

## MASTER

### Winkelpanden in de uitverkoop

een analyse van factoren die winkelleegstand kunnen veroorzaken (op pandniveau) en een aanvullende toekomstverwachting voor de gemeente Sittard-Geleen

Latten, N.L.L.

*Award date:*  
2012

[Link to publication](#)

#### **Disclaimer**

This document contains a student thesis (bachelor's or master's), as authored by a student at Eindhoven University of Technology. Student theses are made available in the TU/e repository upon obtaining the required degree. The grade received is not published on the document as presented in the repository. The required complexity or quality of research of student theses may vary by program, and the required minimum study period may vary in duration.

#### **General rights**

Copyright and moral rights for the publications made accessible in the public portal are retained by the authors and/or other copyright owners and it is a condition of accessing publications that users recognise and abide by the legal requirements associated with these rights.

- Users may download and print one copy of any publication from the public portal for the purpose of private study or research.
- You may not further distribute the material or use it for any profit-making activity or commercial gain

# Winkelpanden in de uitverkoop,

Een analyse van factoren die winkelleegstand kunnen veroorzaken (op pandniveau) en een aanvullende toekomstverwachting voor de gemeente Sittard-Geleen

Auteur: N.L.L. Latten

Studentnummer: 0720928

Datum eindcolloquium: 15 oktober 2012

Begeleiders: ir. A.W.J. Borgers Technische Universiteit Eindhoven

dr. ir. I.I. Janssen Technische Universiteit Eindhoven

ir. B. Bux Gemeente Sittard-Geleen

Instituut: Technische Universiteit Eindhoven

Richting: Real Estate Management & Development

In opdracht van de gemeente Sittard-Geleen



## Voorwoord

De scriptie die nu voor u ligt dient ter afsluiting van de master Real Estate Management & Development aan de Technische Universiteit Eindhoven. Deze scriptie is ontstaan vanuit een afstudeeronderzoek bij de gemeente Sittard-Geleen naar de oorzaken van de winkelleegstand. Het doel is de problematiek te onderzoeken en een advies voor de toekomst te geven.

Er wordt steeds meer gesproken over de problematiek rondom de winkelleegstand in Nederland. De diverse betrokken partijen en de huidige economische situatie, maken dit onderwerp dan ook uitermate interessant om verder onderzoek naar te verrichten.

De gemeente Sittard-Geleen heeft te maken met relatief veel winkelleegstand in vergelijking met andere gemeenten in Nederland. Bij deze gemeente ligt dan ook de ideale kans om de problematiek te onderzoeken en een bijdrage te leveren aan mogelijke oplossingen.

Graag wil ik een aantal personen mijn dank betuigen. Allereerst wil ik de gemeente Sittard-Geleen bedanken voor mij de mogelijkheid te bieden door middel van een stage dit onderzoek te verrichten. Hierbij gaat mijn dank uit naar alle collega's voor hun interesse in mijn onderzoek. Speciaal gaat mijn dank uit naar Bart Bux en Jan van de Ven die mij van alle benodigde informatie hebben voorzien, de organisatie hebben laten zien, en de vele aanwezige kennis met mij hebben gedeeld.

Ook de verschillende geïnterviewde personen wil ik bedanken, deze hebben mij nieuwe inzichten verschaft en gezorgd voor nieuwe inspiratie.

Dan wil ik ook speciaal nog mijn beide begeleiders vanuit de Technische Universiteit bedanken. Als eerste mijn eerste begeleider de heer Borgers; hem wil ik graag bedanken voor zijn opbouwende kritiek, zijn feedback maar ook zeker zijn betrokkenheid. Als tweede wil ik graag mijn tweede begeleider mevrouw Janssen bedanken; haar kritische blik en kennis hebben ook bijgedragen aan dit onderzoek.

Het laatste woord van dank gaat uit naar mijn familie en vrienden. Bedankt voor jullie steun en begrip dat ik niet altijd even veel tijd voor jullie had.

Eindhoven, september 2012

Nanda Latten



## Samenvatting

Steeds meer ontstaat het bewustzijn bij gemeenten, eigenaren, ondernemers en consumenten over de stijgende winkelleegstand. Deze groei is lokaal van aard en wordt in verschillende gemeenten als problematisch ervaren.

Er zijn verschillende soorten leegstand te onderscheiden. Frictieleegstand en structurele leegstand zijn de meest belangrijke vormen van leegstand. Frictieleegstand is de leegstand die nodig is om te zorgen voor een goede doorloop van winkels. Structurele leegstand daarentegen is de leegstand die langer dan twee jaar duurt en daardoor problemen veroorzaakt.

Volgens gegevens van Locatus (2012) is het gemiddelde percentage winkelleegstand 5,96% in Nederland. De top drie positie van steden met de meeste leegstand wordt ingenomen door Echt, Schiedam en Geleen (Locatus, 2012). Wanneer er naar de provincies wordt gekeken is de hoogste leegstand waarneembaar in Limburg (9%).

Er worden verschillende aspecten aangemerkt die deze leegstand (kunnen) veroorzaken zoals: de economische crisis, vergrijzing, internet verkopen en verandering van de consumentenvoorkeur. Aangezien lege winkelpanden een beeld geven van verpaupering, is leegstand ongewenst in het hoofdwinkelcentrum van een stad. In de gemeente Sittard-Geleen is men zich bewust van het hoge percentage winkelleegstand in beide centra. Men is al enkele jaren bezig met beleidvoering om deze leegstand te verminderen.

Vanuit de gemeente is de vraag ontstaan welke factoren in Sittard-Geleen de leegstand veroorzaken, en hoe de gemeente deze leegstand zou kunnen verminderen. De opgestelde onderzoeksvragen zijn:

- *Wat is het te verwachte toekomstbeeld voor de winkels in het centrum van Sittard en Geleen?*
- *Wat zijn de factoren die invloed hebben op de winkelleegstand in Sittard en Geleen, zowel op pandniveau als in een ruimere context?*
- *Welke mogelijke oplossingen voor de winkelleegstand zijn aan te bevelen voor de gemeente Sittard-Geleen?*

Sittard-Geleen is een gemeente in Zuid-Limburg die is ontstaan door de samenvoeging van Sittard, Geleen en Born in 2001. Hiervoor waren Sittard en Geleen twee aparte gemeenten met ieder een groot winkelcentrum. De gemeente heeft momenteel een hoofdwinkelcentrum in Sittard en een groot (wijk)winkelcentrum in Geleen.

Dit onderzoek is tweeledig. In het eerste deel worden de toekomstplannen van de zelfstandig ondernemers in de gemeente onderzocht. In het tweede deel wordt voor Sittard-Geleen onderzocht welke factoren invloed hebben op de kans dat een pand leegstaat.

### De ondernemers

Met behulp van een enquête is in kaart gebracht hoeveel ondernemers willen stoppen en hoeveel willen gaan verhuizen. Vervolgens is gekeken of een verband is tussen van plan zijn te gaan stoppen of verhuizen en de persoonskenmerken en locatiekenmerken van respondenten. Daarnaast is er ook gevraagd om welke reden en op welke termijn de respondenten willen gaan stoppen of verhuizen. Van de respondenten waren er 10% van plan te gaan stoppen en 18% van plan te gaan verhuizen. De reden om te stoppen is voornamelijk het met pensioen gaan. Het grote aantal ondernemers dat de pensioengerechtigde leeftijd bereikt en geen opvolging heeft is voor het functioneren van de winkelgebieden een groot probleem.

De belangrijkste reden om te gaan verhuizen in de gemeente is een te hoge huurprijs. In Geleen is 'te weinig passanten' de meest genoemde reden om te gaan verhuizen en in Sittard is juist "een te hoge huurprijs" de reden.

De meeste respondenten die hebben aangegeven te willen stoppen of verhuizen, willen dit op korte termijn doen.

In Geleen willen respondenten in het kernwinkelgebied vaker stoppen dan in het aanloopmilieu. In Sittard willen de respondenten in het kernwinkelgebied juist vaker verhuizen dan in het aanloopmilieu. Beide kernwinkelgebieden lopen dan ook een risico op meer leegstand. Alleen moet er hierbij opgemerkt worden dat bij van plan zijn te verhuizen in Sittard sommige respondenten binnen het kernwinkelgebied willen verhuizen.

Ondernemers die eigenaar zijn, willen minder vaak verhuizen dan ondernemers die huurder zijn. Oudere ondernemers zijn vaker van plan om te gaan stoppen dan jongere ondernemers.

Per winkelbranche is er een verschil in van plan zijn te gaan stoppen of verhuizen. Het aantal respondenten dat wil gaan stoppen is het grootste in de consumentenelektronica. Het aantal respondenten dat wil gaan verhuizen is het grootste in de woon- en woninginrichting. Dit komt overeen met de branches die momenteel te maken hebben met een omzetsdaling.

De gemiddelde leeftijd van de respondent is 47 jaar. Meer dan de helft van de ondernemers is meer dan 10 jaar actief in de huidige winkel.

Wanneer de huidige trend zich voortzet wordt de leegstand in de gemeente vergroot met 28 panden in de komende 10 jaar. Mogelijk zelfs binnen vijf jaar.

Van deze 28 panden komen er 18 leeg te staan doordat de ondernemers willen gaan stoppen en 10 panden komen leeg te staan doordat de ondernemers naar een andere locatie gaan verhuizen.

Het leegstandpercentage van Sittard zou hiermee van 13 % naar 18 % stijgen.

Het leegstandpercentage van Geleen zou hiermee van 21 % naar 26 % stijgen.

Dit geldt alleen wanneer er geen nieuwe ondernemers zich in de stad vestigen.

### **De winkelpanden**

Sittard-Geleen heeft last van de vergrijzing en ontgroening van de bevolking. Het verzorgingsgebied ligt niet alleen in de gemeente maar breidt zich uit tot over de landgrenzen. Ondanks dit heeft Sittard-Geleen veel last van concurrentie. Deze concurrentie is niet alleen met concurrerende gemeentes maar ook binnen de eigen gemeente. Geleen concurreert bijvoorbeeld ook met de wijkwinkelcentra in de buurt waar parkeren gratis is. Daarnaast is er ook nog concurrentie van grote steden zoals Maastricht en Roermond.

### *Locatie*

De locatie en voornamelijk het aantal passanten wordt in literatuur aangemerkt als belangrijkste factor in de kans dat een pand leeg staat. Hoe lager het aantal passanten hoe groter de kans dat een pand leeg staat.

In Sittard staan panden eerder leeg wanneer deze liggen in het aanloopmilieu, een slecht locatiesegment hebben en een laag aantal passanten. Deze aspecten komen allemaal voort uit de invloed die het aantal passanten heeft.

In Geleen daarentegen is de leegstand verspreid over het centrum en is er geen relatie met het aantal passanten. Geleen is dus duidelijk een ander type centrum. Mogelijke verklaringen hiervoor zijn: te hoge huurprijzen in het kernwinkelgebied, een te groot en ander type centrum en te weinig passanten.

De verhouding huur/passanten heeft in beide centra effect op de leegstand.

De afstand tot de meest dichtbijgeparkeergelegenheid heeft geen invloed op de kans dat een pand leeg staat.

Met het aantal passanten kan de kans op wel of geen leegstand in 86% van de gevallen correct worden voorspeld in Sittard.

### *Pandspecifieke eigenschappen*

Pandspecifieke eigenschappen kunnen volgens de literatuur ook de kans op leegstand vergroten. Omvang en de staat van onderhoud hebben invloed op de keuze van de ondernemer voor een specifiek pand. Echter hangt de kans op leegstand niet alleen af van het aantal passanten, ook de WOZ-waarde is van invloed op de kans op leegstand in Sittard. Panden met een lagere WOZ-waarde hebben een grotere kans om leeg te staan. Dit is te verklaren doordat de WOZ-waarde mede afhangt van de locatie, staat van onderhoud en de oppervlakte. De oppervlakte zelf heeft echter geen invloed op de kans dat een pand leeg staat.

Het aantal meter winkelfront is ook van invloed op de kans dat een pand leeg komt te staan wanneer het aantal meter winkelfront is opgedeeld in drie categorieën. Panden met meer dan 14 meter en minder dan 6 meter winkelfront hebben een grotere kans om leeg te staan.

De oppervlakte, een hoekligging en het bouwjaar blijken allemaal geen invloed te hebben op de kans dat een pand leeg staat. Dit is opvallend aangezien een beperkte invloed op de leegstand wel werd verwacht.

### *De eigenaar*

Er is nog maar weinig bekend over de invloed van de eigenaar op de kans dat een pand leeg staat. Voor dit onderzoek zijn de eigenaren zijn verdeeld in drie typen namelijk: institutionele beleggers, ondernemingen en particulieren. Het type eigenaar blijkt echter geen invloed te hebben op de kans dat een pand leeg staat.

Naast het feit dat er een onderscheid is gemaakt tussen het type eigenaar is er ook gekeken naar hoeveel panden een eigenaar bezit. Bij eigenaren die tussen de 4-9 panden bezitten is er in Sittard een grotere kans op leegstand. Hiervoor is alleen geen duidelijke verklaring gevonden.

### **Aanbevelingen**

De belangrijkste aanbeveling voor de gemeente is dat er keuzes moeten worden gemaakt.

Uit dit onderzoek is gebleken dat Sittard voldoet aan de meeste literatuur en echt het hoofdwinkelcentrum van de gemeente is. Geleen daarentegen blijkt een heel ander type centrum te zijn, passanten hebben totaal geen invloed op de kans dat een pand leegstaat. Geleen lijkt meer op een wijkwinkelcentrum dan op een hoofdwinkelcentrum.

Sittard en Geleen zijn dus echt verschillende centra die ook een verschillende aanpak verlangen.

Momenteel worden Sittard en Geleen gelijk behandeld. Voorbeelden hiervan zijn dat in beiden steden hetzelfde geldbedrag wordt geïnvesteerd, de parkeertarieven gelijk zijn en in beide steden centrummanagement actief is.

Ook moet de gemeente meer overleg gaan voeren met de verschillende stakeholders. Overleg met makelaars is belangrijk omdat zij op de hoogte zijn van wat er speelt met betrekking tot vraag en aanbod van winkelruimte. Uit gesprekken met andere gemeenten is gebleken dat deze gemeenten veel overlegmomenten hebben en dat dit een goed instrument is om de leegstand te verminderen.

Uit dit onderzoek is gebleken dat niet alle aanloopstraten een even hoog leegstandpercentage hebben. Er zijn dus kansrijke en kansarme aanloopstraten te onderscheiden. De kansarme aanloopstraten zijn zeer geschikt om de bestemming te verbreden. Binnenkort wordt het bestemmingsplan aangepast, de gemeente kan hiervan gebruik maken door de bestemming in het aanloopmilieu te verbreden.

Een ander belangrijk aspect is dat de gemeente moet zorgen dat de openbare ruimte in orde is, dit is uiteindelijk de belangrijkste taak van de gemeente binnen het winkelcentrum.

Wanneer er naar de centra wordt gekeken moet Sittard als echt hoofdwinkelcentrum gaan dienen tegenover Geleen dat compacter moet worden.



Belangrijk voor Sittard is dat het nieuwbouwproject 'de Dobbelsteen' gaat slagen. Dit is een nieuwbouwproject waarbij er onder andere grote winkelunits worden toegevoegd. Het project kan de trekker opleveren die de stad nodig heeft. Deze trekker kan het aantal passanten op een strategische locatie verhogen.

De gemeente moet wel zorgen dat zij niet te veel risico loopt en dat invulling voor de bouw is vastgelegd. Daarnaast moet men met acquisitie het centrum sterk houden. Voor Sittard is het ook belangrijk dat overal achteraf betaald parkeren wordt ingevoerd.

Geleen moet vooral een compacter centrum gaan worden waar grote landelijke modeketens minder goed bij passen. De winkelruimte die hierdoor vrij komt kan gevuld worden met een supermarkt en een prijsdiscounter.

Ook zullen de parkeertarieven moeten worden gereduceerd zodat deze beter passen bij een kleiner centrum.

# Inhoudsopgave

|   |             |
|---|-------------|
| <b>Voorwoord .....</b>                                  | <b>II</b>   |
| <b>Samenvatting .....</b>                               | <b>IV</b>   |
| <b>Inhoudsopgave .....</b>                              | <b>VIII</b> |
| <b>Inleiding.....</b>                                   | <b>1</b>    |
| 1.1 Doelstelling en onderzoeksvragen .....              | 2           |
| 1.3 Opbouw van het rapport .....                        | 3           |
| <b>De onderzoeksaanpak.....</b>                         | <b>5</b>    |
| 2.1 Soort onderzoek.....                                | 5           |
| 2.2 Grenzen van het onderzoeksgebied .....              | 5           |
| 2.3 Verwachtingen vooraf .....                          | 6           |
| 2.4 Werkwijze en technieken.....                        | 10          |
| 2.5 Conclusie.....                                      | 12          |
| <b>Winkelvastgoed .....</b>                             | <b>13</b>   |
| 3.1 Belangrijke definities .....                        | 13          |
| 3.1.1 Soorten winkelcentra .....                        | 13          |
| 3.1.2 Locatiesegmentatie .....                          | 14          |
| 3.1.3 Soorten winkelleegstand .....                     | 15          |
| 3.2 Overheidsbeleid .....                               | 15          |
| 3.3 Trends en ontwikkelingen in de winkelbeleving ..... | 16          |
| 3.4 Leegstand landelijk en provinciaal.....             | 18          |
| 3.5 Oorzaken van winkel leegstand.....                  | 19          |
| 3.6 Conclusie.....                                      | 20          |
| <b>Gemeente Sittard-Geleen in het kort .....</b>        | <b>23</b>   |
| 4.1 Geschiedenis .....                                  | 23          |
| 4.2 Grootte van de leegstand .....                      | 24          |

|  |            |
|--|------------|
| 4.3 Conclusie.....   | 27         |
| <b>Enquête zelfstandig ondernemers .....</b>   | <b>29</b>  |
| 5.1 Oorzaken van de leegstand volgens de ondernemers.....  | 30         |
| 5.2 Toekomstplannen van de ondernemers.....  | 32         |
| 5.3 Conclusies enquête.....  | 44         |
| <b>Analyse van factoren die invloed kunnen hebben op de leegstand van winkels in Sittard-Geleen.....</b> | <b>45</b>  |
| 6.1 Gemeente afhankelijke factoren (op economisch vlak) .....  | 46         |
| 6.2 Consumenten.....   | 49         |
| 6.3 Leegstand in relatie tot de locatie van de winkel .....  | 51         |
| 6.4 Leegstand in relatie tot de omvang van de winkel.....  | 67         |
| 6.5 Leegstand in relatie tot stedenbouwkundige kwaliteit .....   | 72         |
| 6.6 Parkeren en bereikbaarheid.....  | 79         |
| 6.7 De leegstand en de eigenaar.....   | 83         |
| 6.8 Leegstand en alle voorgaande geanalyseerde begrippen.....  | 88         |
| 6.9 Conclusies testen.....   | 91         |
| <b>Mogelijke maatregelen om leegstand tegen te gaan .....</b>  | <b>93</b>  |
| 7.1 Structurele maatregelen.....   | 93         |
| 7.2 Overige maatregelen .....  | 94         |
| 7.3 Maatregelen die de ondernemers en eigenaren kunnen nemen.....  | 97         |
| 7.4 Maatregelen andere gemeenten.....  | 98         |
| 7.5 Conclusie.....   | 99         |
| <b>Conclusie .....</b>   | <b>101</b> |
| <b>Aanbevelingen.....</b>  | <b>105</b> |
| 9.1 Advies voor de gemeente .....  | 105        |
| 9.2 Verder onderzoek.....  | 108        |
| <b>Bibliografie .....</b>  | <b>109</b> |

## Inleiding

Leegstand van (commercieel) vastgoed is niet alleen problematisch in de kantorensector; er is ook een groeiend aantal winkelpanden dat leeg staat. Het is echter nog steeds een lokaal georiënteerd probleem.

Het beeld dat bij een leegstaand winkelpand ontstaat, zijn panden met grote advertenties van de makelaar en vaak een verwaarloosd aanzicht. Steeds vaker vindt etalagevulling plaats door middel van kunst of het plakken van een grote sticker op de etalageruit. Dit heeft als doel het pand er niet meer leeg uit te laten zien. Een leegstaand pand kan de straat een andere sfeer geven. Het geeft een gevoel van verloedering en daarmee een lelijk straatbeeld. Het resultaat is dat er minder bezoekers zijn en dus minder bestedingen, dit resulteert vervolgens weer in meer leegstand.

Volgens gegevens van Locatus (2012) is het gemiddelde percentage winkelleegstand in Nederland 5,96%. Het aantal leegstaande winkelpanden is in twee jaar tijd gestegen met 20%. Locatus stelt dat de groeiende leegstand te wijten is aan de economische crisis; deze crisis heeft geleid tot een afname van uitgaven door de consumenten.

Naast de economische crisis worden vergrijzing, verkopen via het internet en verandering in consumentenvoorkeuren ook aangemerkt als oorzaken van de winkelleegstand (Jones Lang LaSalle, 2012; Droog Trommelen en Partners, Hoofdbedrijfschap Detailhandel, & CBW-Mitex, 2011; Locatus, 2012). Een andere oorzaak is dat retail ontwikkelingen veel werden gebruikt om nieuwe bouwprojecten rendabel te maken, het werd altijd gezien als een veilige haven. Dit in combinatie met schaalvergroting resulteerde in een enorme toename van winkelvloeroppervlak door de jaren heen.

Een bepaald percentage leegstand is noodzakelijk om de markt goed te laten functioneren, deze mutatie/frictie leegstand is tussen de 4 en 6% (Droogh Tromellen en Partners, 2012). Dit maakt dat landelijk gezien de leegstand nog niet als problematisch kan worden aangemerkt. Daartegenover staat, dat lokaal de leegstand in Nederland momenteel is opgelopen tot ongeveer 20%.

Net als in 2011 staat het centrum van Geleen in de top drie van de door Locatus (2012) uitgebrachte lijst met centra met het hoogste winkelleegstand percentage.

Ondanks het feit dat de leegstand in het winkelvastgoed groeiende is zijn er nog steeds nieuwe bouwplannen voor retail. Deze bouwplannen zijn niet alleen in gebieden met een tekort aan winkels, ook gemeenten met een overschot aan winkels hebben vaak nog steeds nieuwbouwplannen. Ook Sittard heeft een bouwproject met toevoeging van winkelvloeroppervlak gepland met een verwachte opleverdatum in 2016 (deze plannen staan beschreven in bijlage 7). Het toevoegen van winkelvloeroppervlak in een stad waarin leegstand zich al voordoet is risicovol. De bouwplannen werken alleen wanneer deze zorgen voor een grote blijvende aantrekkingskracht voor het winkelcentrum en de stad. Dit maakt dat het nieuwbouwplan in Sittard risicovol is voor beide centra.

Steeds meer gemeenten met een bovengemiddeld leegstandpercentage onderzoeken welke instrumenten zij kunnen gebruiken om de leegstand tegen te gaan en passen deze ook toe. Één van de gemeenten die hier actief mee bezig is, is Sittard-Geleen.

De gemeente Sittard-Geleen beschikt over twee grotere hoofdwinkelcentra, namelijk het centrum in Sittard en het centrum in Geleen. Beide centra kampen met een hoog percentage winkelleegstand. In Geleen ligt dit percentage nog hoger dan in Sittard. De gemeente ziet het centrum van Sittard als het hoofdwinkelgebied, ook bedoeld voor recreatief winkelen. Het centrum van Geleen wordt beschouwd als een wijkwinkelcentrum plus, dit betekent dat ze het zien als een groot wijkwinkelcentrum. Het feit dat beide centra een eigen winkelcentrum hebben komt doordat het twee losse gemeentes waren voor de samenvoeging in 2001.

Aanleiding van dit onderzoek is de leegstandproblematiek die heerst in de gemeente Sittard-Geleen. In Geleen is er zelfs sprake van een alarmerend hoog percentage winkelleegstand vergeleken met andere centra in Nederland.

Bij de gemeente is de behoefte ontstaan om de leegstand in kaart te brengen, mogelijke achterliggende oorzaken van de leegstand te achterhalen, te onderzoeken hoeveel leegstand er in de toekomst wordt verwacht en met deze gegevens een advies uit te brengen voor de toekomst.

### 1.1 Doelstelling en onderzoeksvragen

Het doel van dit onderzoek is tweeledig. Het eerste deel bestaat uit het onderzoeken wat de toekomstige situatie zal zijn; dit wordt gedaan door voor beide steden in kaart te brengen hoeveel ondernemers van plan zijn in de toekomst te gaan stoppen. Het tweede deel bestaat uit het inzichtelijk maken welke aspecten op pandniveau de kans op leegstand vergroten. Dit wordt gedaan door toetsen uit te voeren waarbij wordt gekeken of er een verband is tussen leegstand en verschillende factoren, zoals de locatie, pandspecifieke eigenschappen en de eigenaar.

Hieruit vloeit een advies voort voor de gemeente Sittard-Geleen met maatregelen die zij zouden moeten gaan nemen, om de leegstand tot een acceptabel niveau te verlagen.

Het bewustzijn betreffende winkelleegstand neemt toe. Steeds meer onderzoeken worden dan ook gedaan op dit vlak, veel onderzoeken zijn uitgevoerd over (bekende en minder bekende) aanloopstraten. Hierdoor zijn er al een aantal factoren bekend die invloed hebben op winkelleegstand, zoals het aantal passanten en of de winkel in een aanloopgebied ligt.

Van andere aspecten is weer bekend dat ze invloed kunnen hebben op de huurprijs, maar niet of ze ook rechtstreeks invloed hebben op de leegstand.

Daarom is het interessant om onderzoek te doen naar verschillende aspecten die leegstand kunnen veroorzaken.

Het interessante aan dit onderzoek is dat de gemeente Sittard-Geleen twee grotere centra heeft, waardoor de oorzaken in deze twee centra kunnen worden vergeleken met elkaar.

De hoofdvragen voor dit onderzoek zijn:

- **Wat is het verwachte toekomstbeeld voor de winkels in het centrum van Sittard en Geleen?**
- **Wat zijn de factoren die invloed hebben op de winkelleegstand in Sittard-Geleen, zowel op pandniveau als in een ruimere context?**
- **Welke mogelijke oplossingen voor de winkelleegstand zijn aan te bevelen voor de gemeente Sittard-Geleen?**

Om antwoord te kunnen geven op deze hoofdvragen zijn een aantal deelvragen gesteld.

- Wat wordt er verstaan onder de leegstand van winkels, welke soorten leegstand zijn er?
- Wat zijn de landelijke ontwikkelingen in winkelleegstand en welke zijn er in Sittard-Geleen?
- Hoeveel ondernemers willen er op afzienbare termijn stoppen en om welke reden?
- Hoeveel ondernemers willen er op afzienbare termijn verhuizen en om welke reden?
- Is er een verband tussen de winkelleegstand en *locatie, bouwjaar, oppervlakte, winkelfront, hoekligging, WOZ-waarde, huur, soort eigenaar, het aantal panden dat een eigenaar bezit, passantenstroom en afstand tot parkeren?*
- Wat zijn de mogelijke oorzaken van de winkelleegstand in een ruimere context?
- Wat zijn mogelijke maatregelen om winkelleegstand te verminderen?
- Welk advies moet er worden gegeven aan de gemeente Sittard-Geleen?

De data die benodigd zijn voor dit onderzoek, zijn op verschillende manieren verzameld. Gedeeltelijk zijn deze in bezit van de gemeente, gedeeltelijk gaat het om informatie verkregen via Locatus, en gedeeltelijk is zelf informatie ingewonnen. Locatus is een bureau dat informatie verzameld over alle winkels en consumentgerichte dienstverlenende bedrijven. Deze gegevens worden geregistreerd in een database. Daarnaast brengt Locatus verschillende nieuwsberichten en publicaties uit die relevant zijn voor de sector. De onderzoeksaanpak staat uitgebreid beschreven in het volgende hoofdstuk.

### 1.3 Opbouw van het rapport

Hoofdstuk 2 beschrijft de onderzoeksaanpak. Tevens dient dit hoofdstuk als afbakening van het onderwerp en zal de motivering van het onderzoek worden gegeven. Methoden en technieken die zullen worden gebruikt voor de delen van het onderzoek, zullen hier ook worden beschreven. De gekozen factoren die zullen worden getest, zullen ook worden besproken in dit hoofdstuk.

Hoofdstuk 3 is een algemener hoofdstuk en gaat over winkelvastgoed. Dit hoofdstuk geeft achtergrondinformatie om de winkelstructuur en wat hierbij komt kijken in een centrum beter te begrijpen. Dit hoofdstuk dient ook als uitleg over soorten winkelgebieden en locatiesegmenten. Tevens zullen de belangrijkste recente trends in de winkelmarkt en winkelvastgoed en de leegstandproblematiek worden beschreven.

Hoofdstuk 4 geeft meer informatie over de gemeente Sittard-Geleen waar dit onderzoek plaatsvindt. Achtergrondinformatie over de plaats dient om de onderzoeksresultaten in een bepaald perspectief te kunnen plaatsen.

Hoofdstuk 5 beschrijft conclusies die kunnen worden getrokken uit de enquête die is afgenomen bij de zelfstandig ondernemers in Sittard-Geleen. Door middel van de gestelde vragen is getracht in kaart te brengen hoeveel ondernemers er van plan zijn te gaan stoppen of verhuizen. Deze informatie leidt tot een beeld over de leegstand die er in de toekomst verwacht kan worden. Deze kwantitatieve data zal in dit hoofdstuk worden geanalyseerd.

Hoofdstuk 6 start met de kwantitatieve data-analyse van de leegstaande winkelpanden in Sittard-Geleen. Voor deze analyse zijn twee grote databestanden gecreëerd. Met deze bestanden zijn vervolgens verschillende analyses uitgevoerd om te toetsen, of de gekozen factoren invloed hebben op de leegstand.

Hoofdstuk 7 geeft maatregelen die gebruikt kunnen worden om winkelleegstand te verminderen. Deze maatregelen zijn gevonden door middel van literatuurstudie en interviews met andere gemeenten.

In hoofdstuk 8 worden de conclusies beschreven. Hierbij kan er een link worden gelegd tussen hoofdstuk 5 en 6 waardoor er een compleet beeld ontstaat.

In hoofdstuk 9 worden de aanbevelingen beschreven. In dit advies worden maatregelen besproken die de gemeente zou kunnen toepassen maar ook hoe zij bepaalde situaties het beste zou kunnen aanpakken.



## De onderzoeksaanpak

Dit hoofdstuk beschrijft het soort onderzoek en de daarvoor benodigde kaders. Als eerste zal worden beschreven welke onderzoeksmethoden er zullen worden gebruikt voor dit onderzoek. Vervolgens zullen de grenzen van het onderzoeksgebied worden aangegeven. Als laatste worden relevante literatuur en verwachtingen omschreven die zullen worden getoetst in dit onderzoek.

### 2.1 Soort onderzoek

Het onderzoek valt op te delen in twee delen. Het eerste deel heeft betrekking op de zelfstandig ondernemers, hoeveel er willen gaan stoppen of verhuizen, en op welke termijn. Het tweede deel heeft betrekking op de factoren die invloed kunnen hebben op de leegstand van winkelpanden. Uiteraard wordt de gevonden informatie gebruikt om een advies te geven aan de gemeente Sittard-Geleen.

#### *Het eerste deel*

Het eerste deel betreft de enquêtes onder zelfstandige ondernemers en is exploratief van aard. Dit omdat er nog weinig bekend is over hoeveel ondernemers er willen gaan stoppen of verhuizen, en wat hiervoor de reden is. Exploratief onderzoek is te karakteriseren als een tussenvorm tussen een beschrijvend en een toetsingsonderzoek (Baarda & de Goede, 2006).

Om de samenhang tussen “van plan zijn te gaan stoppen” of “van plan zijn te gaan verhuizen” te onderzoeken met verschillende karakteristieken zullen wanneer nodig statische testen worden uitgevoerd, hierbij is er sprake van een praktisch relevant doel. Bij dit deel van het onderzoek kunnen van te voren geen verwachtingen worden opgesteld.

#### *Het tweede deel*

In het tweede deel is gekozen voor een exploratief onderzoek met een toetsend karakter. Dit omdat er factoren zijn waarvan verwacht wordt dat ze de kans op leegstand vergroten. Er zullen ook factoren worden getest waarvan de invloed op leegstand logischerwijze kan worden verwacht, maar nooit expliciet zijn onderzocht. Er wordt uitgegaan van een zekere verwachting maar deze zal niet worden gesteld in de vorm van hypothesen. De verwachtingen zullen worden omschreven in paragraaf 2.3. De uitkomsten zijn relevant voor praktische doeleinden.

Om meer zicht te krijgen op mogelijke maatregelen om de leegstand te verminderen en welke effecten deze kunnen hebben, zullen er interviews worden afgenomen met medewerkers van vier andere gemeenten. Dit zal worden gedaan om een beeld te krijgen wat andere gemeenten doen om de leegstand tegen te gaan, en hoe zij hierover denken.

### 2.2 Grenzen van het onderzoeksgebied

Het onderzoek wordt uitgevoerd in opdracht van de gemeente Sittard-Geleen, dit zorgt voor de afbakening van het onderzoeksgebied. Deze scriptie gaat over het winkelcentrum in Sittard en in Geleen, aangezien dit ook de hoogste prioriteit heeft om de leegstand aan te pakken, is er gekozen voor winkels die zich bevinden in het centrum. De gegevens van Locatus zijn alleen bekend voor de centrumgebieden waardoor alleen Sittard en Geleen in aanmerking komen binnen de gemeente. De afbakening tussen het centrum en andere wijken is gemaakt door de buurtomschrijving, vastgesteld door de afdeling Belastingen van de gemeente. Hierbij is de buurtomschrijving ‘centrum’ gehanteerd voor het centrumgebied aan te geven.



Het databestand van de afdeling Belastingen dat zal worden gebruikt, is opgesteld op 10 januari 2012. Het bestand van Locatus dat zal worden gebruikt wordt bij de start van het onderzoek gedownload van de site van Locatus. Beide bestanden kunnen worden gecombineerd maar zullen aan de hand een controle ter plaatse worden gecontroleerd om een zo recent mogelijk beeld te krijgen.

Er worden verschillende definities gebruikt om een winkel aan te duiden. Locatus baseert de winkelbestemming op een opname waarbij een winkelpand wordt aangeduid als een pand met een detailhandelbestemming. Deze definitie strookt niet altijd met wat de afdeling Belastingen van de gemeente hanteert. Er is gekozen voor de definitie van de afdeling Belastingen om een eenheid te krijgen in gebruikte gegevens. Bestemmingen zoals horeca en lunchrooms vallen niet onder deze winkelbestemming.

De afdeling Belastingen heeft deze bestemmingen vastgelegd in een databestand. Zij gebruiken de gegevens voor het heffen van belastingen.

Hierbij moet wel de opmerking worden gemaakt dat een pand met een kantoorfunctie maar als winkelbestemming volgens de afdeling Belastingen, is meegenomen als een winkel. Dit komt voor bij bijvoorbeeld uitzendbureaus, die een nieuwe vullingen hebben zoals een kantoorfunctie.

Een pand dat als leegstand wordt aangemerkt is een winkelpand waar zich geen winkel meer in bevindt. Hierbij kan het zijn dat een pand verbouwd wordt, geheel leeg staat of alleen tijdelijke etalagevulling heeft. Wanneer er op het moment van opname een verhuizing plaats vindt in het pand wordt dit pand niet aangemerkt als leegstand. Het gaat dus om leegstand dat meer structureel van aard is.

Het in kaart brengen van de ondernemers die “willen gaan stoppen” of “willen gaan verhuizen” zal worden gedaan door middel van een korte enquête. De enquête is kort gehouden om hiermee een hogere respons te genereren. De enquête zal tevens persoonlijk worden uitgedeeld en opgehaald om de respons te verhogen, uitleg te geven bij eventuele vragen en met mensen te kunnen praten wanneer deze specifieke ideeën of meningen hebben.

De enquête zal worden uitgedeeld aan de zelfstandig ondernemers in het centrum van Sittard en Geleen. Er is gekozen voor alleen de zelfstandig ondernemers omdat zij een groot deel van de winkels in de gemeente innemen en het meeste zicht hebben op de toekomstplannen van de winkels (bij filiaalbedrijven is er weinig zicht op dit soort beslissingen bij de mensen die in de winkel staan, dit zijn beslissingen vanuit het hoofdkantoor).

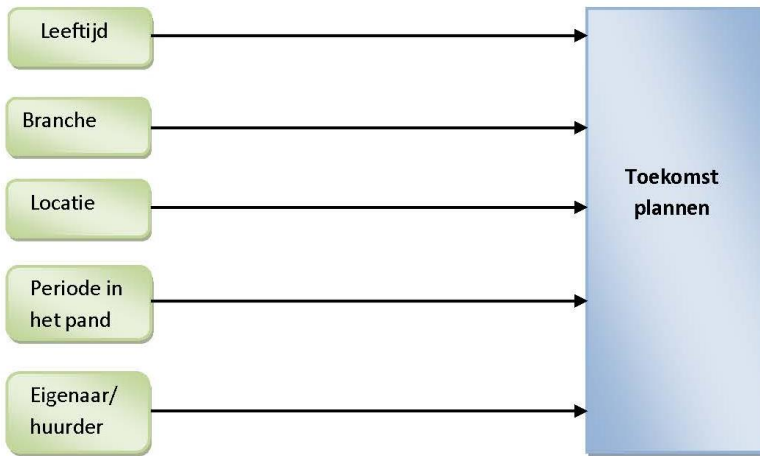
### 2.3 Verwachtingen vooraf

Als eerste is er een conceptueel model opgesteld om een overzicht te krijgen van welke aspecten volgens de literatuur invloed (kunnen) hebben op de leegstand van winkels. Het is onmogelijk om alle factoren te benoemen, daarom is alleen gekeken naar de meest belangrijke factoren.

#### *Het eerste deel; de enquête*

Voor de enquête onder de zelfstandig ondernemers staat het conceptueel model weergegeven in

Eigenschappen van de  
Zelfstandig ondernemers



Figuur 2.1, conceptueel model ondernemers Er zijn voor dit deel geen verwachtingen opgesteld. Het enige dat logischer wijze kan worden verwacht is dat oudere respondenten eerder de reden “met pensioen gaan” opgeven om te willen gaan stoppen, dan jongere respondenten.

Eigenschappen van de  
Zelfstandig ondernemers



*Figuur 2.1, conceptueel model ondernemers*

De in het groen weergegeven begrippen zijn kenmerken van de zelfstandig ondernemers die ondervraagd zullen worden. Een ondernemer kan van plan zijn te gaan stoppen, verhuizen of geen van beide. Relaties die zullen worden onderzocht zijn tussen de rechter en de linker helft.

### *Het tweede deel*

Naast het testen van factoren waarvan kan worden verwacht dat zij invloed hebben op de kans op leegstand zal er ook worden gekeken naar de toekomstplannen van de ondernemers.

Dit onderzoek gaat over de leegstand van winkels in Sittard-Geleen. De keuze voor de geselecteerde factoren vloeit voort uit literatuur over de winkelmarkt.

Een voorbeeld hiervan is de theorie van Christaller; hij stelt dat voor het rendabel aangeboden van een product in de detailhandel een bepaald vraagniveau noodzakelijk is (Bolt, 2003). Bestedingen van de consumenten en de economische situatie hebben dus invloed op de hoogte van de leegstand.

(Een uitgebreide uitleg over het ontstaan van winkelcentra staat beschreven in bijlage 1)

De vraag naar winkelruimte wordt volgens Gool, Brounen, Jager en Weisz (2007) bepaald door de factoren: consumentengedrag, lokale koopkracht, grootte van het verzorgingsgebied, bevolkingssamenstelling en bevolkingsontwikkelingen in het gebied, concurrentie binnen het verzorgingsgebied en van andere winkelgebieden en de aantrekkelijkheid van het winkelgebied.

Factoren die van invloed zijn op de hoogte van de huur vertonen ook in veel gevallen een verband met leegstand. Om deze reden zal er worden gekeken wat verklarende aspecten zijn voor de huurprijs.

Haringsma (2002) beschrijft een aantal factoren die bepalend zijn voor de huurprijs. Hierbij maakt de auteur onderscheid tussen drie niveaus; namelijk het Macroniveau, het Mesoniveau en het Microniveau.

Bij het Macroniveau gaat het om eigenschappen van een centrum zoals de oppervlakte van een winkel, het verzorgingsgebied en het soort gebied waar het centrum in gelegen is. Het Mesoniveau omvat de ligging van de winkel binnen het centrum en daarmee de trekkersverdeling, zichtbaarheid en passantenstromen. Het laatste niveau, het Microniveau omvat winkel specifieke eigenschappen zoals de branche, de grootte en de verdeling van de vloeroppervlakte. Ook Bolt (2003) en Janssen (2004) halen aan dat het aantal passanten, de vorm van de winkel, en de oppervlakte van een winkel belangrijke factoren zijn voor het bepalen van de huurprijs.

In het boek Productvorming in de detailhandel van Bolt (1995) worden nog een aantal aspecten genoemd die hieraan kunnen worden toegevoegd. Dit zijn de branchesamenstelling, het gemeentelijke beleid zoals ruimtelijke ordening, stedenbouwkundige kwaliteiten, en het verkeer- en parkeerbeleid.

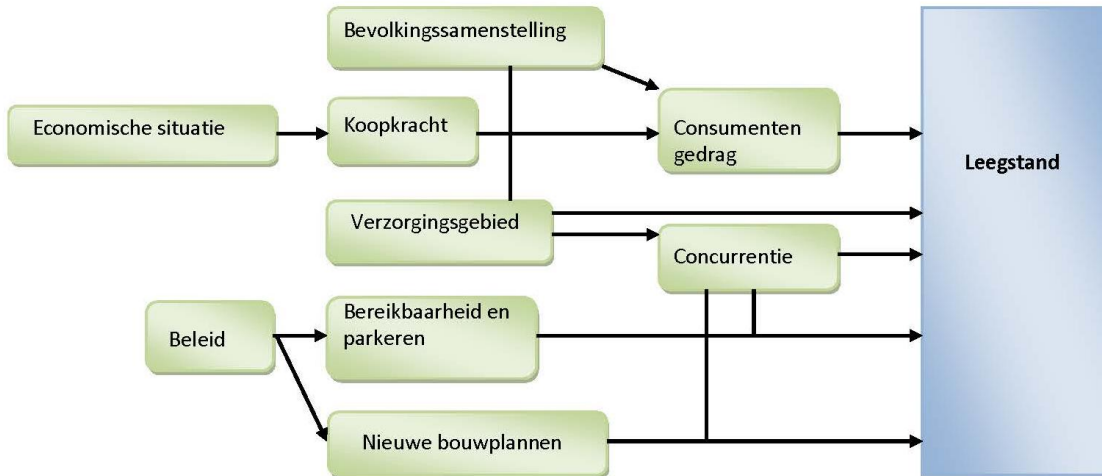
Het aantal passanten is naast de huurprijs een bepalende factor voor het succes van een winkel.

Saarloos (1999) heeft een model ontwikkeld voor het aantal passanten dat ook daadwerkelijk een winkel bezoekt. Hij heeft aangetoond dat de breedte van het winkelfront en de winkeldiepte bepalend zijn voor het aantal passanten dat een bepaald type winkel bezoekt.

De ouderdom van een pand kan een goede indicatie geven voor de kwaliteit van een kantoorpand.

Hierbij geldt over het algemeen hoe nieuwer het pand, hoe hoger het kwaliteitsniveau (Atzema Korteweg en Waaning, 2005). Deze verwachting kan ook worden gesteld bij winkelpanden.

De contextfactoren zijn factoren die leegstand veroorzaken op landelijk en gemeentelijk niveau. Deze factoren zijn de koopkracht, het verzorgingsgebied, de bevolkingssamenstelling, concurrentie met andere gemeenten, nieuwe bouwplannen, beleid, consumentengedrag, consumentenvertrouwen, bereikbaarheid en routing, parkeertarieven en parkeermogelijkheden. Van deze factoren zal de invloed worden beschreven die het heeft op de leegstand in de gemeente. In Figuur 2.2, conceptueel model context factoren staan deze factoren weergegeven in een model.



*Figuur 2.2, conceptueel model context factoren*

Er zijn echter ook nog factoren die specifiek voor de winkelpanden gelden. Met deze factoren is een kwantitatieve data-analyse gedaan. Bij het exploratief onderzoek is uitgegaan van verwachtingen die zijn opgesteld aan de hand van literatuur. Voor de betreffende variabelen zal de samenhang worden getest met leegstand. De volgende verwachtingen kunnen worden beschreven:

#### **Locatie van de winkel**

- Per straat en per straattypering: er wordt verwacht dat winkels in het aanlopmilieu eerder leeg staan dan winkels in het kernwinkelgebied.
- Locatiesegmenten: er wordt verwacht dat winkels in de slechtere locatiesegmenten eerder leeg staan dan winkels in de betere locatiesegmenten.  
De indeling in locatiesegmenten is gebaseerd op passantenaantallen. Hoe hoger het aantal passanten hoe beter het segment is. Een uitgebreide uitleg bevindt zich in paragraaf 3.1.2.
- Passantenstromen: hoe meer passanten langs een winkel komen hoe kleiner de kans is dat deze winkel leegstaat.
- WOZ-waarde: er wordt verwacht dat winkels met een lagere WOZ-waarde een grotere kans hebben om leeg te staan.
- De huur wordt uitgezet tegen het aantal passanten; het aantal passanten is namelijk een belangrijke indicator voor de huurprijs. Er wordt verwacht dat panden die te duur zijn (te weinig passanten voor de huurprijs) eerder leeg staan.

#### **De omvang van de winkel**

- Oppervlakte: Sittard heeft veel kleine winkels, er wordt dan ook verwacht dat in Sittard kleine winkels eerder zullen leegstaan. Geleen heeft echter ook grotere winkels, in Geleen wordt dan ook geen verband verwacht.

#### **Stedenbouwkundige kwaliteit**

- Aantal meter winkelfront: winkels met een groter front hebben meer ruimte om producten uit te stallen en daarmee consumenten te trekken. Er wordt dan ook verwacht dat een winkel met een groter winkelfront een minder grote kans op leegstand heeft.
- Winkels met een hoekligging krijgen aanloop vanuit twee kanten. Aanloop van meerdere kanten resulteert in meer passanten, daarnaast is er ook in de meeste gevallen een groter winkelfront. Er wordt dan ook verwacht dat panden met een hoekligging minder kans op leegstand hebben.

- Het bouwjaar van een pand wordt geassocieerd met de bouwkundige kwaliteit. Oudere panden zouden een slechtere bouwkundige kwaliteit hebben. De verwachting is dan ook dat hoe ouder het gebouw, hoe groter de kans op leegstand.

#### **Parkeren en bereikbaarheid**

- Afstand tot parkeren: consumenten willen niet te ver lopen vanaf de parkeergelegenheid tot de winkels. Er wordt dan ook verwacht dat hoe groter de afstand tot een parkeerplaats is, hoe groter de kans op leegstand.

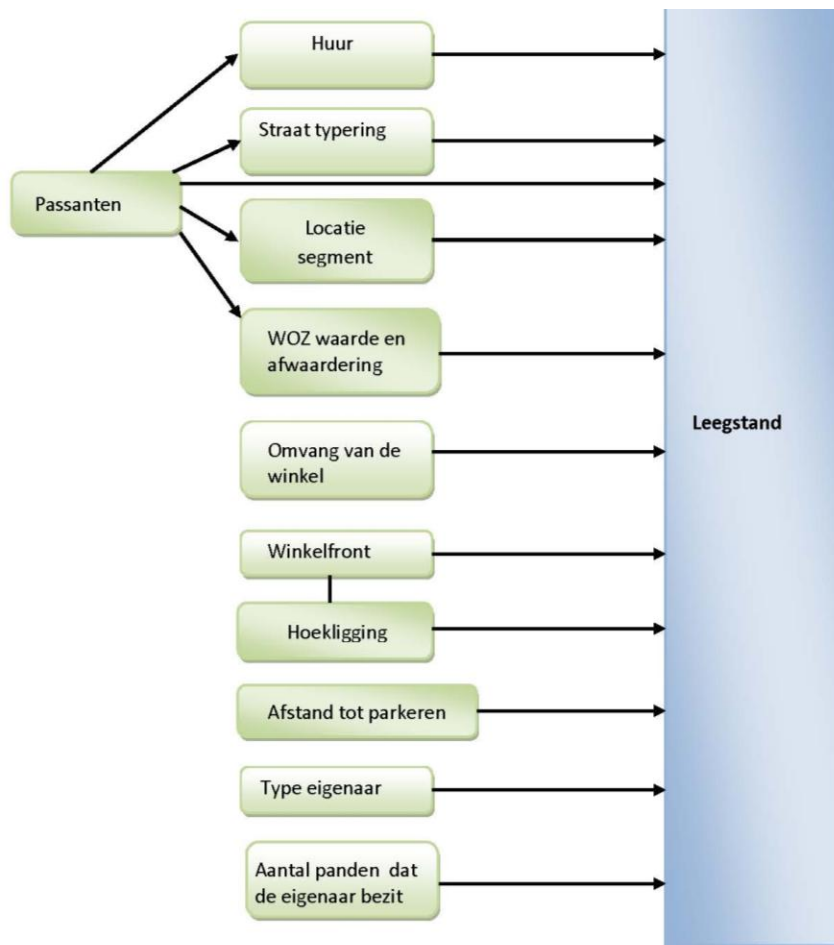
#### **De invloed van de eigenaar**

- Er worden drie type eigenaren onderscheiden; de institutioneel beleggers, de ondernemingen en de particulieren. Over dit onderwerp is weinig informatie te vinden in de literatuur. De verwachting is dat er geen verband zal zijn tussen het type eigenaar en leegstand.
- Het type eigenaar hangt samen met het aantal panden dat een eigenaar bezit. Institutionele beleggers bezitten veel panden, tegenover de particulieren die er minder bezitten. De verwachting is zoals hierboven gesteld dat er geen verband zal zijn.

De voorgaande factoren kunnen de kans op leegstand verkleinen of vergroten. De invloed van de context factoren is echter moeilijk te meten, daarom zullen deze dan ook worden besproken aan de hand van literatuur over deze onderwerpen.

Voor de gestelde verwachtingen hierboven kan de invloed op leegstand wel worden getoetst omdat hier gegevens over bekend zijn per pand. Er wordt verwacht dat niet alle factoren een even grote invloed zullen hebben op de leegstand van winkels in Sittard-Geleen.

Op Figuur 2.3, conceptueel model factoren op pandniveau staan de voorgaande verwachtingen afgebeeld.



*Figuur 2.3, conceptueel model factoren op pandniveau*

## 2.4 Werkwijze en technieken

### *Het eerste deel*

Voor het eerste deel worden enquêtes uitgedeeld aan de zelfstandig ondernemers in het centrum van Sittard en Geleen. Deze enquête is terug te vinden in bijlage 2.

De verschillende antwoorden zullen steeds worden getest met “van plan zijn te gaan stoppen: ja/nee” en “van plan zijn te gaan verhuizen: ja/nee”.

### *Het tweede deel*

De analyses voor het tweede deel zullen worden gedaan aan de hand van verzamelde data.

#### Gegevens van Locatus

De gemeente Sittard-Geleen beschikt over veel gegevens die zijn opgesteld door het onderzoeksbureau Locatus. Data die gebruikt zullen worden vanuit Locatus voor dit onderzoek zijn de locatiesegmenten en de passantenaantallen.

#### Gegevens van de afdeling Belastingen

De afdeling Belastingen van de gemeente houdt veel gegevens bij van de winkelpanden. Deze gegevens gebruiken zij voor de verschillende belastingheffingen. De gegevens die zullen worden gebruikt vanuit

de afdeling Belastingen zijn de gemeentelijke locatie segmenten, de WOZ-waardes, de afwaardering van de WOZ-waardes, de oppervlaktes en de bouwjaren.

#### Zelf bepaalde gegevens

Een aantal gegevens zijn interessant om te onderzoeken maar zijn niet te vinden in de voorgaande databestanden. Er zal per straat een typering worden opgesteld (kernwinkelgebied/aanloophmilieu).

Voor Sittard is dit vastgesteld door de gemeente, echter voor Geleen nog niet. Voor Geleen zal dan ook de verdeling aanloophmilieu/kernwinkelgebied moeten worden opgesteld.

De afdeling Belastingen beschikt over een aantal huurprijzen in een transactie-overzicht. Deze huurprijzen zullen worden aangevuld met huurprijzen die te vinden zijn op het internet.

Het aantal meter winkelfront zal worden bepaald door alle winkelpuien op te meten in het programma Open Kaart van de gemeente. Dit programma beschikt over verschillende kaarten en meetfuncties. Ook de afstand tot parkeergelegenheden zal worden bepaald door deze hemelsbreed op te meten.

Of een winkel een hoekligging heeft zal worden bepaald door deze op een kaart op te zoeken.

De afdeling Belastingen heeft alle eigenaren in een bestand staan, aan de hand hiervan is een verdeling gemaakt in drie typen eigenaren: de institutionele beleggers, de ondernemingen en de particuliere eigenaren. Onder ondernemingen worden winkelbedrijven verstaan die zelf de winkel bezitten en vastgoedbedrijven die geen institutioneel belegger zijn. Bij ondernemingen staat het pand dus op naam van een bedrijf, dit tegenover particuliere eigenaren waarvan de panden op naam van een persoon staan. Vervolgens wordt ook per eigenaar gekeken hoeveel winkelpanden deze bezitten in het centrum.

#### *Statistische analyses*

In dit onderzoek zullen verschillende statistische analyses worden uitgevoerd.

Bij deze testen wordt in eerste instantie uitgegaan van een toevalsmarge van 5%, dit is weergegeven als  $\alpha = 0,05$ . Wanneer een toets wel significant is bij  $\alpha = 0,10$  is dit vermeld maar zal het niet als significant resultaat worden meegenomen omdat de toevalskans te groot is.

Bij een toevalsmarge van 5% ( $\alpha = 0,05$ ) is een toets significant wanneer  $p \leq 0,05$ .

#### Chi-kwadraattoets

De Chi-kwadraattoets is een statistische toets met als doel te berekenen hoe groot de kans is dat gevonden frequentieverdeling in een kruistabel op toeval berust (Baarda & de Goede, 2006).

#### Cramer's V

Cramers's V is een associatiemaat gebruikt bij Chi-kwadraattoetsen (Heus, Leeden, & Gazendam, 2008). Het geeft de samenhang weer tussen variabelen op nominaal niveau.

#### Fisher Exact Test

De Fisher Exact Test is een statistische techniek om het verschil tussen frequenties van twee dichotome variabelen in een aselect gekozen steekproef op significantie te toetsen (Baarda & de Goede, 2006).

#### Mann-Whitney U-toets

De Mann-Whitney U-toets is een statistische techniek om te toetsen of de scores van een variabele op ordinaal niveau in één van de twee onafhankelijke groepen systematisch hoger zijn dan in de andere (Baarda & de Goede, 2006).

## T-toets

Deze test wordt gebruikt om verschillen te toetsen tussen twee groepen op een afhankelijke variabele die op ratio- of intervalniveau is gemeten. Het is voor onafhankelijk en aselechte steekproeven (Baarda & de Goede, 2006).

## Logistische regressie

Bij de logistische regressietechniek wordt de invloed van een dichotome<sup>1</sup> afhankelijke variabele getest op een of meerdere onafhankelijke variabelen (Mortelmans, 2010).

## 2.5 Conclusie

Het onderzoek valt op te delen in twee delen. Het eerste deel bestaat uit een enquête die zal worden afgenomen bij de zelfstandig ondernemers in Sittard en in Geleen. Het tweede deel bestaat uit een analyse van factoren die invloed kunnen hebben op de kans dat een pand leeg staat. Beide delen hebben een exploratief karakter, voor het tweede deel zijn ook verwachtingen opgesteld.

De verwachtingen zijn opgesteld aan de hand van literatuur die gevonden is over de invloed van deze factoren.

De gegevens die nodig zijn voor dit onderzoek zijn verzameld aan de hand van een enquête, gegevens van Locatus, gegevens van de afdeling Belastingen van de gemeente en gegevens die zelf zijn geobserveerd.

Omdat niet alles kan worden onderzocht is er een afbakening aangebracht in het onderzoek. Deze afbakening start bij de factoren die zullen worden onderzocht. Vervolgens wordt het onderzoek ook afgebakend door het gebied waar het onderzoek zal plaatsvinden en de afbakening van begrippen. Het onderzoek resulteert in factoren die de leegstand vergroten in Sittard-Geleen en een toekomstbeeld over de leegstand in de gemeente.

---

<sup>1</sup> Een variabele die slechts twee antwoordmogelijkheden heeft



## Winkelvastgoed

In dit hoofdstuk zullen belangrijke definities, regelgeving, trends in winkelvastgoed, leegstand landelijk en provinciaal en de oorzaken van de winkelleegstand worden besproken. Dit hoofdstuk is daarmee een aanvulling op de literatuur uit hoofdstuk één en twee.

### 3.1 Belangrijke definities

Als eerste zullen een aantal definities worden besproken die belangrijk zijn in dit onderzoek. De definities die zullen worden besproken zijn de soorten winkelcentra, de locatiesegmenten en de soorten winkelleegstand.

#### **3.1.1 Soorten winkelcentra**

Er zijn verschillende soorten centra die kunnen worden weergegeven door middel van een piramide. Bovenaan de piramide staan centra die een groot verzorgingsgebied vereisen, en onderaan de piramide staan centra die vooral een lokaal verzorgingsgebied vereisen. Het type winkelgebied kan worden verdeeld in centrale winkelgebieden en overige winkelgebieden.

##### **Centrale winkelgebieden**

- *Binnensteden*  
Het gaat hierbij om de top-20 steden van Nederland. Er zijn hier meer dan 400 winkels in de detailhandel (Locatus, 2009).
- *Hoofdwinkelgebieden*  
Dit zijn gebieden met tussen de 100 en 400 winkels in de detailhandel (Locatus, 2009).
- *Grote kernverzorgende winkelgebieden*  
Dit zijn gebieden met tussen de 50 en 100 winkels in de detailhandel (Locatus, 2009).
- *Kleine kernverzorgende winkelgebieden*  
Dit zijn gebieden met minder dan 50 winkels in de detailhandel (Locatus, 2009).

##### **Overige winkelgebieden**

- *Stadsdeelcentra*  
Stadsdeelcentra hebben meer dan 50 winkels in de detailhandel. Meer dan 40% van deze winkels bevinden zich in de branche kleding & mode of schoenen & lederwaren (Bolt, 2003; Locatus, 2009).
- *Wijkcentra (groot)*  
Wijkcentra groot hebben 25 tot 50 winkels in de detailhandel. In deze centra is de food sector belangrijker dan de kleding/mode/schoenen sector. Boodschappen doen is dan ook dominant (Bolt, 2003; Locatus, 2009).
- *Wijkcentra (klein)*  
Wijkcentra klein hebben minder dan 25 winkels in de detailhandel. De helft van de oppervlakte wordt ingenomen door food. In deze centra komen gemiddeld twee supermarkten voor (Bolt, 2003; Locatus, 2009).
- *Buurtcentra*  
Buurtcentra hebben tussen de 5 en 9 winkels. Deze centra bestaan voor 60% uit food. In deze centra is de supermarkt het belangrijkste. Boodschappen doen is de drijfveer voor een bezoek. (Bolt, 2003; Locatus, Database Locatus, 2009).

- *Clusters volumineuze artikelen*  
Clusters volumineuze artikelen zijn de PDV en de GDV locaties. De belangrijkste branches op deze locaties zijn de doe-het-zelf zaken en de zaken in woninginrichting (Bolt, 2003; Locatus, 2009). De gemiddelde oppervlakte per winkel ligt in verhouding vrij hoog.

Er zijn in Nederland ook enkele Factory Outlet Centres. Dit zijn grote locaties met fabrikantenwinkels die producten verkopen met een productiefoutje of verouderde collectie die rechtstreeks aan de consumenten worden verkocht. Deze formule is een opkomend fenomeen in Nederland.

### 3.1.2 Locatiesegmentatie

Locatiesegmenten ontstaan vanuit passanten tellingen op verschillende meetpunten. De locatie met de meeste passanten wordt gebruikt als het beste segment, de andere segmenten worden gebaseerd op percentages van dit segment. Binnen dit onderzoek zal er ook worden gekeken of deze segmenten invloed hebben op de leegstand.

#### *A1 segment*

Onder een A1 locatie worden de winkelstraten verstaan met het hoogste passantenaantal. Bolt (2003) zegt dat het merendeel van het vloeroppervlak wordt ingenomen door de textiel- en schoeiselbranche en de locatie zich bevindt in de directe omgeving van de trekkers. Het straatbeeld wordt grotendeels bepaald door de grote filiaalbedrijven die zich op deze plaatsen vestigen. Door de hoge bezoekersaantallen die resulteren in een hoge omzet kan het A1 gebied worden aangemerkt als een gebied waar de hoogste huren kunnen worden gevraagd. Door de populariteit van deze gebieden bevindt zich hier over het algemeen een lage leegstand. Volgens Locatus is het een A1 locatie wanneer het aantal passanten op die plek 75 tot 100% bedraagt van het aantal passanten dat is gemeten op de drukste plek (Locatus, 2003).

#### *A2 segment*

De A2 locatie is de locatie die een minder groot passantenaantal heeft dan de A1 locatie maar wel op dit gebied aansluit. Bolt (2003) zegt dat het merendeel van het vloeroppervlak wordt ingenomen door de textiel- en schoeiselbranche. De filiaal- en franchisebedrijven manifesteren zich nog steeds nadrukkelijk in dit segment, terwijl de grootschalige landelijke publiekstrekkingen ontbreken. Hoewel het A2 gebied minder passanten heeft dan het A1 gebied wordt het nog steeds gekenmerkt doordat het gewild is bij de ondernemers. Volgens Locatus is het een A2 locatie wanneer het aantal passanten op die plek 50 tot 75% bedraagt van het aantal passanten dat is gemeten op de drukste plek (Locatus, 2003).

#### *B1 segment*

Het verschil met het A winkelgebied is dat in het B1 winkelgebied de filiaal- en franchisebedrijven niet meer dominant in beeld zijn. Het zijn doorgaans autoluwe winkelstraten of ze bevinden zich aan pleinen. Meer dan de helft van de bedrijven is in handen van de zelfstandig ondernemers, vaak zijn er ook andere voorzieningen zoals horeca, dienstverlening en baliefuncties (Bolt, 2003). Volgens Locatus is het een B locatie wanneer het aantal passanten op die plek 25 tot 50% bedraagt van het aantal passanten dat is gemeten op de drukste plek (Locatus, 2003).

#### *B2 segment*

Voorzieningen anders dan winkels doen zich veel voor in het B2 winkelgebied, hierbij is er een stijgend aantal food winkels terug te vinden. In deze straten is in tegenstelling tot de andere segmenten veel

autoverkeer of de straten zijn juist heel breed van opzet. Vaak zijn er in deze segmenten discountzaken te vinden waarvan het filiaalbedrijf zich in het A winkelgebied bevindt. Winkels die hier veel voorkomen zijn bruin- en witgoed en antiek en kunst zaken (Bolt, 2003).

Volgens Locatus is het een B locatie wanneer het aantal passanten op die plek 25 tot 50% bedraagt van het aantal passanten dat is gemeten op de drukste plek (Locatus, 2003).

### *C segment*

Het C segment is het laagste segment. De straten worden gekenmerkt doordat ze veel verschillende functies bezitten, ze komen verspreid voor en horen dus niet in het hoofdwinkelcentrum. Wanneer er nog ketenorganisaties voorkomen in dit segment is er meestal sprake van supermarkten. De markthuren hebben eerder de neiging te dalen dan dat deze meegaan met de inflatie (Bolt, 2003).

Volgens Locatus is het een C-locatie wanneer het aantal passanten op die plek 10 tot 25% bedraagt van het aantal passanten dat is gemeten op de drukste plek (Locatus, 2003).

### **3.1.3 Soorten winkelleegstand**

Leegstand kan kort worden omschreven als een winkel waar geen detailhandelbestemming meer in zit. Het is dus een pand met een winkelbestemming veelal in een winkelstraat, waar de vorige ondernemer uit is weggegaan. Het komt steeds vaker voor dat er geen nieuwe ondernemer voor het pand kan worden gevonden, waardoor het pand dus gewoonweg leeg blijft staan.

Er zijn verschillende soorten leegstand te onderscheiden. Dit zijn frictieleegstand, aanvangsleegstand, langdurige leegstand, structurele leegstand en administratieve leegstand. Niet alle typen leegstand zijn even bezwaarlijk en moeten als een probleem worden ervaren.

- **Frictieleegstand** wordt ook wel de mutatieleegstand genoemd. Deze leegstand kan worden aangemerkt als de noodzakelijke leegstand om de markt goed te laten functioneren. Het is een tijdelijke leegstand die plaatsvindt doordat bedrijven zich verplaatsen. De frictieleegstand ligt tussen de 4 a 6% (DTNP, 2012).
- **Aanvangsleegstand** wordt ook wel de aanloopleegstand genoemd. Deze leegstand ontstaat bij nieuwbouw of renovatie van een pand, wanneer deze na oplevering niet meteen wordt verhuurd of nog niet is verhuurd.
- **Langdurige leegstand** is de leegstand die een periode heeft van tussen de één en drie jaar. Het is dus wanneer panden langer leeg staan dan de hiervoor beschreven soorten leegstand.
- **Structurele leegstand** wordt gezien als de ergste vorm van leegstand. Deze leegstand heeft een periode die langer dan drie jaar duurt. Deze leegstand heeft een groot risico omdat hierbij de grootste kans op verloedering bestaat.
- **Administratieve leegstand** zijn alle adressen waar niemand of in het geval van een winkel, geen winkel staat ingeschreven. Het is dus de leegstand op papier.

### 3.2 Overheidsbeleid

Regelgeving is belangrijk geweest in de ontwikkeling van de detailhandel tot de huidige structuur. Het is belangrijk voor dit onderzoek om een beeld hiervan te schetsen welke beleidskaders in het verleden van belang waren en welke in het heden.

Het beleid betreffende de Perifere Detailhandelsvestigingen (PDV) is ontstaan in de jaren zeventig. Het hield in dat er een verbod kwam op detailhandelsvestigingen buiten de winkelgebieden. Uitzonderingen werden slechts gemaakt voor de verkoop van brand- en explosief gevaarlijke goederen en grote producten zoals auto's, boten en caravans. Gemeenten waren verplicht om hier hun bestemmingsplannen op af te stemmen en gebieden voor deze locaties aan te wijzen.

In de jaren tachtig werd dit beleid uitgebreid. Vanaf deze periode worden er uitzonderingen gemaakt voor bouwmarkten, tuincentra en grootschalige meubelhallen. Hierbij is wel van belang dat aangetoond moet worden dat het bedrijf niet past in het bestaande winkelgebied. Veel van de winkeliers uit deze branches verhuizen hierdoor ook naar deze nieuwe locaties. Er moet worden opgemerkt dat het PDV beleid geen beperking oplegt aan de grootte van de winkels maar alleen aan de locatie (Evers, Hoorn van, & Oort van, 2005).

In 1993 werden de mogelijkheden verruimd die zijn ontstaan in het beleid omtrent de Perifere Detailhandelsvestigingen. Er werden locaties aangewezen waar Geconcentreerde grootschalige Detailhandelsvestigingen (GDV) mochten komen, dit was een uitbreiding op het PDV beleid. Het GDV beleid heeft in tegenstelling tot het PDV beleid geen branche beperkingen. Maar de locaties zijn uitsluitend bestemd voor grootschalige winkels (Evers, Hoorn van, & Oort van, 2005).

In de Vijfde Nota Ruimtelijke Ordening is het locatiebeleid aangepast ten opzichte van de Vierde Nota Extra. Hiermee is het doek gevallen voor het bestaande ABC-locatiebeleid en het locatiebeleid voor Perifere en Grootschalige Detailhandelsvestigingen (PDV/GDV beleid).

Provincies concretiseren het locatiebeleid voor bedrijven en voorzieningen in het provinciale ruimtelijke en verkeer- en vervoersbeleid. Gemeenten krijgen de mogelijkheid om in bestemmingsplannen een aparte bestemming voor perifere detailhandel op te nemen. Daarnaast stellen provincies richtlijnen op voor branchebeperking voor perifere detailhandel, die door het kabinet moet worden overeengestemd (Ministerie van VROM, 2006).

De Nota Ruimte en de Nota Mobiliteit die van toepassing kunnen zijn op het winkelvastgoed worden samen met andere stukken samengevoegd tot de Structuurvisie Infrastructuur en Ruimte (SVIR). In deze visie worden het ruimtelijke en mobiliteitsbeleid meer aan provincies en gemeenten overgelaten, dit sluit aan op de Vijfde Nota. Provincies en gemeenten moeten hierin afwegen welke locatie de beste is voor bijvoorbeeld een nieuw bedrijventerrein. Een ander doel van de SVIR is de bereikbaarheid te verbeteren (Ministerie van Infrastructuur en Milieu, 2012).

De provincie Limburg heeft de ambitie een toonaangevende regio in Europa te zijn op het gebied van innovatie en ondernemerschap. Dit gaat samen met een aantrekkelijke omgeving om te wonen, werken en recreëren. Voor Limburg is er vanuit de Kamer van Koophandel Limburg & Ondernemend Limburg een Detailhandelsvisie Provincie Limburg opgesteld. Deze visie is een toekomstige gewenste detailhandelstructuur in de provincie Limburg. Hierin staat het voorstel om initiatieven voor winkelvestigingen of winkeluitbreiding te laten toetsen. Voor gemeenten betekent dit dat de eigen detailhandelsvisies moeten worden gekoppeld aan de regionale en provinciale detailhandelsbeleid. de Kamer van Koophandel Limburg & Ondernemend Limburg moeten nu eerst zorgen dat er genoeg draagvlak is voor deze visie, ook vanuit de provincie.

### 3.3 Trends en ontwikkelingen in de winkelbeleving

Er zijn verschillende trends te onderscheiden die invloed kunnen hebben op de manier van winkelen door de consumenten, en op de winkelgebieden zelf. In dit hoofdstuk worden de belangrijkste trends besproken.

De belangrijkste trend is de verandering in consumentenbehoeften; deze trend is dan ook het minst voorspelbaar maar heeft tegelijk wel de grootste invloed.

### *Demografische veranderingen*

Nederland krijgt steeds meer te maken met de vergrijzing van de bevolking. In Nederland is de grijze druk<sup>2</sup> 26,9% en het aantal ouderen ten opzichte van de jongeren blijft maar stijgen. De regionale verschillen zijn echter nog groter. De provincies Zeeland, Limburg en Drenthe hebben het hoogste percentage vergrijzing. De vergrijzing heeft gevolgen voor het assortiment en service maar ook voor het type winkels en de omgeving ervan.

Naast de vergrijzing is er ook de ontwikkeling van daling in huishoudengrootte. In 2009 bestond een huishouden gemiddeld uit 2,23 personen en voor 2050 wordt dit verwacht op 2,06 personen (Centraal Bureau voor de Statistiek, 2012)

### *Schaalvergroting en branchevervaging*

Schaalvergroting heeft gezorgd voor een toename van het aantal vierkante meter vloeroppervlak per winkel, hiertegenover staat dat het aantal winkels nauwelijks toeneemt. Sinds 2003 overtreft de toename van het winkelvloeroppervlak de bevolkingsgroei aanzienlijk (Evers, 2011).

De trend schaalvergroting gaat in bepaalde gevallen samen met de trend branchevervaging. Deze trend komt voort uit het aspect van streven naar kostenbesparing en marktvergroting bij de aanbieders. Bij deze trend ontstaan winkels of afdelingen van aanbieders in bestaande formules; denk hierbij aan Hunkemöller die zich ook bevindt in de V&D.

### *Mobiliteit*

Door de jaren heen zijn de consumenten steeds mobieler geworden. Door deze groei zijn consumenten steeds meer bereid om grotere afstanden af te leggen voor een bepaald winkelgebied.

Oppewal (1995) heeft geconcludeerd dat de grootte en de afstand tot een winkelcentrum de grootste invloed hebben op de keuze voor een winkelcentrum. Daarnaast concludeert Kolpron (2001) dat consumenten bereid zijn om grote afstanden af te leggen voor het combineren van winkelen, in een attractieve omgeving.

### *Internet aankopen*

De laatste jaren is het kopen van producten via het internet een groeiend fenomeen. Niet alleen verkopen vinden plaats via het internet, maar het internet wordt ook gebruikt als een manier om informatie in te winnen over producten. Het gevolg van deze trend is, dat zowel het aantal winkelbezoeken, als het aantal aankopen afneemt. Volgens onderzoek doet 72% van de consumenten die online een aankoop doet het vooronderzoek via het internet, tegenover 30% dat het vooronderzoek in een fysieke winkel doet (Hassenpflug & Tegeder, 2004).

### *Social media*

Social media wordt steeds meer als marketing strategie toegepast door winkelformules. Het doel van social media in retail is een nieuwe manier van producten promoten, consumenten te binden, consumenten te informeren, het bieden van een unieke winkelbeleving en het bevorderen van winkelkeuze (Sands, 2011; Harper, & Ferraro, 2011; Jones Lang LaSalle, 2010). Een nadeel voor de retailer is dat social media bijhouden tijdsintensief is.

Naast deze ontwikkeling groeit het aantal winkelformules met een applicatie voor een smart Phone. Het combineren van de verschillende platforms heeft een significant effect op de keuze voor een winkel door de consumenten die een smart Phone hebben (maar niet voor degene die niet in bezit zijn van een smart Phone) (Sands, Harper, & Ferraro, 2011).

---

<sup>2</sup> De omvang van de groep 65+ gerelateerd aan het aantal 20-64 jarigen in die bevolking

70% van de consumenten bezoeken social media sites om product informatie te bekijken, 49% hiervan maken vervolgens de beslissing tot kopen, op basis van deze informatie (Fisher, 2009).

#### *Filialisering*

Filialisering is de trend dat steeds meer landelijke (grote) ketens zich in steden hebben gevestigd, een ander woord dat hiervoor wordt gebruikt is 'verblokkering'. Winkelstraten gaan hierdoor steeds meer op elkaar lijken, maar dit is mede het gevolg van de voorkeuren van consumenten. Deze trend gaat samen met de schaalvergroting, aangezien de grote filiaalketens meer vloeroppervlakte wensen dan lokale ondernemers. Een goede combinatie van lokale speciaalzaken en landelijke winkelketens kan de aantrekkingskracht van een winkelcentrum bepalen. De filiaalbedrijven zorgen voor een standaard aanbod dat de consumenten verwachten. De lokale (zelfstandige) ondernemers daarentegen maken juist het onderscheid tussen de verschillende gebieden.

#### *Duurzaamheid*

Duurzaamheid bestaat al langer binnen de productkeuze van een winkel, steeds meer winkels bieden duurzame producten aan om hiermee een specifieke doelgroep aan te spreken. Naast de duurzaamheid van producten is ook een groeiend besef ontstaan van duurzaamheid binnen de winkels zelf. Duurzaamheid is dus een opkomende trend die in de toekomst waarschijnlijk nog meer zal groeien.

#### *Beleving en leisure*

Beleving binnen het winkelen en winkelcentra is een groeiend aspect. Steeds meer mensen worden zich ervan bewust dat een winkelcentrum niet meer kan zonder vrijetijdsbesteding (dat geen winkelen is). Jones Lang LaSalle (2010) stelt zelfs, dat winkelen een zodanig belevingsaspect heeft gekregen, dat wanneer winkelcentra/gebieden niet meegaan in deze trend, het aantal verkopen zal dalen, en zelfs leegstand kan ontstaan. De detailhandel moet flexibel kunnen inspelen op de vraag vanuit de consumenten die steeds zal wijzigen.

### 3.4 Leegstand landelijk en provinciaal

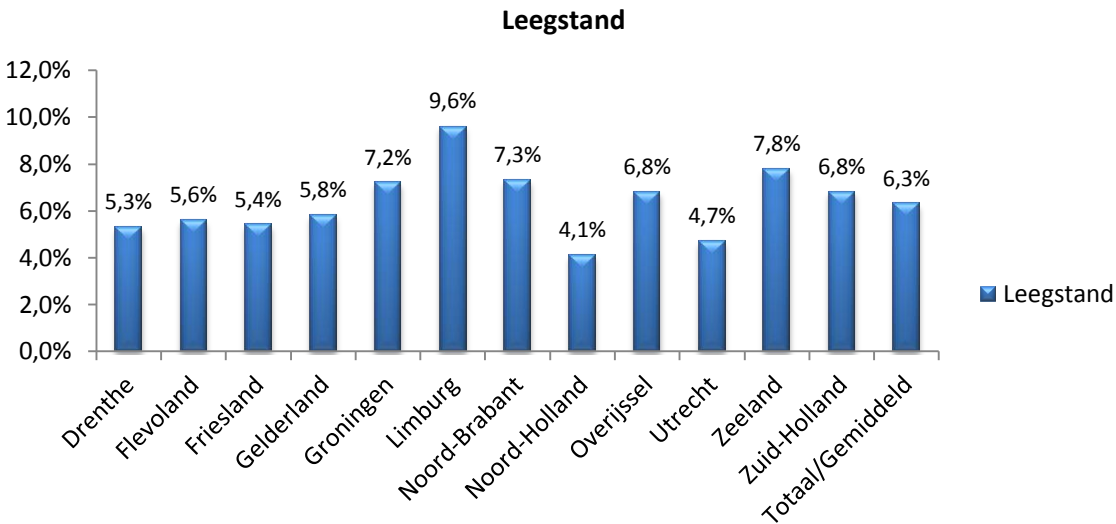
Gemiddeld staat 6,3 % van de winkels momenteel leeg in Nederland, dit komt neer op 1,9 miljoen vierkantenmeter winkelruimte. Het aantal leegstaande winkelpanden is in twee jaar tijd gestegen met 20% (Locatus, 2012).

Er zijn gemeenten die zelfs ver boven het gemiddelde leegstandpercentage uitsteken, dit zijn: het centrum van Echt (21%), het centrum van Schiedam (20%) en het centrum van Geleen (18%) (Locatus, 2012). Bij deze steden wordt de winkelleegstand dan ook als zeer problematisch ervaren. Hierbij moet wel de opmerking worden gemaakt dat de gemeente Echt al enige tijd bezig is met een herontwikkeling, dit kan een van de oorzaken van de leegstand zijn in deze gemeente.

Het aantal gemeenten waar een gunstige toekomstverwachting is, is volgens Droogh Tromellen en Partners (2012) met een kwart afgenomen. Het aantal gemeenten met structurele winkelleegstand is jaarlijks groeiende. Daartegenover staan 36 gemeenten waarbij er juist sprake is van een 'overspannen' markt, hierbij is er een gebrek aan winkelruimte (Droogh Tromellen en Partners, 2012).

Ondanks de grote leegstand wordt de hoeveelheid winkelvloeroppervlakte in Nederland nog steeds uitgebreid.

Er zijn grote verschillen in de leegstand percentages per provincie in 2011, het loopt uiteen van 5,3% tot 9,6%. In Figuur 3.1 staat het percentage leegstand weergegeven van alle verkooppunten die er in elke provincie te vinden zijn.



*Figuur 3.1, Leegstand per provincie*

*Bron: Locatus (2012)*

Uit Figuur 3.1 valt op dat de leegstand het hoogste is in de provincies Limburg, Zeeland, Noord-Brabant en Groningen (op volgorde van hoog naar laag).

Hier staat tegenover dat de leegstand het laagste is in Noord-Holland, Utrecht, Drenthe, en Friesland (op volgorde van laag naar hoger).

Wanneer dit wordt vergeleken met 2011, bestond de top vier van het hoogste percentage leegstand uit: Limburg, Zeeland, Noord-Brabant en Overijssel. De provincies Groningen en Overijssel zijn dus gewisseld van positie. Tussen de provincies met het laagste percentage leegstand zijn er geen verschillen in de positie in 2011 en 2012 (Locatus, 2012).

Er blijkt dus een groot verschil te zijn tussen de provincies, waarbij Limburg de grootste leegstand heeft. Er zijn een aantal mogelijke oorzaken voor de grotere winkelleegstand in Limburg. De meeste invloed op de leegstand zal het verzorgingsgebied hebben. Limburg heeft relatief veel winkelvloeroppervlak voor het aantal inwoners dat het telt. Een andere oorzaak is de vergrijzing.

### 3.5 Oorzaken van winkel leegstand

Wanneer een winkel te maken heeft met leegstand kan dit verschillende oorzaken hebben. De belangrijkste oorzaken die momenteel spelen staan beschreven in dit hoofdstuk. In hoofdstuk 6 worden de oorzaken die in Sittard op pandniveau spelen geanalyseerd. Het huidige hoofdstuk heeft betrekking op meer globale oorzaken die veelal landelijk of in meerdere gemeenten spelen.

#### *Economische crisis*

Sinds 2009 zit de Nederlandse economie in een recessie. De economie krimpt tegenover een groei van de werkloosheid.

Daarnaast is het consumentenvertrouwen laag en kwetsbaar, waardoor de detailhandelbestedingen blijven dalen. De daling van de koopkracht heeft logischerwijze negatieve gevolgen voor de winkels. De bestedingen aan duurzame goederen staan momenteel het meeste onder druk (HBD, 2012).

Het aantal uitgesproken faillissementen over bedrijven in de detailhandel, is in het eerste kwartaal van 2012 op het hoogste niveau gekomen sinds de start van de waarnemingen in 1993 (CBS, 2012).



### *Internet verkopen*

Zoals beschreven in de trends worden steeds meer aankopen via het internet gedaan. Het internet wordt gebruikt in een oriënteerde fase maar ook als verkoopkanaal.

Het aantal internetverkopen neemt steeds meer toe. Daarnaast hebben veel fysieke winkels nog een internetsite waar ze hun producten verkopen. Veel ondernemers zien de ontwikkelingen omtrent internetverkopen dan ook als een bedreiging.

De omzet van online winkelen was in 2011 gestegen tot negen miljard euro. Het totaal aantal bestellingen via het internet was 78 miljoen (vastgoedmarkt.nl, 2012).

### *Vergrijzing bevolking*

Nederland heeft te maken met vergrijzing. Het aantal ouderen blijft toenemen. De vergrijzing kan op twee manieren invloed hebben op de leegstand; de vergrijzing van de bevolking en de vergrijzing van de ondernemers.

De vergrijzing van de bevolking heeft als eerste invloed op de doelgroep waar een winkel of winkelcentrum zich normaliter op richt, ouderen hebben andere wensen en behoeften. De doelgroep biedt volop kansen, maar het bestedingsniveau van ouderen in de detailhandel ligt lager dan gemiddeld. Ouderen zijn over het algemeen minder mobiel, waardoor ze voor boodschappen eerder op voorzieningen dicht in de buurt zijn aangewezen. Vanuit deze groep kan er meer vraag komen naar contact en service.

### *Vergrijzing ondernemers*

Naast vergrijzing van de bevolking is er ook de vergrijzing van de ondernemers. De beroepsbevolking daalt in omvang, daarnaast gaat de komende tien jaar een groeiend deel van de bevolking met pensioen. Circa 40% van de ondernemers is ouder dan 50 jaar, eenzelfde percentage zelfs ouder dan 60 jaar (Droog Trommelen en Partners, Hoofdbedrijfschap Detailhandel, & CBW-Mitex, 2011). Daarnaast stoppen meer zelfstandig ondernemers die ouder zijn omdat er geen opvolgers zijn.

### *Bevolkingskrimp*

Het probleem van vergrijzing en ontgroening gaat in veel gevallen samen met bevolkingskrimp. Bevolkingskrimp is in steeds meer regio's een onomkeerbaar proces. Het kan leiden tot forse herstructureringsopgaven, maar er zijn ook kansen te zien.

Delen van de provincies Groningen, Zeeland en Limburg zijn door het rijk bestempeld als krimpgebieden. Een derde van de gemeenten krijgt tot 2030 naar verwachting te maken met krimp (Centraal Bureau voor de Statistiek, 2012).

Het voorzieningenniveau zal moeten worden aangepast aan de bevolkingskrimp om rendabel te blijven. Dit is een probleem dat veel gemeenten nog moeten accepteren en doorvoeren. Wanneer de winkelvloeroppervlakte niet wordt aangepast is er een steeds groter wordende kans op leegstand. Het belang van de locatie en de ligging neemt hierdoor wel toe.

## 3.6 Conclusie

Regelgeving is belangrijk geweest in het ontstaan van winkelgebieden in Nederland. Het beleidsstuk dat momenteel het belangrijkste is voor het winkelvastgoed is de Structuurvisie Infrastructuur en Ruimte (SVIR). In deze visie worden keuzes voor locatiebeleid gemaakt door de provincies en gemeenten. Steeds meer verantwoordelijkheden komen lokaal te liggen. Deze verantwoordelijkheid heeft voor- en nadelen.



Belangrijke trends die momenteel te vinden zijn in het winkelvastgoed zijn demografische veranderingen, schaalvergroting, mobiliteit, internet aankopen, social media, filialisering, duurzaamheid en belevingswaarde.

Winkeltrends kunnen invloed hebben op hoe een winkelgebied eruit ziet en zelfs de kans op leegstand vergroten. Winkeliers merken dat er steeds meer aankopen via het internet worden gedaan, zij zien het aantal aankopen in de fysieke winkel afnemen terwijl het aantal online aankopen stijgt.

Andere oorzaken van de winkelleegstand zijn bijvoorbeeld de economische crisis, vergrijzing van de bevolking en ondernemers en bevolkingskrimp. De gemeente Sittard-Geleen heeft te maken met deze vergrijzing en bevolkingskrimp. Deze gemeente loopt dan ook een groter risico op leegstand dan groeigebieden.

Landelijk gezien staat momenteel 5,96% van de winkels leeg. De grootste leegstand komt voor in de provincies Limburg, Zeeland, Noord-Brabant en Groningen.



## Gemeente Sittard-Geleen in het kort

In dit hoofdstuk zal de geschiedenis van de gemeente Sittard-Geleen kort worden besproken. Vervolgens zal er gekeken worden welke ontwikkeling in leegstand beide centra hebben doorlopen. Als laatste zullen twee figuren worden weergegeven waarin de huidige leegstand staat aangegeven.

### 4.1 Geschiedenis

De gemeente Sittard-Geleen is gelegen in de Provincie Limburg, het bevindt zich in het overgangsgedebied tussen Midden-Limburg en Zuid-Limburg.

De gemeente bestaat uit de kernen Sittard, Geleen, Born, Munstergeleen, Limbricht, Grevenbicht, Buchten, Obbicht, Einighausen, Guttecoven en Holtum.

De gemeente grenst zowel aan Duitsland als aan België wat als bijzonder aangemerkt kan worden.

De Nederlandse buurtgemeenten zijn de gemeente Echt-Susteren, Stein, Beek, Schinnen en Onderbanken.

Grote plaatsen in de omgeving van Sittard-Geleen zijn Maastricht, Heerlen en Roermond.

De gemeente Sittard-Geleen heeft twee echte winkelcentra; namelijk één in Sittard en één in Geleen.

Daarnaast hebben de verschillende kernen nog eigen lokale winkelvoorzieningen, waarvan Born het grootste is.

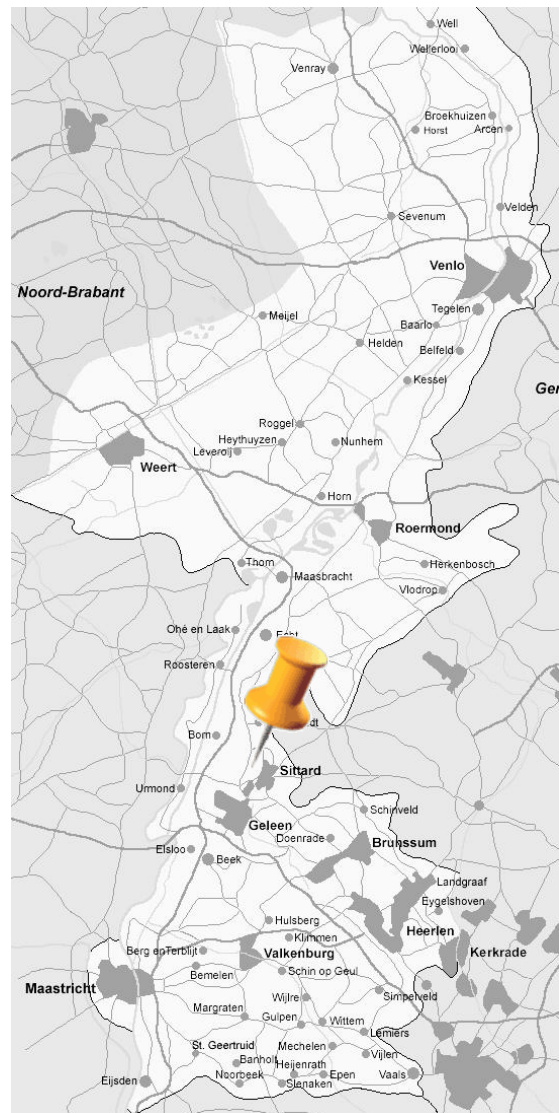
Direct over de grens in België liggen de plaatsen Maasmechelen en Maaseik. Direct over de grens met Duitsland liggen de plaatsen Heinsberg en Geilenkirchen.

De gemeente heeft verschillende ontsluitingswegen waarvan de A2 zelfs dwars door de gemeente loopt. Daarnaast zijn er verschillende provinciale wegen die de kernen van de gemeente ontsluiten. In 2011 had de gemeente Sittard-Geleen in totaal 94.814 inwoners, hiervan wonen 37.730 in de kern Sittard (Centraal Bureau voor de Statistiek, 2012).

In 1926 werd de Staatsmijn Maurits officieel in gebruik genomen waardoor het karakter van het gebied in korte tijd veranderde. Sittard veranderde van een landelijk agrarisch gebied naar een kleine provinciestad. Sittard-

Geleen werd een industrieel gebied met de kernen Sittard en Geleen. Tussen 1926 en 1973 steeg het inwonersaantal in Geleen van 5.000 naar 37.000 inwoners. In plaats van de oude staatsmijn draait de industrie rondom Sittard-Geleen nu om DSM. DSM werd actief met de grootschalige productie van kunstmest, grondstof voor polymeren en polymeren zoals polyetheen.

Verspreid over Sittard liggen een groot aantal monumenten, deze bepalen voor een deel de sfeer die Sittard heeft. Door deze monumenten is de binnenstad sinds 1972 een beschermd stadsgezicht.



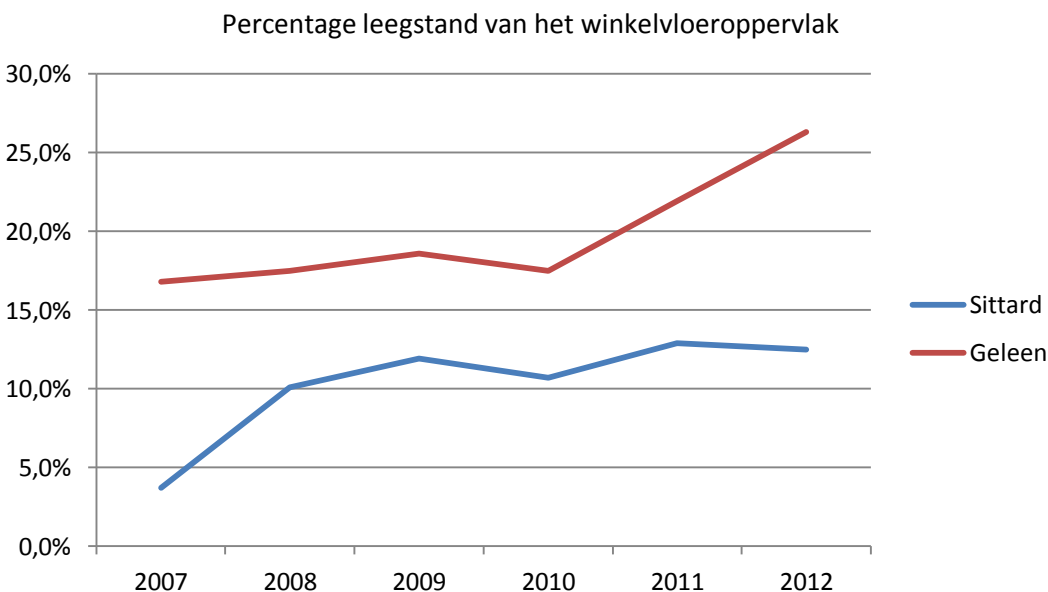
Figuur 4.1, Ligging Sittard-Geleen,

Geleen werd een bloeiend centrum door de staatsmijn en werd destijds uitgebreid met verschillende wijken. Geleen werd een jonge dynamische industriestad tegenover Sittard die een levendige historische stad was. Het centrum van Geleen is dan ook later ontstaan dan het centrum van Sittard mede waardoor het als een ander type centrum aangemerkt kan worden. Door deze ontwikkelingen ontstond grote onderlinge rivaliteit tussen Sittard en Geleen. Dit is na de samenvoeging nog steeds zichtbaar in de beleidsvoering. Keuzes die men maakt voor Sittard maakt men ook voor Geleen, een voorbeeld hiervan is dat er in beide steden hetzelfde bedrag aan subsidies wordt verstrekt. De gemeente Sittard-Geleen in de huidige vorm is ontstaan door de samenvoeging van de kernen Sittard, Geleen en Born in 2001.

#### 4.2 Grootte van de leegstand

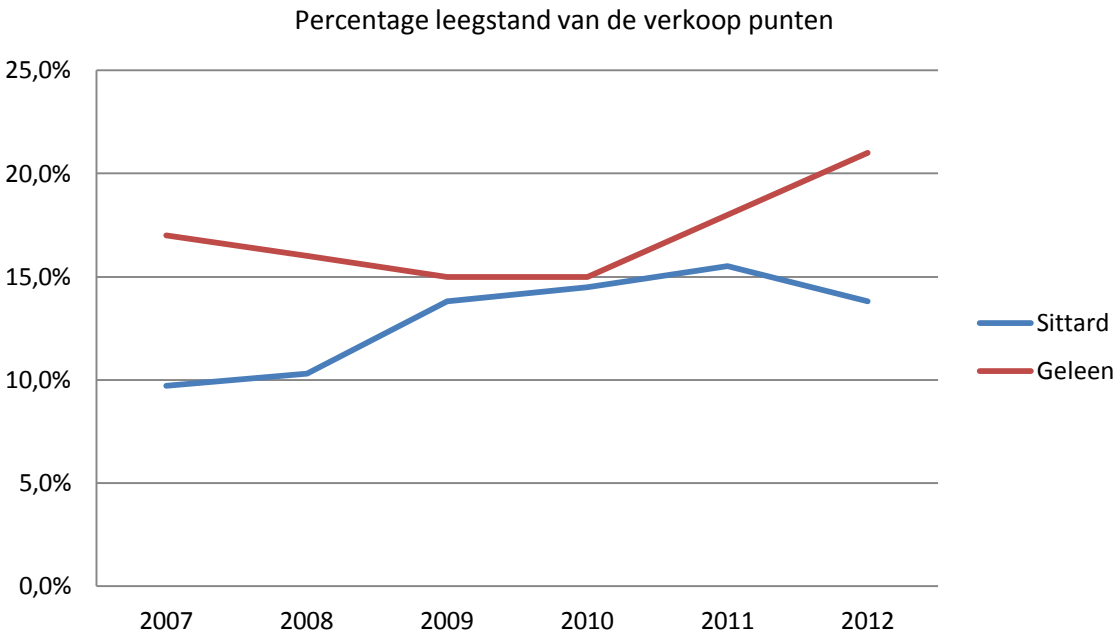
Locatus heeft door de jaren heen cijfers over de leegstand van Sittard en Geleen verzameld. Deze percentages/aantallen kunnen afwijken van de aantallen uit dit onderzoek omdat er verschillen zijn in het bepalen van een 'winkelpand'.

In dit onderzoek zijn alleen winkelpanden meegeteld die door de afdeling Belastingen van de gemeente de bestemming winkelpand hebben gekregen en liggen in het centrum, zoals dat door de gemeente wordt aangemerkt. Locatus baseert de bepalingen van een winkelpand op eigen bevindingen op de locatie, zij zijn natuurlijk ook niet in het bezit van de aanduidingen die de gemeente hanteert.



**Figuur 4.2, Percentages leegstand wvo**

Wanneer er naar de hoeveelheid leegstand van winkelvloeroppervlakte (wvo) wordt gekeken hebben Sittard en Geleen eerst een stijging en vervolgens weer een daling van het aantal m2 leegstand. Het percentage wvo leegstand van de detailhandel is bij zowel Sittard als Geleen gestegen. Bij beide zit het verschil tussen 2007 en 2012 op ongeveer 10%. Wat daarnaast opvallend is, is dat Geleen over de gehele linie een grote leegstand dan Sittard heeft gekend.



**Figuur 4.3, Percentage leegstand vkp**

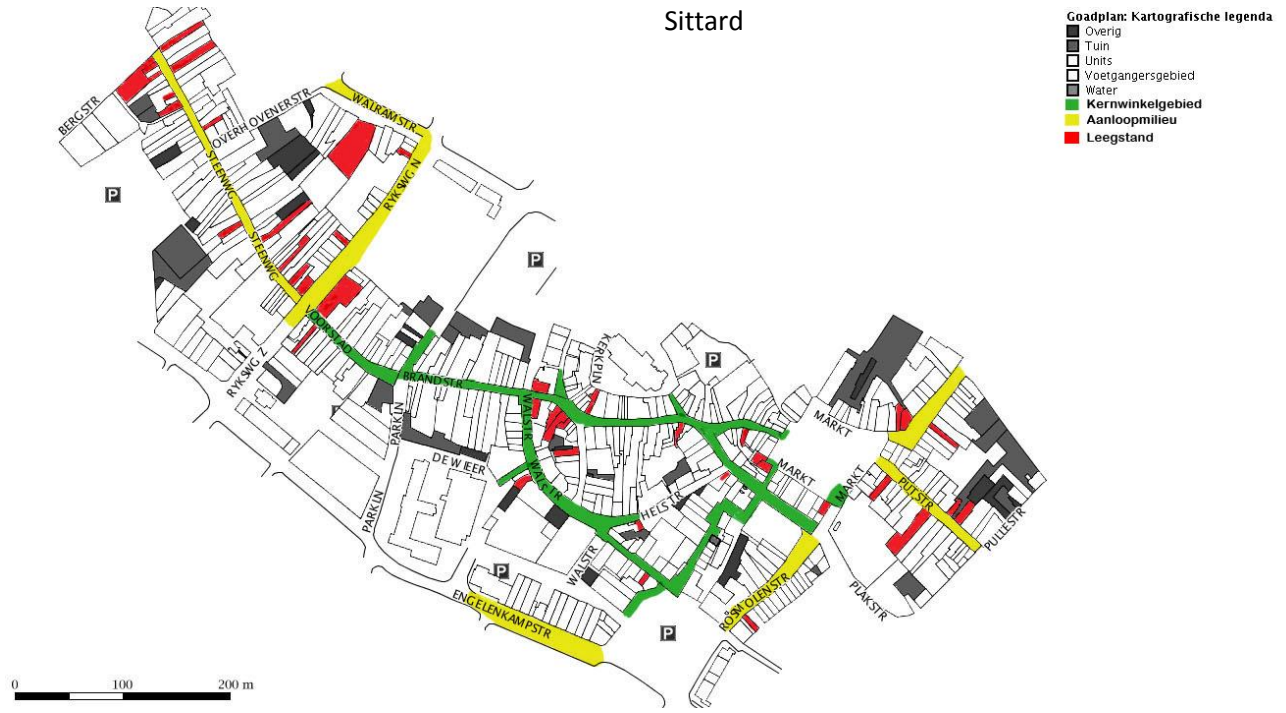
Wanneer er wordt gekeken naar de leegstandpercentages van de verkooppunten zijn deze trends niet gelijk aan de leegstand percentages van het winkel vloer oppervlak.

In Geleen is te zien dat in 2008 het aantal leegstaande winkelpanden daalt. Dit komt door de herstructureringsopgave waarbij nieuwe winkels zijn toegevoegd. De nieuwbouw trok nieuwe winkels aan waardoor het centrum van Geleen verbeterde, hierdoor werd het aantal passanten ook vergroot. Ook is te zien dat vanaf 2010 het aantal leegstaande winkels weer fors is toegenomen in Geleen.

In Sittard is te zien dat door de economische crisis het aantal leegstaande winkels is gestegen. Wel is er te zien dat in de periode 2009-2011 het aantal leegstaande winkels is afgevlakt. Maar opvallend is juist dat er vanaf 2011 zelfs een afname van leegstaande winkelpanden is geconstateerd. Dit komt door de maatregelen die de gemeente heeft genomen om de leegstand te verminderen. Dit waren maatregelen zoals het aanstellen van het centrummanagement en het schrijven van visies.

Opvallen aan deze trends is dat de leegstand in Geleen vanaf 2010 enorm is toegenomen (10% wvo en 5% vkp) terwijl de leegstand in Sittard een daling heeft ingezet.

In Figuur 4.4a en b staan de kaarten van Sittard en van Geleen weergegeven. In deze kaarten zijn de leegstaande winkelpanden rood ingekleurd. Het kernwinkelgebied is aangegeven met een groene kleur en het aanloopmilieu met een gele kleur.



*Figuur 4.4a en b, Leegstaande panden*

#### 4.3 Conclusie

De gemeente Sittard-Geleen is ontstaan door het samenvoegen van de kernen Sittard, Geleen en Born in 2001. Voorheen was er rivaliteit tussen de kernen Sittard en Geleen dat nu nog terug is te zien in de keuzes die de gemeente maakt. De gemeente wil beide kernen gelijk behandelen terwijl het verschillende soorten winkelgebieden zijn. Het feit dat het verschillende winkelgebieden zijn is te zien in de ontwikkeling van de leegstand in beide centra.

Geleen heeft een positieve impuls gehad door de herstructureringswerkzaamheden in het winkelgebied die hebben plaatsgevonden in 2008. Hierdoor is de leegstand in deze periode gedaald, vervolgens is deze echter weer enorm toegenomen vanaf 2010.

Voor Sittard is te zien dat de leegstand gestegen is ten tijde van de economische crisis. Door genomen maatregelen is er echter vanaf 2010 een stabilisatie ontstaan en vanaf 2011 een kleine afname van de leegstand.

In de huidige situatie is te zien dat de leegstand overal voorkomt in het winkelgebied. Er lijkt alleen sprake van meer leegstand in de aanloopstraten bij Sittard.

Geleen heeft dus een grotere leegstand dan Sittard, waarbij de leegstand in Geleen de laatste jaren alleen nog maar is toegenomen. De huidige situatie in Geleen kan dan ook als problematisch worden aangemerkt.





## Enquête zelfstandig ondernemers

Door middel van het afnemen van enquêtes onder zelfstandig ondernemers in Sittard en Geleen is getracht in kaart te brengen wat er in de toekomst verwacht kan worden in de centra. Deze enquête bevindt zich in bijlage 2.

De conclusies die worden getrokken zijn dus alleen van toepassing op de zelfstandig ondernemers. Het onderscheid tussen zelfstandig ondernemers en filialen is gemaakt door de gegevens hierover van Locatus te gebruiken.

In het centrum van Sittard liggen in totaal 363 winkels. Van deze winkels staan er 48 leeg. Van de winkels die niet leeg staan zijn een gedeelte filiaalbedrijven/franchisers, dit zijn er 32. Er blijven dus 283 zelfstandig ondernemers over.

Gemiddeld bestond in 2000; 69% van het winkelbestand in Nederland uit zelfstandig ondernemers (Dasselaar, 2004). In Sittard is dit 89%, Sittard heeft dus relatief veel zelfstandig ondernemers.

Er zijn echter nog 13 ondernemers niet gevraagd omdat deze straten niet meer bij het kernwinkelgebied horen. Aan de overgebleven 270 zelfstandig ondernemers zijn 132 enquêtes uitgedeeld, dit komt neer op 49%. Bij de overige winkels is geen enquête uitgedeeld omdat de ondernemers niet wilden meewerken, de winkel op het moment van uitdelen dicht was of de personen die de enquête zouden moeten invullen op vakantie waren. Van deze 132 enquêtes zijn er 104 ingevuld opgehaald (79%). Dit komt dus neer op een totale respons van alle zelfstandig ondernemers van 39%.

In het kernwinkelgebied van Geleen liggen in totaal 211 winkels. Van deze winkels staan er 45 leeg. Van de winkels die niet leeg staan zijn een gedeelte filiaalbedrijven, dit zijn er 51. Er blijven dus 115 zelfstandig ondernemers over dat neerkomt op 54,5%.

In Geleen is het percentage zelfstandig ondernemers 69%, het aantal zelfstandig ondernemers is dus hetzelfde als gemiddeld in Nederland.

Aan deze 115 zelfstandig ondernemers zijn 80 enquêtes uitgedeeld, dit komt neer op 70%.

Van deze 80 enquêtes zijn er 72 ingevuld opgehaald, dit komt neer op een respons van 90%.

Dit komt neer op een totale respons van alle zelfstandig ondernemers van 63%.

Er zijn twee enquêtes uit Sittard en vier enquêtes uit Geleen niet meegenomen in de analyse omdat deze niet volledig waren ingevuld. De ondernemers die deze enquêtes hebben ingevuld zijn bijvoorbeeld vergeten om de achterkant in te vullen of hebben een aantal vragen overgeslagen.

Er worden dus 102 enquêtes gebruikt voor Sittard en 68 enquêtes voor Geleen, er zijn dus in totaal 170 enquêtes.

Voor het uitwerken van de enquêtes zullen beschrijvende technieken (figuren) en testen worden gebruikt. De keuze voor de technieken hangt af van het type vraag en het aantal gegeven antwoorden. In bijlage 8 zijn alle tabellen te vinden van de berekeningen uitgevoerd, alleen de resultaten/relevante gegevens van de tabellen staan in het verslag zelf vermeld. Voor informatie over de testen en gehanteerde toevalsmarges zie paragraaf 2.4.

## 5.1 Oorzaken van de leegstand volgens de ondernemers

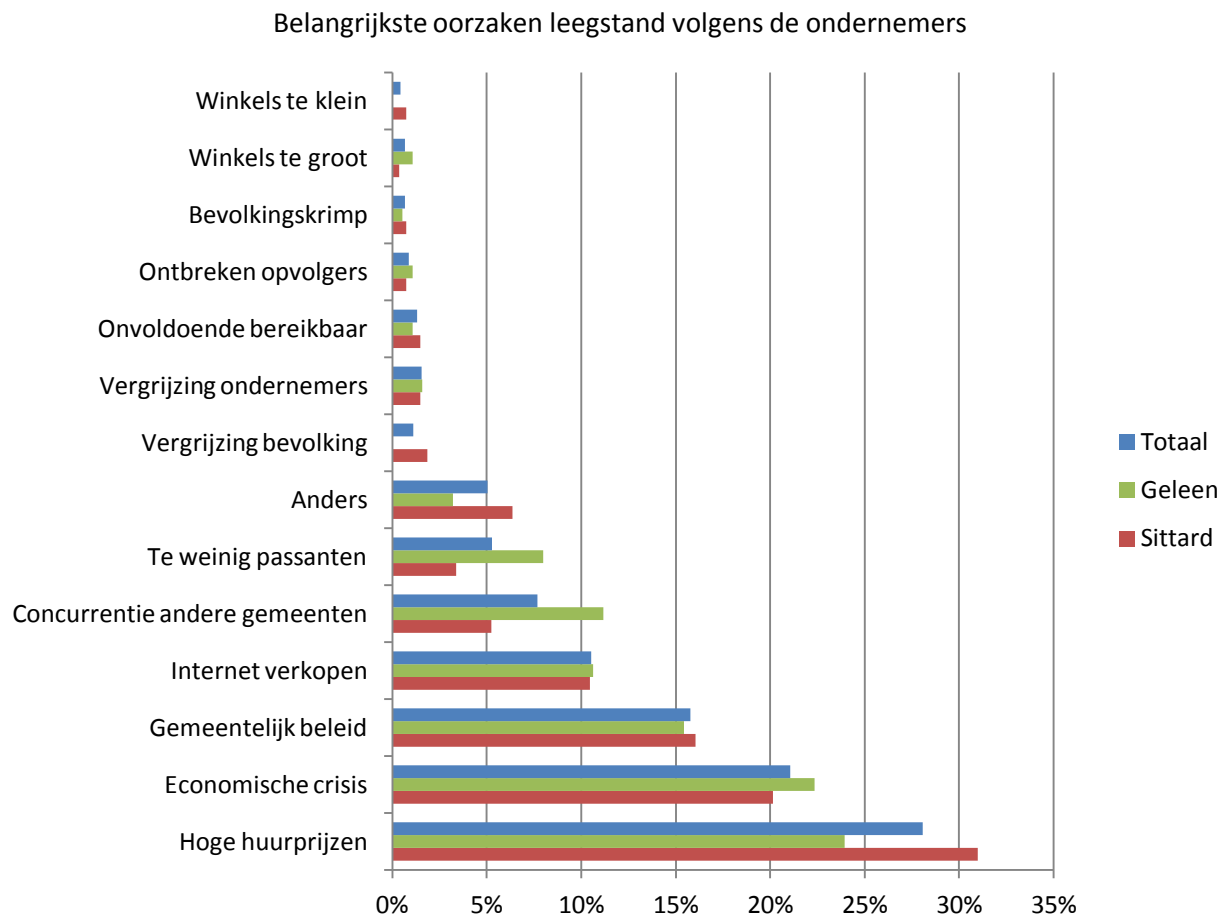
Als eerste is in kaart gebracht wat de grootste oorzaken van de winkelleegstand zijn.

Er zijn vijf eigenaren van winkelpanden in Sittard gevraagd wat zij de belangrijkste oorzaken vinden van de winkel leegstand. Zij beoordeelden het gemeentelijk beleid, de economische crisis en de bereikbaarheid als de belangrijkste oorzaken.

Bij een interview met dhr. Meijerhof (gemeente Deventer), mw. Drost (gemeente Hilversum), mw. Laarakker (gemeente Venlo) en dhr. van de Heuvel (gemeente Helmond) is gevraagd wat zij als belangrijkste oorzaken van de leegstand zagen. Hierbij beoordeelden zij de economische crisis, de vergrijzing van ondernemers en de concurrentie als belangrijkste oorzaken. Een toelichting is te vinden in bijlage 3.

Deze vraag is vervolgens ook gesteld aan de ondernemers van Sittard en Geleen.

Bij deze vraag mochten de ondernemers een maximum van drie antwoorden aankruisen. De antwoordmogelijkheden bestonden uit verschillende opties waarvan bekend is dat zij een invloed kunnen hebben op de winkelleegstand. Ook is er als optie de mogelijkheid gegeven andere oorzaken in te vullen, bij de andere oorzaken werden vooral de parkeertarieven als problematisch ervaren. In Figuur 5.1 staat weergegeven hoe vaak de antwoorden zijn gekozen.



Figuur 5.1, Belangrijkste oorzaken leegstand volgens de ondernemers

*Wat opvalt:*

Wat opvalt, is dat de ondernemers te hoge huurprijzen als belangrijkste oorzaak beschouwen van de leegstand. Dit wordt gevolgd door de economische crisis en het gemeentelijke beleid.

Om te kijken of er verschillen zijn tussen Sittard en Geleen zijn naast de totalen ook beide centra in Figuur 5.1 verwerkt. Hieruit blijkt dat er een groot verschil is bij de optie concurrentie van andere gemeenten; Geleen ervaart grotere problemen van concurrentie dan Sittard. Daarnaast ervaart Geleen ook meer problemen door te weinig passanten. Sittard ervaart juist in verhouding weer meer problemen met de huurprijs die als te hoog worden beschouwd.

De optie “andere oorzaken” is in Sittard ook meer ingevuld dan in Geleen; dit komt doordat er in Sittard meer onvrede heerst over het parkeren, en dan in het bijzonder de tarieven. Onder andere oorzaken is vooral de parkeertarieven genoemd, maar ook oorzaken zoals het verdwijnen van het ziekenhuis uit het centrum van Sittard.

Onvrede over de parkeertarieven valt overigens ook onder gemeentelijk beleid. Veel ondernemers wilde deze parkeertarieven extra benadrukken en hebben daarom de optie anders gekozen en hier de parkeertarieven ingevuld.

## 5.2 Toekomstplannen van de ondernemers

Er zijn 170 respondenten die de enquête hebben ingevuld.

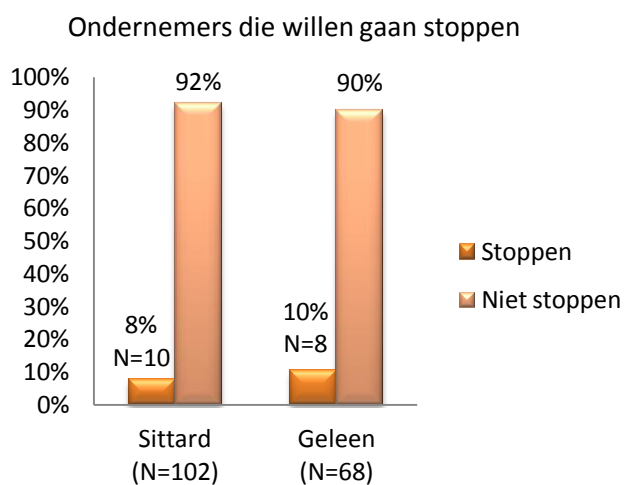
Van deze 170 respondenten willen er 18 gaan stoppen, dit komt neer op 10,6%.

Het aantal respondenten dat wil gaan verhuizen is 31, dit komt neer op 18,2%.

In deze paragraaf zal worden onderzocht of “van plan te gaan stoppen” en van “plan te gaan verhuizen” een relatie vertonen met de ligging in het centrum, of de ondernemer ook eigenaar is van het pand, de leeftijd van de ondernemer en de branche waarin de winkel zich bevindt.

### Stoppen & verhuizen in relatie tot het centrum

De enquêtes zijn zowel in Sittard als in Geleen afgenomen. Als eerste zal er worden gekeken of er een significant verschil is tussen beide centra. De tabellen behorende bij de berekeningen in dit hoofdstuk zijn opgenomen in bijlage 8.



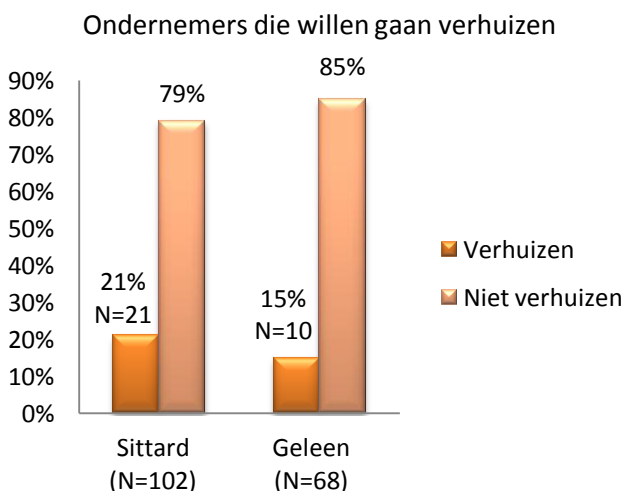
#### *Van plan zijn te gaan stoppen*

Zoals te zien in Figuur 5.2, Van plan zijn te gaan stoppen zijn beide centra zo goed als gelijk kijkende naar het percentage ondernemers dat wil gaan stoppen.

Voor de Fisher's Exact Test zal van plan zijn te gaan stoppen (ja/nee) worden uitgezet tegen de centra (Sittard/Geleen).

Uit de test valt op te maken dat de significantie (2-sided) 0,800 is en. Er is dus **geen significant verschil**.

*Figuur 5.2, Van plan zijn te gaan stoppen*



#### *Van plan zijn te gaan verhuizen*

Zoals te zien in Figuur 5.3, Van plan zijn te verhuizen zijn er meer personen in Sittard die willen verhuizen dan in Geleen. Voor de Fisher Exact Test zal van plan zijn te gaan verhuizen (ja/nee) worden uitgezet tegen de centra (Sittard/Geleen).

Uit de test valt op te maken dat de significantie (2-sided) 0,419 is. Er is dus **geen significant verschil**.

*Figuur 5.3, Van plan zijn te verhuizen*

In tabel 5.1 staan de redenen om te stoppen en te verhuizen weergegeven. Bij elke reden staat het percentage personen dat deze reden heeft gekozen. Een aantal respondenten heeft meerdere redenen ingevuld.

**Tabel 5.1, Redenen om te stoppen en te verhuizen**

| Redenen om te stoppen |        |       | Redenen om te verhuizen |        |       |
|-----------------------|--------|-------|-------------------------|--------|-------|
| Reden                 | Aantal |       | Reden                   | Aantal |       |
| Pensioen              | 8      | 40,0% | Meer passanten          | 8      | 22,2% |
| Niet meer rendabel    | 5      | 25,0% | Lagere huurprijs        | 9      | 25,0% |
| Verkopen via internet | 1      | 5,0%  | Groter pand             | 8      | 22,2% |
| Ander beroep          | 3      | 15,0% | Kleiner pand            | 1      | 2,8%  |
| Een andere reden      | 3      | 15,0% | Ander centrum           | 5      | 13,9% |
|                       |        |       | Een andere reden        | 5      | 13,9% |

Bij de percentages van redenen om te stoppen valt op dat de meeste ondernemers van plan zijn te gaan stoppen omdat ze met pensioen willen gaan. De tweede reden is stoppen omdat het bedrijf niet meer rendabel is.

De belangrijkste reden om te verhuizen is een locatie met een lagere huurprijs, gevolgd door een locatie met meer passanten en een grotere locatie. Wanneer er wordt gekeken naar de significante verschillen tussen Geleen en Sittard blijkt dat er bij de optie “verhuizen voor meer passanten” **een significant verschil** is tussen Sittard en Geleen bij  $\alpha = 0,10$  (sig. = 0,074 volgens de Fisher Exact test). In Geleen verhuizen ondernemers eerder dan in Sittard voor een locatie met meer passanten (met 90% zekerheid). In Sittard willen 14% van de respondenten verhuizen naar een locatie met meer passanten en in Geleen 50%.

**Tabel 5.2, Termijn om te stoppen en te verhuizen**

| Termijn stoppen     |        |       | Termijn verhuizen   |        |       |
|---------------------|--------|-------|---------------------|--------|-------|
| Termijn             | Aantal |       | Termijn             | Aantal |       |
| Binnen 1 jaar       | 6      | 35,3% | Binnen 1 jaar       | 11     | 35,5% |
| Tussen 1 en 2 jaar  | 5      | 29,4% | Tussen 1 en 2 jaar  | 10     | 32,3% |
| Tussen 2 en 3 jaar  | 2      | 11,8% | Tussen 2 en 3 jaar  | 3      | 9,7%  |
| Tussen 3 en 5 jaar  | 3      | 17,6% | Tussen 3 en 5 jaar  | 5      | 16,1% |
| Tussen 5 en 10 jaar | 1      | 5,9%  | Tussen 5 en 10 jaar | 2      | 6,5%  |

Één persoon was van plan om te gaan stoppen maar de termijn was nog niet bekend.

De termijn om te stoppen is voor de meeste respondenten binnen een jaar, dit wordt gevold door de respondenten die van plan zijn te stoppen tussen 1 en 2 jaar. Kijkende naar de termijn dat men van plan is te verhuizen blijkt dat de zelfde perioden weer het meeste voorkomen.

#### Conclusie:

Mensen in Sittard willen even vaak stoppen en verhuizen als mensen in Geleen.

Van de respondenten die willen gaan stoppen is voor bijna de helft van de respondenten “met pensioen gaan” de reden. Dit wordt gevolgd door van plan zijn te gaan stoppen omdat “de winkel niet meer rendabel is” en “een ander beroep” of “andere reden”.

Later in deze scriptie komt de leeftijdsopbouw van de respondenten aan bod en kan er meer gezegd worden over “met pensioen gaan” als reden om te stoppen.

Voor te gaan verhuizen is een lagere huurprijs de belangrijkste reden. Op de tweede en derde plaats staan verhuizen voor meer passanten en verhuizen naar een groter pand.

In Sittard worden hoge huurprijzen als een groter probleem aangemerkt dan in Geleen kijkende naar de leegstand. Dit heeft te maken met het feit dat de huurprijzen in Sittard ook hoger liggen dan in Geleen, maar Sittard heeft daarentegen wel meer passanten.

Voor de optie verhuizen voor meer passanten is er een significant verschil tussen Sittard en Geleen. In Geleen willen er significant meer respondenten verhuizen naar een locatie met meer passanten. In Geleen wordt "te weinig passanten" ook als groter probleem aangemerkt dan in Sittard.

Één van de problemen van Geleen blijkt dus wederom het aantal passanten te zijn. Daarnaast beoordeelt Geleen de concurrentie als een groter gevaar dan Sittard.

De reden om te verhuizen van ondernemers in Geleen is dus het aantal passanten en niet de huurprijs.

De termijn waarop de respondenten willen stoppen of verhuizen is vooral binnen één jaar. Dit betekent dat er binnen één jaar 10% wil gaan stoppen en 18% wil gaan verhuizen wat het risico op nog meer leegstand vergroot.

Er willen 31 respondenten verhuizen in Sittard-Geleen; hiervan blijven er 72,2% in hetzelfde centrum (het overige aantal heeft aangegeven te verhuizen om naar een ander centrum te gaan of, om een andere reden wat vaak thuiswerken inhoudt).

De verwachting is dat de leegstand wordt vergroot met 28 panden. Hiervan stoppen er 18 en gaan er 10 naar een andere locatie. *Er van uitgaande dat er geen nieuwe ondernemers naar de stad komen.*

Het leegstandpercentage van Sittard zou hiermee van 13,2 % naar 18,2 % stijgen. Het leegstandpercentage van Geleen zou hiermee van 20,9 % naar 25,6 % stijgen.

### Stoppen & verhuizen in relatie tot het type winkelgebied

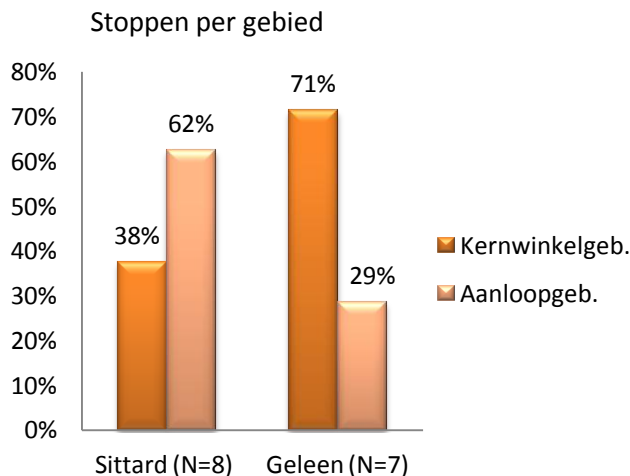
Er kan een onderscheid worden gemaakt tussen het kernwinkelgebied en het aanloopgebied. Over het algemeen hebben aanloopgebieden een grotere leegstand. In Figuur 4.4 is te zien dat de leegstand in Sittard zich vooral lijkt te bevinden in het aanloopgebied. In Geleen lijkt de leegstand juist meer verspreid te zijn.

Als eerste zal er worden gekeken of er een relatie is tussen het soort gebied en “van plan zijn te stoppen” en “van plan zijn te verhuizen” in Sittard en Geleen. Vervolgens zal dit nog een keer worden bekeken door een splitsing te maken tussen Sittard en Geleen. Een aantal respondenten heeft ervoor gekozen om de enquête anoniem in te vullen door geen straatnaam in te vullen, deze respondenten zijn dan ook niet ingedeeld onder een soort winkelgebied maar worden buiten beschouwing gelaten.

#### *Van plan zijn te gaan stoppen*

Er zijn in totaal 18 respondenten die overwegen te stoppen. Van deze respondenten bevindt 44,4% zich in het kernwinkelgebied, 38,9% zich in het aanloopgebied en 16,7% heeft de enquête anoniem ingevuld. Er lijkt dus geen sprake te zijn van een verschil tussen de gebieden. Voor de volgende testen zijn de respondenten die de enquête anoniem hebben ingevuld buiten beschouwing gelaten.

Als eerste is van plan zijn te gaan stoppen (ja/nee) uitgezet tegen het soort gebied (kernwinkelgebied/aanloopgebied). De significantie van de Fisher Exact Test is 0,791. Er is dus **geen significant verschil**. Mensen uit het kernwinkelgebied willen dus even vaak stoppen dan mensen in het aanloopmilieu.



Om te kijken of er een verschil is tussen beide centra zal dit ook worden onderzocht.

Van de respondenten die willen gaan stoppen is gekeken in welk gebied zij zich bevinden voor beide centra.

Zoals te zien in Figuur 5.4 willen in Geleen meer mensen stoppen (71%) in het kernwinkelgebied dan in Sittard (38%). Dit heeft tot gevolg dat wanneer deze respondenten ook daadwerkelijk gaan stoppen, er grote leegstand gaat ontstaan in het kernwinkelgebied van Geleen.

**Figuur 5.4, Stoppen per gebied**

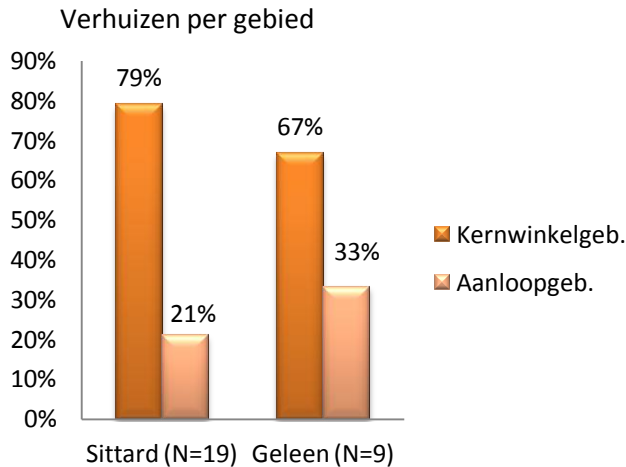
#### *Van plan zijn om te gaan verhuizen*

Er zijn in totaal 31 respondenten die overwegen om zich op een andere locatie te vestigen. Van deze respondenten bevindt 67,7% zich in het kernwinkelgebied, 22,6% zich in het aanloopgebied en 9,7% heeft de enquête anoniem ingevuld.

Er lijkt dus een verschil te zijn tussen het soort gebied en het van plan zijn te verhuizen naar een andere locatie, om te kijken of dit significant is zal er een Fisher Exact Test worden gedaan.

Voor deze test is van plan zijn te gaan verhuizen (ja/nee) uitgezet tegen het type winkelgebied (kernwinkelgebied/aanloopmilieu).

De significantie van deze test is 0,003. Er is dus **een significant verschil**. Mensen in het kernwinkelgebied willen dus significant vaker verhuizen naar een andere locatie dan mensen uit het aanloopp milieu. De Cramer's V is hier is 0,233 dus de samenhang is 23,3%.



*Figuur 5.5, Verhuizen per gebied*

Om te kijken of dit verschil bij beide centra is of alleen bij een van de twee centra zal dit ook worden onderzocht. Van de respondenten die willen gaan verhuizen is gekeken in welk gebied dat zij zich bevinden voor beide centra.

Zoals te zien in Figuur 5.5 willen in Geleen minder respondenten in het kernwinkelgebied verhuizen (67%) dan in Sittard (79%).

Dit staat tegenover het aantal respondenten uit het kernwinkelgebied dat van plan is te gaan stoppen. Hierbij zijn namelijk meer mensen in het kernwinkelgebied van Geleen die willen gaan stoppen dan in Sittard.

#### *Conclusie:*

Wanneer er wordt gekeken naar “van plan zijn te gaan stoppen” is er geen significant verschil tussen het kernwinkelgebied en het aanloopgebied. In Geleen is momenteel de leegstand gelijk in het kernwinkelgebied en het aanloopp milieu. Hier bovenop komt 22,7% van de ondernemers in het kernwinkelgebied dat van plan is te gaan stoppen.

Wanneer er naar “van plan zijn te gaan verhuizen” wordt gekeken is er een significant verschil tussen het aantal respondenten in het kernwinkelgebied dat wil gaan verhuizen en het aantal respondenten in het aanloopp milieu. Mensen uit het kernwinkelgebied willen significant vaker verhuizen.

In Sittard willen meer mensen verhuizen vanuit het kernwinkelgebied dan in Geleen. Dit zorgt voor een risico op meer leegstand in het kernwinkelgebied van Sittard. Het is alleen de vraag of mensen binnen het kernwinkelgebied verhuizen of dat zij gaan verhuizen van het kernwinkelgebied naar het aanloopp milieu of een ander centrum.

Beide kernwinkelgebieden lopen dus een kans op meer leegstand in het kernwinkelgebied van het centrum.

De reden om te stoppen in het kernwinkelgebied van Geleen is met pensioen gaan. Maar als je naar Figuur 5.8b kijkt, zijn er in Sittard relatief meer ondernemers die bijna 65 zijn.

De reden om te verhuizen in het kernwinkelgebied van Sittard is verhuizen voor een lagere huurprijs.



### Stoppen & verhuizen in relatie tot alleen huurder of ook eigenaar van het pand

In de enquête is ook de vraag gesteld of de respondent tevens de eigenaar is van het pand. Om te kijken of respondenten die huurder zijn eerder willen gaan stoppen of verhuizen dan respondenten die tevens het pand in eigendom hebben is dit getest.

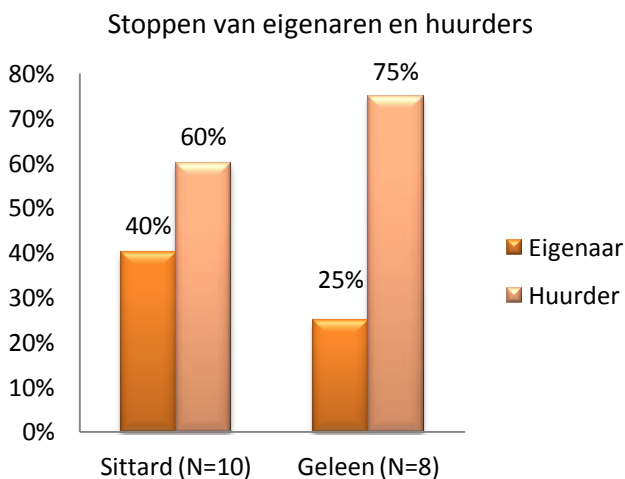
Er zijn 56 respondenten die ook de eigenaar zijn van het pand waarin de winkel is gevestigd, dit komt neer op 32,9%. Er zijn dus 114 respondenten die alleen huurder zijn.

Om te kijken of er een verband tussen eigenaar/huurder en stoppen zullen Chi-kwadraat testen worden uitgevoerd.

#### *Van plan zijn te gaan stoppen*

Als eerste wordt er gekeken naar of de respondent van plan is te gaan stoppen. Van de 56 eigenaren overwegen er zes om te gaan stoppen, dit komt neer op 10,7%.

Voor deze test is van plan zijn te gaan stoppen (ja/nee) uitgezet tegen huurder/eigenaar. De significantie uit de Fisher's Exact Test is 1,000. Er is dus **geen significant verschil** tussen of een winkel gehuurd is of in eigendom, en of de respondent aangegeven heeft van plan is te gaan stoppen.



Om te kijken of er mogelijk verschillen zijn tussen Sittard en Geleen is dit onderzocht.

Van de respondenten die willen gaan stoppen is gekeken hoeveel eigenaar zijn en hoeveel huurder per centrum.

Zoals weergegeven in Figuur 5.6 wil in Geleen 25% van de respondenten die ook eigenaar zijn stoppen en in Sittard wil 40% van deze groep stoppen. In Sittard willen dus meer eigenaren stoppen dan in Geleen.

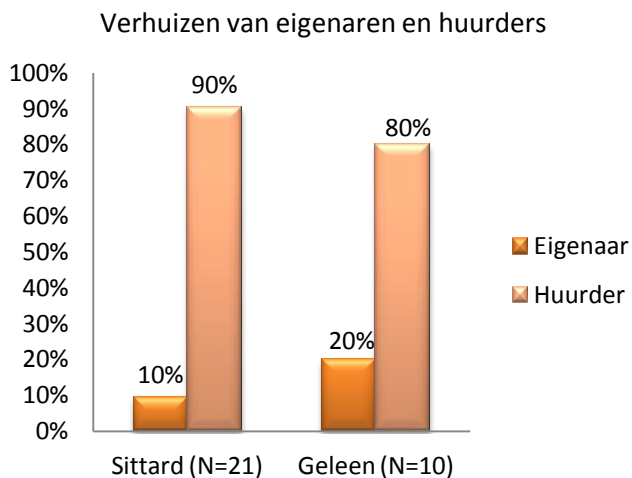
*Figuur 5.6, Stoppen van de eigenaren/huurders*

#### *Van plan zijn te gaan verhuizen*

Om te kijken of er een verband is tussen eigenaar/huurder en verhuizen zullen Chi-kwadraat testen worden uitgevoerd. Er zijn 4 van de 56 eigenaren die van plan zijn te gaan verhuizen, dit komt neer op 7%. Van het totaal aantal respondenten heeft 18% aangegeven te willen gaan verhuizen. Er lijkt dus een verschil te zijn; eigenaren gaan minder vaak verhuizen dan huurders. Voor deze test wordt van plan zijn te gaan verhuizen (ja/nee) uitgezet tegen eigenaar/huurder.

De significantie van de Fisher's Exact Test is 0,010. Er is dus **een significant verschil**. Eigenaren gaan minder snel verhuizen dan huurders. Om te kijken hoe groot deze samenhang is zal de Cramer's V worden berekend. Deze geeft een waarde van 0,201; de samenhang is dus 20,1%.

Dit is te verklaren doordat eigenaren om te verhuizen het eigen pand zouden moeten verkopen of verhuren aan iemand anders; beide opties zijn (vooral in deze tijd) erg kostbaar en/of tijdsintensief.



Om te kijken of er mogelijk verschillen zijn tussen Sittard en Geleen is dit onderzocht. Van de respondenten die willen gaan verhuizen is er gekeken hoeveel eigenaar en hoeveel huurder zijn per centrum. Zoals weergegeven in Figuur 5.7 wil in Geleen 20% van de respondenten die ook eigenaar zijn van het pand gaan verhuizen, in Sittard is dit 10%. In Geleen zijn dus twee maal zo veel eigenaren van plan om te gaan verhuizen dan in Sittard. In Sittard willen er juist meer eigenaren stoppen dan in Geleen.

*Figuur 5.7, Verhuizen van de eigenaren en huurders*

**Conclusie:**

Wanneer er wordt gekeken naar de respondenten die “van plan zijn te gaan stoppen” is er geen significant verschil tussen huurder en eigenaar.

Er zou worden verwacht dat ondernemers die ook eigenaar zijn minder snel zullen stoppen, omdat zij het pand dan ook moeten verkopen of opnieuw verhuren. Terwijl ondernemers die alleen huren moeten wachten totdat het huurcontract is afgelopen. Het blijkt dat dit dus geen rol speelt in de beslissing te willen gaan stoppen.

Bij van plan zijn te gaan verhuizen is er een significant verschil tussen ondernemers die alleen huurder zijn en ondernemers die ook eigenaar zijn. Wanneer een ondernemer die ook eigenaar is wilt gaan verhuizen moet deze zijn eigen pand verkopen of hier een nieuwe huurder voor vinden. In de huidige economische tijden zijn beide oplossingen niet ideaal. Dit resulteert in het feit dat ondernemers die ook eigenaar zijn langer in hetzelfde pand blijven zitten, vaak totdat zij willen gaan stoppen. In Sittard willen er meer eigenaren stoppen (40%) dan in Geleen (25%). In Geleen willen er juist meer eigenaren verhuizen (20%) dan in Sittard (10%).

Er kan worden verwacht dat bij van plan zijn te gaan stoppen, er een significant verschil zal gaan ontstaan in de toekomst. Aangezien er een grote groep over vijf tot tien jaar met pensioen zal gaan, zullen hier vaker de eigenaren bij zitten die momenteel nog de tijd in hun pand uitzitten, totdat zij met pensioen willen of kunnen gaan.

## Stoppen & verhuizen in relatie tot de leeftijd van de ondernemer

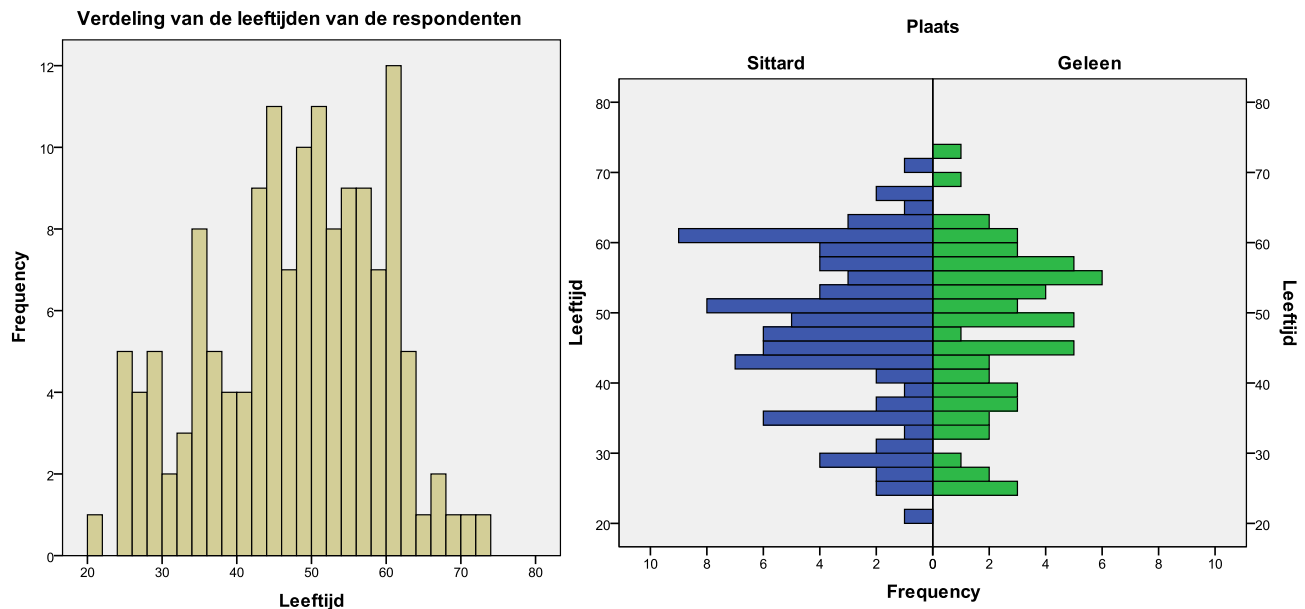
De gemiddelde leeftijd van de respondenten is 47,2 jaar, er waren 25 respondenten die de leeftijd niet hebben ingevuld. De jongste respondent is 21 en de oudste respondent is 72. De gemiddelde leeftijd van de respondenten in Sittard en Geleen is nagenoeg gelijk.

De leeftijd om met pensioen te gaan ligt momenteel in Nederland op 65 jaar. Er kan dan ook worden verwacht dat er meer oudere ondernemers van plan zijn te gaan stoppen dan jongere ondernemers.

Zoals bekend willen acht ondernemers stoppen omdat zij met pensioen willen gaan.

In deze paragraaf zal dan ook worden gekeken of leeftijd daadwerkelijk een verband vertoont met van plan zijn te gaan stoppen, of van plan zijn te gaan verhuizen.

Figuur 5.8 a en b toont twee histogrammen over de leeftijden van de respondenten voor beide steden.



*Figuur 5.8 a en b, Verdeling van de leeftijden van de respondenten*

### *Wat opvalt:*

Wat opvalt, is dat het zwaartepunt ligt tussen 50 en 65 jaar. Hieruit kan worden verwacht dat er een grote groep ondernemers de komende jaren de pensioengerechtigde leeftijd zal bereiken. Wanneer er gelijktijdig geen verjonging in de ondernemers optreedt, is er een grote kans dat er problemen zullen gaan ontstaan. Deze problemen kunnen zich bijvoorbeeld uiten in leegstand. De zogeheten babyboomgeneratie zijn de mensen die zich nu bevinden tussen de 57 en 67 jaar. Deze naoorlogse geboortegolf zorgt voor een vergrijzing van de bevolking en is terug te zien in Figuur 5.8 a en b. Kijkende naar de leeftijdsopbouw lijken Sittard en Geleen niet op elkaar. Sittard heeft wel een relatief grote groep respondenten van 60 jaar.

### *Van plan zijn te gaan stoppen*

Door middel van een t-test zal nagegaan worden of er een significant verschil is tussen de gemiddelde leeftijd van ondernemers die willen stoppen en ondernemers die niet willen stoppen. Daartoe is het van belang eerst te bepalen of de standaarddeviatie voor beide groepen gelijk is. Hiervoor wordt de Levene's Test gebruikt.

De Levene's Test geeft een significantie van 0,968. Er moet dus worden gekeken naar "Equal variances assumed" aangezien er van gelijke variantie uit kan worden gegaan. De t-test geeft een significantie (2-tailed) van 0,007. Er is dus **een significant verschil**. Oudere mensen willen significant eerder stoppen dan jongere mensen.

Er kan ook nog worden gekeken of er een verschil is wanneer er onderscheid wordt gemaakt tussen de twee centra. De Levene's Test geeft voor Sittard een significantie van 0,826 en voor Geleen van 0,596. Er moet dus worden gekeken naar "Equal variances assumed".

De significantie (2-tailed) voor Sittard is nu 0,117 en voor Geleen 0,030. Er is dus voor Sittard **geen significant verschil** maar wel **een significant verschil** voor Geleen.

In Geleen willen oudere ondernemers dus significant vaker stoppen.

#### *Van plan zijn te gaan verhuizen*

Net zoals bij "van plan zijn te gaan stoppen" zal er eerst worden gekeken naar beide centra samen.

De Levene's Test geeft hier een significantie van 0,861. Er moet dus naar "Equal variances assumed" worden gekeken. Dit geeft vervolgens een significantie (2-tailed) van 0,545. Er is dus **geen significant verschil** in "van plan zijn te gaan verhuizen" wat betreft de gemiddelde leeftijd.

Er kan wederom een splitsing worden gemaakt tussen beide centra.

De Levene's Test geeft nu een significantie voor Sittard van 0,432 en voor Geleen 0,493. Er moet dus worden gekeken naar "Equal variances assumed". Dit geeft vervolgens een significantie (2-tailed) voor Sittard van 0,794 en voor Geleen van 0,149. Er is dus wederom **geen significant verschil** kijkende naar beide centra afzonderlijk voor "van plan zijn te gaan verhuizen" en de leeftijd.

#### *Conclusie:*

Oudere ondernemers zijn significant vaker van plan om te gaan stoppen dan jongeren ondernemers. Dit komt overeen met het feit dat "met pensioen gaan" de belangrijkste reden is om te gaan stoppen. Bij de splitsing tussen de centra blijkt er geen significant verschil te zijn in Sittard en wel een significant verschil in Geleen. De gemiddelde leeftijd in beide steden is nagenoeg gelijk.

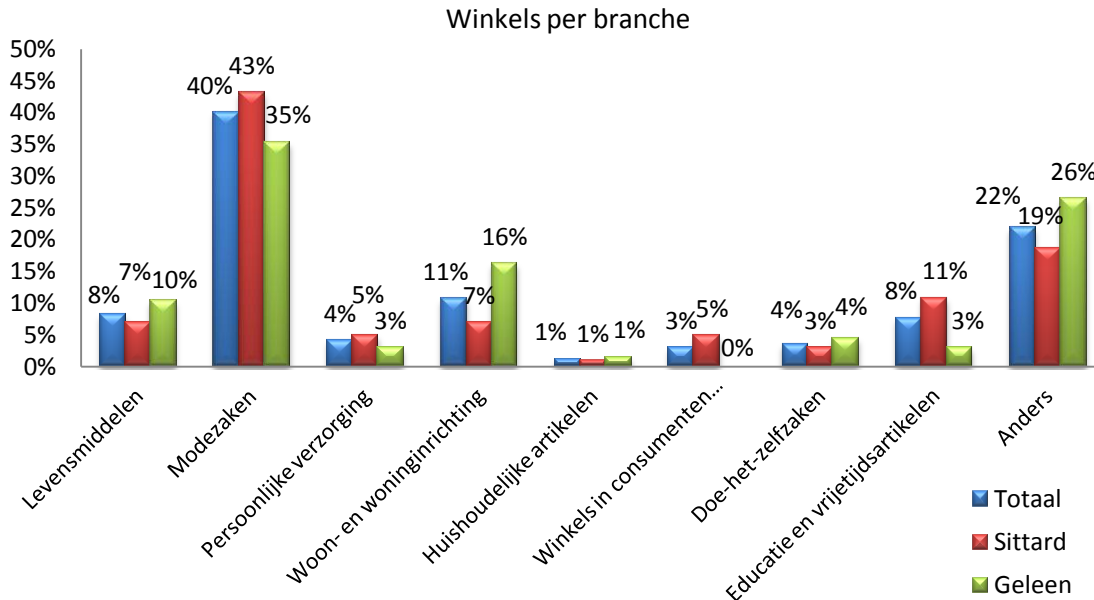
De gemiddelde leeftijd van de respondenten is 47,2 jaar. De gemiddelde leeftijd van ondernemers in Nederland was in 2007, 46 jaar (Kamer van Koophandel Nederland, 2007). Kijkende naar deze gemiddeldes ligt Sittard-Geleen net boven het landelijke gemiddelde.

Er kan dus worden verondersteld dat ondernemers die met pensioen willen gaan een groter probleem voor Sittard-Geleen lijken te zijn dan de economische situatie (en winkels die niet meer rendabel zijn). Daarnaast zal de komende jaren een groot gedeelte van de respondenten de pensioengerechtigde leeftijd bereiken.

Voor wel of niet van plan zijn te gaan verhuizen is er geen significant verschil in leeftijd tussen beide groepen ondernemers. Bij de splitsing in beide centra is er wederom geen significant verschil. Voor te gaan verhuizen is er dus geen relatie met de leeftijd van de ondernemer.

### Stoppen & verhuizen in relatie tot de branche waarin de winkel zich bevindt

In de enquête werd de respondenten de vraag gesteld in welke branche zij zich bevinden. De mogelijke antwoordcategorieën waren: levensmiddelen, modezaken, persoonlijke verzorging, woon- en woninginrichting, huishoudelijke artikelen, winkels in consumenten elektronica, doe-het-zelfzaken, educatie en vrijetijdsartikelen en anders. De optie anders werd gebruikt voor bijvoorbeeld dierenspecialzaken, juweliers/opticiens en kapsalons.



Figuur 5.9, Winkels per branche

Zoals in Figuur 5.9 te zien, omvat de grootste branche de modezaken, dit wordt gevold door de optie “anders”. Het grote aantal “anders” is te verklaren doordat deze categorie alle winkels bevat die niet pasten onder de beschrijving van de andere categorieën.

Om te onderzoeken of respondenten in bepaalde branches eerder stoppen of verhuizen dan in andere branches is er per branche gekeken hoe vaak deze toekomstkeuze voorkomt, dit is weergegeven in Figuur 5.10a en b.



Figuur 5.10a en b; Stoppen/verhuizen per branche

*Wat opvalt:*

Als eerste moet er worden vermeld dat de percentages in bepaalde gevallen zijn gebaseerd op lage aantallen. In het geval van stoppen in de branche “huishoudelijke artikelen”, en stoppen/verhuizen in de branche winkels in de consumentenelektronica, betekent dit dat deze percentages mogelijk niet representatief zijn (er bevinden slechts twee winkels in de branche huishoudelijk artikelen en vijf winkels in de branche consumentenelektronica).

Het aantal respondenten dat wil gaan stoppen is het grootste in de branche winkels in de consumentenelektronica gevolgd door de branche educatie en vrijetijdsartikelen. De branche levensmiddelen neemt een derde plek in.

Het aantal respondenten dat wil gaan verhuizen is het grootste in de branche woon- en woninginrichting. De tweede en derde plek worden ingenomen door modezaken en winkels in de consumentenelektronica.

Te zien is dat de top drie tussen stoppen en verhuizen niet gelijk zijn; de enige branche die bij beide terug komt is de branche modezaken.

Het Hoofdbedrijfschap Detailhandel (HBD) heeft een kwartaalbericht detailhandel maart 2012 geschreven, hierin staat voor verschillende sectoren cijfers over de laatste kwartalen. Hieruit blijkt dat de branches levensmiddelen, persoonlijke verzorging en doe-het-zelf zaken niet te maken hebben met een omzetzaling. Dit tegenover de branches modezaken, consumentenelektronica, woon- en woninginrichting en educatie en vrijetijdsartikelen.

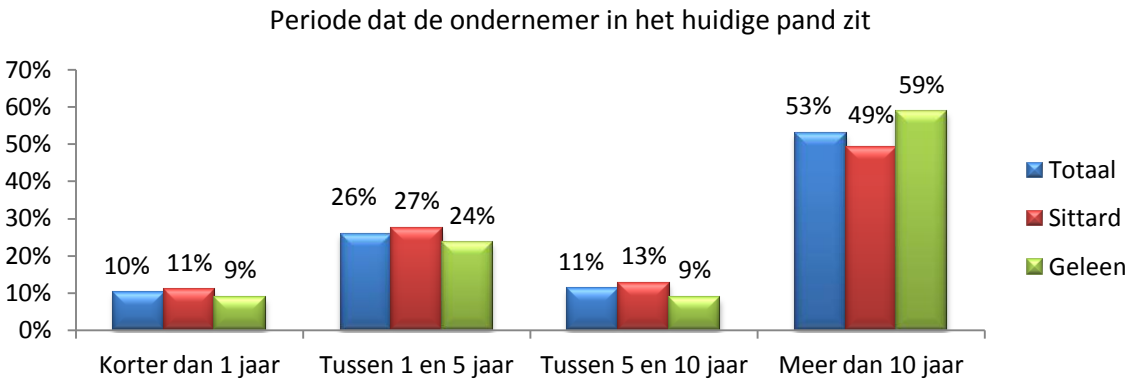
Wanneer dit wordt vergeleken met de uitkomsten van dit onderzoek, blijkt dat winkels in de branches consumentenelektronica, educatie en vrijetijdsartikelen ook het meeste willen gaan stoppen. Wat wel opvalt, is dat levensmiddelen op de derde plek staat met “van plan zijn te gaan stoppen” maar dat deze volgens HBD niet te maken hebben met een omzetzaling. Er zijn hiervoor verschillende verklaringen mogelijk; er zijn te weinig respondenten die willen stoppen waardoor mogelijk geen representatief beeld is verkregen of Sittard-Geleen verschilt hiermee met het gemiddelde van Nederland.

*Conclusie:*

De meeste winkels in Sittard-Geleen bevinden zich in de modebranche. Het aantal respondenten dat wil gaan stoppen is het grootste in de consumentenelektronica. Het aantal respondenten dat wil gaan verhuizen is het grootste in de woon- en woninginrichting. Dit komt overeen met de branches die momenteel te maken hebben met een omzetzaling.

### Stoppen & verhuizen in relatie tot de periode dat de ondernemer op de locatie gevestigd is

In de enquête is ook gevraagd hoe lang de ondernemer gevestigd is in het huidige pand. Hierbij wordt er verwacht dat ondernemers die langer in het pand zitten ouder zijn en daarom eerder willen stoppen. Uit de test op bladzijde 40 is al gebleken dat ondernemers die ouder zijn significant vaker willen stoppen dan jongere ondernemers, bij splitsing tussen de centra is het verschil significant voor Geleen maar niet voor Sittard. Wanneer er naar “van plan zijn te gaan verhuizen” wordt gekeken is uit dezelfde paragraaf al gebleken dat hier geen significant verschil is. In Figuur 5.11 staat voor de respondenten de periode weergegeven dat ze gevestigd zijn in het pand.



**Figuur 5.11, Periode dat de ondernemer in het pand zit**

#### *Wat opvalt:*

Zoals te zien in Figuur 5.11 zijn meer dan de helft van de ondernemers meer dan 10 jaar gevestigd in het huidige pand. De kleinste groepen zijn korter dan 1 jaar en tussen de 5 en 10 jaar. Wanneer Sittard en Geleen worden vergeleken is er weinig verschil te zien. Het enige dat opvalt, is dat Geleen over de eerste drie perioden steeds iets minder hoog scoort maar wel hoog scoort op de laatste periode. In Geleen zitten de ondernemers dus net iets langer in het huidige pand dan in Sittard.

Om te kijken of er een significant verschil is tussen het willen stoppen of verhuizen en de periode dat de ondernemer in het pand zit zullen er testen worden gedaan. Aangezien de periode in ordinaal niveau is gemeten en de vraag stoppen/verhuizen van nominaal niveau is zal er een Mann-Whitney U-toets worden uitgevoerd.

#### *Van plan zijn te gaan stoppen*

Als eerste wordt er gekeken naar alle respondenten en het van plan zijn te gaan stoppen. Om te kijken of er significante verschillen zijn zal van plan zijn te gaan stoppen (ja/nee) worden uitgezet tegen de perioden door middel van een Mann-Whitney U toets. De significantie is 0,482; er is dus **geen significant verschil**.

Om te kijken of er een verschil is in Sittard en Geleen afzonderlijk zal dezelfde toets worden uitgevoerd voor beide centra apart. Hieruit komt een significantie voor Sittard van 0,902 en voor Geleen van 0,588. Sittard en Geleen hebben beide **geen significante verschillen**. Er is geen verschil tussen willen stoppen tussen de verschillende perioden.

#### *Van plan zijn te gaan verhuizen*

Bij van plan zijn te gaan stoppen en de periode dat een ondernemer in een pand zit bleek geen significant verschil te zijn. Er kan dan ook worden verwacht dat er voor van plan zijn te verhuizen en de

periode in het pand geen significant verschil is. Om dit te testen zal er een Mann-Whitney U toets worden gedaan waarbij van plan zijn te gaan verhuizen (ja/nee) wordt uitgezet tegen de perioden. De significantie voor deze test is 0,508; er is dus **geen significant verschil**.

Om te kijken of er een verschil is in de centra afzonderlijk wordt de test nogmaals uitgevoerd voor Sittard en Geleen apart. Sittard heeft een significantie van 0,318 en Geleen 0,730. Wederom is er dus **geen significant verschil**. Er is geen verschil in willen verhuizen tussen de verschillende periode.

#### *Conclusie:*

Meer dan de helft van de ondernemers zitten meer dan 10 jaar in hun pand, gevolgd door de groep tussen één en vijf jaar.

Er is geen significant verschil tussen de periode dat een ondernemer in het pand zit en “van plan is te gaan stoppen”. Bij beide centra afzonderlijk is er wederom geen significant verschil.

Voor “van plan te zijn te gaan verhuizen” maakt het wederom niet uit hoe lang een ondernemer in het pand zit, ook niet bij de splitsing in beide centra.

Voor van plan te zijn te gaan stoppen of verhuizen maakt het niet uit hoe lang een ondernemer in het pand is gevestigd.

### 5.3 Conclusies enquête

Er zijn in totaal 170 ingevulde enquêtes van zelfstandig ondernemers opgehaald. Van de respondenten waren 10,6% van plan om te gaan stoppen en 18,2% om te gaan verhuizen.

De belangrijkste reden om te gaan stoppen is met pensioen gaan. Het probleem voor de gemeente is dan ook de ondernemers die gaan stoppen omdat ze met pensioen willen gaan.

De meest voorkomende reden om te gaan verhuizen is een locatie met een lagere huurprijs. In Geleen is significant vaker “meer passanten” de reden om te gaan verhuizen.

De meeste respondenten die hebben aangegeven te willen gaan stoppen of verhuizen willen dit op korte termijn doen.

In totaal wordt de leegstand dus mogelijk vergroot met 28 panden. Hiervan stoppen 18 ondernemers en gaan 10 ondernemers verhuizen naar een andere locatie. *Hierbij is er vanuit gegaan dat er geen nieuwe ondernemers naar de stad komen.*

De leegstand van Sittard zou hiermee van 13,2 % naar 18,2 % stijgen. Het leegstandpercentage van Geleen zou hiermee van 20,9 % naar 25,6 % stijgen. Wederom geldt dit in het geval dat geen nieuwe ondernemers naar de centra komen.

In Geleen willen respondenten in het kernwinkelgebied significant vaker stoppen dan in het aanloopmilieu. In Sittard willen de respondenten juist significant vaker verhuizen in het kernwinkelgebied dan in het aanloopmilieu. Beide kernwinkelgebieden lopen dan ook een risico op meer leegstand. Voor van plan zijn te gaan verhuizen is er een significant verschil tussen huurders en eigenaren. Ondernemers die ook eigenaar zijn willen significant minder vaak verhuizen dan ondernemers die huurder zijn.

In Geleen zijn oudere ondernemers significant vaker van plan om te gaan stoppen dan jongere ondernemers. Dit komt overeen met het feit dat met pensioen gaan het meeste voorkomt als reden om te stoppen.

Het aantal respondenten dat wil gaan stoppen is het grootste in de consumentenelektronica. Het aantal respondenten dat wil gaan verhuizen is het grootste in de woon- en woninginrichting. Dit komt overeen met de branches die momenteel te maken hebben met een omzetsdaling.

Meer dan de helft van de ondernemers zitten meer dan 10 jaar in hun pand.



## **Analyse van factoren die invloed kunnen hebben op de leegstand van winkels in Sittard-Geleen**

In dit hoofdstuk worden analyses uitgevoerd over gegevens van de winkelpanden. Uit literatuur blijkt dat verschillende factoren van invloed kunnen zijn op de leegstand van winkels. De algemene factoren zijn al eerder besproken, in dit hoofdstuk gaat het dan ook over de factoren die specifiek invloed hebben op winkels binnen de hoofdwinkelcentra van Sittard en Geleen.

Uit de literatuur beschreven in paragraaf 2.3 kan worden geconcludeerd dat oppervlakte van de winkel, verzorgingsgebied, passantenstromen, huurprijs, locatie, stedenbouwkundige kwaliteiten, parkeren, winkelfront en bouwjaar invloed (kunnen) hebben op het succes en daarmee ook de leegstand van een winkelpand.

Als voorbereiding is eerst alle beschikbare informatie van de gemeente en gegevens van Locatus over alle winkelpanden samengevoegd in een tabel. Deze informatie is verzameld voor alle winkelpanden omdat er op deze manier kan worden gekeken of er een verschil is tussen niet leegstaande panden en wel leegstaande panden.

Aangezien er meer factoren van invloed kunnen zijn op de leegstand, dan alleen de gegevens die bekend zijn bij de gemeente en Locatus, is dit bestand aangevuld met zelf waargenomen gegevens. Deze gegevens zijn het aantal meters winkelfront, hoekligging, huurprijzen, het type eigenaar, het aantal panden dat een eigenaar bezit, de afstand tot parkeergelegenheid, of de gebruiker ook de eigenaar is, of het een filiaalbedrijf is, de branche en de makelaar.

De winkelpanden die zijn meegenomen zijn de winkelpanden die gelegen zijn in het centrum en die door de gemeente zijn aangemerkt als winkelpand.

Er zijn verschillende factoren genoemd die een verband kunnen vertonen met de leegstand. Om te kijken of deze factoren ook daadwerkelijk een verband vertonen met de leegstand van winkelpanden, zullen een aantal analyses worden gedaan in dit hoofdstuk.

### **De statistische testen**

In dit hoofdstuk zullen verschillende statistische testen worden gebruikt om te kijken of de gestelde hypothesen ook kloppen. Leegstand (ja of nee) wordt steeds getest op verschillende variabelen. De testen zijn gebruikt om te kijken of het verschil tussen leegstand en geen leegstand ook significant samenhangt met de eerdere genoemde factoren. Wanneer er een significant verschil is, kan er met een bepaalde betrouwbaarheidsmarge worden geconcludeerd dat er een verschil is tussen leegstand en geen leegstand op de onderzochte variabelen.

In bijlage 9 zijn alle tabellen te vinden van de berekeningen uitgevoerd, alleen de resultaten/relevante gegevens van de tabellen staan in het verslag zelf vermeld. Uitleg over de testen staat in paragraaf 2.4.

## 6.1 Gemeente afhankelijke factoren (op economisch vlak)

### **Lokale koopkracht**

Koopkracht gaat om het aantal producten dat men met het inkomen kan kopen. Wanneer dit wordt bekeken voor een gebied/gemeente kan de lokale koopkracht worden bepaald.

Door het huidige begrotingsakkoord gaan vrijwel alle Nederlanders koopkracht verliezen in 2012. Het Centraal Economisch Plan (CEP) vermeldt een jaarlijkse daling van de koopkracht in de raming tot en met 2015 (Centraal Planbureau, 2012). Er kan dus een negatief beeld worden verwacht voor de bestedingen in de komende jaren.

Het gemiddeld inkomen in Limburg bedraagt € 12.700. Van de vijf grootste gemeenten in Limburg scoort Sittard-Geleen het hoogste met € 12.800, dit is wel nog 4% onder het landelijke gemiddelde (BRO, Bouwstenennota detailhandel provincie Limburg, 2011).

De Monitor Grenzeloos winkelen uit 2009 geeft aan dat de regio Sittard-Geleen een gevarieerd beeld laat zien. Winkelgebieden die worden bezocht door inwoners van de gemeente zijn vooral Heerlen, Belgisch Limburg Zuid en Maastricht. Veel bestedingen vinden ook plaats in de regio Roermond en Aken. De regio kende een beperkte stijging van de bestedingen buiten de eigen regio in 2009 ten opzichte van 2007. Vooral Roermond heeft hier de positieve effecten van ondervonden, Roermond is dan ook een grote concurrent. In Sittard-Geleen zijn tevens in 2007-2009 de inkomende bestedingen iets gedaald en de uitgaande bestedingen toegenomen (BRO, 2009). Wanneer het aantal uitgaande bestedingen blijft toenemen, kan dit negatieve effecten hebben voor de gemeente. Het is dus belangrijk om aantrekkelijk te blijven als winkelgebied.

### **Verzorgingsgebied**

Sittard-Geleen is het verzorgingscentrum voor haar directe omgeving. Dit zijn de gemeenten Stein, Beek, Schinnen, Echt-Susteren en Onderbanken (Bal, 2006). Daarnaast kan vooral Duitsland ook als een verzorgingsgebied worden aangemerkt en voornamelijk de plaatsen Heinsberg en Geilenkirchen. Veel van deze steden hebben ook een eigen winkelcentrum, wanneer deze worden uitgebreid kan dit betekenen dat het verzorgingsgebied van Sittard-Geleen wordt verkleind.

De omvang van het winkelcentrum van Sittard past niet bij het aantal inwoners. De omvang van het winkelcentrum laat zich beter vergelijken met het aanbod in centra van kernen van circa 75.000 inwoners (stedelijk gebied Sittard, Geleen, Munstergeleen) (Droogh Trommelen en partners, 2007). Hierbij komt dat het centrum van Geleen ook te veel winkelvloeroppervlakte heeft voor het aantal inwoners dat zij telt. Beide centra apart hebben te veel winkels voor het verzorgingsgebied dat zij bedienen. Wanneer er dus naar de hele gemeente wordt gekeken moeten er maatregelen worden genomen om beide centra gezond te houden, of moet er worden gekozen voor het zich vooral richten op een van de twee centra.

### **Bevolkingssamenstelling**

De bevolking van Sittard-Geleen daalt sinds 2000. De ideale situatie voor de leeftijdsopbouw is een zogeheten piramide, echter is er bij Sittard-Geleen duidelijk sprake van een naoorlogse babyboom. Het zwaartepunt van de leeftijden ligt in 1995 op de categorie 20-59 jaar. Er wordt verwacht dat deze in 2020 ligt op 40-74 jaar (Gemeente Sittard-Geleen, 2008).

Er is dus sprake van een ontgroening en vergrijzing, aangevuld met een migratie van de categorie 20-39 jaar. De grijze druk zal steeds meer gaan toename bij een afname van de beroepsbevolking.

Het aantal huishoudens zal wel nog toenemen in Sittard-Geleen, wel zal elk huishouden dan minder personen tellen. Het aantal personen dat onder het verzorgingsgebied valt zal dus nog verder afnemen.

### **Concurrentie met andere gemeenten**

Sittard ondervindt concurrentie van verschillende steden. Winkelgebieden in de omgeving van Sittard-Geleen met een (boven)regionale functie zijn de centra van Maastricht, Heerlen en Roermond (inclusief het Designer Outlet Centre), de Woonboulevard Heerlen en Maasmechelen Village in België.

Ook ondervindt Sittard concurrentie van gemeenten in België en Duitsland.

Vanuit België zijn dit de plaatsen Maasmechelen en Maaseik. De dichtstbijzijnde Duitse plaatsen zijn Heinsberg en Geilenkirchen. Hierbij moet wel opgemerkt worden dat de Duitse plaatsen ook weer zorgen voor afvloeien naar Sittard toe.

Andere gemeenten in de buurt die geen grote concurrent zijn maar wel in het verzorgingsgebied vallen zijn Beek met het overdekte winkelcentrum Makado, Stein en Echt hebben uitbreidingsplannen.

Roermond is een grote concurrent geworden van Sittard sinds de bouw van het Outlet Centre. Het Centre bevat meer dan 150 winkels met verschillende merken dat is vormgegeven door een soort "dorp" te creëren van winkels. Het Centrum is zeven dagen per week open, heeft een parkeertarief van drie euro per dag en een makkelijke looproute naar het centrum van de stad. Veel ondernemers geven ook aan dat zij Roermond als een grote concurrent, zien mede door de gemakkelijke bereikbaarheid en het lage parkeertarief.

### **Nieuwe bouwplannen van winkels**

Het centrum van Geleen is gerevitaliseerd door een groot nieuwbouwproject opgeleverd in 2008, bij deze plannen zijn grote winkels toegevoegd die nu zijn bezet door H&M, New Yorker, Hema, van Haren etc.

Sittard heeft één nieuwbouwplan met retail toevoeging op tafel liggen, dit project de Dobbelsteen genaamd zal worden opgeleverd in 2016.

In deze nieuwbouw komt een hogeschool, retail, een museum, de bibliotheek, het filmhuis, een parkeergarage, een fietskelder en zal worden aangevuld met appartementen. De toegevoegde hoeveelheid retail zal bestaan uit winkels met een grote oppervlakte die momenteel nog niet aanwezig zijn in de stad. Met deze retail wil men bovenregionale trekkracht genereren. Sittard wil hiermee de Dobbelsteen als nieuwe trekker binnen de stad positioneren. In de invulling wil men grootschalige ontbrekende retailformules die complementair zijn aan het bestaande winkelaanbod. Verplaatsers zijn dan ook niet gewenst.

De winkel vloeroppervlakte (wvo) die zal worden toegevoegd door de Dobbelsteen bedraagt 12.500 m<sup>2</sup> bvo. In 2007 had Sittard een wvo van 107.000 m<sup>2</sup> en Geleen van 70.000 m<sup>2</sup>, de hele gemeente bezit 196.000 m<sup>2</sup> wvo. Wanneer dit wordt vergeleken met gemeenten van gelijke omvang blijkt dat Sittard-Geleen te veel winkels heeft voor het huidige verzorgingsgebied (Droogh Trommelen en partners, 2007). Daarnaast heeft Sittard-Geleen nog plannen om het winkelvloeroppervlak uit te breiden doormiddel van de Dobbelsteen (zie bijlage 7).

### **Beleid**

Er zijn verschillende gemeentelijke beleidsstukken die betrekking hebben op de winkels in de gemeente. Hier zullen verschillende relevante beleidsstukken kort worden toegelicht.

#### *Retailstructuurvisie*

In oktober 2007 is de laatste versie van de retailstructuurvisie voor Sittard-Geleen geschreven. Deze visie is het vervolg van de visie uit 2003 die geactualiseerd diende te worden. Het doel van de retailstructuurvisie is het geven van een helder gemeentelijk kader voor het te voeren ruimtelijk detailhandelsbeleid. Bij de visie wordt ingezet op het versterken van de concurrentiepositie van Sittard-Geleen.

#### *PDV-locaties gemeente Sittard-Geleen adviesnotitie*

In mei 2009 is de adviesnotitie afweging PDV locaties gemeente Sittard geschreven. De notitie dient als onderbouwing voor de veranderde koers van de PDV locaties. Het voorstel is om de perifere winkels op één locatie te vestigen en uitbreiding op andere locaties te voorkomen.

#### *Toekomstvisie routing binnenstad Sittard*

De toekomstvisie routing binnenstad is geschreven in december 2011. Het doel is een visie te geven over de afstemming van de inrichting van de openbare ruimte op de toekomstige functie van de verschillende deelgebieden in de binnenstad. Het is een aanvulling op de eerder geschreven retailstructuurvisie.

#### *Functie- en brancheprofielen binnenstad Sittard*

Als aanvulling op de retailstructuurvisie en de toekomstvisie routing binnenstad wordt er momenteel gewerkt aan de functie- en brancheprofielen voor de binnenstad van Sittard. Door middel van dit stuk wil de gemeente een strategische visie vastleggen op de gewenste functieprofielen van de verschillende deelgebieden in de binnenstad.

#### *Nota aanpak leegstand (en verkrotting)*

De Nota aanpak leegstand (en verkrotting) is geschreven in november 2010. Kijkende naar de winkels zegt de nota dat eerst naar de mogelijkheden van bestaande leegstaande panden moet worden gekeken voordat er nieuwbouw mogelijk is. Dit is alleen mogelijk als het bestemmingsplan de doeleinden toelaat.

#### *Biënnale leegstand en herbestemming*

De biënnale is geschreven in november 2011 onder de naam "winkelweg". Het gaat over het plannen van een aanpak en het opzoeken van potenties om te komen tot een toekomstscenario voor de Steenweg Sittard.

#### *Masterplan Openbare Ruimte binnenstad Sittard*

Het Masterplan Openbare Ruimte binnenstad Sittard is geschreven in oktober 2010. Het omvat principeoplossingen voor de cruciale onderdelen in de openbare ruimte en definieert materialen en sfeer voor de openbare ruimte. Het fungeert als programma van eisen voor het uitwerken van plannen in de binnenstad.

#### *Masterplan Zitterd Revisited*

Dit is een globaler plan en omvat plannen voor het centrum van Sittard. In het kort houdt dit masterplan in, het vormgeven van het brengen van nieuw leven naar de stad, en de kwaliteit van de bestaande ruimtelijke structuren te herstellen en versterken; terug naar de historische kern van de stad. Plannen die onder dit masterplan vallen zijn de Dobbelsteen met toevoeging van winkelvloeroppervlak, de oude ziekenhuislocatie dat een groene bestemming zal krijgen, herontwikkeling van het Kloosterkwartier met culturele functies, en de Engelenhof met verschillende wooneenheden. Zichtlijnen naar de kerk worden verbeterd, en de wal en gracht in ere hersteld.

## 6.2 Consumenten

Zoals beschreven in de trends in hoofdstuk 3 hebben er veranderingen plaatsgevonden in de consumenten voorkeuren met betrekking tot winkelen. Vanuit de historie zijn er fijnmazige winkelstructuren ontstaan in steden, deze structuren komen steeds meer onder druk te staan. Voorkeuren van de huidige consumenten voldoen niet meer (altijd) aan deze fijnmazige structuren. Het aantal winkels in een winkelcentrum is toegenomen, de huidige consument verwacht een basisaanbod van bepaalde winkels in ieder centrum, dat veelal filiaalbedrijven zijn. De groei van het aantal filiaalbedrijven ging samen met steeds groter wordende winkels en resulteerde in een grotere winkelvloeroppervlakte per stad. Het aanbod is dan ook een van de belangrijkste keuzecriteria. Wil een centrum consumenten trekken moet zij dus zorgen dat zij zich onderscheidt van andere centra. Dit onderscheidend vermogen is veelal te vinden in belevingswaarde dat het centrum uniek maakt. Een deel van deze beleving is te vinden in horeca, terwijl een ander deel te vinden is in extra's die de stad biedt.

Naast het "standaard aanbod" en beleving is er ook nog een andere belangrijke ontwikkeling. Consumenten zijn steeds meer bereid om grotere afstanden af te leggen om de winkelbeleving te krijgen. Een mix van attractieve winkels kan als compensatie dienen voor een grotere afstand die de consument ervoor moet afleggen om het centrum te bereiken, of kan dienen als compensatie voor het feit dat het centrum een kleinere omvang heeft (Oppewal & Timmermans, 1997).

Eigenlijk worden consumenten dus steeds kieskeuriger en verwachten meer van een centrum. Andere belangrijke factoren voor een consument zijn: bereikbaarheid, parkeergelegenheid, enz. De veranderende consumentenvoorkeuren worden ook duidelijk uit het feit dat steeds meer aankopen worden gedaan op het internet. De grootste veranderingen in winkelgedrag zijn door de trends technologie, economie, regelgeving en globalisatie (Shankar, Inman, Mantrala, Kelley, & Rizley, 2011). Het is belangrijk voor de retailers om te innoveren om consumenten aan te blijven spreken. Consumentgerichte marketing kan een manier zijn om dit te bereiken. Deze marketing maakt steeds meer gebruik van de nieuwe technieken die de social media biedt.

Consumenten hebben de neiging het budget dat zij in gedachte hadden aan te passen terwijl zij aan het winkelen zijn (Stilley, Jeffrey, Inman and Kirk, & Wakefield, 2010a). Dit komt doordat zij vaak ook ongepland aankopen tijdens het winkelen.

Kwaliteiten voor een uitnodigende winkelomgeving voor toeristen zijn variatie van producten en uniekheid. Een variatie in winkels, horeca voorzieningen, goede loopgebieden en dus een multifunctionele omgeving dat levend aan doet zijn belangrijk (Jansen-Verbeke, 1998). De winkelomgeving en attractiviteit hiervan zijn dus een belangrijke keuzecriteria voor consumenten in het kiezen voor een winkelcentrum.

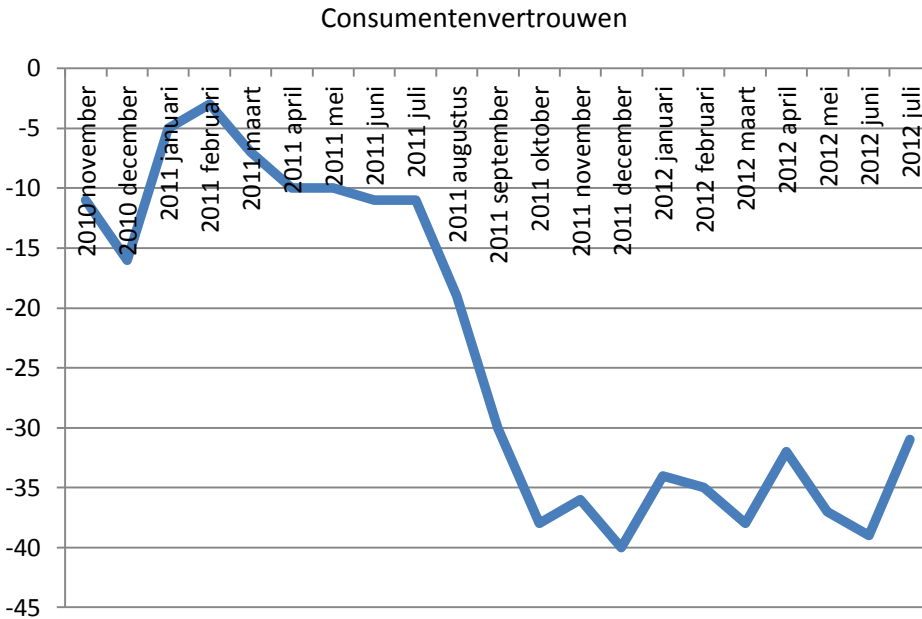
Er kan ook een verschil worden aangemerkt tussen het winkelgedrag van mannen en vrouwen. Volgens Goldsmith, Flynn & Clark (2011) vinden mannen materiële zaken belangrijker voor hun geluk dan vrouwen. Daarnaast blijkt dat vrouwen hoger scoren op winkelwaarden dan mannen.

### **Consumentenvertrouwen**

Het consumentenvertrouwen wordt gemeten door middel van een maandelijks Consumenten Conjunctuuronderzoek uitgevoerd door het Centraal Bureau voor de Statistiek (CBS).

Het consumentenvertrouwen wordt bepaald door het economisch klimaat en de koopbereidheid.

Figuur 6.1 geeft het consumentenvertrouwen aan tussen november 2010 (toen was de huidige crisis al gestart) tot juli 2012.



*Figuur 6.1, Consumentenvertrouwen*

Zoals te zien in Figuur 6.1 was het consumentenvertrouwen al negatief in november 2011, deze daling is ingezet in september 2007.

Tevens zijn de Nederlanders nog pessimistisch over het economische klimaat voor volgend jaar. In Nederland is het consumentenvertrouwen dit jaar zelfs harder gedaald dan in andere Europese landen (Elsevier, 2012).

Wanneer er een laag consumentenvertrouwen is letten de consumenten meer op waar zij geld aan uit geven. Grote aankopen zoals meubels, wasmachine en een auto worden uitgesteld.

Onzekerheden over pensioenen, de huizenmarkt, de arbeidsmarkt en vele politieke beslissingen die nog genomen moeten gaan worden, zijn ook niet positief voor het consumentenvertrouwen.

Wanneer er wordt gekeken naar het bestedingspatroon van huishoudens is in mei 2012 1,9% minder besteed dan in mei 2011 (Centraal Bureau voor de Statistiek, 2012).

Een negatief consumentenvertrouwen heeft invloed op het bestedingspatroon. Bij een laag bestedingspatroon is het voor retailers moeilijker om voldoende omzet te draaien om een positief resultaat te verkrijgen. Deze situatie heeft tot gevolg dat ondernemers vaker moeten stoppen omdat de winkel niet meer rendabel is – er zijn te weinig opbrengsten in verhouding met de vaste uitgaven. Dit heeft tot gevolg dat een daling in het consumentenvertrouwen resulteert in een grotere kans op leegstand van winkels.

### 6.3 Leegstand in relatie tot de locatie van de winkel

#### **Leegstand per straat en typering**

Als eerste zal er onderzocht worden hoe groot de leegstand van winkels in het centrum van Sittard en Geleen is.

In het centrum van Sittard zijn in totaal 363 winkelpanden. Een winkel wordt als winkel aangemerkt wanneer deze zo staat geregistreerd bij de afdeling Belastingen van de gemeente.

In het centrum van Sittard staan momenteel 48 winkelpanden leeg dat neerkomt op 13,2%.

In het centrum van Geleen staan 44 winkelpanden leeg dat neerkomt op 20,9%.

Kijkende naar de winkels kan er een onderverdeling worden gemaakt in twee soorten winkelgebieden; het kernwinkelgebied en het aanloopmilieu.

Een aanloopstraat behoort tot het B of C locatiesegment en vervult in vele gevallen een verbindingsfunctie, de naam "aanloop" geeft al aan dat het dient om een ander gebied te bereiken.

De bekendste aanloopstraten in Sittard zijn de Steenweg, de Putstraat, de Paardenstraat en de Rosmolenstraat. Voor Geleen zijn dit Rijksweg Centrum, Groenweg en de Annastraat.

Hier tegenover staat het kernwinkelgebied met bijvoorbeeld de Brandstraat, Limbrichterstraat en de Paradijsstraat in Sittard en de Markt, Salmstraat en Raadhuisstraat in Geleen.

Aanloopstraten hebben over het algemeen als eerste te maken met de leegstand. Het aantal passanten ligt er lager wat weer als uitwerking heeft dat de huurprijs lager is. Het positieve van een aanloopstraat is dat deze kunnen zorgen voor het onderscheidende karakter van een stad.

Locatus geeft aan dat het verschil in leegstand tussen de A1 locaties en de C locaties erg groot is, zij geven een verschil aan van 10,3% in het percentage leegstand tussen deze twee locaties (Locatus, 2012). Aanloopstraten worden gekenmerkt door een achterblijvende kwaliteit van vastgoed, achterblijvende courantheid van vastgoed, achterblijvende kwaliteit van ondernemingen en typerend branchepatroon, en achterblijvende veiligheid (Hofland, 2008).

Bressers (2011) maakt een onderscheid tussen vijf typen aanloopstraten. Het eerste type is de aanloopstraat met bronpunt voor de auto, het tweede is aanloopstraat met bronpunt voor de voetganger, het derde is de solitaire aanloopstraat, het vierde is de uitwaaier voetganger en de laatste is de uitwaaier auto. Zij stelt dat de aanloopstraat met bronpunt doorgaans goed functioneert. De solitaire aanloopstraat kent veel leegstand en wordt doelbewust bezocht. De uitwaaiers hebben ook minder potentie om echt te functioneren en kennen veel leegstand.

Het bronpunt betekent dat de mensen vanuit een parkeergarage of station door de aanloopstraat lopen om een ander punt te bereiken. De solitaire aanloopstraat moet het hebben van de mensen die een doelbewuste aankoop daar komen doen. De uitwaaier is een aanloopstraat die in de loop van de tijd zal gaan verdwijnen, de leegstand groeit en de straat wordt niet meer echt betrokken bij het winkelgebied. Aanloopstraten lopen in de meeste gevallen dus het grootste risico op leegstand, het zijn echter door de lage huren ook kansrijke gebieden voor startende ondernemers. Door de huidige economische situatie is er stagnatie in het aantal nieuwe ondernemingen die starten. Daarnaast is er het feit dat veel winkels het momenteel moeilijk hebben, ook de winkels in de aanloopgebieden.

*De verwachting wordt als volgt gesteld:*

*Er is meer leegstand in de aanloopstraten dan in de hoofdwinkelstraten.*

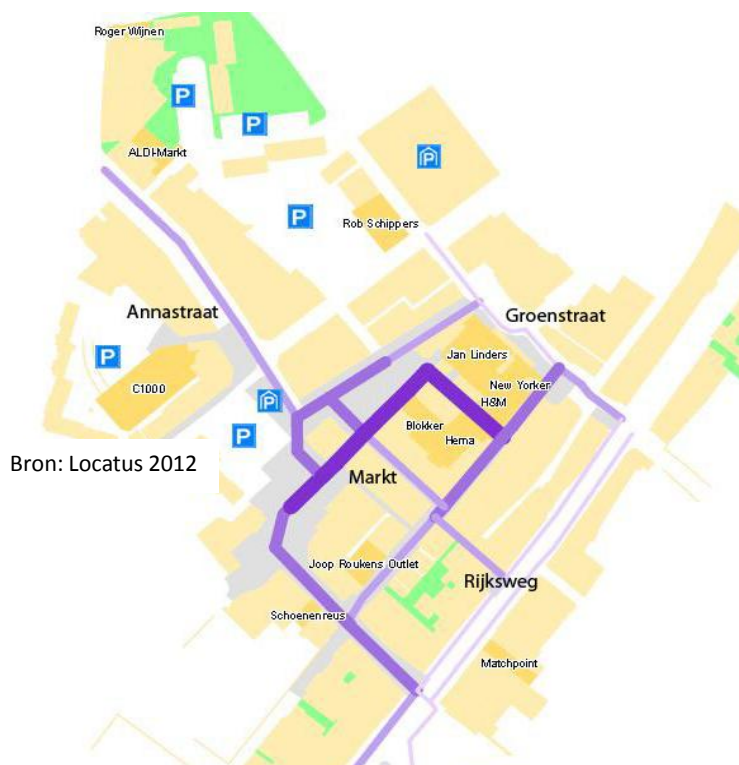




Bron: Locatus 2011

*Figuur 6.2, Kaart Sittard*

In Figuur 6.2, Kaart Sittard wordt de winkelstructuur van Sittard weergegeven. In deze afbeelding staat het druktebeeld weergegeven dat Locatus heeft gemeten in 2011. Hoe donkerder de kleur paars hoe meer passanten op deze plek zijn gemeten.



Bron: Locatus 2012

*Figuur 6.3, Kaart Geleen*

In Figuur 6.3, Kaart Geleen staat het centrum van Geleen. In deze afbeelding staat het druktebeeld weergegeven dat Locatus heeft gemeten in 2012.

Wat opvalt, is dat Sittard veel meer passanten heeft dan Geleen. Tevens heeft Sittard een groter gedeelte met “veel” passanten dan Geleen. Dit maakt Geleen een heel ander type winkelgebied.

Door de gemeente is Sittard aangemerkt als hoofdwinkelcentrum en Geleen als wijkwinkelcentrum plus. Dit verklaart mede het feit dat Geleen een kleiner centrum is met minder passanten. Er kan dan ook worden verwacht dat er in de testen verschillende uitslagen zullen komen voor Sittard en Geleen.

Bron: Locatus 2012



In de onderstaande tabel 6.1a en b en tabel 6.2 a en b staan het aantal winkels per straat aangegeven en de leegstand. Voor de straten met minder dan 10 winkels is geen percentage van de leegstand weergegeven; dit is omdat het percentage een vertekend beeld geeft door het lage aantal winkels.

*Tabel 6.1a en b, Leegstand per straat in Sittard*

**Kernwinkelgebied Sittard**

| Straat            | Aantal winkels | Aantal leegstaande winkels | Percentage leegstand |
|-------------------|----------------|----------------------------|----------------------|
| Begijnenhofstraat | 2              | 0                          |                      |
| Brandstraat       | 26             | 0                          | 0,0%                 |
| De Wieër          | 1              | 0                          |                      |
| Gruizenstraat     | 12             | 0                          | 0,0%                 |
| Haspelsestraat    | 3              | 0                          |                      |
| Heinseweg         | 2              | 0                          |                      |
| Helstraat         | 6              | 1                          |                      |
| Kerkstraatje      | 2              | 0                          |                      |
| Limbrichterstraat | 59             | 8                          | 13,6%                |
| Markt             | 7              | 3                          |                      |
| Misboekstraat     | 9              | 1                          |                      |
| Molenbeekstraat   | 8              | 1                          |                      |
| Nieuwstraat       | 2              | 0                          |                      |
| Paradijsstraat    | 12             | 1                          | 8,3%                 |
| Tempelplein       | 8              | 0                          |                      |
| Voorstad          | 23             | 2                          | 8,7%                 |
| Walstraat         | 18             | 1                          | 5,6%                 |
| Totaal            | 200            | 18                         | 9,0%                 |

**Aanloopp milieu Sittard**

| Straat              | Aantal winkels | Aantal leegstaande winkels | Percentage leegstand |
|---------------------|----------------|----------------------------|----------------------|
| Steenweg            | 69             | 12                         | 17,4%                |
| Stationsstraat      | 10             | 1                          | 10,0%                |
| Stationsplein       | 6              | 0                          |                      |
| Stationsdwarsstraat | 1              | 0                          |                      |
| Rosmolenstraat      | 13             | 1                          | 7,7%                 |
| Rijksweg Zuid       | 2              | 0                          |                      |
| Rijksweg Noord      | 17             | 4                          | 23,5%                |
| Putstraat           | 16             | 6                          | 37,5%                |
| Engelenkampstraat   | 5              | 0                          |                      |
| Brugstraat          | 4              | 1                          |                      |
| Paardestraat        | 17             | 4                          | 23,5%                |
| Walramstraat        | 2              | 1                          |                      |
| Linde               | 1              | 0                          |                      |
| Totaal              | 163            | 30                         | 18,4%                |

*Wat opvalt:*

Zoals te zien in tabel 6.1a en b verschilt het percentage leegstaande winkels per straat. Het verschil in de percentages is mogelijk te verklaren door het aantal passanten dat door de straat loopt, maar dit zal later in deze paragraaf verder worden onderzocht.

Wat daarnaast opvalt, is dat procentueel gezien de grootste leegstand voorkomt in de aanloopstraten; in het bijzonder de Putstraat, gevolgd door de Rijksweg Noord (Sittard) en de Paardestraat.

Dit komt overeen met de verwachting dat de leegstand het grootste is in de aanloopstraten.

Hierbij is wel de uitzondering dat het percentage leegstand in de Rosmolenstraat met 7,7% mee valt.

Wel moet er worden opgemerkt dat er in deze straat meer panden leeg staan, deze panden hebben echter een kantoorbestemming (en geen winkelbestemming) waardoor zij niet zijn opgenomen in dit onderzoek. Dit komt door de methodiek gehanteerd door de afdeling Belastingen voor het aanmerken van winkelpanden als winkelbestemming.

**Tabel 6.2a en b, leegstand per straat in Geleen**

**Kernwinkelgebied Geleen**

| Straat         | Aantal winkels | Aantal leegstaande winkels | Percentage leegstand |
|----------------|----------------|----------------------------|----------------------|
| Anseburgstraat | 8              | 2                          | 25,0%                |
| Gravenstraat   | 5              | 0                          |                      |
| Markt          | 33             | 5                          | 15,2%                |
| Marktpad       | 3              | 0                          |                      |
| Passage        | 6              | 0                          |                      |
| Raadhuisstraat | 23             | 8                          | 34,8%                |
| Salmstraat     | 34             | 7                          | 20,6%                |
| Totaal         | 112            | 22                         | 19,6%                |

**Aanloopp milieu Geleen**

| Straat                  | Aantal winkels | Aantal leegstaande winkels | Percentage leegstand |
|-------------------------|----------------|----------------------------|----------------------|
| Agnes Printhagenastraat | 6              | 1                          |                      |
| Annapad                 | 1              | 0                          |                      |
| Annastraat              | 29             | 5                          | 17,2%                |
| Groenstraat             | 10             | 4                          | 40,0%                |
| Mauritslaan             | 5              | 2                          |                      |
| Rijksweg Centrum        | 43             | 9                          | 20,9%                |
| Elisabethstraat         | 5              | 1                          |                      |
| Totaal                  | 99             | 22                         | 22,2%                |

*Wat opvalt:*

Wat opvalt, is dat het percentage leegstand in het aanloopp milieu niet veel hoger is dan het percentage leegstand in het kernwinkelgebied. Dit is opvallend omdat dit wel werd verondersteld en is gebleken in Sittard. Hierdoor zal er waarschijnlijk in Geleen ook geen verband zijn tussen leegstand en het kernwinkelgebied/aanloopp milieu.

Het laagste leegstandpercentage is te vinden op de markt, dit is ook het gebied met de meeste passanten en hier bevinden zich ook cafés, wat het belevingsaspect verhoogt.

Om te testen of het verschil in leegstand tussen de aanloopstraten en het kernwinkelgebied significant is zullen er Chi-kwadraat testen worden gedaan.

Bij deze test wordt leegstand (ja/nee) uitgezet tegen soort gebied (kernwinkelgebied/aanloopmilieu). Als eerste is er een Chi-kwadraat test gedaan voor Sittard, de Chi-kwadraat is 6,923 en de significantie is 0,012. Er is dus **een significant verschil**. De Cramer's V is 0,138 wat inhoudt dat de samenhang 13,8% is. Voor Geleen is er ook een Chi-kwadraat test gedaan. Hieruit blijkt dat de Chi-kwadraat 0,212 is en het significantieniveau 0,645. Er is dus **geen significant verschil** in Geleen.

De conclusie is dus:

*Er is **een significant verschil** in het aantal panden dat leegstaat in het aanloopmilieu en het kernwinkelgebied voor Sittard maar **geen significant verschil** voor Geleen.*

#### *Conclusie:*

Er is een significant verschil in leegstand voor Sittard maar niet voor Geleen kijkende naar het aanloopmilieu en het kernwinkelgebied. In Sittard staan winkelpanden in aanloopstraten dus significant vaker leeg dan in Geleen. Zoals eerder uit de literatuur is gebleken hebben panden in aanloopstraten een grotere kans op leegstand dan het kernwinkelgebied.

Het feit dat dit niet het geval is bij Geleen is echter wel opvallend. Er zijn hiervoor een aantal verklaringen mogelijk.

- Het aanloopmilieu en het kernwinkelgebied zijn niet juist vastgesteld. Een ander aspect dat kan bijdragen aan het feit dat er geen significant verschil is, is de structuur van het winkelgebied. Het kernwinkelgebied in Geleen is minder duidelijk te onderscheiden dan in Sittard, kijkende naar de passanten.
- De huren in het kernwinkelgebied zijn te hoog voor Geleen. Uit gesprekken met ondernemers blijkt dat de huren in het kernwinkelgebied waarschijnlijk te hoog zijn. Volgens deze ondernemers zijn de huren in de Salmstraat gestegen nadat het nieuwbouwproject in 2008 gereed was. De eigenaren zouden nu nog steeds te hoge huurprijzen vragen in deze straat. Daarnaast zien zij de hoge huren die in het nieuwbouwproject werden gevraagd aan de filiaalbedrijven. Om een correct antwoord te kunnen geven op de vraag: 'wat is de oorzaak dat in het kernwinkelgebied even veel winkels leegstaan als in het aanloopmilieu', zal onderzoek moeten worden verricht naar de huurprijzen in beide gebieden.
- In Geleen is er sprake van een ander type aanloopstraten.
- Geleen functioneert meer als een wijkwinkelcentrum dan als een wijkwinkelcentrum plus. Het huidige centrum is te groot. Geleen heeft geen sterk centrum doordat het in een industriële tijd is gebouwd (en dus weinig culturele waarde heeft). En na de industriële tijd zijn weer veel consumenten uit het verzorgingsgebied vertrokken.
- Geleen heeft meer last van de concurrentie dan Sittard.

In paragraaf 5.1 is aan de zelfstandig ondernemers in Sittard en Geleen gevraagd wat zij als de belangrijkste oorzaken van de leegstand vinden. In Sittard is er vaker aangegeven dat 'te hoge huurprijzen' de oorzaak zijn van leegstand, dan in Geleen. Kijkende naar het aantal respondenten dat heeft ingevuld dat 'te weinig passanten' de grootste oorzaak is van de leegstand, scoort Geleen veel hoger dan Sittard. Tevens scoort Geleen veel hoger bij de optie dat het probleem van de leegstand zit in de concurrentie van andere gemeenten.

Geleen centrum is een ander type centrum dan Sittard centrum, dit blijkt al uit de geschiedenis. Sittard was het oude culturele centrum terwijl Geleen is ontstaan in de industriële tijd. In die tijd werd Geleen zelfs bijna belangrijker dan Sittard. Echter na de industriële tijd is het aantal inwoners weer afgenomen. Daarnaast is Geleen een ander type centrum kijkende naar de looproutes en het aantal passanten. Het is een veel kleiner centrum met veel minder passanten en geen ideale looproute.

Doordat Geleen kleiner is heeft het ook meer last van concurrentie, het concurreert met Sittard maar ook met bijvoorbeeld Beek. Daarnaast heeft de gemeente te weinig verzorgingsgebied voor twee kernen van een dergelijke omvang te hebben.

Geleen heeft ook minder belevingswaarde dan een centrum als Sittard. Maar de parkeertarieven zijn juist weer even hoog als in Sittard. Geleen is eigenlijk dus gewoon een ander type winkelcentrum dan Sittard en voldoet daarom niet aan de gevonden literatuur.

### Leegstand in relatie met de locatiesegmenten van de gemeente

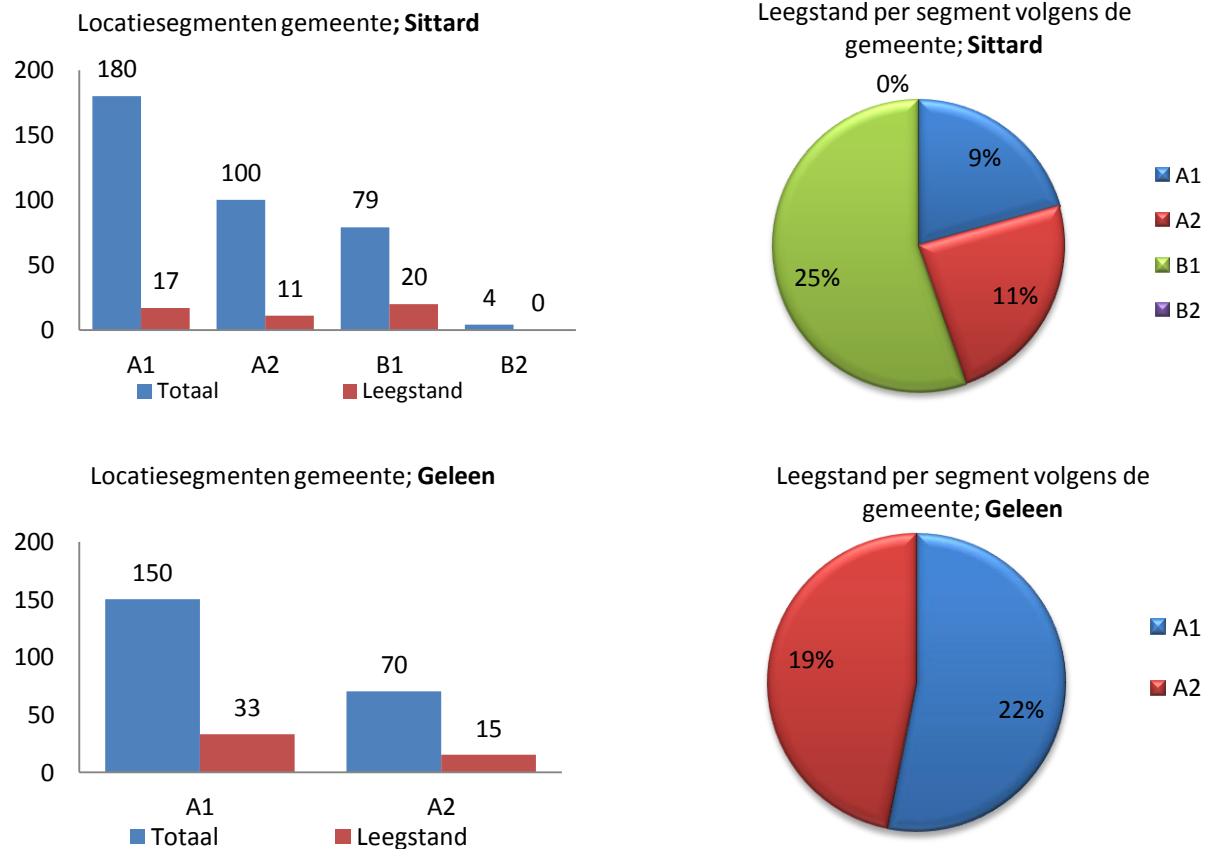
Vanuit het aantal passanten dat op een locatie passeert wordt een indeling in segmenten opgesteld. De segmenten die worden gebruikt zijn A1, A2, B1, B2 en C op volgorde van hoog naar laag. Voor meer informatie over de indeling in segmenten zie paragraaf 3.1.2.

De gemeente Sittard-Geleen en Locatus hebben beide een indeling gemaakt in segmenten, deze indelingen zijn echter niet gelijk aan elkaar. Daarom is ervoor gekozen om de relatie tussen leegstand en de indeling in segmenten voor de gemeente en Locatus te analyseren.

Locatus baseert de indeling in segmenten alleen op de passantenstromen. Bij de gemeente Sittard-Geleen is de indeling anders omdat het gebruikt wordt bij de bepaling van de WOZ-waardes van de panden waardoor de segmenten in bepaalde gevallen hoger worden ingedeeld dan bij Locatus.

*De verwachting wordt als volgt gesteld:*

*De hogere segmenten hebben minder leegstand dan de lagere segmenten*



**Figuur 6.4a,b,c,d, Leegstand per segment gemeente**

#### Wat opvalt:

Wat er in de grafiek opvalt voor Sittard is dat het percentage leegstand toeneemt naarmate het locatiesegment lager is. Het B2 segment heeft een laag percentage leegstand maar bevat ook maar enkele panden, waardoor het percentage een vertekend beeld kan geven.

Ook is er te zien dat het verschil tussen A1 en A2 veel kleiner is dan het verschil tussen A2 en B1.

De grafiek van Sittard en de grafiek van Geleen kunnen niet vergeleken worden omdat de grafiek van Geleen slechts twee segmenten bevat tegenover de vier segmenten die Sittard bevat. De twee segmenten van Geleen bevatten een bijna gelijk percentage leegstand. Wat hieruit verwacht kan worden is dat de leegstand dus geen invloed heeft op de locatie, kijkende naar de locatiesegmentering van de gemeente.

Omdat bij Sittard het aantal cellen in het segment B2 te klein is zal dit segment worden samengevoegd met het B1 segment om de Chi-kwadraat te berekenen. Op deze manier voldoen alle cellen aan het minimale aantal dat is vereist voor de test.

Voor de Chi-kwadraat test zal leegstand (ja/nee) worden uitgezet tegen locatie segment van de gemeente (A1, A2, B1/B2).

Uit de Chi-kwadraat test valt op te maken dat de Chi-kwadraat 11,222 is en de significantie voor Sittard 0,004 is. Er is dus **een significant verschil**. De Cramer's V is 0,176 wat inhoudt dat de samenhang 17,6% is. Voor Geleen is de Chi-kwadraat 0,183 en is de significantie 0,669. In Geleen is er dus **geen significant verschil**.

Sittard en Geleen kunnen niet met elkaar worden vergeleken doordat ze niet even veel segmenten hebben.

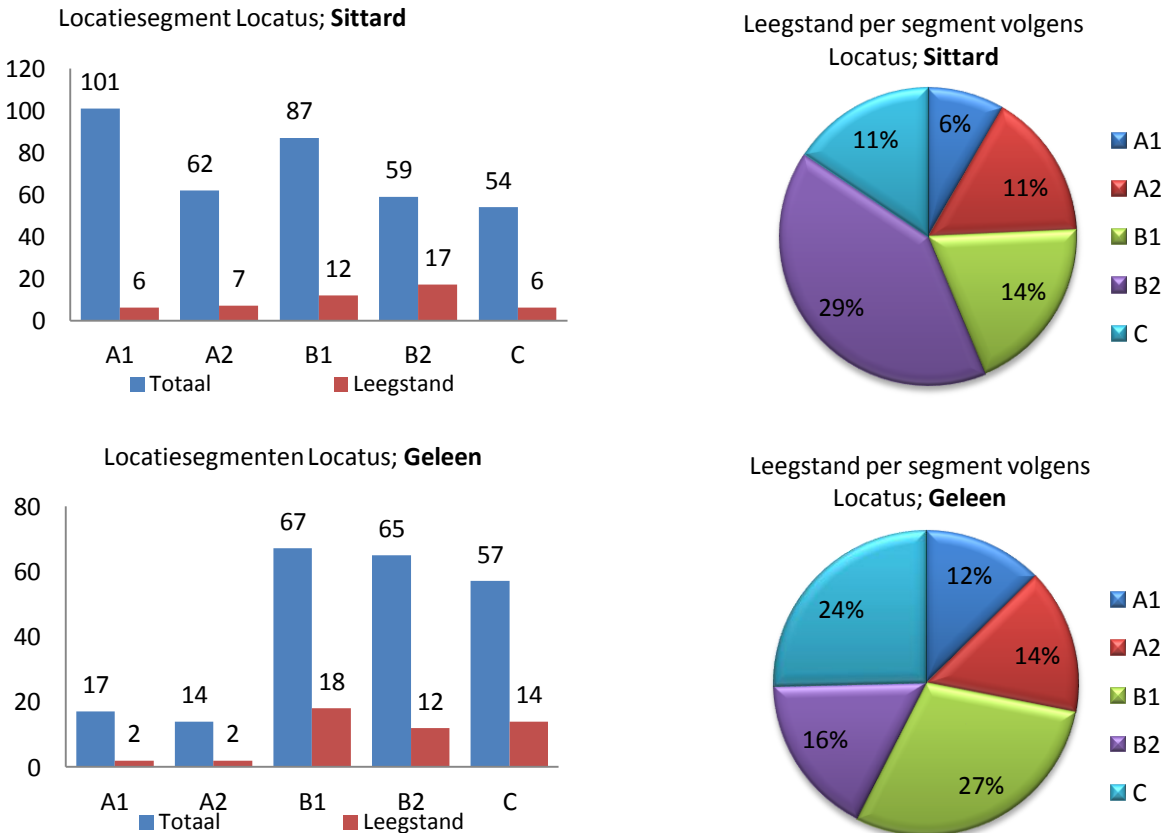
Geleen heeft maar twee segmenten waar geen significant verschil tussen bestaat, dit komt overeen met het feit dat er in Geleen ook geen significant verschil was bij het aanlopmilieu/kernwinkelgebied.

Bij Sittard was er wel een significant verschil. Hierbij blijkt dat hoe slechter het segment hoe groter de leegstand. Dit komt overeen met het feit uit de vorige paragraaf dat in Sittard meer leegstand is in het aanlopmilieu dan in het kernwinkelgebied. Voor Sittard geldt dus hoe lager het gebied hoe groter de leegstand.

Passanten zijn belangrijk voor een winkelpand, hoe groter het aantal passanten hoe kleiner de kans op leegstand (Bolt, 2003; Janssen, 2004; Haringsma, 2002).

Locatus heeft al onderzocht dat hoe hoger het aantal passanten hoe hoger de huurprijs. Hierbij moet worden vermeld dat hoe gewilder een pand, hoe hoger de huurprijs. De regel hieruit af te leiden is dat het aantal passanten dus invloed heeft op de huurprijs, en dus de aantrekkelijkheid van een pand (Slob, 2011).

## Leegstand in relatie met de locatie segmenten van Locatus



**Figuur 6.5a, b, c, d, Leegstand per segment Locatus**

*Wat opvalt:*

Wat opvalt in Figuur 6.5 a, b, c, d is dat Geleen in verhouding met Sittard maar weinig A1 en A2 winkelgebied bevat tegenover een groter deel B1, B2 en C. Sittard bevat dus meer winkels die gelegen zijn in de betere locatiesegmenten.

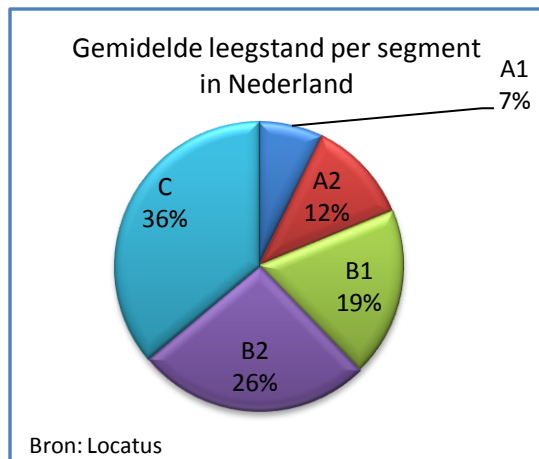
Wat opvalt in het taartdiagram van Sittard is dat de leegstand toeneemt naarmate het segment slechter wordt.

In Geleen stijgt de leegstand ook naarmate het locatiesegment slechter wordt. Echter is hier de uitzondering voor het B2 segment dat niet meegaat in de trend. Wat ook opvalt, is dat wanneer Geleen wordt vergeleken met Sittard, het percentage leegstand in het betere winkelgebied, hier aan te merken als het A1 en A2 gebied, relatief hoog is

Daarnaast is ook het verschil tussen de B2 leegstand percentages in Sittard en Geleen erg groot.

In Figuur 6.6 is de gemiddelde leegstand per locatiesegment in Nederland aangegeven zoals deze is vastgesteld door Locatus.

Het leegstandspercentage loopt op naarmate het locatiesegment slechter wordt. Er zou dus worden verwacht dat Sittard en Geleen een gelijk soort verdeling zouden moeten hebben.



Wanneer het Nederlandse gemiddelde wordt vergeleken met Sittard en Geleen blijkt dat Sittard-Geleen niet voldoet aan dezelfde trend. Het C segment het in verhouding beter doet dan verwacht. Dit C segment is erg opvallend omdat uit gegevens van Locatus blijkt dat dit in Nederland het segment is dat de grootste leegstand heeft, zoals weergegeven in Figuur 6.6.

**Figuur 6.6, Gemiddelde leegstand per segment Locatus**

Omdat bij Geleen het aantal cellen in het segment A1 en A2 te klein zijn zullen deze segmenten worden samengevoegd om de Chi-kwadraat te berekenen.

Voor de Chi-kwadraat test zal leegstand (ja/nee) worden uitgezet tegen locatie segment van Locatus (A1, A2, B1, B2 en C) voor Sittard en (A1/A2, B1, B2 en C) voor Geleen.

Uit de Chi-kwadraat test voor Sittard valt op te maken de significantie (2-sided) 0,001 is en de Chi-kwadraat 17,602. Er is dus **een significant verschil**. De Cramer's V is 0,220 wat inhoudt dat de samenhang 22,0% is.

Voor Geleen is de Chi-kwadraat 4,003 en de significantie is 0,261. In Geleen is er dus **geen significant verschil**.

De conclusie is dus:

*Er is **een significant verschil** in leegstand tussen de locatiesegmenten in Sittard maar er is **geen significant verschil** in Geleen.*

*Hoe lager het locatie segment hoe groter de leegstand in Sittard.*

**Conclusie:**

Zoals verwacht is er wel een significant verschil bij Sittard maar niet bij Geleen. Hoe lager het aantal passanten in Sittard hoe groter de kans op leegstand. Voor Geleen geldt dit niet.

Sittard voldoet dus aan de theorieën uit de literatuur; het aantal passanten is belangrijk voor het goed kunnen functioneren van een winkel en daarmee ook de leegstand. Sittard voldoet hier dus mee aan het landelijke gemiddelde bepaald door Locatus. Alleen doet het B2 gebied van Sittard het in verhouding slechter dan gemiddeld en het C gebied beter dan gemiddeld.



### Leegstand in relatie met de passantenstromen

Het aantal passanten bepaalt de eerder genoemde indeling in segmenten.

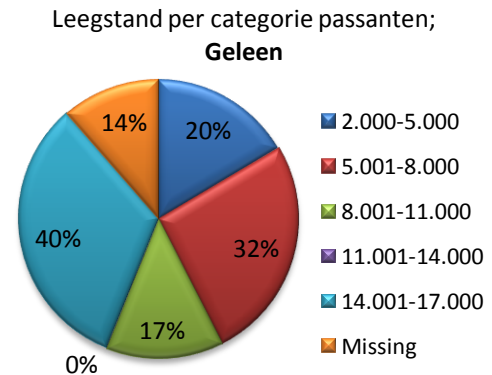
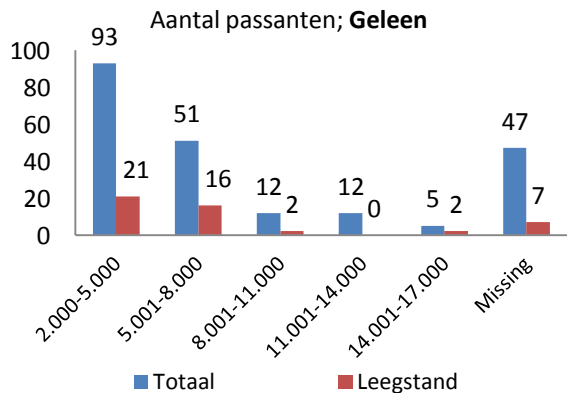
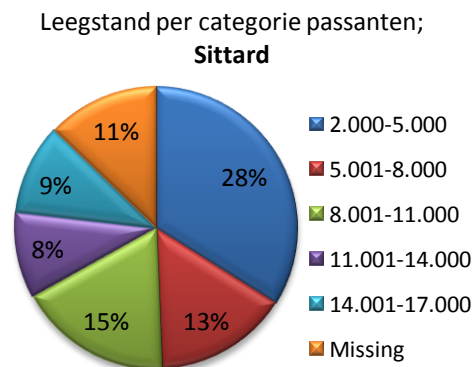
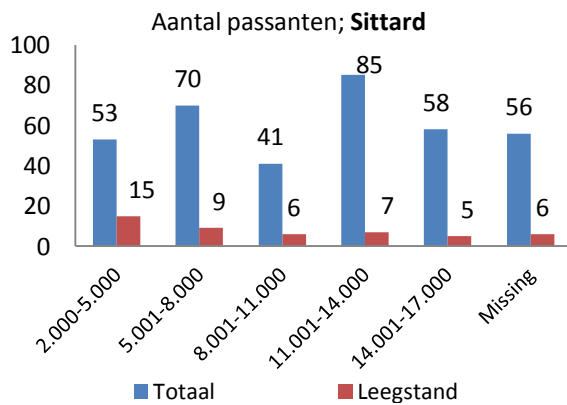
Het aantal passanten wordt beschouwd als een belangrijke factor in het bepalen van het functioneren van een pand. Hierdoor is er in de doorsnee situatie een verband tussen het aantal passanten en de leegstand. Zoals bekend is er een significant verschil tussen het type straat (kernwinkelgebied of aanloopmilieu) en de leegstand en het locatiesegment en de leegstand bij Sittard.

Deze analyse zal dan ook voorgaande vragen moeten bevestigen en daarmee is het eveneens een controle.

De belangrijkheid van de passantenstromen voor de waarde en dus populariteit van een pand wordt aangehaald in verschillende artikelen (Jones Lang LaSalle, Dutch Retail Market Bulletin 2011, Duurzaam winkelvastgoed, 2011; Bolt, 2003). Er wordt dus vanuit gegaan dat gebieden met meer passanten gewilder zijn waardoor de leegstand voornamelijk ontstaat in gebieden met minder passanten. Dit is natuurlijk een algemene regel waarbij er geen rekening wordt gehouden met bijvoorbeeld de stedenbouwkundige kwaliteit en de grootte van een pand.

*De verwachting wordt als volgt gesteld:  
Hoe hoger de passantenstroom hoe kleiner de leegstand*

Het gemiddelde aantal passanten op een locatie in Sittard is 9.770 personen per dag en in Geleen zijn het 5.194 personen per dag. Het gemiddelde aantal passanten op door Locatus gemeten in 2012 ligt in Sittard bijna twee keer zo hoog als in Geleen.



**Figuur 6.7a, b,c, d, Leegstand per passantenstromen**

*Wat opvalt:*

Wat duidelijk opvalt in Sittard is dat de leegstand toeneemt naarmate het aantal passanten afneemt. Hierbij zijn niet alle stappen in afname even groot. Het interval 5.001-8.000 heeft kijkende naar de trend een lagere leegstand dan verwacht.

Wanneer er naar Geleen wordt gekeken is hier geen verband te zien tussen de leegstand en het aantal passanten. Wat ook opvalt, is dat in Geleen relatief veel panden zich bevinden in straten met weinig passanten.

*Testen*

Om te kijken of er een significant verschil is zal een t-toets gedaan moeten worden, voor meer informatie over deze test zie paragraaf 2.4.

De Levene's test geeft een significantie voor Sittard van 0,554 en voor Geleen van 0,578. Er moet dus naar "Equal variances assumed" worden gekeken omdat er geen significant verschil is in variantie. De significantie (2-tailed) voor Sittard is 0,001 en voor Geleen 0,261. Er is dus voor Sittard wel **een significant verschil** maar **niet** voor Geleen. In Sittard staan panden met een lager passantenaantal significant vaker leeg.

De conclusie is dus:

*Er is in Sittard **een significant verschil** in het aantal passanten tussen wel en niet leegstaande panden.*

*Conclusie:*

Net zoals in de vorige testen is er in Sittard wel een significant verschil en in Geleen niet. Dit is logisch omdat deze testen allemaal het aantal passanten als uitgangspunt hebben. Gemiddeld genomen is het aantal passanten langs leegstaande panden significant lager dan langs niet leegstaande panden in Sittard. In Geleen geldt dit niet.

Zoals al eerder beschreven bepaald het aantal passanten de huur en staat de huur weer gelijk aan de populariteit van het pand. Zoals eerder beschreven voldoet Sittard aan de literatuur. In de literatuur wordt gezegd dat het aantal passanten een relatie heeft met de huurprijs en dus de leegstand.

### Leegstand in relatie met de WOZ-waarde

De WOZ-waarde is de waarde die het pand volgens de gemeente waard is. Deze waarde gebruikt de gemeente om haar Onroerendezaakbelasting (OZB) te bepalen. De waarde wordt daarnaast gebruikt door de belastingdienst voor het bepalen van onder andere het eigenwoningforfait, en door het waterschap voor de watersysteemheffing.

De WOZ-waarde is hoger wanneer bijvoorbeeld het pand op een betere locatie ligt, wanneer het in een betere staat van onderhoud heeft, of wanneer het pand groter is.

De WOZ-waarde kan worden beschouwd als de taxatiewaarde, deze waarde staat gelijk aan de vrije verkoopwaarde van het object.

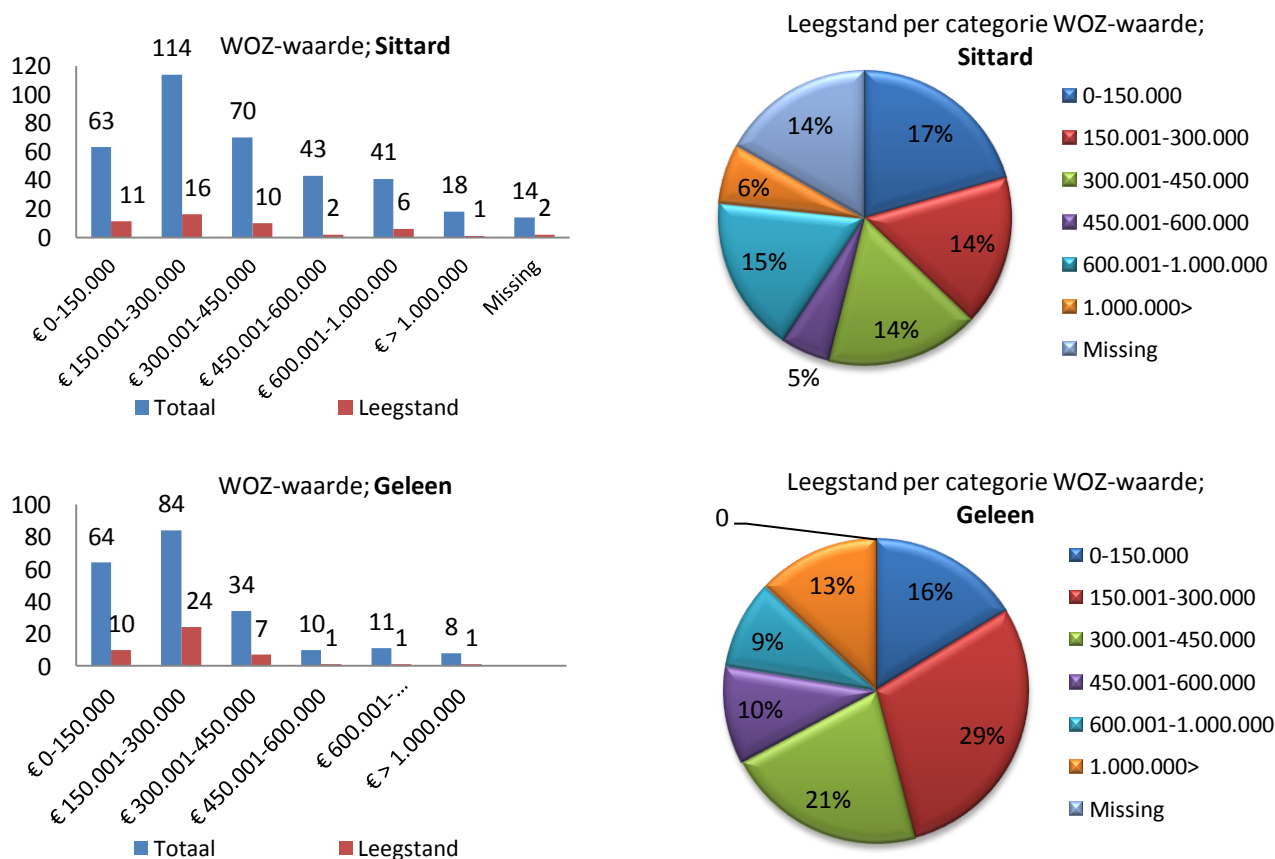
Doordat de taxaties niet allemaal tegelijk plaats kunnen vinden wordt de WOZ-waarde bepaald door de waarde die het pand het jaar ervoor had. De heffing voor 2012 wordt dus gebaseerd op de taxatie van 2011.

Er is geen literatuur te vinden op de invloed van de WOZ-waarde op de leegstand. Aangezien de WOZ-waarde een afspiegeling is van de waarde van een pand, is het toch interessant om te kijken of de waarde van een pand invloed heeft op de leegstand.

De gemiddelde WOZ-waarde van alle winkelpanden in Sittard is in 2012 € 439.715. Voor Geleen is dit €322.204. In Geleen ligt de gemiddelde WOZ-waarde dus lager dan in Sittard.

*De verwachting wordt als volgt gesteld:*

*De panden met een lagere WOZ-waarde zullen een grotere leegstand hebben*



Figuur 6.8a, b, c, d, Leegstand per WOZ-waarde

*Wat opvalt:*

In Figuur 6.8a, b, c, d valt op dat het percentage leegstand in Sittard en Geleen iets afneemt naarmate de WOZ-waarde hoger wordt. Hierbij is een uitzondering voor de categorie €600.001-€1.000.000 in Sittard, deze categorie gaat niet mee in de daling.

Bij de staafdiagrammen van Sittard en Geleen lijken beide centra op elkaar. Wat wel opvalt, is de categorie €150.001 – €300.000 in Geleen, deze categorie vertoont relatief veel leegstand (ook wanneer deze wordt vergeleken met Sittard).

*Testen*

De WOZ-waardes zijn bekend op ratio niveau daarom zal er een t-toets worden uitgevoerd.

De Levene's test geeft een significantie voor Sittard van 0,091 en voor Geleen van 0,067. Er moet dus naar "Equal variances not assumed" worden gekeken omdat er een significant verschil is in variantie.

De significantie (2-tailed) voor Sittard is 0,006 en voor Geleen 0,123. Er is dus voor Sittard **een significant verschil** maar **niet** voor Geleen. In Sittard staan significant meer panden leeg met een lagere WOZ-waarde.

De conclusie is dus:

*Er is **een significant verschil** in leegstand tussen de WOZ-waardes in Sittard maar niet in Geleen.*

*Conclusie:*

De WOZ-waarde heeft invloed op de kans dat een winkelpand leegstand in Sittard maar niet in Geleen.

Panden met een lagere WOZ-waarde bevinden zich eerder in een gebied met minder passanten.

Daarnaast hebben panden een lagere WOZ-waarde wanneer deze een slechtere staat van onderhoud hebben. Ook panden met een kleinere oppervlakte hebben een lagere WOZ-waarde.

Het feit dat Geleen geen significant verschil heeft is logisch doordat er in Geleen ook geen significant verschil bleek te zijn kijkende naar het aantal passanten en leegstand.

### **Relatie tussen huur en passanten**

Van slechts 65 winkelpanden in Sittard en 17 in Geleen is een huurprijs bekend. Omdat het interessant is naar deze huurprijzen te kijken, zijn deze toch onderzocht ondanks dat ze geen representatieve steekproef zijn. Uitspraken die over dit onderwerp worden gedaan, zijn dan ook gebaseerd op de gevonden huurprijzen van deze panden.

Er staan momenteel 48 winkels leeg in Sittard, waarvan er van 18 (35%) een huurprijs bekend is. In Geleen staan er momenteel 44 winkels leeg, waarvan er van 3 (6,8%) een huurprijs bekend is, dit aantal is veel te laag om een uitspraak over te kunnen doen over Geleen afzonderlijk.

*De verwachting wordt als volgt gesteld:*

*Panden met een lage huur zullen eerder worden verhuurd*

*Hier is wel nog een relatie tussen huur en de locatie – hoe hoger het aantal passanten hoe hoger de huurprijs.*

#### *Huur van de winkelpanden*

Het is belangrijk om eerst te weten welke huurprijzen gemiddeld zijn in Sittard en in Geleen. De afdeling Belastingen heeft de gemiddelde huurprijzen over 2011 berekend per locatiesegment.

De huurprijzen gevonden op de website [www.huurprijzvergelijker.nl](http://www.huurprijzvergelijker.nl) (WPM groep, 2012) en aangegeven door de afdeling Belastingen zijn niet een-op-een te vergelijken, doordat de afdeling Belastingen haar eigen indeling in segmenten gebruikt, en de website de indeling van Locatus waarschijnlijk heeft aangehouden.

Voor het A1 gebied kwam de afdeling belastingen uit op €371,67 en de website op €430 m<sup>2</sup>/jaar.

Voor het A2 gebied kwam de afdeling belastingen uit op €187,33 en de website op €350 m<sup>2</sup>/jaar.

Voor het B1 gebied kwam de afdeling belastingen uit op €109,00 en de website op €300 m<sup>2</sup>/jaar.

Voor het B2 gebied kwam de afdeling belastingen uit op €100,67; en de website op €280 m<sup>2</sup>/jaar.

Een ander verschil is te verklaren uit het feit dat de website huurprijzen over verschillende jaren hanteert en de gemeente alleen naar 2011 kijkt.

De gemiddelde huurprijzen die kunnen worden verwacht over 2012 zullen lager liggen dan de huurprijzen voor 2011. Door de huidige economische situatie en het hoge leegstandpercentage zullen nieuwe huurcontracten in veel gevallen alleen nog worden afgesloten tegen een lagere huurprijs.

De ING meldt dat binnen de komende vijf jaar tweederde van de huurcontracten afloopt van de grote Europese winkeliers. Zij stellen dat bij de heronderhandelingen van de huurprijs er forse huurkortingen zullen worden geëist tussen de 10 en 20 procent, dit omdat de retailers veel omzet verliezen door internet (ING, 2012). Hierbij is wel de vraag of deze aanname ook geldt voor de zelfstandige ondernemers.

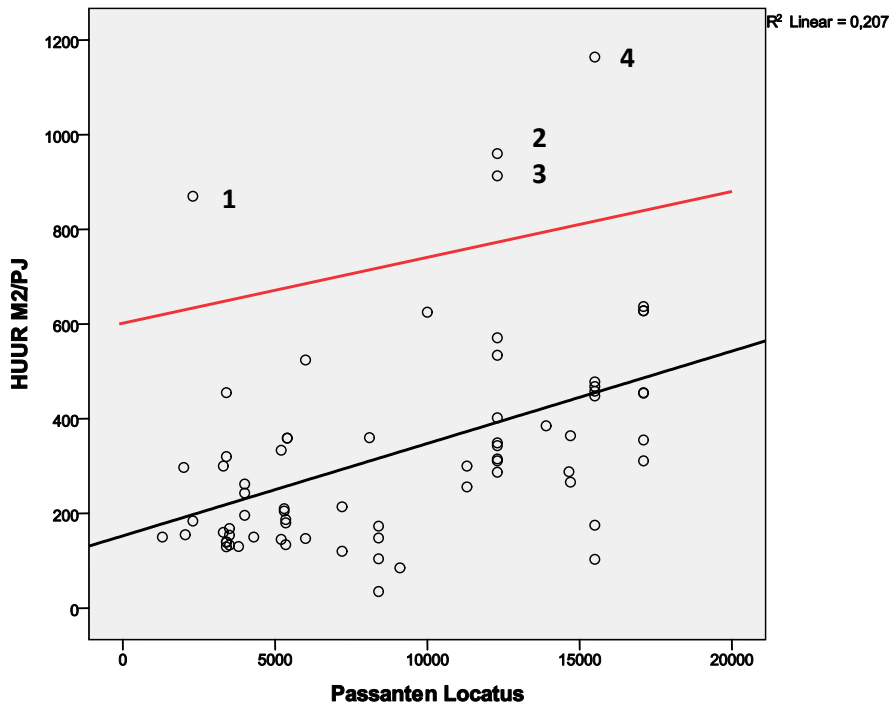
Jones Lang LaSalle heeft over 2011 een huurprijzdaling van gemiddeld 2,5% gemeten op A1-locaties in kleinere steden. Hierbij wordt Sittard zelfs genoemd als één van de steden waar de daling van de huurprijs in het A1 gebied het sterkste was (Jones Lang LaSalle, 2012).

Een daling in de huurprijzen is dan ook voor 2012 te verwachten, echter de grootte van deze daling is nog niet in te schatten.

#### *Huur in relatie tot de passanten*

Locatus heeft ook onderzoek gedaan naar de relatie tussen het aantal passanten en huurprijzen in Nederland. Hij stelt dat het aantal passanten een behoorlijk sterke voorspeller is voor de huurprijs. Er kan in Sittard dus ook een relatie worden verwacht (Slob, 2011).

Voor de scatterplot Figuur 6.9 zijn Sittard en Geleen samen geanalyseerd. Een afzonderlijke analyse is niet gedaan omdat Geleen te weinig waarden heeft om een representatief beeld te geven. De scatterplot voor Sittard staat in bijlage 4.



**Figuur 6.9, Scatter plot huur en passanten**

In Figuur 6.9, Scatter plot huur en passanten staan de gevonden huurwaarde weergegeven in combinatie met de passantenstromen van Locatus. Er is tevens een trendlijn aangegeven (dit is de vet gedrukte lijn), alle panden die eronder liggen zijn goedkoper dan de norm en de panden die erboven liggen te duur.

Zoals te zien zijn er vier echte uitschieters, deze bevinden zich boven de rode lijn. Deze vier uitschieters staan momenteel allemaal leeg en bevinden zich in Sittard.

Een verdere uitwerking over deze uitschieters staat beschreven in 4.

**Conclusie:**

Uit eerdere literatuur blijkt al dat het aantal passanten invloed heeft op de huurprijs en dus of het pand gewild is. Hoe meer mensen in een pand willen zitten hoe hoger de huurprijs. Er is een verband geconstateerd tussen het aantal passanten en de huurprijs. Dit komt overeen met alle literatuur voorheen behandeld die zegt dat het aantal passanten belangrijk is, en een invloed heeft op de huurprijs. Sittard en Geleen bevestigen dus de literatuur.

## 6.4 Leegstand in relatie tot de omvang van de winkel

### Leegstand in relatie met de primaire oppervlakte

Er kan een relatie worden verwacht tussen de leegstand en de grootte van een pand.

Ketens (modieus) vestigen zich over het algemeen in panden met een groter oppervlakte. Echter zijn er ook genoeg ondernemers die niet op zoek zijn naar een grote vloeroppervlakte.

Sittard is een stad met veel oude panden waardoor de meeste panden een klein oppervlakte hebben. Hieruit zou men verwachten dat in Sittard de grotere panden makkelijker worden verhuurd omdat er hier minder van zijn.

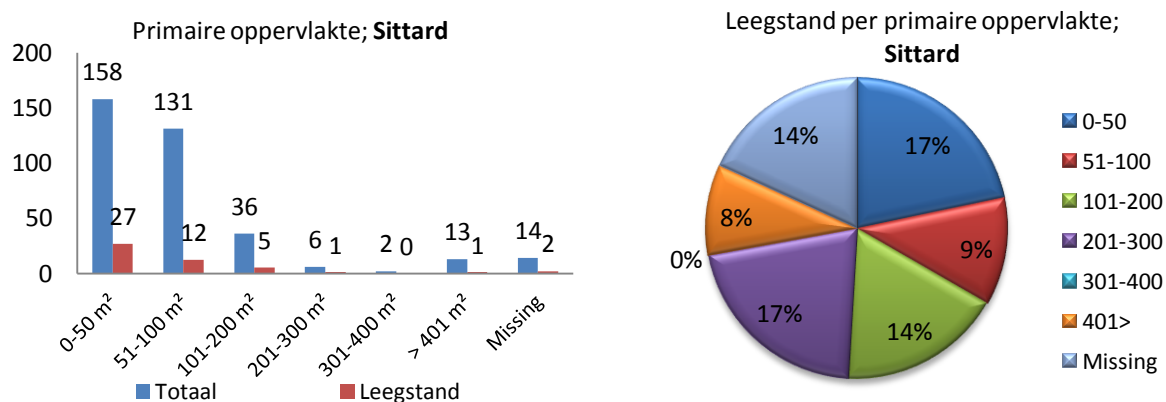
Uit onderzoek van de FGH bank (2011) over de winkelmarkt in Zuid-Nederland blijkt dat 63% van de winkeltransacties in de afgelopen tien jaar kleine winkelpanden betrof met een oppervlakte van minder dan 250 m<sup>2</sup>. Hier wordt gezegd dat naarmate de oppervlakte toeneemt het aantal transacties afneemt. De gemiddelde primaire oppervlakte van alle winkelpanden in Sittard is 115 m<sup>2</sup> en de gemiddelde bruto oppervlakte van alle winkelpanden is 298 m<sup>2</sup>. In Geleen is de gemiddelde primaire oppervlakte van de winkels 130 m<sup>2</sup> en de gemiddelde bruto oppervlakte 292 m<sup>2</sup>. De gemiddelde bruto oppervlakte is dus nagenoeg gelijk tussen de centra alleen de gemiddelde primaire oppervlakte is iets groter in Geleen. Geleen heeft een aantal grotere winkelpanden die zijn opgeleverd in 2008.

Er is een onderscheid te maken tussen de primaire oppervlakte en de bruto oppervlakte. De primaire oppervlakte is de oppervlakte die de gemeente hanteert voor het heffen van belastingen en wordt gezien als de belangrijkste oppervlakte van een pand. De primaire oppervlakte wordt berekend door de frontbreedte te vermenigvuldigen met een bepaald aantal meter van de diepte. Panden met een kleine frontbreedte maar een grote diepte hebben in verhouding dus relatief veel bruto oppervlakte en weinig primaire oppervlakte.

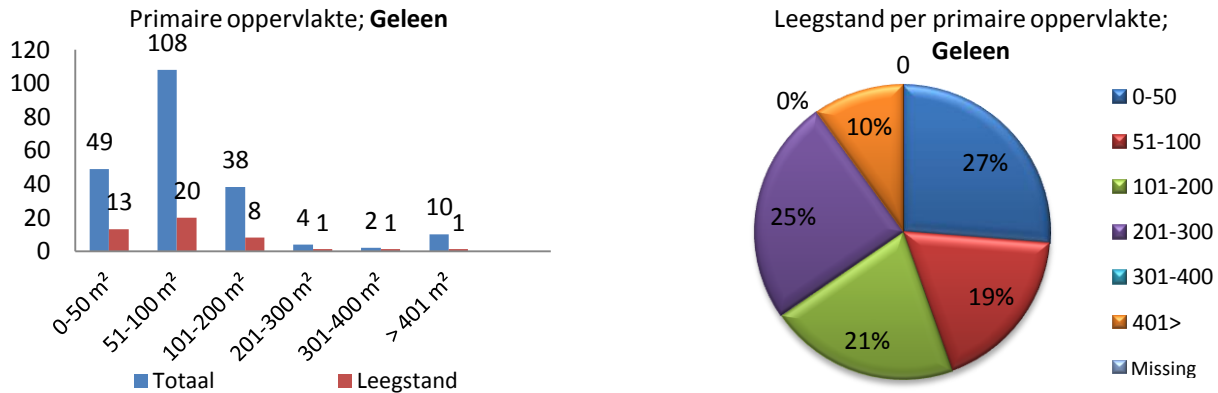
Bij de bruto oppervlakte is ook de oppervlakte meegenomen die bijvoorbeeld als opslag wordt gebruikt. Omdat er veel verschil is in de mogelijke oppervlaktes zal de oppervlakte worden weergegeven in een staafdiagram door middel van intervallen.

*De verwachting wordt als volgt gesteld:*

*Bij een kleiner oppervlak zal er meer leegstand zijn in Sittard, omdat Sittard te weinig grote winkels heeft. In Geleen wordt er geen verband verwacht doordat hier relatief meer grotere volumes zijn dan in Sittard.*



**Figuur 6.10a, b, Leegstand per primaire oppervlakte Sittard**



**Figuur 6.11a, b, Leegstand per primaire oppervlakte Geleen**

**Wat opvalt:**

Wat opvalt in Sittard is dat er geen verband lijkt te zijn tussen de primaire oppervlakte en de leegstand. Hierbij moet wel worden gelet op het feit dat de categorieën vanaf 200 m<sup>2</sup> maar weinig panden bevatten.

Sittard en Geleen lijken qua aantallen in de gegeven categorieën op elkaar met dit verschil dat de categorie 0-50 m<sup>2</sup> afwijkt. In deze categorie heeft Geleen veel minder panden dan Sittard.

Wanneer er in Geleen wordt gekeken naar de percentages leegstand per categorie lijkt er niet echt een verband te zijn tussen de grootte en de leegstand. Aangezien Geleen verschilt van Sittard met betrekking tot het aantal panden in de eerste categorie, zou er worden verwacht dat er in Geleen dus minder leegstand moet zijn in deze categorie. Wat echter blijkt is dat het leegstandpercentage in Sittard veel lager ligt dan in Geleen.

**Testen**

Om te testen of er een verband is tussen de primaire oppervlakte en de leegstand wordt er een t-toets uitgevoerd.

De Levene's test geeft voor Sittard een significantie van 0,195 en voor Geleen van 0,240. Er moet dus naar "Equal variances assumed" worden gekeken omdat er geen significant verschil is in variantie.

De significantie (2-tailed) voor Sittard is 0,353 en voor Geleen 0,414. Er is dus voor Sittard en Geleen **geen significant verschil**. Er is geen verschil in leegstand tussen de grootte van het pand.

Aangezien er misschien toch een verband kan zijn bij het uitvoeren van een andere test met een andere verdeling zal er nog een test worden gedaan. Hiervoor is de Chi-kwadraat test gekozen waarbij de primaire oppervlakten zijn verdeeld in drie categorieën, de categorie minder dan 50 m<sup>2</sup>, de categorie 50-100 m<sup>2</sup> en de categorie meer dan 101 m<sup>2</sup>.

**Tabel 6.5, Primaire vloeroppervlakte 3 cat. Sittard**

| Sittard<br>Primaire Vloeropp. 3 cat. * Leegstand Crosstab.     | Leegstand |    | Totaal |
|--|-----------|----|--------|
|  | Nee       | Ja |        |
| Primaire Vloeroppervlakte 3 < 50 m <sup>2</sup><br>categorieën | 135       | 27 | 162    |
| 50 - 100 m <sup>2</sup>  | 119       | 12 | 131    |
| 101 > m <sup>2</sup>   | 49        | 7  | 56     |
| Totaal   | 303       | 46 | 349    |



Van de winkels in Sittard met een primaire oppervlakte van minder dan 50 m<sup>2</sup> staat 16,6% leeg. Van de gebouwen met een primaire oppervlakte tussen de 50-100 m<sup>2</sup> staat 9,2% leeg. De laatste categorie met panden met meer dan 101 m<sup>2</sup> primaire oppervlakte heeft een leegstand van 12,5%. Er lijkt dus geen sprake van een verband tussen de kans op leegstand en de primaire oppervlakte.

*Tabel 6.6, Primaire vloeroppervlakte 3 cat. Geleen*

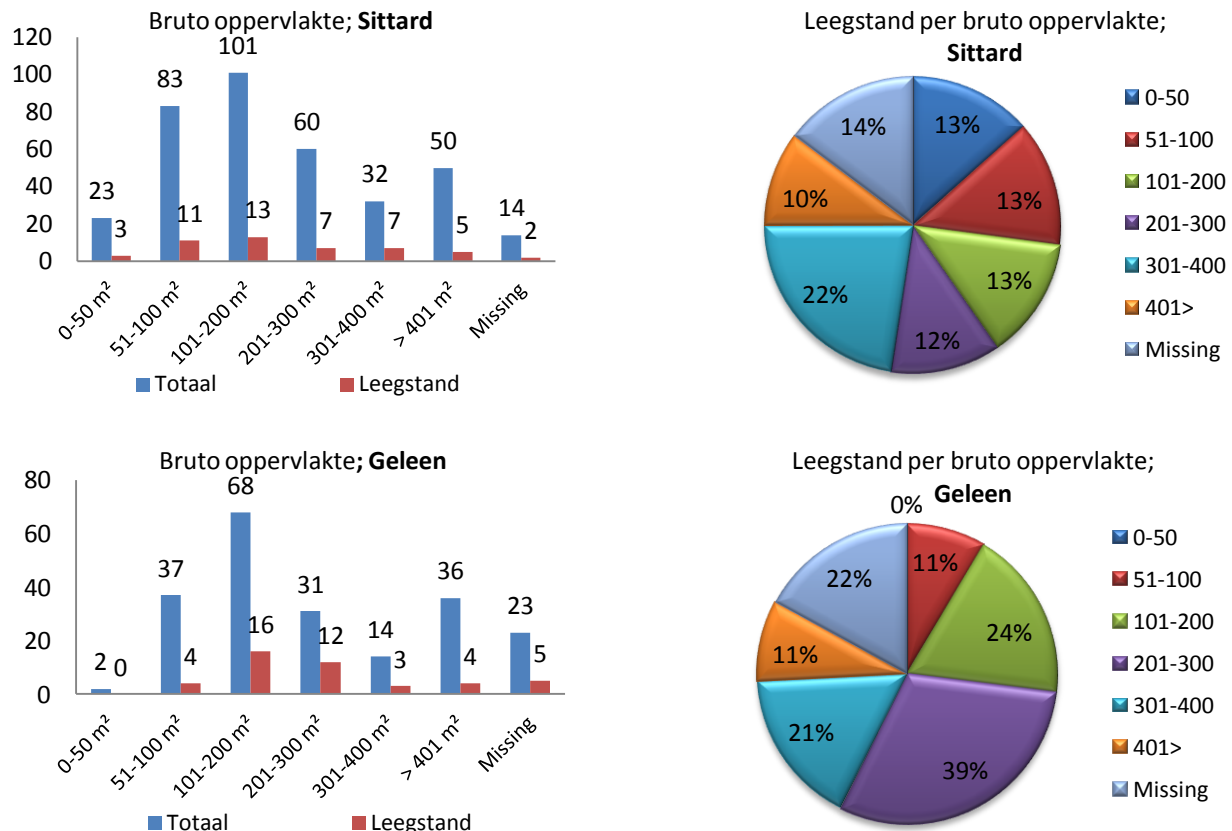
| Geleen<br>Primaire Vloeropp. 3 cat.*Leegstand Crosstab | Leegstand |    | Totaal |
|--|-----------|----|--------|
|  | Nee       | Ja |        |
| Primaire Vloeroppervlakte 3 < 50 m <sup>2</sup>        | 36        | 12 | 48     |
| cat. 50 - 100 m <sup>2</sup>                           | 88        | 21 | 109    |
| 101 > m <sup>2</sup>                                   | 43        | 11 | 54     |
| Totaal   | 167       | 44 | 211    |

Van de gebouwen in Geleen met een primaire oppervlakte van minder dan 50 m<sup>2</sup> staat 25% leeg. Van de gebouwen met een primaire oppervlakte tussen de 50-100 m<sup>2</sup> staat 19,3% leeg. De laatste categorie met panden met meer dan 101 m<sup>2</sup> primaire oppervlakte heeft een leegstand van 20,4%. Er lijkt dus geen sprake van een verband tussen de kans op leegstand en de primaire oppervlakte.

Voor de Chi-kwadraat test zal leegstand (ja/nee) worden uitgezet tegen primaire vloeroppervlakte (< 50 m<sup>2</sup>, 50-100 m<sup>2</sup> en 101 > m<sup>2</sup>).

Uit de Chi-kwadraat test valt op te maken dat de significantie voor Sittard (2-sided) 0,166 is en de Chi-kwadraat 3,593. Er is dus **geen significant verschil**. Voor Geleen is de significantie 0,714 en de Chi-kwadraat is 0,674 en. In Geleen is er dus **geen significant verschil**.

## Leegstand in relatie met de bruto oppervlakte



Figuur 6.12a, b, c, d, Leegstand per bruto oppervlakte

### Wat opvalt:

Wat opvalt in Sittard is dat de leegstand stijgt naarmate de bruto oppervlakte groter wordt. Echter zijn hierbij twee categorieën die niet voldoen aan deze trend, namelijk 201-300 m<sup>2</sup> en 401m<sup>2</sup> en groter. Er is bij de bruto oppervlakte nog steeds geen sprake van een duidelijk verband.

In Geleen is er sprake van ongeveer dezelfde verdeling in bruto oppervlakte, kijkende naar het aantal panden. Echter wanneer er naar de leegstandpercentages wordt gekeken blijkt dat de categorie 201-300 m<sup>2</sup> veel leegstaande panden bevat.

### Testen

Om te testen of er een verband is tussen de bruto oppervlakte en de leegstand wordt er een t-toets uitgevoerd.

De Levene's test geeft voor Sittard een significantie van 0,315 en voor Geleen van 0,586. Er moet dus naar "Equal variances assumed" worden gekeken omdat er geen significant verschil is in variantie.

De significantie (2-tailed) voor Sittard is 0,496 en voor Geleen 0,956. Er is dus voor Sittard en Geleen **geen significant verschil**.

Aangezien er misschien toch een verband kan zijn bij het uitvoeren van een andere test met een andere verdeling zal er nog een test worden gedaan. Hiervoor is de Chi-kwadraat test gekozen waarbij de primaire oppervlakten zijn verdeeld in drie categorieën, de categorie minder dan 100 m<sup>2</sup>, de categorie 101-200 m<sup>2</sup> en de categorie meer dan 201 m<sup>2</sup>.

**Tabel 6.7, Bruto vloeroppervlakte 3 cat. Sittard**

| Sittard<br>Bruto Vloeropp. 3 cat. * Leegstand Crosstab |                          | Leegstand |    | Totaal |
|--|--------------------------|-----------|----|--------|
|  |                          | Nee       | Ja |        |
| Bruto Vloeroppervlak 3 categorieën                     | < 100 m <sup>2</sup>     | 92        | 14 | 106    |
|  | 101 - 200 m <sup>2</sup> | 88        | 13 | 101    |
|  | 201 > m <sup>2</sup>     | 123       | 19 | 142    |
| Totaal   |                          | 303       | 46 | 349    |

Van de winkels in Sittard met een bruto oppervlakte van minder dan 100 m<sup>2</sup> staat 13,2% leeg. Van de gebouwen waarvan de bruto oppervlakte tussen de 101 en 200 m<sup>2</sup> staat 12,9% leeg. De laatste categorie met panden met meer dan 201 m<sup>2</sup>, heeft een leegstand van 13,4%. Er lijkt dus geen verband te zijn tussen de bruto oppervlakte en de leegstand.

**Tabel 6.8, Bruto vloeroppervlakte 3 cat. Geleen**

| Geleen<br>Bruto Vloeropp. 3 cat. * Leegstand Crosstab |                          | Leegstand |    | Totaal |
|---|--------------------------|-----------|----|--------|
|   |                          | Nee       | Ja |        |
| Bruto Vloeroppervlak 3 categorieën                    | < 100 m <sup>2</sup>     | 35        | 4  | 39     |
|   | 101 - 200 m <sup>2</sup> | 52        | 16 | 68     |
|   | 201 > m <sup>2</sup>     | 62        | 19 | 81     |
| Totaal  |                          | 149       | 39 | 188    |

Van de winkels in Geleen met een bruto oppervlakte van minder dan 100 m<sup>2</sup> staat 10,3% leeg. Van de gebouwen met een bruto oppervlakte tussen de 101 en 200 m<sup>2</sup> staat 23,5% leeg. De laatste categorie met panden met meer dan 201 m<sup>2</sup>, heeft een leegstand van 23,5%. Er lijkt dus geen verband te zijn tussen de leegstand en de bruto vloeroppervlakte. Wel valt op dat de categorie met minder dan 100 m<sup>2</sup> in verhouding met de andere categorieën weinig leegstand kent.

Voor het uitvoeren van de Chi-kwadraat test wordt leegstand (ja/nee) uitgezet tegen de bruto vloeroppervlakte (minder dan 100 m<sup>2</sup>, 101-200 m<sup>2</sup> en meer dan 201 m<sup>2</sup>).

Uit de Chi-kwadraat test valt op te maken dat voor Sittard de significantie 0,993 is en de Chi-kwadraat 0,013. Voor Geleen is de significantie 0,193 en de Chi-kwadraat 3,292. Er is dus **geen significant verschil**.

De conclusie is dus:

*Er zijn **geen significante verschillen** te zien bij de primaire en de bruto oppervlakte.*

**Conclusie:**

Zowel bij de primaire vloeroppervlakte als de bruto vloeroppervlakte is er geen verband tussen de oppervlakte en de kans op leegstand van een pand.

In paragraaf 9.1 is er gekeken naar hoeveel respondenten van plan zijn te gaan verhuizen omdat het pand te klein is. In Sittard heeft 33,3% en in Geleen 10,0% van alle respondenten aangegeven te willen gaan verhuizen naar een grotere winkel. Sittard heeft relatief veel kleinere panden waardoor de ondernemers (eerder dan in Geleen) willen gaan verhuizen naar een groter pand. De leegstand in winkels met een kleinere oppervlakte is procentueel gezien groter echter is dit verschil niet significant.

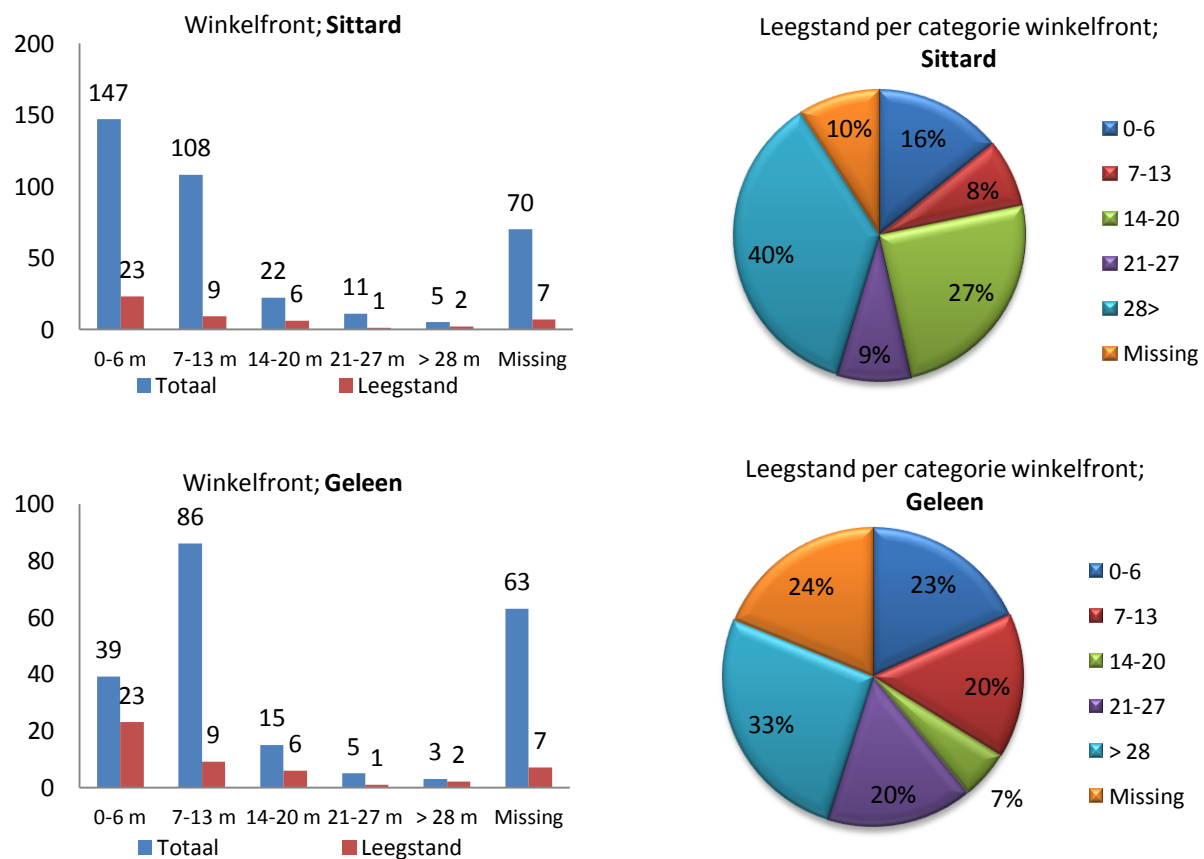
## 6.5 Leegstand in relatie tot stedenbouwkundige kwaliteit

### Leegstand in relatie met het aantal meter winkelfront

Omdat er veel verschil is in de mogelijke strekkende meters winkelfront zal het winkelfront in de staafdiagram worden weergegeven door middel van intervallen voor de eerste weergave. Een groter winkelfront zorgt voor meer uitstalruimte en hierdoor promotiemogelijkheden voor de producten. Saarloos (1999) heeft met zijn onderzoek aangetoond dat het aantal meters winkelfront en de diepte bepalend zijn voor het aantal passanten dat ook daadwerkelijk een winkel bezoekt.

*De verwachting wordt als volgt gesteld:  
Bij een kleiner winkelfront zal er meer leegstand zijn*

Het gemiddeld aantal meters winkelfront van alle winkelpanden is 8,63 m.



**Figuur 6.13a, b, c, d, Leegstand per meter winkelfront**

### Wat opvalt:

Wat er in de grafiek van Sittard opvalt, is dat er geen verband te zien is tussen de leegstand en het aantal meters winkelfront. Er moet wel rekening worden gehouden dat de categorie > 28 maar vijf panden bevat. Net zoals bij de oppervlakte lijken Sittard en Geleen veel op elkaar kijkende naar het aantal panden per categorie met de uitzondering van 0-6 meter.

Bij beide centra lijkt dat het aantal meters winkelfront geen relatie te vertonen met de leegstand.

### Testen

Om te testen of er een verband is tussen het aantal meter winkelfront en de leegstand wordt er een t-toets uitgevoerd.

De Levene's test geeft voor Sittard een significantie van 0,010 en voor Geleen van 0,891. Er moet dus naar "Equal variances assumed" worden gekeken voor Geleen en naar "Equal variances not assumed" voor Sittard.

De significantie (2-tailed) voor Sittard is 0,430 en voor Geleen 0,592. Er is dus voor Sittard en Geleen **geen significant verschil**.

Aangezien er misschien toch een verband kan zijn bij het uitvoeren van een andere test met een andere verdeling zal er nog een test worden gedaan. Hiervoor is de Chi-kwadraat test gekozen waarbij het aantal meter winkelfront is verdeeld in drie categorieën, de categorie tot 6 meter, de categorie 7-13 meter en de categorie meer dan 14 meter.

**Tabel 6.9, Meter winkelfront 3 cat. Sittard**

| Sittard<br>M Winkelfront 3 cat. * Leegstand Crosstab | Leegstand |    | Totaal |
|--|-----------|----|--------|
|  | Nee       | Ja |        |
| M Winkelfront 3 categorieën 0-6 m                    | 124       | 23 | 147    |
| 7-13 m   | 99        | 9  | 108    |
| 14> m  | 29        | 9  | 38     |
| Totaal   | 252       | 41 | 293    |

Van de panden in Sittard met een winkelfront tot 6 meter staat 15,6% leeg. Van de winkelpanden met een winkelfront tussen de 7 en 13 meter staat 8,3% leeg. De laatste categorie bevat winkelpanden met meer dan 14 meter winkelfront en heeft een leegstand van 23,7%. Het leegstandpercentage in deze laatste categorie is erg hoog vergeleken met de andere twee categorieën.

**Tabel 6.10, Meter winkelfront 3 cat. Geleen**

| Geleen<br>M Winkelfront 3 cat. * Leegstand Crosstab. | Leegstand |    | Totaal |
|--|-----------|----|--------|
|  | Nee       | Ja |        |
| M Winkelfront 3 categorieën 0-6 m                    | 69        | 21 | 90     |
| 7-13 m   | 50        | 8  | 58     |
| 14> m  | 28        | 8  | 36     |
| Totaal   | 147       | 37 | 184    |

Van de panden in Geleen met een winkelfront tot 6 meter staat 23,3% leeg. Van de winkelpanden met een winkelfront tussen de 7 en 13 meter staat 13,8% leeg. De laatste categorie bevat winkelpanden met meer dan 14 meter winkelfront en heeft een leegstand van 22,2%. De categorie met een winkelfront tussen de 6 en 13 meter heeft dus de kleinste kans op leegstand.

Voor het berekenen van de Chi-kwadraat wordt leegstand (ja/nee) uitgezet tegen meters winkelfront (tot 6 meter/7-13 m/meer dan 14 meter).

Uit de Chi-kwadraattoets voor Sittard valt op te maken dat de significantie (2-sided) 0,046 is en de Chi-kwadraat 6,174. Er is dus **een significant verschil** in Sittard.

Voor Geleen is de Chi-kwadraat 2,123 en de significantie 0,346; voor Geleen is er dus **geen significant verschil**.

De conclusie is dus:

*Er is **een significant verschil** in leegstand bij het aantal meter winkelfront bij een verdeling in drie categorieën in Sittard. In Geleen is er geen significant verschil.*

*Conclusie:*

In Sittard is er een significant verschil bij de verdeling in drie categorieën. Winkels met minder dan 6 meter en meer dan 14 meter winkelfront hebben een grotere kans om leeg te staan in Sittard. Panden met minder dan 6 meter winkelfront zijn vooral panden met een kleine frontbreedte en daardoor moeilijker te verhuren. Het grootste percentage leestand bevindt zich echter in de categorie met panden die een winkelfront hebben van meer dan 14 meter.

Acht van deze negen leegstaande panden (categorie meer dan 14 meter) hebben een hoekligging (88,9%). Hierdoor hebben deze panden winkelfront hebben aan twee zijden van het pand. De werkelijke voorkant van het pand is dan ook kleiner dan 13 meter. Wanneer er in dezelfde categorie wordt gekeken naar de niet leegstaande panden heeft er 47,4% een hoekligging. Er kan dan ook vanuit worden gegaan dat hoekligging of niet een invloed heeft gehad op deze uitslag. Wanneer er alleen zou worden gekeken naar het aantal meters winkelfront aan de voorkant, dan zouden er juist meer panden leegstaan met een klein winkelfront dan groot winkelfront.

### Leegstand in relatie met een hoekligging

Uit literatuur (Bolt, 2003) blijkt dat een hoekligging een positief effect heeft op de huurprijs. Een pand met een hoekligging kan volgens hem tussen de 15 en 50% meer huur krijgen dan een pand zonder hoekligging.

Dit is te verklaren doordat panden met een hoekligging van twee richtingen passantenstromen krijgen. Veel winkels met een hoekligging hebben dan ook aan beide kanten etalage ruiten zodat het assortiment voor beide passantenstromen goed zichtbaar is.

Sittard heeft echter verschillende hoekpanden die maar aan één kant een etalage hebben, waardoor de hoekligging waarschijnlijk minder positieve effecten heeft.

*De verwachting wordt als volgt gesteld:  
Bij een hoekligging is er minder kans op leegstand*

**Tabel 6.11, Leegstand per hoekligging Sittard**

| Sittard<br><i>Hoek Ligging * Leegstand Crosstab.</i> |     | Leegstand |     | Totaal |
|--|-----|-----------|-----|--------|
|  |     | Ja        | Nee |        |
| Hoek Ligging   | Ja  | 13        | 54  | 67     |
|  | Nee | 35        | 261 | 296    |
| Totaal   |     | 48        | 315 | 363    |

Het aantal panden in Sittard dat een hoekligging heeft is 18% van het totaal aantal winkelpanden. Een pand met een hoekligging heeft een kans van 19% om leeg te staan. Een pand zonder hoekligging heeft een kans van 13% om leeg te staan. Er is dus een verschil te zien maar dit verschil is klein.

**Tabel 6.12, Leegstand per hoekligging Geleen**

| Geleen<br><i>Hoek Ligging * Leegstand Crosstab.</i> |     | Leegstand |     | Totaal |
|---|-----|-----------|-----|--------|
|   |     | Ja        | Nee |        |
| Hoek Ligging  | Ja  | 9         | 29  | 38     |
|   | Nee | 35        | 138 | 173    |
| Totaal  |     | 44        | 167 | 211    |

Het aantal panden met een hoekligging in Geleen is 18%, dit zijn dus evenveel panden als in Sittard een hoek ligging hebben.

Van de panden met een hoekligging staat 23,7% leeg. Van de panden die geen hoekligging hebben staat 20,2% leeg. Er lijkt dus sprake van het feit dat er geen verband is.

Voor de Chi-kwadraat test wordt leegstand (ja/nee) uitgezet tegen hoekligging (ja/nee).

Voor Sittard is de Chi-kwadraat 2,735 en de significantie 0,111. Er is dus **geen significant verschil**.

Voor Geleen is er ook **geen significant verschil**. De Chi-kwadraat is 0,225 en de significantie is 0,635.

Dit geeft dus aan dat er geen verband is tussen een hoekligging en leegstand.

*De conclusie is dus:  
Er is **geen significant verschil** in leegstand bij een hoekligging*

### Conclusie:

De gestelde verwachting is dan ook onjuist.

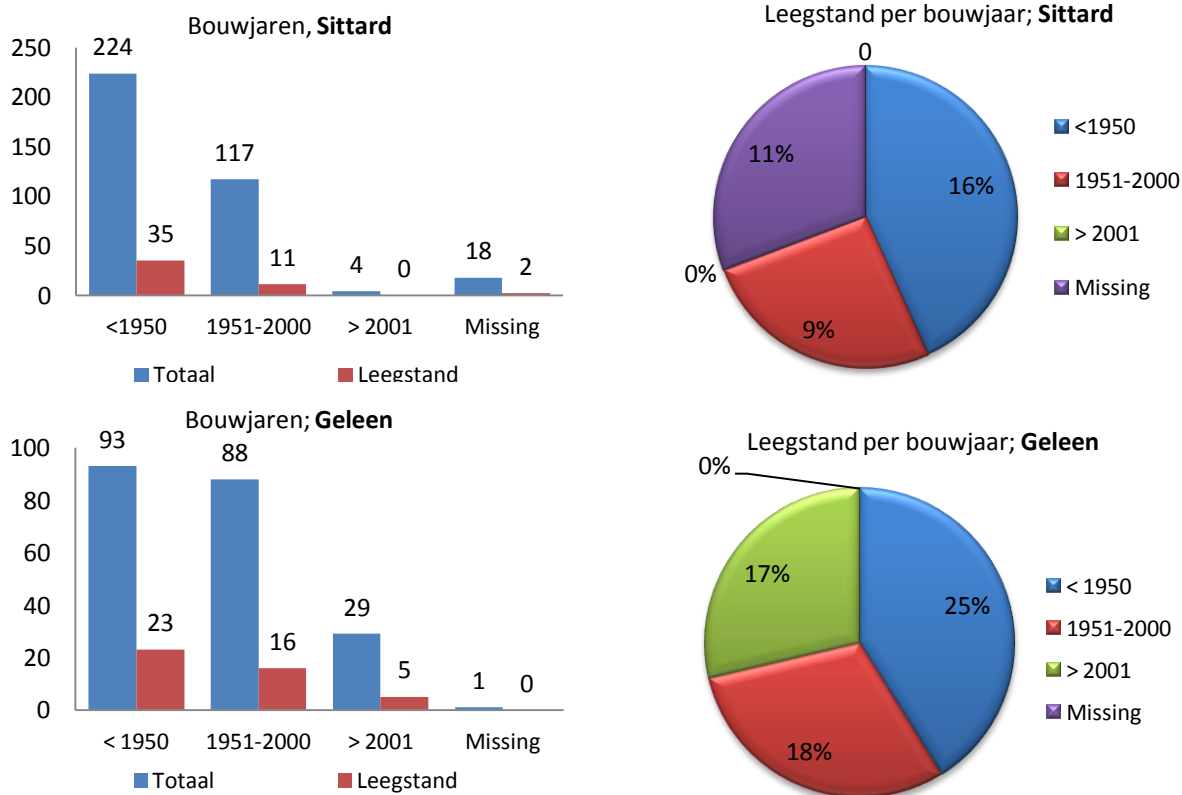
## Leegstand in relatie met de bouwjaren

Omdat er veel verschil is in bouwjaren van de panden zullen de bouwjaren in de staafdiagrammen worden weergegeven door middel van intervallen.

Over het algemeen heeft Sittard meer oude panden dan nieuwbouwpanden. In de laatste jaren heeft er maar weinig uitbreiding plaats gevonden door nieuwbouw. De oude panden geven de stad een authentiek karakter, maar hebben over het algemeen een beperkte oppervlakte. Hier tegenover staat de jongere panden die over het algemeen meer oppervlakte hebben maar volgens sommige mensen een slechtere sfeer aan de stad geven.

Het bouwjaar biedt daarnaast een indicatie voor de aanwezige bouwkundige voorzieningen en het materiaalgebruik in het gebouw. Het zegt daarnaast iets over het bouwbesluit dat van toepassing was en of het pand gemakkelijk te verbouwen is. Nieuwere panden zijn vaker flexibeler van opzet en bij oude panden moet er gekeken worden naar de monumentale waarde. Het bouwjaar geeft dus een grove indicatie over de kwaliteit van het pand en is daarom belangrijk (Atzema, Korteweg en Waaning, 2005).

*De verwachting wordt als volgt gesteld:  
Hoe ouder het pand hoe groter de kans op leegstand*



Figuur 6.14a, b, c, d, Leegstand per bouwjaar

### Wat opvalt:

Hierbij moet er opgemerkt worden dat voor Sittard de categorie later dan 2001 slechts drie panden bevat waardoor er geen objectieve uitspraak over deze categorie kan worden gedaan. Het percentage dat vermeld staat is dan ook niet representatief. Wat wel opvalt aan deze jongere panden in Sittard is dat er twee van de drie panden leeg staan.



Kijkende naar alle categorieën lijkt er geen verband te zijn in Sittard tussen het bouwjaar van de winkelpanden en de leegstand. De leegstand is relatief verspreid over de bouwjaren. Wanneer er naar Geleen wordt gekeken dan lijkt er ook geen verband te zijn tussen leegstand en de bouwjaren. Kijkende naar het aantal panden per bouwjaar interval en de bijbehorende leegstandpercentages, lijken Geleen en Sittard niet echt op elkaar. Een verband tussen leegstand en bouwjaren is dan ook niet waarschijnlijk, kijkende naar de grafieken.

#### Testen

Om te testen of er een verband is tussen het bouwjaar en leegstand wordt er een t-toets uitgevoerd. De Levene's test geeft voor Sittard een significantie van 0,071 en voor Geleen van 0,916. Er moet dus naar "Equal variances assumed" worden gekeken bij Geleen en naar "Equal variances not assumed" bij Sittard.

De significantie (2-tailed) voor Sittard is 0,178 en voor Geleen 0,256. Er is dus voor Sittard en Geleen **geen significant verschil**.

Aangezien er misschien toch een verband kan zijn bij het uitvoeren van een andere test met een andere verdeling, zal er nog een test worden gedaan. Hiervoor is de Chi-kwadraat test gekozen waarbij de bouwjaren zijn verdeeld in drie categorieën, de categorie gebouwd voor 1950, de categorie gebouwd tussen 1951 en 2000 en de categorie gebouwd na 2001. Deze twee groepen bevatten ongeveer een gelijk aantal winkels.

**Tabel 6.13, Bouwjaren 3 cat. Sittard**

| Sittard<br>Bouwjaren in 3 cat. * Leegstand Crosstab. |           | Leegstand |    | Totaal |
|--|-----------|-----------|----|--------|
|  |           | Nee       | Ja |        |
| Bouwjaren in 3 categorieën                           | Voor 1950 | 189       | 35 | 224    |
|  | 1951-2000 | 106       | 11 | 117    |
|  | na 2001   | 4         | 0  | 4      |
| Totaal   |           | 299       | 46 | 345    |

Van de gebouwen in Sittard die gebouwd zijn voor 1950 staat 15,6% leeg. Van de gebouwen die gebouwd zijn tussen 1951 en 2000 staat 9,4% leeg. De laatste categorie met panden gebouwd na 2001 heeft een leegstand van 0%. De laatste categorie bevat te weinig panden om een representatief beeld te geven van deze categorie.

**Tabel 6.14, Bouwjaren 3 cat. Geleen**

| Geleen<br>Bouwjaren in 3 cat. * Leegstand Crosstab. |           | Leegstand |    | Totaal |
|---|-----------|-----------|----|--------|
|   |           | Nee       | Ja |        |
| Bouwjaren in 3 categorieën                          | Voor 1950 | 71        | 22 | 93     |
|   | 1950-2000 | 71        | 17 | 88     |
|   | na 2000   | 24        | 5  | 29     |
| Totaal  |           | 166       | 44 | 210    |

Van de gebouwen in Geleen die gebouwd zijn voor 1950 staat 23,7% leeg. Van de gebouwen die gebouwd zijn tussen 1951 en 2000 staat 19,3% leeg. De laatste categorie met panden gebouwd na 2001 heeft een leegstand van 17,2%. Hoe ouder een pand hoe groter de kans op leegstand in Geleen uitgaande van deze percentages. De Chi-kwadraat test moet uitwijzen of dit verschil significant is.

Voor de Chi-kwadraat test wordt leegstand (ja/nee) uitgezet tegen Bouwjaar (voor 1950/1951-2000/na 2001).

Uit de Chi-kwadraat test voor Sittard valt op te maken dat de significantie (2-sided) 0,202 is en Chi-kwadraat 3,199. Er is dus **geen significant verschil** in Sittard.

Kijkende naar de Chi-kwadraat test voor Geleen is hier de Chi-kwadraat 0,793 en de significantie 0,673. Voor Geleen is er dus **geen significant verschil**.

De conclusie is dus:

*Er **geen significant verschil** in leegstand tussen de bouwjaren.*

*Conclusie:*

De gestelde verwachting was dan ook onjuist.

## 6.6 Parkeren en bereikbaarheid

Parkeren en bereikbaarheid zijn belangrijke aspecten voor een winkelgebied. Wanneer deze aspecten niet voldoende zijn, kan een grotere leegstand worden verwacht.

### **Bereikbaarheid en routing**

Bereikbaarheid is een belangrijke factor voor het succes van een winkelcentrum. Wanneer een winkelcentrum slecht bereikbaar is, houdt dit in dat consumenten meer moeite moeten doen om een winkelcentrum te bereiken, en er daardoor minder consumenten naar het centrum komen.

Daarnaast is de mobiliteit van de consument gegroeid, waardoor ze meer bereid zijn om ook grotere afstand af te leggen om een winkelcentrum te bezoeken. Dit zorgt er ook voor dat de bereikbaarheid steeds belangrijker is, consumenten komen steeds vaker van een grotere afstand, en willen makkelijk een centrum en de parkeergelegenheden kunnen bereiken. Wanneer een centrum dit niet heeft kan een consument ook kiezen voor een gelijkwaardig centrum, dat wel een goede bereikbaarheid heeft.

Grootschalige voorzieningen buiten de stad zijn een grote concurrent voor slecht bereikbare binnensteden. Deze voorzieningen zijn goed bereikbaar en hebben veelal gratis parkeren.

Naast de consumenten moet een winkelcentrum ook bereikbaar zijn voor de distributie van goederen voor de winkels. Er wordt gesteld dat de bereikbaarheid een belangrijke factor is voor het rendement van een winkelpand, de bereikbaarheid kan een groot verschil maken voor het aantrekken van trouwe klanten (Verdanov, 2010).

Ook WPM Consultants (2002) zien het belang van bereikbaarheid. Volgens hen draagt een goede bereikbaarheid bij aan het koopplezier, het zou daarmee bijdragen aan een aantrekkelijke en vitale binnenstad.

Bereikbaarheid is dus belangrijk voor de aantrekkelijkheid van een stad en daarmee dus ook indirect voor de leegstand. Wanneer een stad namelijk minder consumenten trekt, vergroot dit de kans op leegstand van de winkels in de stad.

### **Parkeermogelijkheden**

Uit literatuur blijkt dat parkeren een invloed kan hebben op de winkelbeleving.

De parkeerbehoefte wordt gebaseerd op het aantal bezoekers van een stad op een zaterdag.

Van der Waerden, Borgers en Timmermans, (1998) halen aan dat parkeermaatregelen een invloed kunnen hebben op koopgedrag en verplaatsingen van consumenten. Ook Oppewal, H. (1995) heeft geconcludeerd dat parkeervoorzieningen van significant belang zijn.

Verdanov (2010) zegt dat gemakkelijke parkeermogelijkheden extra voordeel bieden voor een winkelpand.

### **Parkeertarieven**

Voor de parkeerduur zijn er drie soorten te onderscheiden namelijk kort-parkeren, midellang-parkeren en lang-parkeren. Kort-parkeren is parkeren dat korter duurt dan één uur, midellang-parkeren duurt het parkeren tussen één en drie uur en lang-parkeren duurt dus langer dan drie uur.

Wanneer een consument komt om te funshoppen parkeert deze uiteraard langer dan voor runshoppen, het woord zegt dit al. Dit zou dan ook betekenen dat consumenten voor funshoppen meer geld bereid zijn te betalen dan voor runshoppen (WPM Consultants, 2002).

Zoals eerder genoemd kunnen de parkeertarieven worden gebruikt om het parkeren te ontmoedigen. DTZ Zadelhoff (2012) zegt dat de parkeertarieven moeten zijn afgestemd op het reisdoel. De hoogte van het parkeertarief moet namelijk samenhangen met de belevingswaarde. Voor funshoppen is betaald parkeren dus geen probleem, dit tegenover runshoppen waar betaald parkeren een negatieve invloed heeft. Ook Oppewal (1995) heeft geconcludeerd dat het uitgaven patroon van consumenten mede afhangt van de parkeerkosten.

### Leegstand in relatie tot de afstand tot een parkeergelegenheid

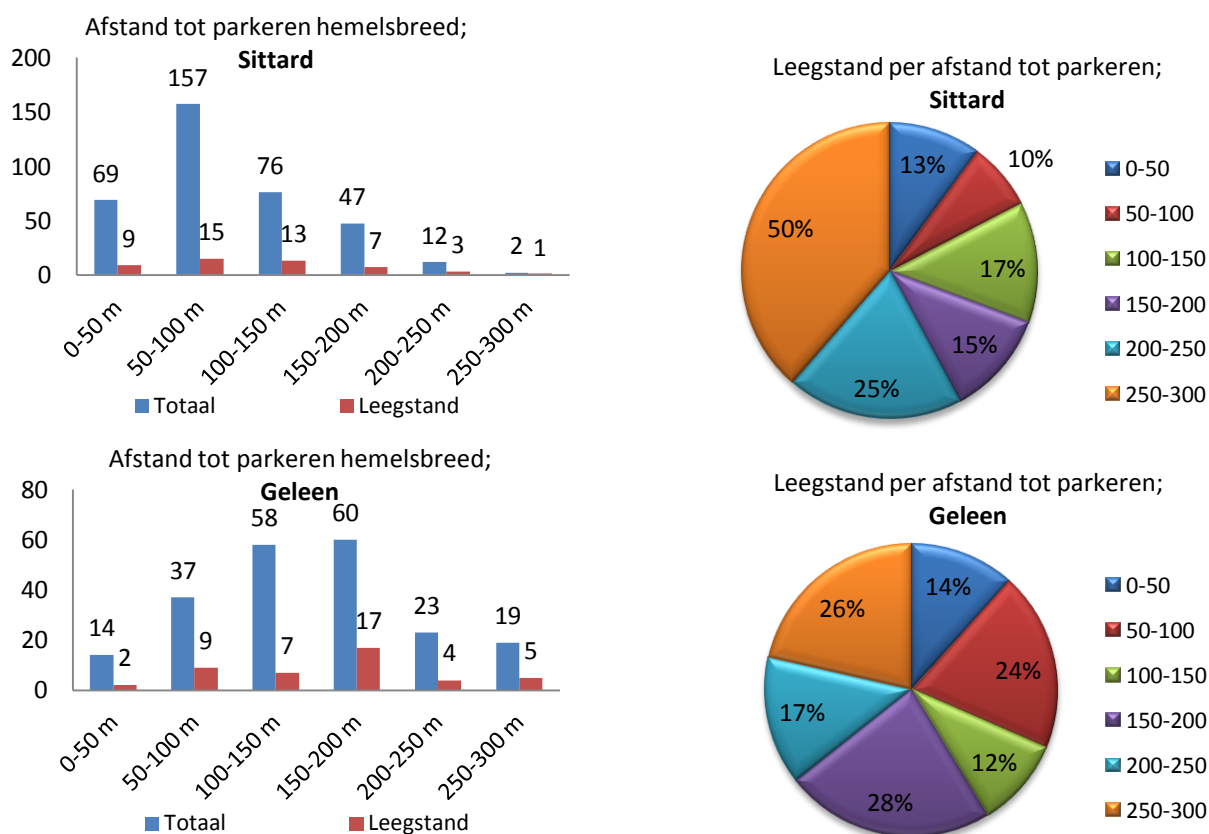
Wanneer een consument de auto parkeert moet deze lopen om de winkels te bezoeken. Deze afstand legt de consument dus twee maal af, op de heen- en de terugweg. De loopafstand bepaalt op dat moment de parkeerservice. Het is daarom niet los te zien van kwaliteitselementen van het parkeren. WPM Consultants (2002) zeggen hierover dat het parkeertarief in verband moet staan met de afstand die men ervoor moet lopen. Ook zeggen zij dat langparkeerders bereid zullen zijn om een grotere afstand af te leggen dan de kort-parkeerders, er is echter wel sprake van een 'grens' in de afstand die men wilt afleggen.

Loopafstanden tot maximaal 100 meter vinden bezoekers doorgaans geen probleem, daarentegen zijn afstanden langer dan 800 meter voor niemand acceptabel (WPM Consultants, 2002).

Voor de afstand tot een parkeergelegenheid is er gekeken naar de afstand tot de parkeergelegenheid die het meest dichtbij ligt. De afstand is hemelsbreed gemeten.

*De verwachting wordt als volgt gesteld:*

*Hoe groter de afstand is tot een parkeergelegenheid is, hoe groter de leegstand*



**Figuur 6.15a, b, c, d, Leegstand per afstand tot parkeergelegenheden**

*Wat opvalt:*

Als eerste moet worden opgemerkt dat het interval 250-300 m in Sittard maar twee panden bevat waardoor het percentage leegstand niet representatief is.

Vervolgens is te zien dat er geen duidelijk verband is tussen de afstand tot de parkeergelegenheid en de leegstand. Er is wel te zien dat de leegstand licht toeneemt naarmate de afstand toeneemt, maar dit is niet groot genoeg om een duidelijk verband te zien.

Wat ook opvalt, is dat in Sittard de afstanden tot een parkeergelegenheid hemelsbreed gemiddeld korter zijn dan in Geleen. Dit kan komen doordat Sittard een groter centrum is dan Geleen.

Om te kijken of er een significant verschil is zal een test gedaan moeten worden op interval niveau. Voor deze test wordt leegstand (ja/nee) beschouwd als afhankelijke variabele en de afstand als een interval variabele. Daarom zal er een t-toets worden uitgevoerd.

De Levene's Test geeft voor Sittard een significantie van 0,066 en voor Geleen van 0,957. Er moet dus worden gekeken naar "Equal variances assumed" voor Geleen en naar "Equal variances not assumed" voor Sittard. Deze geeft een significantie (2-tailed) voor Sittard van 0,139 en voor Geleen van 0,404. Er is dus **geen significant verschil** voor Sittard en Geleen.

Aangezien er misschien toch een verband kan zijn bij het uitvoeren van een andere test met een andere verdeling, zal er nog een test worden gedaan. Hiervoor is de Chi-kwadraat test gekozen waarbij de afstand tot parkeren is verdeeld in drie categorieën. De categorie 0-100 meter, 101-200 meter en meer dan 201 meter.

*Table 6.15, Afstand tot P 3 cat. Sittard*

| Sittard<br>Afstand tot P 3 cat * Leegstand Crosstab |           | Leegstand |    | Totaal |
|---|-----------|-----------|----|--------|
|   |           | Nee       | Ja |        |
| Afstand tot P                                       | 0-100 m   | 202       | 24 | 226    |
|   | 101-200 m | 103       | 20 | 123    |
|   | 201> m    | 10        | 4  | 14     |
| Totaal  |           | 315       | 48 | 363    |

De winkelpanden die liggen binnen 100 meter van een parkeergelegenheid staat 10,6% leeg. De panden die zich bevinden op een afstand tussen 101 en 200 meter van een parkeergelegenheid hebben een leegstand van 16,3%. De laatste categorie bevat panden die op meer dan 201 meter afstand van een parkeergelegenheid liggen, hiervan staat 28,6% leeg. Deze percentages geven aan dat hoe groter de afstand tot een parkeergelegenheid hoe groter de kans op leegstand. Om te kijken of dit verschil ook significant is zal een Chi-kwadraat test worden uitgevoerd.

*Table 6.16, Afstand tot P 3 cat. Geleen*

| Geleen<br>Afstand tot P 3 cat * Leegstand Crosstab |           | Leegstand |    | Totaal |
|--|-----------|-----------|----|--------|
|  |           | Nee       | Ja |        |
| Afstand tot P                                      | 0-100 m   | 40        | 11 | 51     |
|  | 101-200 m | 94        | 24 | 118    |
|  | 201> m    | 33        | 9  | 42     |
| Totaal   |           | 167       | 44 | 211    |

De winkelpanden die liggen binnen 100 meter van een parkeergelegenheid staat 21,6% leeg. De panden die zich bevinden op een afstand tussen 101 en 200 meter van een parkeergelegenheid hebben een leegstand van 20,3%. De laatste categorie bevat panden die op meer dan 201 meter afstand van een parkeergelegenheid liggen, hiervan staat 21,4% leeg. Er lijkt dus geen verband te zijn.

Voor de Chi-kwadraat test wordt leegstand (ja/nee) uitgezet tegen afstand tot een parkeergelegenheid (0-100m/101-200m/2002>m). De Chi-kwadraat test geeft voor Sittard een Chi-kwadraat van 5,198 en

een significantie van 0,074. Voor Geleen is de Chi-kwadraat 0,043 en de significantie 0,979. Er is dus **geen significant verschil**, voor  $\alpha = 0,10$  zou er wel een significant verschil zijn alleen voor Sittard.

De conclusie is dus:

*Er is **geen significant verschil** in leegstand tussen de afstanden tot een parkeergelegenheid.*

*Conclusie:*

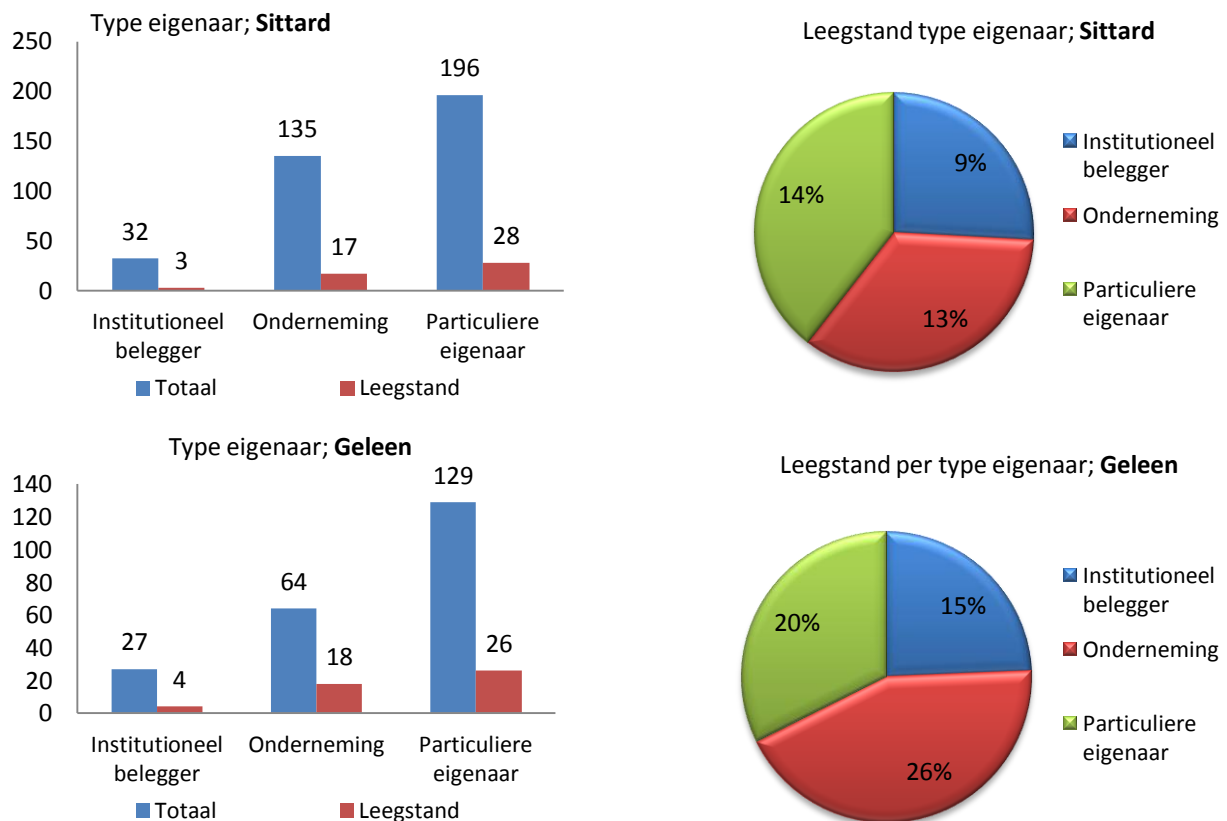
De gestelde verwachting was dus onjuist.

## 6.7 De leegstand en de eigenaar

### Leegstand in relatie met het soort eigenaar

Kijkende naar de eigenaren van de winkelpanden zijn in Sittard drie soorten eigenaren te onderscheiden. Dit zijn de institutioneel beleggers, ondernemingen en de particuliere eigenaren. Institutionele beleggers zijn partijen die pensioengelden beheersen voor veelal grote bedrijven. Ondernemingen zijn bedrijven die of hun eigen vastgoed in bezit hebben en vastgoedbedrijven. Particulieren zijn mensen waarvan in het bestand belastingen bij de eigenaar een achternaam staat. Ieder soort eigenaar kan een ander soort belang hebben, daarom is het interessant om te kijken of er verschil in leegstand is tussen de verschillende eigenaren. Institutionele beleggers hebben schaalvoordelen en middelen en contacten tot hun beschikking om nieuwe huurders aan te trekken voor het pand. Hier tegenover staat weer dat particulieren eigenaren minder lang leegstand kunnen accepteren en daarom meer flexibel zijn.

*De verwachting wordt als volgt gesteld:  
Er is geen verband tussen het type eigenaar en de leegstand*



Figuur 6.16a, b, c, d, Leegstand per soort eigendom

*Wat opvalt:*

Wat opvalt, is dat er geen verband is tussen het soort eigendom en de leegstand. Wat hierbij wel opvalt, is dat er meer panden leegstaan bij particulieren dan bij commerciële bedrijven. De verhoudingen van leegstand tussen de drie typen eigenaren die zijn te onderscheiden zijn voor Sittard en Geleen ongeveer gelijk. Voor de Chi-kwadraat test wordt leegstand (ja/nee) uitgezet tegen het soort eigenaar (institutioneel belegger/onderneming/particuliere eigenaar).

De significantie uit de Chi-kwadraat test voor Sittard is 0,722 en voor Geleen 0,421. Dit betekent dat er dus **geen significant verschil** is. Er is dus geen verband is tussen het soort eigenaar en leegstand.

Om te kijken of er een verband is wanneer de ondernemers en de particulieren samen een categorie vormen is dit ook getest. Er blijven dan nog twee categorieën over, de institutionele beleggers en de overige eigenaren. Het verband is getest door middel van een Chi-kwadraat toets.

*Tabel 6.17, Leegstand per eigenaar 2 cat. Sittard*

| Sittard<br><i>Eigenaar 2 categorieën * Leegstand Crosstabulation</i> |                                      | Leegstand |     | Totaal |
|--|--------------------------------------|-----------|-----|--------|
|  |                                      | Ja        | Nee |        |
| Eigenaar 2 categorieën   | Institutioneel belegger              | 3         | 29  | 32     |
|  | Particuliere eigenaar en ondernemers | 45        | 286 | 331    |
| Totaal   |                                      | 48        | 315 | 363    |

In de categorie institutioneel belegger in Sittard is de leegstand 9,3%. In de nieuwe categorie van ondernemingen met particuliere eigenaren is de leegstand 13,6%. Er lijkt dus een verband te bestaan tussen het type eigenaar en de leegstand.

*Tabel 6.18, Leegstand per eigenaar 2 cat. Geleen*

| Geleen<br><i>Eigenaar 2 categorieën * Leegstand Crosstabulation</i> |                                      | Leegstand |     | Totaal |
|---|--------------------------------------|-----------|-----|--------|
|   |                                      | Ja        | Nee |        |
| Eigenaar 2 categorieën  | Institutioneel belegger              | 4         | 23  | 27     |
|   | Particuliere eigenaar en ondernemers | 40        | 144 | 184    |
| Totaal  |                                      | 44        | 167 | 211    |

In de categorie institutionele beleggers in Geleen staan 14,8% van de panden leeg. In de categorie van de particuliere eigenaren samen met de ondernemers staan 21,7% van de panden leeg. Er lijkt dus een verband te zijn.

Voor deze Chi-kwadraat test wordt leegstand (ja/nee) uitgezet tegen soort eigenaar (institutioneel belegger/particuliere eigenaar en ondernemers).

De Fisher's Exact Test geeft voor Sittard een significantie van 0,784. Voor Geleen is de Chi-kwadraat 0,684 en de significantie 0,408. Er is dus **geen significant verschil**. Het is dus duidelijk dat er geen verband is tussen het soort eigendom en de leegstand in Sittard.

De conclusie is dus:

*Er is **geen significant verschil** in leegstand tussen de soorten eigenaren*

*Conclusie:*

De vooraf gestelde verwachting is dus onjuist gebleken.



### Leegstand in relatie met het aantal winkels dat een eigenaar bezit

Van het merendeel van de winkelpanden is de eigenaar bekend. Van alle eigenaren die bekend zijn, is gekeken hoeveel winkelpanden zij in Sittard of in Geleen in bezit hebben. Het aantal panden in eigendom loopt uiteen van één winkel tot 28 winkels. De eigenaar van de 28 winkels is een institutioneel belegger dat het hoge aantal panden kan verklaren.

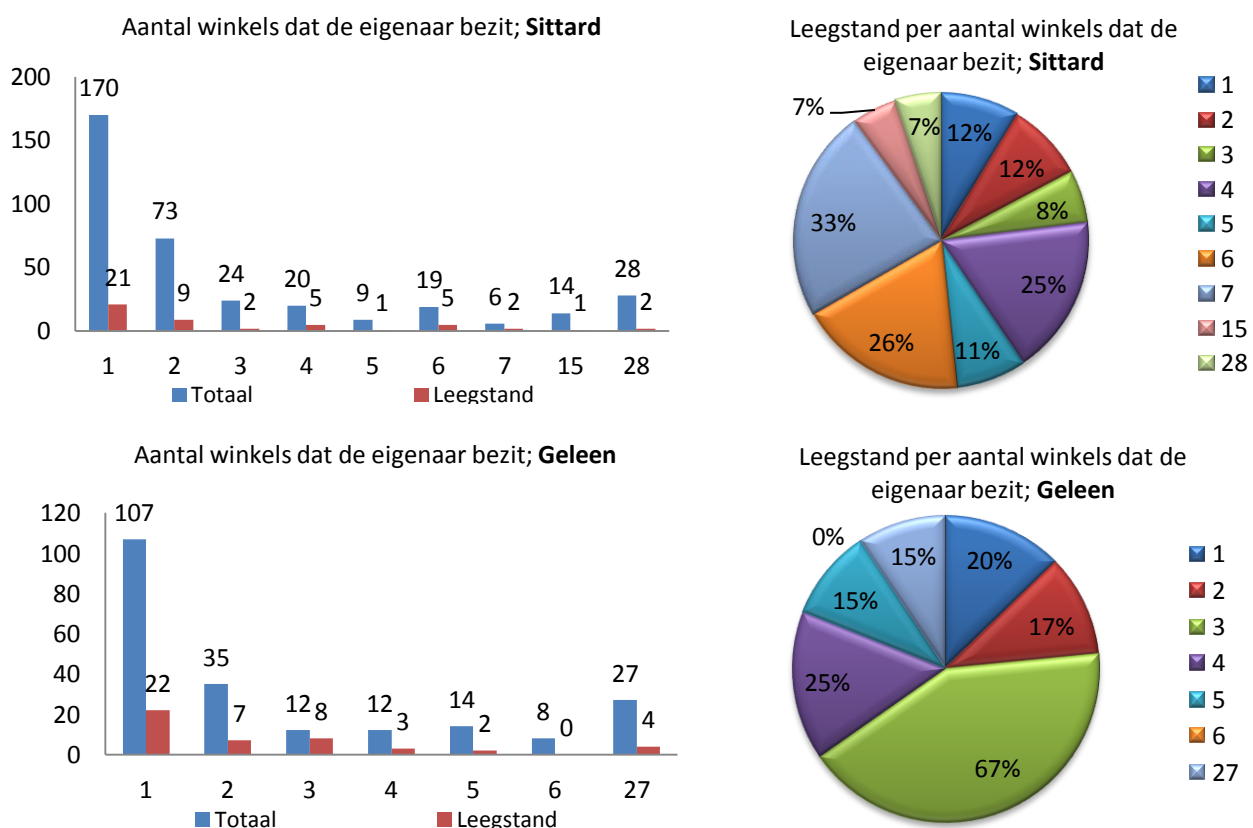
Omdat er nog niet veel onderzoek is geweest naar het aantal panden in eigendom en leegstand, is het interessant om daar door middel van dit onderzoek naar te kijken in Sittard-Geleen.

Bij het vorige onderwerp is al gebleken dat er geen verband is tussen het soort eigenaar en leegstand, dit onderwerp kan ook worden beschouwd als een verdere uitwerking hiervan.

De eigenaren van winkels in Sittard bezitten elk gemiddeld 4,64 winkelpanden.

*De verwachting wordt als volgt gesteld:*

*Er zal geen duidelijk verband zijn tussen het aantal panden in eigendom en de leegstand*



**Figuur 6.17a, b, c, d, Leegstand per aantal winkels dat de eigenaar bezit**

#### Wat opvalt:

Wat opvalt, is dat de leegstand toe lijkt te nemen in Sittard naarmate de eigenaren meer panden hebben. Hier vindt echter ook weer een afname plaats vanaf 15 panden. Er is dus geen duidelijk verband tussen het aantal panden dat een eigenaar bezit en de leegstand. Terwijl er wel een beperkt verband lijkt te zijn.

In Geleen valt de categorie van eigenaren die drie panden bezitten op, deze categorie heeft namelijk een erg hoog leegstand percentage van zelfs 67%. De percentages in de overige categorieën in Geleen



In Geleen is de significantie 0,558 en de Chi-kwadraat 2,069; hier is er dus **geen significant verschil**.

De conclusie is dus:

*Er is **geen significant verschil** in leegstand bij het aantal panden dat een eigenaar in bezit heeft.*

*Er is wel **een significant verschil** bij het onderscheiden van drie categorieën in het aantal panden dat een eigenaar bezit in Sittard maar niet in Geleen.*

*Conclusie:*

De meeste panden staan leeg wanneer de eigenaar tussen de 4 en 9 panden bezit, dit wordt gevolgd door de eigenaren die maximaal 3 panden bezitten. De eigenaren met meer dan 10 panden ondervinden de laagste leegstand.

Bij de toets met het exacte aantal panden in bezit is geen significant verschil kijkende naar de leegstand.

Bij de verdeling in drie categorieën is er een significant verschil voor alleen Sittard. Er is hiervoor al bewezen dat er geen significant verschil is tussen het type eigenaar en de kans op leegstand. Deze conclusie komt niet overeenkomt met de vorige conclusie.

## 6.8 Leegstand en alle voorgaande geanalyseerde begrippen

### Leegstand en alle voorgaande begrippen

In dit hoofdstuk zijn alle belangrijke variabelen afzonderlijk geanalyseerd om te kijken of zij een relatie vertonen met leegstand. In de volgende analyse worden deze factoren allemaal gebruikt.

*De verwachting wordt als volgt gesteld:  
Het aantal passanten zal de grootste invloed hebben op de leegstand*

Er zal dus worden gekeken naar de invloed van meerdere onafhankelijke variabelen op een afhankelijke variabele. In de meeste gevallen wordt hiervoor een lineaire regressie analyse gebruikt.

Een lineaire regressie analyse gaat uit van een afhankelijke variabele die continu van aard is. Aangezien in deze test de afhankelijke variabele "leegstand" slechts de antwoordmogelijkheden ja/nee heeft is deze analyse dus niet geschikt. De logistische regressie komt voort uit de lineaire regressie echter is het hierbij wel mogelijk een dichotome afhankelijke variabele te gebruiken.

Logistische regressie werkt met kansverhoudingen en niet met fracties. De kansverhouding wordt aangeduid met het woord "odds" en is de verhouding tussen de kansen. Het is dus de kans te behoren tot een bepaalde categorie van een variabele eerder dan tot een andere.

De afhankelijke variabele Leegstand ja/nee is dichotoom van aard. De antwoordmogelijkheid nee is ingevoerd als 0 en de antwoordmogelijkheid ja als 1.

Er zijn verschillende onafhankelijke variabelen toegevoegd, zowel continue variabelen als categoriale variabelen. Als continue variabelen zijn het bouwjaar, de primaire oppervlakte, het aantal passanten, aantal meter winkelfront en de WOZ-waarde ingevoerd. Als categoriale variabelen zijn het segment van Locatus, een hoekligging, type eigenaar en afstand tot een parkeergelegenheid ingevoerd.

De variabelen segment gemeente, segment Locatus, bruto oppervlakte en aantal panden dat een eigenaar bezit zijn niet opgenomen in deze analyse. Dit is gedaan omdat deze variabelen samenhangen met een van de variabelen die wel zijn ingevoerd. Het aantal passanten en het locatie segment van de gemeente hangen samen met het locatiesegment van Locatus, de bruto oppervlakte hangt samen met de primaire oppervlakte en het aantal panden dat een eigenaar bezit hangt samen met het type eigenaar.

**Tabel 6.21, Classification Table**

|         |                    |           | Predicted |     |                    |
|---------|--------------------|-----------|-----------|-----|--------------------|
|         |                    |           | Leegstand |     | Percentage Correct |
| Sittard | Observed           |           | Nee       | Ja  |                    |
|         | Step 0             | Leegstand | Nee       | 211 | 0                  |
|         |                    | Ja        | 35        | 0   | ,0                 |
|         | Overall Percentage |           |           |     | 85,8               |
|         |                    |           | Predicted |     |                    |
|         |                    |           | Leegstand |     | Percentage Correct |
| Geleen  | Observed           |           | Nee       | Ja  |                    |
|         | Step 0             | Leegstand | Nee       | 90  | 0                  |
|         |                    | Ja        | 24        | 0   | ,0                 |
|         | Overall Percentage |           |           |     | 78,9               |

a. Constant is included in the model. b. The cut value is ,500

In Sittard kan er dus 85,8% en in Geleen 78,9% juist worden voorspeld.

**Tabel 6.22, Omnibus Tests of Model Coefficients**

| Sittard |       | Chi-square | df | Sig. |
|---------|-------|------------|----|------|
| Step 1  | Step  | 8,971      | 1  | ,003 |
|         | Block | 8,971      | 1  | ,003 |
|         | Model | 8,971      | 1  | ,003 |

De Omnibus Test of Model Coefficients is significant voor Sittard. De variabele(n) die zijn toegevoegd aan het model verklaren de significantie beter dan een model zonder deze variabele(n) uitgaande van  $\alpha = 0,05$ .

**Tabel 6.23, Model Summary**

| Step | -2 Log likelihood | Cox & Snell R Square | Nagelkerke R Square |
|------|-------------------|----------------------|---------------------|
| 1    | 192,294a          | ,036                 | ,064                |

a. Estimation terminated at iteration number 5 because parameter estimates changed by less than ,001.

In Sittard is de Nagelkerke R Square is 0,064 en de Cox & Snell R Square 0,036. Het percentage correct voorspeld is bijna 86%. Voor Geleen kan er geen model worden gevormd omdat er geen variabelen significant zijn.

**Tabel 6.24, Variables in the Equation**

| Sittard             |          | B     | S.E. | Wald  | df | Sig. | Exp(B) |
|---------------------|----------|-------|------|-------|----|------|--------|
| Step 1 <sup>a</sup> | PAS_Loc  | ,000  | ,000 | 8,308 | 1  | ,004 | 1,000  |
|                     | Constant | -,673 | ,398 | 2,855 | 1  | ,091 | ,510   |

a. Variable(s) entered on step 1: PAS\_Loc.

**Tabel 6.25, Variables in the Equation**

| Geleen |          | B      | S.E. | Wald   | df | Sig. | Exp(B) |
|--------|----------|--------|------|--------|----|------|--------|
| Step 0 | Constant | -1,322 | ,230 | 33,102 | 1  | ,000 | ,267   |

Het aantal passanten is een continue variabele en heeft de meeste invloed op de kans dat een pand leeg komt te staan in Sittard.

**Tabel 6.26, Variables not in the Equation**

| Sittard |           |              | Score | df | Sig. |
|---------|-----------|--------------|-------|----|------|
| Step 1  | Variables | Bouwjaar     | ,696  | 1  | ,404 |
|         |           | PRIM_OPP     | ,402  | 1  | ,526 |
|         |           | Winkel_FR    | ,380  | 1  | ,538 |
|         |           | WOZ          | ,071  | 1  | ,789 |
|         |           | EIG          | ,741  | 2  | ,690 |
|         |           | EIG(1)       | ,298  | 1  | ,585 |
|         |           | EIG(2)       | ,535  | 1  | ,464 |
|         |           | AFSTAND_P    | 7,356 | 5  | ,195 |
|         |           | AFSTAND_P(1) | ,971  | 1  | ,324 |
|         |           | AFSTAND_P(2) | 6,158 | 1  | ,013 |
|         |           | AFSTAND_P(3) | 1,068 | 1  | ,301 |
|         |           | AFSTAND_P(4) | ,721  | 1  | ,396 |
|         |           | AFSTAND_P(5) | 1,078 | 1  | ,299 |
|         |           | Hoek(1)      | 2,688 | 1  | ,101 |

a. Residual Chi-Squares are not computed because of redundancies.

**Tabel 6.27, Variables not in the Equation**

| Geleen |           |                 | Score | df | Sig. |
|--------|-----------|-----------------|-------|----|------|
| Step 0 | Variables | Bouwjaar        | ,842  | 1  | ,359 |
|        |           | PRIM_OPP        | 2,763 | 1  | ,096 |
|        |           | Winkel_FR       | ,046  | 1  | ,830 |
|        |           | Hoek(1)         | 2,438 | 1  | ,118 |
|        |           | WOZ             | ,096  | 1  | ,756 |
|        |           | EIG(1)          | 1,339 | 1  | ,247 |
|        |           | PAS_Loc         | 1,521 | 1  | ,218 |
|        |           | AFSTANDTOTP     | 2,550 | 5  | ,769 |
|        |           | AFSTANDTOTP(1)  | ,003  | 1  | ,953 |
|        |           | AFSTANDTOTP (2) | ,118  | 1  | ,732 |
|        |           | AFSTANDTOTP (3) | ,622  | 1  | ,430 |
|        |           | AFSTANDTOTP (4) | ,003  | 1  | ,956 |
|        |           | AFSTANDTOTP(5)  | ,440  | 1  | ,507 |

a. Residual Chi-Squares are not computed because of redundancies.

Het model werd getest op de aanwezigheid van niet-lineaire verbanden zonder deze te vinden. De verdeling van de residuen vertoonde geen bijzondere problemen in het model en de multicollineariteitstest duidde eveneens nergens op sterk samenhangende variabelen.

De conclusie is dus:

Een model met het aantal passanten is significant voor Sittard. Voor Geleen is er geen model gevonden.

Een model met passanten als variabele past significant beter dan een model zonder deze variabele. Met het aantal passanten kan de kans op wel of geen leegstand in 86% van de gevallen correct worden voorspeld in Sittard.

#### 6.9 Conclusies testen

In dit hoofdstuk zijn een aantal factoren besproken die invloed kunnen hebben op de leegstand van winkelvastgoed. Hierin is een tweedeling gemaakt tussen de context factoren op gemeentelijk niveau, en de factoren op pand niveau.

De context factoren die zijn besproken zijn de koopkracht, het verzorgingsgebied, de bevolkingssamenstelling, concurrerende gemeenten, nieuwe bouwplannen, gemeentelijk beleid, consumentengedrag en consumentenvertrouwen.

Door de huidige economische situatie gaat het slecht met het consumentenvertrouwen en de koopkracht in Nederland. Dit resulteert in minder aankopen van luxe artikelen maar wel nog aankopen in levensmiddelen.

Sittard-Geleen heeft last van de vergrijzing en ontgroening van de bevolking. Het verzorgingsgebied ligt niet alleen in de gemeente maar breidt zich uit tot over de grenzen. Echter heeft Sittard-Geleen veel last van concurrentie. Deze concurrentie is niet alleen van gemeenten in de buurt maar ook binnen de gemeente. Geleen concurreert bijvoorbeeld ook met de wijkwinkelcentra in de buurt waar gratis parkeren is. Daarnaast is er ook nog de concurrentie van grote steden zoals Maastricht en Roermond.

In Sittard staan winkelpanden in het aanlopmilieu significant vaker leeg dan in het kernwinkelgebied. Kijkende naar Geleen is er geen verschil. Sittard voldoet hiermee aan de gevonden literatuur, echter Geleen niet. Dit maakt het centrum van Geleen opvallend. Het feit dat Geleen hier niet aan voldoet kan verschillende oorzaken hebben zoals de huurprijzen in het kernwinkelgebied, de passanten, maar ook het type centrum dat Geleen is.

Sittard voldoet steeds aan de literatuur, hoe meer passanten hoe minder leegstand. Geleen voldoet steeds niet aan deze regel.

De WOZ-waarde heeft invloed op de kans op leegstand. Hoe lager de WOZ-waarde hoe hoger de kans op leegstand. Ook het aantal meters winkelfront heeft invloed op de kans dat een pand leeg staat. Panden met minder dan 6 meter en meer dan 14 meter winkelfront hebben een grotere kans om leeg te staan.

Een hoekligging, de oppervlakte en het bouwjaar blijken geen invloed te hebben op de kans dat een pand leegstaat.

Het type eigenaar heeft geen invloed op de leegstand. Het aantal panden dat de eigenaar in bezit heeft daarentegen wel. Eigenaren die 4-9 winkels bezitten in Sittard, hebben wel significant grotere kans om leeg te staan. Er zijn eigenaren, die een aantal panden bezitten in de aanloopstraten en net in deze categorie vallen.





## Mogelijke maatregelen om leegstand tegen te gaan

Er zijn verschillende maatregelen die gezamenlijk een oplossing *kunnen* bieden om de leegstand van winkels te verminderen. Niet alle maatregelen werken in alle situaties en op alle locaties. Het inzetten van maatregelen moet dan ook een goed overwogen beslissing zijn.

De volgende maatregelen kunnen ook andere namen dragen maar komen op hetzelfde idee neer.

Als eerste moet er gekeken worden in hoeverre men de marktwerking zijn gang wil laten gaan. Er zijn critici van mening dat men de marktwerking zijn gang moet laten gaan, en er dus niet moet worden ingegrepen door de overheid wanneer er leegstand is. De meningen zijn erg verdeeld over deze opvatting, ze lopen uiteen tot het moet alleen vanuit de markt komen tot actief ingrijpen van de overheid.

De gemeente Sittard-Geleen is van mening dat de gemeente een rol moet spelen in het tegengaan van de winkelleegstand, echter moet dit natuurlijk niet in zijn geheel vanuit de gemeente komen.

### 7.1 Structurele maatregelen

#### *Herdefiniëren*

Herdefiniëren komt neer op het opnieuw definiëren van de functie van het pand. Wanneer een winkelpand een andere functie krijgt kan hiermee weer een nieuwe gebruiker voor het pand worden gevonden. Belangrijk in dit proces is grondig onderzoek naar welke functies wel en niet mogelijk zijn in het pand. Niet alle panden zijn geschikt om gemakkelijk wooneenheden in te maken.

Een ander belangrijk aspect is het bestemmingsplan, laat deze de wijzigingen toe? De gemeenten kunnen hierop inspelen door in aanloopgebieden de bestemming te verruimen of het vergunningproces in gebieden te versnellen.

#### *Concentreren*

Wanneer de winkelstructuur in een centrum verkeerd is, zoals te langgerekt, kan deze structuur worden aangepast om hiermee de leegstand tegen te gaan. Concentreren betekent dat het gebied meer compact wordt gemaakt, waardoor er een goede winkelstructuur ontstaat. Winkels in de aanloopgebieden kunnen dan verplaatst worden naar het centrum, om zo de winkelleegstand in de kern tegen te gaan. Als nadeel is aan te merken dat door de verplaatsingen er alleen nog maar meer leegstand zal ontstaan in de aanloopgebieden. Er mag dan ook niet vergeten worden hierop in te spelen en oplossingen te bieden om de leegstand in de aanloopstraten tegen te gaan. Het veranderen van een winkel in een woonbestemming kan dan een mogelijkheid zijn.

#### *Saneren*

Saneren is bijvoorbeeld het verwijderen van slecht lopende producten uit een assortiment of slecht lopende winkels uit een straat. De sanering van winkelvestgoed komt dus neer op het verdwijnen van winkels.

Met sanering wordt vooral een vorm van stadsvernieuwing aangeduid, waarbij panden worden afgebroken en er een nieuwe bestemming voor in de plaats komt. In het geval van winkels betekent dit in veel gevallen dat de winkels worden gesloopt, en er vaak woningen voor terugkomen.

Bij deze maatregelen komen hoge kosten kijken, aangezien iemand de taak op zich moet nemen om de gebouwen aan te kopen, te slopen en nieuwbouw te plegen. Deze rol wordt vaak door een gemeente op zich genomen. Veel gemeenten kopen kansloze panden als laatste redmiddel om een gebied op te knappen.

## 7.2 Overige maatregelen

### *Aankleding lege etalages*

Lege winkelpanden zijn slecht voor de uitstraling van een straat.

Een tijdelijke oplossing voor deze lege etalages is om ze te vullen met bijvoorbeeld kunstwerken. Ook worden de etalages vaker beplakt met een foto van een volle winkel. Deze oplossingen resulteren in een winkel die niet meer direct leeg oogt. Een nadeel is echter dat het een tijdelijke oplossing is en niet direct bijdraagt aan het vinden van een nieuwe huurder.

### *Tijdelijke functie bijvoorbeeld pop-up store*

Een andere tijdelijke oplossing voor leegstaande winkels is, deze te vullen met een tijdelijke winkel, zoals een pop-up store. Het concept achter een pop-up store is dat deze zich steeds een korte tijd vestigt op een locatie, en vervolgens weer op zoek gaat naar een andere locatie. De pop-up stores zijn meestal erg actief op social media, en maken dan ook op deze wijze reclame van de locatie waar zij op dat moment zijn met welke aanbiedingen.

Een ander concept kan zijn een tijdelijke winkel, zodat de ondernemer kan uitproberen hoe zijn ideeën in de markt liggen. Hij kan zijn winkel dus als het ware uittesten.

Belangrijk aan deze invullingen is dat ze tijdelijk zijn en slechts een korte periode kunnen zorgen voor huuropbrengsten.

### *Promotionele activiteiten*

Promotionele activiteiten lijkt de meest logische manier om meer bezoekers naar een stad te trekken en hiermee de leegstand tegen te gaan.

Het is geen harde maatregel, maar meer bezoekers in een stad creëert een omgeving, waarin meer omzet voor de ondernemers wordt gegenereerd. Het nadeel is dat reclame/promotie veel tijd kost en er gekozen moet worden voor een goede strategie. Daarnaast komt er natuurlijk ook een kostenpost bij kijken.

Belangrijk is dat een stad zich op een bepaalde positieve manier moet laten zien waar veel bezoekers op af komen. Een voorbeeld is het adverteren in een krant over een koopzondag met gratis parkeermogelijkheden.

### *Versterking organisatiegraad ondernemers*

Versterken van de organisatiegraad van de ondernemers is net zoals promotionele activiteiten een minder omvangrijke maatregel. Een simpele uitleg die hieraan kan worden gegeven is de uitdrukking "samen bereik je meer dan alleen". De samenwerking van de ondernemers kan verschillende voordelen opleveren namelijk; gezamenlijk klachten overbrengen en grotere promotionele activiteiten organiseren. Een manier om dit te bereiken is het oprichten van een ondernemersfonds en het uiteindelijke doel is, meer klanten te trekken die langer blijven en meer spenderen. Dit fonds kan worden onderbracht bij een actieve ondernemersvereniging.

Het voordeel voor de gemeente is dat de ondernemers zelf betalen voor de activiteiten, of in het geval van het ondernemersfonds de gemeente mee betaalt. Het is uiteindelijk dus een minder kostbare maatregel maar tegelijk ook een maatregel die niet (altijd) een groot effect heeft.

### *Verbetering kwaliteit openbare ruimte*

Verbeteringen aanbrengen in de openbare ruimte kan worden aangemerkt als een specifieke overheidstaak. De gemeente kan door middel van straatprofielen een bepaalde uitstraling aan een straat geven die beter past. Ook door middel van het positioneren van bankjes (rustplekken) op bepaalde locaties, kan de gemeente de sfeer van een straat beïnvloeden.

Echter kan een verbetering in de openbare ruimte niet zonder een verbetering van de slechtere panden om een optimaal effect te kunnen hebben.

### *Gevelfonds*

De uitstraling van een pand is belangrijk voor de uitstraling van een straat. Een gemeente kan ervoor kiezen om een gevelfonds in het leven te roepen, dat als stimuleringsmaatregel dient, om de gevels van de panden op te knappen. Dit houdt in dat de ondernemer/pandeigenaar het initiatief moet nemen om aanspraak te willen maken op deze regeling. Gemeenten met deze regeling hebben een subsidie beschikbaar gesteld, waarmee zij meebetalen aan de kosten voor het renoveren. Het bedrag dat de gemeente beschikbaar stelt kan een percentage van de kosten zijn of een vast bedrag gebaseerd op verschillende maatregelen.

Het uiteindelijke doel is om de zogeheten “rotte appels” op te knappen waardoor het straatbeeld verbetert.

### *Pandenbank*

Verschillende gemeenten, bijvoorbeeld Dordrecht en Venlo maken gebruik van een pandenbank. Een pandenbank is (meestal een site) waarop de panden zijn weergegeven die te huur zijn in een stad. Op de site worden dan de panden weergegeven met een foto, object specifieke informatie, de huurprijs en de makelaar.

Belangrijk aan een pandenbank is dat de informatie up-to-date moet worden gehouden, hiervoor moet iemand verantwoordelijk zijn, deze is meestal een persoon aangesteld door de gemeente.

Het voordeel aan een pandenbank is dat alle panden van de verschillende makelaars in een overzicht kunnen worden weergegeven. De gemeente vervult in deze geen rol als makelaar maar geeft alleen maar een weergave van de leegstaande panden.

De gemeente Venlo heeft ervoor gekozen om op haar site [www.venloverwelkomt.nl](http://www.venloverwelkomt.nl) naast de panden ook extra informatie te vermelden zoals evenementen en interessante cijfers voor nieuwe ondernemers.

### *Wonen boven winkels*

Vroeger woonden de meeste ondernemers boven hun winkels, doordat deze in de loop der jaren zijn verhuisd, zijn veel ruimtes op de bovenverdiepingen van winkels komen leeg te staan. De komst van de filiaalbedrijven heeft hier ook aan bijgedragen. Het nadeel aan deze bovenverdiepingen is dat deze alleen bereikbaar zijn via de winkels, waardoor forse investeringen nodig zijn, om er aparte wooneenheden van te maken. Hiernaast zijn er forse investeringen nodig omdat er vaak achterstallig onderhoud is, en deze eenheden niet altijd wooneenheden zijn geweest.

Door de verbouwing ontstaat er meestal een onrendabele top.

Gemeenten zien graag woningen boven de winkels omdat deze goed zijn voor de levendigheid en de veiligheid in de binnenstad, hierbij willen zij het historisch karakter behouden.

Verschillende steden willen het wonen boven winkels stimuleren. Dit doen gemeenten door het verstrekken van subsidies. Deze maken “wonen boven winkels” een stimuleringsmaatregel. En deels doen gemeenten dit ook door samenwerkingsverbanden aan te gaan.

### *Leegstandverordening*

De leegstandverordening kan worden opgesteld als een verordening onder de Wet kraken en leegstand. De gemeente wijst categorieën gebouwen en gedeeltes binnen de gemeente aan waar de verordening op van toepassing is. In het artikel is een leegmelding opgenomen, het is verplicht om leegstand te melden wanneer het gebouw langer leegstaat dan de termijn vastgesteld in de leegstandverordening

(de minimale termijn is zes maanden). Wanneer het gebouw binnen een jaar weer leeg komt te staan ligt de meldingstermijn op vier weken (Vereniging van Nederlandse Gemeenten, 2012).

Het college is bevoegd om de lijst met leegstaande panden actueel te houden.

Na het melden van de leegstand treedt er een overleg op tussen de eigenaren en de gemeente. Hierbij komt het gebruik van het pand en de aanpassingen die verricht kunnen worden aan het gebouw ter sprake. Uit dit gesprek volgt een leegstandbeschikking, hierin wordt verklaard of een gebouw geschikt of ongeschikt is voor gebruik (Vereniging van Nederlandse Gemeenten).

Vervolgens krijgt de gemeente de mogelijkheid om een gebruiker voor te dragen voor een leegstaand pand. De eigenaar bepaalt wel zelf de vorm en inhoud van het contract. Wanneer de eigenaren niet voldoen aan de bepalingen kunnen er sancties worden opgelegd (Vereniging van Nederlandse Gemeenten, 2012).

### *Omzetgerelateerde huur*

Omzethuur is ontstaan in Amerika in een niet volwassen winkelmarkt. In Nederland is men nog niet erg bekend met de omzetgerelateerde huur. Volgens Buvelôt, S. (2007) worden de omzethuurcontracten afgesloten in situaties waar het zeer lastig is om een huurder te vinden, en de onzekerheid betreffende de hoogte van de omzetmogelijkheden groot zijn. Echter zijn deze gevallen uitzonderlijk.

Het huurniveau wordt bepaald door de huidige marktomstandigheden.

De hoogte van de huur kan worden bepaald door alleen te kijken naar de inkomsten van de huurder maar ook is er een tussenmogelijkheid. Deze mogelijkheid bestaat uit een vast bedrag voor de vaste lasten met hierop een deel dat bepaald wordt door de omzet.

De verhuurder/belegger ondervindt door het toepassen van omzethuur extra risico's. Deze zijn het financieel risico, geen mogelijkheid om in te grijpen in de bedrijfsvoering van slecht functionerende ondernemers, en het controleren van de omzet van de ondernemers. Het neemt veel tijd in beslag en is daarom kostbaar (Buvelôt, 2007).

Voor de retailers is het grote voordeel dat de verhuurder/belegger een grotere betrokkenheid toont bij het functioneren van het winkelcentrum in economisch mindere tijden. Een nadeel is dat er een grotere bemoeienis is van de verhuurder/belegger (Buvelôt, 2007).

Er moet dan ook een win-win situatie worden gecreëerd om alle partijen tevreden te stellen.

### *Panden samenvoegen mogelijk maken*

Bij steden met veel kleine winkels kunnen er problemen ontstaan omdat winkeliers meer vloeroppervlakte willen hebben maar deze niet beschikbaar is. Er kan dan worden gekozen door grote units toe te voegen in een nieuw winkelcentrum, of grotere units te creëren binnen het huidige winkelcentrum.

Momenteel is het moeilijk om winkelpanden samen te voegen om daarmee grotere units te krijgen. Dit komt doordat er verschillende vergunningen nodig zijn.

De gemeente kan ervoor kiezen om het vergunningen traject makkelijker te maken om zo de leegstand tegen te gaan. Dit werkt natuurlijk alleen wanneer het probleem ook daadwerkelijk zit in te kleine winkels. Wel moet erop worden gelet hoe er wordt omgegaan met de panden wanneer deze een monumentale status hebben.

### *Centrum management of binnenstadsmanagement*

Het centrummanagement vindt zijn oorsprong in Groot Brittannië in de jaren tachtig. Hier stond het bekend onder de naam "town centre management". Eind jaren tachtig is deze ontwikkeling naar Nederland gekomen waar het de naam centrum management heeft gekregen.

Centrum management is een stichting meestal opgericht vanuit de gemeente, met als doel om een samenwerking te creëren, stimuleren en structureren tussen alle betrokken partijen in een

stadscentrum. Het is een samenwerkingsverband tussen publieke en private partijen op basis van gelijkwaardigheid, met een gezamenlijke inzet van middelen. Het uiteindelijke doel is de aantrekkingskracht en daarmee het economische functioneren te versterken (Hoofdbedrijfdchap Detailhandel en de Kamer van Koophandel, 2010).

### 7.3 Maatregelen die de ondernemers en eigenaren kunnen nemen

De ondernemers spelen zelf natuurlijk ook een rol in het tegen gaan en verminderen van de leegstand. Bij de ondernemers valt er wel een tweedeling te maken; de ondernemers die het pand huren en de ondernemers die ook eigenaar zijn van het pand.

Wanneer een ondernemer ook eigenaar is van het pand is het moeilijker om zich op een andere locatie te vestigen, hiervoor moet tenslotte eerst het pand opnieuw worden verhuurd of worden verkocht.

Ondernemers die geen eigenaar zijn kunnen makkelijker verhuizen, zij zijn alleen afhankelijk van de duur van het huurcontract.

#### *Ondernemers*

Ondernemers maken het winkelpand een winkel. Belangrijk voor een goede winkelstraat is als eerste het aanbod dat een ondernemer heeft. Wanneer dit aanbod een aanvulling is voor de winkelstraat is dit van grote toegevoegde waarde. De consumenten moeten vervolgens de winkel willen bezoeken, dit doen zij alleen wanneer de winkel ook aantrekkelijk is. Een goed productassortiment is dus belangrijk. Een ander belangrijk aspect is de branchering.

Ondernemers moeten hierin ook onderscheidend en aantrekkelijk blijven, wat neerkomt op innovatief blijven en met nieuwe ideeën komen. De tijd dat een winkel rendabel kon blijven met het aanbieden van een standaard assortiment dat weinig veranderde is voor veel winkels voorbij.

Wanneer ondernemers zich verenigen in een ondernemersvereniging of door middel van het centrum management kunnen zij gezamenlijk promotionele activiteiten uitvoeren.

Ondernemers moeten er dus zelf voor zorgen dat de winkel aantrekkelijk is voor de consumenten om te bezoeken en terug te komen.

#### *Eigenaren*

De rol van de eigenaren start bij het feit dat zij ervoor moeten zorgen dat hun pand goed onderhouden is en er netjes uitziet. Dit ongeacht of het pand leeg staat of verhuurd is. Verloedering van een leegstaand pand resulteert in een nog kleinere kans op verhuur ervan.

Een ander belangrijk aspect waarvoor de verhuurder verantwoordelijk is, is de huurprijs. De huidige economische situatie heeft tot gevolg dat de huurprijzen van een aantal jaar geleden niet meer haalbaar zijn. Wil een eigenaar het pand toch nog verhuren dan zal de eigenaar realistisch moeten kijken naar de gevraagde huurprijs. Het is ook mogelijk om de huur te baseren op de omzet die de ondernemer genereert, dit is in de vorige paragraaf besproken onder het kopje omzetgerelateerde huur.

Een andere manier om een huurder te prikkelen zijn incentives. Dit zijn stimuleringsmaatregelen zoals het geven van een inrichting van het pand of een aantal maanden geen huur te laten betalen. Hierdoor hopen de eigenaren eerder een huurder aan te trekken.

Een eigenaar moet met de huidige leegstand in Sittard-Geleen ook meer moeite doen om een huurder te vinden voor het pand. Huurders hebben veel keuze momenteel. Het is dan ook belangrijk dat de eigenaar hier actief mee bezig is. De hulp van de gemeente kan hier wel goed bij van pas komen.

#### 7.4 Maatregelen andere gemeenten

Er zijn interviews gehouden met vier gemeenten om te kijken welke maatregelen zij hebben toegepast om de winkelleegstand terug te dringen en welke effecten deze hadden.

Er is gekozen voor vier gemeenten verspreid over het land met allemaal verschillende kenmerken zoals vergrijzing, locatie, hoogte van de leegstand en het toekomstperspectief.

De geïnterviewde personen zijn dhr. Meijerhof (gemeente Deventer), mw. Drost (gemeente Hilversum), mw. Laarakker (gemeente Venlo) en dhr. van de Heuvel (gemeente Helmond).

De gemeente Deventer heeft momenteel een discussie over “winkels boven winkels”. Dit houdt in dat wanneer iemand in het kernwinkelgebied een winkel wil uitbreiden naar de verdieping, dit alleen mogelijk is in het A en B winkelgebied, wanneer er vloeroppervlakte wordt onttrokken in de aanloopstraten. Dit is nog geen officieel beleid maar ze zijn ermee bezig.

Het gevefonds in Deventer is net opgeheven omdat er te weinig gebruik van werd gemaakt en het moeilijk was door het hoge aantal monumenten in de stad.

Ook is Deventer bezig met een pilot voor het nieuwe winkelen maar dan een soort “lite versie”. Ze willen alle winkels op internet plaatsen, zodat het een soort bol.com is. Al het aanbod van de winkels staat dan online waardoor er een grote winkel ontstaat.

De gemeente Hilversum geeft aan dat het belangrijk is om helder te zijn over wat nog onder het winkelgebied valt en wat niet.

Samen met de kamer van koophandel is er een winkeliersvereniging opgericht. Er is ook een keurmerk verleend voor veilige en schone straten. Ook begeleiden ze partijen door middel van informatie en kennis. Hilversum creëert een betere routing.

Verschillende winkeliersverenigingen zijn samen gegaan tot een grotere en betere vereniging, er zijn nu nog drie verenigingen. De gemeente heeft hiervoor ad hoc subsidies verstrekt.

De gemeente Hilversum zorgt er vooral voor dat wat ze zelf moeten doen goed gebeurt, zoals fiets parkeren, verlichting, bestrating etc. Hilversum vindt dat de gemeente niet moet bijdrage aan marketing en promotie maar vooral haar eigen rol goed moet vervullen.

Mensen aan tafel hebben en krijgen vinden ze belangrijk. Ze investeren wel in grotere evenementen. Het positieve aan de maatregelen is dat er een betere samenwerking is tussen de ondernemers onderling en het een schoner en veiliger gebied is geworden. Een nadeel is dat je als gemeente niet overal invloed op kunt hebben.

De gemeente Helmond geeft aan dat het belangrijk is om goed te communiceren met makelaars en samen te werken met het centrummanagement. Helmond heeft een kwaliteitimpuls gegeven door de gevels op te knappen. Een sterk punt van Helmond vinden ze zelf, is dan ook de samenwerking.

Er zijn regelmatig vergaderingen met de eigenaren en het centrummanagement waarbij informatie wordt uitgewisseld en er ook wordt gekeken naar welke panden er leeg staan.

Het positieve effect was dat met veel aandacht ergens voor je ook veel kunt bereiken. Maar uiteindelijk blijft het wel de eigenaar die beslist.

De gemeente Venlo heeft de binnenstad een impuls willen geven door het bouwen van de Maasboulevard. Hiermee wilden ze ook formules binnenhalen die de stad nog niet had. Het aantal passanten in de stad is tot voor kort nog gelijk gebleven.

Maatregelen die Venlo heeft toegepast zijn het structureel overleg voeren met verschillende partijen en het bouwen van de Maasboulevard. De samenwerking met alle partijen is bedoeld om gezamenlijk te proberen klanten te trekken.

Verschillende ondernemers adverteren samen in een Duitse krant om klanten te trekken.

Nadelen zijn dat de overleggen veel tijd en geld kosten. De gemeente moet zich afvragen of dit wel een kerntaak moet zijn in tijd van bezuinigingen.

### 7.5 Conclusie

In dit hoofdstuk zijn maatregelen besproken die de leegstand kunnen verminderen.

De structurele maatregelen kunnen worden aangemerkt als de hardere maatregelen en vergen meestal een financiële bijdrage vanuit de gemeente. Deze maatregelen zijn niet altijd even populair onder eigenaren en ondernemers. De winkelbestemming wordt bijvoorbeeld van een pand afgehaald waardoor de waarde van het pand (negatief) kan veranderen. Deze maatregelen moeten dan ook alleen in uiterste situaties worden gebruikt.

De overige maatregelen zijn maatregelen die vaak minder investeringen vereisen maar ook minder effectief kunnen zijn. Het zijn verschillende maatregelen zoals het vullen van lege etalages tot het vergemakkelijken van procedures voor vergunningaanvragen.

Daarnaast zijn er nog maatregelen die de ondernemers en eigenaren kunnen nemen besproken omdat het niet alleen aan de gemeente is om de leegstand te verminderen. In het kort komt dit neer op dat eigenaren moeten zorgen dat hun pand op orde is en ondernemers moeten zorgen voor een aantrekkelijk aanbod.

Als laatste zijn maatregelen van andere gemeentes om de leegstand te verminderen besproken. Door middel van interviews met medewerkers van andere gemeenten is er gekeken welke maatregelen zij hebben toegepast en welke effecten deze hadden. Wat hieraan opviel was dat alle gemeenten veel overleg hadden met makelaars, eigenaren en ondernemers, dit heeft een positief effect op het winkelgebied.

De maatregelen die er genomen moeten worden verschillen per gemeente maar ook per locatie. Er kan geen standaard pakket aan maatregelen zomaar op iedere locatie worden neergelegd.





## Conclusie

In dit hoofdstuk zullen de belangrijkste conclusies worden besproken. Met deze conclusies wordt getracht antwoord te geven op de onderzoeksvragen. De aanbevelingen die uit de conclusies voortvloeien worden besproken in hoofdstuk 9.

De hoofdvragen van dit onderzoek waren:

- *Wat is het verwachte toekomstbeeld voor de winkels in het centrum van Sittard en Geleen?*
- *Wat zijn de factoren die invloed hebben op de winkelleegstand in Sittard en Geleen, zowel op pandniveau als in een ruimere context?*

### *Van plan zijn te gaan verhuizen of stoppen*

Om een beeld te krijgen van de toekomstige situatie in het centrum van Sittard en het centrum van Geleen zijn enquêtes afgenomen onder de zelfstandig ondernemers in Sittard en Geleen. Hierbij konden de respondenten aangeven of zij van plan zijn te gaan stoppen of verhuizen. Indien ze dit van plan zijn is er gevraagd welke reden zij hiervoor hebben en op welke termijn zij dit van plan zijn.

Vervolgens is er gekeken naar de verschillende kenmerken van de respondenten en of deze invloed hebben op de keuze om te gaan stoppen of verhuizen. Totaal zijn 170 enquêtes gebruikt voor dit onderzoek.

Er zijn 10% van de respondenten van plan om te gaan stoppen en 18% van de respondenten zijn van plan om te gaan verhuizen.

Van de respondenten die willen gaan stoppen is de reden voor bijna de helft van de respondenten “met pensioen gaan”. Ondernemers die met pensioen willen gaan en geen opvolgers kunnen vinden is dan ook een groot risico voor de gemeente.

Voor de respondenten die willen gaan verhuizen is een lagere huurprijs de belangrijkste reden om dit te doen, dit geldt echter vooral voor Sittard. De belangrijkste reden om te willen verhuizen in Geleen is juist een hoger aantal passanten.

Het grootste deel van de respondenten dat wil stoppen of verhuizen is dit binnen één jaar van plan te gaan doen. Dit betekent dat er op korte termijn een groei van de leegstand zou kunnen worden verwacht indien de panden geen nieuwe invulling vinden.

In Geleen wil een significant groter deel van de respondenten in het kernwinkelgebied stoppen vergeleken met het aanloopmilieu. In Sittard willen er juist significant meer mensen verhuizen vanuit het kernwinkelgebied vergeleken met het aanloopmilieu. Het is interessant om te kijken of er een verschil is tussen deze gebieden omdat uit literatuur blijkt dat aanloopgebieden een groeiend leegstandpercentage hebben. Het voordeel van de aanloopgebieden is echter een lagere huurprijs. Oudere ondernemers willen significant vaker stoppen dan jongere ondernemers. Dit komt overeen met het feit dat “met pensioen gaan” de belangrijkste reden is om te gaan stoppen.

Voor “van plan zijn te gaan verhuizen” is er geen significant verschil kijkende naar de leeftijd van de respondent.

De economische crisis heeft in de branches met luxe artikelen een negatiever effect dan in branches met dagelijkse artikelen. De meeste winkels in Sittard-Geleen bevinden zich in de modebranche. Dit is vergelijkbaar met centra van dezelfde grootte.

Wanneer er naar het type branche wordt gekeken willen de meeste respondenten stoppen die actief zijn in de consumentenelektronica. Het aantal respondenten dat wil gaan verhuizen is het grootste in de woon- en woninginrichting. Dit komt overeen met de branches die momenteel te maken hebben met een omzetzaling.

De meeste ondernemers zitten meer dan 10 jaar in hun pand. Er is geen significant verschil tussen de periode dat een ondernemer in het pand zit en “van plan te gaan stoppen” en “van plan te gaan verhuizen”.

#### Naar verwachting wordt de leegstand vergroot met 28 panden.

Dit komt doordat 18 zelfstandig ondernemers gaan stoppen en 10 gaan verhuizen naar een andere locatie.

Het leegstandpercentage van Sittard zou hiermee van 13,2 % naar 18,2 % stijgen. Het leegstandpercentage van Geleen zou hiermee van 20,9 % naar 25,6 % stijgen. Dit geldt in het geval dat er geen nieuwe ondernemers naar de centra komen en er geen maatregelen zullen worden genomen om de leegstand terug te dringen.

#### *Locatie van de winkel*

Er is ook een analyse gedaan op pandniveau. Hierbij is voor verschillende factoren gekeken welke invloed zij hebben op de kans dat een pand leeg staat. De literatuur merkt als belangrijkste factor voor leegstand de locatie aan. Het aantal passanten wordt aangegeven als grootste invloed op de kans dat een pand leeg staat. Er werd dan ook verwacht dat hoe lager het aantal passanten hoe groter de kans op leegstand.

Door het gebruiken van passantenaantallen zijn eerst een aantal verdelingen gemaakt. De eerste verdeling is gemaakt tussen het kernwinkelgebied en het aanloopmilieu. De tweede verdeling is gemaakt tussen de locatiesegmenten van de gemeente en vervolgens de locatiesegmenten van Locatus. De derde verdeling is gemaakt door het aantal passanten te verdelen over een aantal intervallen. Hieruit blijkt dat het aantal passanten en de daaruit vloeiende verdelingen een significante invloed hebben op de kans dat een pand leeg staat in Sittard. Hiermee voldoet Sittard aan de verwachtingen. Geleen voldoet hier echter niet aan. In Geleen bevindt de leegstand zich in alle gebieden. Mogelijke verklaringen hiervoor zijn: te hoge huurprijzen in het kernwinkelgebied, een te groot en ander type centrum, concurrentie en te weinig passanten.

Panden in Sittard met een lagere WOZ-waarde hebben een significant grotere kans om leeg te staan. Dit is te verklaren doordat de WOZ-waarde wordt bepaald aan de hand van de locatie van een pand, de omvang van het pand en de staat van onderhoud. Zoals hiervoor te lezen heeft de locatie een significant verband in Sittard met de leegstand. Dit werd van te voren ook verwacht.

Met het aantal passanten kan de kans op wel of geen leegstand in 86% van de gevallen correct worden voorspeld in Sittard.

#### *De omvang van de winkel*

Uit de literatuur blijkt dat de omvang van een winkel tevens belangrijk is voor de kans dat een winkel leeg komt te staan. Winkels met een extreem kleine of een extreem grote oppervlakte zijn moeilijker te verhuren dan panden met een “gemiddeld” oppervlakte.

In Sittard en Geleen is er geen significant verschil te zien in de oppervlakte en de kans dat een pand leeg komt te staan.

#### *Pandspecifieke eigenschappen*

Een grotere etalage heeft meer uitstalruimte en zou dus meer consumenten moeten aantrekken. Er blijkt een verband te zijn in het aantal meters winkelfront en de kans dat een pand leeg komt te staan. Panden met minder dan 6 meter en meer dan 14 meter winkelfront hebben een grotere kans om leeg te staan. Vooral de categorie met meer dan 14 meter winkelfront heeft een hoog leegstandpercentage. Veel van deze panden zijn een hoekpand waardoor het pand aan twee zijden winkelfront heeft maar een kleine frontbreedte.

Bij een pand met een hoekligging wordt er vanuit gegaan dat het pand van meerdere kanten aanloop krijgt en ook een grotere etalage heeft. Of een pand een hoekligging heeft, heeft echter geen invloed op de kans dat een pand leeg komt te staan.

Het bouwjaar zou een aanwijzing (kunnen) zijn voor de bouwkundige staat van een pand. Er werd dan ook verwacht dat oudere panden een grotere kans op leegstand hadden. Er blijkt echter weer geen verband.

#### *Parkeren en bereikbaarheid*

Uit de literatuur blijkt dat de afstand die mensen bereid zijn te lopen van een parkeerplaats naar een winkel afhangt van het soort aankoop, het parkeertarief en de parkeerduur. Er blijkt echter geen verband te zijn tussen de afstand tot een parkeergelegenheid en de kans op leegstand.

De parkeertarieven worden door de ondernemers in Sittard en Geleen als hinderlijk ervaren. Zij vinden de parkeertarieven te hoog en vinden dat er overal achteraf betaald parkeren moet worden ingevoerd. De parkeertarieven in Geleen komen niet overeen met de belevingswaarde van het centrum, de parkeertarieven zijn hier dus aan de hoge kant volgens de ondernemers. Het probleem bij de parkeertarieven van Geleen is echter dat deze zijn gebaseerd op de exploitatie van de parkeergarage.

#### *De invloed van de eigenaar*

Er is weinig bekend over de invloed die een eigenaar kan hebben op de kans dat een pand komt leeg te staan. Omdat deze gegeven bekend zijn is het toch interessant om deze te bekijken.

Het type eigenaar heeft geen invloed op de kans dat een pand leeg komt te staan. Er is wel een significant verschil in het aantal panden dat een eigenaar in bezit heeft. Panden die vallen onder de categorie waarbij de eigenaar tussen de 4-9 panden bezit, hebben een significant grotere kans om leeg te staan in Sittard. Er is hier alleen geen logische verklaring voor te vinden, dit moet dan ook nader onderzocht worden.

Er is geen verschil tussen eigenaren die ook ondernemer zijn en ondernemers die alleen huurder zijn in "van plan zijn te gaan stoppen". Of een eigenaar ook eigenaar is beïnvloedt dus niet zijn keuze in het willen gaan stoppen. Voor van plan zijn te gaan verhuizen is er echter wel een significant verschil. Ondernemers die huren willen eerder verhuizen dan eigenaren. Dit is logisch aangezien het voor eigenaren moeilijker is om te verhuizen dan voor huurders.

Uit alle onderzoeken blijkt dat Sittard en Geleen andere typen centra zijn. Hierbij voldoet Sittard aan de meeste opgestelde verwachtingen, terwijl Geleen hier niet aan voldoet. De locatie heeft in Sittard de grootste invloed op de kans dat een pand leeg staat.

Er is een verschil tussen de aanpak die zal moeten worden gebruikt voor Sittard en de aanpak die nodig is voor Geleen.



## Aanbevelingen

De aanbevelingen die kunnen worden gedaan naar aanleiding van dit onderzoek, kunnen worden opgedeeld in twee delen. Het eerste deel betreft de aanbevelingen voor de gemeente. Het tweede deel betreft advies voor verder onderzoek.

### 9.1 Advies voor de gemeente

De uitgevoerde analyses op pandniveau bewijzen dat Sittard en Geleen twee verschillende typen winkelgebieden zijn. Sittard voldoet aan de meeste verwachtingen die er zijn opgesteld aan de hand van de literatuur, Geleen daarentegen niet. Er zijn verschillende oorzaken te vinden waardoor Geleen en Sittard verschillen zoals het aantal passanten, de loopstromen, het aanbod, de grootte, de concurrentie en het ontstaan van het centrum. Belangrijk in dit hoofdstuk is echter een advies te geven aan de gemeente Sittard-Geleen hoe zij moet omgaan met beide centra om uiteindelijk de leegstand terug te dringen. Omdat beide centra verschillen wordt dit advies per centrum geschetst.

Belangrijk is dat de gemeente meer overlegmomenten plant met belangrijke stakeholders. Uit interviews met andere gemeenten blijkt dat zij veel meer overlegmomenten hebben met makelaars, ondernemers en eigenaren. Dit overleg is nodig om elkaar op de hoogte te houden van wat er speelt en aan de stakeholders duidelijk te maken dat de gemeente betrokken is. Tijd investeren is hierin een betere optie dan alleen maar geld investeren in mogelijke subsidies.

Duidelijk zijn is een ander belangrijk punt. Het moet voor iedereen duidelijk zijn welke maatregelen er worden ingevoerd en wat deze betekenen. Ook moet het duidelijk zijn op welke gebieden de gemeente actief beleid voert en op welke niet.

Aanloopmilieus moeten een andere naam krijgen, “aanloopstraat” heeft een veel te negatief beeld bij de ondernemers en eigenaren. Denk hierbij bijvoorbeeld aan een kansengebied of ondernemersgebied. Er is eigenlijk ook een belangrijk advies voor de provincie. De provincie moet ervoor zorgen dat het aantal bouwplannen in Limburg meer gereguleerd wordt. Het is niet gezond voor een regio dat de gemeenten Sittard, Beek, Stein, Heerlen enzovoort bezig zijn met uitbreidingsplannen. Limburg is de provincie met het hoogste leegstandpercentage. Dit is alleen niet terug te zien in het aantal nieuwbouwplannen van gemeenten. Dit resulteert alleen maar in een concurrentie tussen gemeenten die ongezonde vormen aan gaat nemen. Men gaat straks “*elkaar kapot concurreren*”. Natuurlijk is het belangrijk een gezonde concurrentie te hebben tussen de verschillende gemeenten. Echter komt er ook een punt waarop er keuzes moeten gemaakt en niet alle bouwplannen moeten worden doorgevoerd, dit punt is nu aangebroken.

De gemeente moet bewuster kiezen op welke plaatsen zij winkels willen hebben en waar niet.

Momenteel staat in het bestemmingsplan dat er sportwinkels mogen komen bij het Fortuna voetbal stadion. Dit moet worden aangepast. Men moet geen winkels op zulke locaties willen terwijl er zo veel leegstand in de centra is en er een groot nieuwbouwproject op de planning staat.

De gemeente moet ook niet vergeten wat haar kerntaken zijn. Het is dan ook belangrijk dat de openbare ruimte in orde is en goed functioneert.

### *Sittard*

Uit de testen blijkt dat in Sittard de aanloopgebieden, slechtere locatiesegmenten, laag passantenaantal en een lage WOZ-waarde en een groot winkelfront de kans op leegstand vergroten. Deze factoren hangen samen met elkaar.

Het advies dat hieruit zou voortvloeien zou neerkomen op het verhogen van het aantal passanten, echter is dit geen realistisch advies. Wat deze analyses wel aangeeft is het belang van trekkers in de stad

om de passantenstromen optimaal te houden. Er zijn momenteel enkele trekkers maar Sittard zou nog wel een trekker kunnen gebruiken om te zorgen dat het aantal passanten in het kernwinkelgebied niet verder daalt.

Het aantal passanten heeft een belangrijke invloed op de huurprijs en de leegstand van een pand. In Sittard zijn mensen in het kernwinkelgebied significant vaker van plan te gaan verhuizen dan in het aanloopgebied, de huurprijs is hiervoor de voornaamste reden. In Sittard vindt men te hoge huurprijzen dan ook een belangrijker probleem dan het aantal passanten. De gemeente heeft echter weinig invloed op de huurprijs. Wel zou de gemeente hierin een bemiddelde positie kunnen innemen.

Overleg met eigenaren van leegstaande panden is zeker aan te raden. Zo kan men erachter komen waarom er geen nieuwe huurder gevonden kan worden.

De gemeente moet beginnen met te zorgen dat er overal achteraf betaald parkeren wordt ingevoerd. De tarieven passen wel bij de functie van Sittard, maar wanneer hier meer onderzoek naar mogelijk is dan is dat wel aan te raden.

De Dobbelsteen is een dubbele ontwikkeling. Het creëert kansen en levert een nieuwe trekker maar is tegelijk ook een risico. Actief acquisitie voeren is daarom van groot belang.

Men zou een aantal winkels vanuit Geleen moeten verplaatsen naar de Dobbelsteen zoals het filiaal de New Yorker. Dit type winkel past veel beter in een plaats zoals Sittard en kan als trekker fungeren.

De gemeente moet wel opletten dat ze met dit project zelf niet te veel risico lopen.

Aangezien er meer acquisitie voor Sittard nodig is, is het aan te raden een commissie op te richten die zich bezig houden met nieuwe winkelformules naar de stad te halen. Welke concepten missen er nog, waar zouden deze moeten komen en wie haalt deze binnen?

Het nieuwe brancheringsvoorstel bevat een indeling in gebieden waarmee rekening moet worden gehouden. Het is wel belangrijk om hier realistisch in te zijn. Het brancheringsvoorstel geeft een ideaalbeeld weer. Maar het is beter een winkel te vullen met een concept dat niet aan dit voorstel voldoet dan het leeg te laten staan.

Zoals al eerder vermeld is overleg met makelaars en belangenverenigingen van eigenaren en ondernemers belangrijk. Samen een oplossing vinden is beter dan alleen.

De komst van Hogeschool Zuyd in de Dobbelsteen creëert ook kansen. Er moet worden ingespeeld op deze nieuwe doelgroep die straks door de stad en de Steenweg loopt. Kansen die hierin liggen zijn snelle lunchconcepten, locaties voor vergaderingen maar ook locaties waar zij een bedrijf kunnen starten. Er zijn opleidingen waarbij een groep studenten een eigen bedrijf kan starten. Deze bedrijven zijn ideaal om leegstaande panden mee te vullen en vragen geen verbouwing. Wel is het belangrijk om realistisch te zijn, de Hogeschool Zuyd biedt kansen maar is niet *de oplossing*.

Er is gebleken dat bij  $\alpha = 0,10$  meer kleine winkels leegstaan dan grote. De gemeente zou in Sittard de procedures voor het verlenen van een vergunning, voor het samenvoegen van winkels, moeten vergemakkelijken.

Binnenkort wordt er een nieuw bestemmingsplan gemaakt. Het is dan ook een geschikt moment om te kijken naar de aanloopstraten. Deze aanloopstraten hebben momenteel nog een winkelbestemming waardoor het moeilijk is om de bestemming van een pand te veranderen. In het nieuwe bestemmingsplan kan de bestemming van aanloopstraten worden verbreed. Het is dan ook aan te raden om de aanloopstraten, en dan in ieder geval de Putstraat (gedeeltelijk) en de Paardenstraat een bredere bestemming te geven. Deze straten zullen uiteindelijk meer een woonfunctie gaan krijgen en de winkels zullen geleidelijk gaan verdwijnen. Door deze wijzingen nu al door te voeren hoeven de eigenaren geen wijzigingen van het bestemmingsplan op een later stadium aan te vragen. Het begin van de Putstraat zou meer een horecagebied moeten blijven.

De Steenweg daarentegen kan nog een winkelbestemming houden, kijkende naar alle aanloopstraten loopt deze straat nog het beste. Uit het onderzoek is ook gebleken dat er meer panden leegstaan in de aanloopstraten.

### *Geleen*

Het centrum van Geleen heeft tot nu toe dezelfde behandeling gekregen als het centrum van Sittard. Hier moet de gemeente vanaf gaan stappen.

In Geleen is de leegstand overal verspreid over het centrum. Daarnaast willen significant meer mensen in het kernwinkelgebied stoppen dan in het aanloopmilieu. Het is interessant om in Geleen in gesprek te komen met ondernemers die van plan zijn te gaan stoppen. Het grootste deel heeft aangegeven dit te willen gaan doen omdat zij met pensioen willen gaan. Voor de gemeente is het interessant om te onderzoeken of deze winkels leeg komen te staan omdat er geen opvolgers kunnen worden gevonden of omdat het pand niet meer voldoet aan de huidige wensen van de ondernemers. Het zou ideaal zijn wanneer de gemeente of het centrummanagement hierin een bemiddelende positie kan innemen. Geleen heeft momenteel al een hoog leegstandpercentage, 20,9%. Met het aantal ondernemers dat gaan verhuizen en stoppen wordt verwacht dat dit gaat oplopen tot 25,6%, dit is een alarmerend gegeven. Wil men het centrum van Geleen gezond houden zullen er dan ook maatregelen moeten worden genomen. In Geleen zijn er geen factoren gevonden die de kans op leegstand vergroten, de leegstand is overal gesitueerd en lijkt meer structureel van aard.

Het belangrijkste is dat Geleen een compacter centrum moet worden. Geleen is nu eigenlijk te groot voor het verzorgingsgebied dat het moet bedienen. Daardoor moet Geleen nu concurreren met Sittard zelf, maar ook met de Makado in Beek (dat uitbreidingsplannen heeft). Daarnaast ervaart Geleen ook nog concurrentie van wijkwinkelcentra in de buurt.

Geleen moet dus kleiner worden. Het beste is dit te doen door compacter te worden. De winkels die nu verspreider liggen zouden naar het kernwinkelgebied moeten verhuizen. Men wil deze zelfstandig ondernemers wel graag in Geleen houden, en wanneer dit niet mogelijk is hen naar Sittard brengen. Om het kernwinkelgebied meer aantrekkelijk te maken moet er gekeken worden of de huren in de Salmstraat daadwerkelijk zo hoog liggen als ondernemers beweren. Eigenaren moeten realistisch zijn in het feit dat ze de huren van vroeger niet meer kunnen vragen in deze tijd. Geleen heeft even veel leegstand in het kernwinkelgebied als in het aanloopmilieu dat zeer opvallend is vergeleken met andere centra. Het is alleen de vraag in hoeverre de gemeente dit actief moet oppakken, of dat het een kwestie moet zijn van marktwerking.

Het aanbod van winkels in Geleen zal ook moeten worden aangepast. Winkels zoals het filiaal New Yorker zou men naar de Dobbelsteen in Sittard moeten verplaatsen. Er zijn veel te weinig passanten in het centrum om dit type winkels te houden. Het filiaal H&M zou wel nog mogelijk kunnen blijven maar dan met een kleinere afmeting. Het aantal passanten op de drukste locatie in Geleen is vergelijkbaar met een A2 locatie in Sittard. Dit past dus niet bij bepaalde trekkers die Geleen heeft.

Hiervoor in plaats moeten weer nieuwe trekkers komen van een ander type. Denk hierbij aan een (goedkope) supermarkt en een Action. Voor deze trekkers te krijgen is het wel belangrijk dat de gemeente zorgt dat er actief acquisitie plaatsvindt.

Het nieuwe centrum is een centrum waar doelbewuste aankopen belangrijk zijn. Mensen gaan boodschappen doen en combineren dit met een bezoek aan de drogist, kapper of een cadeauwinkel. Dit houdt in dat de parkeertarieven niet meer bij het centrum passen. Deze moeten worden gereduceerd. Het huidige parkeertarief past ook niet bij het centrum, echter is het parkeertarief gebaseerd op de exploitatie van de parkeergarage.

Daarnaast is het dan belangrijk dat er geen echte uitbreiding meer plaats vindt in de buurtwinkelcentra van Geleen.

Het advies is dus: Maak keuzes!

Deze keuzes zullen de gemeente niet altijd in dank worden afgenomen. Echter door overal voor te kiezen creëert men alleen maar nog meer leegstand op de plaatsen waar men deze niet wil hebben.

## 9.2 Verder onderzoek

Dit onderzoek is uiteraard niet allesomvattend. Het onderzoek is uitgevoerd voor twee centra in de gemeente Sittard-Geleen. Daarmee zijn er vragen voor verder onderzoek ontstaan vanuit aspecten in deze gemeente en de toepasbaarheid in andere gemeenten.

Het is interessant om de testen op pandniveau te herhalen bij een aantal andere centra. Dit onderzoek kan alleen gegronde conclusies trekken over de centra in Sittard-Geleen. Het is echter interessant om het ook uit te voeren voor andere centra van gelijke grootte verspreid over het land om te kijken hoe algemeen de gevonden resultaten zijn.

Voor de gemeente Sittard-Geleen is het interessant om het onderzoek op pandniveau jaarlijks uit te voeren. Hierbij kan er worden bepaald of er veranderingen ontstaan in de grootte van de leegstand en de oorzaken hiervan. Er kan hierbij worden gekeken, wanneer er een daling van de leegstand plaatsvindt, in welke gebieden of soort pand dit dan plaatsvindt. Het is dus interessant om verschillende databestanden te maken over verschillende jaren en deze met elkaar te vergelijken.

Voor de gemeente is het ook interessant om verder onderzoek te doen naar de huurprijzen. Wanneer deze in kaart kunnen worden gebracht is het interessant om te kijken welke invloed deze kunnen hebben. Voor dit onderzoek waren er maar een beperkt aantal huurprijzen bekend, het is echt veel interessanter wanneer er meer huurprijzen bekend zijn. Wanneer meer huurprijzen bekend zijn kunnen er ook statistische toetsen worden gedaan in plaats van beschrijvend onderzoek.

Voor de enquête zijn alleen zelfstandig ondernemers benaderd. Het is ook interessant om filiaalbedrijven te benaderen en te kijken hoe deze tegen de leegstandproblematiek aankijken.

Filiaalbedrijven zijn belangrijk voor de stad en deze trekkers wil men ook niet graag kwijt.

Leegstaande panden kunnen niet altijd worden gevuld met nieuwe winkelpanden. Veel winkelpanden moeten een nieuwe bestemming krijgen. Er kan dan ook een tool worden ontwikkeld waarbij factoren moeten worden ingevuld die resulteren in de nieuwe bestemming voor een pand. Mogelijke nieuwe bestemmingen zijn bijvoorbeeld woningen, kantoren of saneren.



## Bibliografie

- Atzema, O., P.J., K., & N., W. (2005, juli). Stedelijke verschillende kleuren de Nederlandse kantorenmarkt. *Property Research Quarterly*, 4 nr.2, pp. 4-11.
- Baarda, D., & de Goede, M. (2006). *Basisboek Methoden en Technieken*. Houten: a Noordhoff Uitgevers, Groningen.
- Bal, G. (2006). *Kennis en Economisch Onderzoek*. Utrecht: Rabobank.
- Bolt, E. (2003). *Winkelvoorzieningen op Waarde Geschat; Theorie en Praktijk*. Merkelbeek.
- Bressers, N. (2011). *De toekomst van aanloopstraten*. Afstudeerscriptie Technische universiteit Eindhoven.
- BRO. (2011). *Bouwstenennota detailhandel provincie Limburg*. Vught.
- BRO. (2009). *Grenzeloos winkelen 2009*. Vught.
- Buvelôt, S. (2007). *Omzethuur en de waarde van winkelcentra*. Afstudeeronderzoek Amsterdam School of Real Estate.
- Centraal Bureau voor de Statistiek. (2012, Juni 04). <http://statline.cbs.nl>.
- Centraal Bureau voor de Statistiek. (2012, juni 04). *Monitor detailhande eerste kwartaal 2012*. Opgeroepen op 07 08, 2012, van [www.cbs.nl](http://www.cbs.nl): <http://www.cbs.nl/nl-NL/menu/themas/handel-horeca/publicaties/monitor-handel-horeca/monitor-detailhandel/archief/2012/2012-k1-dh.htm>
- Centraal Planbureau. (2012). *Uitgebreide kerngegevens: meest recente ramingen 2011-2015*.
- Dasselaar, A. (2004). *Winkels in de etalage, een analyse van langdurige leegstand in de Nederlandse hoofdwinkelgebieden*. Rijksuniversiteit van Groningen , Faculteit der Ruimtelijke Wetenschappen. Woerden: Locatus BV.
- Droog Trommelen en Partners, Hoofdbedrijfschap Detailhandel, & CBW-Mitex. (2011). *Dynamiek door beleid, Hoe kan de overheid de winkelmarkt stimuleren*.
- Droogh Tromellen en Partners. (2012, 03 21). *Actuele 'Leegstandbarometer' beschikbaar, In steeds meer gemeenten dreigt structurele winkelleegstand*. Opgeroepen op 04 24, 2012, van <http://www.dtnp.nl>: <http://www.dtnp.nl/informatie/archief/20120321.html>
- Droogh Trommelen en partners. (2007). *Retailstructuurvisie Sittard-Geleen*. Nijmegen.
- DTZ Zadelhoff. (2012). *Parkeren op grens van beleving*. Amsterdam.

- Elsevier. (2012, juni 20). *Consumentenvertrouwen gezakt naar dieptepunt*. Opgeroepen op augustus 8, 2012, van <http://www.elsevier.nl>:  
<http://www.elsevier.nl/web/Nieuws/Economie/341863/Consumentenvertrouwen-gezakt-naar-dieptepunt.htm>
- Evers, D. (2011). *Detailhandel en beleid: een continue wisselwerking*. Den Haag: Planbureau voor de Leefomgeving (PBL).
- Evers, D., Hoorn van, A., & Oort van, F. (2005). *Winkelen in Megaland*. Rotterdam: NAI Uitgevers.
- FGH bank. (2011). *Winkelmarkt in Zuid-Nederland*. Utrecht.
- Fisher, T. (2009). ROI in social media: a look at the arguments. *Journal of Database Marketing & Customer Strategy Management*, 16 (3), pp. 189-195.
- Gemeente Sittard-Geleen. (2008). *Minder inwoners, meer ruimte en nieuwe kansen*. Sittard.
- Haringsma, J. (2002, april 18). Huurwaarde winkels in binnensteden nauwkeurig te bepalen. *PropertyNL*.
- Hassenpflug, G., & Tegeder, D. (2004). *Urban Retailing in the Internet age, Research Report of the Project "E-commerce and Urban Trade*. Bauhaus University, Weimar: Institute for European Urban Studies.
- HBD. (2012, Maart 01). <http://www.hbd.nl/pages/14/Prognose-economie/Detailhandel-totaal.html>. Opgeroepen op Juni 06, 2012
- Heus, P. d., Leeden, R. v., & Gazendam, B. (2008). *Toegepaste Data-analyse*. Gravenhage: Reed Business's.
- Hofland, P. (2008). *Revival van aanloopstraten*. master thesis, Tias Nimbas Master of Real Estate.
- Hoofdbedrijfdchap Detailhandel en de Kamer van Koophandel. (2010). *Handboek Centrummanagement*. Den Haag.
- Hoofdbedrijfschap Detailhandel. (2012). *Kwartaalbericht Detailhandel*. (m. 2. Nummer 1, Red.)
- ING. (2012). ING: retailers gaan 20 procent huurkorting eisen. *Vastgoedmarkt e-mail nieuwsbrief van 22-03-2012*.
- Jansen-Verbeke, M. (1998). The synergism between shopping and tourism. In W. (. Theobald, *Global Tourism*. (pp. 428-446). Oxford: Butterworth-Heinemann.
- Janssen, I. (2004, August). Retail Property: Characteristics Influencing Performance. *Australian Property Journal*, pp. 213-217.
- Jones Lang LaSalle. (2011). *Dutch Retail Market Bulletin 2011, Duurzaam winkelvastgoed*. Amsterdam.
- Jones Lang Lasalle. (2011). *Retailmarktspecial 2011, Samen Winnen*. Amsterdam.

- Jones Lang LaSalle. (2012, januari 01). *Verminderd consumentenvertrouwen en economische recessie leiden opnieuw tot dalende huurprijzen op A1-winkellocaties in Nederland*. Opgeroepen op augustus 13, 2012, van <http://www.joneslanglasalle.nl/Netherlands/nl-nl/Pages/NewsItem.aspx?ItemID=23846>
- Kamer van Koophandel Nederland. (2007). *Ondernemers in beeld*.
- Kolpron, C. (2001). *De binnenstad: Instrumenten voor Offensief Beleid*. Den Haag: Hoofdbedrijfschap Detailhandel.
- Lambooy, J., Wever, E., & Atzema, O. A. (1997). *Ruimtelijke economische dynamiek : een inleiding in de theoretische aspecten van de economische geografie*. Bussum: Coutinho.
- Locatus. (2009). *Database Locatus, Beschrijving variabelen Benchmark Verkenner*. Woerden.
- Locatus. (2012, January 02). *Leegstand winkels neemt opnieuw sterk toe*. Opgehaald van <http://locatus.com/>.
- Locatus. (2012). *Locatus Retail Facts 2012, kengetallen over de Nederlandse detailhandel*. Woerden.
- Locatus. (2003). *Retailhandboek 2003, kengetallen voor de detailhandel*. Woerden: Locatus.
- Ministerie van Infrastructuur en Milieu. (2012). *Structuurvisie Infrastructuur en Ruimte*. Den Haag: Rijksoverheid.
- Ministerie van VROM. (2006). *Nota Ruimte ruimte voor ontwikkeling*. Den Haag: Rijksoverheid.
- Mortelmans, D. (2010). *Logistische regressie*. Leuven, België: Acco.
- Oppewal, H. (1995). *Conjoint experiments and retail planning*. dissertation, Eindhoven University of Technology, Department of Architecture, Building and Planning.
- Oppewal, H., & Timmermans, H. (1997). Modelling the effects of shopping centre size and store variety on consumer choice behaviour. *Environment and Planning*, 29, pp. 1073-1090.
- Saarloos, D. (1999). *Vestigingsplaatsonderzoek voor fast-service horeca in stadcentra*. master thesis, Eindhoven University of Technology, Department of Architecture, Building and Planning.
- Sands, S., Harper, E., & Ferraro, C. (2011). Customer-to-noncustomer interactions: Extending the 'social' dimension of the store environment. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 18, pp. 438-447.
- Shankar, V., Inman, J., Mantrala, M., Kelley, E., & Rizley, R. (2011). Innovations in Shopper Marketing: Current Insights and Future Research Issues. *Journal of Retailing*, 1 (87S), pp. S29-S42.
- Slob, G. (2011, oktober 25). *Locatus Retail Reflect, Wat kost een passant?* Opgeroepen op augustus 20, 2012, van <http://www.locatus.com/retailreflect/2011/25/10/wat-kost-een-passant/>
- Stilley, K., Jeffrey, J., Inman and Kirk, L., & Wakefield. (2010a). Spending on the Fly: Mental Budgets, Promotions, and Spending Behavior. *Journal of Marketing*, 74 (3), pp. 34-47.

Vastgoedmarkt. (2012, Maart 23). *Omzet van online winkelen stijgt naar 9 miljard*. Opgeroepen op 05 10, 2012, van [www.vastgoedmarkt.nl](http://www.vastgoedmarkt.nl): [www.vastgoedmarkt.nl](http://www.vastgoedmarkt.nl)

Verdanov. (2010, 05 03). *InfoNu.nl - Financieel*. Opgeroepen op 08 17, 2012, van <http://financieel.infoNu.nl/beleggen/54115-beleggen-in-commercieel-vastgoed-investeren-in-winkels.html>.

Vereniging van Nederlandse Gemeenten. (2012). *Model Leegstandverordening*. Opgeroepen op 05 10, 2012, van [www.vng.nl](http://www.vng.nl): <http://www.vng.nl/smartsite.dws?id=65331>

Waerden van der, P., Borgers, A., & Timmermans, H. (1998). The impact of the parking situation in shopping centres on store choice behaviour. *GeoJournal*, 45, pp. 309-315.

Wikipedia. (2012). Opgeroepen op augustus 28, 2012, van <http://nl.wikipedia.org>.

WPM Consultants. (2002). *Bereikbaarheid, parkeren in en bevoorading van de binnenstad*. 's Gravenzande: Van Deventer.

WPM groep. (2012). *huurprijsvergelijker*. Opgeroepen op 06 10, 2012, van [www.huurprijsvergelijker.nl](http://www.huurprijsvergelijker.nl)