelfs uit de winkelstructuur verdwijnt.

Schaalvergroting: omvang per winkel neemt toe

Nieuwe winkelruimte is gemiddeld groot, kleine winkels verdwijnen vaker. De gemiddelde winkel groeide in 10 jaar tijd van ± 215 m² wvo naar 274 m² wvo in 2012. Deze trend zet naar verwachting door.

Schaalvergroting: meer m², minder winkels

Doordat het winkeloppervlak sneller groeide dan de bevolking kreeg elke inwoner er in de afgelopen 10 jaar ± 20% winkelmeters bij. Het aantal verkooppunten (vkp) per consument nam echter af, oftewel minder winkels per inwoner.

Schaalvergroting: steeds meer filialen

Het aandeel filiaalbedrijven nam de afgelopen 10 jaar toe van 28% naar 37%. Ook dit is een vorm van schaalvergroting. Doel: vergroten van het marktaandeel. Ook deze trend zet naar verwachting door. Gevolg: het aantal filialen neemt toe, het aantal zelfstandige winkeliers neemt af.

2.2 Wijzigende bestedingen

Bestedingen nemen af

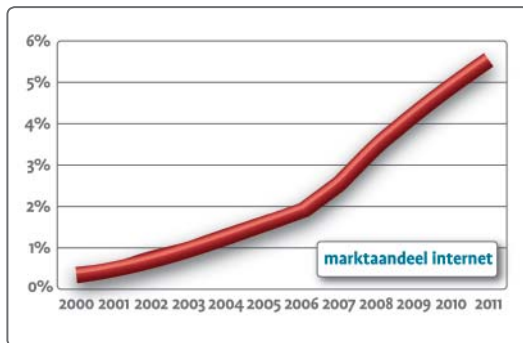
De groei van de bestedingen blijft achter bij de groei van het aanbod. Consumenten besteden minder als gevolg van de economische recessie. Daarnaast heeft vergrijzing een nadelig effect op de omzet, omdat ouderen minder besteden in de detailhandel (o.a. kleding, meubels, sport etc.) dan mensen in de opbouwfase van hun leven. Ook de krimp van de bevolking heeft in een aantal regio's negatieve effecten op de bestedingen.

Verschuiving bestedingen naar internet

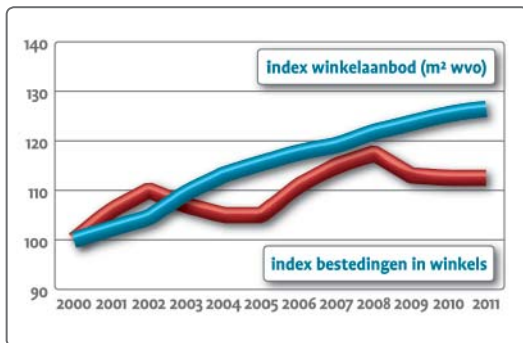
Bestedingen nemen niet alleen af, er vindt ook een verschuiving plaats naar webwinkels. De rol van internet is tot op heden nog bescheiden en groeide in de afgelopen 10 jaar



Winkels worden gemiddeld steeds groter



Marktaandeel aankopen via internet groeit gestaag



De bestedingen zijn niet meegegroeid met het aanbod

van 1% naar 5% marktaandeel. In bepaalde branches is het marktaandeel veel hoger (24% in vrije tijd, 17% in elektronica)*.

Naar verwachting komt internet als volwaardig aankoopkanaal de komende jaren verder op gang; techniek en logistiek ontwikkelen zich, generaties consumenten groeien op met internet. Het marktaandeel van internet in non-food- detailhandelsbestedingen bedraagt inmiddels circa 10% en zal dit decennium toenemen. Ook is een toename van dagelijkse aankopen via internet te verwachten.

2.3 Minder behoefte aan winkels

Leegstand door afnemende behoefte aan winkels

De gevolgen van de ontwikkelingen zijn groot in de winkelmarkt. De groei van internet, en demografische ontwikkelingen (krimp, vergrijzing) leiden tot een afnemende behoefte aan fysieke winkels. Formules met een groot oppervlak en/of veel vestigingen verdringen kleinschalige spelers. Naar verwachting zal het winkelaanbod hierdoor de

* I&O (2011), Koopstromenonderzoek Randstad 2011

komende jaren afnemen, met een toename van structurele leegstand tot gevolg. Landelijk bedraagt de gemiddelde leegstand al 9,8%.

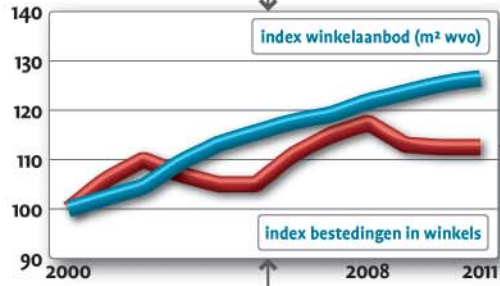
Meer zelfstandigen met pensioen zonder opvolger

Circa 40% van de zelfstandige winkeliers is ouder dan 50, eenzende zelfs ouder dan 60 jaar. Meer dan voorheen gaan zelfstandigen stoppen. Door het ongunstige toekomstperspectief hebben zij in toenemende mate moeite een goede opvolger te vinden. Veel winkels sluiten zonder opvolging.

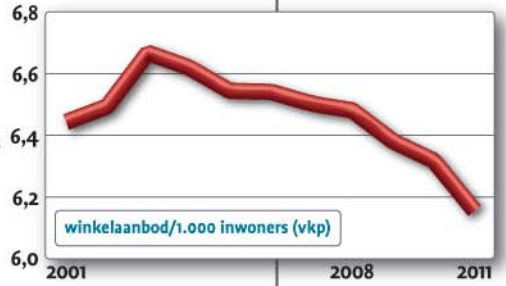
De nieuwe winkelmarkt: gevolgen selectief

De ontwikkelingen in de winkelmarkt hebben verschillende gevolgen per type winkelgedrag en type winkelgebied. Per saldo zullen winkels op goede locaties winkels op zwakke locaties verdringen. Dit betekent bedreigingen (toename van structurele leegstand) voor het ene winkelgebied, en kansen voor het andere (figuur 1). Grote hoofdcentra (binnensteden) hebben een sterke uitgangspositie door het grote aanbod kunnen zich met sfeer en beleving onderscheiden van internet. Ook boodschappencentra blijven kansrijk, mits het aanbod compleet is en keuze biedt in de

Schaalvergroting



Figuur 1 Schematische weergave landelijke trends in de detailhandel



Kansrijke winkellocaties

Kwetsbare winkellocaties

Sfeer en beleving

Boodschappen

Klein en kleurloos

Perifeer en prijs

nabijheid van de consument (gemak). Winkellocaties die hier niet aan voldoen doordat het aanbod te beperkt is of buiten reguliere winkelgebieden liggen zijn kwetsbaar.

Animo vanuit de markt voor de ontwikkeling van perifere locaties (buiten hoofd- en wijkwinkelgebieden) neemt af. Van de groeigedachte van de afgelopen jaren moet definitief afscheid genomen worden. Dit betekent niet dat er nergens meer geïnvesteerd kan worden. Wel zijn selectieve keuzes in de structuur noodzakelijk: alleen nog op die locaties investeren die de detailhandelsstructuur kwalitatief versterken.

2.4 's-Heerenberg in relatie tot de trends

Draagvlak voor winkelvoorzieningen beperkt

De landelijke trends in de detailhandel zijn ook in 's-Heerenberg zichtbaar. Het aantal winkels is de afgelopen jaren afgenomen. Gemiddeld zijn de winkels wel groter geworden. Ook het aandeel filialen en franchisenemers is groter geworden. De dominantie van de supermarkten in het dagelijkse winkelaanbod is

hiervan een goed voorbeeld. Doordat 's-Heerenberg een stadje is met maar circa 8.000 inwoners is het draagvlak voor winkelvoorzieningen beperkt. Gemeente Montferland streeft voor de komende jaren naar stabilisatie van het inwonertal. De regio Achterhoek krijgt de komende decennia echter te maken met bevolkingskrimp. De afname van de bevolking zorgt voor een afnemend draagvlak voor winkels en overige voorzieningen, met name in de kleinste winkelgebieden waar het draagvlak al beperkt is en het economisch functioneren onder druk staat. Door het afkalven van het draagvlak voor winkelvoorzieningen, dreigt het winkelaanbod op lange termijn versneld te verschromelen.

Centrum 's-Heerenberg kwetsbaar

Het centrum van 's-Heerenberg heeft deels een historisch karakter met zeer fraaie monumentale bebouwing en het kasteel Huis Bergh. Dit draagt, samen met horeca en winkels, bij aan een sfeer van stadscentrum. Dit betekent echter niet direct dat 's-Heerenberg-centrum een kansrijk winkelgebied is. Daarvoor is het draagvlak en de toeristische toevoer te beperkt. Voor

recreatief winkelen zijn Doetinchem-centrum en, op iets grotere afstand, Arnhem-centrum de meest aangewezen winkellocaties. Ook Kleve en Bocholt bieden een uitgebreid niet-dagelijks aanbod binnen een half uur rijafstand.

Voor een belangrijk deel moet het centrum van 's-Heerenberg voor wat betreft het winkelaanbod het hebben van lokaal boodschappenpubliek, waartoe ook inwoners uit Lengel en Stokkum kunnen worden gerekend. In de volgende hoofdstukken wordt het belang van een goed boodschappen-aanbod als basis voor het winkelprogramma geduid.

Naast een boodschappencentrum heeft het centrum van 's-Heerenberg ook een functie als stadscentrum (mix van diverse centrum-functies) en een toeristische functie die om sfeer en verblijfskwaliteit vragen en horeca en detailhandel extra bezoekers en omzet kunnen bezorgen.

3 Uitgangspositie

3.1 Ligging en kenmerken

Stadje in heuvelachtig Montferland

's-Heerenberg ligt in de gemeente Montferland en heeft circa 8.000 inwoners. Het plaatsje Lengel (± 250 inwoners) is vergroeid met de oostelijke uitbreiding van 's-Heerenberg. 's-Heerenberg is een klein stadje op de stuwwal Montferland in het zuiden van de regio Achterhoek, direct bij de grens met Duitsland (kaart 1). Emmerich ligt op circa 4 kilometer afstand. In de Duitse grensstreek (Emmerich en Elten) wonen veel Nederlanders.

Regionale concurrentiepositie beperkt

Op circa 12 kilometer van 's-Heerenberg ligt de stad Doetinchem. Doetinchem heeft als grootste kern in de regio Achterhoek een winkelaanbod met een regionaalverzorgende functie. Het centrum van Doetinchem (± 60.000 m² winkelvloeroppervlak (wvo)) vervult ook voor inwoners uit 's-Heerenberg een functie als recreatief winkelgebied. Het aanbod in het centrum van Ulft (± 10.000 m² wvo) en Didam (± 12.000 m² wvo) is ook

groter dan dat van 's-Heerenberg (7.700 m² wvo). De bovenlokale verzorgingsfunctie is hierdoor bescheiden. Dit wordt bevestigd door de uitkomsten van het klantherkomst-onderzoek (zie paragraaf 3.7).

Inwoners van Lengel en Stokkum (± 1.200 inw.) zijn voor het doen van frequente winkelaankopen aangewezen op het winkelaanbod in 's-Heerenberg, door het ontbreken van boodschappenaanbod in de eigen kern. Het primaire verzorgingsgebied telt daarmee circa 9.500 inwoners.

Extra omzet door toeristische bezoekers

In de gemeente Montferland zijn jaarlijks circa 300.000 toeristische overnachtingen. Tweederde deel hiervan komt voor rekening van Landal Stroombroek bij Braamt, die voor het boodschappen doen naar verwachting grotendeels op Doetinchem georiënteerd zijn. De verblijfstoeristen op de campings bij Stokkum (± 33.000 overnachtingen) leveren de detailhandel in 's-Heerenberg in het hoogseizoen extra omzet op.

Kasteel Huis Bergh ontvangt jaarlijks tussen de 30.000 en 40.000 betalende bezoekers. Daarnaast zijn er in de bosrijke omgeving veel



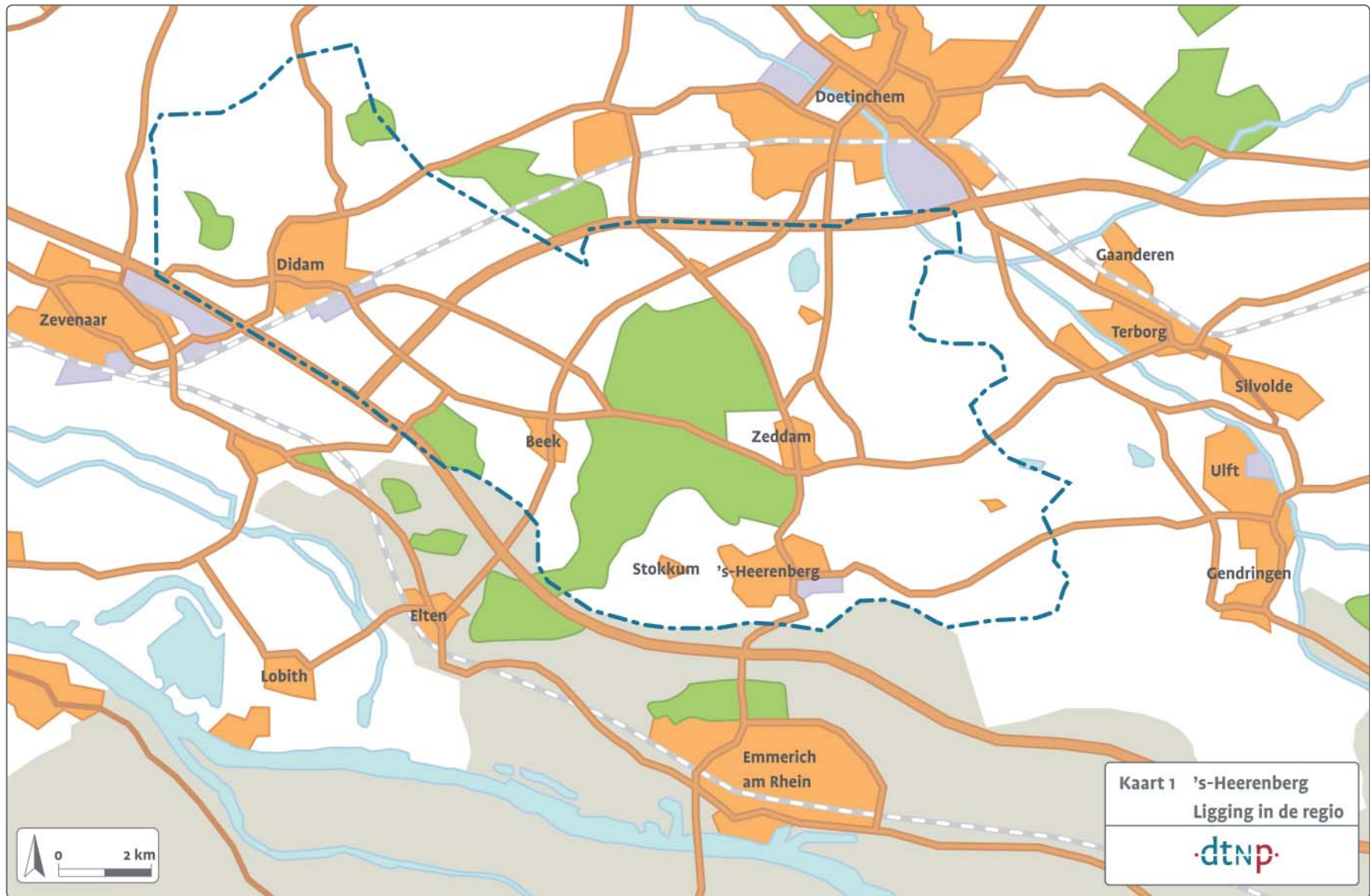
Winkelaanbod 's-Heerenberg functie directe omgeving



Centrum Doetinchem binnen 20 minuten rijafstand



Huis Bergh trekt dagtoeristen naar het centrum



dagtoeristen (fietstoeristen). Met name de daghoreca in het centrum van 's-Heerenberg kan hiervan profiteren.

Carnaval trekt veel mensen uit de regio naar de horeca van 's-Heerenberg. Ook het evenement Mechteld ten Ham-weekend trekt jaarlijks vele bezoekers naar het centrum van 's-Heerenberg.

3.2 Winkelaanbod 's-Heerenberg

Ruim winkelaanbod, met name supermarkten

Het winkelaanbod in de kern 's-Heerenberg heeft een omvang van ruim 15.000 m² wvo (figuur 2), verdeeld over circa 60 winkels. Dit is een groter aanbod dan gemiddeld in kernen met 8.000 inwoners in alle branchegroepen. Het aanbod is vergelijkbaar met het gemiddelde aanbod in kernen van 9.500 inwoners. Het dagelijkse winkelaanbod is veel groter dan gemiddeld. Vier supermarkten in een kern van deze omvang is uitzonderlijk.

De winkelleegstand is met ruim 2.200 m² wvo (± 10 panden) van bovengemiddelde omvang. De branche-indeling en een overzicht van het winkelaanbod per branche zijn opgenomen in bijlagen 2 en 3.

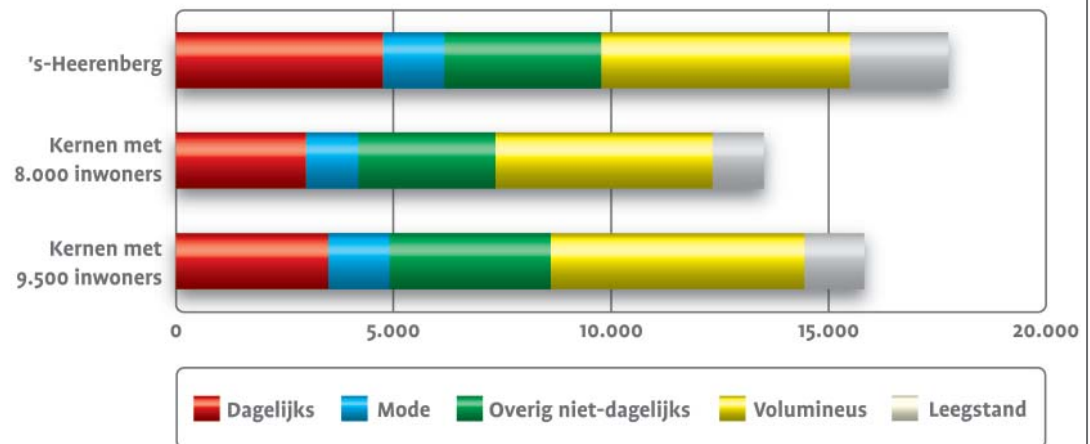


Zeer groot dagelijks aanbod met vier supermarkten



Grootschalige aanbieder in woninginrichting

Figuur 2 Winkelaanbod in 's-Heerenberg en gemiddeld in kernen van circa 8.000 inwoners en van circa 9.500 inwoners (in m² wvo)



Bron: Locatus, oktober 2012; bewerking Droogh Trommelen en Partners

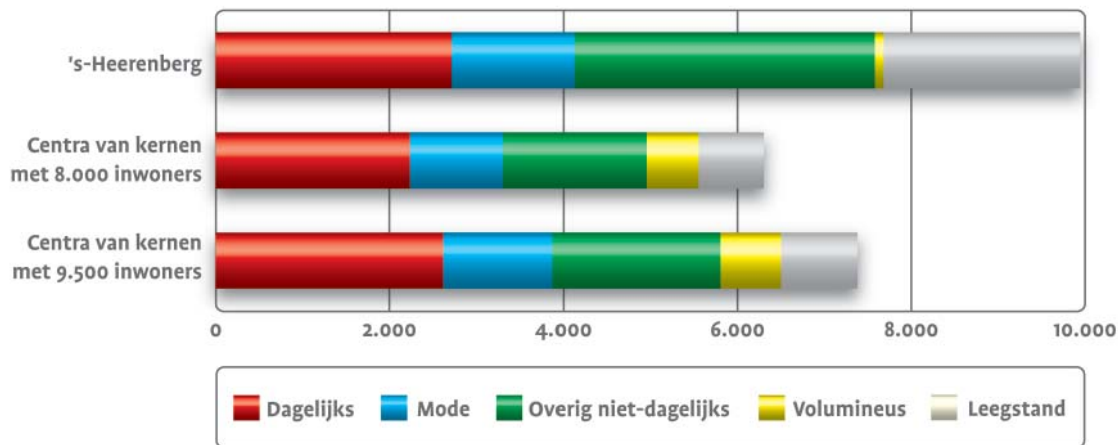


Niet-dagelijks aanbod geconcentreerd in centrum



Op diverse plekken in het centrum is leegstand

Figuur 3 Winkelaanbod in 's-Heerenberg-centrum en gemiddeld in centra van kernen van circa 8.000 inwoners en van circa 9.500 inwoners (in m² wvo)



Bron: Locatus, oktober 2012; bewerking Droogh Trommelen en Partners

3.3 Winkelaanbod centrum

Ruim winkelaanbod, met name niet-dagelijks

Tweederde van alle winkels is in het centrum gevestigd. Het winkelaanbod in het centrum van 's-Heerenberg heeft een omvang van circa 7.700 m² wvo, verdeeld over circa 40 winkels. De volledige winkelleegstand bevindt zich in het centrum. Een aanzienlijk deel van de leegstand wordt veroorzaakt door de voormalige locatie van Coop, die verplaatste naar een locatie buiten het centrum.

Het dagelijkse aanbod bestaat uit de supermarkten Jumbo (± 900 m² wvo) en Lidl (± 800 m² wvo) en een compleet pakket aan overig dagelijks aanbod met een drogist, tabak-/lectuurwinkel en diverse (vers-)specialzaken. De helft van het dagelijks aanbod, waaronder de grootste supermarkt (Supercoop), is buiten het centrum gevestigd.

Het modische en overig niet dagelijkse winkelaanbod (exclusief branches in volumineus aanbod) is nagenoeg volledig geconcentreerd in het centrum. Het aanbod is in absolute zin niet heel groot (± 5.000 m² wvo), maar voor een verzorgingsgebied met 9.500 inwoners net boven gemiddeld (figuur

3). Belangrijke publiekstrekkingen zijn warenhuis Hema, en huishoudzaken Xenos en Blokker.

Zwakke functioneel-ruimtelijke structuur

Het winkelaanbod is in een behoorlijk groot gebied in het centrum gevestigd. Er is geen sprake van een compact centrum met aaneengesloten winkelwanden. Op diverse locaties bevinden zich hinderlijke onderbrekingen in de winkelwand, waaronder leegstand. Zelfs het zwaartepunt van het kernwinkelgebied, Molenstraat en Stadsplein, is maar gedeeltelijk ingevuld. De noordzijde van de Molenpoortstraat staat grotendeels leeg. De verblijfskwaliteit van de openbare ruimte in het kernwinkelgebied is beperkt. Supermarkt Lidl is een belangrijke publiekstrekker, maar heeft geen relatie met de rest van het winkelaanbod in het centrum. In hoofdstuk 4 wordt nader ingegaan op de functioneel-ruimtelijke structuur van het centrum.

Horeca belangrijke functie in centrum

Het centrum van 's-Heerenberg heeft met circa 15 horecabedrijven een stevig horeca-aanbod. Driekwart van de horeca-bedrijven in de kern is in het centrum gevestigd. De horeca heeft zowel een functie voor lokale inwoners als voor toeristen. De daghoreca bestaat uit meerdere

grandcafés en fastservicebedrijven (ijssalon en cafetaria's). De avondhorecafunctie is wat beperkter. Het restaurantaanbod, naast het grandcafé-aanbod, is beperkt. Voor de lokale behoefte is er voldoende aanbod aan natte avondhoreca (cafés en kroegen). Er zijn twee horecabedrijven met een hotelfunctie, met name Lantscroun. Het aantal toeristische overnachtingen is echter beperkt. Daarnaast beschikt het centrum over een bowlingcentrum.

Weekmarkt is publiekstrekker

Op donderdag wordt op het Stadsplein de weekmarkt gehouden (± 40 kramen). De markt heeft kooplieden met dagelijkse waren (o.a. kaas en vis) en met niet-dagelijkse waren (o.a. kleding). De markt is een belangrijke publiekstrekker die ook veel bezoekers uit Duitsland trekt (zie paragraaf 3.7).

Centrum ligt decentraal in de kern

Het centrum van 's-Heerenberg ligt decentraal in de kern (kaart 2). Hierdoor woont een deel van de inwoners op een wat grotere afstand dan wanneer het winkelgebied centraal in de kern had gelegen. Het centrum is vanuit de wijken aan de noord- en oostzijde echter prima bereikbaar.



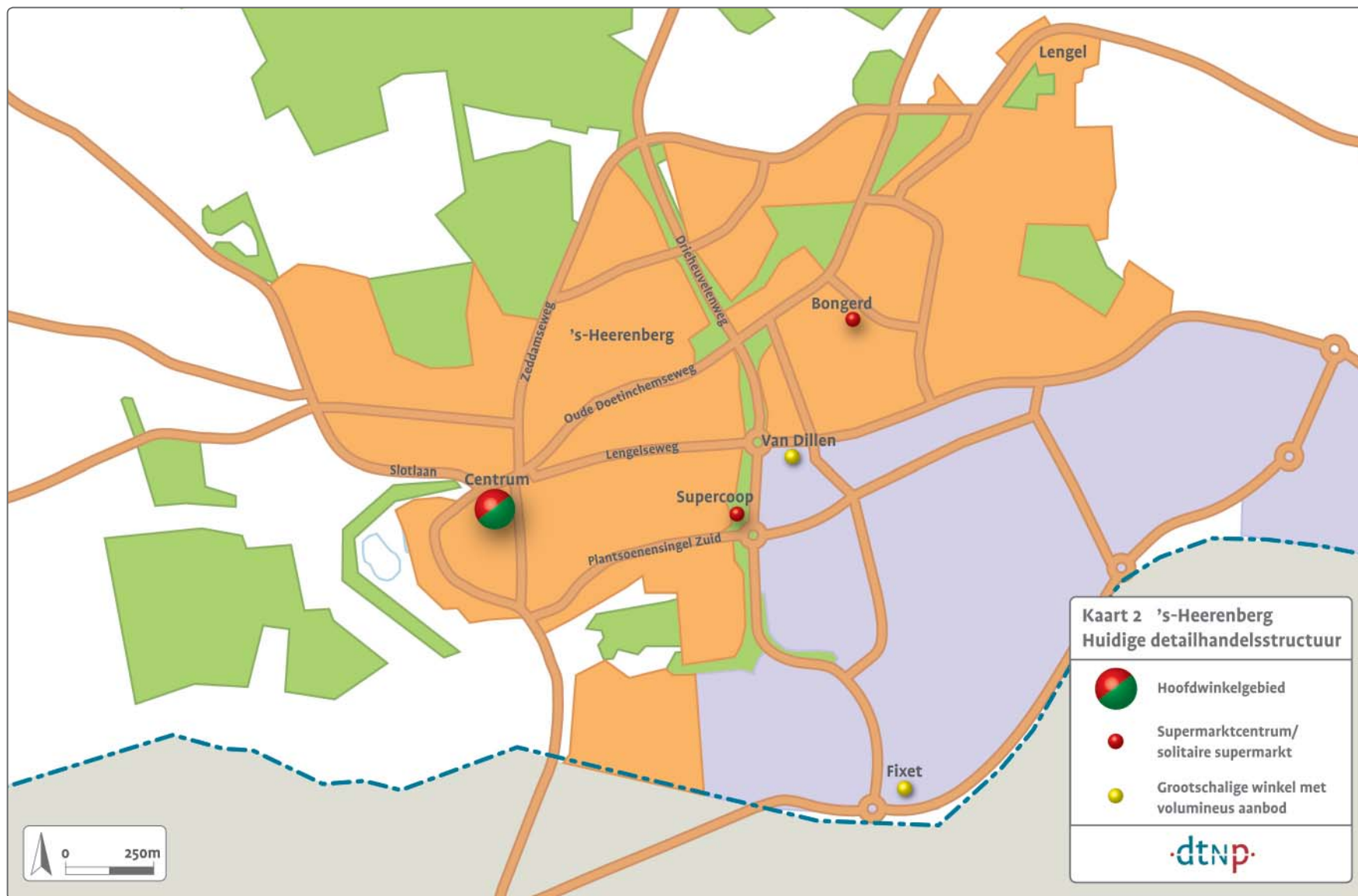
Geen relatie tussen Lidl en andere winkels centrum



Daghoreca profiteert van toerist en marktbezoeker



Weekmarkt trekt veel publiek



3.4 Overige winkellocaties

De Bongerd: klein voorzieningencluster voor de wijk

In het oostelijk deel van 's-Heerenberg ligt winkellocatie De Bongerd (kaart 2). Supermarkt Albert Heijn en de groente-/bloemenwinkel zijn de enige winkels. Deze servicesupermarkt is met een omvang van circa 800 m² aan de kleine kant. In dit voorzieningencluster zijn verder een cafetaria/grillroom, kapper en zorgfunctie gevestigd. Dit voorzieningencluster in De Bongerd heeft een verzorgingsfunctie voor een deel van de oostelijke helft van het stadje, met circa 3.700 inwoners. Dit draagvlak is zeer beperkt voor winkelvoorzieningen. Het cluster is zowel in invulling als uitstraling economisch verouderd.

Grootste supermarkt ligt op solitaire locatie

Supermarktketen Coop heeft haar winkel in het centrum van 's-Heerenberg enkele jaren geleden gesloten om vervolgens een Supercoop op een solitaire, centrale en goed bereikbare locatie te openen (kaart 2). Deze winkel heeft een moderne omvang (± 1.100 m² wvo) en uitstraling.

Overige verspreide bewinkeling

Het overige verspreide winkelaanbod bestaat hoofdzakelijk uit aanbieders in volumineuze branches. Van Dillen Meubelen en bouwmarkt Fixet zijn grootschalige aanbieders, gevestigd op bedrijventerreinen (kaart 2).

3.5 Ontwikkelingen

Inwonertal neemt niet meer toe

Gemeente Montferland streeft voor de komende jaren naar stabilisatie van het inwonertal. Door de gunstige ligging tussen de A12 en A18 en de geplande uitbreiding van het bedrijventerrein gaat de gemeente uit van een bouwprogramma van 1.400 woningen in de periode 2010-2020* (voor een deel reeds ontwikkeld). Door de voortgaande huishoudensverdunding is een behoorlijk woningbouwprogramma ook nodig om het inwonertal op peil te houden. Een groot deel van het programma is gepland in de grootste kernen Didam en 's-Heerenberg. In 's-Heerenberg wordt ingezet op meerdere inbreidingslocaties, waaronder het

* Gemeente Montferland (website, oktober 2012)



De Bongerd heeft maar twee winkels



Grootste supermarkt is solitair gevestigd



Woningbouw moet bevolkingsdaling voorkomen

centrumgebied (onderdeel Masterplan). Landelijke bevolkingsprognoses voorspellen, net als voor overige delen van de Achterhoek, een lichte daling van het inwonertal*. Indien het woningbouwprogramma gehaald wordt, kan vooralsnog uitgegaan worden van een gelijkblijvend inwonertal.

Masterplan 's-Heerenberg: beter centrum

De gemeente is volop bezig de inrichting van de openbare ruimte en de interne afwikkeling van het verkeer in het centrum van 's-Heerenberg te verbeteren. Hiervoor worden een aantal projecten uitgevoerd of zijn al in uitvoering**:

- De Klinkerstraat heeft een breder wegprofiel gekregen ten behoeve van een betere verkeersafwikkeling, in de vorm van tweerichtingsverkeer en parkeercapaciteit. Hierdoor kan doorgaand verkeer uit het hart van het centrum worden geweerd en kunnen centrumbezoekers makkelijker het centrum verlaten.
- Het Stadsplein wordt opnieuw ingericht, waardoor meer ruimte ontstaat voor

* CBS StatLine (2012), Bevolkingsprognose

** Gemeente Montferland (website masterplan)

voetgangers en terrassen. Het Stadsplein wordt hiermee een fraai verblijfsplein voor bezoekers aan het centrum. Hiervoor wordt een deel van de parkeercapaciteit van het plein gehaald. In de Klinkerstraat komen, ter compensatie, parkeerplaatsen bij.

- De Molenpoortstraat is heringericht. Om de interne bereikbaarheid te verbeteren wordt de straat weer geschikt gemaakt voor tweerichtingsverkeer. Bij de herinrichting wordt aangesloten bij de winkelfunctie (uitstraling van een winkelerf). Straatparkeren en hoogteverschillen zijn verdwijnen. Hierdoor krijgen voetgangers meer ruimte. Op de hoek met de Klinkerstraat worden enkele winkelunits ontwikkeld ($\pm 700 \text{ m}^2$ wvo).

Herontwikkelingsplan Molenpoortpassage

De Molenpoortpassage staat sinds het vertrek van supermarkt Coop grotendeels leeg. Eigenaar Ultimo Vastgoed heeft een herontwikkelingsplan voor deze locatie. Hierin wordt uitgegaan van een supermarkt ($\pm 1.400 \text{ m}^2$ wvo) en een Action op verdieping. Het woonhuis aan De Bleek 2 wordt in het plan

betrokken om de parkeerlocaties samen te voegen en voldoende parkeercapaciteit te realiseren.

3.6 Ondernemersenquête

Alle ondernemers van 's-Heerenberg, zowel detailhandel, horeca als publieksgerichte dienstverlening, hebben oktober 2012 de mogelijkheid gehad hun beoordeling en wensen van de bedrijfsomgeving en eigen functioneren kenbaar te maken (bijlage 4). De helft van de ondernemers heeft hiervan gebruik gemaakt (50% respons, 44 ingevulde enquêtes).

Omzet lokaal en bij sommigen te weinig

De belangrijkste uitkomsten van de ondernemersenquête zijn:

- De eigen omzet wordt door veel ondernemers niet zo positief beoordeeld (figuur 4). Met name winkeliers met dagelijkse artikelen en de horecabedrijven beoordelen hun omzet als net voldoende of soms al te weinig. De beoordeling van de omzet door winkeliers in niet-dagelijkse branches loopt zeer uiteen. De meeste ondernemers verwachten een

gelijkblijvende of dalende omzet voor de komende jaren.

- De herkomst van omzet is per ondernemer verschillend. Gemiddeld geven ondernemers aan dat circa 70% van de omzet uit 's-Heerenberg of naastgelegen kernen komt (niet gecorrigeerd naar omzetverschillen per bedrijf). Voor enkele ondernemers (o.a. horecabedrijven in het centrum) leveren toeristen een belangrijk aandeel in hun omzet.
- Centrumondernemers geven veelal aan tevreden te zijn over het horeca-aanbod in het centrum, zowel over het aantal bedrijven als over de kwaliteit ervan (bijlage 4).
- Het aantal parkeerplaatsen in het centrum, met name in het hoogseizoen, schiet volgens veel ondernemers te kort. Over de inrichting van de openbare ruimte, concentratie van het aanbod (te versnipperd), brancheverdeling van winkels en uitstraling van gevels zijn ze ook minder tevreden (bijlage 5).

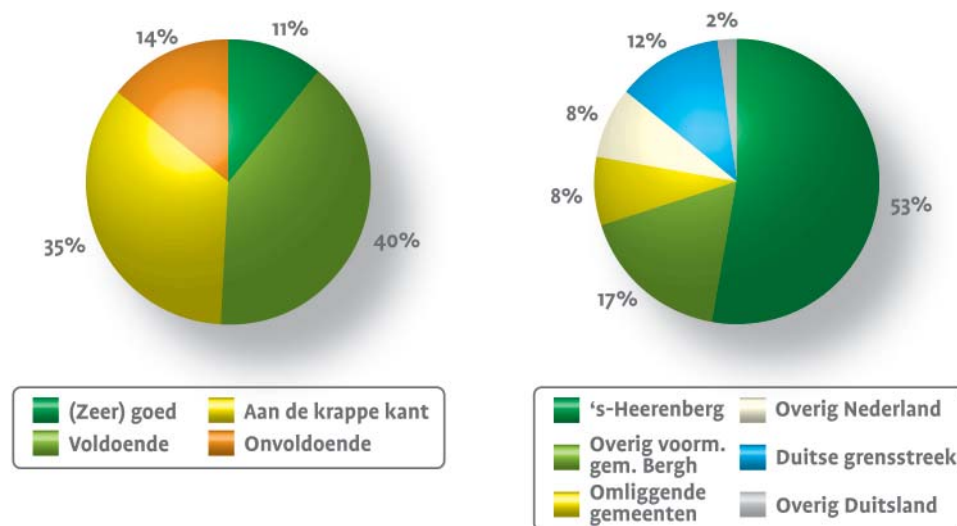


Veel ondernemers niet positief over eigen omzet

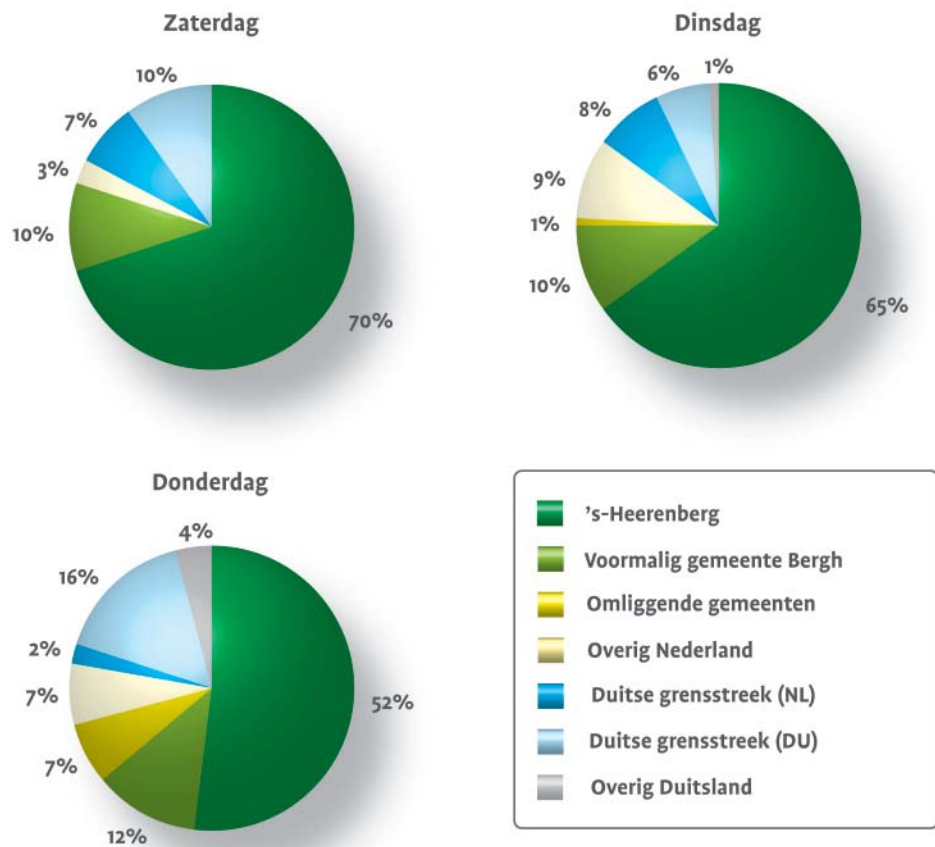


Winkelaanbod ook functie voor Stokkum en Zeddam

Figuur 4 Ondernemersenquête 's-Heerenberg:
Beoordeling omzet en indicatie herkomst omzet



Figuur 5 Klantherkomstonderzoek 's-Heerenberg: Herkomst bezoekers



3.7 Klantherkomstonderzoek

In het centrum van 's-Heerenberg is eind september en begin oktober 2012 op drie verschillende dagen in de week een klant-herkomstonderzoek uitgevoerd (bijlage 6). Verspreid over het centrum zijn ruim 500 enquêtes afgenomen onder centrumbezoekers.

Driekwart bezoekers is lokaal

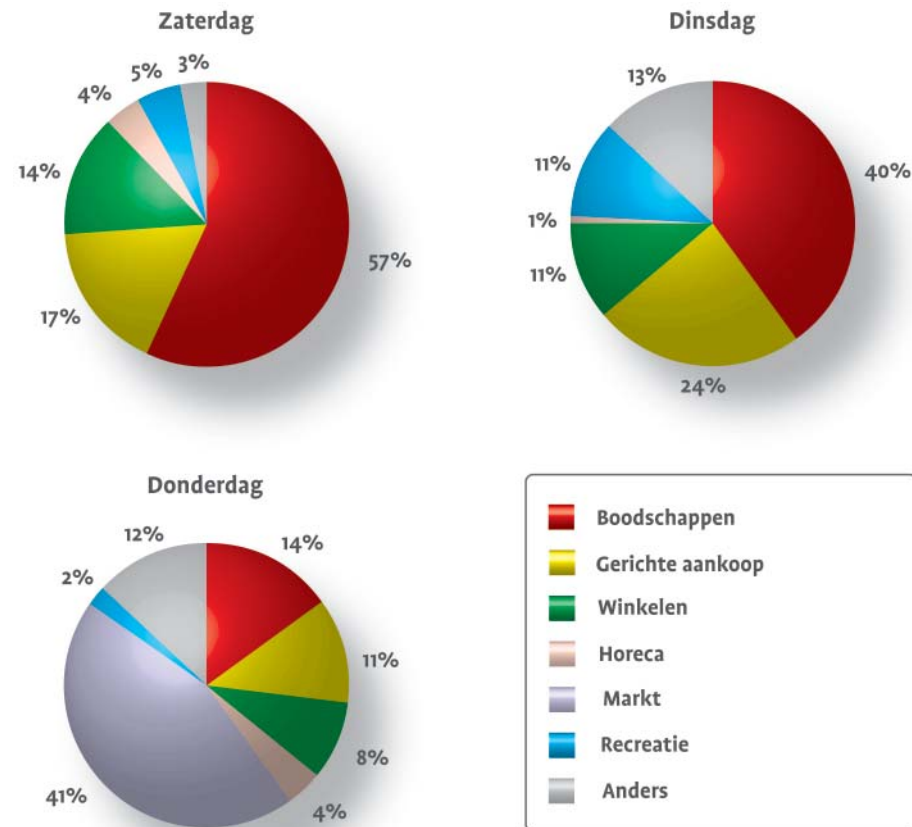
- Op de dinsdag en zaterdag geeft tweederde deel van de ondervraagde centrumbezoekers aan in 's-Heerenberg (of Lengel) te wonen. Bezoekers uit overige kernen van voormalig gemeente Bergh komen bijna allemaal uit Stokkum (relatief grootste deel) of Zeddum (± 2.500 inw.). Het overige kwart zijn met name bezoekers uit Duitsland, zowel Nederlanders als Duitsers.
- Op de marktdag (donderdag) komt er voor een deel een ander publiek naar het centrum. Er zijn meer bezoekers uit omliggende gemeenten. Ook zijn er meer Duitsers. De markt trekt derhalve consumenten uit een groter gebied.

Boodschappen belangrijkste bezoekdoel

- Op alle onderzoeksdagen was voor alle winkelbezoekers in het centrum boodschappen doen het belangrijkste bezoekdoel. Op zaterdag en dinsdag is boodschappen doen ook onder alle ondervraagde centrumbezoekers de primaire reden om het centrum op dat moment te bezoeken. Ook het doen van een gerichte aankoop is vaak een belangrijk bezoekdoel. Op dinsdag was het erg rustig op straat.
- Op donderdag was het druk op het Stadsplein vanwege de weekmarkt. Op deze dag komt circa 40% van de respondenten voor de markt.
- De horeca wordt wel bezocht, maar komt uit het klantherkomstonderzoek maar zelden als het primaire bezoekdoel naar voren. Daghorecabedrijven moeten centrumbezoekers (bijvoorbeeld marktbezoekers of toeristische bezoekers) ter plaatse zien te verleiden tot horecabezoek.
- Tweederde van de bezoekers geeft aan binnen een half uur weer te vertrekken (bijlage 7). Ruim de helft van de bezoekers komt drie keer per week of vaker (bijlage 7). Deze korte verblijfsduur

Figuur 6

Klantherkomstonderzoek 's-Heerenberg: Bezoekdoel bezoekers



en hoge bezoekfrequentie ondersteunen de conclusie dat het centrum van 's-Heerenberg hoofdzakelijk als een boodschappencentrum of locatie voor een snelle aankoop wordt bezocht.

Ruim de helft van de bezoekers komt met auto

- Het aandeel bezoekers dat per auto het centrum bezoekt ligt in 's-Heerenberg iets hoger dan het aandeel autobezoekers dat gemiddeld wordt gemeten in centra van deze omvang. Met name op de zaterdag zijn veel autobezoekers aangetroffen (bijlage 7). Het aandeel bezoekers te voet ligt iets lager dan gemiddeld. Een deel van de verklaring kan gevonden worden in de decentrale ligging van het centrum, waardoor inwoners uit 's-Heerenberg relatief meer met de auto naar het centrum komen.

3.8 Conclusie analyse

- 's-Heerenberg heeft een net bovengemiddeld groot winkelaanbod. Het dagelijks aanbod met vier supermarkten is opvallend groot, ook in relatie tot de beperkte bovenlokale verzorgingsfunctie.

- 's-Heerenberg, Lengel en Stokkum vormen het primaire verzorgingsgebied van het centrum van 's-Heerenberg (stabiel inwonertal van ± 9.500). Consumenten uit dit gebied bezoeken het centrum voornamelijk om boodschappen of een snelle aankoop te doen.
- Het functioneren van het winkelaanbod staat onder druk. Ook in het centrum hebben ondernemers veelal moeite voldoende omzet te halen en is de leegstand de afgelopen jaren zichtbaar toegenomen.
- Toerisme levert extra omzet, met name voor horeca in het centrum.
- De weekmarkt trekt extra bezoekers uit een grotere regio, waar detailhandel en horeca van kunnen profiteren.
- Het centrum is te typeren als een 'boodschappen+ centrum' met (semi-) dagelijks aanbod, waaronder ook huishoudelijk, textiel/basismode en klein warenhuis, en overige mode en niet-dagelijks aanbod.
- De positie van het centrum is relatief zwak doordat de helft van het supermarktaanbod buiten het centrum is gevestigd. Bovendien heeft één van de

supermarkten in het centrum (Lidl) nauwelijks een relatie met de andere winkels, waardoor feitelijk sprake is van maar één centrumsupermarkt als publiekstrekker.

- Het functioneren van de Bongerd staat onder druk en is verder onder druk komen te staan door de verplaatsing en uitbreiding van (Super)coop. Het winkelaanbod op de Bongerd is zeer beperkt, evenals het inwonertal in de wijk (draagvlak), waardoor de positie van deze winkellocatie in de structuur zeer zwak is.

Input sleutelgesprekken bevestiging analyse

Tijdens de analysefase van deze detailhandelsstructuurvisie voor 's-Heerenberg is een groot aantal vertrouwelijke gesprekken gevoerd met sleutelinformanten (diverse ondernemers, vastgoedpartijen en de gemeente, bijlage 1). Deze gesprekken hebben een grote input geleverd voor de analyse en denkrichting voor de visie. Bovenstaande analyse wordt in belangrijke mate door de sleutelinformanten bevestigd. De conclusies, zoals gepresenteerd, worden breed gedeeld.

4 Visie

4.1 Ambitie en uitgangspunten

Geen distributieve ruimte voor uitbreiding

Het winkelaanbod is ruim in relatie tot het verzorgingsbereik van 's-Heerenberg. De huidige vloerproductiviteit van met name dagelijks winkelaanbod ligt laag (beschikbare omzet wordt verdeeld over teveel meters). Er is sprake van een overmaat aan supermarkten. Verwacht mag worden dat op termijn een supermarkt zal gaan sluiten.

Het inwonertal in het primaire verzorgingsgebied 's-Heerenberg, Lengel en Stokkum blijft de komende jaren gelijk. Een grotere regiofunctie voor het winkelaanbod lijkt niet reëel. Indien uitgegaan wordt van een zeer hoge binding van bestedingen uit het primaire verzorgingsgebied en bestedingen die toevloeien vanuit Zeddam, de grensstreek en het verblijfs- en dagtoerisme (maximaal haalbare situatie) is nog steeds geen kwantitatieve uitbreidingsruimte te verwachten.

Keuzes in de structuur nodig

Marktruimte voor netto uitbreiding van het winkelaanbod ontbreekt. Investerings in de winkelstructuur zijn echter wel gewenst. Keuzes in locaties zijn nodig om de winkelstructuur gericht te kunnen versterken. Hierbij moet er mee rekening gehouden worden dat versterking op de ene locatie (op termijn) ten koste zal gaan van andere locaties.

Trekkersrol supermarkt

Supermarkten spelen een cruciale rol bij het bepalen van de winkelstructuur. Supermarkten zijn de belangrijkste publiekstrekkingen waarvan andere winkels kunnen profiteren, zie het kader op pagina 19. Supermarkten in 's-Heerenberg zijn nu te klein en/of liggen op verkeerde locaties.

Ambitie: goede structuur en ondernemersklimaat

Voor deze detailhandelstructuurvisie hebben gemeente Montferland en Ondernemers Verbond St. Martinus de volgende ambities geformuleerd:

- Een sterke en duurzame winkelstructuur met een zo compleet mogelijk aanbod voor inwoners van 's-Heerenberg en directe omgeving (goed voorzieningsniveau).



Keuzes noodzakelijk door ontbreken marktruimte



Centrum heeft prioriteit



Andere locaties niet uitbreiden

Supermarkt cruciaal voor speciaalzaak

Steeds meer boodschappen worden bij de supermarkt gedaan. Meer dan 80 cent van elke euro aan boodschappen komt inmiddels bij de supermarkt terecht. Dit gaat ten koste van de omzet bij speciaalzaak. Toch kunnen speciaalzaak zich het beste naast de supermarkt vestigen.

Een doorsnee supermarkt trekt elke week meer dan 10.000 bezoekers. Daarmee is de supermarkt in de meeste centra veruit de belangrijkste publiekstrekker. Uit grootschalig onderzoek onder ruim 4.500 supermarktklanten in 30 buurt- en dorpscentra* blijkt dat 75% van de supermarktbezoekers ook één of meer andere winkels bezoekt, mits deze zichtbaar zijn en op korte afstand liggen van de supermarkt.

Van de enorme klantenstroom van supermarkten kan de speciaalzaak profiteren: een beperkt deel ervan biedt al een gezonde omzet. Zonder supermarkt ontbreekt de aantrekkingskracht om voldoende klanten op

de been te krijgen. Een ruimer aanbod speciaalzaak is daardoor vaak pas mogelijk als er ook een supermarkt in de buurt is die een voldoende grote klantenstroom genereert. Twee (elkaar aanvullende) supermarkten bieden nog meer kansen voor speciaalzaak.



* DTNP (2010), De rol van supermarkten

- Een gezond ondernemersklimaat waar marktpartijen willen investeren (ontwikkelingsgericht).

Ruimtelijke uitgangspunten winkelstructuur

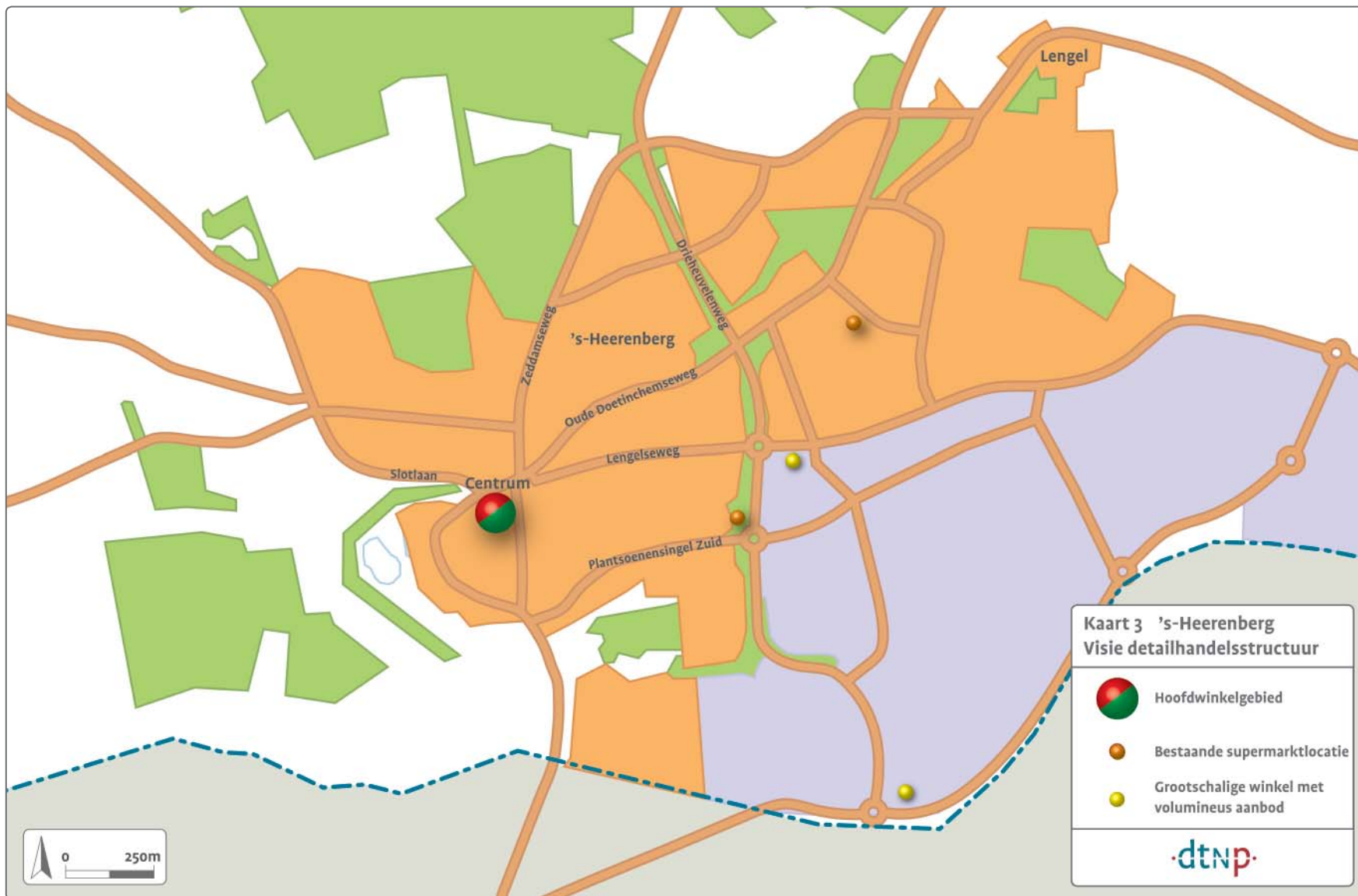
Voor 's-Heerenberg leidt bovenstaande ambitie tot de volgende uitgangspunten voor de winkelstructuur in de kern:

- Een sterk centrum met een zo compleet mogelijk dagelijks en niet-dagelijks winkelaanbod in combinatie met andere centrumfuncties in een aantrekkelijk verblijfsgebied.
- Alle winkelontwikkelingen dienen in dienst te staan van deze winkelstructuur.

4.2 Visie op de structuur

Versterking functie en positie centrum

De huidige functie en positie van het centrum van 's-Heerenberg als hoofdwinkelgebied voor de eigen kern en omliggende kernen Lengel, Stokkum en in belangrijke mate ook Zeddam wordt in de gewenste winkelstructuur versterkt. Speerpunten bij de versterking zijn het herintroduceren van een tweede centrumsupermarkt op een goede locatie en het compact maken van het kernwinkelgebied,



zodat consumenten uit dit gebied voor al hun (semi-)dagelijkse boodschappen goed terecht kunnen. In het compacte kernwinkelgebied krijgt de detailhandelsfunctie de ruimte in de vorm van uitbreiding van bestaande winkels, verplaatsingen en nieuwvestiging. Ook zijn investeringen in de verblijfskwaliteit en relatie met andere centrumfuncties, waaronder horeca, gewenst. In de volgende paragraaf wordt nader ingegaan op de functioneel-ruimtelijke structuur in het centrum.

De Bongerd niet uitbreiden

Het voorzieningencluster De Bongerd behoudt haar huidige functie voor de omliggende buurten. Behoud van de winkelfunctie wordt niet actief nagestreefd voor deze locatie. Uitbreiding van het winkelaanbod is niet gewenst. Bestaande mogelijkheden die het bestemmingsplan biedt worden gerespecteerd.

Door de relatief zwakke uitgangspositie is niet uit te sluiten dat de winkelfunctie op deze locatie op termijn verdwijnt. Aan eventuele functiewijziging, anders dan detailhandel en al dan niet in combinatie met een integrale herontwikkeling, kan worden meegewerkt.

Geen uitbreidingen op andere locaties

Ook op overige winkellocaties wordt uitbreiding van de winkelfunctie in de vorm van nieuwvestiging of uitbreiding van bestaande winkels niet toegestaan. De bestaande solitaire supermarkt aan de Plantsoensingel Zuid (kaart 3) mag niet uitbreiden, om de gewenste positie van het centrum niet verder te frustreren.

4.3 Gewenste structuur centrum

Ontwikkelingsrichting kernwinkelgebied

De gewenste functioneel-ruimtelijke opzet van het centrum van 's-Heerenberg wordt gekenmerkt door:

- een compact gebied met aaneengesloten winkelwanden en korte logische looproutes tussen de deelgebieden;
- twee bronpunten aan de randen in de vorm van een supermarkt en ruime maat aan centrumparkeren;
- een verblijfsplein centraal in dit gebied met een functiemix van winkels, horeca (met terras) en de weekmarkt.

Compacter kernwinkelgebied

Het huidige kernwinkelgebied is te ruim opgezet voor het huidige en toekomstig haalbare winkelprogramma. Momenteel zijn er in het centrum meerdere wanden die niet of nauwelijks met winkels of andere commerciële publieksfuncties zijn ingevuld. De noordzijde van de Molenpoortstraat, inclusief Molenpoortpassage, en grote delen van de pleinwanden van het Stadsplein kennen een zwakke invulling met veel leegstand of met dienstverlening, waarvan een beperkte publiekaantrekkende werking uit gaat (o.a. makelaars) (kaart 4). Buiten dit centrale deel van het kernwinkelgebied zijn veel winkels gevestigd, waaronder publiekstrekkers supermarkten Jumbo en Lidl en warenhuis Hema. In deze 'loszandstructuur' kunnen ondernemers nauwelijks profiteren van elkaars bezoekers. De huidige structuur voldoet niet aan voorwaarde die aan een boodschappencentrum gesteld wordt. Hiervoor is een compacter kernwinkelgebied gewenst.

Tweede centrumsupermarkt en parkeerpleinen

Het kernwinkelgebied heeft een belangrijke boodschappenfunctie. Met de herintroductie

van een tweede centrumsupermarkt op een strategische locatie kan deze functie worden versterkt. Deze gewenste versterking van het dagelijkse winkelaanbod biedt tevens kansen voor bestaand aanbod (combinatiebezoek). Om de rol als publiekstrekker voor het centrum te kunnen vervullen is het van belang dat de supermarkt in of direct aan het kernwinkelgebied ingepast wordt en een ruime omvang krijgt ($\pm 1.800 \text{ m}^2$ wvo) met voldoende parkeren. De Molenpoortpassage is hierbij in potentie een zeer goede en beschikbare locatie. Opwaardering en verbreding van de huidige steeg (snelle doorloop) naar de Molenpoortstraat ter vergroting van de passantenstroom (combinatiebezoek) is gewenst. De parkeer capaciteit moet worden vergroot, bij voorkeur door De Bleek en het huidige parkeerterrein bij Xenos samen te voegen tot een groot parkeerterrein voor kortparkeren (blauwe zone). Het parkeerterrein wordt dan, mede door het verdwijnen van parkeer capaciteit op het Stadsplein de belangrijkste parkeerlocatie voor centrumbezoekers.

In de toekomstig gewenste functioneel-ruimtelijke structuur zijn de twee supermarkt-

locaties, met ruime parkeermogelijkheden, evenwichtig verspreid over de uiteinden van het kernwinkelgebied (kaart 5). De relatie tussen de centrumsupermarkt aan de zuidkant met de rest van het kernwinkelgebied is hierbij een aandachtspunt. Nu is de zichtrelatie tussen Jumbo en het winkelaanbod op het Stadsplein onvoldoende.

Vanwege het ontbreken van distributieve ruimte wordt de supermarktlocatie in de Molenpoortpassage bij voorkeur ingevuld door verplaatsing van een bestaande supermarkt. Invulling door een verplaatsing draagt positief bij aan de gewenste detailhandelsstructuur in de kern.

Verblijfsplein met horeca voor inwoner en toerist

Het Stadsplein krijgt, in lijn met het masterplan, een centrale positie in de routing en structuur van het centrum. Het plein wordt ingericht als een grotendeels autovrij verblijfsplein met ruimte voor terrassen en een hoogwaardige uitstraling. Het gebied Stadplein-Molenstraat-Huis Bergh is de toeristische as met een hoge verblijfskwaliteit en het zwaartepunt van het horeca-aanbod.



Nastreven compacter kernwinkelgebied



Grote supermarkten en centrum parkeren cruciaal



Aandacht voor verblijven en horecafunctie Stadsplein



Anderzijds kan de winkelfunctie van het Stadplein toenemen. Het Stadplein ligt centraal in het compacte kernwinkelgebied tussen de supermarkten.

Het Stadplein is hiermee een schakel/locatie waar alle typen bezoekers samenkomen, lokaal boodschappenpubliek, de markt-bezoekers en toeristische bezoekers uit de regio en daarbuiten.

Afbakening kernwinkelgebied

De Molenpoortstraat, tussen Klinkerstraat en Molenstraat, Molenpoortpassage en Stadsp plein vormen het toekomstig kernwinkelgebied (groene vlek op kaart 5). Winkel-ontwikkelingen in dit gebied worden gestimuleerd. Het plan voor de ontwikkeling van een moderne supermarkt in de Molenpoortpassage en het winkelproject op de hoek met de Klinkerstraat sluiten hier zeer goed op aan. In het kernwinkelgebied wordt de functie wonen op de begane grond uitgesloten.

Overig centrumgebied voor publieksfuncties

De Molenstraat, Molenpoortstraat ten oosten van de Klinkerstraat, een beperkt gedeelte van de Klinkerstraat en zuidwand van het

Stadsp lein zijn nadrukkelijk onderdeel van het centrumgebied voor commerciële publieksfuncties (roze en oranje vlekken op kaart 5). De winkelfunctie is hier niet dominant. Deze locaties zijn geschikte vestigingsmilieus voor ambachten, dienstverleners en detailhandel met aanbod dat doelgericht bezocht wordt. Flexibiliteit in het bestemmingsplan is gewenst: een brede centrumdoeleindenbestemming, waaronder wonen kan worden toegestaan.

Een opwaarding van de doorsteek tussen de parkeerplaatsen in de Klinkerstraat en het Stadsp lein, in de vorm van een aantrekkelijker openbare ruimte, is gewenst.

De horecafunctie in de Molenstraat (roze vlek op kaart 5) kan worden uitgebreid met een enkele horeca-gelegenheid. In de horecasector bestaat behoefte aan beperkte uitbreiding in de restaurantensector en hotelcapaciteit. Het monumentale stadhuis komt medio 2013 tot beschikking. Dit is een kans op deze toplocatie kwalitatief hoogwaardig horeca-aanbod toe te staan. Volledige invulling van de Molenstraat met horecagelegenheden is niet aan de orde. Hiervoor is de vraag te beperkt.

Overige straten geen uitbreiding winkelfunctie

In de Marktstraat en Klinkerstraat zijn van oudsher winkels gevestigd. In deze straten domineert inmiddels de woonfunctie (kaart 4). Deze straten zijn in de visie grotendeels geen onderdeel meer van het centrumgebied voor commerciële publieksfuncties (kaart 5).

Panden die niet meer in gebruik zijn als winkel krijgen een andere bestemming. Ook in de Zeddamsesweg en overige centrumstraten, buiten de vlekken, wordt uitbreiding van het winkelaanbod op deze wijze ontmoedigd. Bestaande rechten van eigenaren worden gerespecteerd.

De huidige vestigingslocatie van Lidl valt buiten het centrumgebied voor commerciële publieksfuncties. De gemeente Montferland voorziet in masterplan en bestemmingsplan (in voorbereiding) in een woningbouwontwikkeling op deze locatie. Het verdwijnen van deze locatie als supermarktlocatie sluit aan bij de gewenste ontwikkelingsrichting van deze detailhandelsstructuurvisie.

Streefdoel: aantrekkelijk ingevuld centrum

Een compact kernwinkelgebied met twee supermarkten op strategische locaties biedt



kansen voor bestaande en nieuwe ondernemers. Aantrekkelijk gevulde winkelwanden in een hoogwaardige verblijfsomgeving is het eindbeeld voor de consument uit 's-Heerenberg en directe omgeving, en voor toeristen.

4.4 Conclusies

Visie detailhandelsstructuur kern

- 's-Heerenberg bezit een (te) ruim winkel-aanbod, vooral in de dagelijkse sector. Economische ruimte voor uitbreiding van het winkelaanbod ontbreekt. Desondanks is het wel gewenst te investeren in de winkelstructuur. Keuzes in locaties zijn hiervoor nodig.
- De gemeente en de ondernemersvereniging hebben de ambitie om te streven naar een sterke en duurzame winkelstructuur met een zo compleet mogelijk aanbod voor inwoners van 's-Heerenbergh en directe omgeving. Daarom is gekozen voor versterking van de functie en positie van het centrum, waar inwoners uit 's-Heerenberg, Lengel, Stokkum en in belangrijke mate Zeddam, voor het doen van (semi-)dagelijkse boodschappen goed terecht kunnen.

- Om de ambities voor het centrum te kunnen realiseren worden buiten het centrum geen winkeluitbreidingen meer toegestaan.
- De Bongerd behoudt vooralsnog haar functie als voorzieningencluster voor omliggende buurten. Aan versterking/uitbreiding van de winkelfunctie wordt door de gemeente niet actief meegewerkt.

Visie detailhandelsstructuur centrum

- In het centrum wordt gestreefd naar een compacter kernwinkelgebied met goed ingevulde winkelwanden en korte logische looproutes: Stadsplein en Molenpoortstraat.
- Door op een strategische locatie een supermarkt de mogelijkheid bieden te vestigen (bij voorkeur door verplaatsing), kan de gewenste functie van het centrum worden versterkt. De Molenpoortstraat-passage is in potentie een zeer goede locatie waar directe doorloopverbindingen tussen supermarkt en Molenpoortstraat en Stadsplein gecreëerd kunnen worden. De capaciteit voor centrumparkeren, in combinatie met De Bleek, kan vergroot worden.

- Het Stadsplein wordt het centrale verblijfsplein met naast winkels, ook ruimte voor horeca (met name voor terrassen).
- De horecafunctie in de Molenstraat kan beperkt toenemen. Stadsplein, Molenstraat en Huis Bergh vormen tevens de aantrekkelijke as voor horeca.
- Molenstraat, oostelijk deel Molenpoortstraat, een beperkt deel van de Klinkerstraat en de zuidkant van het Stadsplein blijven nadrukkelijk onderdeel van het centrumgebied voor commerciële publieksfuncties. Versterking van de detailhandelsfunctie wordt hier niet gestimuleerd. Deze delen zijn een goed vestigingsmilieu voor ambachten, diensten en gericht bezochte detailhandel. De functie wonen kan hier worden toegestaan.
- In overige centrumdelen wordt uitbreiding van de winkelfunctie niet toegestaan. Door het vestigingsklimaat in het compacte kernwinkelgebied te verbeteren en winkelontwikkelingen elders uit te sluiten, worden de kansen vergroot om het centrum aantrekkelijk en duurzaam ingevuld te krijgen.

Bijlage 1 Proces

Begeleidingscommissie

Tijdens de totstandkoming van deze Detailhandelsstructuurvisie 's-Heerenberg heeft meerdere malen afstemming plaatsgevonden met een begeleidingscommissie bestaande uit een vertegenwoordiging van de gemeente Montferland en winkeliers:

De heer H. Coenraads	Gemeente Montferland
De heer J.W. Boschker	Gemeente Montferland
De heer L. Jansen	Ondernemers Verbond St. Martinus
De heer E. Bosch	Ondernemers Verbond St. Martinus
De heer A. Franke	Ondernemers Verbond St. Martinus
De heer M. Schuurman	Ondernemers Verbond St. Martinus
De heer A. Slager	Ondernemers Verbond St. Martinus
De heer G. Massop	Rabobank Graafschap-Zuid
De heer J. ten Have	Kamer van Koophandel
De heer P. van der Weiden	Hoofdbedrijfschap Detailhandel

Sleutelgesprekken

DTNP heeft daarnaast veel input gekregen van winkeliers, horeca-ondernemers, vastgoedpartijen en gemeente Montferland tijdens een groot aantal sleutelgesprekken over het huidige functioneren en de plannen voor het centrum en overige locaties in 's-Heerenberg.

Gesprek winkeliers centrum 8 oktober 2012

Mevrouw R. Derksen	D&S Mode
De heer P. Zweers	Keurslager Klarenaar
De heer M. van de Berg	Bergh Optiek

Gesprek winkeliers buiten centrum 8 oktober 2012

Mevrouw D. Franke	Hubo Franke
De heren P. en R. de Boer	Albert Heijn

Gesprek horeca-ondernemers 8 oktober 2012

Mevrouw D. Hilferink	Bowling 's-Heerenbergh
Mevrouw C. Schenning	Café zalencentrum De Gracht
Mevrouw K. Slager	IJssalon Macellaio
De heer C. Ambting	Grandcafé Heeren Dubbel

Gesprek makelaar 8 oktober 2012

De heer E. Rosendaal	Rosendaal makelaars
----------------------	---------------------

Gesprek woningcorporatie 9 oktober 2012

De heer A. ter Bocht	Woningstichting Bergh
----------------------	-----------------------

Gesprek eigenaar Molenpoortpassage 26 september 2012

De heer T. Bergsma Ultimo Vastgoed

Gesprek Rabobank 8 oktober 2012

De heer N. Berns Rabobank Graafschap-Zuid

De heer G. Massop Rabobank Graafschap-Zuid

Gesprek gemeente Montferland 26 september 2012

De heer B. Eising Ruimtelijke Ontwikkeling (Masterplan)

De heer P. Wagenaar Openbare werken

De heer G. Gerards Verkeer

Gesprek gemeente Montferland 8 oktober 2012

Mevrouw S. Duits Toerisme

Bijlage 2 Branche-indeling detailhandel

Branchegroep	Hoofdbranche
Dagelijks	<ul style="list-style-type: none"> • Supermarkten • Speciaalzaken (versspeciaalzaak, minisuper, slijter, tabak en lectuur) • Persoonlijke verzorging
Mode	<ul style="list-style-type: none"> • Kleding en modeaccessoires • Schoenen en lederwaren
Overig niet-dagelijks	<ul style="list-style-type: none"> • Warenhuizen • Juwelier en optiek • Huishoudelijke en luxe • Antiek en kunst • Sport • Spel • Hobby • Media • Wit/bruingoed en computershops • Fiets- en autoaccessoires • Overige detailhandel • Plant en dier (excl. tuincentra)
Volumineus	<ul style="list-style-type: none"> • Woninginrichting (o.a. meubelen, keukens, sanitair, vloerbedekking) • Doe-het-zelf (o.a. bouwmarkten) • Tuincentra

Bijlage 3 Overzicht winkelaanbod 's-Heerenberg

Winkelaanbod kern 's-Heerenberg en gemiddeld in kernen met een gelijk inwonertal (in m² vvo, per 1 oktober 2012)

Hoofdbranche	's-Heerenberg	Gemiddeld in kernen met ± 8.000 inw.	Gemiddeld in kernen met ± 9.500 inw
• Supermarkten	3.600	2.170	2.540
• Speciaalzaken	850	400	470
• Persoonlijke verzorging	310	420	490
• Kleding en modeaccessoires	1.210	970	1.130
• Schoenen en lederwaren	200	230	270
• Warenhuizen	200	160	190
• Juwelier en optiek	70	110	120
• Huishoudelijke en luxe	1.130	450	530
• Antiek en kunst	-	50	60
• Sport	-	160	190
• Spel	40	70	90
• Hobby	40	80	100
• Media	-	140	160
• Elektronica	260	160	300
• Fiets- en autoaccessoires	920	420	490
• Overige detailhandel	540	250	410
• Plant en dier (excl. tuincentra)	400	910	1.100
• Woninginrichting	3.180	2.610	3.050
• Doe-het-zelf	2.530	1.280	1.500
• Tuincentra	-	1.090	1.280
• TOTAAL	15.480	12.330	14.440
• <i>Leegstand</i>	2.260	1.180	1.380

Bijlage 4 Vragenlijst ondernemersenquête

1. Gegevens over het bedrijf

Bedrijfsnaam			
Naam contactpersoon			
Adres			
Postcode en woonplaats			
Email			
Branche			
Eigendomssituatie winkelpand	<input type="radio"/> Huur <input type="radio"/> Koop		
Bedrijfsvorm	<input type="radio"/> Zelfstandig ondernemer	Leeftijd ondernemer
	<input type="radio"/> Franchisenemer		
	<input type="radio"/> Filiaalbedrijf		

3. Wat zijn volgens u de sterke en zwakke punten van uw winkelgebied / bedrijfsomgeving?

Sterke punten		Zwakke punten	
1		1	
2		2	
3		3	

2. Welke beoordeling geeft u aan uw winkelgebied / bedrijfsomgeving op de volgende aspecten?

1=slecht, 2=onvoldoende, 3=niet goed/niet slecht, 4=voldoende, 5=(zeer) goed

Onderwerp	Beoordeling	Toelichting
Winkelaanbod	Aantal winkels	1 - 2 - 3 - 4 - 5
	Brancheverdeling	1 - 2 - 3 - 4 - 5
	Kwaliteit winkels	1 - 2 - 3 - 4 - 5
Horeca-aanbod	Aantal bedrijven	1 - 2 - 3 - 4 - 5
	Brancheverdeling	1 - 2 - 3 - 4 - 5
	Kwaliteit bedrijven	1 - 2 - 3 - 4 - 5
Ruimtelijke opzet en inrichting	Concentratie bedrijven	1 - 2 - 3 - 4 - 5
	Inrichting openbare ruimte	1 - 2 - 3 - 4 - 5
Uitstraling bedrijven	Onderhoud gevels	1 - 2 - 3 - 4 - 5
	Presentatie etalages	1 - 2 - 3 - 4 - 5
Toegankelijkheid per auto	Bereikbaarheid	1 - 2 - 3 - 4 - 5
	Aantal parkeerplaatsen (hoogseizoen)	1 - 2 - 3 - 4 - 5
	Aantal parkeerplaatsen (laagseizoen)	1 - 2 - 3 - 4 - 5

4. Welke beoordeling geeft u aan uw bedrijf op de volgende aspecten?

1=slecht, 2=onvoldoende, 3=niet goed/niet slecht, 4=voldoende, 5=(zeer) goed

Onderwerp	Beoordeling	Toelichting
Locatie	1 - 2 - 3 - 4 - 5	
Omvang	1 - 2 - 3 - 4 - 5	
Uitstraling	1 - 2 - 3 - 4 - 5	

5. Hoe beoordeelt u uw omzet in 2011?

Beoordeling	Toelichting
(Zeer) goed	
Voldoende	
Aan de krappe kant	
Onvoldoende	
(Zeer) slecht	

6. Kunt u aangeven welk percentage van uw omzet u per seizoen haalt?

januari-maart	april-juni	juli-september	oktober-december	TOTAAL
				100%

7. Kunt u aangeven waar uw omzet vandaan komt?

..... % 's-Heerenberg

..... % overig voormalige gemeente Bergh

..... % omliggende gemeenten (Oude IJsselstreek, Doetinchem, Zevenaar, Rijnwaarden en voormalige gemeente Didam)

..... % overig Nederland (o.a. toerisme)

..... % Duitse grensstreek (o.a. Emmerich en Elten)

..... % overig Duitsland (o.a. toerisme)

100% Totaal

8. Kunt u aangeven wat uw (verwachte) omzetontwikkeling is voor de komende 3 jaar?

Omzetontwikkeling	Toelichting
Stijging	
Stabilisering	
Daling	
Onzeker	

9. Hebt u de komende 3 jaar plannen voor uw onderneming? Meerdere antwoorden mogelijk, graag een korte toelichting bij het betreffende plan.

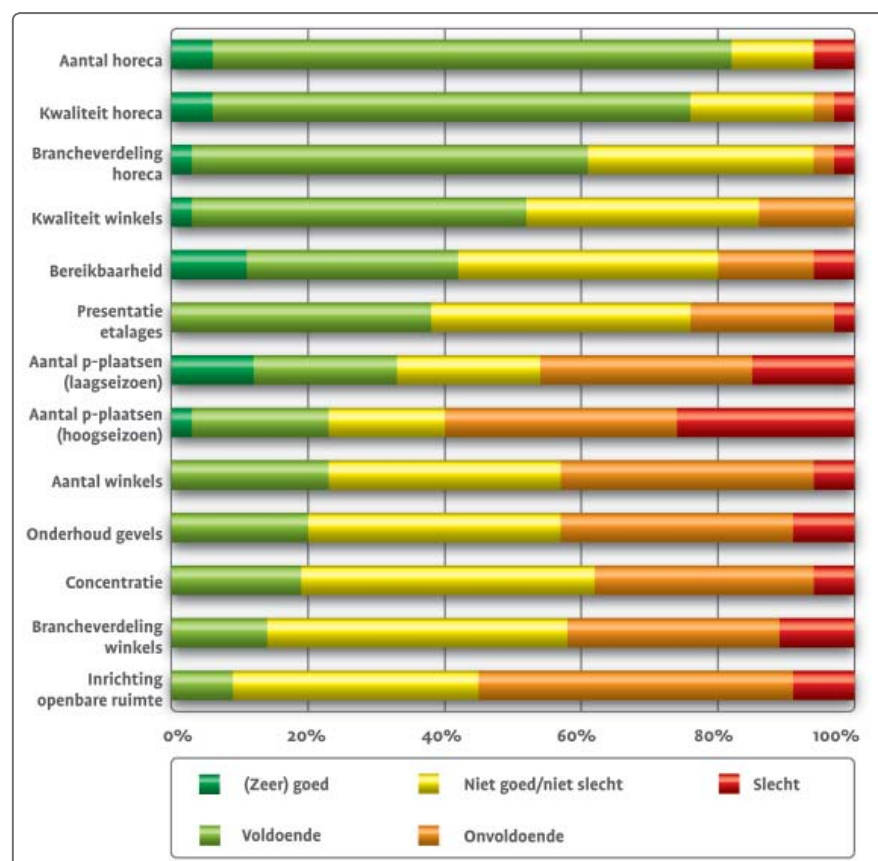
Plannen	Toelichting
Nee	
Interieur	
Exterieur (onderhoud, uitstraling)	
Uitbreiding/vergroting	
Verplaatsing (waar naar toe?)	
Nieuwe vestiging (waar?)	
Beëindigen/verkopen	
Overige, namelijk	

10. Hebt u nog overige opmerkingen of suggesties voor het gemeentelijk detailhandelsbeleid voor 's-Heerenberg?

Bijlage 5 Ondernemersbeoordeling centrum

Ondernemers in 's-Heerenberg is gevraagd hun bedrijfsomgeving te beoordelen op diverse aspecten. De beoordeling van alle respondenten uit het centrum over het centrum zijn in onderstaande figuur opgenomen.

Figuur 7 Beoordeling bedrijfsomgeving door ondernemers centrum



Bijlage 6 Vragenlijst klantherkomstonderzoek

1. Met welk doel bezoekt u het centrum van 's-Heerenberg?

Max. 1: belangrijkste. *Welke winkels hebt u bezocht?*

<input type="text"/>	Boodschappen (supermarkt, bakker, slijter, drogist en/of enkele overig)
<input type="text"/>	Winkelen (meerdere winkels, hoofdzakelijk niet-dagelijks)
<input type="text"/>	Doelgerichte aankopen (1 à 2 winkels en specifiek artikel: boek, bril)
<input type="text"/>	Horecabezoek (terras, lunchroom, restaurant, café, ijssalon, cafetaria)
<input type="text"/>	Warenmarkt (alleen op donderdag)
<input type="text"/>	Recreatie (rondwandelen, kasteel, cultuur)
<input type="text"/>	Anders, nl: <input type="text"/> (kapper, bank, werk, etc.)

2. Met welk vervoermiddel bent u naar het centrum gekomen?

<input type="text"/>	Auto
<input type="text"/>	Fiets
<input type="text"/>	Te voet
<input type="text"/>	OV

Indien met de auto: waar staat u geparkeerd?

<input type="text"/>	locatienummer (1 t/m 7 kaart)
----------------------	-------------------------------

3. Hoe lang duurt dit bezoek aan het centrum?

<input type="text"/>	minuten
----------------------	---------

4. Hoe vaak bezoekt u het centrum van 's-Heerenberg?

<input type="text"/>	x per week / maand
----------------------	--------------------

5. Wat is uw woonplaats?

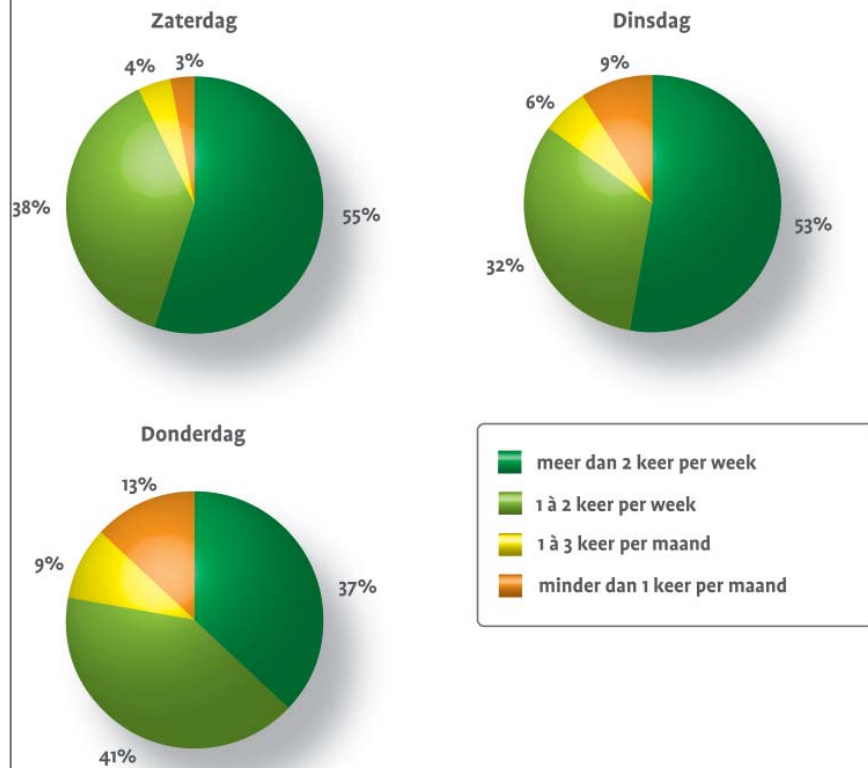
<input type="text"/>

Indien van buiten de regio: Waar verblijft u?

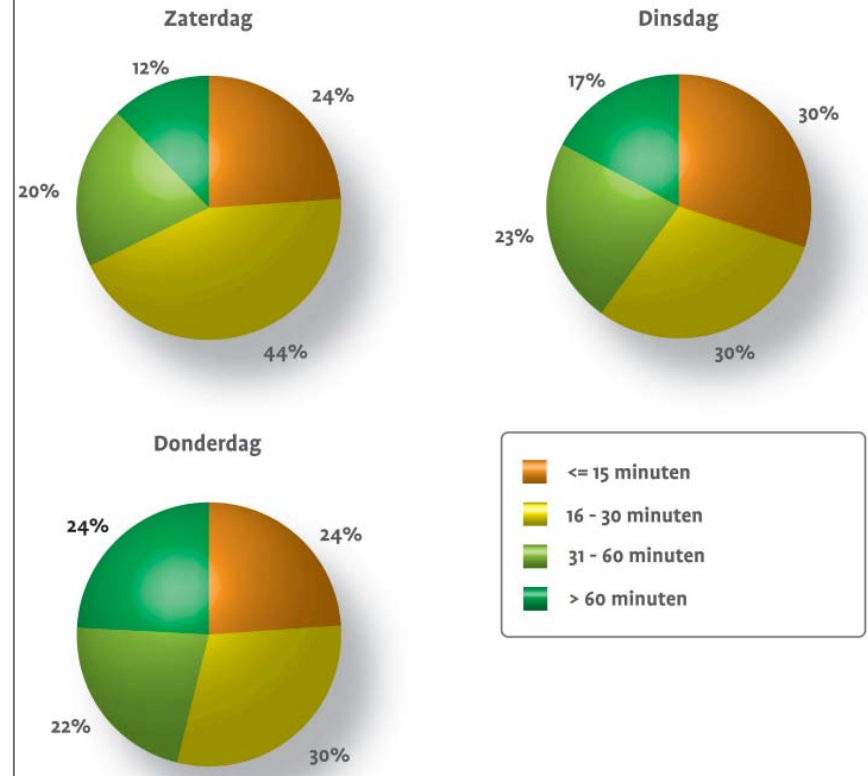
<input type="text"/>

Bijlage 7 Resultaten klantherkomstonderzoek

Figuur 8 Klantherkomstonderzoek 's-Heerenberg:
Bezoekfrequentie



Figuur 9 Klantherkomstonderzoek 's-Heerenberg:
Verblijfsduur



Figuur 10 **Klantherkomstonderzoek 's-Heerenberg:**
Vervoermiddel

