movares smart urban engineering



Brancheringsplan Vaals-Centrum

Advies over perspectief en programma

DEF

Status: definitief | Datum: 21-09-2026 | Kenmerk: -26002099

Colofon

Opdrachtgever	Gemeente Vaals
Datum	21-09-2026
Projectnummer	P09286
Ondertekenaar	Frank Simons frank.simons@movares.nl
Projectteam	FSi, RKo
Bron kaft	Movares
Review	RvL
Kenmerk	-26002099

Inhoudsopgave

Colofon **2**

1 Inleiding **4**

1.1 Aanleiding 4
1.2 Brancheringsplan 4
1.3 Leeswijzer 4

2 Perspectief **5**

2.1 Basisperspectief centrum 5
2.2 Aanvullend perspectief en kansen 5

3 Brancheringsplan **6**

3.1 Uitgangspunten 6
3.2 Ontwikkelgebieden 8
3.3 Thematisch advies 9
3.4 Acties en uitvoeringsmaatregelen 11

B1: Trends en ontwikkelingen **13**

B2: Vraag en aanbod **15**

B3: Bezoekersenquêtes **25**

1 Inleiding

1.1 Aanleiding

Het centrum van Vaals staat, net als veel andere centra in Nederland, onder druk. Dit uit zich in onder meer in hoge leegstand, maar ook andere aspecten zoals verblijfskwaliteit kunnen en moeten worden aangepakt. Movares (voorheen BRO) heeft in 2025 een uitgebreide ruimtelijk-functionele analyse uitgevoerd om een goed beeld te krijgen van de kwaliteiten, knelpunten, opgaven en kansen voor het centrum. Deze analyse is gedeeld en breed gedragen door de gemeente, ondernemers en vastgoedeigenaren.

Een veel gehoord geluid vanuit ondernemers en eigenaren is dat de afgelopen jaren te weinig is gebeurd, dat de gemeente door moet pakken en dat het centrum een impuls moet krijgen. De gemeente neemt dit geluid uiterst serieus en heeft in 2025 de 'Agenda Centrumaanpak' opgesteld, inclusief uitvoeringsprogramma. De gemeenteraad heeft voor de komende jaren een aanzienlijk budget vrijgemaakt voor de uitvoering. Dit biedt mogelijkheden om door te pakken en het centrum de benodigde impuls te geven.

Als onderdeel van de uitvoering en in navolging van de ruimtelijk-functionele analyse van Movares, heeft de gemeente behoefte aan een advies over het programma en de functiemix in het centrum. Vanuit het perspectief voor het centrum, moet aandacht zijn voor het toevoegen van kwaliteit en meer functiediversiteit.

1.2 Brancheringsplan

In dat kader heeft Movares een brancheringsplan gemaakt. Hierin staat wat het perspectief is voor het centrum en hoe het centrum functioneel kan worden versterkt:

- Wat is het perspectief en wat zijn de uitgangspunten voor een toekomstbestendig centrum van Vaals?
- Welke functies zijn passend voor het centrum van Vaals? En waar liggen concrete kansen?
- Wat is een goede positionering van functies, en specifiek trekkers, voor een goede 'doorbloeding' en het stimuleren van combinatiebezoek?
- Wat is een goede ruimtelijke structuur? En hoe zit het met ruimtelijke randvoorwaarden?
- Wat zijn concrete ontwikkelgebieden om het centrum te versterken?

Het plan is opgesteld in samenwerking met de gemeente. De ruimtelijk-functionele analyse en de verschillende gesprekken met ondernemers en vastgoedpartijen die in dat kader hebben plaatsgevonden, zijn meegenomen in de uitwerking van het brancheringsplan.

1.3 Leeswijzer

Dit rapport is opgedeeld in twee delen, visie en bijlagen:

- **Visie**: hoofdstuk 2 en 3 vormen het advies. Vanuit het perspectief voor het centrum zijn uitgangspunten gegeven voor een toekomstbestendig centrum, gevolgd door thematische adviezen en uitvoeringsaspecten.
- **Bijlagen**: hier staan relevante trends en ontwikkelingen, een analyse van vraag en aanbod op basis van feiten en cijfers en enquêteresultaten. De bijlagen geven een beeld van de feitelijke situatie en zijn input voor het brancheringsplan. Hierbij is zorgvuldig afgewogen wat wel of niet relevant en bruikbaar is voor het centrum van Vaals.



Wat is de functie en wat is het perspectief van het centrum?



Hoe positioneren we functies voor een goede structuur?

2 Perspectief

2.1 Basisperspectief centrum

Het centrum van Vaals heeft een belangrijke functie voor de **dagelijkse boodschappen**. Zowel voor de eigen inwoner als voor de bezoekers van buiten Vaals. Een sterke boodschappenbasis, met supermarkten als voornaamste publiekstrekkers, is voor het centrum van Vaals de basis. Het belang van de goed functionerende weekmarkt mag hierbij niet worden vergeten. Een goede boodschappenbasis, met stevige publiekstrekkers, is bovendien een noodzakelijke voorwaarde om het hele centrum toekomstbestendig te houden. Een sterke boodschappenbasis gaat verder dan alleen dagelijkse winkels. Het gaat dan ook om niet-dagelijkse winkels in het verlengde van de boodschappenfuncties. Denk aan huishoudelijk aanbod, bloemisten en optiekzaken. Hema en Action bieden het centrum van Vaals extra trekkracht.

Een **aantrekkelijk horeca-aanbod** is ook belangrijk voor het centrum. Goede verblijfskwaliteit en ontmoeting zijn belangrijke kernwaarden voor centra. Dit geldt ook voor Vaals. Horeca draagt hier in hoge mate aan bij. De bezoekersenquête (bijlage 3) toont dat horeca een belangrijk motief is om het centrum van Vaals te bezoeken. Goede horeca doet er dus toe. Het is een kans om in het centrum van Vaals een horeca- /verblijfsgebied te creëren, waar ook ruimte is voor terrassen. Het Koningin Julianaplein biedt hiervoor potentie. Weliswaar in combinatie met andere functies.

Aanvullend is er nog altijd perspectief voor **niet-dagelijkse winkels** in het centrum van Vaals. Dit is na de dagelijkse boodschappen het belangrijkste bezoekmotief voor het centrum. De meeste bezoekers komen niet zo zeer om recreatief en vergelijkend te winkelen, maar bezoeken niet-dagelijkse winkels meer doelgericht. Uit de enquêtes blijkt dat er nog altijd behoefte is aan een gevarieerd niet-dagelijks aanbod. Dit biedt ook mogelijkheden om vergelijkend te winkelen. Voor toeristische bezoekers is dit aantrekkelijk. Belangrijke opgave is een goede balans tussen herkenbaarheid en eigenheid. Met andere woorden, een goede balans tussen landelijke ketens en lokale ondernemers.

Voor het centrum in de huidige omvang is onvoldoende perspectief. De leegstand is al lange tijd fors en het is niet reëel dat alle leegstand weer wordt gevuld met publieksfuncties. Een **compacter centrum** is daarom noodzakelijk. Maar niet te rigoureus. Als mogelijkheden voor publieksfuncties verdwijnen, komen ze niet meer terug. Het kerngebied loopt grofweg van de Duitse grens tot aan de rotonde bij Brasserie Vols. En van het Prins Willem Alexanderplein tot aan het Koningin Julianaplein. De Kerkstraat komt als eerste in aanmerking om af te waarderen.

Een toekomstbestendig centrum van Vaals vraagt ook om een goede functiediversiteit en **clustering van functies**. Dit betekent namelijk ook clustering van bezoekmotieven. Meerdere bezoekmotieven bieden het centrum perspectief. Daarbij moet worden gedacht aan en sociaal-maatschappelijke voorzieningen (zoals zorg en culturele functies) en leisure functies (met name sport).

Samengevat is het basisperspectief voor het centrum:
- Een goede boodschappenbasis met stevige trekkers.
- Aantrekkelijk en gevarieerd horeca-aanbod
- Aanvullend niet-dagelijks winkelaanbod
- Een compacter centrum en clustering van functies en bezoekmotieven.

2.2 Aanvullend perspectief en kansen

In Vaals en omgeving vindt geen massale woningbouw plaats. Althans geen woningbouw, waardoor de voornaamste doelgroepen en type huishoudens wezenlijk gaan veranderen. De **huidige doelgroepen** vormen daarom het **uitgangspunt** om op voort te bouwen. Het huidige aanbod past in de basis goed bij de aanwezige doelgroepen en huishoudens. Uit het bezoekersonderzoek blijkt wel waar huidige bezoekers behoefte aan hebben. Denk aan meer variatie aan kledingwinkels (ketens én zelfstandigen) en horeca-aanbod (Koningin Julianaplein biedt potentie voor horeca met ruime terrassen).

Een belangrijk aanvullend perspectief en meteen ook kans voor het centrum, is het beter benutten van het **toeristisch potentieel**. In Vaals en omgeving is volop sprake van toerisme, maar het centrum van Vaals wordt niet in diezelfde mate gevonden door toeristen. Uit het bezoekersonderzoek blijkt wat voor toeristen de voornaamste reden is om het centrum van Vaals wel te bezoeken:
- Goed horeca-aanbod met terrassen en kindvriendelijke horeca.
- Geen standaardaanbod, maar juist lokale ondernemers die zorgen voor uniciteit.
- Goede promotie en zichtbaarheid van het centrum (fysieke infoborden, maar ook online vindbaarheid).
- Beleving voor specifiek kinderen, attracties, wandelingen en de activiteiten interactief maken (QR-codes en speurtochten).

Het belangrijkste voor het centrum van Vaals is om de basis op orde te hebben. Boodschappen, horeca en aanvullend niet-dagelijks aanbod in een compact centrum waar zo veel mogelijk publieksfuncties én bezoekmotieven geclusterd zijn.

3 Brancheringsplan

3.1 Uitgangspunten

Compacter centrum met twee hoofdassen
Misschien wel het belangrijkste uitgangspunt voor het centrum van Vaals is een compacter centrum. In het compacte centrum bevinden zich twee hoofdassen (zie figuur 1).

- De horizontale as Maastrichterlaan: hier ligt de nadruk op winkels.
- De verticale as loopt van het Prins Willem Alexanderplein tot het Koningin Julianaplein: hier ligt de nadruk op verblijfsfuncties, verblijfskwaliteit en maatschappelijke functies.

De verschillende publieksfuncties concentreren zich in het gebied aan de twee assen. Buiten dit compacte kerngebied zijn geen nieuwe winkels of horecazaken gewenst. Buiten het kerngebied zetten we in op verkleuring en/of transformatie van winkelpanden en horeca. Bestaande ondernemers worden niet actief gedwongen om te verplaatsen naar het kerngebied (bestaande ondernemers worden gerespecteerd). Wel gaan we uit van een zogenaamde uitsterfregeling. Zodra ondernemers buiten het kerngebied verdwijnen, willen we hier geen nieuwe publieksfuncties.



Figuur 1: Compact centrum met twee hoofdassen

Boodschappenfunctie op orde
Het centrum van Vaals heeft een belangrijke boodschappenfunctie. Dit is het voornaamste bezoekmotief. Deze functie is momenteel goed op orde. Er zijn twee supermarkten in het centrum (Albert Heijn en Naanhof) die niet alleen een boodschappenfunctie hebben, maar ook als publiekstrekker fungeren voor de rest van het centrum.

Behoud van (ten minste) twee supermarkten is cruciaal. Ook de weekmarkt (met uitgebreid en gevarieerd foodaanbod) speelt een belangrijke rol voor de boodschappenfunctie en de aantrekkingskracht van het centrum.

Meer variëteit binnen aanbod zou de boodschappenfunctie van het centrum versterken, maar dit is niet vanzelfsprekend en zeker niet gemakkelijk. Gelet op de benchmark ontbreken er weliswaar diverse branches in het centrum van Vaals (denk aan poelier, kaas, vis, AGF, parfumerie), maar het openen van foodspeciaalzaken is anno 2026 een

moeilijke zaak. Doorgaans is dit niet rendabel in kleine kernen zoals Vaals. De oplossing die in sommige centra wordt toegepast zijn zogenaamde vershofjes, waar meerdere foodzaken onder één dak zijn gevestigd. Het ontbreken van diverse fysieke foodbranches wordt vooralsnog (deels) opgevangen door het aanbod op de weekmarkt.

Trekkers op de juiste plaats
Een goede spreiding van publiekstrekkers is belangrijk. Hierdoor worden passanten in het centrum evenwichtig verdeeld, waardoor alle andere ondernemers kunnen profiteren van publiekstrekkers. De spreiding van winkels met een publiek aantrekkende werking aan de Maastrichterlaan is goed (Albert Heijn, Hema, Action en Naanhof).

Het Koningin Julianaplein kan als gebied een publiekstrekker worden, door in te zetten op verblijfskwaliteit in combinatie met een aantrekkelijke openbare ruimte. Hiermee krijgt het plein de impuls die het verdient. Voor het gebied is een mix van horeca (met ruime mogelijkheden voor terras) en leisure in combinatie met maatschappelijke functies kansrijk.

Meer functies, meer bezoekmotieven
Om de bezoekmotieven van het centrum verder te verbreden is het slim om in te zetten op een gevarieerde functiemix. Naast detailhandel, horeca, dienstverlening en ambachten moet óók worden gedacht leisure, cultuur, maatschappelijke functies en werkfuncties. Deze functiemix is in centra vergelijkbaar met Vaals steeds meer aanwezig.

Op het gebied van leisure moet primair worden gedacht aan sport. Dit is kansrijk vanuit een groeiende aandacht voor een gezonde levensstijl. Denk aan een sportschool (verplaatsing), maar ook kleinschalige vormen van sport zoals yoga, personal training of Hyrox. Eventuele ander vormen van leisure (zoals VR-gaming, escape rooms of een binnenspeeltuin), zijn interessante concepten voor toeristen, jongeren en gezinnen. Dergelijke concepten zijn voor Vaals echter geen primaire opgaven, maar meer een aanvullende kans. Dit vraagt namelijk ook om een ondernemers die de sprong durft te wagen.

Wel een nadrukkelijke opgave zijn maatschappelijke voorzieningen. Denk hierbij aan de bibliotheek (verplaatsing), zorgfuncties (huisartsen, apotheek, fysio, etc.) of ontmoetingsruimten. Uitgangspunt is dat maatschappelijke functies zich zo veel mogelijk in het centrum vestigen. Maatschappelijke voorzieningen zoals ontmoetingsruimten en de bibliotheek stimuleren verblijf en ontmoeting.

Ruimtelijke randvoorwaarden op orde
Goede ruimtelijke randvoorwaarden dragen bij aan het functioneren en de toekomstbestendigheid van het centrum. Denk hierbij aan bereikbaarheid, parkeren, aantrekkelijke openbare ruimte en zaken als schoon, heel en veilig. Het centrum is goed bereikbaar en aan alle kanten van het centrum zijn mogelijkheden om te parkeren (goede spreiding van bronpunten).

Goede parkeergelegenheid is belangrijk voor auto's én fietsers. Gemak en efficiëntie zijn hierbij belangrijke factoren. Om fietsbezoekers op een goede manier te faciliteren kan gedacht worden aan verschillende typen stallingsmogelijkheden. In de openbare ruimte, maar ook inpandig. De forse leegstand biedt hiervoor een kans.

Aantrekkelijke openbare ruimte betekent ook volop inzetten op onder meer vergroening, verblijfsobjecten en speelgelegenheid. Het Koningin Julianaplein en het Prins Willem Alexanderplein verdienen als verblijfslocatie nadrukkelijk aandacht.

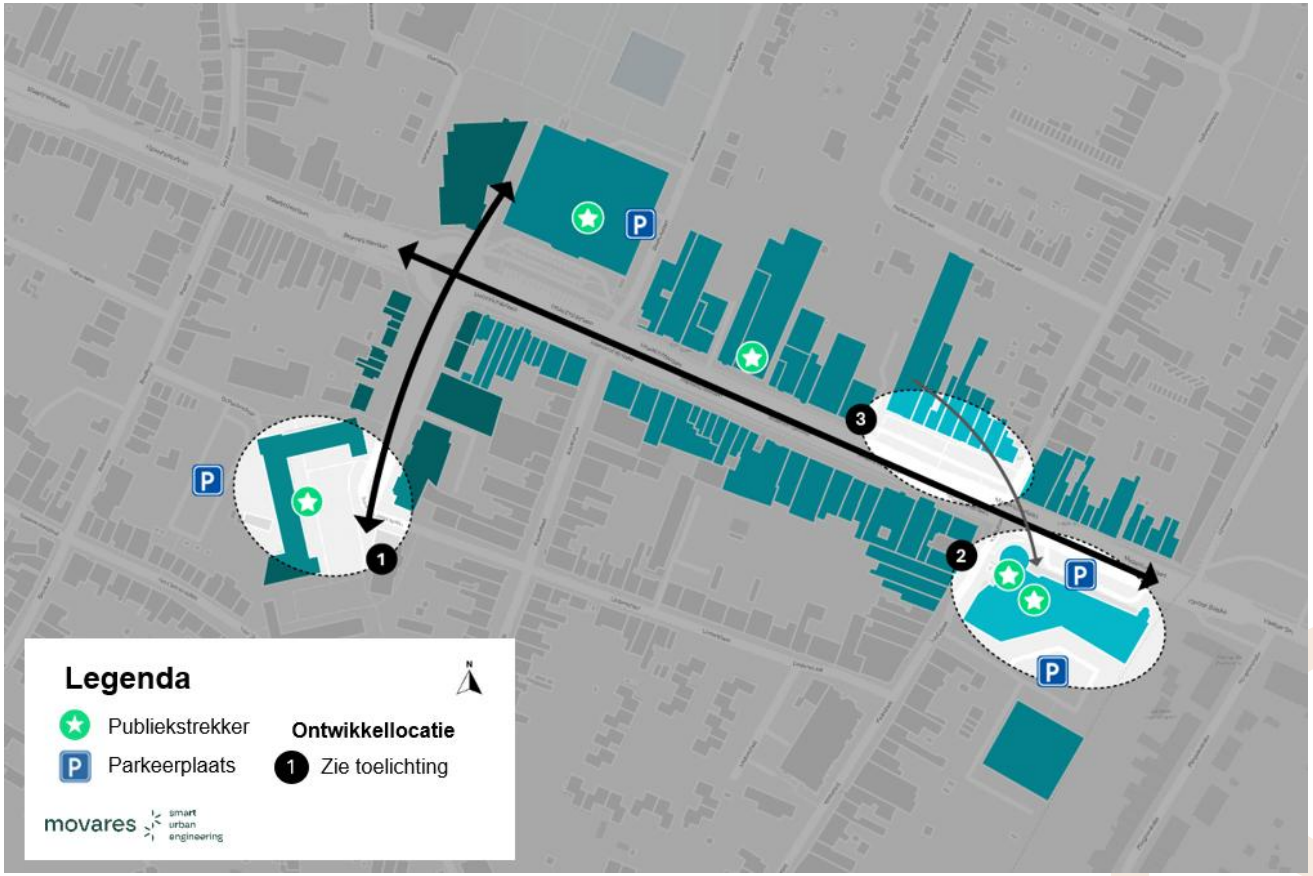

Goede spreiding van publiekstrekkers in het centrum


Versterking van verblijfskwaliteit en functiemix aan KJP

3.2 Ontwikkelgebieden

Om het centrum van Vaals te versterken zijn drie concrete ontwikkelgebieden voorzien. Figuur 2 toont de ontwikkelgebieden. Voor de vergroening van de openbare ruimte zijn al plannen. Deze zijn niet meegenomen in de kaart. Onderstaand zijn de verschillend ontwikkelgebieden kort toegelicht.

1. **Koningin Julianaplein (KJP)**: het KJP is kansrijk als verblijfsgebied. We zien kansen voor horeca met volop ruimte voor terrassen. Ook leisure functies dragen bij aan verblijfskwaliteit. Voor invulling met uitsluitend horeca is onvoldoende perspectief. Ook maatschappelijke functies zoals zorg en de bibliotheek zouden hier uitstekend passen. Versterking van de verblijfskwaliteit betekent ook versterking van de openbare ruimte. Op deze manier krijgt het KJP als geheel een belangrijk functie binnen het centrum.
2. **Winkelcentrum Drieland:** Winkelcentrum Drieland is voor Duitse bezoekers de entree van Vaals. Met supermarkt Naanhof heeft Drieland bovendien een belangrijke functie binnen het centrum. Tegelijkertijd is de leegstand aanzienlijk (ca. 2.700 m² wvo). Dit biedt mogelijk ruimte voor verplaatsing van Action (zie ook volgende punt). Met Naanhof en Action krijgt Drieland enorme trekkracht, waardoor de locatie weer aantrekkelijker wordt voor nieuwe ondernemers (vliegwieleffect). De kansrijkheid van de verplaatsing van Action moet nader worden onderzocht.
3. **Wilhelminaplein:** dit plein verdient een kwalitatieve impuls. Daarbij wordt gedacht aan een compact en knus verblijfsgebied met kleinschalige functies. Zoals aangegeven zou Action dan verplaatsen naar Drieland. De acht parkeerplaatsen zouden komen te vervallen om ruimte te maken voor verblijfselementen met onder andere ruimte voor terrassen.



Figuur 2: Ontwikkelgebieden Vaals-Centrum

3.3 Thematisch advies

Compact centrum
Een compacter centrum met een sterk kerngebied zijn belangrijk voor het functioneren en de toekomstbestendigheid van het centrum.

- Het advies is om aan de slag te gaan met het saneren van plancapaciteit voor detailhandel en horeca buiten het kerngebied. Daarbij wordt een onderscheid gemaakt tussen onbenutte en benutte plancapaciteit. Proactief saneren waar het gaat om onbenutte plancapaciteit en reactief saneren waar het gaat om benutte plancapaciteit.
- Onbenutte plancapaciteit: voor panden op ongewenste locaties die momenteel niet in gebruik zijn door een winkel of horeca kunnen na een voorzienbaarheidstermijn van 2 jaar de juridische mogelijkheden voor winkels op horeca gesaneerd worden.
- Benutte plancapaciteit: voor panden die momenteel wel in gebruik zijn door een winkel of horeca kan met een specifieke aanduiding de mogelijkheid voor detailhandel of horeca behouden blijven. Wél kan een uitsterfregeling worden opgenomen, waarin wordt aangegeven dat de juridische mogelijkheid voor winkels of horeca vervalt als het pand gedurende twee jaar niet in gebruik is door een winkel of horecavoorziening.
- Saneren van plancapaciteit, voorzienbaarheid en uitsterfregelingen worden opgenomen in een nieuw omgevingsplan voor het centrum.
- Een stimuleringsregeling kan ondernemers een zetje geven om te verplaatsen naar het kerngebied. De gemeente gaat hiermee aan de slag.

Publiekstrekkers
Publiekstrekkers op de juiste plek zijn belangrijk voor een evenwichtige passantenstroom en combinatiebezoek. Op die manier dragen ze stevig bij aan de toekomstbestendigheid van het centrum. De spreiding van publiekstrekkers in het centrum van Vaals is goed.

- Het Koningin Julianaplein heeft veel potentie om een aantrekkelijke plek te worden binnen het centrum. Niet als horecaplein, maar als gemengd plein met een mix van horeca (met terrassen), maatschappelijke functies en eventueel leisure. Hiermee ontstaat een gebied met in potentie een hoge aantrekkende werking.
- Advies is de verplaatsing van Action naar winkelcentrum Drieland nader te onderzoeken. Hiermee ontstaat een sterk cluster (vliegwiel voor nieuwe ondernemers). Dit is bovendien een opmaat om het Wilhelminaplein te ontwikkelend tot compact verblijfsgebied.

Winkelaanbod
Een aantrekkelijk boodschappenaanbod vormt de basis voor het centrum van Vaals. Aanvullend is er nog altijd perspectief voor niet-dagelijks aanbod, mede gelet op het toeristisch perspectief in de omgeving.

- Winkels, horeca en andere publieksgerichte voorzieningen moeten zoveel mogelijk aaneengesloten gevestigd zijn, zodat een bruisende omgeving/plint ontstaat. Onderbrekingen in de plint met niet-publieksfuncties is niet gewenst. Een ‘gatenkaas-structuur’ moet voorkomen worden. Een compact kerngebied draagt hieraan bij.
- Een sterk boodschappenaanbod is de basis voor het centrum van Vaals. Het streven is een compleet en kwalitatief dagelijks aanbod. Dit is momenteel redelijk goed op orde (supermarkten, versaanbod, drogisterij-aanbod en weekmarkt).
- Voor eventuele verbreding van het ‘fysieke’ versaanbod, biedt een vershof mogelijk uitkomst.
- Het aanbod sluit momenteel redelijk goed aan bij de doelgroepen in Vaals. Tegelijkertijd moet altijd aandacht zijn voor het toevoegen van kwaliteit. Zo blijkt uit bezoekersonderzoek een behoefte aan meer kledingwinkels (meer variëteit).
- In het kader van mogelijke acquisitie of het versterken van het winkelaanbod is gekeken welke formules nu ontbreken in het centrum Vaals, maar wel goed zouden passen. Gedacht moet worden aan formules als terStal, Shoeby en Takko Fashion.
- Tegelijkertijd en misschien nog belangrijker is het stimuleren van zelfstandig ondernemerschap. Zelfstandige ondernemer zorgen voor uniciteit en maken het centrum van Vaals onderscheidend. Dit aanbod is ook voor de toeristische doelgroep in de omgeving veel interessanter (zoals ook blijkt uit het toeristische bezoekersonderzoek).
- Blurring draagt bij aan de aantrekkelijkheid en het onderscheiden vermogen van het centrum. De winkel waar je iets kunt drinken, horecazaak waar je producten kunt kopen of horeca in combinatie met werkplaatsen.

Horeca aanbod
Horeca is belangrijk voor de verblijfskwaliteit in het centrum en een bezoekdoel op zich. Zeker gelet op het toeristisch perspectief in de omgeving. De focus ligt op dag- en avond horeca en fast service aanbod. De opgave is ook het creëren van een aantrekkelijk horecagebied.

- Het Koningin Julianaplein is kansrijk als verblijfsgebied met onder andere horeca en aantrekkelijk ruim opgezette terrassen. De opgave is om hier één of meerdere horecavoorzieningen te realiseren (in combinatie met andere functies).
- Het Wilhelminaplein kan eveneens een (compact) verblijfsgebied worden, met kleinschalige horeca (met terras) in combinatie met verblijfsmogelijkheden in de openbare ruimte. Verplaatsing van Action en verdwijnen van de parkeerplaatsen zijn belangrijke voorwaarden.
- Horeca met terrasjes en sfeer wordt specifiek genoemd door bezoekers als iets dat op dit moment mist in het centrum van Vaals.

Functiemix

Een brede functiemix, betekent veel bezoekmotieven. Veel bezoekmotieven zorgen voor meer bezoekers en combinatiebezoeken en dragen zo bij aan de toekomstbestendigheid van het centrum van Vaals.

- Sociaal-maatschappelijke functies zijn steeds meer te vinden in centra. Voor het centrum van Vaals wordt concreet gedacht aan diverse zorgfuncties (huisarts, apotheek, fysio, etc), sportfuncties (ontmoeting en gezonde levensstijl) en specifiek verplaatsing van de bibliotheek naar het centrum.
- Leisure functies versterken de verblijfs- en ontmoetingsfunctie van het centrum. Zoals aangegeven is dit een aanvullende kans voor het centrum, om in te spelen op toeristen, jongeren en jonge gezinnen.
- Hier ligt een belangrijke opgave voor partijen die zich bezighouden met acquisitie en stimuleren van verplaatsing (m.n. gemeente en Streetwise).

Ruimtelijke randvoorwaarden

Goede ruimtelijke randvoorwaarden zijn onmisbaar voor een goed functionerend centrum.

- Het aantal parkeerplaatsen en de spreiding van parkeerplaatsen is goed. Met name over de vindbaarheid van parkeren is in het verleden discussie geweest. Zorg voor een goed parkeerverwijssysteem met duidelijke routing en verwijzingen naar de verschillende parkeerplaatsen in het centrum.
- Zorg voor voldoende stallingsmogelijkheden voor fietsen op strategische locaties. Te veel stallingsmogelijkheden in de openbare ruimte dragen niet bij aan de kwaliteit van de openbare ruimte. De aanzienlijk leegstand biedt mogelijkheden voor een inpandige stalling. Dit vraagt om nader onderzoek in de vorm van een fietsparkeerplan.

Primaire opgaven

Bovenstaande adviezen zijn allemaal bedoeld om het centrum van Vaals te versterken en aantrekkelijker te maken. Dit betekent echter niet dat alles tegelijkertijd moet worden opgepakt en uitgevoerd. Dit kan ook niet. Hiervoor is onvoldoende capaciteit en budget. De primaire opgaven zijn als volgt:

- Het centrum compacter maken, verplaatsingen stimuleren en mogelijkheden voor publieksfuncties buiten het aangewezen kerngebied saneren.
- Gerichte aanpak van het Koningin Julianaplein. Dit betekent een aantrekkelijk plein creëren met een mix van horeca, maatschappelijke functies en eventueel leisure. Zodra de eerste voorziening zich hier vestigt, kan dit een vliegwieleffect op gang brengen.
- Gericht acquisitie blijven plegen om duurzame invullingen te vinden voor leegstand.



KJP kansrijk met mix van horeca, maatschappelijk en leisure



Wilhelminaplein als compact verblijfsgebied?

3.4 Acties en uitvoeringsmaatregelen

Het brancheringsplan geeft een visie en een stip op de horizon voor het centrum van Vaals. Om de visie te realiseren zijn er diverse concrete acties en maatregelen nodig.

Maatregelen gericht op functionele versterking

- **Gerichte acquisitie gericht op specifieke branches en landelijke ketens.** De gewenste branchering en functiemix moet kenbaar worden gemaakt aan de buitenwereld. Dit is een gezamenlijke verantwoordelijkheid van gemeente en marktpartijen zoals Streetwise.
- **Behoud huidige ondernemers**. Behoud van de huidige ondernemers is een stuk eenvoudiger dan het aantrekken van nieuwe ondernemers. Heb aandacht bestaande ondernemers door ze waar mogelijk te faciliteren (nader onderzoek naar behoeften van ondernemers), maar ook door in ze te investeren (denk aan subsidiemogelijkheden, investeren in hoogwaardige openbare ruimte of marketingcampagnes).
- **Nader onderzoek verplaatsingsmogelijkheden en behoeften.** Dit geldt feitelijk voor alle publieksfuncties die buiten het kerngebied liggen. Specifieke aandacht gaat (ook) uit naar:
    - Action. Dit is een versterking en een vliegwiel voor Drieland én tegelijkertijd een voorwaarde voor de ontwikkeling van het Wilhelminaplein als compact verblijfsgebied.
    - Bibliotheek. Dit is bij uitstek een functie voor in het centrum (ontmoetingsfunctie en traffic gedurende de hele dag).
    - Zorgfuncties. Bestaande zorgfuncties willen graag verplaatsen. Vooralsnog geen overeenstemming over verplaatsing naar KJP/Tyrellsestraat. Onderzoek of er extra ruimte gecreëerd kan worden om zorgfuncties te faciliteren en voor het centrum te behouden.
- **Structurele afstemming tussen gemeente, ondernemers en eigenaren in het centrum.** Ondernemers en eigenaren kennen de markt goed. Medewerking van alle centrumpartijen is bovendien noodzakelijk om het centrum structureel naar een hoger niveau te tillen.
- **Maak gebruik van de kennis en expertise van Horeca Nederland.** Deze partij kan waardevolle input leveren over de horeca-markt en heeft uitstekend zicht op specifieke horeca of horecaconcepten die kansrijk zijn voor het centrum van Vaals.
- **Inzicht in marktruimte.** Zodra de nieuwe koopstroomgegevens beschikbaar zijn (Q1 2027) distributieplanologisch onderzoek uit laten voeren om actueel inzicht te krijgen in de marktruimte voor winkels en horeca.

Ruimtelijke randvoorwaarden

- **Opstellen fietsparkeerplan.** Onderzoek de mogelijkheden voor inpandige stallingsmogelijkheden voor fietsen en strategische locatie voor stallingsmogelijkheden in de openbare ruimte. Dit moet bijdragen aan een hoogwaardige openbare ruimte, die zo veel mogelijk gebruikt wordt andere doeleinden (vergroening, verblijf, ontmoeting, etc.)
- **Openbare ruimte en vergroening.** Versterking van de openbare ruimte en verblijfskwaliteit is belangrijk voor het centrum. Hiervoor zijn al concrete plannen uitgewerkt.

Stimuleringsmaatregelen

- **Stimuleringsregeling verplaatsingen.** Verplaatsingssubsidies zijn een extra impuls om verplaatsingen voor elkaar te krijgen (bijvoorbeeld vanuit aanloopgebied naar kerngebied). Concrete voorwaarden om hiervoor in aanmerking te komen, beschikbaar budget en looptijd moeten nader worden uitgewerkt.
- **Stimuleringsregeling starters / nieuwe ondernemers.** Een nieuwe onderneming starten anno 2026 is niet gemakkelijk. Nieuw ondernemerschap kan worden gestimuleerd met een duidelijke visie (er moet geloof zijn), maar ook met financiële stimulans. Denk aan subsidies (gemeente, provincie) en/of tegemoetkoming in huurlasten door vastgoedeigenaren (instaphuur, kortere huurcontracten, etc.).
- **Stimuleringsregeling transformatie.** Om transformatie van panden te stimuleren (tbv functieverandering of omzetting naar wonen) kan een transformatiesubsidie uitkomst bieden. De concrete voorwaarden om hiervoor in aanmerking te komen, beschikbaar budget en looptijd moeten nader worden uitgewerkt.

Juridische / overige acties

- **Uitwerken omgevingsplan centrum.** Het juridisch-planologisch kader voor het centrum moet worden uitgewerkt in een nieuw omgevingsplan. Hierin komen ook elementen terug zoals het saneren van plancapaciteit, het creëren van voorzienbaarheid, gebruik van uitsterfregelingen, planologisch mogelijk maken van functies, etc.
- **Marketing en promotie.** De bekendheid en herkenbaarheid van het centrum zijn erg belangrijk. Zeker om het toeristisch potentieel optimaal te benutten. Denk hierbij aan het opstellen van een marktering- en promotieplan.

BIJLAGEN

B1: Trends en ontwikkelingen

In de ruimtelijk-functionele analyse voor het centrum van Vaals is een overzicht gegeven van de belangrijke trends in centrumgebieden. Figuur 3 geeft een samenvatting:

- Winkels komen en gaan. Met name winkels op het gebied van mode, sport, speelgoed en media staan onder druk. Door concurrentie met online of grotere centra en door onvoldoende onderscheidend vermogen.
- Een centrum moet bieden, wat internet niet kan. Onderscheidend vermogen, uniciteit en gastvrijheid zijn belangrijke elementen om op te vallen.
- Centrumgebieden staan voor grote transformaties en nieuwe opgaven. De behoefte aan complete centrumgebieden neemt toe, met een breed voorzieningenaanbod. Winkel blijft belangrijk, maar andere motieven worden steeds belangrijker. Dit vraagt om een goede functiemix (o.a. horeca, wonen, werken, evenementen, cultuur, diensten en maatschappelijke voorzieningen).
- Sommige winkels kiezen ervoor om naast de fysieke winkel een webshop te openen. Anderen kiezen ervoor om horeca toe te voegen en/of diensten aan te bieden. Het combineren van activiteiten noemen we 'blending'. De term 'blurring' is daar onderdeel van, maar betreft het combineren van detailhandel met horeca (en alcohol).
- Centra worden steeds meer verblijfsplekken. Een aantrekkelijke openbare ruimte is in dat kader belangrijk. Openbare ruimte moet uitnodigen om te verblijven en te ontmoeten, met aandacht voor comfort en sfeer.



Figuur 3: algemene trends centrumgebieden

Verschillende ruimtelijk-functionele structuren in centra
Een goed functionerend centrum trekt veel bezoekers en bestedingen en faciliteert combinatiebezoek. Slimme branchering en een goede ruimtelijk-functioneren structuur dragen hieraan bij. Het juiste model is mede afhankelijk van de bestaande situatie en vraagt soms om (stevige) maatregelen (o.a. zorgen voor nieuwe trekkers, verplaatsingen of afwaarderen/saneren van specifieke straten. Er zijn meerdere ruimtelijk-functionele structuren, of een combinatie daarvan, mogelijk:

- **Halter model** met twee of meer trekkers aan uiteinde van het centrum met daar tussenin kleinere voorzieningen (evenwichtige passantenstroom en combinatiebezoek)
- **Cluster model** met voorzieningen die zijn gegroepeerd in thematische clusters (herkenbaarheid, zelfde type aanbod bij elkaar)
- **Grid model** betreft een rasterpatroon waarbij voorzieningen gelijkmatig verdeeld zijn over een gebied (balans binnen centrum, combinatiebezoek)
- **Radial model** waarbij voorzieningen zijn geconcentreerd rond een centraal punt, zoals een groot plein of een belangrijk verkeersknooppunt (korte afstanden, goede zichtrelaties)
- **Gemengd model** waarbij voorzieningen in hoge mate worden gecombineerd met wonen, werken en recreatie (functiemix, weinig leegstand)

B2: Vraag en aanbod

Consumentendraagvlak en demografie

Bevolkingsdaling komt tot stilstand

- De gemeente Vaals telt ruim 10.100 inwoners. Tot aan 2016 daalde het aantal inwoners in de gemeente. Vanaf die periode neemt juist het aantal inwoners weer toe. Gelet op de huidige prognose van de provincie Limburg neemt het inwonertal de komende jaren af tot ruim 9.610 inwoners in 2035. Na 2035 neemt het inwonertal verder af tot circa 8.560 in 2050[1].
- Hoewel de cijfers een daling van de bevolking laten zien verloopt de bevolkingsgroei de afgelopen jaren gunstiger dan in eerdere prognoses voorspelt. Naar verwachting komt de bevolkingsdaling tot stilstand komen en is zelfs weer sprake van enige stijging. Er zijn verschillende nieuwbouwprojecten die lopen in de gemeente.
- Vaals telt circa 5.530 huishoudens, waarvan 43% alleenstaanden, 30% samenwonenden zonder kinderen en 27% gezinnen met kinderen. Vergeleken met landelijk ligt het aandeel huishoudens zonder kinderen iets hoger en wonen er minder huishoudens met kinderen.
- Net als in veel andere delen van Nederland vergrijst de bevolking van Vaals. Het aantal inwoners in de leeftijdsgroepen 0 tot en met 14 jaar, 15 tot en met 24 en 25 tot 44 jaar jaar ligt een stuk lager dan landelijk. Het aantal inwoners in de leeftijdscategorie 45 tot en met 64 jaar en 65 plus ligt juist een stuk hoger. Limburg vergrijst een stuk sneller dan het landelijk gemiddelde.

Welvaartsniveau ligt beneden het landelijk gemiddelde

- Het welvaartsniveau in Vaals ligt beneden gemiddeld. Het gemiddelde inkomen per inwoner in de gemeente bedraagt circa €30.300. Dit is ruim 13% beneden het landelijk gemiddelde van circa € 34.900. Binnen de wijken bestaan wel verschillen. In de wijk Vijlen-Lemiers bedraagt het gemiddelde inkomen € 34.100 en in de wijk Vaals € 28.900.

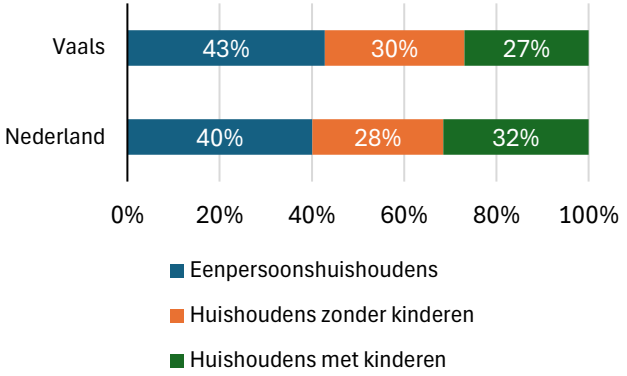
Leefstijlen gemeente Vaals

Op basis van het Whize segmentatiemodel is inzicht geboden in verschillende huishoudens/leefstijlen. Whize verschaft op wijkniveau inzichten wat betreft socio-demografie, levensstijl, cultuur en (koop)gedrag. Aan de hand van Whize is gekeken naar welke leefstijlen op dit moment het meest vertegenwoordigd zijn in de gemeente Vaals. Voor de meest voorkomende doelgroepen is een korte beschrijving opgenomen (zie figuur en kader op de volgende pagina's).

- De leefstijl 'Gewoon Gemiddeld' (21%) en 'Volks en Uitgesproken' (21%) zijn het meest vertegenwoordigd. Ook de groep 'Gezellige Emptynesters' is met 19% sterk vertegenwoordigd. 'Bescheiden ouderen' en 'Dromen en rondkomen' maken de top 5 compleet.
- Deze leefstijlen worden gekenmerkt door een lager tot gemiddeld inkomen. Dit correspondeert met het gemiddelde inkomen in de gemeente. Desondanks geeft het op hoofdlijnen wel een beeld van de huidige bevolking, de behoeftes en wensen.
- De tekstvakken op de volgende pagina's geven een korte omschrijving van de lifestyle en kenmerken van

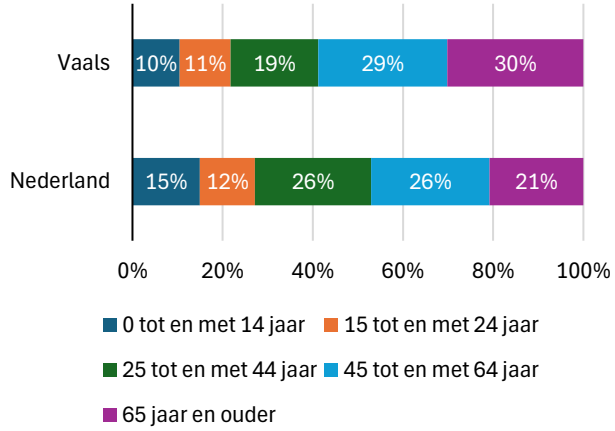
Verdeling huishoudens gemeente Vaals

Bron: CBS 2025



Leeftijdsverdeling gemeente Vaals

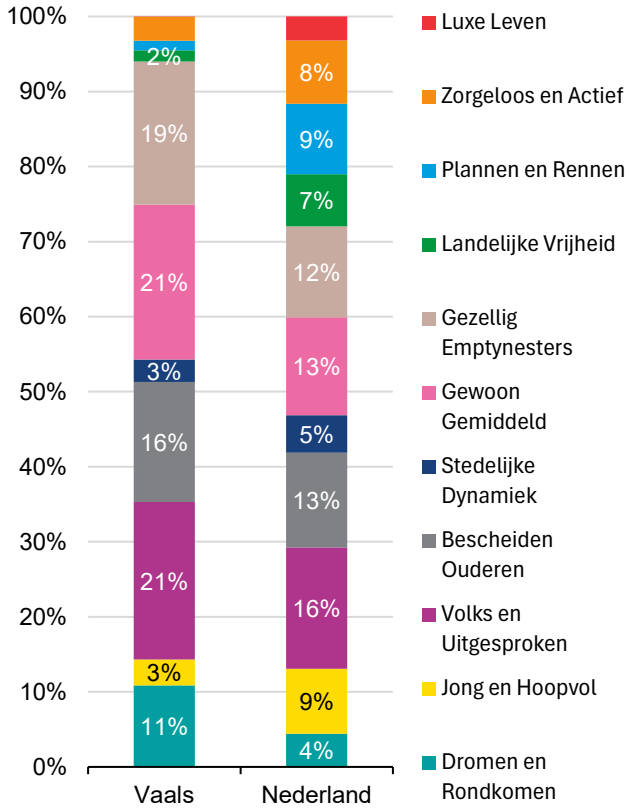
Bron: CBS 2025



[1] Dataportaal Provincie Limburg, Etil Research Group – Demografie.

de dominante leefstijlen in Vaals. De beschrijvingen geven een beeld, maar zijn niet in beton gegoten. Huishoudens zijn niet altijd in één hokje plaatsen en kunnen binnen een gebied op kenmerken afwijken. Desondanks geeft het op hoofdlijnen een beeld van de huidige bevolking, de behoeftes en wensen.

Whize doelgroepen in de gemeente Vaals



Gewoon gemiddeld

Het gezinsleven en kinderactiviteiten bepalen voor een groot deel de agenda. Veel aandacht gaat uit naar sporten. Kinderen staan bijvoorbeeld op het volleybalveld of voetbalveld; ouders lopen in de ochtend- of avonduren hard. Superleuk, maar naast sport, werk en huishouden zijn er nog genoeg andere bezigheden: dagjes naar een pretpark zoals Plopsaland of de Efteling, een leuk gezelschapsspel doen, samen met de kinderen knutselen en tekenen. Ook lekker in huis klussen is geliefd. Geen wonder dat sommige gezinnen hun kleding vanuit praktisch oogpunt online bestellen. Favoriet zijn onder meer H&M, Jack&Jones en Scapino. Betaalbaar en geschikt voor het hele gezin. In de vakanties trekt Gewoon Gemiddeld er graag op uit met de caravan of logeren ze in een bungalowpark. Ze rijden met eigen vervoer.

Kenmerken

- 30-60 jaar
- Samen
- Kinderen in alle leeftijdsgroepen
- 1 tot 2 keer modaal inkomen
- Koopwoning
- 1 of meer auto's

Interesses

- Sport
- Doe-het-zelven
- Vakantie
- Pretpark
- Gezelschapsspellen
- Nickelodeon, QMusic, Radio 538

Volks en uitgesproken

Bij Volks en Uitgesproken staat vaak een brommer of scooter voor de deur; ideaal voor naar het werk, het café of shoppen bij de goedkopere ketens als Scapino, C&A of bijvoorbeeld H&M. Sporten doet deze groep nauwelijks; hooguit een spelletje darts of snooker in het wijkcentrum. Roken doen ze juist wel. Lekker ontspannend en vertrouwd. Op reis gaan ze niet echt; de huishoudportemonnee laat dat niet altijd toe en in de buurt is genoeg te doen. Een dagje dierentuin of pretpark is ook prima om met de (klein)kinderen in een schoolvakantie te bezoeken. Verder zit deze groep op een dag heel wat uren achter de televisie om films te kijken of achter de computer. Vooral om te gamen en online (kaart)spelletjes te spelen en ook soms om aanbiedingen te shoppen. Ze hebben verder een bovengemiddelde interesse in sportwagens en snelheid.

Kenmerken

- Jonger dan 60 jaar
- Alleenstaand of samen
- Huishoudens met of zonder kinderen
- Benedenmodaal of modaal inkomen
- Huurwoning
- Brommer, scooter

Interesses

- Dagjes weg
- Gaming
- Attractiepark
- Darts, snooker
- Huisdieren
- TLC, SLAM!, FunX

Gezellige emptynesters

Ze zitten niet stil, deze Gezellige Emptynesters. Naast wandelen, fietsen, fotograferen, tuinieren of tennissen gaan ze regelmatig lekker op reis. In de zomer kiezen ze graag voor een georganiseerde trip of trekken ze erop uit met de caravan. In de winter missen ze de zon en kiezen ze voor een korte overwintervakantie op de Canarische eilanden. Ze hebben naast oppassen op de kleinkinderen toch geen echte verplichtingen in Nederland. Voor de deur staat vaak een kleine nieuwe auto, bijvoorbeeld van betrouwbare merken als Toyota en Opel. In het schuurtje staat een (elektrische) fiets. Daarmee hebben ze alle vrijheid om te gaan en te staan waar ze willen. Deze groep koopt producten als een hoortoestel of bril. Tegelijkertijd schaffen ze ook een tablet aan om toch een beetje bij te blijven. Vooral politiek, sport en actualiteiten spreekt ze aan. Voor nieuwe kleding shoppen ze toch echt alleen in de winkel, een gevestigde dames- of herenmodezaak.

Kenmerken

- Ouder dan 60 jaar
- Samen
- Geen kinderen of kinderen ouder dan 25 jaar
- 1 tot 2 keer modaal inkomen
- Koopwoning
- Auto

Interesses

- Veel uitstapjes
- Wandelen, fietsen, tennissen
- Actualiteiten
- Vrijwilligerswerk
- Omroep MAX, regionale zenders, NPO 5
- Fietsen

Bescheiden ouderen

Deze groep is inmiddels niet meer zo actief in de samenleving. Hun gezondheid gaat een rol spelen; het zicht gaat achteruit, de beweeglijkheid wordt minder en ook het gehoor is niet meer wat het was. Autorijden doen ze niet veel meer; wel pakken ze soms de (elektrische) fiets of anders de scootmobiel of rollator. Voor hun kleding gaan ze naar gevestigde winkels zoals MS Mode of Wibra. Ook komen ze in winkels voor bijvoorbeeld een bril of hoortoestel. Sporten doet deze groep niet meer; hooguit wat gymnastiekoefeningen op aanraden van een specialist. Ze plannen ook bijna nooit reisjes of uitstapjes; vaker zitten ze thuis achter de kruiswoordpuzzel of zich te verdiepen in actualiteiten. Ze zijn begaan met de samenleving. Soms doen ze een georganiseerde trip; dan is alles duidelijk georganiseerd en betaalbaar.

Kenmerken

- Ouder dan 65 jaar
- Alleenstaand
- Geen kinderen
- Benedenmodaal of modaal inkomen
- Huurwoning of –appartement
- (Elektrische) fiets

Interesses

- Kruiswoordpuzzel
- Scootmobiel, rollator
- Actualiteiten
- Vrijwilligerswerk
- Omroep MAX, regionale zenders, Klassieke muziek

Dromen en rondkomen

Een auto hebben de Dromers en Rondkomers lang niet altijd. Wel pakken ze vaak met hun ov-abonnement de bus of tram naar hun werk of naar winkels als Zeeman, Wibra en C&A. Boodschappen doen kan veelal lopend of op de brommer, bijvoorbeeld bij de plaatselijke middenstand of bij een relatief betaalbare discountsupermarkten. Roken doet deze groep graag. Voor reizen hebben ze eigenlijk geen budget, maar als ze dit doen is het naar vrienden en familie in het buitenland. Ze staan soms in de kroeg te darten of bezoeken de bioscoop, sauna of het casino. Het gaat om makkelijk en goedkoop vertier: even eruit en ontsnappen aan de dagelijkse sleur. Verder hebben de jonge mensen in deze groep vaak interesse in alles wat met zwangerschappen, baby's of opvoeden te maken heeft.

Kenmerken

- 30-50 jaar
- Alleenstaand of samen
- Huishoudens met of zonder kinderen
- Benedenmodaal inkomen
- Huurappartement
- Tram, bus

Interesses

- TV kijken
- Pretpark, dierentuin
- Familiebezoek in buitenland
- Online games
  FOX Sports, SLAM!, FunX

Bezoekers van buiten de gemeente

In 2019 is in de provincie Limburg voor het laatst een groot koopstromenonderzoek uitgevoerd. Op basis daarvan hebben we een beeld waar bestedingen in het centrum van Vaals vandaan komen. Zowel voor de dagelijkse als de niet-dagelijkse aankopen trekt Vaals relatief veel bezoekers van buiten Vaals, met name uit Duitsland.

- In Vaals komen relatief veel bezoekers vanuit Duitsland. Dit is logisch gezien de ligging tegen de Duitse grens. Zeker met Aken als achterland (ruim 250.000 inwoners). Ook uit Eschweiler komen relatief veel bestedingen.
- Op basis van het bezoekersonderzoek is gekeken naar de kenmerken van deze groep bezoekers.
  - De Duitse bezoeker is over het algemeen wat ouder. Circa 66% van de bezoekers uit het bezoekersonderzoek is ouder dan 46 jaar.
  - Het merendeel van de bezoekers woont samen zonder kinderen.
  - Boodschappen doen is vaak het belangrijkste bezoekmotief.
- De dominante leefstijlen in de omliggende gemeenten komen in grote lijnen overeen met de leefstijlen in de gemeente Vaals. Veelal met een lager tot gemiddeld inkomen en veel ouderen (vergrijzing).

Tabel 1: Dominante doelgroepen in belangrijkste gemeenten qua omzet op basis van koopstromenonderzoek

Gemeente	Aandeel omzet niet-dagelijkse artikelen (KSO)	Meest voorkomende doelgroep	Op één na meest voorkomende doelgroep
Gulpen-Wittem	3%	Landelijke Vrijheid	Gezellige Emptynesters
Simpelveld	2%	Gewoon Gemiddeld	Gezellige Emptynesters
Overig Nederland	3%	n.v.t.	n.v.t.
Toerisme	4%	n.v.t.	n.v.t.
Duitsland	61%	n.v.t.	n.v.t.
België	8%	n.v.t.	n.v.t.

Analyse aanbod

Huidige aanbod centrum Vaals

In de ruimtelijk-functionele analyse van het centrum van Vaals (2025) is een uitgebreide analyse gemaakt van het huidige winkel- en voorzieningenaanbod. De belangrijkste punten uit de analyse zijn als volgt:

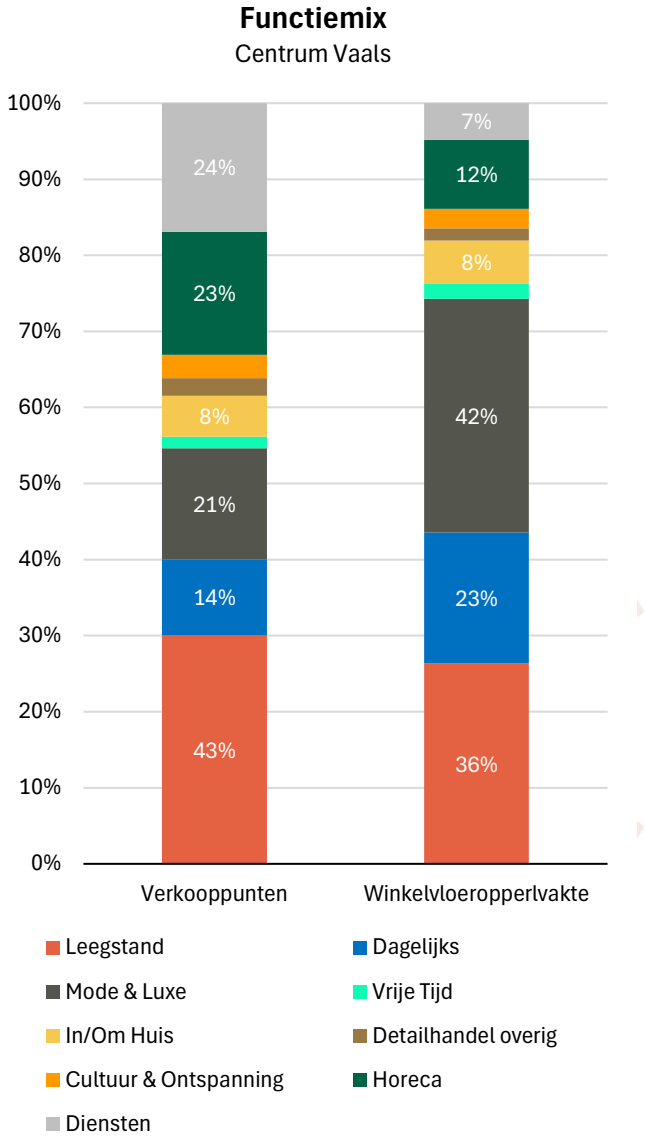
- Het **dagelijks aanbod** in het centrum van Vaals is de afgelopen jaren afgenomen. Momenteel zijn er dertien dagelijkse winkels: twee supermarkten (Lidl ligt net buiten het centrum), drogisterijen en enkele (vers)speciaalzaken. Albert Heijn (1.320 m² wvo) heeft een redelijke maatvoering, Naanhof (1.018 m² wvo) is relatief klein. In de benchmarkgemeenten is meer dagelijks aanbod. Branches die in het centrum van Vaals ontbreken zijn onder meer AGF, kaas, vis en een toko. Veel van deze branches zijn wel aanwezig op de weekmarkt, waardoor dit aanbod toch beschikbaar is.
- Het **recreatieve aanbod** (mode, sport, speelgoed, media, etc.) is de afgelopen jaren eveneens afgenomen. Dit is een landelijke trend en ook zichtbaar in benchmarkcentra. Het recreatieve winkelaanbod in Vaals blijft wel achter ten opzichte van de benchmarkcentra. In het centrum van Vaals zijn 21 recreatieve winkels gevestigd, ten opzichte van 28 winkels in de benchmarkcentra. In de benchmarkcentra zijn vooral meer winkels met damesmode, textielsupers en juweliers.
- Het **doelgerichte aanbod** is de afgelopen jaren nagenoeg gelijk gebleven. Vergeleken met de benchmarkcentra is het aanbod in het centrum van Vaals echter bescheiden. In het centrum van Vaals zijn tien winkels gevestigd ten opzichte van veertien winkels in de benchmarkcentra. Veel benchmarkcentra beschikken over een dierenwinkel, telecom en woningtextiel.
- Het aanbod **cultuur en ontspanning** is de afgelopen jaren afgenomen. Het huidige aanbod betreft met name een feestzaal en een amusementshal. In benchmarkcentra zijn ook bibliotheken, musea en fitness gevestigd. Deze functies liggen in Vaals (net) buiten het centrum. Concentratie en clustering van deze functies versterkt het centrum en zorgt voor meer bezoekmotieven.
- Het **horeca-aanbod** is de afgelopen jaren nagenoeg gelijk gebleven. In kwalitatieve zin volgt de ontwikkeling de landelijke trend. Het aantal drankverstrekkers is gedaald, het aantal fastservicezaken is juist toegenomen.
- Het aantal **ambachten** (kappers, schoonheidssalons, nagelstudio's, tattooshop, etc.) is relatief ruim ten opzichte van de benchmark. Het centrum van Vaals telt zeventien ambachten, in de benchmarkcentra zijn dit er gemiddeld veertien. Voor ambachten is nog altijd veel perspectief (weinig impact online). Wat opvalt is het hoge aantal kappers in het centrum.
- De goed bezochte **weekmarkt** is een aanvulling op het aanbod in het centrum. Het aanbod op de markt is redelijk gevarieerd, zowel de dagelijkse branches als de

Benchmark

Het centrum van Vaals is afgezet tegen diverse benchmarkcentra, die vergelijkbaar zijn met het centrum van Vaals. De benchmarkcentra voldoen aan de volgende criteria:

- Ligging relatief dicht bij de grens.
- Nabijheid van een grote stad.
- Gemeentelijk inwoneraantal tussen 7.500 en 20.000 inwoners.

Op basis van daarvan zijn de volgende centra meegenomen: Aalten, Beuningen, Boxmeer, Coevorden, Echt, Eibergen, Gennep, Gulpen, Hardenberg, Hoensbroek, Huissen, Klazienaveen, Losser, Simpelveld, Tegelen en Zundert.



niet-dagelijkse branches. Het uitgebreide aanbod aan voedingsmiddelen (o.a. AGF, poelier, vis, zoetwaren, zuivel, noten en zuidvruchten en delicatessen) versterkt het (vers)speciaalaanbod in het centrum. Het aanbod in reguliere winkels is bescheiden, maar dit wordt deels gecompenseerd door het aanbod op de markt.

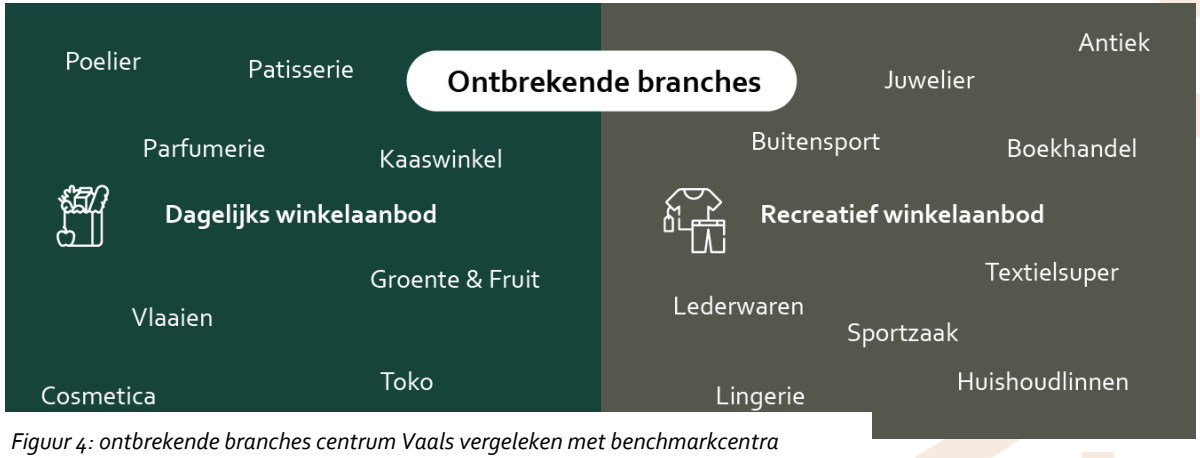
Aanbod in benchmarkcentra ruimer en gevarieerder

In de ruimtelijk-functionele analyse van het centrum is gekeken hoe het aanbod in het centrum van Vaals zich verhoudt tot vergelijkbare centra. Belangrijke conclusies uit dit onderzoek zijn als volgt:

- Het centrum van Vaals heeft een belangrijke functie voor de **dagelijkse boodschappen**. Dit blijkt onder andere uit het Koopstromenonderzoek. Als het dagelijks winkelaanbod vergeleken wordt met de benchmarkcentra dan valt op dat het aanbod relatief beperkt is. Het dagelijkse aanbod ligt zowel qua omvang als aantal zaken een stuk lager dan in de benchmarkcentra. Uit het bezoekersonderzoek blijkt verder dat bezoekers ook met name komen voor de dagelijkse boodschappen. Het is dus belangrijk om het dagelijks aanbod op orde te hebben.
- De **recreatieve** winkelfunctie is in aantal zaken beperkter dan in de benchmarkcentra. Wel is de omvang van het aanbod in Vaals groter. Zo kent het centrum van Vaals een aantal grotere zaken zoals een grote Hema, s.Oliver en een grote outlet. In de benchmarkcentra zijn vooral meer winkels met damesmode, textielsupers en juweliers gevestigd.
- Het **horeca** aanbod ligt in lijn met de benchmarkcentra.
- Het huidige aanbod **cultuur en ontspanning** betreft onder meer een feestzaal en een amusementshal. Zoals aangegeven zijn in veel benchmarkcentra ook andere functies aanwezig. Voornamelijk bibliotheken, musea en fitness gevestigd. Deze functies zijn ook in Vaals gevestigd, maar dan buiten het centrum.
- Het aantal **ambachten** (kappers, schoonheidssalons, nagelstudio's, tattooshop, etc.) is relatief ruim ten opzichte van de benchmark. Het centrum van Vaals telt zeventien ambachten, in de benchmarkcentra zijn dit er gemiddeld veertien. Voor ambachten is nog altijd veel perspectief (weinig impact online). Veel benchmarkcentra beschikken over kledingreparatie. Deze branche is ook kansrijk voor het centrum van Vaals.

In deze analyse is dieper gekeken. Welke branches missen er op dit moment in het centrum van Vaals? In onderstaande afbeelding is een overzicht gemaakt van verschillende ontbrekende branches, met een onderscheid tussen dagelijks en recreatief winkelaanbod. Dit is nog geen advies, maar een feitelijk weergave op basis van de benchmark.

- Op dit moment zijn er verschillende branches die nog niet in het centrum van Vaals gevestigd zijn. Op het gebied van het dagelijks aanbod ontbreekt onder andere een poelier, kaaswinkel, viswinkel, parfumerie, cosmetica en groente- en fruitzaak. Uit het bezoekersonderzoek komt ook naar voren dat men graag een viswinkel in het centrum van Vaals zou zien.
- Op het gebied van recreatief aanbod mist onder andere juwelier, boekhandel, sportzaak, lingeriezaak. De laatste jaren zijn er verschillende ketens uit het straatbeeld verdwenen of vertrokken (onder andere Zeeman, Charles Vögele en Blokker). Zeeman (textielsuper) en Blokker (huishoudelijk) zijn winkels die op basis van het bezoekersonderzoek echt gemist worden.



Figuur 4: ontbrekende branches centrum Vaals vergeleken met benchmarkcentra

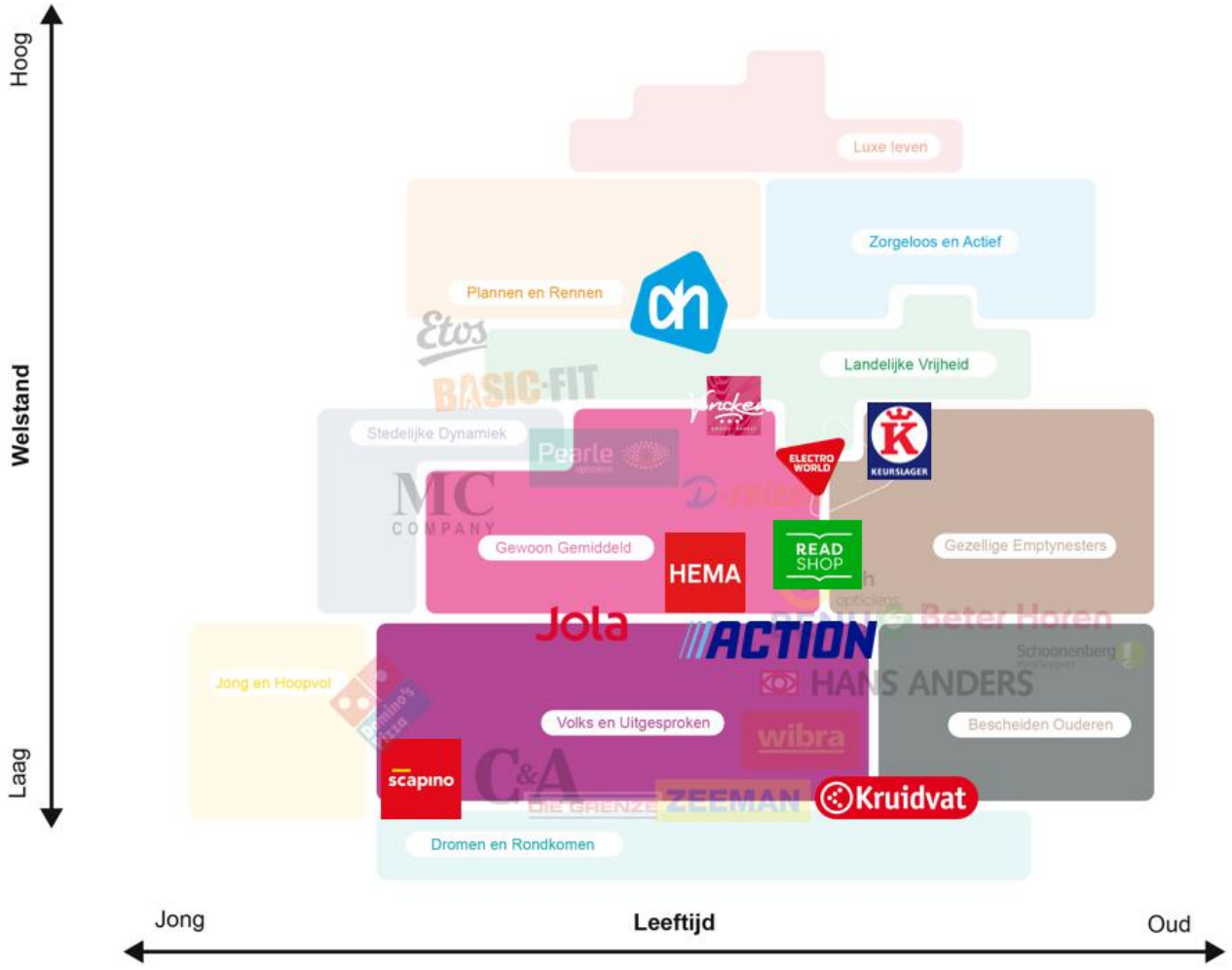
Aanbod versus aanwezige doelgroepen

Het winkel- en horeca-aanbod in het centrum van Vaals past in grote lijnen bij de huidige inwoners en bezoekers van het centrum. Figuur 5 geeft dit schematisch weer. Hierin is het aanbod vergeleken met de dominante leefstijlen van bewoners en bezoekers. Dit is redelijk goed over elkaar heen te leggen.

- Relatief veel winkelketens vallen in het lage en middensegment. Dit sluit goed aan bij de grote groep inwoners en bezoekers met een benedenmodaal tot modaal inkomen.
- De grote bulk aan formules sluit bovendien goed aan bij de vier leefstijlen die het meest voorkomen binnen de gemeente Vaals (volks en uitgesproken, bescheiden ouderen, gezellige emptynesters en gewoon gemiddeld). Ook hier geldt dat er een goede verhouding is tussen aanbod en aanwezige leefstijlen.
- Er zijn nog verschillende winkelketens die goed zouden passen binnen deze segmenten, maar op dit moment nog niet in het centrum van Vaals gevestigd zijn. Denk hierbij aan een Wibra, Zeeman, Die Grenze, etc.

Dat het aanbod in grote lijnen aansluit bij de huidige inwoners en bezoekers is niet vreemd. Landelijke ketens hebben doorgaans goed zicht op de doelgroepen in een bepaald gebied. Dit nemen ze mee in hun vestigingsbeleid.

Dit neemt echter niet weg dat er naar de toekomst toe kansen ontstaan voor ander type aanbod. Zo hebben trends en ontwikkelingen invloed op enerzijds consumentengedrag en anderzijds veranderend aanbod en de komst van nieuwe concepten.



Figuur 5: Aanbod centrum Vaals afgezet tegen aanwezige doelgroepen

Logische spreiding van functies

Figuur 6 toont de samenstelling en spreiding van het winkel- en voorzieningenaanbod in het centrum van Vaals. Indien mogelijk hebben de panden een kleur gekregen om zo een beter beeld te krijgen van de branchering. Op verschillende plekken lukt dit niet omdat de begrenzing van de panden niet beschikbaar is. Hier is de branchering middels gekleurde bollen zichtbaar gemaakt.

- Het centrum van Vaals is relatief ruim qua opzet. Het centrum bestaat primair uit twee assen, namelijk de Maastrichterlaan (oost-west) en Tyrellsestraat, Koningin Julianaplein, Prins Willem Alexanderplein (noord-zuid).
- In grote lijnen is sprake van een logische spreiding van functies. De grootste trekkers (Albert Heijn, Hema en Action) en landelijke ketens bevinden zich aan de Maastrichterlaan. Ook het recreatieve winkelaanbod ligt grotendeels aan deze hoofdas. Diensten liggen vooral aan de rand van het centrum.
- Horeca ligt redelijk verspreid aan de Maastrichterlaan. Een horecaconcentratiegebied, met volop ruimte voor terrassen is er momenteel niet.
- Eerder in de ruimtelijk-functionele analyse werd al geconcludeerd dat de verbinding tussen beide kanten van de Maastrichterlaan matig is doordat dit een provinciale weg is. Op diverse plekken zijn oversteekpunten, maar zonder zebrapaden of verkeerslichten.
- De dagelijkse winkels zijn verspreid over het centrum, er is niet echt sprake van een dagelijks cluster.
- De leegstand in het centrum van Vaals betreft 39 panden met een gezamenlijke omvang van circa 4.271 m² wvo. Dit komt neer op een leegstandspercentage van circa 30% van het aantal verkooppunten in het centrum en circa 26% van het winkelvloeroppervlak in het centrum. Dit is fors hoger dan het landelijk en provinciaal gemiddelde.



Figuur 6: Samenstelling en spreiding aanbod centrum Vaals

- Met name het Koningin Julianaplein heeft een grote impact op de l eegstand en het aanzien van het centrum. Ook in de Naanhof staan veel panden leeg, maar dit is op staatniveau minder goed zichtbaar.
- Aan de Tyrellsestraat liggen diverse winkels en voorzieningen. De openbare ruimte oogt verzorgd.
- De Kerkstraat heeft eveneens van oudsher een publieksfunctie. Hier zijn uitsluitend lokale ondernemers gevestigd. Het aanbod betreft vooral dienstverleners en aan het plein bij de kerk tevens winkelaanbod. De leegstand is er hoog.

Beperkt aantal ketens

Het aandeel zelfstandige ondernemers in het centrum van Vaals bedraagt circa 66%. Dit houdt in dat 34% van al het retailaanbod een keten betreft. Enerzijds is dit een kracht voor het centrum, anderzijds is de aanwezige doelgroep in Vaals wel op zoek naar herkenbaarheid en vertrouwde winkels.

Pandgrootte passend bij behoefte

Aan de hand van de benchmark is gekeken naar de pandgrootte van winkels in het centrum van Vaals en in benchmarkcentra (zie figuur 5).

- De winkelketens die op dit moment in het centrum van Vaals gevestigd zijn zitten, op basis van deze analyse, goed qua maatvoering. Alleen Albert Heijn en Scapino zijn doorgaans iets groter.

Eenzelfde analyse is gemaakt voor formules die nog niet gevestigd zijn in het centrum van Vaals (figuur 5). Biedt het centrum van Vaals mogelijkheden voor deze formules? Hiervoor is niet alleen gekeken naar de benchmark, maar ook naar de omvang van alle panden in het centrum (zie onderstaande tabel).

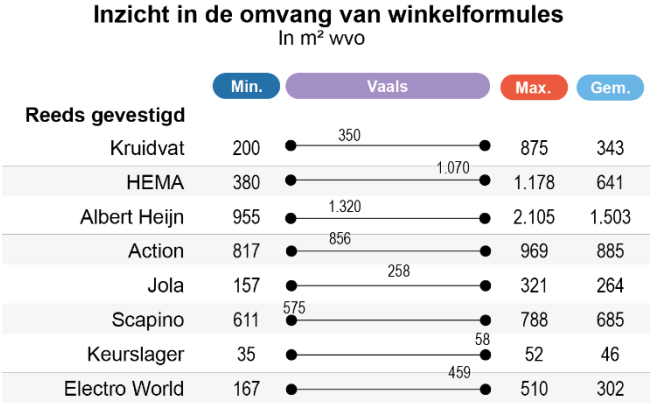
Panden centrum Vaals	Aantal
Meer dan 2.000 m² wvo	0
Tussen de 1.500 en 2.000 m² wvo	0
Tussen de 1.000 en 1.500 m² wvo	4
Tussen de 750 en 1.000 m² wvo	2
Tussen de 500 en 750 m² wvo	3
Tussen de 250 en 500 m² wvo	9
Minder dan 250 m² wvo	112
Totaal	**130**

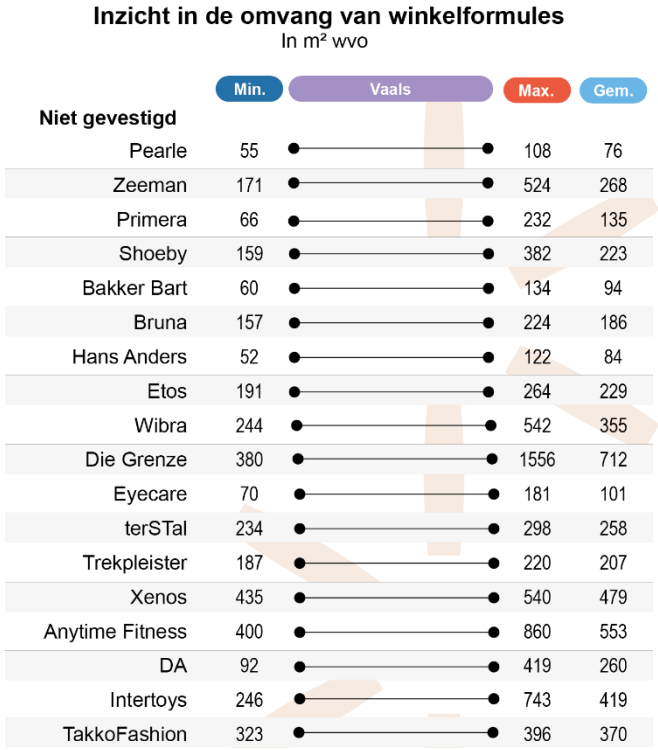
- Qua maatvoering zijn er voldoende panden in diverse ranges beschikbaar. De retailers die genoemd staan in het rijtje zouden hier qua maatvoering mee uit de voeten moeten kunnen. In deze analyse is niet gekeken of deze panden daadwerkelijk geschikt zijn. Retailers hebben doorgaans specifieke wensen en eisen als het gaat om een pand.
- In het centrum van Vaals zijn geen echte grootschalige panden (groter dan 1.500 m² wvo) te vinden. Op basis van onze analyse is het echter niet de verwachting dat er retailers naar Vaals komen met een behoefte aan dergelijk grote panden.

De juiste winkel op de juiste plek

De juiste fysieke locatie van een winkel binnen een centrum kan bijdragen aan het functioneren van de winkel en voor de merkbeleving door de consument. Iedere ondernemer maakt hierin zijn eigen afweging op basis van verschillende criteria. In algemene zin zijn de volgende aspecten belangrijk:

- De aanwezigheid van specifieke doelgroepen.
- Goede zichtbaarheid en toegankelijkheid.
- Nabijheid van concurrenten en complementaire bedrijven.





Figuur 5: Omvang panden centrum Vaals en benchmarkcentra

Een goede locatie heeft niet alleen voor de winkels zelf voordeel, maar ook voor de consument. Om mogelijke synergievoordelen te behalen, is een analyse gemaakt van winkels die doorgaans dicht bij elkaar gevestigd zitten. In dit geval is gekeken naar winkels die al in Vaals gevestigd zijn. Deze input nemen we mee in het uiteindelijk brancheringsadvies. Daarbij kan bijvoorbeeld worden gedacht aan het volgende:

- Naast een **HEMA** bevinden zich vaak een Kruidvat of Etos.
- Naast een **Kruidvat** bevinden zich vaak een HEMA, Etos of Zeeman.
- Naast een **Scapino** bevinden zich vaak een Action, Kruidvat of Hema.

De juiste branchering vraagt mogelijk om een schuifpuzzel. De analyse van 'de juiste buur' kan dan uitkomst bieden. Dit geldt ook voor de eventuele vestiging van nieuwe winkels in het centrum.

B3: Bezoekersenquêtes

Er zijn twee bezoekersonderzoeken uitgevoerd, in het en centrum van Vaals (focus op centrumbezoekers) en bij het Drielandenpunt (focus op toeristen).

Bezoekersonderzoek centrum Vaals

Over het onderzoek
In het centrum van Vaals is een grootschalig bezoekersonderzoek uitgevoerd. De enquêtes zijn afgenomen op strategisch gekozen locaties, verspreid over meerdere dagen en tijdsblokken (tussen 9.00 en 20.00 uur) in de maanden april en mei. De locaties zijn dusdanig geselecteerd om een zo breed mogelijk bezoekersprofiel is bereikt. Bezoekers zijn willekeurig aangesproken.

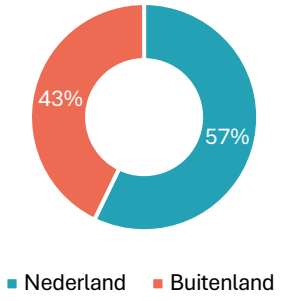
Betrouwbaarheid en representativiteit
De resultaten van de straatenquêtes hebben betrekking op alle centrumbezoekers, waaronder frequente en incidentele bezoekers en toeristen. In totaal zijn 369 valide enquêtes verzameld.

Op basis van de toegepaste methode, de strategische locatiekeuze, de spreiding in meetmomenten en de omvang van de steekproef kunnen de resultaten als voldoende representatief en betrouwbaar worden beschouwd voor bezoekers van het centrum. Ter indicatie, bij een respons van 385 behoort een betrouwbaarheid van 95% bij een foutmarge van 5%.

Relatief veel buitenlandse bezoekers

Een grote groep bezoekers van het centrum van Vaals komt uit het buitenland (43%). Van deze groep komen de meeste bezoekers uit Duitsland (89%). De overige bezoekers komen voornamelijk uit België. Ook zijn er bezoekers afkomstig uit Italië en Engeland (toerisme).

Herkomst bezoekers



In bovenstaande figuur is de herkomst van de bezoekers aan het centrum van Vaals weergegeven. Circa 57% van de bezoekers komt uit Nederland en 43% uit het buitenland. Van de Nederlandse bezoekers komt het merendeel uit de gemeente Vaals (72%). De overige bezoekers komen vooral uit de buurt. De overzichtskaart op de volgende pagina toont de herkomst van de Nederlandse bezoekers. Bezoekers uit het buitenland komen voornamelijk uit Duitsland (82%). Het merendeel komt ook uit Aken. Daarnaast komt 16% van de bezoekers uit België.

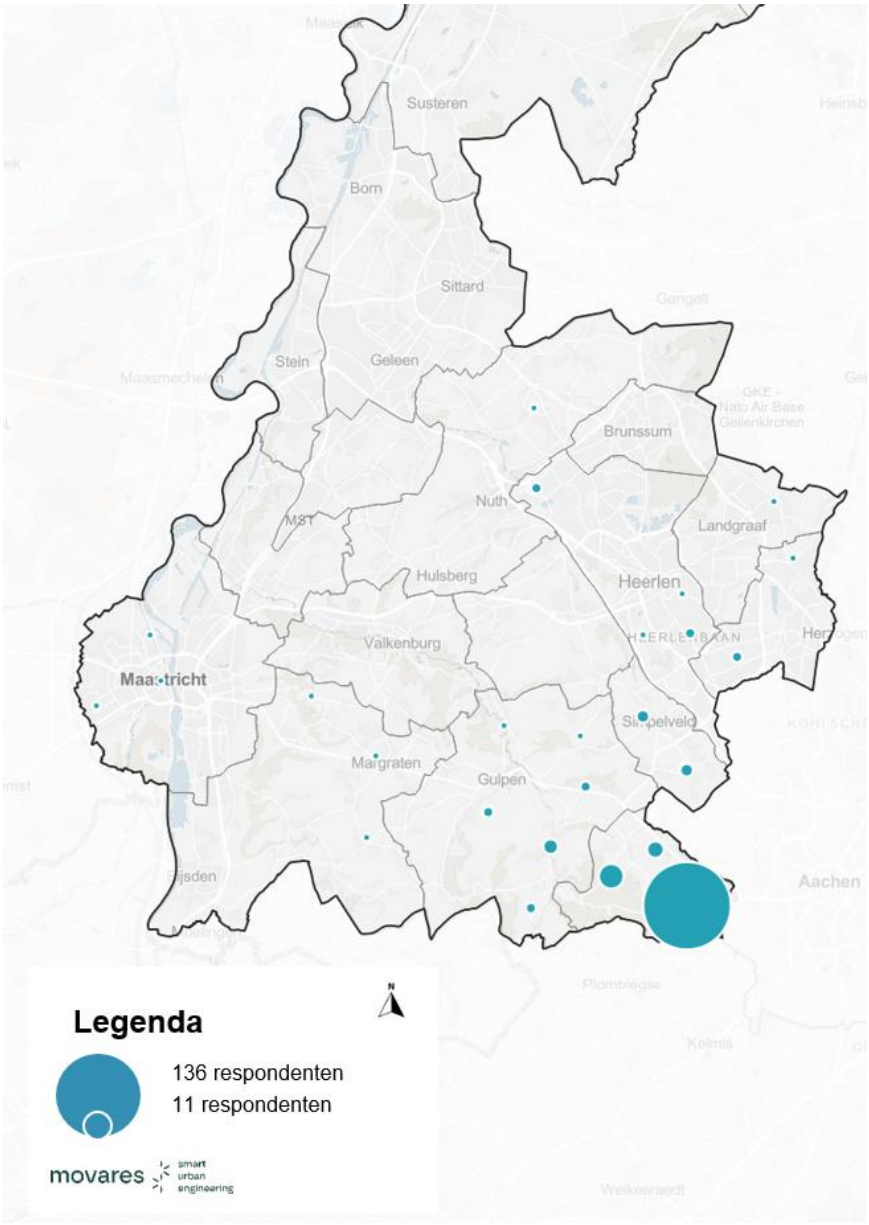
Relatief veel oudere bezoekers

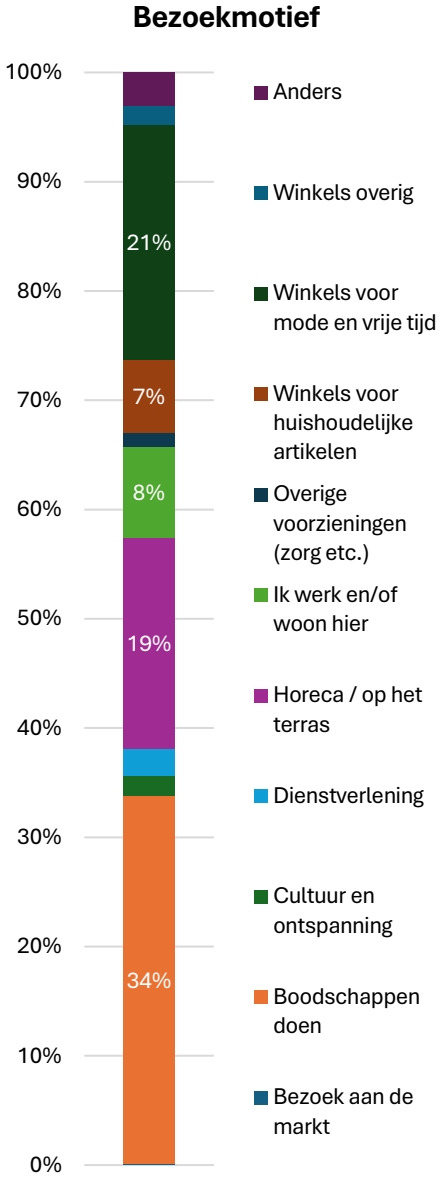
Bezoekers van het centrum van Vaals zijn veelal ouderen. Iets minder dan de helft (40%) is 66 jaar of ouder en samen met de groep van 46 tot en met 65 jaar (34%) bestaat 74% van de bezoekers uit 46-plussers. Ook qua bevolkingssamenstelling zijn ouderen in Vaals sterk vertegenwoordigd, maar in de respons komt deze groep wel meer terug. Jongeren en jongvolwassenen zijn relatief beperkt vertegenwoordigd: slechts 1% is 18 jaar of jonger en 11% is tussen de 19 en 30 jaar (zie onderstaande tabel).

Leeftijdsgroep	Aandeel (%)
18 jaar of jonger	1%
19 tot en met 30 jaar	11%
31 tot en met 45 jaar	14%
46 tot en met 65 jaar	34%
66 jaar en ouder	40%

Bezoekmotief: boodschappen, winkelen en horeca

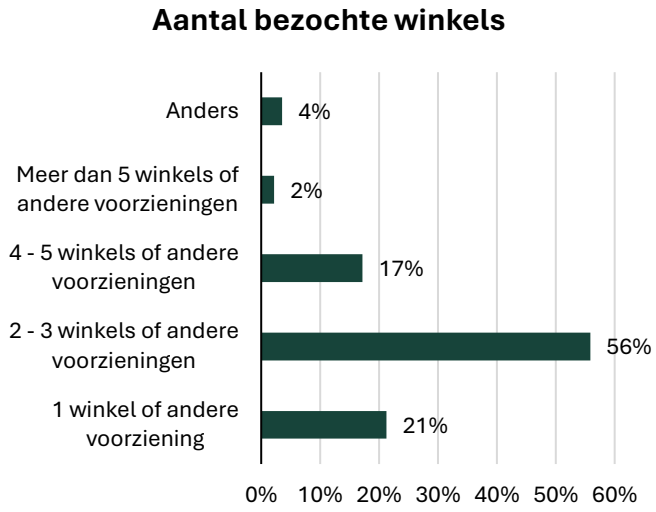
Het centrum van Vaals wordt vooral bezocht voor dagelijkse boodschappen. Een kwart van de bezoekers (34%) benoemt dit als motief voor een bezoek aan het centrum. Ook winkels voor mode en vrije tijd worden vaak genoemd als bezoekmotief (21%). Het bezoeken van horeca is ook een belangrijk motief (19%). Vaak is dit wel in combinatie met andere motieven. Circa 8% geeft aan in het centrum te werken en/of wonen, dit wijst op een vaste groep functionele gebruikers. Er is weinig verschil tussen de bezoekmotieven van de Nederlandse en de buitenlandse bezoekers. Ook de buitenlandse bezoekers komen voornamelijk voor de dagelijkse boodschappen. Wel komt deze groep iets vaker voor de winkels voor mode en vrije tijd.





Combinatiebezoeken: bezoekers combineren verschillende winkels en/of voorzieningen

De meeste bezoekers combineren tijdens hun bezoek meerdere winkels of voorzieningen: circa 56% bezoekt 2 tot 3 winkels, circa 23% bezoekt meer dan vier winkels of voorzieningen en slechts 21% bezoekt één winkel of voorziening. Veel bezoekers combineren het bezoek van een winkel met horeca. Dit resulteert dan ook in een hogere verblijfstijd. De meeste bezoekers van het centrum verblijven tussen een half uur en twee uur. Dit is relatief hoog vergeleken andere kleine centra.



Verblijfsduur: buitenlandse bezoekers verblijven langer

Er is een duidelijk verschil tussen de verblijfsduur van de Nederlandse en de buitenlandse bezoekers. Buitenlandse bezoekers verblijven doorgaans langer. Dit heeft vaak ook te maken met het feit dat deze bezoekers winkelbezoek combineren met horecabezoek.

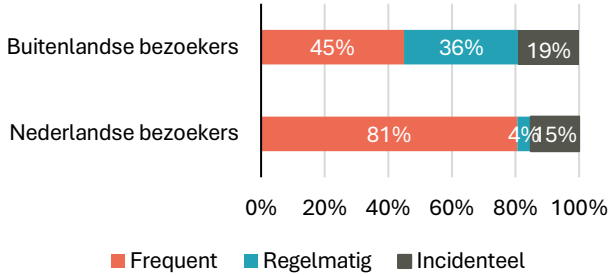
Verblijfstijd	Nederlandse bezoekers	Buitenlandse bezoekers
0 tot 15 minuten	6%	3%
15 tot 30 minuten	14%	11%
30 tot 60 minuten	25%	20%
1 tot 2 uur	39%	50%
2 tot 4 uur	12%	14%
Meer dan 4 uur	3%	2%
Weet ik niet / zeg ik niet	0%	0%

Bezoekfrequentie: bezoekers komen relatief vaak

Bezoeker komen gemiddeld 7 keer per maand naar het centrum van Vaals. Dit is relatief vaak vergeleken met andere kleine centra. Dit heeft waarschijnlijk ook te maken met het feit dat boodschappen doen een belangrijk bezoekmotief is. Bezoekers uit Nederland komen een stuk vaker (ca 10 keer per maand) dan bezoekers uit het buitenland (ca 3 keer per maand).

Circa 81% van de Nederlandse bezoekers komt frequent (elke dag + enkele keren per week + een keer per week), 4% komt regelmatig (en keer per twee weken + een keer per maand + een keer per twee maanden) en 15% is een incidentele bezoeker. Bij de buitenlandse bezoekers ligt dit anders, deze groep komt een minder frequent.

Bezoekfrequentie



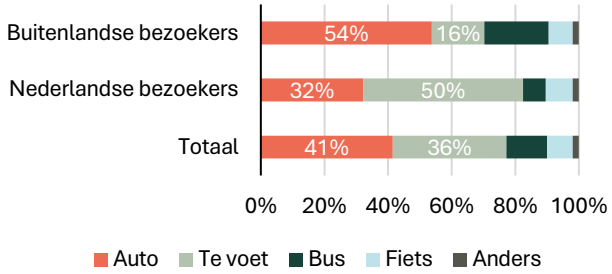
Gemiddelde besteding

Een bezoeker in het centrum van Vaals besteed gemiddeld € 43,-. Er is een klein verschil zichtbaar tussen de Nederlandse en de buitenlandse bezoekers. Buitenlandse bezoekers besteden gemiddeld € 45,- en bezoekers uit Nederlands besteden gemiddeld € 40,-.

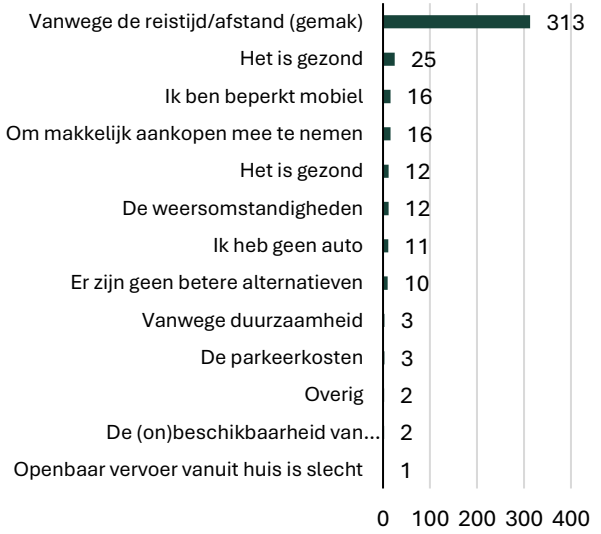
Vervoermiddelkeuze

Een groot deel van de bezoekers (40%) bezoekt het centrum van Vaals met de auto. Zichtbaar is dat er een duidelijk verschil zit als een uitsplitsing gemaakt wordt naar herkomst. De buitenlandse bezoekers komen meer met de auto dan de Nederlandse bezoekers. Nederlandse bezoekers komen een stuk vaker te voet. Afstand en reistijd is de belangrijkste reden voor de keuze voor het vervoermiddel. Voor de buitenlandse bezoeker is dit ook te verwachten aangezien de afstand tot het centrum van Vaals groter is.

Met welk vervoermiddel kwam u vandaag naar het centrum van Vaals



Reden voor vervoermiddelkeuze



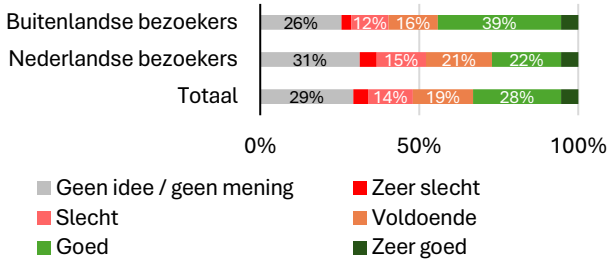
Beoordelingen

In de vragenlijst is bezoekers gevraagd om bepaalde aspecten in het centrum te beoordelen. Onder andere de parkeermogelijkheden, het winkelaanbod, de kwaliteit van het winkelaanbod, het aantal horecagelegenheden, de kwaliteit van het horeca-aanbod, het aantal ontmoetingsplekken en de netheid.

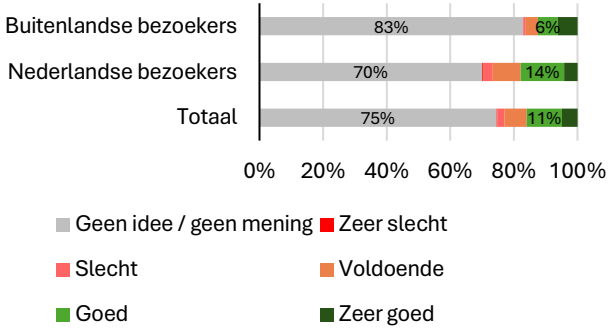
Parkeermogelijkheden voor de auto in het centrum?

- Over het algemeen zijn bezoekers tevreden over de parkeermogelijkheden in het centrum van Vaals. De buitenlandse bezoekers zijn hierover iets positiever vergeleken met de Nederlandse bezoekers.
- Als specifiek gekeken wordt naar de autobezoekers dan beoordeelt circa 78% van de respondenten de parkeermogelijkheden als voldoende of hoger.
- Respondenten is ook gevraagd om het antwoord toe te lichten.
  - Over het algemeen is men tevreden over het parkeren en wordt gezegd dat er voldoende plek is. Dit is dan ook terug te zien in de scores.
  - Veel respondenten zijn tevreden over de parkeerplaats onder de Albert Heijn.
  - Het betaald parkeren wordt vaak genoemd als punt van discussie. Het gratis parkeren op woensdag en donderdag wordt verschillende keren genoemd als iets positiefs. Ook is er een groep voor wie het betaald parkeren meer een issue is. Deze groep parkeert net over de grens in Duitsland en loopt het laatste stuk.
  - Tot slot wordt door verschillende respondenten een opmerking gemaakt over het stallen van de fiets. Zo wordt aangegeven dat er te weinig stallings- en laadplekken zijn voor fietsen. Toch beoordeelt 63% van de respondenten (exclusief de mensen die geen mening hebben) de stallingsmogelijkheden met een goed of zelfs zeer goed.

Hoe ervaart u de parkeermogelijkheden voor de auto in het centrum van Vaals?



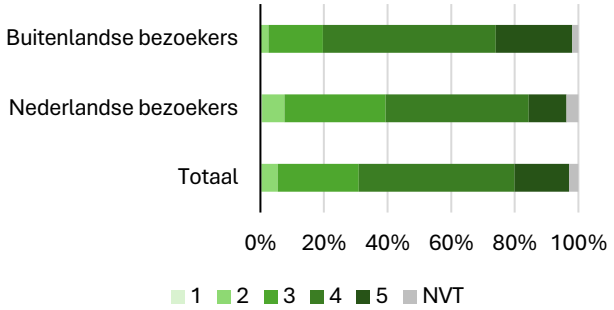
Hoe ervaart u de stallingsmogelijkheden voor de (elektrische) fiets, fatbike, speed pedelec, bakfiets, brommer/scooter in het centrum van Vaals?



Beoordeling aantal verschillende winkels

Bezoekers beoordelen het aantal verschillende type winkels goed. Circa 66% geeft een 4 of hoger. Buitenlandse bezoekers zijn zelfs iets positiever.

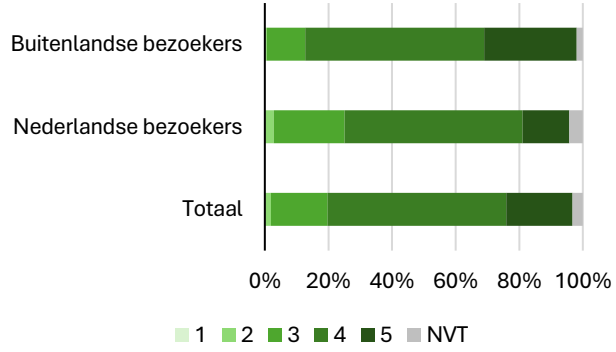
Beoordeling aantal verschillende type winkels



Beoordeling kwaliteit van het winkelaanbod

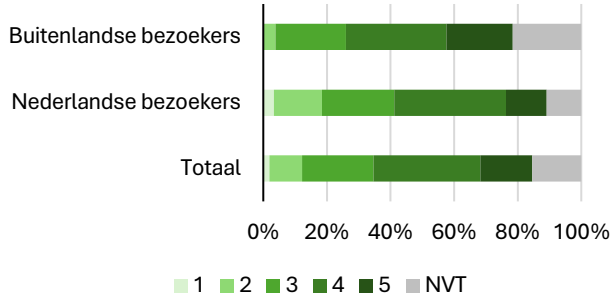
Niet alleen het aantal verschillende type winkels wordt goed beoordeeld ook de kwaliteit van het winkelaanbod wordt als positief ervaren. Circa 77% van de bezoekers geeft een 4 of hoger.

Beoordeling kwaliteit winkelaanbod



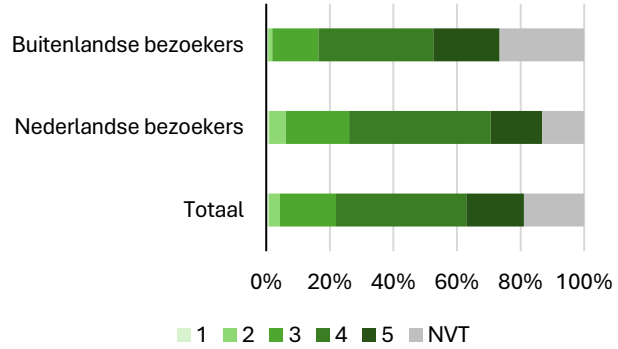
Beoordeling aantal horeca gelegenheden
Het aantal horecagelegenheden wordt over het algemeen positief beoordeeld. Circa 50% beoordeelt het aantal horecagelegenheden met een 4 of hoger. Ook hier is zichtbaar dat de buitenlandse bezoekers iets positiever zijn dan de Nederlandse bezoekers.

Beoordeling aantal horeca gelegenheden



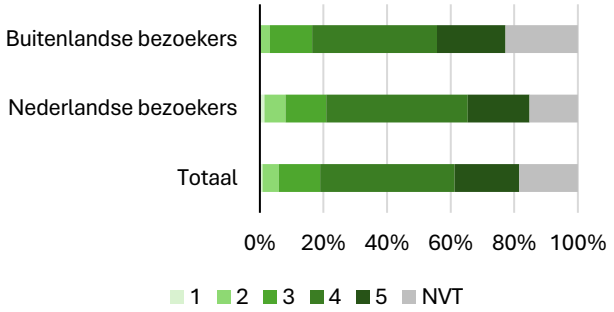
Beoordeling kwaliteit horeca-aanbod
Een grote groep heeft geen mening over dit aspect. Bezoekers zijn tevreden over de kwaliteit van het horeca aanbod. Circa 83% van de bezoekers (exclusief de mensen die er geen mening over hebben) geeft dit aspect een 4 of hoger.

Beoordeling kwaliteit horeca-aanbod



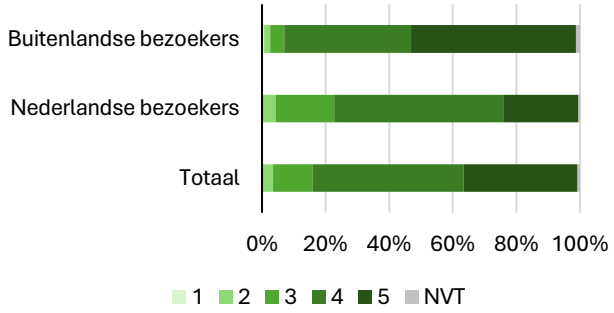
Beoordeling aantal ontmoetingsplekken
Dit aspect wordt over het algemeen zeer positief beoordeeld. Circa 62% geeft dit aspect een 4 of hoger.

Beoordeling het aantal ontmoetingsplekken



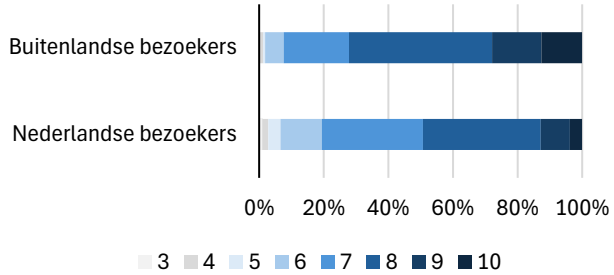
Beoordeling netheid
De netheid van het centrum wordt zeer goed beoordeeld. Circa 83% geeft een 4 of hoger.

Beoordeling het aantal ontmoetingsplekken



Algehele beoordeling
Bezoekers zijn over het algemeen tevreden met het centrum van Vaals. Gemiddeld scoort het centrum een 7,6. De Nederlandse bezoekers geven gemiddeld een 7,4, de buitenlandse bezoekers beoordelen het centrum gemiddeld met een 8.

Beoordeling centrum Vaals algemeen



Missende voorzieningen/winkels

Respondenten is gevraagd of men winkels of andere voorzieningen mist in het centrum van Vaals. Veel respondenten geven aan dat het aanbod al redelijk compleet is (ca. 60 reacties). Verder wordt het volgende aangegeven:

- Meer winkels algemeen (ca. 35 reacties)
- Meer kledingwinkels (ca. 20 reacties)
- Meer specifieke ketens (ca. 45 reacties). Zo worden onder andere Zeeman, Blokker en Aldi genoemd.
- Ook wordt genoemd dat men horeca aanbod mist en graag meer variatie zou willen zien (ca. 20 reacties). Qua variatie wordt onder andere gewezen op het gemis van een Chinees restaurant.
- Ook mist men een aantal specifieke branches zoals een boekhandel, sportzaak en viswinkel (ca. 15 reacties).

- Qua voorzieningen wordt genoemd het gemis van een openbare wc (5 reacties) en het ontbreken van een bank of pinautomaat (ca. 8 reacties).

Redenen om het centrum vaker te bezoeken

Respondenten is gevraagd wat ervoor zou zorgen dat men vaker naar het centrum komt. Ook hier is een meerderheid al tevreden (50 reacties). De belangrijkste punten die genoemd worden zijn:

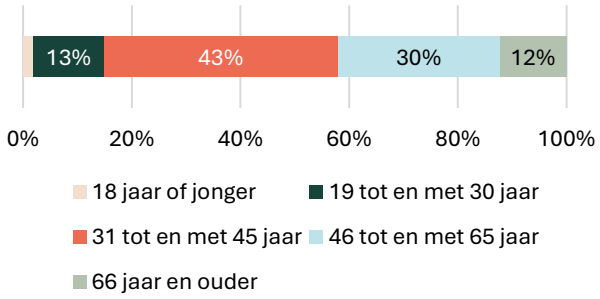
- Verreweg het meest genoemd wordt het aanpakken van de leegstand en dan met name het Julianaplein (ca. 40 reacties)
- Meer winkels, meer variatie en specifiek kledingwinkels (ca. 30 reacties).
- Meer horeca, meer variatie in het horeca-aanbod en meer terrasjes en sfeer (ca. 20 reacties).
- Meer parkeerplekken (ca. 25 reacties).
- Goedkoper/makkelijker parkeren (ca. 10 reacties).
- Meer evenementen en activiteiten (ca. 20 reacties).
- Meer groen en het blijven onderhouden van het centrum (ca. 15 reacties).
- Het drukke verkeer wordt ook een aantal keer genoemd als ergernis. Ook wordt voorgesteld om het centrum autoluw te maken.

Bezoekersonderzoek Drielandenpunt

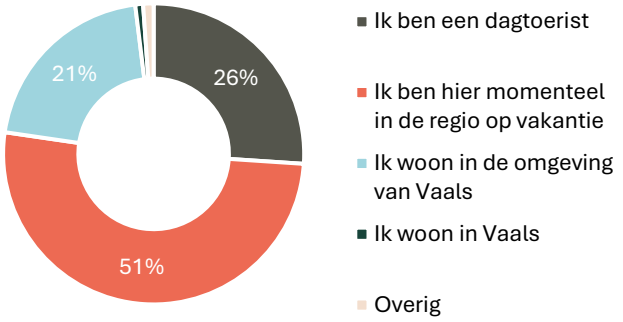
Over het onderzoek
Bij het drielandenpunt is eveneens een grootschalig bezoekersonderzoek uitgevoerd. Doel van deze enquête was om ook een groot aantal toeristische bezoekers in Vaals te bereiken. Het onderzoek is uitgevoerd op meerdere dagen in April en mei. Bezoekers zijn willekeurig aangesproken.

Over de respondenten
In totaal zijn 357 bezoekers geënquêteerd. Circa 47% van de respondenten is man, 53% vrouw. Qua leeftijdsverdeling is de groep respondenten divers. De meeste mensen die vallen in de leeftijdsgroep van 31 tot en met 45 jaar (43%). Verreweg de meeste mensen waren bij het drielandenpunt voor een toeristisch bezoek. De Nederlandse bezoekers zijn vaker in de regio op vakantie. De buitenlandse bezoekers wonen vaker in de buurt (Duitsland) of zijn er voor een dagtrip. Verreweg de meeste respondenten komen met de auto (82%). Afstand en afzijdige ligging van het Drielandenpunt zijn hier een logische verklaring voor.

Leeftijdsverdeling

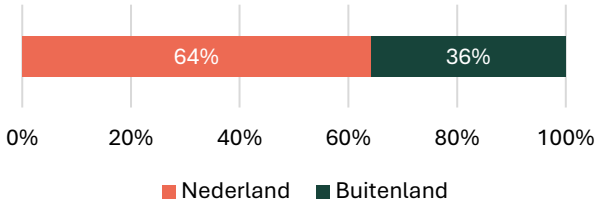


Type bezoeker Drielandenpunt



Herkomst
Van de respondenten komt circa 36% uit het buitenland. Buitenlandse bezoekers komen voornamelijk uit Duitsland.

Herkomst



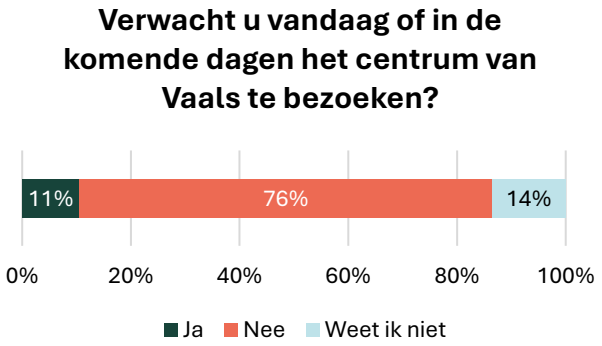
Doelgericht bezoek
Veel van de bezoekers die naar het Drielandenpunt komen, komen speciaal daarvoor naar Vaals (51%). Verder is er een grote groep die in de buurt naar een uitje zocht (27%). Slechts een kleine groep kwam er spontaan langs (19%). Als het gaat om de voorbereiding voor een bezoek aan het Drielandenpunt wordt Google het meeste gebruikt, gevolgd door de website van het Drielandenpunt. Over het algemeen is men zeer tevreden over het bezoek aan het Drielandenpunt. Gemiddeld wordt het bezoek met een 8,3 beoordeeld.

In de vragenlijst is gevraagd naar verbeterpunten ten aanzien van het bezoek.

- Veel van de verbeterpunten gaan over de kosten. Zo wordt benoemd dat het te commercieel is. Het labyrint en de toren worden verschillende keren als prijzig ervaren en ook voor de toiletten wordt geld gevraagd.
- Vindbaarheid/bewegwijzering kan beter. Zo wordt enkele keren genoemd dat het Drielandenpunt zelf moeilijk is te vinden, het parkeren onduidelijk is en de routes slecht zijn qua vindbaarheid.
- Verkeer is een punt van aandacht. Het is druk met parkeren en de langsrijden de auto's maken het soms gevaarlijk.

Bezoek aan het centrum van Vaals
Van de respondenten die het Drielandenpunt bezochten heeft slechts een beperkte groep het centrum van Vaals bezocht (18%). Deze groep is een aantal vragen gesteld over het bezoek aan het centrum van Vaals. De overige bezoekers hebben vragen gekregen over waarom men niet naar het centrum van Vaals is gekomen. Als voornaamste reden dat men geen bezoek brengt aan het centrum van Vaals is dat men andere plannen heeft.

De meeste bezoekers die het Drielandenpunt bezocht hebben, verwachten niet het centrum van Vaals te bezoeken (76%). Circa 11% gaat dit nog wel doen en 14% weet het nog niet.



Beoordeling

Bezoekers die het centrum van Vaals wel hebben bezocht is gevraagd hoe ze het aantal verschillende winkels, de kwaliteit van het winkelaanbod, het aantal horecagelegenheden, de kwaliteit van het horeca-aanbod, het aantal ontmoetingsplekken en de netheid van het centrum beoordelen (op een schaal van 5). Over het algemeen worden de verschillende aspecten goed beoordeeld (zie onderstaande tabel).

- Er zit weinig verschil in de resultaten van de Nederlandse en de buitenlandse bezoekers.
- De netheid van het centrum wordt het hoogst beoordeeld.

Panden	Beoordeling
Het aantal verschillende winkels	3,5
De kwaliteit van het winkelaanbod	3,8
Het aantal horecagelegenheden	3,8
De kwaliteit van het horeca-aanbod	3,8
Het aantal ontmoetingsplekken	3,9
Netheid van het centrum	4,2

Er is gevraagd wat een centrum in de buurt voor toeristische bezoekers aantrekkelijk maakt om te bezoeken.

- Verreweg het meest genoemd is (goed) horeca-aanbod (ca. 65 reacties). Lunchplekken, terrasjes, kindvriendelijke horeca, maar ook specifieke horecazaken (vegan, halal etc.).
- Aantrekkelijk winkelaanbod. Niet het standaardaanbod maar meer lokale ondernemers en uniek aanbod (ca. 50 reacties).
- Betere zichtbaarheid van het centrum (ca. 45 reacties). Denk aan infoborden bij het Drielandenpunt, meer online zichtbaarheid (Google en socials).
- Ook qua beleving worden verschillende aanvullende suggesties gedaan (ca. 40 reacties). Denk aan beleving voor specifiek kinderen, attracties, wandelingen en de activiteiten interactief maken (QR-codes en speurtochten).

movares

smart
urban
engineering