

Het sprookje in 't hart van Heer

Jazeker, ze vliegen nog rond: witte raven in het Zuid-Limburgse retaillandschap, waar verder vaak de leegstand regeert. **Zoals in Heer, waar De Leim groeit, bloeit en miljoenen investeert.**

Een fonkelnieuw winkelcomplex van ruim zesduizend vierkante meter, hartje dorp. Dat in weerwil van het economisch laagtij en de astronomische leegstandspercentages in Zuid-Limburg in *no time* vrijwel compleet is verhuurd. En waar zelfs een erkende publiekstrekker als de Hema genoeg perspectief ziet om er een prominente plek te verwerven. Hetzelfde geldt voor textielgigant Zeeman, die er met een van zijn eerste *XL-conceptstores* neerstrijkt. Klinkt als een sprookje. In de wetenschap dat Zuid-Limburg al jaren te boek staat als nationaal kampioen winkelleegstand, met (actueel cijfer) liefst vijf gemeenten met stip in de landelijk top tien. De Leim, zo heet de economische 'fata morgana' in kwestie.

Te vinden in het circa achttien hectare tellende Heer, ooit een zelfstandige dorpsgemeente maar sinds 1970 een stadsdeel van Maastricht. Het nieuwe retailcomplex, gesitueerd op de zogeheten Rekkolocatie waar vroeger een limonadefabriek stond, behelst een forse uitbreiding van het bestaande winkelcentrum dat binnenkort ook volledig op de schop gaat en in directe verbinding komt te staan met de nieuwbouw. *De Leim 2.0*, inclusief nieuwe ondergrondse parkeergarage, opende vorige week de poorten. De officiële ingebruikname, na de renovatie van het bestaande deel, staat gepland voor het najaar. In totaal krijgen zo'n twintig winkels onderdak in het complex, dat qua status en functie is gepromoveerd van lokaal naar regionaal.

Het aanbod is wat je noemt breed en gevarieerd. Behalve de genoemde trekkers vind je er van alles en nog wat. Van grote supermarkt tot opticien, van bakker tot delicatessenzaak, van postservice tot drogist, van boekhandel tot bloemist, van modezaak tot kookwinkel, van (grote) bazaar tot schoenenzaak en van brasserie tot apotheek. Over de omvang van de investering wil (co)eigenaar en exploitant Noord-West Nederland (NWN, gevestigd in het Noord-Hollandse De Rijp) niets kwijt. Maar volgens goed ingevoerde bronnen gaat het om circa twintig miljoen euro. Het vermelden waard zijn ook de 24 appartementen die de Maastrichtse woningcorporatie Maasvallei op het dak van het winkelcentrum heeft gebouwd. Een

schot in de roos, want alle woningen waren vlak na de bouwstart al verhuurd. „Dat maken we niet vaak mee”, beaamt Maasvallei-woordvoerder Ralph Reisinger. Kortom, De Leim heeft veel weg van een niet alledaagse successtory. Hetgeen de vraag oproept waar nou precies de sleutel ligt. Voor het antwoord heeft directeur Peter Kersloot van investeerder NWN weinig bedenktijd nodig. „Het winkelcentrum is vooral van deze tijd: snel en probleemloos bereikbaar, overal gratis parkeren, het winkelaanbod is ruim en gevarieerd. Inclusief publiekstrekkers en tal van specialiteiten. Binnenkort ligt er ook een knus horeca-plein. En niet te vergeten: de sfeer is hier nog echt gezellig en dorps.” De kickstart van het nieuwe winkelhart in Heer is ook het MKB Limburg niet ontgaan. De branche-organisatie voor het midden- en kleinbedrijf is 'ronduit enthousiast' over de ontwikkelingen. „Een Limburgs pareltje. Dat kun je helaas lang niet van alle winkelcentra zeggen”, stelt voorzitter

Ruud Koppens. Hij onderschrijft Kersloots 'sterkte-analyse' van De Leim. Is het dan louter goud dat er blinkt in Heer? De MKB-preses wil zich niet schuldig maken aan spelbederf, maar waarschuwt voor al te voorbarige euforie. „Niet dat ik pessimistisch ben, zeker niet. Maar pas over een jaar of twee kan je een reële balans opmaken.” Wat de MKB-preses bedoelt, is dat in 'retailland' het eerste gewin niet zelden kattengespin blijkt, hoe relevant ook. „In de praktijk zie je vaak dat een winkelcentrum in het begin extra klandizie trekt

juist omdat het nieuw is. Maar dat effect ebt ook weer weg. Daar komt bij dat consumenten altijd wispelturig zijn.” Meteen ook de voornaamste reden waarom het 'Heer-scenario' niet per definitie succesvol hoeft te zijn in andere plaatsen. „Lokale factoren zijn altijd van grote invloed. Wat aan de rand van Maastricht prima werkt, kan in pakweg Geleen of Roermond totaal anders uitpakken.” Blijft overeind staan dat de MKB-baas met lede ogen nieuwe winkelcomplexen ziet verrijzen aan de rand van stadscentra en zelfs in

'groene' buitengebieden. „In het buitenland zie je die trend nog veel sterker. Dat proces zadelt binnensteden met steeds meer leegstand op. Zorgwekkend.” Terug naar De Leim. Ook gezaghebbend retaildeskundige Frans Laliu (51, Thorn) bestempelt de ontwikkelingen in Heer als 'zeer opmerkelijk'. „Een groot winkelcentrum midden in een kleine gemeenschap. En dan ook nog zo'n raketstart. Hoe dan ook, de combinatie van gemak, vlote bereikbaarheid, gratis parkeren en een gevarieerd winkelaanbod is hot. Zeker

als het gaat om primaire levensbehoeften. Als je voor je inkopen met de auto naar een stadscentrum gaat, ben je alleen al aan parkeer- en benzinegeld al gauw 10 of 15 euro kwijt. In De Leim kun je van dat geld boodschappen doen. Wanneer Heer zich blijvend weet te onderscheiden en voor voldoende steer en *beleving* zorgt, zie ik de toekomst daar rooskleurig in.” Maar net als Koppens ziet Laliu ook een keerzijde. „De expansie van De Leim gaat onherroepelijk ten koste van nering elders in Maastricht. Ook in de binnenstad. Want de consument kan zijn euro maar één keer uitgeven. Heer gaat dus ook pijn doen. Zuid-Limburg kampt niet voor niets met gigantische winkelleegstand.” Ook Laliu zegt zich ernstige zorgen te maken over het feit dat 'de Limburgse politiek overall maar nieuwe winkelcentra blijft bouwen'. „Ondanks al die leegstand. Een bewijs dat banken, ontwikkelaars en gemeenten daar grote financiële belangen bij hebben. En andere conclusie kun je moeilijk trekken.”



Retailcomplex De Leim in vogelperspectief.

foto's Loraine Bodewes