

Winkelcentra Peel en Maas

Vitaal naar 2030

21 JANUARI 2022

Gemeente Peel en Maas
Centrum Management Panningen
Retailmanagement Peel en Maas
Toeristisch-Recreatief Platform Peel en Maas

Karim Vaessen



Inhoudsopgave

Inhoudsopgave	1
1. Inleiding.....	3
2. Onderzoeksopzet	4
2.1 Literatuuronderzoek	4
2.2 Focusgroepen.....	4
2.3 Consumentenenquête.....	4
2.4 Interviews met ondernemers	4
3. Onderzoeksresultaten.....	5
3.1 Functie van de winkelcentra.....	5
3.2 Definitie vitaliteit	5
3.3 Huidige vitaliteit meten & ontwikkelingen	6
1. Demografie	6
2. Voorzieningenaanbod	7
3. Ruimtelijke kwaliteit.....	9
4. Bereikbaarheid	13
5. Samenwerking	14
6. Technologische ontwikkelingen	14
7. Impact Covid-19.....	15
8. Consumentengedrag.....	16
4. Conclusies & Advies	17
Verwijzingen.....	20
Bijlage 1: Afbakening Centra Peel en Maas	23
Bijlage 2: Consumentenenquête (stellingen).....	26
Bijlage 3: Aantal verkooppunten per risicocategorie.....	34

1. Inleiding

De gemeente Peel en Maas, Centrum Management Panningen (CMP), Retail Management Peel en Maas (RMPPM) en Toeristisch-Recreatief Platform (TRP) hebben mij opdracht gegeven te onderzoeken hoe de lokale inkoopcentra zich zouden moeten ontwikkelen om op de middellange termijn (ca. 10 jaar) nog steeds voldoende aantrekkelijk, vitaal en regionaal concurrerend te zijn en welke rol de gemeente en de koepelorganisaties daarin kunnen vervullen. De gemeente Peel en Maas en koepelorganisaties willen graag weten welke randvoorwaarden zij moeten creëren om de lokale koopcentra te ondersteunen in hun ontwikkeling, waar de kansen liggen op dit gebied en wat de aandachtspunten zijn. Dit met het doel het gemakkelijker te maken voor de koepelorganisaties om een langetermijnvisie al dan niet gezamenlijk op te stellen.

De gemeente Peel en Maas, Centrum Management Panningen en Retail Management Peel en Maas beogen het huidige voorzieningenaanbod in de lokale koopcentra en vitaliteit van die koopcentra te behouden dan wel te versterken.

Dit tezamen leidt tot de volgende onderzoeksvraag:

„Hoe kunnen de actoren binnen Peel en Maas (gemeente Peel en Maas, Retail Management Peel en Maas, Centrum Management Panningen, Toeristisch-recreatief Platform Peel en Maas) ervoor zorgen dat lokale inkoopcentra over 10 jaar nog steeds vitaal en bekend zijn?“

Voor de oplossingen zijn geen specifieke budgettaire eisen gesteld. De adviezen moeten op middellange termijn (binnen 10 jaar) te realiseren zijn.

2. Onderzoeksoopzet

Voor dit onderzoek is een combinatie van kwalitatief en kwantitatief onderzoek gebruikt. Aangezien het doel is het huidige voorzieningenaanbod in stand te houden, wordt eerst in beeld gebracht wat de huidige vitaliteit van de winkelcentra is. Vervolgens is er een instrument ontwikkeld om de vitaliteit te waarborgen. Dit instrument is een resultaat van vier onderzoeksfases: Literatuuronderzoek, Focusgroepen, Consumentenenquête en Ondernemersinterviews.

2.1 Literatuuronderzoek

Door middel van literatuuronderzoek is in beeld gebracht welke indicatoren invloed hebben op de vitaliteit van een winkelcentrum. Daarnaast is onderzocht wat de belangrijkste en opvallendste ontwikkelingen zijn van deze indicatoren.

2.2 Focusgroepen

Er zijn drie focusgroepen samengesteld met inwoners van Peel en Maas. Hier is onderscheid gemaakt tussen het voorzieningen/winkelaanbod dat in de kernen aanwezig is:

- Groep 1: Consumenten uit Panningen. Deze consumenten zijn gewend een centrum te hebben dat voldoet aan de recreatieve en dagelijkse behoeften.
- Groep 2: Consumenten uit de kernen zonder voorzieningen. Dit zijn de kernen Beringe, Grashoek, Kessel-Eik, Koningslust en Egchel. Deze consumenten zijn gewend dat zij voor hun aankoopbehoeften niet in hun eigen dorp terecht kunnen maar een stukje moeten reizen.
- Groep 3: Consumenten uit de kernen met voorzieningen in hun kerncentrum. Dit betreft de kernen Baarlo, Helden, Maasbree, Meijel en Kessel. Zij kunnen voor de dagelijkse behoeften in hun eigen dorp terecht, maar moeten voor de niet-dagelijkse boodschappen al snel uitwijken naar Panningen of een andere plaats buiten Peel en Maas.

Per focusgroep hebben circa 7 bewoners deelgenomen. De leeftijden en afkomst van de deelnemers zijn evenredig verdeeld over de kernen.

Tijdens de bijeenkomsten met de focusgroepen is:

- a. het huidige winkelgedrag van consumenten onderzocht,
- b. zijn er verbeterpunten van de centra naar voren gekomen,
- c. reactie op een aantal concrete retailtrends waargenomen,
- d. hebben de focusgroepen bijgedragen aan het in beeld brengen van indicatoren die invloed hebben op de vitaliteit,
- e. en hebben de focusgroepen bijgedragen aan het tot stand brengen van het instrument om de vitaliteit te waarborgen.

2.3 Consumentenenquête

Met bovengenoemde uitkomsten is er een enquête opgesteld om de bevindingen van de focusgroepen te bevestigen. Deze enquête is ingevuld door 534 respondenten. De consumentenenquête heeft naast de focusgroepen en het literatuuronderzoek veel input gegeven voor het opstellen van het instrument dat de instandhouding van de vitaliteit van de kernen gaat bevorderen. Daarnaast is er aan de hand van de consumentenenquête een datatool ontwikkeld waarop het consumentengedrag van de verschillende doelgroepen uit de verschillende kernen gemakkelijk in beeld wordt gebracht.

2.4 Interviews met ondernemers

De resultaten uit de focusgroepen en de consumentenenquête zijn aan 5 ondernemers voorgelegd en gespiegeld door middel van een interview. De ondernemers hebben in het interview hun mening en gevoel met de onderzoeker gedeeld.

3. Onderzoeksresultaten

3.1 Functie van de winkelcentra

De kernen van de gemeente Peel en Maas hebben volgens de Beleidsnota Retail (2011), de Structuurvisie Kernen en Bedrijventerreinen (2014) en de Actualisatie Structuurvisie Centrum Panningen (2014) de volgende winkelfuncties:

- Panningen is een gemakscentrum voor dagelijkse en recreatieve aankopen met een regionale functie. Het recreatieve winkelaanbod vervult een verzorgingsfunctie voor de regio. Het gaat hier om de recreatieve branches zoals mode, schoenen, warenhuizen, juweliers, opticiens, etc. Hier hoort een gecombineerde mix van dag- en avondhoreca bij.
- Meijel is een gemakscentrum voor dagelijkse en hoogfrequente recreatieve aankopen.
- Maasbree functioneert als een boodschappencentrum met een compleet dagelijks aanbod.
- Baarlo functioneert net als Maasbree als een boodschappencentrum met een compleet dagelijks aanbod. Baarlo heeft daarnaast een toeristisch karakter door de ligging van kastelen.
- Helden functioneert, door de ligging ten opzichte van het centrum Panningen, niet als volwaardig boodschappencentrum. Het vervult een incompleet aanbod; het heeft bijvoorbeeld maar 1 supermarkt.
- Kessel functioneert als een boodschappencentrum met een incompleet aanbod; het heeft bijvoorbeeld maar 1 supermarkt. Kessel heeft daarnaast een toeristisch karakter door de ligging van kastelen.
- De overige kernen hebben (vrijwel) geen voorzieningen.

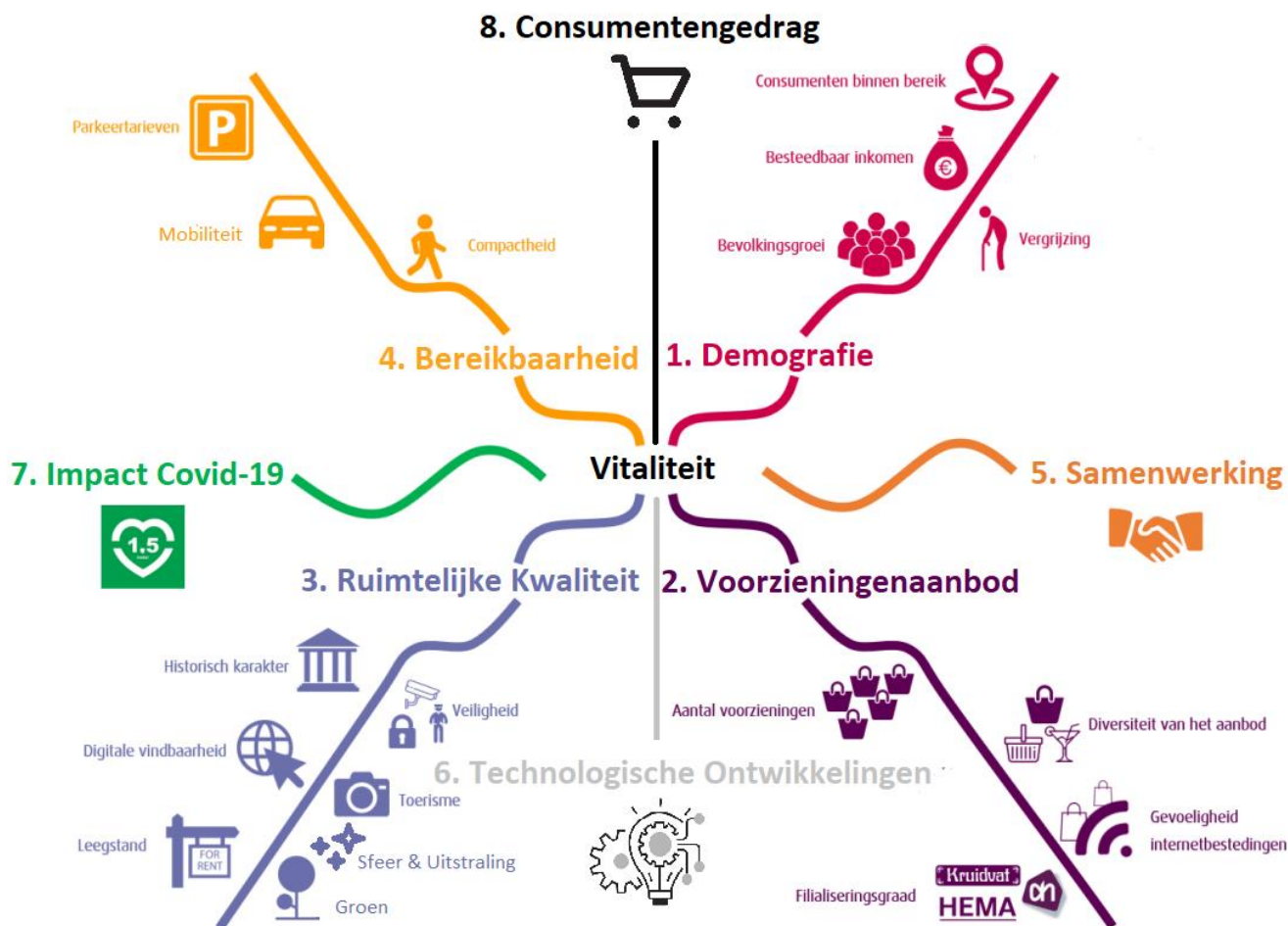
Uit gesprekken met de gemeente, CMP en het RMPM, blijkt dat de partijen zich herkennen in de huidige functie van de kernen en hun vitaliteit. Om erachter te komen hoe de huidige mate van vitaliteit kan worden behouden, is het noodzakelijk te weten wat de definitie is van de huidige vitaliteit en hoe deze eruit ziet.

3.2 Definitie vitaliteit

In dit onderzoek wordt met vitaliteit levendigheid bedoeld. Een element heeft invloed op vitaliteit wanneer het op enige manier het aantal bezoeken of het aantal bestedingen beïnvloedt in een centrum.

In dit onderzoek zijn daarom de begrippen "vitaliteit" en "economische vitaliteit" aan elkaar gelijkgesteld. In de context van winkelcentra vitaal houden betekenen deze twee begrippen hetzelfde. Echter wordt er in de literatuur ook het begrip economische vitaliteit gebruikt om verwarring met vitaliteit over andere onderwerpen uit te sluiten.

Uit het literatuuronderzoek, focusgroepen, consumentenenquête en ondernemersinterviews komt naar voren dat indicatoren uit de categorieën demografie, voorzieningenaanbod, ruimtelijke kwaliteit, bereikbaarheid en de indicatoren samenwerking, technologische ontwikkelingen en Covid-19 invloed hebben op de vitaliteit van een centrum. Deze indicatoren zijn in onderstaand figuur schematisch in beeld gebracht:



Bron: eigen bewerking van een figuur van Goudappel Coffeng et.al (2020)*

3.3 Huidige vitaliteit meten & ontwikkelingen

Om te weten hoe de huidige vitaliteit is, is het noodzakelijk om ervoor te zorgen dat vitaliteit meetbaar en inzichtelijk is. Op deze manier kan gemeten worden of de vitaliteit ook daadwerkelijk behouden wordt, of dat deze toeneemt of minder wordt. Het meetbaar maken van de huidige vitaliteit is gedaan door het toekennen van beoordelingen aan de indicatoren. Per categorie is beschreven welke indicatoren invloed hebben op vitaliteit en waarom zij invloed uitoefenen. Daarnaast zijn belangrijke ontwikkelingen en trends beschreven.

1. Demografie

In de categorie Demografie beïnvloeden de indicatoren bevolkingsgroei, vergrijzing, besteedbaar inkomen en het aantal consumenten binnen bereik de vitaliteit.

Bevolking

Peel en Maas telde op 1 januari 2020 43425 bewoners (ETIL, 2020). Dit aantal zal volgens ETIL (2020) met 1,98% stijgen naar 44283 in 2030. Een groei in de bevolking betekent dat er meer potentiële consumenten beschikbaar zijn. Dit heeft daarom een positief effect op de vitaliteit van de centra.

Vergrijzing

De vergrijzing in Peel en Maas neemt toe. Het aandeel 65+’ers stijgt van 22,9% (CBS, 2022) in 2021 naar 30% in 2030 (CBS, 2016). Dit heeft een negatief effect op de vitaliteit omdat de koopfrequentie op het gebied van niet-dagelijkse producten bij 65-plussers substantieel lager is dan bij de jongere generaties. (Q&A Research & Consultancy, 2016). Ouderen doen gemiddeld veel langer met een product vergeleken met jongere generaties. Het gevolg is dat het volume onder invloed van vergrijzing sterk daalt. Sectoren die hierdoor het hardst getroffen gaan worden zijn: kinderkleding, multimedia & entertainment, speelgoed, sport, mode, schoenen en

wonen. In mindere mate worden ook elektronica en sieraden hierdoor geraakt. Hier tegenover staat dat het gemiddeld besteed bedrag door 65-plussers hoger ligt. Dit compenseert echter de daling in volumes niet. (Q&A Research & Consultancy, 2016)

Besteedbaar inkomen

Besteedbaar inkomen heeft invloed op de vitaliteit omdat wanneer een consument meer te besteden heeft, een consument potentieel meer bestedingen kan doen in een winkelcentrum. Het gemiddeld persoonlijk inkomen per inwoner in 2021 bedraagt 31.300 euro in Peel en Maas (CBS, 2021a). "De jaar-op-jaar koopkrachtontwikkeling van de Nederlandse bevolking kende sinds 1977 een vrijwel onafgebroken stijgend verloop met uitzondering van de economische crises in de perioden 1979-1985 en 2009-2013." (CBS, 2021b) Gezien de historische koopkrachtontwikkeling kan aangenomen worden dat het besteedbaar inkomen gaat stijgen richting 2030 en daarmee een positief effect zal hebben op de vitaliteit van de centra van Peel en Maas.

Consumenten binnen bereik

Het aantal consumenten binnen bereik bestaat uit de som van het aantal inwoners van Peel en Maas en de aangrenzende gemeenten (Horst aan de Maas, Venlo, Beesel, Leudal, Nederweert, Asten, Deurne). Dit stijgt van 290.600 (in 2020) naar 294.000 (in 2030). Deze stijging van 3,4% (CBS, 2019) heeft een positief effect op de vitaliteit omdat het aantal (potentiële) consumenten van Peel en Maas hoger wordt.

2. Voorzieningenaanbod

In de Consumentenenquête (2021) vindt 98% van de respondenten aanbod van winkels belangrijk of zeer belangrijk in de overweging een bepaald centrum wel of niet te bezoeken. In de categorie voorzieningenaanbod hebben een aantal indicatoren invloed op de vitaliteit van een winkelcentrum. Deze indicatoren zijn: aantal voorzieningen, diversiteit van het aanbod, gevoeligheid internetbestedingen en de filialiseringsgraad.

Aantal voorzieningen

Het aantal voorzieningen in een winkelcentrum zijn het aantal consumentgerichte voorzieningen exclusief leegstand en verbouw. Hoe meer voorzieningen een winkelcentrum heeft, hoe groter de positieve invloed op de vitaliteit. Dit komt omdat het winkelaanbod verbetert wanneer er meer voorzieningen zijn.

Aantal voorzieningen per winkelcentrum van Peel en Maas (Locatus, 2022):

Centrum Panningen	Centrum Baarlo	Centrum Helden	Centrum Kessel	Centrum Maasbree	Centrum Meijel
124	39	19	22	34	51

Diversiteit van het aanbod

Diversiteit in een winkelcentrum betekent variatie in consumentenvoorzieningen. Een winkelcentrum met vijf bakkers heeft geen divers aanbod. Een winkelcentrum met een bakker, kledingzaak en een café heeft minder aanbod, maar meer diversiteit in consumentenvoorzieningen.

Om een beoordeling te geven aan deze indicator heb ik gebruik gemaakt van de Shannon-entropie. De Shannon-entropie is geïntroduceerd door Shannon (1948). In de informatietheorie wordt het gebruikt als een maatstaf voor onzekerheid van variabelen in een reeks gevallen. Straathof (2007) liet zien dat deze Shannon-entropie gebruikt kan worden om variëteit binnen een systeem weer te geven. Het Planbureau voor de Leefomgeving (2015) maakte in het rapport "De Veerkrachtige Binnenstad" gebruik van de Shannon-entropie om diversiteit te meten. De formule kan als volgt geschreven worden:

$$H = \sum_{i=1}^n p_i \log \frac{1}{p_i}$$

Waarbij P de frequentie is van een bepaalde variabele in de reeks n.

In mijn scoremodel betekent de Shannon-entropie het volgende:

Als alle voorzieningen in een winkelcentrum binnen één hoofdbranche vallen, is de entropie nul. Hoe meer hoofdbanches en hoe gelijkjer de verdeling hierover, des te hoger de entropiescore. Als er bijvoorbeeld vijf verschillende hoofdbanches aanwezig zijn in een winkelcentrum, bedraagt de entropie 2,32; voor twee voorzieningen in Levensmiddelen en drie voorzieningen in Kleding & Mode is dat 0,97 en vier voorzieningen in Levensmiddelen en een voorziening in Kleding & Mode maar 0,72. De entropie van twintig hoofdbanches, allemaal verschillend, is 4,32. De data over de hoofdbanches zijn afkomstig van Locatus (2022).

Entropiescore centra Peel en Maas:

Centrum Panningen	Centrum Baarlo	Centrum Helden	Centrum Kessel	Centrum Maasbree	Centrum Meijel
4,01	3,61	3,29	3,57	3,59	4,01

De diversiteit van Centrum Panningen wordt geprezen door consumenten (Focusgroepen, 2021) en ondernemers (Ondernemersinterviews, 2021). Naast Panningen valt op dat Centrum Meijel net zo hoog scoort op het gebied van diversiteit. Dit kan verklaard worden door het verschil in aantal verkooppunten in Levensmiddelen (18 versus 8) en Kleding & Mode (22 versus 4) in respectievelijk Panningen en Meijel. Dit verslechtert de score voor Panningen vergeleken met Meijel omdat de hoofdbanches minder evenredig verdeeld zijn. Panningen heeft immers een regionale verzorgingsfunctie, Meijel een lokale. Dit maakt dat er in Panningen veel meer zaken zijn. Zo zijn er in de hoofdbranche Levensmiddelen speciaalzaken waar consumenten vanuit andere kernen naar Panningen trekken (Focusgroepen, 2021). Wanneer deze consumenten in Panningen zijn, doen ze de rest van hun aankoopbehoeften sneller in Panningen, ook al zijn deze voorzieningen in eigen kern beschikbaar (Focusgroepen, 2021). Om Panningen goed te beoordelen op diversiteit is vergelijking nodig met de entropie van andere vergelijkbare winkelcentra zoals Horst en Blerick. Echter het doel is om de huidige vitaliteit te behouden. Deze entropie is een goed middel om te meten en controleren of de winkelcentra hun huidige diversiteit behouden, verslechteren of verbeteren.

Gevoeligheid van Internetbestedingen

Voor het berekenen van de afvloeiing naar het internet heb ik gebruik gemaakt van het Koopstromenonderzoek Limburg 2019 van I&O Research et al. (2020). Daarnaast heb ik gebruik gemaakt van de Consumentenenquête (2021) en een extrapolatie van het aantal internetbestedingen tussen 2010 en 2020 naar 2030 toe. Hier staan per branche de afvloeiing naar internet beschreven. Ik heb aan de hand van een worst-case scenario aanpak, voor elke hoofdbranche het hoogste percentage internetafvloeiing beschikbaar genomen. Dit percentage heb ik vervolgens vermenigvuldigd met het aantal voorzieningen in de desbetreffende branche. Van deze internetafvloeiing per branche heb ik per kern de som genomen.

Percentage afvloeiing internetaankopen:

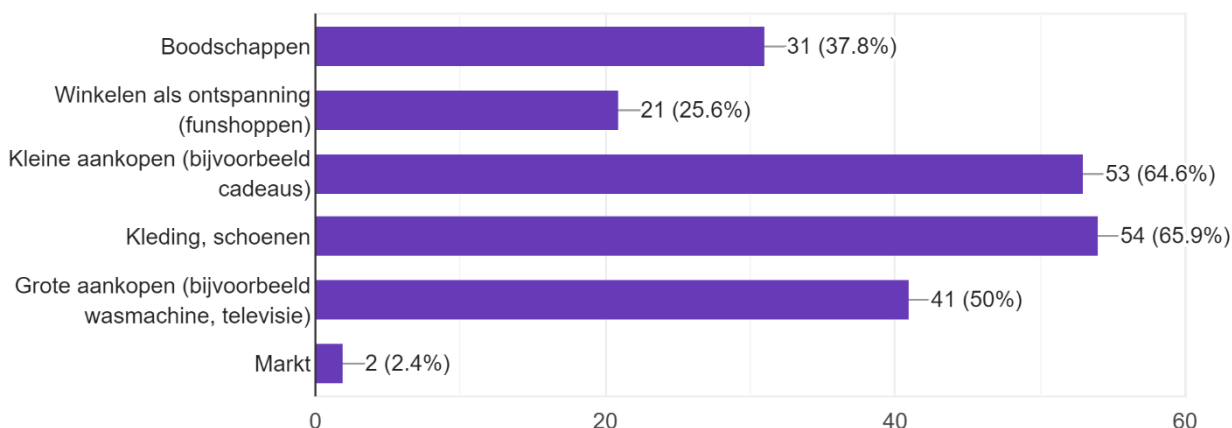
Centrum Panningen	Centrum Baarlo	Centrum Helden	Centrum Kessel	Centrum Maasbree	Centrum Meijel
11,14%	7,4%	1,12%	2,68%	4,11%	6,21%

Hoewel de aanwezigheid van internetgevoelige branches bijdraagt aan de variëteit in een centrumgebied, is een grote internetgevoeligheid nadelig voor de vitaliteit van centrumgebieden. Dit komt omdat bestedingen in de internetgevoelige branches steeds meer online wordt gedaan en leegstand een realistisch gevolg is.

In de Consumentenenquête (2021) wordt aangegeven dat 15.4% van de respondenten verwacht in de toekomst (5 tot 10 jaar) meer online te winkelen. Als we dit corrigeren voor het percentage dat denkt meer fysiek te gaan winkelen (3.7%), komen we tot een toename van de internetafvloeiing met 11.7 procentpunt. De categorieën en de mate waarop het winkelgedrag meer fysiek zal plaatsvinden is in onderstaande figuur aangegeven.

Geef aan welk winkelgedrag meer online zal plaatsvinden

82 responses



Filialiseringsgraad

De filialiseringsgraad is het aantal verkooppunten dat deel uitmaakt van een winkelformule als percentage van het totaal aantal verkooppunten. Uit de Focusgroepen (2021) blijkt dat de filialiseringsgraad invloed heeft op de waardering van een centrum. Het is afhankelijk van de doelgroep of filialen een positieve waardering brengen aan het winkelgebied. Voor de oudere doelgroepen (vanaf 45 jaar) heeft meer filialisering een negatief effect op de waardering, terwijl voor de jongere doelgroepen filialisering meer waarderen (Focusgroepen 2021). Anders dan bij filialisering speelt er bij zelfstandige ondernemers vaak een opvolgingsproblematiek (Ondernemersinterviews, 2021). Deze betreft veelal de kleinere kernen waardoor voorzieningen waar vraag naar is in het dorp verdwijnen of veranderen van sector. Niet vanwege economische redenen maar vanwege het probleem dat er niemand bereid is gevonden de zaak over te nemen. Filialisering heeft dus geen eenduidig positief of negatief effect op de vitaliteit van een centrum.

Filialiseringsgraad als percentage van het aantal verkooppunten (Locatus, 2022):

Centrum Panningen	Centrum Baarlo	Centrum Helden	Centrum Kessel	Centrum Maasbree	Centrum Meijel
32.26%	23,08%	31,58%	27,27%	23,53%	35,29%

3. Ruimtelijke kwaliteit

In de categorie Ruimtelijke Kwaliteit hebben de indicatoren Historisch Karakter, Veiligheid, Digitale vindbaarheid, Toerisme, Leegstand, Groen en Sfeer & Uitstraling invloed op de vitaliteit van een winkelcentrum.

Historisch Karakter

Uit de Focusgroepen (2021) blijkt dat Historisch Karakter een positieve invloed heeft op de waardering van een centrum. Ook een historische stijl, zoals het Outlet Centre in Roermond, heeft een positieve invloed op de waardering van een centrum (Focusgroepen, 2021).

Aantal gebouwen met als originele bouwjaar voor 1940 als percentage van het totaal aantal verkooppunten (Kadaster, 2022):

Centrum Panningen	Centrum Baarlo	Centrum Helden	Centrum Kessel	Centrum Maasbree	Centrum Meijel
8,87%	25,64%	26,32%	13,64%	41,18%	19,61%

Veiligheid

Uit de Focusgroepen (2021) blijkt dat Veiligheid meespeelt in de overweging een bepaald centrum wel of niet te bezoeken. Ruim 80% van de respondenten uit de Consumentenenquête (2021) geeft aan dat Veiligheid belangrijk of zeer belangrijk is in de overweging een bepaald centrum wel of niet te bezoeken. Veiligheid heeft dus een invloed op de vitaliteit van een centrum. De indicator Veiligheid is gemeten aan de hand van de Leefbaarometer (Ministerie van BZK, 2018). Die geeft de volgende scores aan per winkelgebied:

Centrum Panningen	Centrum Baarlo	Centrum Helden	Centrum Kessel	Centrum Maasbree	Centrum Meijel	Gemiddelde gemeente
0.0474	0.1019	0.06397	0.1106	0.1026	0.09255	0.0939

Bovenstaande scores zijn ten opzichte van het landelijke gemiddelde. Dit betekent dus dat bijvoorbeeld Panningen 0.0474 punt boven het landelijke gemiddelde scoort en dus veiliger is dan Nederland gemiddeld. Al deze scores liggen dus boven het landelijke gemiddelde. Tussen 2002 en 2018 zijn de beoordelingen van de buurten van bovenstaande winkelgebieden gelijk gebleven of verbeterd (Leefbaarometer, 2018). Veiligheid heeft dus een positieve invloed op de vitaliteit en verwacht wordt dat deze positieve bijdrage constant blijft. In Panningen wordt het "dorpse mentaliteit" genoemd als groot pluspunt voor de veiligheid van het centrum (Focusgroepen, 2021). Aan de andere kant benoemt men ook de "hangjongeren" in het centrum van Panningen als iets negatiefs, echter heeft dit nog niet tot een onveilig gevoel geleid (Focusgroepen, 2021).

Digitale vindbaarheid

Uit de Focusgroepen (2021) blijkt dat niet alle inwoners even goed bekend zijn met de voorzieningen, evenementen en trekpleisters die de centra van Peel en Maas bieden. Digitale vindbaarheid helpt dit te vergroten en daarmee mogelijk ook het aantal bezoeken in het centrum. Volgens Goudappel Coffeng, et.al. (2020) is een centrum goed digitaal vindbaar als de volgende elementen hierin zichtbaar zijn:

- Inleidende informatie
- Locatie van de parkeergelegenheden
- Parkeertarieven
- Locatie van consumentenvoorzieningen
- Openingstijden
- Beeldend materiaal
- Welke trekpleisters er zijn
- Wanneer evenementen zijn
- Corona-informatie

Uit de Focusgroepen (2021) blijkt dat bezoekerredenen voor een centrum onder andere "terras" en "winkelen" zijn. Wanneer deze termen of gerelateerde termen in Google worden gezocht vanuit Maasbree (Peel en Maas) vind je de volgende resultaten op de eerste pagina van Google:

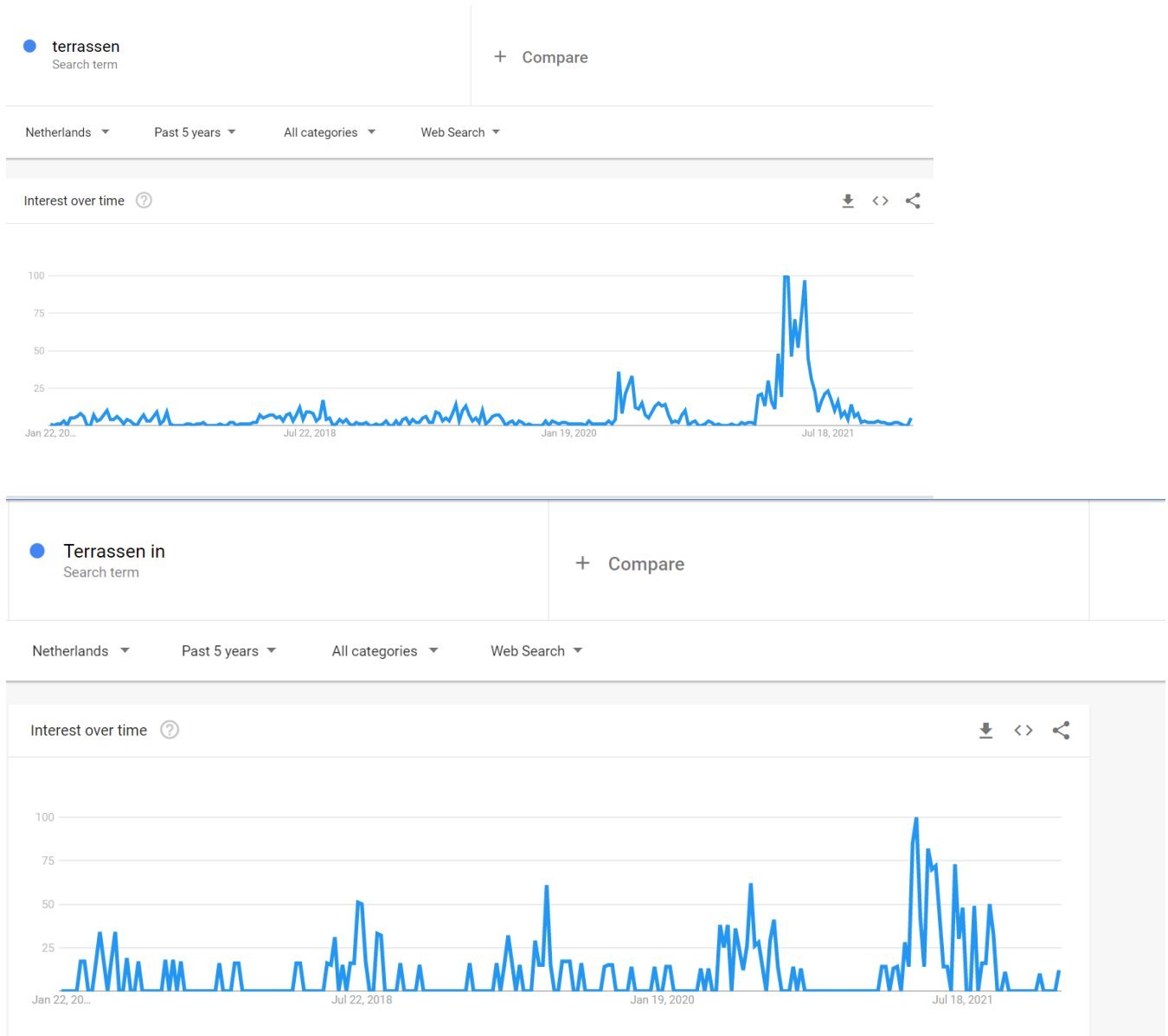
Zoekterm:	Resultaten op eerste pagina en op de hoeveelste plaats is het resultaat te vinden:
Winkelen	Deventer (4), Hilversum (5), Gorinchem (8)
Terrassen	Venlo (2), Roermond (3)
Shoppen	Venlo (2), Maastricht (3)
Terras	Geen centra gevonden

Wanneer de termen "winkelen *naam kern in Peel en Maas*" worden gezocht via Google, zijn alleen websites over de centra van Helden en Panningen vindbaar.

Wanneer de termen "terrassen in *naam kern in Peel en Maas*" worden gezocht via Google, zijn alleen websites over het centrum van Kessel vindbaar.

Wanneer de termen "terrassen in Venlo", "winkelen in Venlo", "terrassen in Roermond" en "winkelen in Roermond" worden gezocht via Google, zijn de websites over de centra van Venlo en Roermond wel vindbaar.

De centra van Peel en Maas zijn dus niet even goed vindbaar terwijl dit wel belangrijk is voor de Digitale vindbaarheid. Met name de termen “terrassen” en “terrassen in” worden steeds belangrijker. Via Google Trends (Google, 2022a) is te zien dat het aantal zoekopdrachten in Nederland naar de termen “terrassen” en “terrassen in” elk jaar rond de lente- en zomermaanden piekt. Deze piek is de afgelopen jaren steeds meer toegenomen zoals in onderstaande grafieken te zien is.



Het is dus belangrijk dat centra die terrassen te bieden hebben, via deze weg gevonden worden.

Toerisme

Elk jaar wordt er een zomerinfo verspreid bij de campings en vakantieparken in Peel en Maas. “Het magazine Zomerinfo biedt een compleet overzicht van evenementen en activiteiten in de zomerperiode en een overzicht van de uitgebreide recreatiemogelijkheden in het land van Peel en Maas. Tevens presenteren diverse winkels en horeca ondernemers zich in deze editie. Het magazine telt dit jaar maar liefst 32 pagina’s. De totale oplage komt uit op ruim 32.000 exemplaren.” (Centrum Management Panningen, 2021) Door deze zomerinfo is de weg van de toeristische verblijven naar de centra van Peel en Maas gemakkelijker en wordt de kans op een toename van bezoeken aan een centrum vergroot. Toerisme heeft dus een positief effect op de vitaliteit van de centra. De indicator toerisme is gemeten door het aantal voorzieningen en banen in de toeristische sector in de gemeente Peel en Maas. De gemeente Peel en Maas kende in 2020 het aantal van 360 vestigingen en 1.440 banen in de toeristische sector (LISA, 2020). Het aantal vestigingen is tussen 2016 en 2020 met 5,88% gestegen.

Echter daalde tegelijkertijd het aantal banen met 6,49%. Uit deze cijfers kan geconcludeerd worden dat de positieve invloed van Toerisme op de vitaliteit licht afneemt.

Leegstand

Leegstand wordt door de Focusgroepen (2021) als negatief voor het centrum ervaren. Leegstand heeft dus een negatief effect op de vitaliteit van een centrum.

Leegstand als percentage van het aantal consumentgerichte voorzieningen (Locatus, 2022):

Centrum Panningen	Centrum Baarlo	Centrum Helden	Centrum Kessel	Centrum Maasbree	Centrum Meijel
6,66%	4,88%	20,83%	0%	8,11%	8,93%

Leegstand in Helden is met 20,83% opvallend hoog en met 0% opvallend laag in Kessel. Hieruit zou de conclusie getrokken kunnen worden dat er in Helden minder behoefte is aan verkooppunten of er is geen opvolging geweest. Een andere verklaring is de dichte nabijheid van Panningen. In Kessel wekt het de suggestie dat de markt behoefte heeft aan meer verkooppunten. Dit kan ondersteund worden met opmerkingen vanuit de Ondernemersinterviews (2021). Wanneer ondernemers gevraagd werd waarom zij op een bepaalde locatie zijn gestart met hun onderneming, wordt het antwoord "Ik ben me hier gaan vestigen, omdat deze locatie toevallig vrijkwam". Hiermee wordt bedoeld dat ondernemers pas starten met hun onderneming wanneer er locatie beschikbaar komt.

Leegstand in Nederland is de afgelopen jaren fors gedaald doordat het aantal beschikbare retailpanden afneemt (Slob, 2022). Slob (2022) verwacht dat zolang de huizenmarkt overspannen blijft als zij nu is, de leegstand redelijk stabiel blijft en misschien nog wel iets zal dalen.

Groen

Ruim 50% van de consumenten van Peel en Maas vindt Groen belangrijk of zeer belangrijk in de overweging een bepaald centrum wel of niet te bezoeken. Groen speelt dus een rol in de vitaliteit van een centrum.

Percentage dat vindt dat Groen verbeterd mag worden (Consumentenenquête 2021):

Centrum Panningen	Centrum Baarlo	Centrum Helden	Centrum Kessel	Centrum Maasbree	Centrum Meijel	Gemiddelde
12,15%	3,17%	11,63%	11,76%	18,42%	4,55%	10,28%

Maasbree scoort het slechtst op Groen. In Panningen werd in de Focusgroepen (2021) de Markt genoemd waar Groen achter loopt in vergelijking met een aantal nieuwere gedeeltes van het centrum. Groen heeft tevens een effect op de Sfeer & Uitstraling (Focusgroepen 2021).

Sfeer & Uitstraling

93% van de respondenten uit de Consumentenenquête (2021) geeft aan dat Sfeer belangrijk of zeer belangrijk is bij de overweging een bepaald centrum wel of niet te bezoeken. Hieruit kan geconcludeerd worden dat Sfeer een grote invloed heeft op de vitaliteit van een centrum. Elementen die Sfeer & Uitstraling positief beïnvloeden zijn verlichting, muziek, groen en tijd gerelateerde aankleding (Focusgroepen, 2021).

Percentage dat vindt dat Sfeer & Uitstraling verbeterd mag worden (Consumentenenquête 2021):

Centrum Panningen	Centrum Baarlo	Centrum Helden	Centrum Kessel	Centrum Maasbree	Centrum Meijel	Gemiddelde
11,21%	19,05%	23,26%	5,88%	32,89%	27,27%	19,93%

Uitstraling en Sfeer wordt het beste gewaardeerd in Kessel. De kernen Maasbree, Meijel en Helden scoren ondermaats betreffende Sfeer & Uitstraling. In Helden wordt horeca op de Molenstraat genoemd waar men het jammer vindt tegen een drukke weg aan te kijken in plaats van iets sfeervols (Focusgroepen, 2021). Iets wat bij een horecagelegenheid aan de Kesselseweg in Helden (Fusion) en het Raadhuisplein in Panningen (Momus) daarentegen wel goed beoordeeld wordt door deelnemers uit de Focusgroepen (2021).

Het is belangrijk dat er aandacht is voor elementen zoals Sfeer & Uitstraling. Meer dan 80% van de respondenten uit de Consumentenenquête (2021) vindt namelijk dat Sfeer en Beleving in de toekomst belangrijker worden in het centrum.

4. Bereikbaarheid

In de categorie Bereikbaarheid beïnvloeden de volgende indicatoren de vitaliteit: Compactheid, Mobiliteit en Parkeren.

Compactheid

Volgens Stec Group (2020) is een compact centrum belangrijk voor het functioneren van een centrum. Een compacter centrum heeft dus een positieve invloed op de vitaliteit van een centrum.

Het aantal consumentgerichte verkooppunten gedeeld door de afstand van de twee verst uit elkaar liggende verkooppunten in het winkelgebied (Locatus, 2022 & Google, 2022b). De afbakening van de winkelgebieden is te vinden in bijlage 1.

Compactheid:

Centrum Panningen	Centrum Baarlo	Centrum Helden	Centrum Kessel	Centrum Maasbree	Centrum Meijel
215,65	55,71	42,22	27,5	48,57	68

Compactheid in Panningen scoort goed terwijl in de Consumentenenquête (2021) signalen komen dat het centrum van Maasbree veel te uitgestrekt is.

Mobiliteit

Mobiliteit is de beweeglijkheid of het gemak waarmee iemand zich verplaatst. Wanneer het lastiger wordt een centrum te bereiken, heeft dit een negatief effect op de vitaliteit.

Het CPB en het PBL (2020) verwachten dat actuele ontwikkelingen, waaronder nieuwe technologieën, tot 2040 een relatief beperkt effect hebben op het niveau van de mobiliteit. Ontwikkelingen zoals autodelen en Mobility as a Service (MaaS) leiden enerzijds tot meer mobiliteit voor mensen die geen auto hebben, maar anderzijds tot minder autobezit. Het totale effect op de mobiliteit zal waarschijnlijk relatief beperkt zijn (CPB & PBL, 2020).

Uit de Consumentenenquête (2021) blijkt dat er in Baarlo signalen zijn over een onprettige en/of onveilige verkeerssituatie in het centrum. De Grotestraat wordt in deze specifiek genoemd.

Parkeren

In de Focusgroepen (2021) werd aangegeven dat Parkeren een belangrijke rol speelt in het wel of niet bezoeken van een bepaald centrum. In de Consumentenenquête (2021) geeft ongeveer 90% van de respondenten aan Parkeren belangrijk of zeer belangrijk te vinden in de overweging een bepaald centrum wel of niet te bezoeken.

Percentage dat vindt dat Parkeren verbeterd mag worden in de komende 5 tot 10 jaar (Consumentenenquête, 2021):

Centrum Panningen	Centrum Baarlo	Centrum Helden	Centrum Kessel	Centrum Maasbree	Centrum Meijel	Gemiddelde	Gemiddelde exclusief Kessel
18,69%	8,73%	12,79%	47,06%	14,47%	9,09%	18,47	12,76%

Bijna 50% van de respondenten uit Kessel geeft aan dat parkeren in de komende 5 tot 10 jaar verbeterd mag worden (Consumentenenquête, 2021). Dit percentage is extreem hoog gegeven dat het gemiddelde over de overige kernen 12.79% bedraagt. Naast Kessel, scoort ook Panningen met 18.69% boven dit gemiddelde. Met parkeerplaatsen op het Pastoor Huijbenplein, Raadhuisplein, Kepringlehof, Wilhelminaplein, Beekstraat en bij het park achter het Huis van de Gemeente, wordt met het aantal beschikbare parkeerplaatsen nagenoeg voldaan aan de parkeernormen die gebruikelijk zijn voor regionale winkelcentra. Toch wordt het slechter gewaardeerd. Een deel van de verklaring zou kunnen liggen in het gedrag van de winkeliers en hun werknemers. Uit de Ondernemersinterviews (2021) blijkt dat er geen afspraken met de ondernemers zijn betreft het

parkeren van de eigen auto's en de auto's van de werknemers. Het blijkt dat een deel van de winkeliers en hun werknemers de auto parkeren op parkeergelegenheden dichtbij het centrum. Een consument wil de auto graag dichtbij parkeren maar als de dichtstbijzijnde plekken al door de ondernemers zelf bezet zijn, wordt dit lastiger. Het Huis van de Gemeente bevindt zich aan de rand van het centrum van Panningen. Bij de gemeente is er een beleid dat ambtenaren hun auto op de parkeerplaats bij het zwembad neerzetten wanneer zij een volledige werkdag in het Huis van de Gemeente werken. Deze afspraak draagt alleen positief bij aan de vitaliteit als deze ook goed wordt nageleefd.

5. Samenwerking

Samenwerking heeft invloed op de vitaliteit van een winkelgebied. Samenwerking wordt beïnvloed door de indicator organisatiegraad.

Organisatiegraad

De organisatiegraad wordt volgens Goudappel Coffeng et al. (2020) beoordeeld aan de hand van de aanwezigheid van de volgende kenmerken:

- Aanwezigheid visie centrumgebied (centrumvisie en/of detailhandelvisie)
- Organisatiegraad van de ondernemers en/of vastgoed in een ondernemersvereniging of BIZ
- Samenwerking "gouden driehoek": ondernemers, vastgoed, overheid
- Aanwezigheid van een centrummanager

Panningen:

- In Panningen is er een visie van het centrumgebied aanwezig in de vorm van de Actualisatie Structuurvisie Centrum Panningen (2014).
- In Panningen wordt door de ondernemers in het centrum een reclamebelasting betaald die de gemeente overmaakt aan het Centrummanagement voor de uitvoering van de projecten en activiteiten die door het bestuur van het CMP in de jaarlijkse begroting worden vastgesteld.
- Ondernemers, vastgoed en gemeente zijn vertegenwoordigd in het bestuur van het CMP. Het bestuur vergadert 6x per jaar. Daarnaast zijn de ondernemers, vastgoed en gemeente vertegenwoordigd in De Raad van Bestuur van het CMP. Hier zijn ook Wonen Limburg en Rabobank Peel, Maas en Leudal vertegenwoordigd. De Raad van Bestuur vergadert 4 keer per jaar.
- Het bestuur van het CMP heeft een parttime centrummanager met assistent in dienst.
- Naast bovenstaande organen, is er een team voor PR, evenementen en facilitaire ondersteuning.

Overige kernen:

- In de Structuurvisie Kernen en Bedrijventerreinen (2014) zijn de visies voor de centrumgebieden een onderdeel.
- Sinds 2019 is het Retail Management Peel en Maas (RMPM) actief. Hierbij zijn de ondernemersverenigingen van de kernen met een winkelaanbod aangesloten.
- Er is geen specifieke samenwerking van de "gouden driehoek" actief. Wel sluit de gemeente aan bij de vergaderingen van het RMPM.
- Er is geen centrummanager of retailmanager actief. Wel ondersteunt de centrummanager van Panningen het bestuur van het RMPM.

6. Technologische ontwikkelingen

In de Focusgroepen (2021) zijn door middel van stimuli een aantal technologische retailtrends voorgelegd aan de deelnemers. Hierop kwamen wisselende reacties. Voorstanders geven aan dat het de beleving van het winkelen versterkt, tegenstanders geven aan dat dit soort trends minder gelden voor een "wat nuchtere boeren gemeente". Die verdeeldheid komt terug in de Consumentenenquête (2021) waar ongeveer 37% aan het eens of helemaal eens te zijn met de stelling "In de toekomst zullen winkels meer functioneren als een showroom om te voelen en testen". 38% heeft een neutrale houding en 27% heeft een negatieve houding jegens deze stelling.

Echter komt er wel een technologische kans naar voren in de Focusgroepen (2021). Meerdere deelnemers geven aan bewust op rustigere momenten boodschappen te doen. Hier kan op ingespeeld worden door middel van druktemonitors.

7. Impact Covid-19

Uit de Focusgroepen (2021) blijkt dat door Covid-19, er eerder gekeken wordt naar lokale ondernemers bij een aankoopbehoefte. Dit wordt gerelativeerd door de Ondernemersinterviews (2021) die zeggen dat deze "gunfactor" begint af te nemen naarmate de Covid-19 crisis voortduurt. Hoelang Covid-19 nog invloed gaat uitoefenen op consumenten en ondernemers is onduidelijk. Ook de effecten op langere termijn zijn onzeker. Wat we wel weten is dat we onderweg zijn naar een ander normaal (Retailagenda, 2020).

"We zijn onderweg naar een ander normaal want:

- We gaan meer thuiswerken als dat werktechnisch kan;
- We gaan minder vaak aankopen doen dan voor corona;
- We blijven online meer gebruiken dan voor corona;
- We gaan minder vaak naar steden toe om te winkelen en te werken."

(Retailagenda, 2021)

Bovenstaande punten komen terug in de Corona Impact & Recovery Index van Locatus (2022). Om de impact van Covid-19 objectief te meten heb ik gebruik gemaakt van deze index.

In deze index zijn de volgende kengetallen verwerkt die betrekking hebben op de veerkracht:

- Startsituatie van een winkelgebied
- Impact van corona
- Internetgevoeligheid
- Impact van recessie
- Afhankelijkheid van vervoer en werkenden
- Type verzorgingsgebied
- Toerisme
- Lokale besmettingsgraad door corona
- Tijdelijke sluitingen corona

Locatus hanteert voor de weergave van de index een stoplicht van waarschuwing.

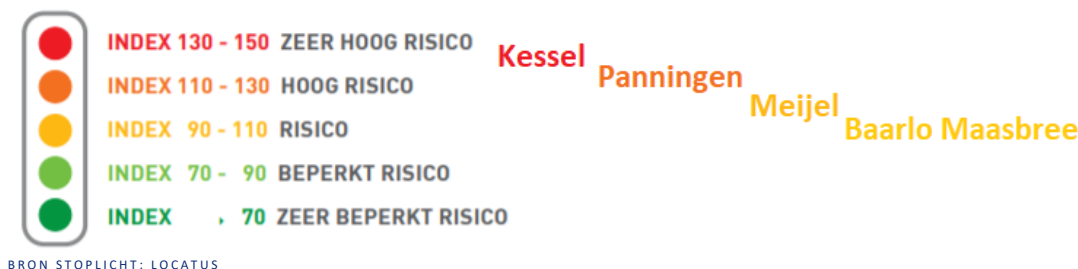


BRON AFBEELDING: LOCATUS

Percentage van het aantal verkooppunten per risico-categorie (Locatus, 2022):

	Centrum Panningen	Centrum Baarlo	Centrum Helden	Centrum Kessel	Centrum Maasbree	Centrum Meijel
Zeer hoog	2,96%	0%	0%	36,36%	0%	0%
Hoog	49,63%	0%	33,33%	18,18%	0%	0%
Risico	34,81%	60,98%	37,5%	36,36%	67,57%	76,79%
Beperkt	0%	19,51%	0%	0%	18,92%	12,5%
Zeer beperkt	0%	17,07%	0%	0%	0%	0%
n.v.t.	12,59%	2,44%	29,17%	9,09%	13,51%	10,71%

De absolute cijfers van bovenstaande tabel zijn beschikbaar in bijlage 3.
Deze cijfers plaatsen de kernen op de volgende plekken op het stoplicht:



Het valt op dat in Kessel en Panningen meer dan 50% van de verkooppunten een hoog of zeer hoog risico lopen op verlies van vitaliteit door de gevolgen van Covid-19. Daarnaast valt op dat de centra van Baarlo, Maasbree en Meijel geen verkooppunten kent dat een hoog of zeer hoog risico voor de gevolgen van Covid-19 loopt. Uit deze cijfers kan geconcludeerd worden dat de centra van Peel en Maas risico lopen op vitaliteitsverlies door de gevolgen van Covid-19.

8. Consumentengedrag

Consumentengedrag heeft voor een deel impact op de vitaliteit en is voor een deel een gevolg van de vitaliteit van een centrum. Wanneer consumenten bijvoorbeeld graag iets meer willen betalen in de winkel voor extra service in plaats van online, neemt de vitaliteit van de centra toe. Wanneer een centrum vitaler en bekender wordt, is de verwachting dat het consumentengedrag zich daaraan aanpast en bestedingen in het centrum toenemen. In dat geval is consumentengedrag een gevolg van de vitaliteit. Het consumentengedrag is dus een extra mechanisme om de vitaliteit van de centra te beoordelen.

Aan de hand van de Consumentenenquête (2021) is door mij dit mechanisme ontwikkeld in de vorm van een datatool. In deze datatool is het koopgedrag van de consumenten in Peel en Maas inzichtelijk gemaakt. Voor de categorieën: boodschappen, horeca, winkelen als ontspanning, kleine aankopen, grote aankopen, markt en "een dagje uit" is te zien waar de bestedingen plaatsvinden. Met de datatool kan onderscheid gemaakt worden tussen de verschillende kernen van Peel en Maas en de verschillende leeftijdsgroepen.

Zo kun je bijvoorbeeld binnen enkele klikken zien dat ongeveer 60% van de consumenten uit Baarlo, Helden, Kessel, Maasbree en Meijel in de leeftijd van 30 jaar en jonger hun boodschappen vooral doen in het centrum van hun eigen dorp.

In de Consumentenenquête zijn ook een aantal stellingen voorgelegd die het consumentengedrag typeren. Deze zijn te vinden in bijlage 2. Opvallendste resultaat hier is dat meer dan 80% het eens, of helemaal eens is met de stelling: "ik koop lokaal, omdat ik het de lokale ondernemers gun". Daarnaast geeft iets meer dan de helft van de respondenten aan graag iets meer in de winkel te betalen voor extra service, in plaats van online. De resultaten van de stellingen zijn ook in de datatool beschikbaar.

4. Conclusies & Advies

Het behoud van de vitaliteit in Peel en Maas in 2030 is niet vanzelfsprekend. Geconcludeerd kan worden dat behoud van de vitaliteit van de winkelcentra in Peel en Maas richting 2030 in het geding is. Zonder ingrijpen zal de vitaliteit van de centra van Peel en Maas zeer waarschijnlijk afnemen. Dit wordt veroorzaakt door de volgende indicatoren:

- Vergrijzing heeft een sterke negatieve impact.
- Internetbestedingen heeft een negatieve impact.
- Toerisme heeft een lichte negatieve impact.

Daarnaast is er door Covid-19 een hoog risico op de daling van de vitaliteit van de centra. Hiertegenover staat dat van de volgende indicatoren wordt verwacht dat zij een positieve impact gaan hebben op de vitaliteit van de centra van Peel en Maas richting 2030:

- Bevolking heeft een lichte positieve impact op de vitaliteit.
- Besteedbaar inkomen heeft een positieve impact op de vitaliteit.
- Aantal consumenten binnen bereik heeft een lichte positieve impact.

Van de volgende indicatoren wordt verwacht dat zij constant blijven richting 2030:

- Veiligheid
- Leegstand
- Mobiliteit

Het is onzeker of de positieve effecten op de vitaliteit, de negatieve effecten zullen opheffen. Er bestaat een mogelijkheid dat de overige indicatoren een negatief effect versterken dan wel afzwakken. Bovenop komend probleem bij een deel van deze indicatoren is dat het erg lastig is of soms zelfs onmogelijk is hier invloed op uit te oefenen. Gezien de grote onzekerheid rond de indicatoren en moeilijkheidsgraad van invloed, is het verstandig in te zetten op de indicatoren die wel beïnvloedbaar zijn. Zo ga je een negatief effect op de vitaliteit altijd tegen en in het uiterste geval gaat de vitaliteit er misschien zelfs een beetje op vooruit.

In onderstaande kopjes is aangegeven op welke indicatoren ingezet moet worden op verbetering en hoe verbetering van de indicator tot realisatie kan worden gebracht. Het gaat om de indicatoren Historisch Karakter, Digitale Vindbaarheid, Groen, Uitstraling & Sfeer in de categorie Ruimtelijke Kwaliteit. In de categorie Bereikbaarheid betreft dit de indicatoren Compactheid en Parkeren. Tevens zijn Samenwerking en Technologische Ontwikkelingen twee indicatoren waarvan verbeterpunten in onderstaande kopjes besproken wordt.

Ruimtelijke Kwaliteit:

Historisch Karakter

Behoud gebouwen met het originele bouwjaar van voor 1940 in de centra van alle - kernen. Afbrokkeling van het historisch karakter van centra heeft een negatieve impact op de vitaliteit.

Digitale Vindbaarheid

Verbeter de digitale vindbaarheid van alle centra door aan de volgende 3 eisen te voldoen:

1. Zorg dat elk winkelcentrum een informatiewebsite heeft over het centrum.
2. Zorg dat de website met informatie over het centrum door middel van "Search Engine Optimization" bovenaan Google staat wanneer er gezocht wordt op termen met betrekking tot het centrum van een bepaalde kern. Dit betekent dat bijvoorbeeld de website over het centrum van Helden (www.helden.nl) bovenaan verschijnt wanneer iemand in Google naar "winkelen in Helden" of "terrassen in Helden" zoekt.
3. Zorg dat de volgende kenmerken gemakkelijk en snel te vinden zijn op de website:
 - Inleidende informatie
 - Informatie over parkeren
 - Locatie van consumentenvoorzieningen
 - Openingstijden
 - Beeldend materiaal

- Welke trekpleisters er zijn
- Wanneer evenementen zijn
- Corona-informatie

Momenteel wordt er bij geen van de centra aan alle drie de eisen voldaan. Er valt hier dus veel verbetering te behalen.

Groen

Verbeter de hoeveelheid groen in de centra. Meer groen is goed voor alle kernen, maar vooral Maasbree en Panningen verdienen hier de prioriteit vanwege de slechte scores. Gezien het uitgestrekte karakter van het centrum van Maasbree adviseer ik te richten op de pleinen rondom de horecavoorzieningen; namelijk het Kennedyplein -WOZOCO-plein en het gebied rondom de kruising Baarlosestraat – Dorpstraat. Op deze manier heeft het groen een sterker effect, omdat daarmee de kans vergroot wordt dat de indicator Sfeer en Uitstraling ook wordt bevorderd. Voor Panningen adviseer ik prioriteit te hechten aan groen op de Markt. Ook heeft hier net zoals bij Maasbree groen een grote kans om een sterker effect te hebben.

Uitstraling & Sfeer

Verbeter de Sfeer & Uitstraling in alle kernen door groen te verbeteren (zie vorige alinea) en vervolgens het groen mooi bij te houden. Daarnaast kan de sfeer verbeterd worden door het gebruik van verlichting, muziek, het beter schoonmaken van straten en prullenbakken, het inrichten van lege etalages, aankleding van gevels en lege muren (met bijvoorbeeld groen).

Bereikbaarheid:

Compactheid

Breid centra niet uit. Het vergroten van de winkelstraten heeft een negatief effect op de vitaliteit. Ga creatief om met het huidige gebied en behoud zoveel mogelijk de compactheid. Wanneer er behoefte is aan meer verkooppunten; kijk of er mogelijkheden zijn tot splitsing van huidige winkels. Voorraden worden kleiner dus de behoefte op winkelloppervlakte neemt af. Creativiteit en de dialoog van de “Gouden Driehoek” (gemeente, ondernemers en vastgoedeigenaren) kan hier veel betekenen.

Parkeren

Er is sprake van een ernstige parkeerproblematiek in het centrum van Kessel. Vanwege de zorgwekkende score is nader onderzoek gewenst om dit probleem op te lossen. Het inschakelen van (externe) parkeerprofessionals wordt aangeraden.

In Panningen adviseer ik het CMP en de gemeente de dialoog te zoeken met ondernemers. Doel van de dialoog zal moeten zijn bewustwording creëren over het effect van de parkeerkeuzes van ondernemers en hun werknemers. Daarnaast moeten er passende locaties geboden worden voor het parkeren van de auto's van de ondernemers en hun werknemers. Deze locaties moeten een zo min mogelijk effect hebben op de parkeerbehoefte van consumenten.

Overige indicatoren:

Samenwerking

Betrek vastgoedeigenaren bij het Retail Management Peel en Maas.

Stel een Retail Manager Peel en Maas aan die in dienst staat van het Retail Management Peel en Maas.

Zorg dat de continuïteit van de taken van de centrummanager en de Retail Manager te allen tijde gewaarborgd is. Dit kan bijvoorbeeld door het aanstellen van een tweede persoon, het verdelen van het takenpakket over meerdere personen, of het opzetten van zelfsturende commissies.

Technologische ontwikkelingen

De gemeente moet manieren zoeken om digitale technologie te gebruiken om de gemeente beter te laten functioneren. Wanneer de gemeente dit in haar beleid heeft opgenomen, zal dat een positief effect geven op de vitaliteit van de centra in Peel en Maas. Een voorbeeld van een kans is het ontwikkelen van een druktemeter.

Tot slot:

Metten is weten

Dankzij het geven van beoordelingen en scores aan de indicatoren, is het gemakkelijk vooruitgang of achteruitgang te meten. Gebruik dit instrument om (jaarlijks) de indicatoren te meten. Vergelijk deze cijfers met voorgaande jaren en evalueer. Zo weet je of de centra op de goede weg zijn en kan er op tijd ingespeeld worden op plotselinge veranderingen of zorgwekkende situaties. Een verslechterde indicator kan aanleiding geven voor het verbeteren van de indicator of het compenseren van het negatieve effect door extra in te zetten op een andere indicator.

Verwijzingen

Verwijzingen waarvan bijlage beschikbaar:

- Bijlage 1: Afkadering winkelcentra Peel en Maas
- Bijlage 2: Consumentenenquête (stellingen) (December, 2021)
- Bijlage 3: Aantal verkooppunten per risicocategorie

Andere verwijzingen:

- Focusgroepen (November, 2021)
- Consumentenenquête (December, 2021)
- Ondernemersinterviews (December, 2021)

Verwijzingen beschikbaar op aanvraag:

- Datatool consumentenenquête (December, 2021)

Literatuur:

Centraal Planbureau & Planbureau voor de Leefomgeving, Hilbers, H., Van Meerkerk, J., Snellen, D., Euwals, R., Hendrich, T., Van Ruijven, K., & Verstraten, P. (2020). *Ontwikkeling Mobiliteit*. Planbureau voor de Leefomgeving & Centraal Planbureau.

<https://www.cpb.nl/sites/default/files/omnidownload/PBL-CPB-notitie-apr2020-Ontwikkeling-Mobiliteit.pdf>

Centraal Bureau voor de Statistiek. (2022, 4 januari). *Jongeren en ouderen per gemeente*. Geraadpleegd op 15 januari 2022,

van <https://www.cbs.nl/nl-nl/visualisaties/dashboard-bevolking/regionaal/jongeren-en-ouderen>

Centraal Bureau voor de Statistiek (2021a, 19 oktober). *Inkomen van personen; persoonskenmerken, regio (indeling 2021)*.

Geraadpleegd op 20 januari 2022, van <https://opendata.cbs.nl/statline/#/CBS/nl/dataset/85065NED/table?ts=1642716359996>

Centraal Bureau voor de Statistiek. (2021b, 14 oktober). *Inkomens verdeeld, 40 jaar in vogelvlucht*. Geraadpleegd op 20 januari 2022,

van <https://www.cbs.nl/nl-nl/longread/diversen/2021/inkomens-verdeeld-40-jaar-in-vogelvlucht>

Centraal Bureau voor de Statistiek (2019, 10 september). *CBS StatLine*. Geraadpleegd op 15 januari 2022, van

<https://opendata.cbs.nl/#/CBS/nl/dataset/84527NED/table>

Centraal Bureau voor de Statistiek. (2016, 12 september). *PBL/CBS prognose: Groei steden zet door*. Geraadpleegd op 15 januari

2022, van <https://www.cbs.nl/nl-nl/nieuws/2016/37/pbl-cbs-prognose-groei-steden-zet-door>

Centrum Management Panningen. (2021, 7 juni). *Zomerinfo 2021 | Thuis in Panningen*. Thuis in Panningen. Geraadpleegd op 17 januari

2022, van <https://www.thuisinpanningen.nl/zomerinfo-2021-2/>

ETIL (2020) *Demografie – Bevolkingsprognoses*. Dataportaal Provincie Limburg. Geraadpleegd op 15 januari 2022, van

<https://dataportaal-viewer.prvlimburg.nl/dashboard/dashboards/bevolkingprognoses>

Gemeente Peel en Maas (2011). *Beleidsnota 4.2*. <https://docplayer.nl/43533519-Beleidsnota-4-2-bedrijven-en-werklocaties-onderdeel-retail.html>

Gemeente Peel en Maas (2010) *De Structuurvisie Kernen en Bedrijventerreinen*.

http://www.gisnet.nl/ruimtelijkeplannen/peelenmaas/RO-Online/2008/NL.IMRO.1894.SVI0010-VG01/t_NL.IMRO.1894.SVI0010-VG01.pdf

Gemeente Peel en Maas (2013) *Actualisatie Structuurvisie Centrum Panningen*.

http://www.gisnet.nl/ruimtelijkeplannen/peelenmaas/RO-Online/2008/NL.IMRO.1894.SV10009-VG01/t_NL.IMRO.1894.SV10009-VG01.pdf

Google (2022a) *Trends*. Google Trends. Geraadpleegd op 17 januari 2022, van <https://trends.google.com>

Google. (2022b). *Maps*. Google Maps. Geraadpleegd op 15 januari 2022, van <https://www.google.com/maps>

Goudappel Coffeng, Stadsbeweging, & Provincie Overijssel. (2020). *Vitaliteitsbenchmark centrumgebieden Overijssel*.

<https://www.goudappel.nl/download?path=%2Fmedia%2F679520%2Fvitaliteitsbenchmark-centrumgebieden-overijssel-rapportage-februari-2020.pdf>

I&O Research, BRO, & ETIL. (2020). *Koopstromenonderzoek Limburg 2019*.

<https://www.ksol2019.nl/downloads/rapportage/HOOFDRAPPORT-KSOL2019.pdf>

Kadaster. (2022). *Basisregistratie Adressen en Gebouwen*. BAG Viewer. Geraadpleegd op 17 januari 2022, van

<https://bagviewer.kadaster.nl/lvbag/bag-viewer/index.html>

LISA. (2020). *Gratis Data Recreatie & Toerisme (R&T)*. Stichting Lisa. Geraadpleegd op 17 januari 2022, van

<https://www.lisa.nl/data/gratis-data-recreatie-toerisme>

Locatus (2022). *Verkooppunt & Retailplan NL*. Locatus. Geraadpleegd op 17 januari 2022, van <https://locatus.com/>

Ministerie van Binnenlandse Zaken en Koninkrijksrelaties. (2018). *Leefbaarometer - online informatie over de leefbaarheid in alle buurten*

en wijken. Leefbaarometer. Geraadpleegd op 15 januari 2022, van <https://www.leefbaarometer.nl/>

Planbureau voor de Leefomgeving. (2015). *De Veerkrachtige Binnenstad*.

https://www.pbl.nl/sites/default/files/downloads/pbl_2015_de_veerkrachtige_binnenstad_1667a.pdf

Q&A Research & Consultancy. (2016, 10 november). *Vergrijzing betekent sterk dalende volumes in retail*. Geraadpleegd op 15 januari

2022, van <https://www.qanda.nl/news-and-trends/vergrijzing-betekent-sterk-dalende-volumes-in-retail>

Retailagenda. (2021, maart). Retail Postcorona Impactanalyse Jan/Feb 2021.

https://retailand.nl/app/uploads/2021/03/Retailagenda_Retail-postcorona-impactanalyse_maart2021_SP.pdf

Shannon, C. E. (1948). A Mathematical Theory of Communication. *The Bell System Technical Journal*, 27, 379–423.

<https://people.math.harvard.edu/~ctm/home/text/others/shannon/entropy/entropy.pdf>

Slob, G. (2022, 11 januari). *Spectaculaire daling winkelleegstand door afname retailpanden*. Locatus. Geraadpleegd op 17 januari

2022, van <https://locatus.com/blog/spectaculaire-daling-winkelleegstand-door-afname-retailpanden/>

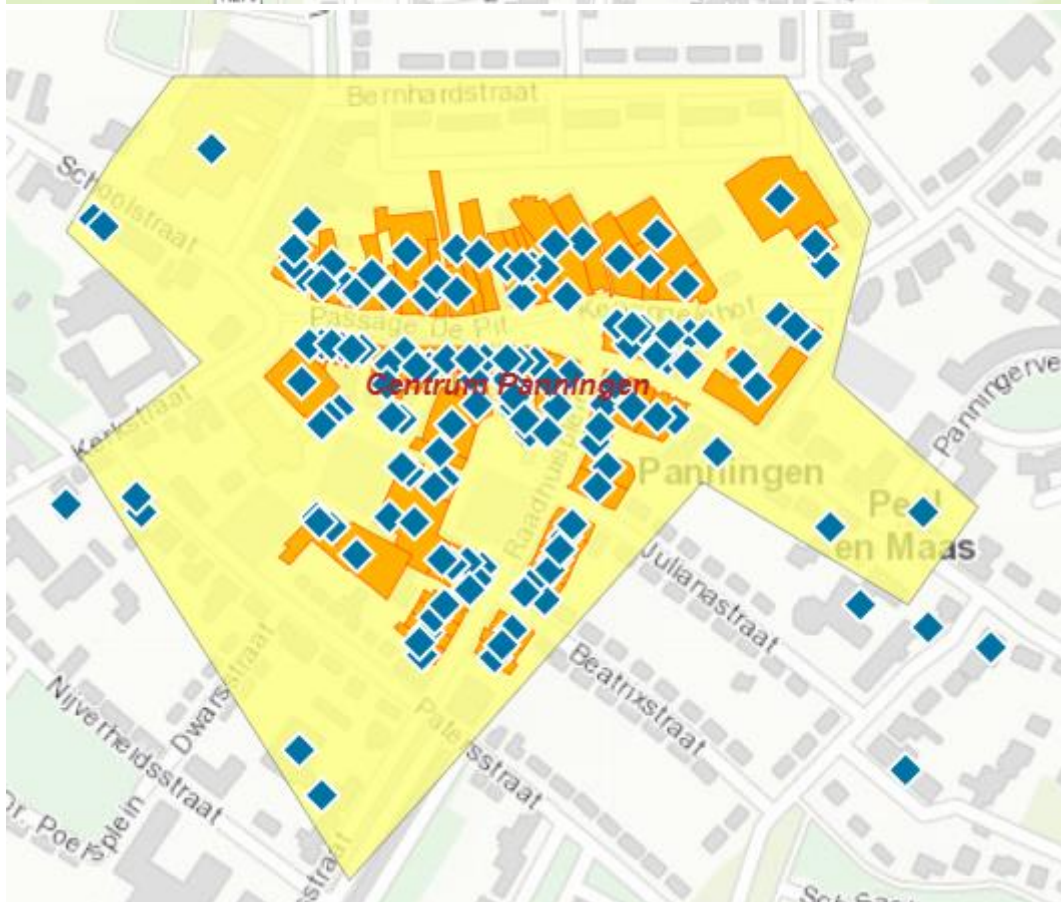
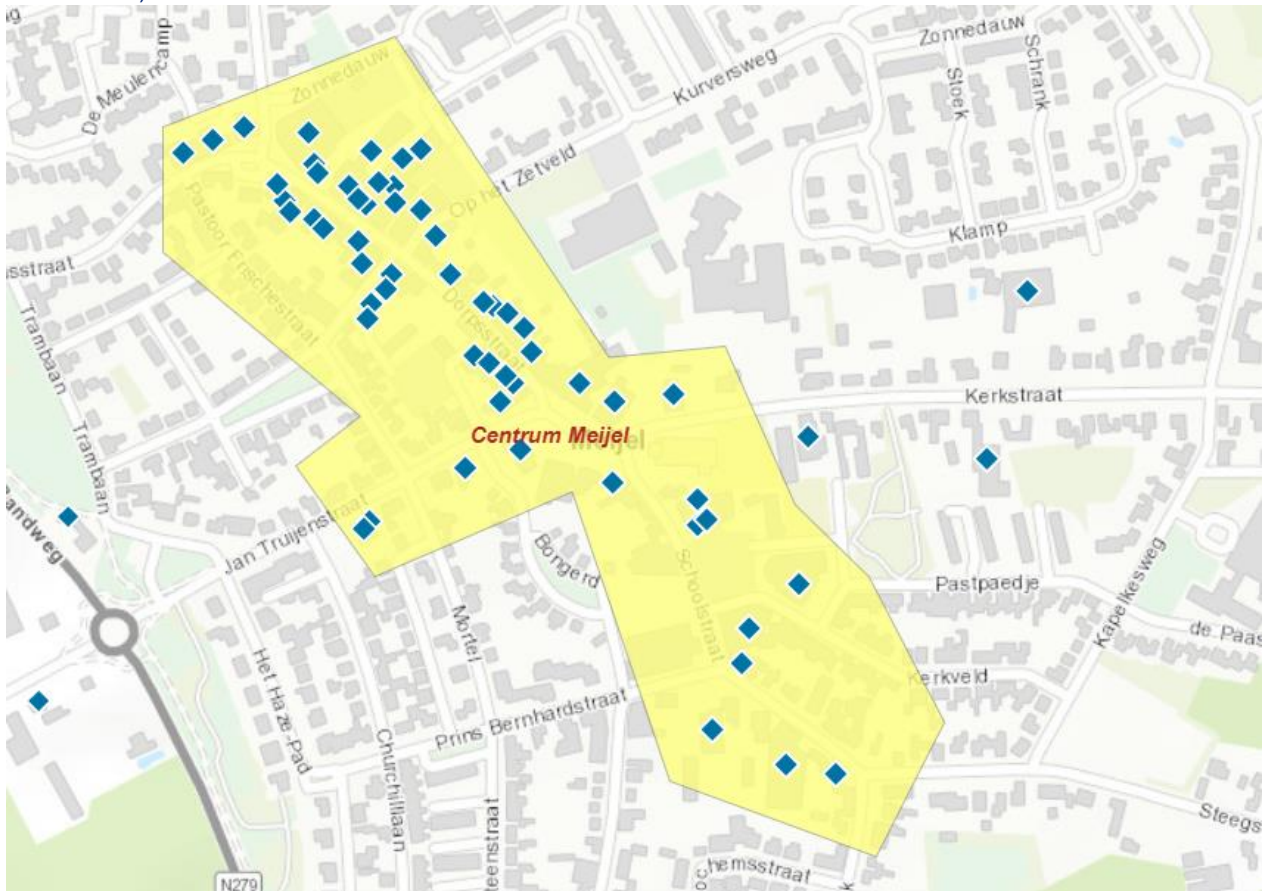
Stec Group. (2020). Naar vitale (winkel)centra: toekomstperspectief in crisistijd. Stec Groep. <https://stec.nl/driekwart-winkelcentra-moet-nog-compactier/#downloadform>

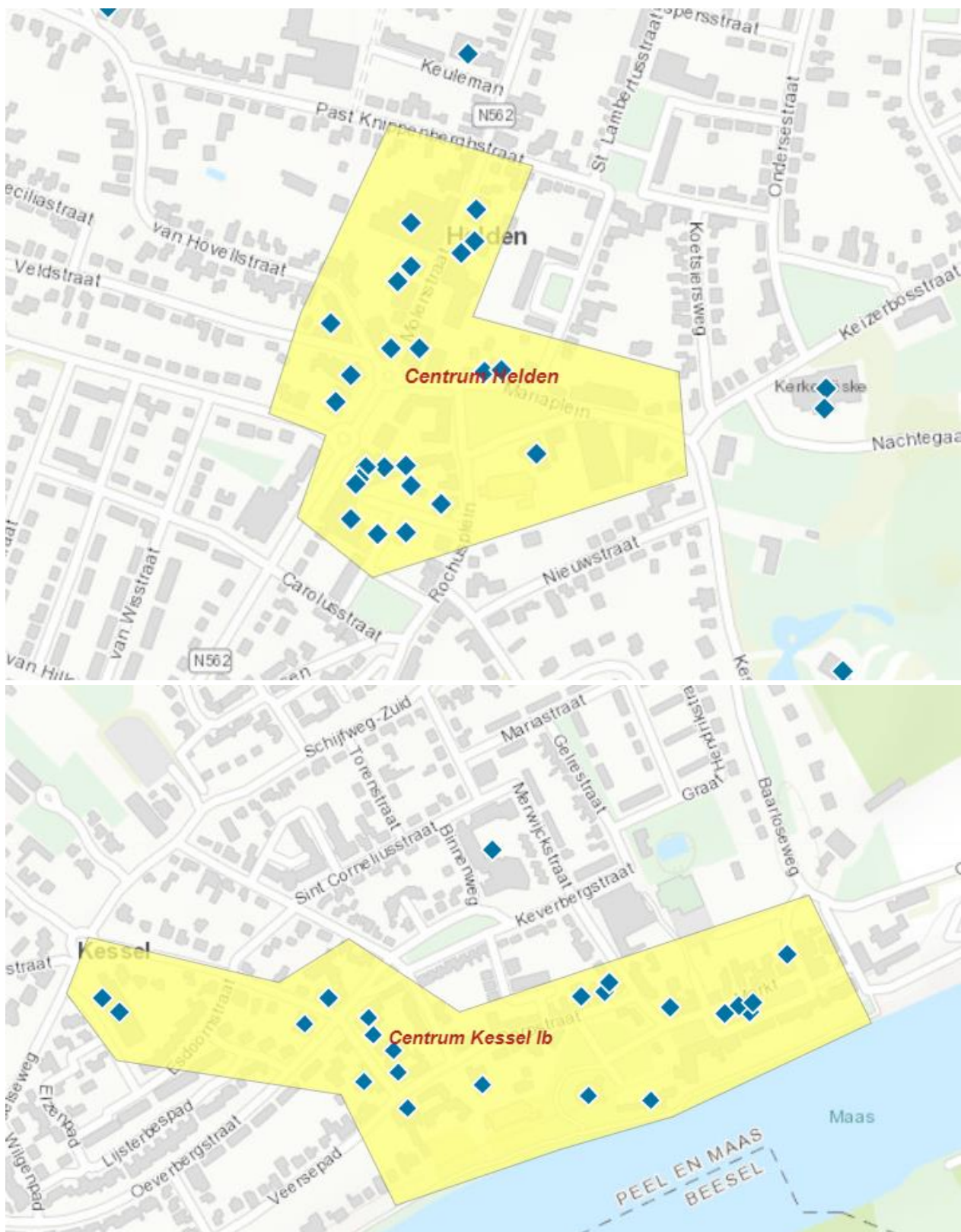
Straathof, S. M. (2007). Shannon's entropy as an index of product variety. *Economics Letters*, 94(2), 297–303.

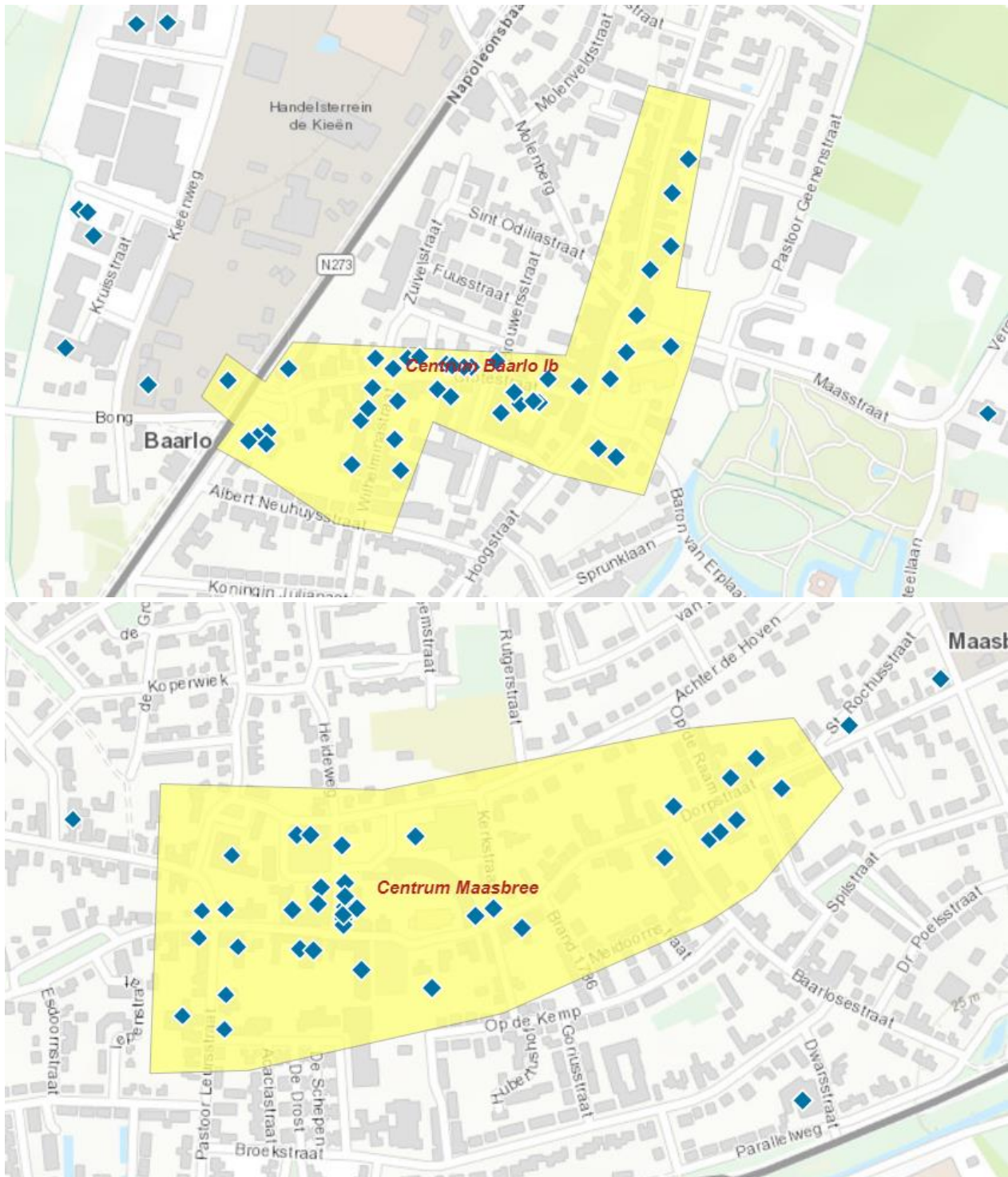
<https://doi.org/10.1016/j.econlet.2006.08.030>

Bijlage 1: Afbakening Centra Peel en Maas

Bron: Locatus, 2022



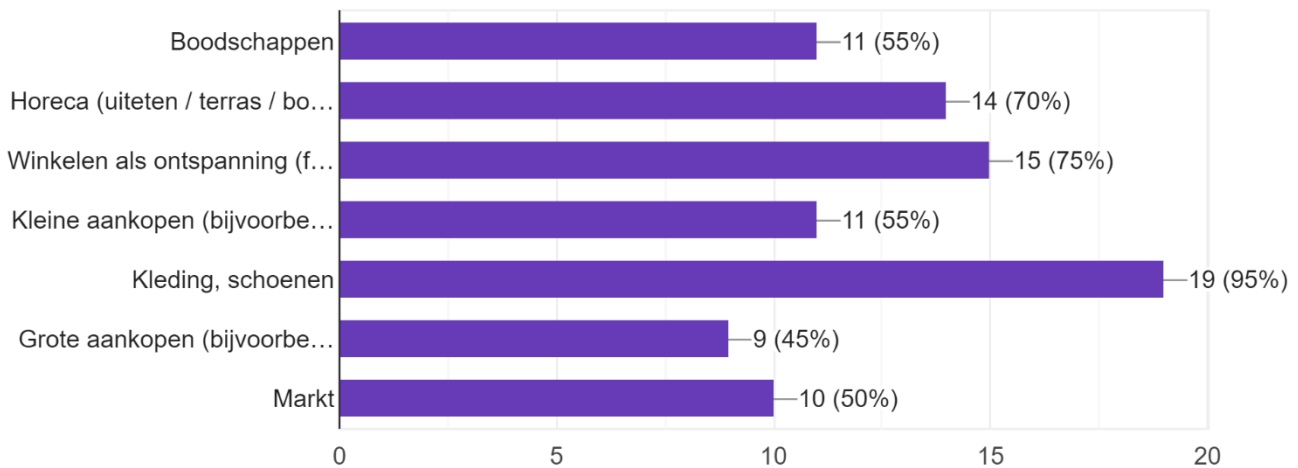




Bijlage 2: Consumentenenquête (stellingen)

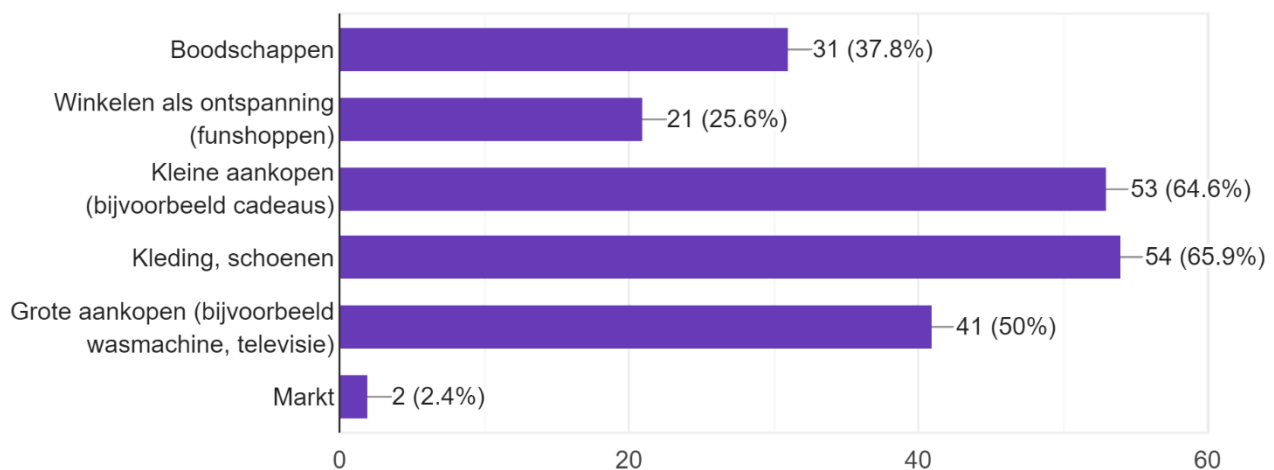
Geef aan welk winkelgedrag meer fysiek zal plaatsvinden

20 responses

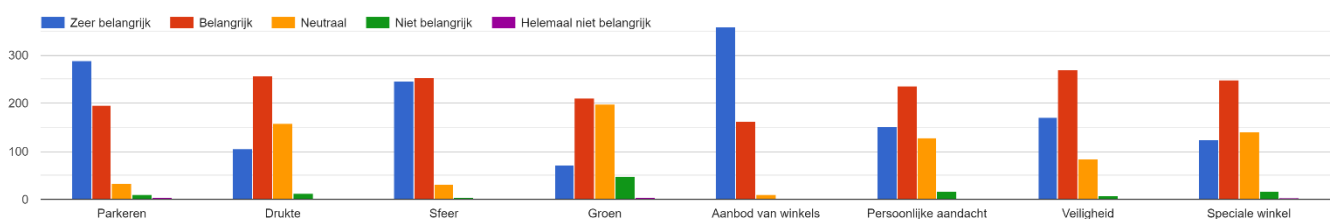


Geef aan welk winkelgedrag meer online zal plaatsvinden

82 responses

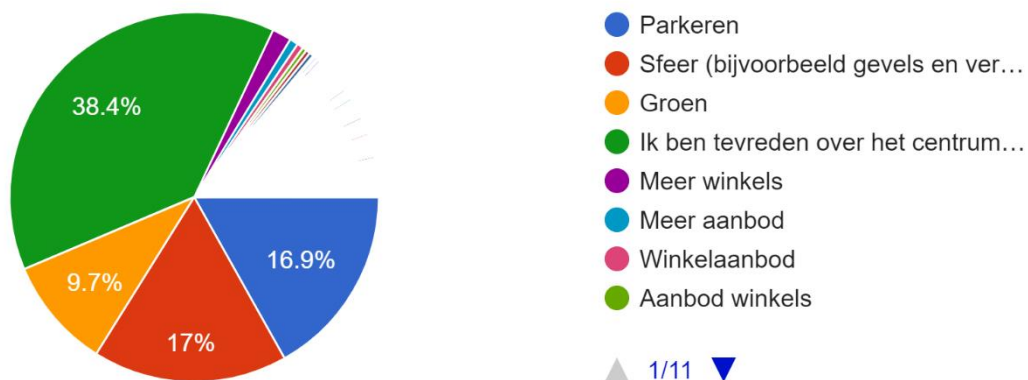


Elementen die meespelen in de overweging een bepaald centrum wel of niet te bezoeken zijn...



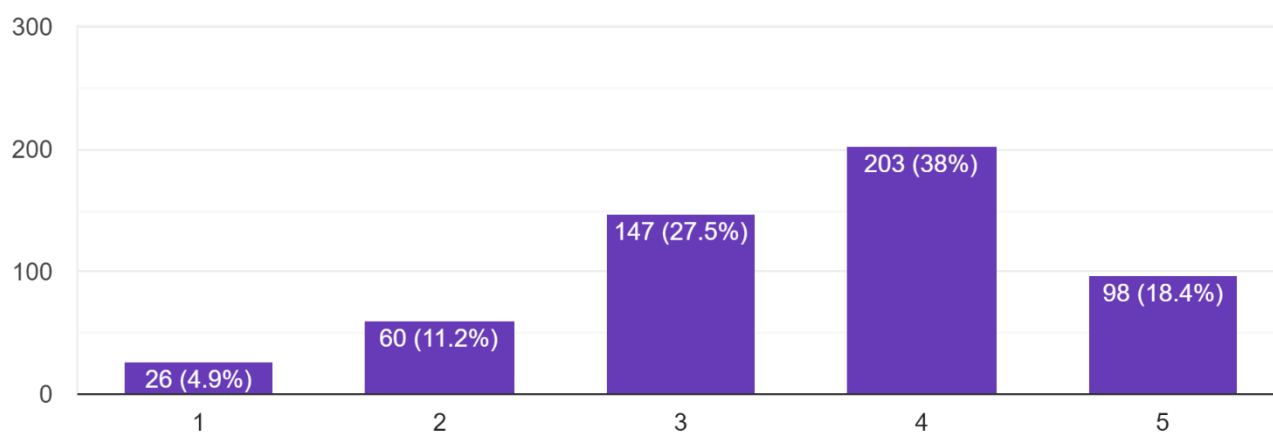
In de komende 5 tot 10 jaar mag het centrum in mijn dorp het volgende verbeteren

534 responses



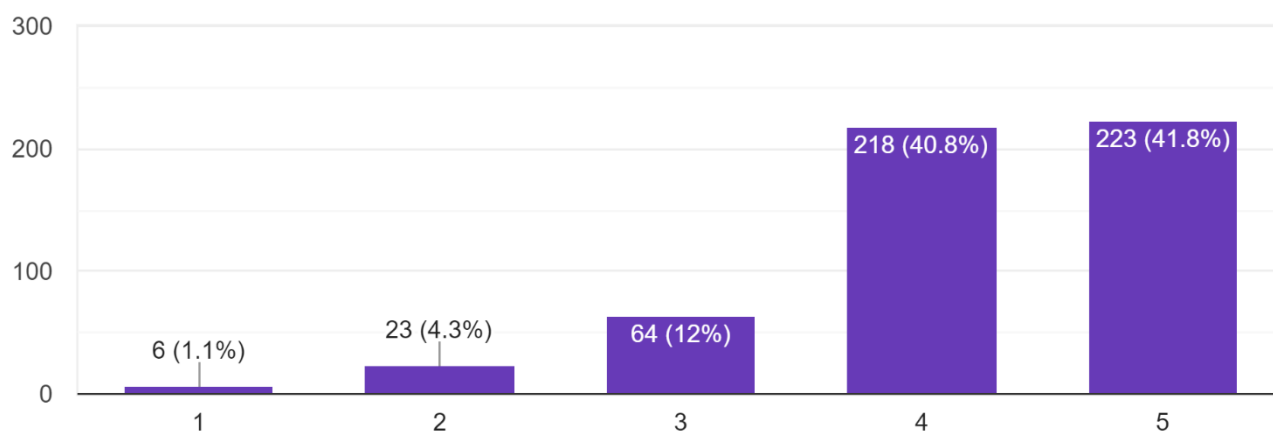
Ik betaal graag iets meer in de winkel voor extra service in plaats van online

534 responses



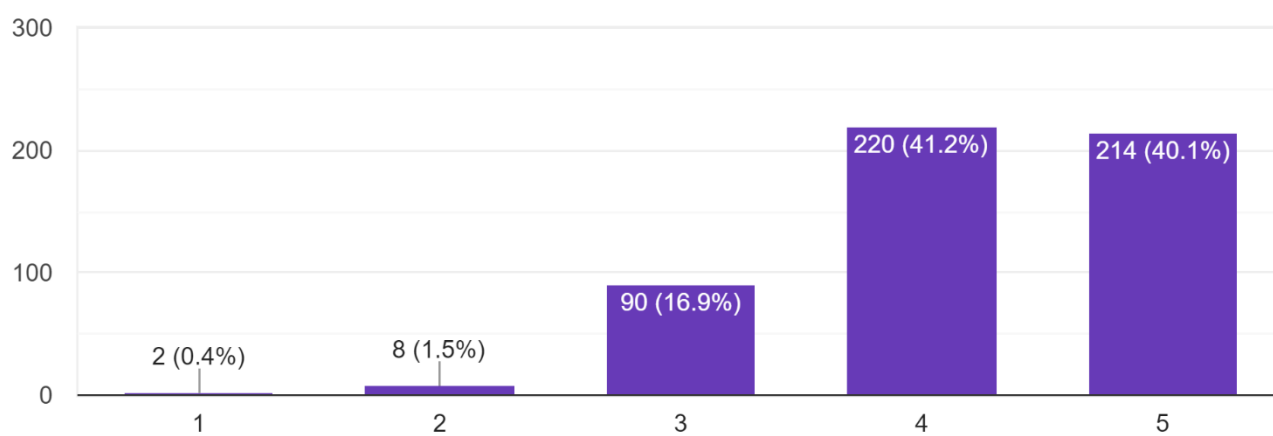
Ik koop lokaal, omdat ik het de lokale ondernemers gun

534 responses



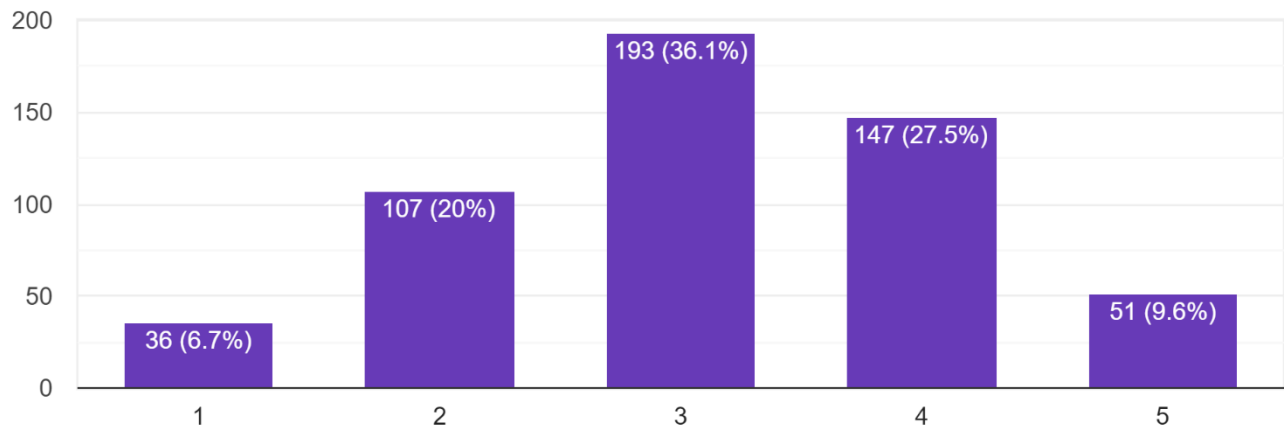
Sfeer en beleving worden in de toekomst belangrijker in het centrum

534 responses



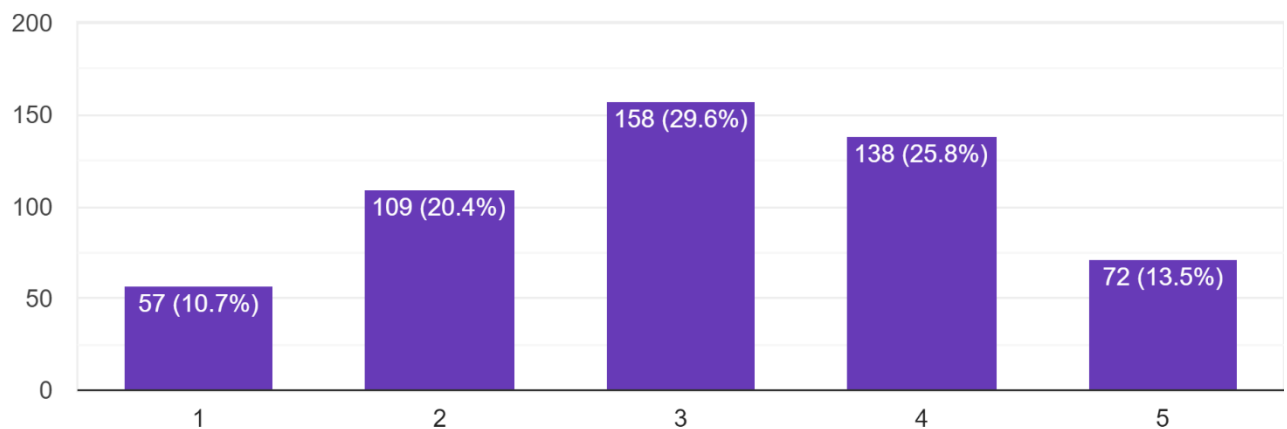
In de toekomst zullen winkels meer functioneren als een showroom om te voelen en testen

534 responses



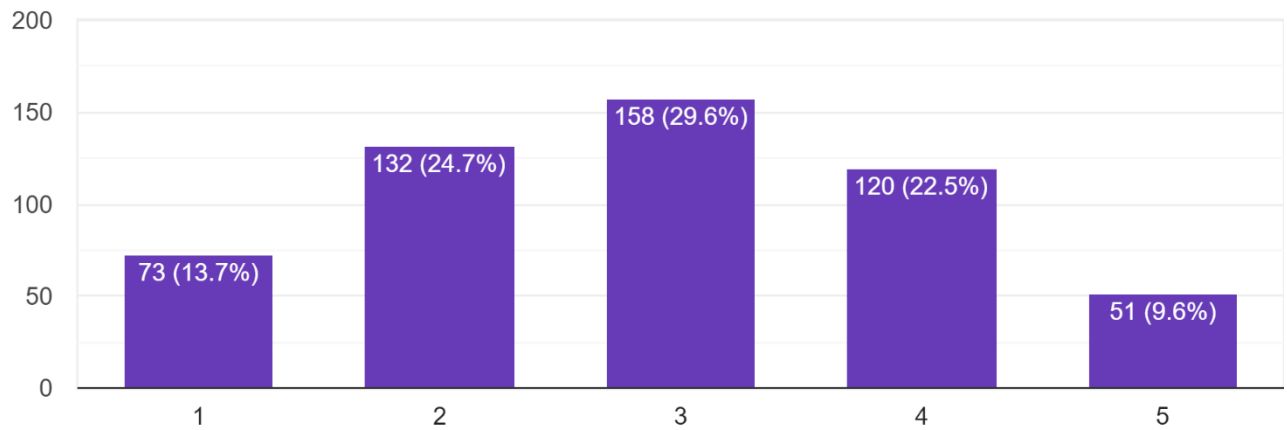
Een product dat ik in de winkel zie, hoef ik niet per se meteen naar huis te nemen. Ik vind het niet erg als ik dit snel thuisbezorgd krijg.

534 responses



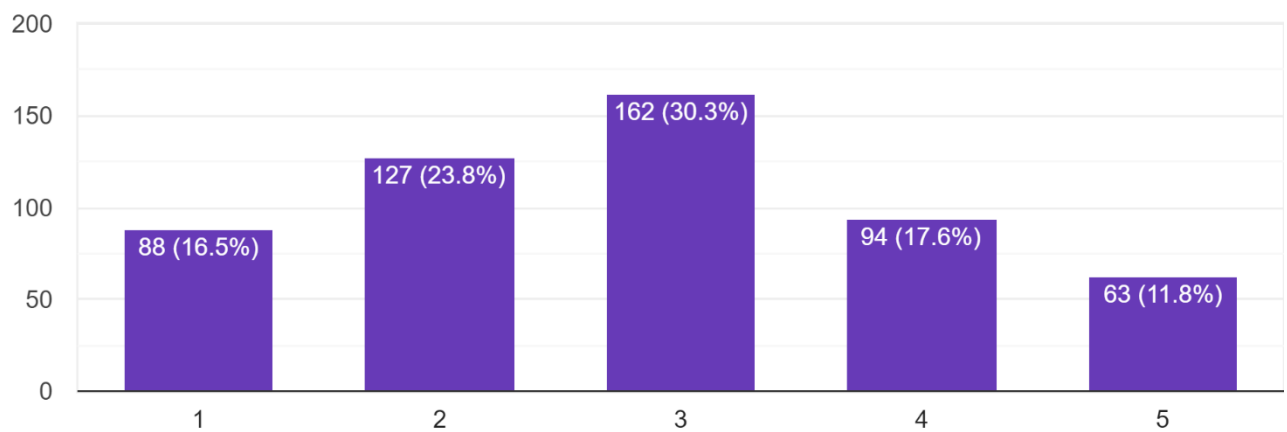
Ik ben sneller geneigd een centrum te bezoeken, als er themagerelateerde activiteiten zijn.

534 responses



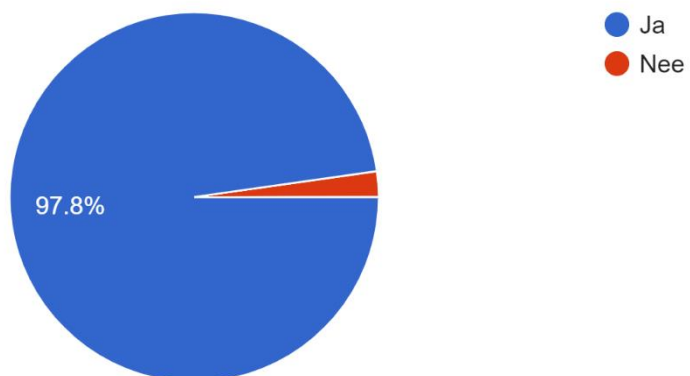
Ik wil mijn product 24/7 kunnen bestellen

534 responses



Bezoekt u wel eens het centrum van Panningen?

534 responses



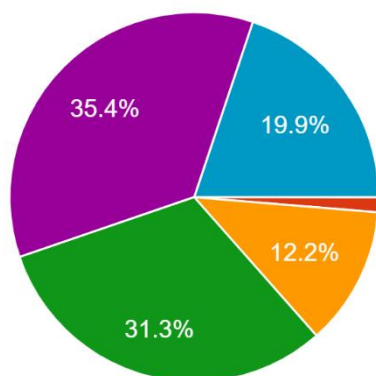
Hoe ziet het winkelcentrum van Panningen er volgens u over 10 jaar uit?

522 responses



Leeftijd

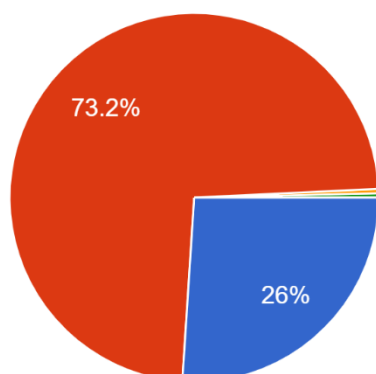
534 responses



- 0 - 15 jaar
- 16 - 18 jaar
- 19 - 30 jaar
- 31 - 45 jaar
- 46 - 60 jaar
- 61 jaar en ouder

Geslacht

534 responses



- Man
- Vrouw
- Zeg ik liever niet
- Anders

Bijlage 3: Aantal verkooppunten per risicocategorie

Aantal verkooppunten per risico-categorie (Locatus, 2022):

Risico	Centrum Panningen	Centrum Baarlo	Centrum Helden	Centrum Kessel	Centrum Maasbree	Centrum Meijel
Zeer hoog	4	0	0	8	0	0
Hoog	67	0	8	4	0	0
Risico	47	25	9	8	25	43
Beperkt	0	8	0	0	7	7
Zeer Beperkt	0	7	0	0	0	0
N.v.t.	17	1	7	2	5	6