

# Ruimte. Mensen. Toekomst.

## Detailhandelsbeleid Roermond 2025 - 2030

*De meest aantrekkelijke, veelzijdige en unieke retailgemeente van Nederland*

BRO | a movares company

# colofon

projectnaam
**Detailhandelsbeleid Roermond 2025 - 2030**

datum
**13 augustus 2025**

projectnummer
**P08446**

opdrachtgever
**Gemeente Roermond**

BRO
projectleider
**FSi**

projectteam
**RKo, RvL**

bron kaft
**BRO**

review
**RvL**

Industriestraat 94
5931 PK Tegelen
+31 (0)77 373 06 01
Info.bro@movares.nl
www.movares.com

BRO | a movares company



# Inhoudsopgave


**Voorwoord** 4

**1 Inleiding** 5
1.1 Aanleiding 6
1.2 Doel 6
1.3 Toelichting bronnen en methoden 6
1.4 Reikwijdte 6

**2 Samenvatting ambitie en beleid** 7
2.1 Ambitie 8
2.2 Beleidsdoelen 9

**3 Ambitie en algemene beleidsdoelen** 10
3.1 Leidende principes 11
3.2 Detailhandelsstructuur 12
3.3 Ambitie 13
3.4 Algemene beleidsdoelen 13

**4 Beleidsdoelen per sector en thema** 15
4.1 Specifieke beleidsdoelen 16

**5 Beleid per gebied** 21
5.1 Inleiding 22
5.2 Binnenstad Roermond 22
5.3 Boodschappenstructuur 23
5.4 Designer Outlet Roermond 23
5.5 Perifere detailhandel 24

**6 Bijlagen** 28

**B1: Bestaand beleid** 29
Provinciaal beleid 29
Regionaal beleid 29
Gemeentelijk beleid 29

**B2: Trends en ontwikkelingen** 31

**B3: Analyse vraag en aanbod** 34
Consumentendraagvlak 34
Ontwikkeling winkelaanbod 35
Benchmark gemeente Roermond 36
Detailhandelsstructuur 37
Analyse verspreide bewinkeling 39
Beschrijving per gebied 41

**B4: Behoefte** 46
Distributieplanologisch onderzoek 46
Doelgerichte niet-dagelijkse sector 46
Artikelgroepen 47

**B5: Bezoekersenquête** 49

**B6: Definities** 52

# Voorwoord

Roermond is een stad in ontwikkeling. Wie hier rondloopt, ziet het meteen: nieuwe winkels, levendige winkelstraten en een groeiend aantal bezoekers uit binnen- en buitenland. De vele talen die je hoort – van Duits tot Italiaans – vertellen het verhaal van een stad met internationale aantrekkingskracht én een sterke lokale identiteit.

Onze detailhandel speelt hierin een sleutelrol. Niet alleen draagt zij bij aan de levendigheid van onze stad, maar ook aan onze lokale economie. Winkels zorgen voor werkgelegenheid, trekken bezoekers aan en versterken het vestigingsklimaat voor ondernemers. Tegelijkertijd zijn dagelijkse voorzieningen – zoals supermarkten, bakkers en drogisterijen – van onschatbare waarde voor onze inwoners. Zij zorgen ervoor dat Roermond een fijne, leefbare stad blijft voor iedereen.

Van de historische binnenstad tot het Designer Outlet, van het Retailpark tot de Huis- en Tuinboulevard, van de woonboulevard tot de wijkwinkelcentra: elk winkelcluster heeft zijn eigen karakter en samen vormen ze een krachtig en compleet aanbod.

Als wethouder ben ik trots op wat we samen hebben opgebouwd en op de koers die we met dit beleidskader inzetten voor de toekomst. Laat dit een uitnodiging zijn aan alle Roermondenaren, maar ook aan inwoners uit de regio, onze provincie én over de landsgrenzen heen om in Roermond te komen winkelen.

Met vertrouwen kijk ik uit naar de volgende stappen. Roermond groeit – en de detailhandel groeit mee.

*Dirk Franssen*
*Wethouder economie, stedelijke ontwikkeling en financiën*

# 1 Inleiding



## 1.1 Aanleiding

In verhouding tot het aantal inwoners behoort Roermond tot de top 10 grootste retailgemeenten van Nederland. Roermond is met circa 3.400 m² wvo per 1.000 inwoners zelfs de grootste retailgemeente van Limburg. De combinatie van een historische binnenstad, een Designer Outlet, een Retailpark[1], een Huis- en Tuinboulevard, een Woonboulevard, diverse buurt- en wijkcentra én overige winkellocaties is uniek in Nederland. Er is geen enkele andere gemeente in Nederland met een sterk en aantrekkelijk winkelaanbod in alle sectoren van detailhandel, namelijk de dagelijkse boodschappen, recreatief én doelgericht winkelen. Het bovengemiddelde winkelaanbod kan in Roermond functioneren vanwege de bovenregionale en zelfs internationale aantrekkingskracht. De winkels zijn een belangrijke drager voor de regionale economie, de toeristische sector en de werkgelegenheid. Ook voor de eigen inwoners heeft de detailhandel een belangrijke betekenis. Het zorgt er voor dat je alles wat je nodig hebt in je eigen wijk of woonomgeving kunt kopen. Dit is positief voor de leefbaarheid en maakt Roermond een aantrekkelijke woongemeente.

Detailhandel is belangrijk voor Roermond en daardoor is actueel beleid voor deze sector noodzakelijk om te kunnen blijven inspelen op kansen en trends die Roermond nóg sterker maakt. De laatste jaren heeft Roermond het detailhandelsbeleid stap voor stap geactualiseerd. In 2023 is de ontwikkelrichting voor het centrum vastgelegd in het ‘Gebiedsprofiel Binnenstad’. In 2024 is de dagelijkse voorzieningenstructuur herijkt en vastgesteld. In dit document zijn deze twee reeds geactualiseerde onderdelen integraal overgenomen en aangevuld met alle andere beleidsthema’s die onderdeel zijn van het gemeentelijk detailhandelsbeleid. Denk aan het beleid voor perifere detailhandel en hoe om te gaan met specifieke vormen van detailhandel, zoals ondergeschikte detailhandel, nevenassortimenten en kringloopwinkels.

Hoewel dit een sectoraal beleidskader betreft, worden in dit document ook flankerende beleidsthema’s geraakt. Detailhandel heeft immers ook ruimtelijke randvoorwaarden nodig om te kunnen functioneren. Denk aan de inrichting van de openbare ruimte en mobiliteit. Ook de beleidsthema’s duurzaamheid, arbeidsmarkt en inclusie zijn van belang voor een toekomstbestendige detailhandelssector. Voor de aanpak en keuzes hieromtrent verwijzen wij naar de desbetreffende kaders.

## 1.2 Doel

Dit rapport bevat de visie en beleidsdoelen waar nieuwe detailhandelsinitiatieven aan getoetst moeten worden. Deze beleidsregels moeten vertaald worden naar het omgevingsplan en in vergunningen. Om te bepalen of een detailhandelsinitiatief wel/niet gefaciliteerd kan worden, moet onder andere getoetst worden aan dit detailhandelsbeleid.

## 1.3 Toelichting bronnen en methoden

De keuzes in dit beleid zijn tot stand gekomen op basis van analyse en participatie. De analyse bevat meerdere bronnen en processen.

- **Locatus**: de aanbod- en leegstandsdata is gebaseerd op Locatus. Dit is de landelijk geaccepteerde bron voor winkeldata. De leegstandscijfers hebben niet alleen betrekking op winkelleegstand, maar ook op leegstand van andere publieksfuncties.
- **Gemeente Roermond / CBS:** de bevolkingsprognoses zijn gebaseerd op de woningbouwplannen- en ambities en zijn intern afgestemd met de gemeente Roermond.
- **Koopstromenonderzoek 2019:** eind 2019 is grootschalig onderzoek gedaan naar het koop- en bezoekgedrag in Limburg. Deze gegevens, specifiek voor Roermond, zijn toegepast voor de duiding én de kwantitatieve berekeningen. Wel zijn de cijfers op basis de kennis van nu (anno 2025) tegen het licht gehouden.
- **Gesprekken ondernemers en vastgoedeigenaren:** gedurende het proces zijn diverse gesprekken gevoerd met ondernemers en vastgoedeigenaren van de verschillende winkelgebieden. Alle input is meegewogen in de analyse en de beleidskeuzes. Uiteindelijk zijn de keuzes gemaakt in het kader van het algemeen belang. Ook is dit beleid afgestemd met verschillende flankerende disciplines binnen de gemeente Roermond.

## 1.4 Reikwijdte

Met de vaststelling van dit beleid komt het detailhandelsbeleid uit 2015 te vervallen. Het beleid voor de boodschappenstructuur is reeds herijkt (‘Visie dagelijkse voorzieningen Roermond’) en voor de binnenstad (‘Gebiedsprofiel binnenstad Roermond’) is al een ontwikkelrichting vastgesteld. Beide stukken blijven in werking en zijn integraal overgenomen in deze actualisatie. Het DOR heeft een eigen toekomstvisie opgesteld. Hierin wordt ingezet op uitbreiding. Voordat een afweging kan worden gemaakt over eventuele uitbreiding is nog veel nader onderzoek nodig. In dit document worden daarom geen uitspraken gedaan over de toekomstige ontwikkeling van het DOR.

[1] In dit stuk refereren we met het Retailpark naar het gehele gebied, bestaand uit het ‘Retailpark’ en het ‘Outdoor Center’

# 2 Samenvatting ambitie en beleid

In dit hoofdstuk zijn de belangrijkste beleidskeuzes samengevat en toegelicht.



## 2.1 Ambitie

De huidige positie als bovenregionale en internationale koopstad wordt verder versterkt. Roermond blijft toonaangevend op het gebied van detailhandel, beschikt over een sterke structuur met winkelgebieden die elkaar aanvullen en die invulling geven aan de behoeften van de eigen inwoner, de bovenregionale en internationale bezoeker. Om deze positie te versterken zet Roermond primair in op het in kwalitatieve zin versterken van de winkelgebieden. Daarnaast is ook kwantitatieve uitbreiding onder voorwaarden mogelijk, ten gunste van nóg meer diversiteit en keuzemogelijkheden in het winkelaanbod.

- Focus op de hoofddetailhandelsstructuur (zie figuur 1). Nieuwe initiatieven moeten primair landen in deze winkelgebieden.
- De winkelgebieden moet elkaar onderling versterken, niet beconcurreren. Dit betekent inzet op en behoud van complementariteit.
- Inzet op compacte en complete winkelgebieden, ieder binnen het eigen profiel en de verzorgingsfunctie.
- Ongewenste en onbenutte plancapaciteit buiten de hoofdstructuur moet worden gesaneerd. Krimpen om te kunnen groeien.

### Detailhandelsstructuur







*Figuur 1: Complementaire detailhandelsstructuur gemeente Roermond*

## 2.2 Beleidsdoelen

**Binnenstad Roermond**
De gemeente zet in op een toekomstbestendige binnenstad. Daarbij is niet alleen ruimte voor retail, maar ook voor andere functies die bijdragen aan het functioneren en de toekomstbestendigheid van de binnenstad. Winkels, horeca, ambachten, leisure, cultuur en maatschappelijke functies. Allemaal dragen ze bij aan de aantrekkelijkheid van de binnenstad van Roermond. Ook wonen heeft in de binnenstad een belangrijke plek.  Niet elke functie is echter overal even passend of wenselijk. Op hooflijnen wordt een onderscheid gemaakt tussen het kernwinkelgebied, aanloopgebieden en woongebieden.

**Dagelijkse voorzieningenstructuur**
De wijk- buurt- en dorpscentra hebben een belangrijk functie voor inwoners om boodschappen te kunnen doen. Ze zijn hiermee belangrijk in het kader van leefbaarheid. Supermarkten en andere dagelijkse voorzieningen worden zo veel mogelijk geclusterd binnen de boodschappenstructuur. Binnen de gewenste structuur krijgen ondernemers volop ruimte. Met solitaire supermarkten wordt terughoudend omgegaan. Nieuwe initiatieven op perifere locaties ten aanzien van dagelijkse voorzieningen zijn niet langer toegestaan.

**Perifere detailhandel**
Perifere detailhandel wil de gemeente zoveel mogelijk concentreren binnen de ‘Stadsrandzone Noord’. Dit betreft primair het Retailpark en de Huis- en Tuinboulevard. Voor nieuwe initiatieven zijn dit de eerst aangewezen plekken. Aanvullend zijn er voor nieuwe initiatieven mogelijkheden op Broekhin, mits het initiatief niet inpasbaar is in het Retailpark en de Huis- en Tuinboulevard. Het Broekhin is een soort overloopgebied voor perifere detailhandel. Voor specifieke vormen van detailhandel blijft maatwerk mogelijk op bedrijventerreinen en andere verspreide locaties in de gemeente. Autoshowrooms worden geconcentreerd op bedrijventerreinen Broekhin en Merum. In het kader van de Europese Dienstenrichtlijn worden mogelijkheden voor detailhandel op perifere locaties verruimd, zonder dat dit ten koste gaat van de reguliere winkelgebieden. Want ook hier geldt: complementariteit staat voorop. Dit betreft zowel de branchering als de minimale maatvoering.

**Designer Outlet Roermond (DOR)**
Het Designer Outlet Roermond is een belangrijke regionale en internationale publiekbliekstrekker voor de gemeente Roermond. Die functie erkennen en waarderen we. Het DOR heeft een eigen toekomstvisie opgesteld, waarin wordt ingezet op uitbreiding. Voordat een afweging kan worden gemaakt over eventuele uitbreiding is nog veel nader onderzoek nodig. In dit document worden daarom geen uitspraken gedaan over de toekomstige ontwikkeling van het DOR,

**Detailhandel als ondergeschikte nevenactiviteit**
Detailhandel als ondergeschikte nevenactiviteit bij bedrijven buiten de hoofdstructuur blijft mogelijk, maar onder voorwaarden. Er geldt een maximum van 10% van het vloeroppervlak.

**Nevenassortiment**
Regels omtrent nevenassortiment bij winkels in de periferie worden geuniformeerd én aangescherpt om de complementariteit met de reguliere winkelgebied te versterken en coherent en systematisch te handelen in het kader van de Dienstenrichtlijn. Uitgegaan wordt van maximaal 10% van het winkelverkoopvloeroppervlak, uiteraard rekening houdend met strijdig gebruik in het geval van brancheringsbeperkingen.

**Kringloop- en tweedehandswinkels**
De gemeente wil kringloop- en tweedehandswinkels stimuleren, omdat deze voorzien in de behoefte van inwoners en bijdragen aan de werkgelegenheid voor inwoners met een arbeidsachterstand. Wel gelden bepaalde vestigingsvoorwaarden.

**Trafficlocaties en tankstations**
Kleinschalige detailhandel op trafficlocaties en tankstations is mogelijk. Om de kleinschaligheid te borgen geldt een maximale maat van 250 m² wvo per vestiging.

**Blurring en blending**
Binnen de concentraties van de hoofdwinkelstructuur willen we blending (combinatie van verschillende functies) optimaal stimuleren. Blurring (combinatie winkels en horeca) is binnen de hoofdwinkelstructuur toegestaan conform de wettelijke eisen die zijn gesteld in de Alcoholwet. Verruiming van de mogelijkheden is goed voor het ondernemerschap, de uniciteit en de leefbaarheid.

**Beleid voor afhalen**
Afhaalpunten (met en zonder showroom) willen we zoveel mogelijk concentreren in centra, vanwege combinatiebezoek. Alleen afhaalpunten (zonder showroom) zijn bij uitzondering mogelijk op trafficlocaties.

**Winkelopeningstijden**
In 2022 is de nieuwe winkeltijdenverordening van Roermond vastgesteld. Deze is nog altijd van kracht en staat niet ter discussie. De huidige regeling blijft gehandhaafd.

**Ambulante handel**
In 2024 is het nieuwe beleid voor zowel warenmarkten als standplaatsen vastgesteld. Daarmee beschikt Roermond over zeer recent beleid voor warenmarkten en standplaatsen.

# 3 Ambitie en algemene beleidsdoelen

In dit hoofdstuk is de ambitie en zijn de belangrijkste algemene beleidsdoelen voor de detailhandel in de gemeente Roermond beschreven. Veel doelen betreffen continuering van bestaand beleid, maar er zijn ook nieuwe thema's en keuzes gemaakt. Nogmaals, het beleid voor de dagelijkse voorzieningen-structuur en de binnenstad zijn één op één overgenomen uit eerdere besluiten.

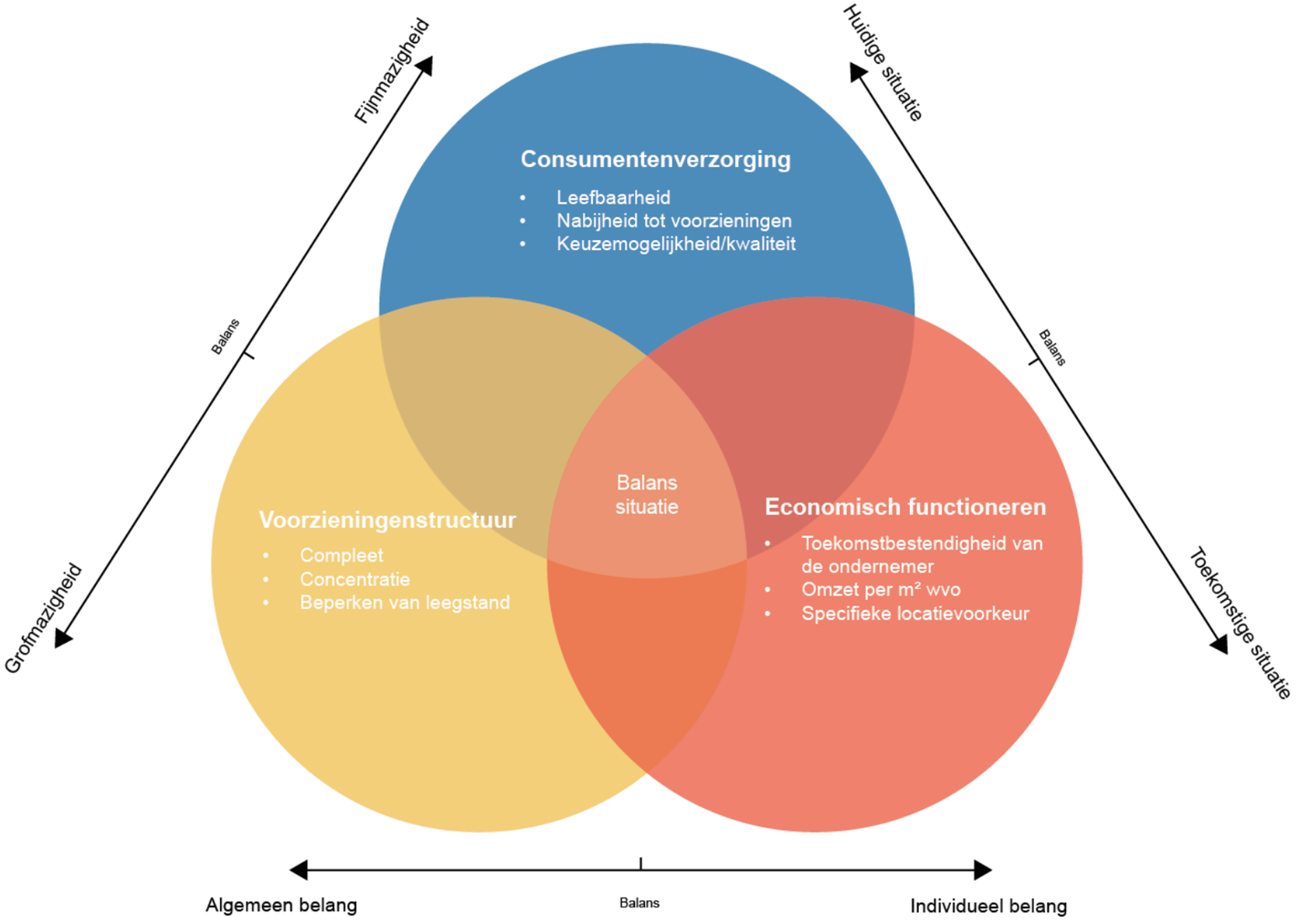


## 3.1 Leidende principes

**Context van leidende principes**
Een goede consumentenverzorging, complementaire en heldere voorzieningenstructuur en toekomstbestendig economisch functioneren zijn de drie leidende principes binnen het detailhandelsbeleid. Deze dienen in balans en samenhang te staan in combinatie met alle andere belangen en overwegingen die spelen.

Het detailhandelsbeleid stuurt in de basis op drie leidende principes die zich uiten in enkele ambities en verschillende beleidsdoelen. Te veel nadruk op het ene principe, kan leiden tot een conflict met een ander principe. Uitgangspunt van het beleid is daarom het streven naar een goede balans tussen de principes.

1. **Consumentenverzorging**: de behoefte van inwoners in de gemeente Roermond staat centraal. Een goede spreiding en nabijheid van (boodschappen)aanbod leidt tot een goede leefbaarheid en gezondheid. Daarmee hangt ook kwaliteit samen, zoals keuzemogelijkheden, gemak en comfort. Je moet als consument iets te kiezen hebben. Daarbovenop is nadrukkelijk sprake van een bovenregionale verzorgingsfunctie. Het aanbod in Roermond heeft óók een functie voor de regionale én internationale bezoeker.
2. **Voorzieningenstructuur**: de voorzieningenstructuur bepaalt de keuzemogelijkheden, diversiteit, kwaliteit en compleetheid van het aanbod. Dit is idealiter geclusterd in concentratiegebieden, zodat voorzieningen van elkaars aantrekkingskracht kunnen profiteren via combinatiebezoek en leegstand wordt voorkomen. Dit is ook een belangrijke beleidsmatig uitgangspunt voor de gemeente Roermond.
3. **Economisch functioneren**: ondernemers moeten economisch goed kunnen functioneren om te kunnen overleven. Het economisch functioneren wordt bepaald door de omzet per m² wvo en hangt sterk samen met specifieke locatievoorkeuren.




*Figuur 2: Balans tussen leidende principes en andere belangen en overwegingen*

Naast de leidende principes zijn er nog drie andere dimensies waar rekening mee gehouden dient te worden in het beleid.

- **Grofmazig versus fijnmazig**: te veel versnippering (fijnmazigheid) kan leiden tot slecht functionerend aanbod, omdat het agglomeratie effect ontbreekt. Ook kan het negatieve effecten (leegstand) veroorzaken in concentratiegebieden. Te veel concentratie (grofmazigheid) kan leiden tot meer reistijd voor consumenten en mogelijk meer autogebruik. Dat kan de leefbaarheid onder druk zetten, evenals ambities om te fiets en te voet te stimuleren.
- **Algemeen versus individueel belang**: het beleid stuurt op het algemeen belang van de consumentenverzorging en de voorzieningenstructuur. Dit is ook de taak van de overheid. Echter dient ook rekening gehouden te worden met de economische haalbaarheid vanuit het perspectief van ondernemers (individueel belang). De visie wordt immers voor een belangrijk deel ingevuld door marktpartijen, zoals ondernemers. Het algemeen belang zit ook in het bewaken van goed economisch functioneren van andere (bijvoorbeeld kleinere) ondernemers en daarmee de leefbaarheid en voorkomen van (onaanvaardbare) leegstand.
- **Huidige versus toekomstige situatie**: dit beleid schetst de wensen en ambities voor de toekomst (2030). Dit matcht niet altijd met de huidige situatie. Dit betekent transformatie- en herontwikkelingsopgaven, maar soms ook het programmeren van nieuwe ontwikkelingen. Er is echter geen sprake van een blanco canvas, waardoor mede in het licht van de haalbaarheid van de uitvoering altijd rekening gehouden moet worden met de feitelijke huidige situatie.

## 3.2 Detailhandelsstructuur

Figuur 3 toont de detailhandelsstructuur, met de verschillende centrumgebieden, binnen de gemeente Roermond. De bestaande structuur blijft in het nieuwe beleid leidend. Aanvullend wordt de locatie ‘Broekhin’ aangewezen als ‘overloopgebied’ voor perifere detailhandelsvestigingen.




*Figuur 3: Complementaire detailhandelsstructuur gemeente Roermond*

## 3.3 Ambitie

In verhouding tot het aantal inwoners behoort Roermond tot de top 10 grootste retailgemeenten van Nederland. Roermond is met circa 3.400 m² wvo per 1.000 inwoners zelfs de grootste retailgemeente van Limburg. De combinatie van een historische binnenstad, een Designer Outlet, een Retailpark, een Huis- en Tuinboulevard, een Woonboulevard, diverse buurt- en wijkcentra én overige winkellocaties is uniek in Nederland. Er is geen enkele andere gemeente in Nederland met een sterk en aantrekkelijk winkelaanbod in alle sectoren van detailhandel, namelijk voor de dagelijkse boodschappen, recreatief én doelgericht winkelen. Het bovengemiddelde winkelaanbod kan in Roermond functioneren vanwege de bovenregionale en zelfs internationale aantrekkingskracht. De winkels zijn een belangrijke drager voor de regionale economie, de toeristische sector en de werkgelegenheid. Ook voor de eigen inwoners heeft de detailhandel een belangrijke betekenis. Het zorgt er voor dat je alles wat je nodig hebt in je eigen wijk of woonomgeving kunt kopen. Dit is positief voor de leefbaarheid en maakt Roermond een aantrekkelijke woongemeente.

De gemeente Roermond beschikt over een heldere en evenwichtige detailhandelsstructuur. De verschillende winkelgebieden functioneren overwegend goed en zijn in hoge mate aanvullend aan elkaar. De dagelijkse detailhandel heeft een belangrijke functie voor de eigen inwoner. Het zeer uitgebreide en gevarieerde niet-dagelijkse winkelaanbod heeft nadrukkelijk een bovenregionale en internationale functie. Daarmee is uitstekend invulling gegeven aan de ambitie zoals geformuleerd in het detailhandelsbeleid van 2015, namelijk toonaangevend zijn op het gebied van detailhandel, beschikken over een sterke en evenwichtige structuur en versterken van Roermond als bovenregionale koopstad. Voor de komende jaren wil Roermond de sterke retailfunctie nog verder versterken, ten gunste van een nóg betere consumentenverzorging, leefbaarheid, economie, meer werkgelegenheid en sterkere toerisme sector.

**Hoofdambitie:** De huidige positie als bovenregionale en internationale koopstad wordt verder versterkt. Roermond blijft toonaangevend op het gebied van detailhandel, beschikt over een sterke structuur met winkelgebieden die elkaar aanvullen en die invulling geven aan de behoeften van de eigen inwoner, de bovenregionale en internationale bezoeker. Om deze positie te versterken zet Roermond primair in op het in kwalitatieve zin versterken van de winkelgebieden. Daarnaast is ook kwantitatieve uitbreiding onder voorwaarden mogelijk, ten gunste van nóg meer diversiteit en keuzemogelijkheden in het winkelaanbod.

## 3.4 Algemene beleidsdoelen

In deze paragraaf is de hoofdambitie uitgewerkt in algemene beleidsdoelen. Dit zijn als het ware de uitgangspunten waar nieuwe detailhandelsinitiatieven aan moeten voldoen.

### 3.4.1 Concentratie van detailhandel in de centra

**Beleidsdoel:** nieuwe detailhandelsinitiatieven vinden plaats in of aansluitend aan winkelgebieden die behoren tot de hoofddetailhandelsstructuur (zie figuur 3). De bestaande structuur vormt het uitgangspunt voor de toekomstige structuur.

**Toelichting**

Blijven kiezen voor concentratie van winkels is belangrijk om combinatiebezoek te stimuleren. Hierdoor kunnen ondernemers meer van elkaars aantrekkingskracht profiteren en ontstaat voor de consument gemak en efficiëntie. Uiteraard blijft maatwerk mogelijk voor specifieke situaties of specifieke gevallen. Dit is uitgewerkt in paragraaf 4.1.4.

### 3.4.2 Compacte centrumgebieden

**Beleidsdoel:** de gemeente Roermond streeft naar compacte centra. Dit betekent dat winkels zoveel mogelijk aaneengesloten gevestigd zijn. Onderbrekingen in de plint met niet-publieksfuncties zijn niet gewenst. Een ‘gatenkaas-structuur’ moet worden voorkomen.

**Toelichting**

Met compacte centra wordt een aaneengesloten ‘open’ plint aan publieksvoorzieningen bedoeld, zonder ‘gesloten’ onderbrekingen. Winkels dienen in elkaars nabijheid te liggen om combinatiebezoek te bevorderen. Korte loopafstanden en goede zichtrelaties dragen hier aan bij. Functies die veel synergie met elkaar hebben dienen zoveel mogelijk geclusterd te worden. Denk aan supermarkten met dagelijkse speciaalzaken in de directe omgeving. Of verschillende modewinkels naast elkaar, gecombineerd met horeca met terrasfunctie. Tegelijkertijd neemt de functiemix toe. Minder winkels, meer horeca en diensten. Functiemening is wenselijk, mits dit past bij het profiel en de functie van het gebied. Zo is functiemenging in de randen/aanloopstraten van de binnenstad meer wenselijk dan in de hoofdwinkelstraten of in boodschappencentra. In de gebieden waar publieksfuncties dominant zijn wordt terughoudend omgegaan met transformatie van bijvoorbeeld winkels naar woningen op de begane grond. Nogmaals, een ‘gatenkaas-structuur’ met ‘gesloten’ functies op de begane grond moet voorkomen worden in gebieden die moeten bruisen.

### 3.4.3 Complete centrumgebieden

**Beleidsdoel:** de gemeente Roermond streeft naar complete centra, met aanbod passend binnen het profiel en de verzorgingsfunctie van het betreffende centrum.

**Toelichting**
Het doel van de gemeente Roermond is om het winkelaanbod en de kwaliteit van elk type winkelgebied zo compleet mogelijk te maken. Uiteraard binnen de functie die het centrum heeft in de structuur. Dit kan betrekking hebben op meer diversiteit in aanbod door uitbreiding in kwantitatieve zin, maar ook door het moderniseren van bestaand aanbod om beter te kunnen inspelen op nieuwe trends en ontwikkelingen. Ook het verbeteren van de kwalitatieve randvoorwaarden is in diverse winkelgebieden nodig. Denk aan investeren in aantrekkelijke en groene openbare ruimte, goede bereikbaarheid en parkeren, goede samenwerking en aantrekkelijk gevelbeeld.

### 3.4.4 Saneren ongewenste plancapaciteit

**Beleidsdoel:** de gemeente Roermond streeft naar het terugdringen van ongewenste plancapaciteit voor detailhandel op solitaire locaties buiten de hoofdstructuur.

**Toelichting**
Kiezen voor concentratie van winkels in winkelgebieden, betekent terughoudend omgaan met nieuwe solitaire vestigingen. Uitbreiding op solitaire locaties is in principe niet gewenst, maar op basis van maatwerk zijn er mogelijkheden (zie paragraaf 4.1.4). Potentiële structuur verstorende locaties met onbenutte plancapaciteit worden in juridisch-planologische zin gesaneerd. Dit is niet alleen belangrijk om negatieve structuureffecten te voorkomen, maar ook om het economisch functioneren van winkels ín de winkelgebieden sterk te houden. Bovendien zorgt het saneren van plancapaciteit op ongewenste plekken voor meer economische uitbreidingsmogelijkheden binnen of aansluitend aan de winkelgebieden waar uitbreiding wél wenselijk is. Kortom, krimpen om te kunnen groeien.

# 4 Beleidsdoelen per sector en thema

In dit hoofdstuk is zijn de belangrijkste beleidsdoelen voor de detailhandel naar sector en thema opgenomen. Dus voor de dagelijkse voorzieningenstructuur, de recreatieve winkelstructuur, de perifere (doelgerichte) detailhandelsstructuur en overige vormen van detailhandel.



## 4.1 Specifieke beleidsdoelen

In deze paragraaf is de hoofdambitie uitgewerkt in specifieke beleidsdoelen. Dit zijn de uitgangspunten voor de specifieke sectoren in de detailhandel en thema's.

### 4.1.1 Versterken dagelijkse voorzieningenstructuur

**Beleidsdoelen**

- De gemeente blijft streven naar concentratie van supermarkten en ander dagelijks voorzieningenaanbod in buurt-, wijk- en dorpscentra. Ook de binnenstad heeft een functie voor boodschappen doen, met mogelijkheden voor nieuwe initiatieven.
- De gemeente staat nieuwe supermarkten of andere nieuwe vormen van dagelijkse voorzieningen op perifere concentraties, zoals het Retailpark en de Huis- en Tuinboulevard niet langer toe. Ook uitbreiding van bestaande supermarkten is op deze locaties niet gewenst.
- De gemeente kiest voor concentratie in winkelgebieden. Er wordt terughoudend omgegaan met solitaire supermarkten. Voor kleinschalige initiatieven blijft ruimte voor maatwerk.
- De gemeente staat positief tegenover innovatie en vernieuwing. Dit is noodzakelijk om relevant te blijven. Er zit wel een grens aan kwantitatieve groei aan meters. Vernieuwing en innovatie moeten vooral in kwalitatieve zin bereikt worden. Binnen de buurt-, wijk- en dorpscentra krijgen ondernemers in de dagelijkse sector volop ruimte. Hetzelfde geldt voor de binnenstad.
- De gemeente Roermond gaat actief aan de slag met het saneren van (harde) plancapaciteit van supermarkten op ongewenste, onbenutte en potentieel structuur verstorende locaties, zoals op bedrijventerreinen of andere solitaire plekken.

**Toelichting**

In 2024 is het beleid voor de dagelijkse voorzieningen herijkt. De volledige herziening staat in het rapport 'Roermond, Visie dagelijkse voorzieningenstructuur'. De beleidsdoelen uit dit beleid zijn puntsgewijs samengevat in het voorgaande kader. In het betreffende rapport is ook het beleid per winkelgebied beschreven, met daarbij een concrete ontwikkelingsrichting.

### 4.1.2 Versterken recreatieve winkelstructuur

**Beleidsdoelen**

- Een toekomstbestendige **binnenstad** bestaat uit veel meer facetten dan alleen retail. Er ontstaat nieuwe dynamiek en energie door deze uit te breiden met de creatieve-, de toeristische- en de culturele sector en wonen. Digitalisering, circulair ondernemen, mobiliteit, klimaatadaptief bouwen en vergroening bieden voor de binnenstad kansen.
- Het **Designer Outlet** is een uniek en onderscheidend winkelgebied met een enorme regionale en internationale aantrekkingskracht. Het is van belang om de unieke positie van het Designer Outlet ook de komende jaren te behouden.

**Toelichting**

- In 2023 is het Gebiedsprofiel Binnenstad vastgesteld. Hiermee is een ontwikkelrichting bepaald voor het centrum.
- Het Designer Outlet is in de huidige vorm een unieke trekpleister voor Roermond, met een enorme regionale en internationale aantrekkingskracht. Het toekomstperspectief moet nader bepaald worden. Daarbij moet, zoals ook in hoofdstukken 2 en 5 aangegeven, een integrale afweging plaatsvinden. Zie hoofdstuk 5 voor meer toelichting.

### 4.1.3 Versterken perifere detailhandelsstructuur

**Beleidsdoel:** de gemeente Roermond faciliteert de verkoop van detailhandel in 'volumineuze goederen' (ook wel PDV genoemd) op de plekken waar dit nu ook al mogelijk is: het Retailpark, de Huis & Tuinboulevard, de Woonboulevard én aanvullend bedrijventerrein Broekhin. Het Retailpark is en blijft de enige locatie waar tevens 'grootschalige detailhandel' in 'niet-volumineuze' goederen (ook wel GDV genoemd) mogelijk is.

**Toelichting**

Het is belangrijk om een onderscheid te maken tussen perifere (PDV) en grootschalige (GDV) detailhandel. Beide vormen van detailhandel kunnen niet op één hoop worden gegooid. Juridisch en beleidsmatig is sprake van een essentieel verschil, namelijk:

- **Perifere detailhandel (PDV)** is complementair aan reguliere centra vanwege de aard en omvang van het assortiment (volumineus). De branchering is in deze categorie leidend.
- **Grootschalige detailhandel (GDV)** is uitsluitend complementair aan reguliere centra vanwege de omvang van de winkelruimte. De (minimale) maatvoering van de winkel is in deze categorie leidend.

**PDV: verruiming branchering, verlaging minimale maatvoering**

Op dit moment geldt beleidsmatig een minimale maat van 1.000 $m^2$ bvo voor PDV. In sommige perifere concentraties zijn niet alle PDV-branches toegestaan. In het kader van de Dienstenrichtlijn en om vastgoedeigenaren en ondernemers meer ruimte te geven om zelf keuzes te maken verruimen we de branchering van enkele perifere concentraties binnen de PDV-branches (zie kader) én wordt de minimale maat voor PDV verlaagd van 1.000 $m^2$ bvo naar 500 $m^2$ bvo voor PDV.

**Branches perifere detailhandel (PDV)**

- Detailhandel in auto's, motoren, boten, caravans en tenten (beide laatste in combinatie met kampeerartikelen);
- Detailhandel in automaterialen (in relatie met inbouw);
- Detailhandel in meubels, keukens, badkamers, sanitair, tegels;
- Bouwmarkten en andere allround doe-het-zelf zaken;
- Tuincentra (inclusief dierenbenodigdheden en –voeding en woondecoratie);
- Detailhandel in (zeer) volumineuze artikelen zoals zonwering, tuinhuisjes, buitenspeeltoestellen, zwembaden, tuinbeelden, haarden en kachels, grafzerken, (paarden)trailers, aanhangwagens, etc.;
- Brand- en explosiegevaarlijke stoffen, grove bouwmaterialen, landbouwwerktuigen.

**PDV: waarom deze verruiming in branchering en maatvoering?**
Winkels in de perifere branches zijn niet goed inpasbaar in reguliere winkelgebieden. Ze komen daar daarom ook nauwelijks voor. Om die reden is verdere brancheverruiming en een verlaging van de maatvoering met betrekking tot PDV verantwoord. Het heeft geen negatief effect op de binnenstad en de buurt- en wijkcentra.

Roermond wil bovendien de regionale en internationale positie als retailstad behouden en versterken. Dit betekent dat onnodige beperkingen met betrekking tot branchering en maatvoering afgeschaft moeten worden ten gunste van ondernemerschap. Dit past in het bredere progressieve en liberale beleid van de gemeente Roermond dat ruimte biedt voor ondernemerschap, innovatie en vernieuwing.

Een andere reden voor de keuze is de Dienstenrichtlijn. Beperkingen in maatvoering en branchering moeten een algemeen belang dienen, moeten coherent en systematisch worden toegepast én moeten effectief zijn om de algemene doelen te dienen. In dit kader geldt het volgende.

- Het verlagen van de minimale maat van 1.000 m² bvo naar 500 m² bvo is proportioneel in het kader van de Dienstenrichtlijn. Het volledig afschaffen van de huidige minimale maat voor PDV is in dit kader overwogen, maar dit gaat een stap te ver. Er zijn immers ook diverse kleine winkels in de perifere branches gevestigd in de binnenstad en buurt- en wijkcentra. Tegelijkertijd is sprake van de trend schaalverkleining. Perifere winkels tussen 500 m² bvo en 1.000 m² bvo vallen momenteel vaak tussen wal en schip vallen. Ze zijn te groot voor een geschikte plek in de reguliere winkelgebieden, maar te klein voor een perifere winkelconcentratie. Om tegemoet te komen aan deze trend, maar toch enige complementariteit te borgen met de reguliere centra is verlaging van de minimale maat voor PDV naar 500 m² bvo daardoor verantwoord.
- Vestiging van PDV wordt mogelijk op alle aangewezen perifere concentraties (zie hoofdstuk 5). Er wordt aansluiting gezocht bij de mogelijkheden voor PDV zoals opgenomen in het regionaal beleidskader voor werklocaties (zie onderstaand kader). Dit betekent een verruiming van de mogelijkheden voor PDV: van specifieke branche- of artikelgroepen per locatie, naar PDV in generieke zin. Detailhandel in auto's en automaterialen vormt hierop een uitzondering. Deze sector blijft uitgesloten, omdat deze geclusterd wordt op bedrijventerreinen Broekhin en Merum.

**GDV: verruiming branchering, minimale maatvoering onveranderd**
GDV (grootschalige detailhandel) is wezenlijk anders dan PDV. Dit aanbod is niet complementair vanwege de aard en omvang van de artikelen, maar door de omvang van de winkelruimte. Om complementariteit met de binnenstad en de wijk- en buurtcentra te waarborgen is het noodzakelijk om een (hogere) minimale maatvoering per vestiging te hanteren. De minimale maatvoering van 1.000 m² bvo blijft gehandhaafd. Bovendien moet, gezien de overlap met reguliere winkelgebieden, voorkomen worden dat dit type winkelaanbod te veel wordt. Dit kan niet alleen leegstandseffecten hebben in Roermond, maar ook in de regio. Om die reden is vestiging van GDV uitsluitend toegestaan op het Retailpark. Op basis van landelijke trends en de Dienstenrichtlijn is geanalyseerd in welke mate verruiming in branchering verantwoord is. Gekozen is om een bepaalde mate van verruiming toe te staan. In hoofdstuk 5 is dit nader toegelicht.

**Branches grootschalige detailhandel (GDV)**

- Detailhandel in huishoudelijke artikelen;
- Detailhandel in sport- en speelgoedartikelen;
- Detailhandel in hobbyartikelen;
- Detailhandel in bruin- en witgoed;
- Detailhandel in rijwielen;
- Detailhandel in dierenartikelen en voeders (dibevo);

**GDV: waarom deze verruiming in branchering?**
Voor de vestiging van GDV op het Retailpark zijn branches toegestaan zoals bruin- en witgoed, sport, rijwielen en huishoudelijk. Onder strijdig gebruik wordt in ieder geval verstaand nieuwe dagelijkse winkels, persoonlijke verzorging, kleding, schoenen, warenhuizen, sieraden en optiekzaken. In hoofdstuk 5 is dit genuanceerd. In ondergeschikte vorm zijn bijvoorbeeld kleding en levensmiddelen toegestaan. Denk aan de stroopwafels en werkkleding bij een bouwmarkt.

Voor GDV blijft een minimale maatvoering gelden van 1.000 m$^2$ bvo. Verlaging van de minimale maatvoering is overwogen, maar de conclusie is dat dit de reguliere centrumgebieden te veel kan raken. Bovendien is het ook niet noodzakelijk en gewenst vanuit ondernemers en vastgoedeigenaren van het Retailpark. De hoge minimale maatvoering blijft van belang om de complementariteit met de binnenstad te waarborgen.

Een andere vraag die gesteld kan worden is waarom GDV alleen mogelijk blijft voor het Retailpark en niet voor de andere perifere concentraties, zoals de Huis- en Tuinboulevard en de Woonboulevard. De reden is omdat het anders te veel wordt. Zoveel marktruimte is er niet. Te veel GDV in de periferie, betekent minder regulier niet-dagelijks winkelaanbod in de reguliere centra. Vanwege de bovenregionale verzorgingsgebieden, betekent dat niet alleen effecten op de reguliere centra in Roermond, maar ook in de regio. Dit is niet verantwoord in het kader van onaanvaardbare potentiele leegstandseffecten in de regio.

### 4.1.4 Maatwerk blijft mogelijk

**Beleidsdoel:** Voor specifieke vormen van detailhandel en onder bepaalde voorwaarden blijft vestiging op een afwijkende locaties (binnen of buiten de hoofdwinkelstructuur) mogelijk.

**Toelichting**
Voor sommige winkels (met detailhandel als hoofdactiviteit) geldt dat solitaire vestiging gewenst kan zijn. Voorbeelden zijn zadelmakerijen, bedrijven in kachels/haarden, bedrijven in tuinhuisjes, bedrijven in sauna's/zwembaden, tegelhandel, etc. Maar bijvoorbeeld ook een kleinschalige bakker op de hoek met meerwaarde voor de omgeving. In uitzonderlijke gevallen kunnen dergelijke winkels, mits passend binnen gestelde randvoorwaarden, zich daarom vestigen op afwijkende locaties (binnen of buiten) de hoofdstructuur. Maatwerk is echter geen reden om alles zomaar toe te staan. Terughoudendheid is belangrijk, ook om te voorkomen dat bedrijventerreinen te veel verkleuren met detailhandel. Dit is onwenselijk, omdat juist ook behoefte is aan ruimte voor bedrijven. Maatwerkgevallen worden getoetst aan onderstaand afwegingskader.

**Afwegingskader maatwerk – specifieke initiatieven**
Indien een initiatief voldoet aan meerdere van de onderstaande criteria zou maatwerk verleend kunnen worden. Uitgangspunt is dat aangetoond moet worden dat het initiatief voorziet in een behoefte en dat de ruimtelijk-functionele effecten op de hoofddetailhandelsstructuur, de consumentenverzorging en de leegstand aanvaardbaar zijn. Dit conform de eisen van de Ladder voor duurzame verstedelijking.

- De detailhandelscomponent betreft verkoop in laagfrequente, volumineuze en doelgerichte artikelen.
- Een deel van het concept betreft naast detailhandel ook productieactiviteiten, zoals bijvoorbeeld reparatie, renovatie, op maat maken, klantgericht maatwerk.
- Levering is voor een groot deel business-to-business.
- Een deel van het bedrijf betreft opslag voor productieactiviteiten.
- Het betreft een zeer grootschalige winkel die niet inpasbaar is in bestaande concentratiegebieden.
- Het betreft een kleinschalig winkelconcept dat positieve invloed heeft op de leefbaarheid in de directe omgeving.
- Het totale bedrijfsconcept (mix) is niet geschikt en/of inpasbaar voor/in de winkelgebieden op basis van de aard, omvang en samenstelling.
- Vanwege het aanbod/de producten kan de detailhandelformule niet duidelijk worden aangemerkt als PDV of GDV.
- De aard van de winkel past bij de parkeer- en bereikbaarheidssituatie van de betreffende locatie.

*Dit afwegingskader is bedoeld als handvat voor maatwerk. Afwegingskaders zijn geen (juridische) basis voor initiatiefnemers om een ontwikkeling af te dwingen/mogelijk te maken. Bijvoorbeeld door te beroepen op het feit dat voldaan wordt aan één of meerdere voorwaarden.*

### 4.1.5 Detailhandel als ondergeschikte nevenactiviteit

**Beleidsdoel:** Detailhandel als ondergeschikte nevenactiviteit bij bedrijven buiten de hoofdstructuur blijft mogelijk, maar onder voorwaarden. Er geldt een maximum van 10% van het vloeroppervlak.

**Toelichting**
Van oudsher vindt detailhandel (de bedrijfsmatige verkoop van producten aan consumenten) soms plaats als ondergeschikte nevenactiviteit bij andere bedrijfsactiviteiten, waar bedrijfsactiviteiten de hoofdactiviteit is. Denk aan een groothandel met een consumentenbalie en kassa of een hoveniersbedrijf dat ook klanten ontvangt en tegels verkoopt. De vraag die zich daarbij vaak voordoet is in hoeverre de detailhandelsactiviteit ondergeschikt is en/of deze noodzakelijk en/of gebruikelijk is voor de hoofdactiviteit. Evenals bij internetverkoop zijn voor het detailhandelsbeleid en de planologische vertaling in het omgevingsplan vooral de ruimtelijke effecten (beoogde detailhandelsstructuur, verkeer) en verschijningsvorm (ruimtegebruik, uitstraling) relevant. Hiervan is vooral sprake indien verkoop plaatsvindt vanuit of in combinatie met een fysieke uitstalruimte die gericht is op en/of toegankelijk is voor consumenten (een winkelruimte). In dit licht wordt detailhandel als ondergeschikte nevenactiviteit buiten een pand met een winkelbestemming slechts zeer beperkt toegestaan, namelijk tot maximaal 10% van het vloeroppervlak.

### 4.1.6 Mogelijkheden voor nevenassortimenten

**Beleidsdoel:** Regels omtrent nevenassortiment bij winkels in de periferie worden geuniformeerd én aangescherpt om de complementariteit met de reguliere winkelgebieden te versterken en coherent en systematisch te handelen in het kader van de Dienstenrichtlijn. Uitgegaan wordt van maximaal 10% van het winkelverkoopvloeroppervlak, uiteraard rekening houdend met strijdig gebruik in het geval van brancheringsbeperkingen.

**Toelichting**

Veel winkels in de periferie zijn juridisch-planologisch beperkt in branchering om de complementariteit met de reguliere winkelgebieden te borgen. Veelal zijn er specifieke regels opgenomen in het omgevingsplan die een bepaalde mate van nevenassortiment toestaan. Voor nieuwe initiatieven moeten regels worden aangescherpt en worden geuniformeerd in het kader van complementariteit en coherent en systematisch handelen (in het kader van de Dienstenrichtlijn).

- Het nevenassortiment ligt in het verlengde van het hoofdassortiment en het bezoekmotief.
- Het nevenassortiment wordt beperkt tot maximaal 10% van het winkelverkoopvloeroppervlak van de winkel.
- Artikelen die dominant voorkomen in de sectoren dagelijks en recreatief winkelen worden volledig uitgesloten. Denk aan levensmiddelen, artikelen op het gebied van persoonlijke verzorging, (modische) kleding en schoenen[2], sieraden, speelgoed en media.

Winkels in de reguliere winkelgebieden hebben meer juridische brancheringsruimte dan winkels in de periferie. De strenge eisen voor nevenassortimenten gelden dus vooral op locaties buiten de binnenstad en buurt- en wijkcentra, ten gunste van de complementariteit. Branchevervaging binnen de juridische brancheringsruimte is toegestaan. Dit wordt ook wel blurring of blending genoemd (zie paragraaf 4.1.9).

### 4.1.7 Kringloop- en tweedehandswinkels

**Beleidsdoel:** de gemeente Roermond wil kringloop- en tweedehandswinkels stimuleren, omdat deze voorzien in de behoefte van inwoners en bijdragen aan de werkgelegenheid voor inwoners met een arbeidsachterstand. Wel gelden bepaalde voorwaarden.

**Toelichting**

Kringloop- en tweedehandswinkels zijn populair. De circulaire economie draait volop. Deze winkels voorzien in de behoefte voor mensen met een kleinere portemonnee, maar spelen ook in op trends rondom duurzaamheid en verantwoord kopen. Bovendien levert het vaak werkgelegenheid op voor mensen met een zwakkere sociaal-maatschappelijke positie. Het is belangrijk dit soort winkels in Roermond te blijven faciliteren. Kleine tweedehandswinkels, bijvoorbeeld op het gebied van kleding, zijn prima inpasbaar in de binnenstad of buurt- en wijkcentra. De grootschalige kringloopwinkels zijn niet goed inpasbaar in de reguliere centra, waardoor voor deze winkels maatwerk verleend kan worden buiten de hoofdstructuur.

### 4.1.8 Trafficlocaties en tankstations

**Beleidsdoel:** Kleinschalige detailhandel op trafficlocaties en tankstations is mogelijk. Om de kleinschaligheid te borgen geldt een maximale maat van 250 m² wvo per vestiging.

**Toelichting**

Trafficlocaties zijn locaties waar veel vervoersstromen en dus mensen samenkomen. Denk aan stations, ziekenhuizen, tankstations en mobiliteitshubs. Detailhandel op dergelijke locaties is mogelijk onder voorwaarden. De aard en omvang van deze detailhandel moeten passen bij de functie van de locatie en het gebied en is ondergeschikt aan de hoofdactiviteit. De detailhandel dient dus hoofdzakelijk gericht te zijn op reizigers, forensen of werknemers op de locatie. Een kleinschalige gemakswinkel is op dit soort plekken toegestaan tot maximaal 250 m² wvo. Het vestigen van bezorg- en afhaalpunten op deze locaties is ook denkbaar. Voor trafficlocaties geldt dat vanwege de diversiteit in verschijningsvorm elk initiatief afzonderlijk beoordeeld wordt.

### 4.1.9 Blurring en blending

**Beleidsdoel:** binnen de concentraties van de hoofdwinkelstructuur willen we blending optimaal stimuleren. Blurring is binnen de hoofdwinkelstructuur toegestaan conform de wettelijke eisen die zijn gesteld in de Alcoholwet. Verruiming van de mogelijkheden is goed voor het ondernemerschap, de uniciteit en de leefbaarheid.

**Toelichting**

Met blurring wordt de vermenging van detailhandels- en horeca activiteiten in één pand bedoeld. Blending is nog breder gedefinieerd en bevat ook vermenging met diensten, workshops, evenementen en andere publieksactiviteiten. Om winkelgebieden aantrekkelijker en toekomstbestendiger te maken is blurring én blending een kans. Denk aan een koffiecorner in een boekenwinkel, een lunchroom in een woonwinkel of workshops en bedrijfsuitjes bij een bakkerij. Vermengen van activiteiten kan bijdragen aan beter economisch functioneren en innovatie, maar

[2] Kleding en schoenen bijvoorbeeld gericht op bouwen bij de bouwmarkt is wel toegestaan als onderdeel van het hoofdassortiment.

zorgt ook voor meer reuring op verschillende momenten. Het is een vorm van efficiënter en multifunctioneler ruimtegebruik. Het schenken van alcohol blijft automatisch uitgesloten en is vergunning plichtig. De alcoholwet is hierin leidend.

#### 4.1.10 Beleid voor afhalen

**Beleidsdoel:** de gemeente Roermond streeft naar concentratie van afhaalpunten (met en zonder showroom) in centrumgebieden.

**Toelichting**
Er worden steeds meer pakketjes of producten afgehaald in de winkel of bij specifieke pakket afhaalpunten. Dit beleid zet in op concentratie van die afhaalpunten ín centrumgebieden. Verschillende bezorgdiensten, zoals PostNL, DHL, Homer, etc. hebben nu nog vaak eigen afhaalpunten op verschillende locaties. Dit moet meer geconcentreerd worden op één plek, zodat meer duidelijkheid en gemak bij de consument ontstaat. Pakketmuren waar meerdere aanbieders op kunnen aansluiten zijn hierop het antwoord. Initiatieven die hier aan bijdragen zijn gewenst.

#### 4.1.11 Winkelopeningstijden

**Beleidsdoel:** in 2022 is de nieuwe winkeltijdenverordening van Roermond vastgesteld. Deze is nog altijd van kracht en staat niet ter discussie. De huidige regeling blijft gehandhaafd.

**Toelichting**
Voor het beleid ten aanzien van winkeltijden wordt verwezen naar de ‘Verordening winkeltijden Roermond 2022’.

#### 4.1.12 Ambulante handel

**Beleidsdoel:** in 2024 is het nieuwe beleid voor zowel warenmarkten als standplaatsen vastgesteld. Daarmee beschikt Roermond over zeer recent beleid voor warenmarkten en standsplaatsen.

**Toelichting**
Voor het beleid ten aanzien van warenmarkten en standplaatsen wordt verwezen naar de ‘Marktverordening gemeente Roermond 2024’ en de ‘Beleidsnotitie standplaatsen gemeente Roermond 2024’.

#### 4.1.13 Leisure (vrijetijdsvoorzieningen)

**Beleidsdoel:** de gemeente Roermond wil meer mogelijkheden bieden voor grootschalige vormen van leisure op perifere locaties. Daarbij ligt de focus op concentratie van leisure binnen de ‘Stadsrandzone Noord’

**Toelichting**
Leisure voorzieningen (vrijetijdsvoorzieningen) geven invulling aan een hedendaagse consumentenbehoefte (ontmoeten en beleven). Dergelijke voorzieningen dragen bij aan de functiemix en versterken centrumgebieden. Er kan onderscheid gemaakt worden tussen kleinschalige en grootschalige vormen van leisure. Kleinschalige vormen van leisure zijn uitstekend inpasbaar in de binnenstad van Roermond. Ze versterken de (aantrekkingskracht van) de binnenstad en dragen bij aan de toekomstbestendigheid van de binnenstad. Grootschalige vormen van leisure zijn doorgaans niet inpasbaar in de binnenstad. Deze zijn kansrijk voor vestiging op perifere locaties die onderdeel zijn van de ‘Stadsrandzone Noord’. Leisurefuncties vinden steeds vaker hun weg op perifere concentraties. Daar zorgen ze ook voor reuring in de avonduren en dragen ze bij aan beleving en verblijfskwaliteit van het gebied. Bovendien wordt hiermee ingezet op clustering en versterking van de bestaande structuur. Uitgangspunt is leisure met een minimale omvang van 1.000 $m^2$ bvo. Net als bij detailhandel geldt ook hier het uitgangspunt van complementariteit. De focus ligt op de binnenstad. Voor grootschalige vormen van leisure die niet mogelijk zijn in de binnenstad, biedt clustering binnen de ‘Stadsrandzone Noord’ wél de mogelijkheid.

# 5 Beleid per gebied

In dit hoofdstuk zijn de beleidskeuzes per winkelgebied samengevat: binnenstad, het Designer Outlet , de buurt- en wijkcentra en de perifere locaties. Het beleid voor de binnenstad en de boodschappenstructuur zijn in een eerder stadium visies opgesteld. Dit beleid is overgenomen. Het beleidsperspectief bepaalt de ontwikkelingsrichting: versterken, behouden of anders.



## 5.1 Inleiding

Per winkelgebied is de ontwikkelrichting geschetst, onder te verdelen in:

- **Versterken**: ruimte voor kwantitatieve en kwalitatieve uitbreiding van het voorzieningenniveau binnen of aansluitend aan de bestaande contour van het concentratiegebied.
- **Behouden**: ruimte voor kwalitatieve vernieuwing in het kader van meegaan met de dynamiek in de markt, trends en noodzakelijke modernisering. Modernisering vindt plaats binnen of aansluitend aan de bestaande contour van het concentratiegebied.
- **Veranderen**: ruimte voor afbouw van het aanbod, functieverandering/ transformatie en/of verplaatsing. Uitbreiding van winkelaanbod binnen of aansluitend aan de bestaande contour van het concentratiegebied is niet wenselijk.

## 5.2 Binnenstad Roermond

***Ontwikkelrichting: versterken***

In de binnenstad wordt ingezet op een sterk en compact kernwinkelgebied en aantrekkelijke aanloopgebieden waar volop sprake is van functiemenging en waar tevens ruimte is voor transformatie naar wonen. Een dynamische stad bevat een rijkdom aan diverse bestemmingen voor bewoners en bezoekers. De functiekaart van de binnenstad toont hoe de functies in de binnenstad verspreid zijn en zich op bepaalde plekken concentreren. Het kernwinkelgebied kenmerkt zich door een concentratie van winkels in de Neerstraat, de Steenweg en de Hamstraat en vormt een verbinding tussen het NS-station en de Markt. De leegstand concentreert zich in de Graaf Gerardstraat, Kloosterwandstraat, maar ook aan de Hamstraat. Het is interessant om te zien dat een aantal aanloopstraten al een mix hebben van woningen en winkels. De Bakkerstraat is daar een goed voorbeeld van.




*Figuur 4: Ruimtelijke hiërarchie binnenstad Roermond (Bron: Gebiedsprofiel binnenstad Roermond)*

De straten kunnen worden ingedeeld in drie typen: autovrije straten in het kernwinkelgebied, gemengde aanloopstraten en rustige woonstraten in de buurten. Vanwege de huidige leegstandsproblematiek zijn ondernemers en de gemeente op zoek gegaan naar mogelijkheden om het kernwinkelgebied compacter te maken. Hierbij wordt gekeken naar het concentreren van winkels en het mengen van functies. Speerpunten zijn tevens ‘wonen boven winkels’ en ‘wonen tussen winkels’.

Belangrijke opgaven zijn het compacter maken van het kernwinkelgebied en de aanpak van leegstand. In de aanloopstraten wordt ingezet op functiemenging. Structurele leegstaand buiten het kernwinkelgebied komt in aanmerking voor transformatie, bij voorkeur aangepast naar de woon- of werkfunctie. In het kernwinkelgebied moet wonen boven winkels worden gestimuleerd. De inrichting van de openbare ruimte moet uitnodigen tot bewegen en ontmoeten, afhankelijk van de functie die een straat heeft. En het herstellen van het gevelbeeld draagt bij aan de aantrekkelijkheid en beleving van het gebied.

De binnenstad kan ruimtelijk worden ingedeeld in het kernwinkelgebied, de aanloopstraten en de woonstraten. Voor de verschillende gebieden geldt op hoofdlijnen het volgende:

- **Kernwinkelgebied**: in het kernwinkelgebied ligt de nadruk op de winkelfunctie. Toch is hier ook ruimte andere publieksfuncties zoals ambachten, horeca, maatschappelijke functies, culturele functies en leisure. Uitgangspunt is dat de hoofdfunctie van de straat een winkelfunctie blijft en dat functies bijdragen aan reuring gedurende winkelopeningstijden. Functies die sterk in de avonduren worden bezocht, zijn meer geschikt voor de aanloopgebieden.
- **Aanloopstraten**: in de aanloopgebieden ligt de nadruk op functiemenging (winkels, horeca, dienstverlening, maatschappelijk, leisure, cultuur, etc.). Er is een aantrekkelijke mix van functies. Functies zijn niet ondergeschikt aan de winkelfunctie. Bij langdurige leegstand is tevens ruimte voor transformatie van publieksfunctie naar wonen.
- **Woonstraten**: in de woonstraten ligt de nadruk op wonen en wordt de woonfunctie zo veel mogelijk gefaciliteerd (bron: Gebiedsprofiel binnenstad 2023).

## 5.3 Boodschappenstructuur

Voor de verschillende dagelijkse voorzieningenclusters is het beleid per winkelgebied uitgewerkt in de visie op de dagelijkse voorzieningenstructuur (zie Visie dagelijkse voorzieningenstructuur). Samenvattend komt dit neer op de volgende ontwikkelingsrichtingen per winkelgebied (ten aanzien van dagelijkse voorzieningen):

- *Versterken*: Centrum Roermond, Swalmen, Herten, Maasniel
- *Behouden*: Retailpark, Huis- en Tuinboulevard, Donderberg, Kempweg
- *Veranderen*: Nassaustraat.

## 5.4 Designer Outlet Roermond

***Ontwikkelrichting: nader te bepalen***.

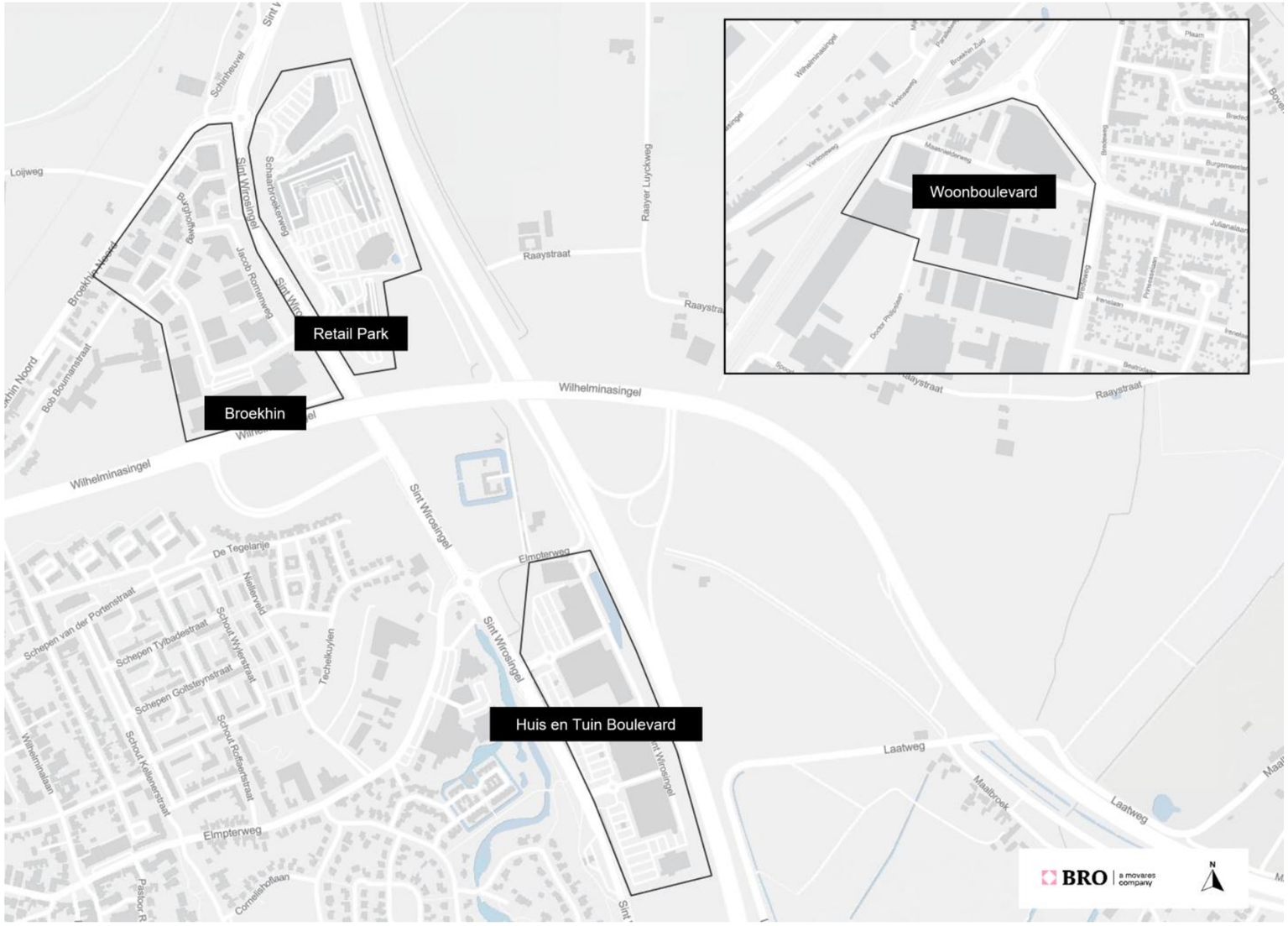
Het Designer Outlet is in de huidige vorm een unieke trekpleister voor Roermond met een enorme regionale en internationale aantrekkingskracht. Er moet nog een zorgvuldige belangenafweging gemaakt worden.

## 5.5 Perifere detailhandel

***Retailpark: versterken***

Het Retailpark is het enige cluster waar zowel PDV én GDV aanwezig is. Kwantitatieve uitbreiding in of aansluitend het Retailpark is mogelijk. Kwalitatieve versterking is gewenst. Om dynamiek te bevorderen worden de mogelijkheden ten aanzien van de branchering en de minimale maatvoering verruimd, zonder daarbij de complementariteit met het centrum van Roermond en wijk- en buurtcentra te verliezen (zie tabel 1). Dit betekent ook dat de beperkingen binnen het winkelgebied gelijk getrokken worden. De verruiming zit vooral in het toestaan van perifere detailhandel. Daarnaast kan verruiming worden gevonden in meer ruimte voor nevenassortiment. Zo zijn er winkels die bijvoorbeeld huishoudelijke artikelen verkopen, maar in beperkte mate ook textiel. Denk aan Wibra. Dergelijke discount winkels hebben qua aanbod steeds meer overlap met winkels als Action. Aangezien de overlap in assortiment redelijk groot is voor dit soort winkels en er al veel branches (en artikelgroepen) zijn toegestaan op het Retailpark, is het logisch dat voor dit soort winkels, mits grootschalig, ruimte ontstaat. Ook de maximale meters per branche zijn niet noodzakelijk. Voor PDV en GDV is de branchering en minimale maat leidend, niet de maximale omvang. Uitbreiding van detailhandel in dagelijkse voorzieningen (levensmiddelen) en modische kleding blijft uitgesloten.

Mogelijkheden voor grootschalige vormen van leisure en vrijetijdsvoorzieningen blijven gehandhaafd, mits niet inpasbaar zijn in het centrum. De exploitant van het terrein is verantwoordelijk voor versterking van ruimtelijk randvoorwaarden zoals toegankelijkheid, goede verbinding tussen de verschillende onderdelen van het Retailpark, groen en ontmoetingsplekken. Behoud van een goede bereikbaarheid en parkeren verdienen continu aandacht, zeker bij kwantitatieve uitbreiding van het aanbod. De ontsluiting op het wegennet (op- en afrit) vraagt daarbij extra aandacht.




*Figuur 5: Perifere detailhandelsstructuur.*

Tabel 1 toont enerzijds wat er al mogelijk is qua branchering op het Retailpark en anderzijds wat er met het nieuwe beleid wordt toegestaan, Het nieuwe beleid zet nadrukkelijk in op een verruiming van de mogelijkheden (branchering en maatvoering), zonder dat dit ten koste gaat van de complementariteit met de reguliere winkelgebieden. Op de volgende pagina's is dit ook gedaan voor de Huis- en Tuinboulevard (tabel 2), Broekhin (tabel 3) en de Woonboulevard (tabel 4).

*Tabel 1: Beoogde branchering Retailpark*

| Hoofdgroep | Branche | Reeds mogelijk | Toestaan | Toelichting |
|---|---|---|---|---|
| PDV / Volumineus | Wonen | Ja | Ja | Reeds toegestaan, mogelijkheid continueren. Minimale maatvoering omlaag 500 $m^2$ bvo |
| | Doe-het-zelf | Nee | Ja | Mogelijkheden verruimen, minimale maatvoering 500 $m^2$ bvo |
| | Tuin | Nee | Ja | Mogelijkheden verruimen, minimale maatvoering 500 $m^2$ bvo |
| | Auto's, boten, caravans | Nee | Nee | Concentratiegebieden zijn Broekhin en Merum |
| GDV / Grootschalig | Bruin- en witgoed | Ja | Ja | Reeds toegestaan, mogelijkheid continueren, minimale maatvoering 1.000 $m^2$ bvo |
| | Rijwielen | Ja | Ja | Reeds toegestaan, mogelijkheid continueren, minimale maatvoering 1.000 $m^2$ bvo |
| | Sport en kamperen | Ja | Ja | Reeds toegestaan, mogelijkheid continueren, minimale maatvoering 1.000 $m^2$ bvo |
| | Dibevo | Ja | Ja | Reeds toegestaan, mogelijkheid continueren, minimale maatvoering 1.000 $m^2$ bvo |
| | Muziekinstrumenten | Ja | Ja | Reeds toegestaan, mogelijkheid continueren, minimale maatvoering 1.000 $m^2$ bvo |
| | Kringloopwinkels | Nee | Ja | Mits het assortiment zich niet richt op het aanbod dat strijdig is |
| | Speelgoed | Ja | Ja | Reeds toegestaan, mogelijkheid continueren, minimale maatvoering 1.000 $m^2$ bvo |
| | Huishoudelijk | Ja | Ja | Reeds toegestaan, mogelijkheid continueren, minimale maatvoering 1.000 $m^2$ bvo |
| | Warenhuizen | Nee | Nee | Warenhuizen zijn onderdeel van de recreatieve winkelfunctie van de binnenstad |
| | Kleding en mode | Nee | Nee | Warenhuizen zijn onderdeel van de recreatieve winkelfunctie van de binnenstad |
| | Dagelijks | Ja | Alleen bestaand | Dagelijks aanbod hoort thuis in de buurt- en wijkcentra. Bestaand aanbod is toegestaan. |
| | Carnavalsartikelen | Ja | Ja | Reeds toegestaan, mogelijkheid continueren, minimale maatvoering 1.000 $m^2$ bvo. De beperking in tijd is niet nodig om de complementariteit met de reguliere centra te waarborgen |
| Leisure | Sportschool | Ja | Ja | Reeds toegestaan, mogelijkheid continueren, minimale maatvoering 1.000 $m^2$ bvo |
| | Overige leisure | Ja | Ja | Reeds toegestaan, mogelijkheid continueren, minimale maatvoering 1.000 $m^2$ bvo |

***Huis- en Tuinboulevard: versterken***

De Huis- en Tuinboulevard is het voornaamste PDV-cluster binnen het thema ‘In en om Huis’. Kwantitatieve uitbreiding en kwalitatieve versterking zijn mogelijk, waarbij wordt ingezet op behoud van het sterke thematische profiel. Om dynamiek te bevorderen worden de mogelijkheden ten aanzien van de branchering en de minimale maatvoering verruimd, zonder daarbij de complementariteit met het centrum van Roermond en wijk- en buurtcentra te verliezen. (zie tabel 2)**.** Er komen tevens mogelijkheden voor de toevoeging van grootschalige vormen van leisure en vrijetijdsvoorzieningen, die niet inpasbaar zijn in het centrum.

De exploitant van het terrein is verantwoordelijk voor versterking van ruimtelijk randvoorwaarden zoals toegankelijkheid en ontmoetingsplekken. Behoud van een goede bereikbaarheid en parkeren verdienen continu aandacht, zeker bij kwantitatieve uitbreiding van het aanbod.

***Broekhin: behouden***

Broekhin functioneert al meerdere jaren als perifeer detailhandelscluster, maar de kwaliteit en uitstraling van het gebied is anders dan het Retailpark en de Huis- en Tuinboulevard. Dit beleid zet primair in op versterking van het Retailpark en de Huis- en Tuinboulevard. Alleen als daar aantoonbaar geen geschikte ruimte is, is uitbreiding van het aanbod op het Broekhin denkbaar. In feite is het Broekhin een overloopgebied voor perifere detailhandel. Hetzelfde geldt voor leisure en vrije tijdsvoorzieningen die niet inpasbaar zijn in het centrum (of op het Retailpark of de Huis- en Tuinboulard). Bereikbaarheid, parkeren en toegankelijkheid zijn ook belangrijke randvoorwaarden voor perifere detailhandel op het Broekhin. Bij uitbreiding van het aanbod verdienen bereikbaarheid en parkeren aandacht.

*Tabel 2: beoogde branchering Huis- en Tuinboulevard*

| Hoofdgroep | Branche | Mogelijk? | Toestaan? | Toelichting |
|---|---|---|---|---|
| PDV / Volumineus | Wonen | Ja | Ja | Reeds toegestaan, mogelijkheid continueren. Minimale maatvoering omlaag 500 $m^2$ bvo |
| | Doe-het-zelf | Ja | Ja | Reeds toegestaan, mogelijkheid continueren. Minimale maatvoering omlaag 500 $m^2$ bvo |
| | Tuin | Ja | Ja | Reeds toegestaan, mogelijkheid continueren. Minimale maatvoering omlaag 500 $m^2$ bvo |
| | Auto’s, boten, caravans | Nee | Nee | Concentratiegebieden zijn Broekhin en Merum |
| Leisure | Sportschool | Nee | Ja | Komt op vergelijkbare concentraties in Nederland steeds vaker voor. Zorgt ook voor reuring in de avonduren. Minimale maatvoering 1.000 $m^2$ bvo |
| | Overige leisure | Nee | Ja | Komt op vergelijkbare concentraties in Nederland steeds vaker voor. Zorgt ook voor reuring in de avonduren. Minimale maatvoering 1.000 $m^2$ bvo |

*Tabel 3: beoogde branchering Broekhin*

| Hoofdgroep | Branche | Mogelijk? | Toestaan? | Toelichting |
|---|---|---|---|---|
| PDV / Volumineus | Wonen | Ja | Ja | Reeds toegestaan, mogelijkheid continueren. Minimale maatvoering omlaag 500 $m^2$ bvo |
| | Doe-het-zelf | Nee | Ja | Mogelijkheden verruimen, minimale maatvoering 500 $m^2$ bvo |
| | Tuin | Nee | Ja | Mogelijkheden verruimen, minimale maatvoering 500 $m^2$ bvo |
| | Auto’s, boten, caravans | Ja | Ja | Concentratiegebieden zijn Broekhin en Merum |
| Leisure | Sportschool | Nee | Ja | Komt op vergelijkbare concentraties in Nederland steeds vaker voor. Zorgt ook voor reuring in de avonduren. Minimale maatvoering 1.000 $m^2$ bvo |
| | Overige leisure | Nee | Ja | Komt op vergelijkbare concentraties in Nederland steeds vaker voor. Zorgt ook voor reuring in de avonduren. Minimale maatvoering 1.000 $m^2$ bvo |

***Woonboulevard:*** ***behouden***

De Woonboulevard biedt winkelaanbod in een hoger woonwinkelsegment en is daarmee een aanvulling op de andere perifere clusters (zie tabel 4). In het kader van de consumentenverzorging ligt de focus op behoud (meerwaarde voor consument). Toevoeging van nieuwe winkels is in dat kader ook niet wenselijk. Beperkte uitbreiding van bestaand is wel nog mogelijk, binnen of aansluitend aan de contour van het winkelgebied. Binnen dit gebied ligt immers ook onbenutte plancapaciteit die eerst benut moet worden (voormalig Philipsterrein, Weerstand).

*Tabel 4: beoogde branchering Woonboulevard*

| Hoofdgroep | Branche | Mogelijk? | Toestaan? | Toelichting |
|---|---|---|---|---|
| PDV / Volumineus | Wonen | Ja | Ja | Reeds toegestaan, mogelijkheid continueren. Minimale maatvoering omlaag 500 $m^2$ bvo |
| | Doe-het-zelf | Nee | Nee | Concentratiegebied is Stadsrandzone Noord |
| | Tuin | Nee | Nee | Concentratiegebied is Stadsrandzone Noord |
| | Auto's, boten, caravans | Nee | Nee | Concentratiegebieden zijn Broekhin en Merum |
| Leisure | Sportschool | Nee | Nee | Concentratiegebied is Stadsrandzone Noord |
| | Overige leisure | Nee | Nee | Concentratiegebied is Stadsrandzone Noord |

# 6 Bijlagen



# B1: Bestaand beleid

Dit hoofdstuk geeft een overzicht van vigerend beleid. De samenvatting richt zich primair op aspecten die te maken hebben met perifere detailhandel, detailhandel op bedrijventerreinen en verspreide bewinkeling.

## Provinciaal beleid

**Omgevingsvisie Limburg (2021)**

In de provinciale omgevingsvisie geeft de provincie haar visie voor de lange termijn en wordt inzicht geboden hoe om te gaan met ontwikkelingen. Ten aanzien van het thema detailhandel is het volgende relevant:

- Limburg heeft te veel winkels. De verwachting is dat het aantal winkels de komende jaren flink reduceert. De centrale opgave is een groei in kwaliteit bij een afnemende kwantiteit.
- Voor vestiging van zelfstandige detailhandel is op bedrijventerreinen geen plaats. Dit hoort bij uitstek thuis in steden, kernen of specifieke winkelgebieden. In uitzonderlijke gevallen kan worden afgeweken als dit leidt tot meer kwaliteit en het schrappen van areaal elders.
- De provincie steunt en stimuleert gemeenten bij het compacter maken en kwalitatief versterken van de bestaande winkelgebieden in steden en landelijke kernen.
- De kwaliteit van de stedelijke centra als belangrijke ontmoetingsplaats wil de provincie behouden en waar mogelijk versterken. Die kwaliteit wordt niet alleen bepaald door winkels, maar door de mix met horeca, dienstverlening, cultuurhistorische objecten, kantoren, (ambachtelijke) bedrijven en binnenstedelijk wonen en zorg.
- Er moet een balans worden gevonden tussen winkels in grootschalige winkelgebieden zoals meubel-, huis- en tuinboulevards en outletcentra aan de rand van de steden, in binnensteden en in dorpskernen en wijken. Nieuwe grootschalige gebieden zijn niet aan de orde, gezien de overmaat aan winkels in Limburg. In bestaande grootschalige winkelgebieden aan de rand van de steden is geen ruimte voor winkels die bij uitstek thuishoren in de stadscentra.

## Regionaal beleid

**Regionaal beleidskader werklocaties Midden-Limburg (2018)**

Het regionale beleid is verankerd in het Regionaal beleidskader werklocaties Midden-Limburg. De belangrijkste uitgangspunten voor detailhandel in de niet-dagelijkse sector zijn als volgt:

- Bestaande winkelvoorraad en leegstand bieden in beginsel genoeg ruimte voor nieuwe winkels. Er wordt terughoudend omgegaan met nieuwe planinitiatieven. Bestaande locaties en plannen zijn het vertrekpunt. Van daaruit wordt gewerkt naar een verbeterd evenwicht tussen vraag en aanbod (het dynamisch voorraadbeheer).
- Gelet op de dynamiek binnen de retail blijft ruimte voor nieuwe initiatieven. Daarbij is ruimte voor concrete initiatieven die de bestaande structuur aantoonbaar niet negatief beïnvloeden. Uit oogpunt van de consumentverzorging kan uitbreiding van het winkelaanbod te verantwoorden zijn, bijvoorbeeld door toename van  bevolking. De Ladder voor Duurzame Verstedelijking speelt hierbij een belangrijke rol.
- Nieuwe ontwikkelingen zijn in principe alleen toegestaan op locaties binnen de (toekomstige) winkelstructuur, zoals beleidsmatig is vastgelegd (bijzondere initiatieven daargelaten). Kwaliteit staat voorop, kwantitatieve uitbreiding is volgend. Ontwikkelingen buiten de structuurbepalende winkelgebieden worden regionaal afgestemd.
- Specifieke aandacht gaat uit naar behoud van trekkers (met name supermarkten) in de bestaande structuur.
- Er wordt ingezet op compactere kernwinkelgebieden, door de gebiedsafbakening te heroverwegen. Concentratie van winkels vindt plaats in het kernwinkelgebied.
- Gemeenten maken werk van het verminderen van overbodig aanbod en ongebruikte bestemmingsplancapaciteit buiten de kernwinkelgebieden. Aan de hand van de regionale monitor stellen gemeenten jaarlijks prioriteiten vast.
- Perifere concentraties zijn complementair aan de reguliere centrumgebieden. Om de complementariteit van perifere locaties te bewaken, kunnen in bestemmingsplannen beperkende regelingen worden opgenomen. Dit kan gaan om een minimale omvang van winkels of branchering.
- Initiatieven die leiden tot brancheverruiming op perifere detailhandelsconcentraties moeten zo veel mogelijk voorkomen worden.

## Gemeentelijk beleid

**Ruimtelijk Detailhandelsbeleid Roermond (2015)**

In het detailhandelsbeleid geeft de gemeente het toekomstperspectief voor detailhandel. Daarbij worden onder meer ambities en uitgangspunten voor detailhandel ontwikkelingen benoemd.

- De ambitie is als volgt: ‘Roermond is toonaangevend op het gebied van detailhandel dankzij een sterke en evenwichtige detailhandelsstructuur die zorgt voor aantrekkingskracht en versterking van Roermond als bovenregionale koopstad. Om deze ambitie waar te maken zorgt de gemeente voor behoud van haar unieke positie, wordt ruimte geboden voor vernieuwing, worden innovatieve ontwikkelingen gestimuleerd en worden randvoorwaarden geschept voor een sterk en uitdagend ondernemersklimaat.
- Het Retailpark heeft een regionale aantrekkingskracht en richt zich op runshoppen, waarbij doelgericht aankopen doen én grootschaligheid centraal staan.
- De Huis & Tuin Boulevard heeft een regionale trekkracht, is goed bereikbaar met voldoende parkeergelegenheid en heeft een helder en herkenbaar profiel.
- De branchegroep ‘in en om huis’ geeft de Woonboulevard Vrijveld een duidelijk profiel. De woonbranche staat echter landelijk onder druk, de verwachting is dat het aantal woonboulevards de komende jaren halveert. Vrijveld vormt geen ruimtelijke eenheid waardoor de aanwezige detailhandel elkaar onvoldoende versterkt. Deze factoren maken samen met de matige bereikbaarheid voor de woonboulevard het toekomstperspectief onzeker.

- Kenmerkend voor detailhandel op bedrijventerreinen en verspreide detailhandel is dat deze van oudsher vaak op bepaalde locaties gevestigd is. Het aanbod is met name gevestigd op het bedrijventerrein Broekhin.

In het beleid staan verschillende uitgangspunten. Maatwerk blijft mogelijk voor bijzondere initiatieven die een aanwinst zijn voor de structuur:

- Behoud van een palet aan onderscheidende en complementaire (boven)regionale winkelclusters en toevoeging van onderscheidende initiatieven als deze van toegevoegde waarde zijn voor de gehele detailhandelsstructuur.
- Behoud en versterking van de koppositie op het gebied van funshoppen en runshoppen door een duidelijke profilering.
- Roermond heeft een ruim en gevarieerd winkelaanbod. Dit maakt de stad uniek. Dit Unique Selling Point moet worden behouden.
- Behoud van de detailhandelsstructuur (buurt- en wijkcentra, funshoppen en runshoppen), waarbij wordt ingezet op versterking van de perspectiefrijke winkelgebieden in de zin van compactheid, concentratie, compleet en comfortabel.
- Nieuwe detailhandelsinitiatieven binnen de bestaande winkelclusters realiseren.
- Beperken van verdere uitbreiding van verspreid winkelaanbod. Solitair aanbod consolideren en waar mogelijk inzetten op transformatie en verplaatsing naar kansrijke winkelclusters.
- Beleving staat in de binnenstad voorop met de combinatie van onder meer winkelen, horeca, dienstverlening en cultuur. De relatie met toerisme wordt verder versterkt. Een duidelijke profilering van de binnenstad, het versterken van de synergie met het DOR en behouden van de bestaande samenwerkingsverbanden horen hier bij.
- Nieuwe initiatieven die vallen onder perifere detailhandel (PDV) of grootschalige detailhandel (GDV) vestigen zich binnen bestaande clusters. Dit mag niet leiden tot vertroebeling van het cluster. Uitzonderingen kunnen zijn: PDV/GDV initiatieven van een solitaire locatie richting een PDV/GDV cluster verplaatsen.
- Binnen de gestelde kaders moeten nieuwe initiatieven op het gebied van blurring mogelijk zijn. De hoofdfunctie moet behouden blijven ter voorkoming van vervaging.

**Visie dagelijkse voorzieningenstructuur Roermond (2024)**

De visie op de dagelijkse voorzieningenstructuur vervangt het vigerend detailhandelsbeleid van de gemeente Roermond (Ruimtelijk Detailhandelsbeleid 2015-2020) voor het onderdeel ‘Dagelijkse boodschappen’ en ‘Supermarkten’. Het accent in deze visie ligt op het voorzien in de toekomstige behoefte van de eigen inwoners en de leefbaarheid.

- Het beleid zet in op continueren van het bestaande beleid waarbij de nadruk wordt gelegd op de eigen inwoners en leefbaarheid. Het dagelijkse voorzieningenaanbod staat aan de basis van de leefbaarheid.
- Compact, compleet en comfortabel blijven belangrijke speerpunten. Complete winkelgebieden zorgen ervoor dat de kwaliteit en keuzemogelijkheden op peil zijn. Comfortabele winkelgebieden zorgen ervoor dat de consument weinig ‘drempels’ ervaart om de boodschappen te doen. Winkelgebieden spelen hiermee in op gemak en efficientie.
- Concentratie van het dagelijks aanbod is een uitgangspunt. De gemeente Roermond blijft streven naar concentratie van supermarkten en ander dagelijks voorzieningenaanbod in de buurt-, wijken dorpscentra. De gemeente Roermond kiest voor concentratie in winkelgebieden. Dit betekent dat terughoudend wordt omgegaan met solitaire supermarkten.
- Geen nieuw dagelijks aanbod op perifere concentraties.
- De gemeente Roermond gaat actief aan de slag met het saneren van (harde) plancapaciteit van supermarkten op ongewenste, onbenutte en potentieel structuur verstorende locaties, zoals op bedrijventerreinen of andere solitaire plekken.

**Omgevingsvisie Roermond (2023)**

In de omgevingsvisie wordt ingegaan op de fysieke leefomgeving en richt zich op mogelijkheden om te wonen, werken, recreëren, ondernemen, maar ook op een gezond en veilig leefklimaat.

- In de omgevingsvisie wordt benadrukt dat de binnenstad een belangrijke regionale functie vervult. De binnenstad is dé plek voor cultuur, historie, horeca en winkels. Het merendeel van de bezoekers komt uit Roermond of de dorpen uit de directe gemeente. De binnenstad kent een groot aanbod aan landelijke ketens en lokale middenstand.
- De historische binnenstad en het Designer Outlet Roermond (DOR) vormen samen met de Maasplassen een enorme aantrekkingskracht op inwoners en bezoekers.
- Roermond heeft een aantal locaties voor grootschalige detailhandel waaronder het Retailpark en de Huis & Tuinboulevard. Ook woonboulevard Vrijveld draagt bij aan het goede voorzieningenniveau van de stad. Deze locaties hebben een (boven)regionale verzorgingsfunctie.

# B2: Trends en ontwikkelingen

In deze bijlage zijn de belangrijkste trends in de detailhandel opgenomen. Landelijke trends (in de infographics) zijn vertaald naar de context en betekenis voor Roermond, met een scope tot circa 2030-2035.

**Winkels komen en gaan**

Berichtgeving over detailhandel is vaak eenzijdig. Vaak komen faillissementen groot in het nieuws, terwijl nieuwe vestigingen of formules nauwelijks worden benoemd. In de toekomst blijven winkels verdwijnen, maar komen ook nieuwe winkels terug. Zowel het Designer Outlet als het centrum en de perifere locaties hebben behalve een lokale functie ook een belangrijke functie voor de regio en Duitse bezoekers.

**Functiemix wordt groter, maar soms ook eenzijdiger**

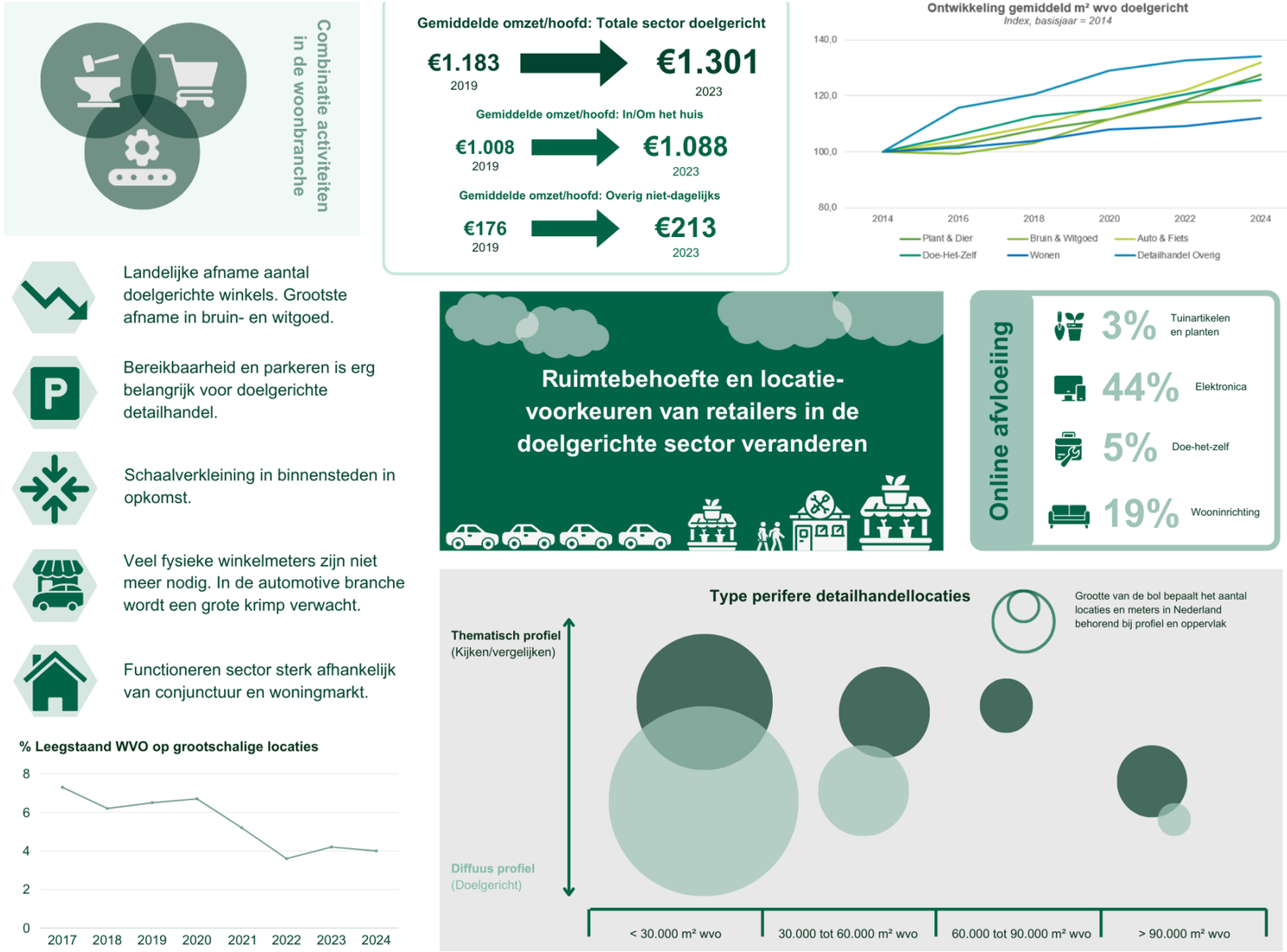
Voor het centrum van Roermond geldt dat de functiemix groter wordt. Hoewel winkelen het belangrijkste motief blijft, worden ook andere motieven belangrijker. Denk aan wonen, werken, evenementen en het bezoeken van cultuur, diensten en maatschappelijke voorzieningen. Op wijkniveau zal dit in sommige gevallen (op kleinere schaal) ook aan de orde zijn. Toch wordt het bezoekmotief op wijkniveau ook eenzijdiger. Daar draait het in de toekomst vooral om de dagelijkse boodschappen.

**Meer blending**

Ondernemers moeten kunnen ondernemen. Dit betekent dat eendimensionale verkoopkanalen soms verbreed worden om meer waarde te creëren. Sommige winkels kiezen er voor om naast de fysieke winkel een webshop te openen. Anderen kiezen er voor 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 ziet uitsluitend op het vermengen van detailhandel met horeca (en alcohol). In dit laatste geval is de Alcoholwet van toepassing. Deze wet stelt dat geen alcohol mag worden geschonken aan bezoekers in de winkel. Dit moet in een aparte ruimte en via een aparte vergunning.




*Figuur 6: Trends en ontwikkelingen in de recreatieve sector*




*Figuur 7: Trends en ontwikkelingen in de doelgerichte sector*

**Belang van mobiliteit in relatie tot detailhandel**

In Roermond zijn diverse plannen en ambities voor verdere verdichting van de stad. Meer inwoners, meer woningen en een bredere functiemix, betekent dat de mobiliteit toeneemt. Dit zet druk op de bereikbaarheid van de voorzieningen. Het belang van vervoer te voet, per fiets en het openbaar vervoer neemt toe. Tegelijkertijd komt men voor specifieke doelgerichte aankopen of vanuit de regio vooral met de auto. Dit zal ook in de toekomst zo blijven. Bereikbaarheid van winkelgebieden is één van de belangrijkste voorwaarden voor een goed functioneren. In de mobiliteitsmix zal de auto, naast andere modaliteiten, ook in de toekomst een belangrijke rol blijven spelen voor de winkelgebieden. Bij verdichting en nieuwe plannen moet daar rekening mee worden gehouden.

**Succes van doelgericht winkelen**

Mede door de sterke woningmarkt, de woningbouw en verhuisbewegingen functioneren woonboulevards en retailparken in algemene zin bijzonder goed. De leegstand is op veel locaties in Nederland beperkt en onder frictieniveau (<5%). Vooral winkels in de woonbranche doen het al jaren bijzonder goed, zoals meubelwinkels, woonwarenhuizen, beddenzaken en keukenzaken. In verlengde van de woonbranche functioneren ook winkels in de doe-het-zelf- en tuinbranche doorgaans redelijk goed. Hoewel het online marktaandeel in deze sectoren de laatste jaren stijgt, blijft het aandeel online bestedingen beperkt. Dit is anders voor winkels in bruin- en witgoed. Deze winkels hebben al meer dan een decennium last van veel online concurrenten, waardoor het aantal fysieke winkels sterk is gedaald. Anderzijds is een formule zoals Coolblue sterk expansief in fysieke winkels naast de online webshop. Los van het type aanbod zijn perifere locaties succesvol vanwege de vaak goede bereikbaarheid en ruime (gratis) parkeermogelijkheden.

Woonboulevards en retailparken kunnen op twee manieren succesvol zijn. Enerzijds op basis van doelgerichte aankopen met voldoende grote trekkers. Er is dan weinig samenhang tussen de winkels, maar door voldoende eigen trekkracht per winkel komen er toch genoeg klanten. Anderzijds op basis van thematisch profiel. In deze situatie is er qua profiel samenhang tussen winkels en andere voorzieningen, waardoor de consument winkels logisch kan combineren. Vaak wordt gekozen voor het thema ‘in en om het huis’.

Het feit dat de consument nog steeds veel doelgericht winkelt, betekent dat bepaalde winkels ook prima solitair kunnen functioneren, mits bereikbaarheid en parkeren goed zijn. Denk aan winkels in aanloopstraten die opereren in specifieke niches. Ook winkels op bedrijventerreinen, zoals kringloopwinkels, winkels in haarden/kachels, tegel en zwembaden kunnen goed functioneren. Dit laatste is vanuit het beleid op bedrijventerreinen echter niet altijd wenselijk.

**Grootschalige leisure ook kansrijk voor perifere locaties**

De leisuresector kent zowel grootschalige als kleinere bedrijven. Binnensteden als Roermond zijn geschikt voor (relatief) kleinschalige leisurebedrijven ook gericht op ‘impulsbezoekers’. Voor grotere zaken is hier vaak onvoldoende ruimte beschikbaar, de huurprijzen zijn te hoog of de bereikbaarheid per auto onvoldoende. Meer grootschalige vormen van leisure zijn vaker te vinden aan de randen van binnensteden.

Meer grootschalige vormen van leisure zijn bovendien kansrijk voor vestiging op perifere locaties. Hier is, net als in centra, vaak ook sprake van wisselwerking met andere functies. Veel voorkomende vormen van grootschalige leisure zijn onder meer bowling, karten, trampolineparken, indoor golf, indoor speeltuin, laser gaming of beauty centra. Het aanbod is zeer veelzijdig en er ontstaan continu nieuwe leisurevormen of combinaties ervan.




*Figuur 8: Trends en ontwikkelingen voor leisure*

# B3: Analyse vraag en aanbod

## Consumentendraagvlak

### Bevolkingsgroei zorgt voor meer draagvlak

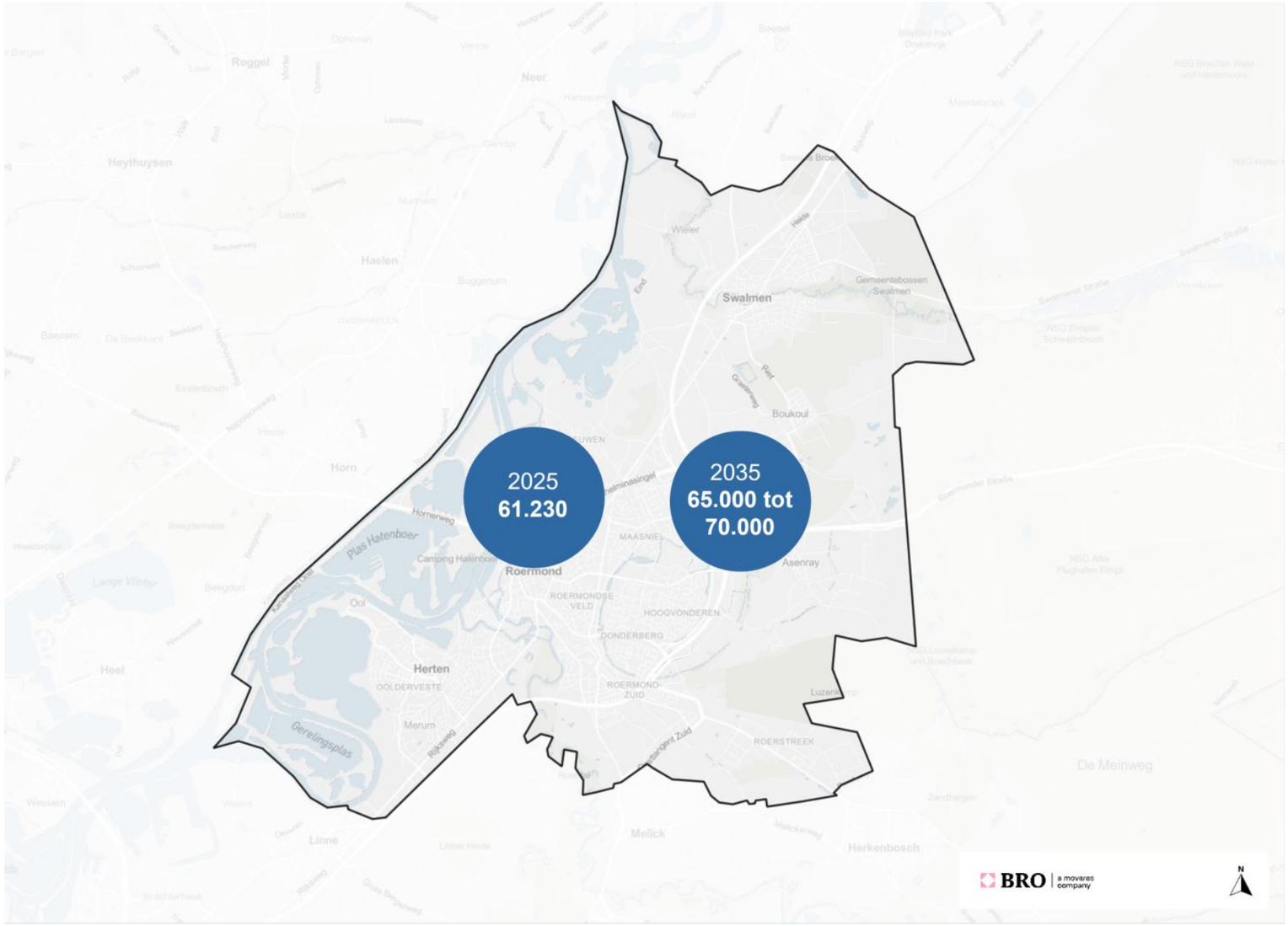
- De gemeente Roermond telt circa 61.230 inwoners[3]. De komende jaren worden per saldo circa 3.000 woningen toegevoegd (planlijst woningbouw). Rekening houdend met de gemiddelde huishoudensgrootte in Roermond (2,0) betekent dit een toename van circa 6.000 inwoners.
- Dit staat los van de ambities van 'Limburg Centraal'. Hierin staat beschreven op welke manier Limburg kan bijdragen aan de Nederlandse groeiopgave. In dit document wordt ervan uitgegaan dat de gemeente Roermond in 2040 circa 70.000 inwoners telt.
- Het daadwerkelijke aantal inwoners is afhankelijk van het daadwerkelijke aantal woningen en de snelheid van realisatie. We houden voor 2035 rekening met een bandbreedte van 65.000 à 70.000 inwoners.

### Gemiddeld inkomen iets beneden het landelijk gemiddelde

- Het gemiddeld inkomen per inwoner in de gemeente Roermond bedraagt circa € 31.000 per inwoner per jaar. Dit is circa 5% beneden het landelijk gemiddelde van circa € 32.700 per inwoner per jaar.

### Aandeel ouderen neemt iets toe

- De leeftijdsgroepen 25 tot 45 jaar en 45 tot 65 jaar zijn het meest vertegenwoordigd in de gemeente Roermond.
- De leeftijdsverdeling in de gemeente Roermond is vergeleken met het landelijk gemiddelde. Het aandeel ouderen (ouder dan 65 jaar) ligt iets hoger dan het landelijk gemiddelde en neemt de komende jaren bovendien toe.



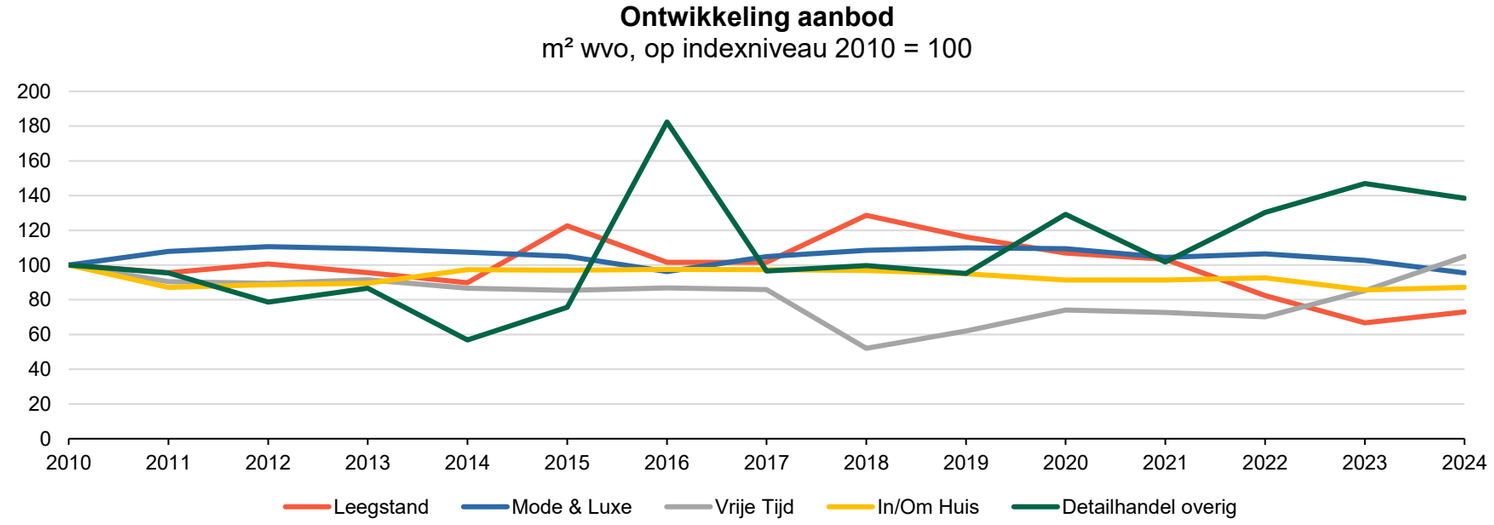

*Figuur 9: Overzicht van de bevolkingsgroei in de gemeente Roermond.*

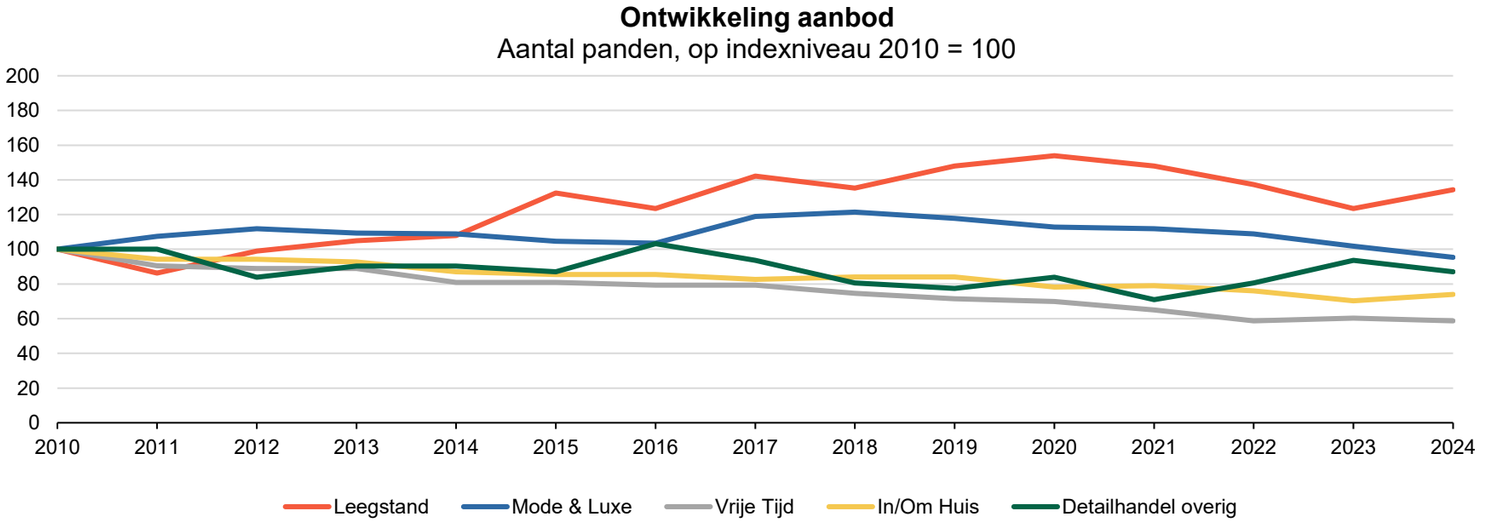
[3] Aantal inwoners op 1 januari, Roermond in cijfers

## Ontwikkeling winkelaanbod

Onderstaand wordt inzicht geboden in de ontwikkeling van het winkelaanbod en de leegstand in Roermond. Cijfers zijn op basis van Locatus.

- De **leegstand** in de gemeente Roermond in winkelvloeroppervlak (wvo) is de afgelopen jaren afgenomen. Het aantal leegstaande panden is echter gestegen. Ten opzichte van 2010 steeg het aantal leegstaande panden met circa 34%. Op dit moment kent de gemeente Roermond een leegstand van 7% in wvo en 12% in aantal panden. De leegstand ligt daarmee iets boven het landelijk gemiddelde (6% in wvo en 7% in aantal panden). In de provincie Limburg bedraagt de leegstand circa 9% in wvo en 11% in aantal panden. De gemiddelde omvang van leegstaande pand is de afgelopen jaren afgenomen. De huidige leegstand concentreert zich met name in het centrum van Roermond. De leegstand op de perifere locaties is juist zeer beperkt.
- Het aanbod in de branchegroep **'mode en luxe'** (kleding, schoenen, etc.) is de afgelopen jaren qua omvang en qua aantal verkooppunten redelijk stabiel gebleven. Dat het aanbod stabiel is gebleven komt met name door de outlet. In het centrum van Roermond is het aanbod 'mode en luxe' juist gedaald. Dit ligt in lijn met de landelijke trend en heeft onder andere te maken met de groei van online bestedingen en veranderd consumentengedrag.
- De omvang van het winkelaanbod in de branchegroep '**vrije tijd**' (sport, hobby, media, elektronica, etc.) is over het algemeen redelijk stabiel gebleven. De daling in 2018 werd grotendeels veroorzaakt doordat Vrijbuiter failliet ging. In 2019 maakte de keten echter een doorstart. Vrijbuiter had in 2018 een vrij grote vestiging (ca. 10.000 m² wvo) en kwam kleiner terug (ca. 4.000 m² wvo). Ook de afgelopen jaren steeg de omvang van de branchegroep 'vrije tijd' licht. Dit kwam onder meer door de komst van Bever (ca. 7.000 m² wvo) en de uitbreiding van Vrijbuiter (van ca. 4.000 naar ca. 6.800 m² wvo, nu Kampeerwinkel Roermond). De branchegroep heeft net als de branchegroep 'mode en luxe' last van online concurrentie. Dat ook deze sector onder druk staat is zichtbaar in de ontwikkeling. Het



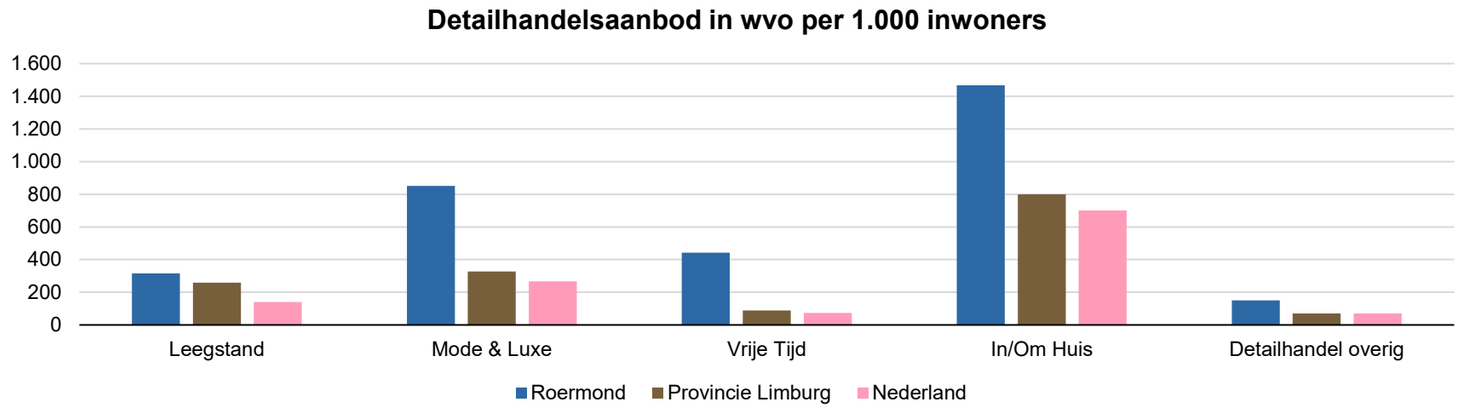
aantal winkels nam af. Ten opzichte van 2010 met circa 40%. De branchegroep is met name geconcentreerd op het Retailpark.

- Het aantal verkooppunten en de omvang van het aanbod binnen de branchegroep '**in en om huis'** in Roermond neemt iets af. Het aantal verkooppunten daalt sterker dan de omvang. Dit wijst op enige schaalvergroting. In vergelijking met de provincie Limburg en Nederland kent Roermond relatief veel aanbod in deze sector. Dit kan worden verklaard door de aanwezigheid van meerdere perifere clusters (o.a. de Huis & Tuin Boulevard, het Retailpark en de Woonboulevard), maar ook het aanbod op de bedrijventerreinen (o.a. Broekhin), de centra en op solitaire locaties.
- De branchegroep **'overig'** is in de gemeente Roermond beperkt aanwezig. De afgelopen jaren is de omvang en het aantal zaken iets toegenomen. Met name de omvang steeg sinds 2021 sterk. Dit komt onder meer door de komst van HarrieXL (ca. 2.500 m² wvo) en Tweedehands centrum Roermond (ca. 1.800 m² wvo).

## Benchmark gemeente Roermond

In deze paragraaf is het detailhandelsaanbod in Roermond vergeleken met de provincie Limburg en Nederland. Dit is gedaan door het winkelaanbod in wvo per 1.000 inwoners met elkaar te vergelijken. De volgende zaken vallen op:

- Roermond kent een iets hogere leegstand per 1.000 inwoners in vergelijking met de provincie Limburg en Nederland.
- Het aanbod in de branchegroep 'mode en luxe' per 1.000 inwoners ligt fors boven zowel het provinciaal als landelijk gemiddelde. Met name de aanwezigheid van de Designer Outlet zorgt voor dit verschil. De Designer Outlet heeft echter niet alleen een verzorgingsfunctie voor inwoners van Roermond, maar trekt ook veel bezoekers uit Duitsland, de rest van Nederland en België.

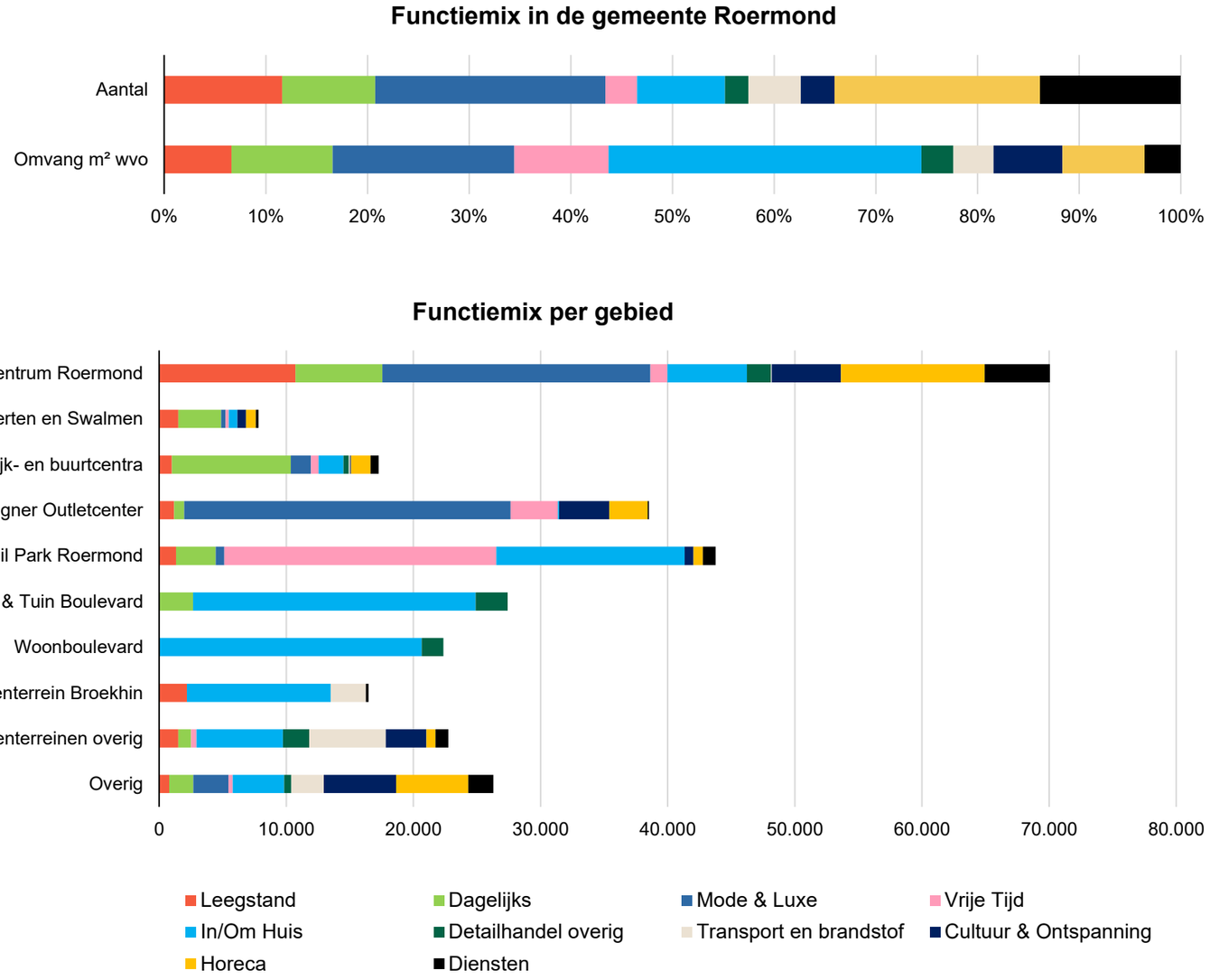


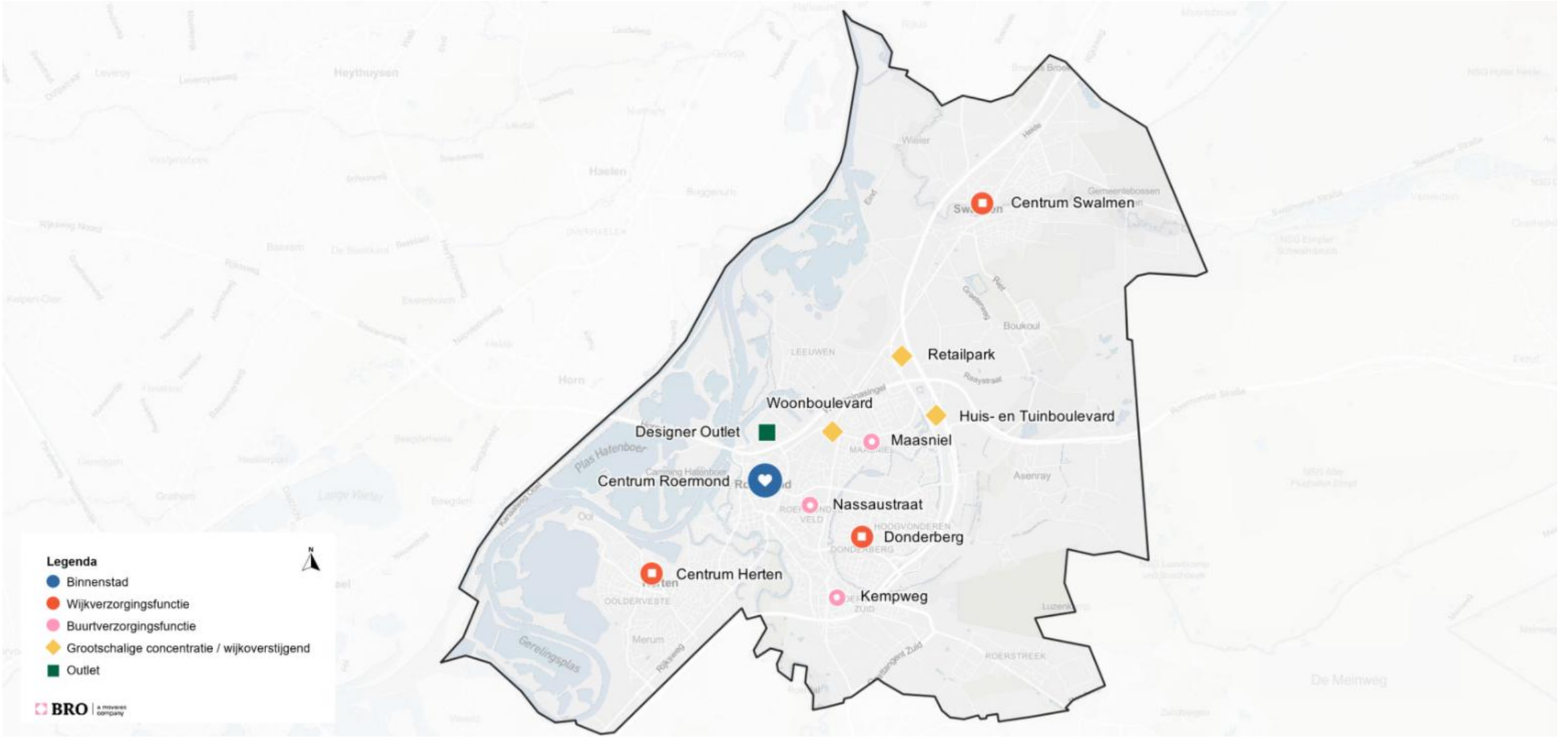

- Roermond heeft ook relatief veel aanbod per 1.000 inwoners in de branchegroep 'in en om huis'. Dit aanbod is sterk vertegenwoordigd op onder andere de Huis & Tuin Boulevard, het Retail Park en de Woonboulevard. Maar ook op bedrijventerrein (met name Broekhin). Deze locaties trekken niet alleen bezoekers uit Roermond, maar hebben ook een regionale aantrekkingskracht.
- Het aanbod per 1.000 inwoners binnen de branchegroep 'vrije tijd' is eveneens sterk vertegenwoordigd in Roermond. Dit heeft met name te maken met de aanwezigheid enkele zeer grootschalige winkels op het Retailpark (o.a. Kampeerwinkel, Decathlon, Bever en Intersport), maar ook een uitgebreid aanbod op het Designer Outlet (diverse sportwinkels). Deze winkels hebben nadrukkelijk een regionale functie.
- Het aanbod detailhandel overig per 1.000 inwoners ligt net iets boven het provinciaal en landelijk gemiddelde. De aanwezigheid van enkele grote tweedehands(kleding)winkels en budgetwinkels (Het Goed, Harrie Outlet XL en Tweedehands centrum Roermond) is hiervoor een belangrijke oorzaak.

## Detailhandelsstructuur

Figuur 10 op de volgende pagina toont een overzicht van de huidige detailhandelsstructuur in de gemeente Roermond. Nevenstaande grafieken tonen de functiemix op basis van Locatus. Zowel voor de gemeente Roermond als geheel (procentueel) als voor de verschillende centra, bedrijventerreinen en verspreide bewinkeling (omvang in m² wvo).

- Roermond kent een duidelijk detailhandelsstructuur met duidelijke complementaire winkelgebieden. De verschillende winkelgebieden hebben elk een eigen profiel.
- Het centrum van Roermond heeft recreatieve functie en een gemixt functieprofiel. Met niet alleen winkels, maar ook horeca, diensten, cultuur en ontspanning. Dit is een uitstekend profiel voor een hoofdwinkelgebied.
- De centra van Herten en Swalmen, evenals de verschillende wijk- en buurtcentra hebben primair een boodschappenfunctie.
- Het Designer Outlet heeft primair een recreatieve winkelfunctie, met sterke nadruk op mode en luxe (kledingwinkels) en vrije tijd (sportwinkels).
- Het Retailpark wordt sterk doelgericht bezocht en beschikt over een uitgebreid aanbod binnen de branchegroepen vrije tijd (sport, outdoor) en in en om huis (woonwinkels). De grote Albert Heijn XL draagt bij aan het boodschappenprofiel. Het aanbod, dat toch enige variatie kent, is kenmerkend voor Retailparken in Nederland.
- De Huis & Tuinboulevard en de Woonboulevard aan de Dr. Philipslaan zijn klassieke PDV-locaties en worden sterk doelgericht bezocht. Het aanbod betreft hoofdzakelijk klassieke PDV-branches (woonwinkels, bouwmarkten en een tuincentrum). Door de aanwezigheid van twee supermarkten heeft de Huis & Tuinboulevard tevens een boodschappenfunctie.
- Opvallend is het ruime PDV-aanbod (woonwinkels) op bedrijventerrein, maar ook solitair gelegen aanbod (zie ook volgende paragraaf). Dit aanbod is onder meer gevestigd op bedrijventerrein Broekhin en aan de Dr. Philipslaan.



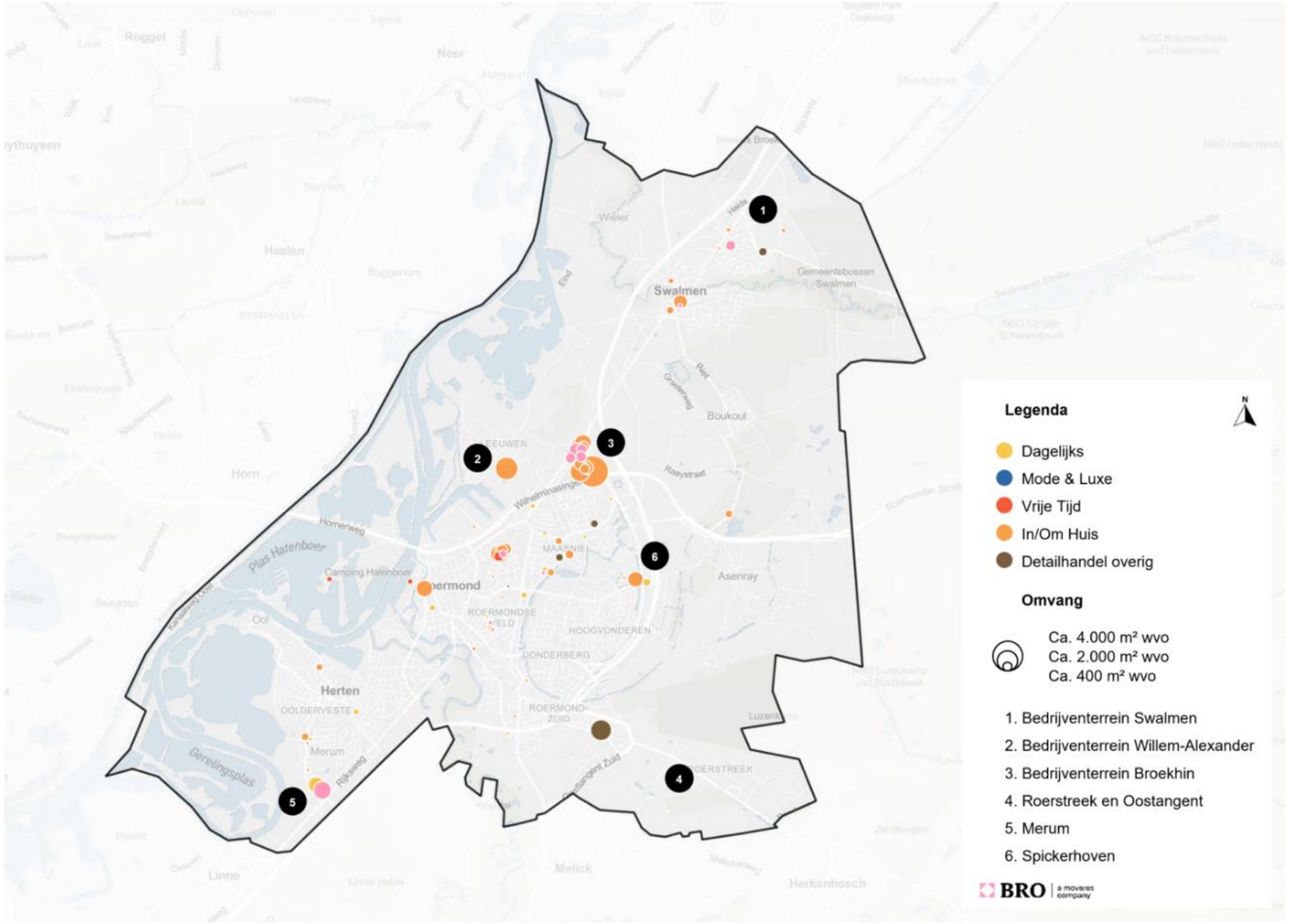



*Figuur 10: Overzichtskaart huidige detailhandelsstructuur*

## Analyse verspreide bewinkeling

Met ‘verspreide bewinkeling’ bedoelen we alle winkels die zich buiten de winkelconcentratiegebieden bevinden, zoals op bedrijventerreinen en solitair gelegen aanbod. Sinds 2010 is de totale winkelruimte buiten de winkelstructuur aanzienlijk afgenomen, van 66.230 m² wvo naar ruim 35.000 m² wvo. Verschillende grotere winkels (o.a. Praxis, Beter Bed) zijn verplaatst. Het volgende valt op:

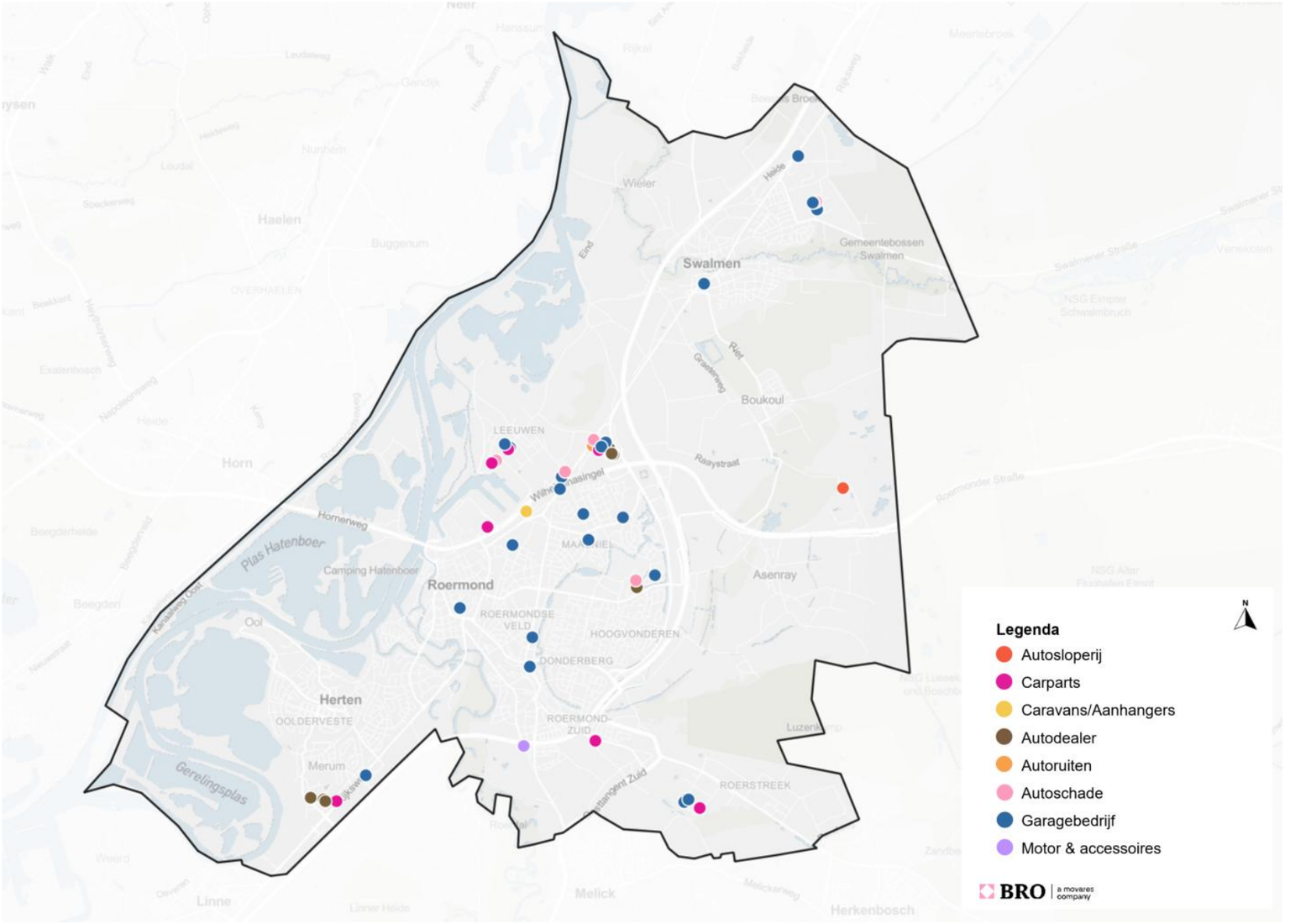
- **Broekhin**: detailhandel in auto's, motorfietsen, boten, caravans, automaterialen en aanverwante artikelen mits die ondergeschikt zijn aan de hoofdfunctie van het bedrijf zijn toegestaan. Daarnaast maken verschillende aanduidingen de branches wonen en doe-het-zelf mogelijk. Op dit bedrijventerrein zijn momenteel onder andere volgende winkels aanwezig: Den Elzen (4.000 m² wvo), SIEBEN (1.600 m² wvo), UNIEK (1.200 m² wvo), ABITARE (545 m² wvo), Prominent (767 m² wvo) en Superkeukens (415 m² wvo). Ook zijn er diverse autodealers en bedrijven in auto-onderdelen gevestigd.
- **Bedrijventerrein Swalmen**: detailhandel is uitsluitend toegestaan in de vorm van ter plaatse vervaardigde, bewerkte of herstelde goederen ter plaatse van de aanduiding 'specifieke vorm van bedrijventerrein-detailhandel in ter plaatse vervaardigde, bewerkte of herstelde goederen'. Ook detailhandel in auto’s is toegestaan uitsluitend ter plaatse van de aanduiding 'specifieke vorm van bedrijf- detailhandel in auto's’. Op dit bedrijventerrein zijn momenteel enkele autobedrijven gevestigd, een fanshop van Max Verstappen en een bedrijf gespecialiseerd in deuren en kozijnen.
- **Bedrijventerrein Willem-Alexander:** detailhandel uitsluitend toegestaan als ondergeschikte nevenactiviteit in ter plaatse bewerkte of verwerkte producten tot een maximale oppervlakte van 500 m². Het detailhandelsaanbod is beperkt tot een aantal autobedrijven en een grootschalige fietsenzaak. Enkele bedrijven hebben vooral een (ondergeschikte) detailhandelsfunctie hebben (zoals Dave & Adams Europe).




*Figuur 11: Verspreide bewinkeling in de gemeente Roermond*

- **Merum**: detailhandel is uitsluitend toegestaan ter plaatse van de aanduiding 'detailhandel'. Detailhandel in auto's, motorfietsen, boten, caravans, automaterialen en aanverwante artikelen, is uitsluitend ter plaatse van de aanduiding 'specifieke vorm van detailhandel - autohandel' toegestaan. In dit gebied zijn overwegend autobedrijven gevestigd. In het noordelijk deel is een bedrijf gevestigd gespecialiseerd in veranda's, schuifwanden en schuttingen. Sinds eind 2024 is hier tevens een Aldi gevestigd.
- **Spickerhoven**: uitsluitend perifere detailhandel in de branche auto's is hier toegestaan. In dit gebied zijn enkele autobedrijven gevestigd, maar ook een sanitairwinkel en een winkel in onder meer zonnepanelen, warmtepompen en CV-ketels. Beide winkel zijn echter meer bedrijf/showroom, dan pure winkel.
- **Roerstreek en Oostangent**: het omgevingsplan maakt ter plaatse van de aanduiding 'detailhandel' detailhandel in de branche wonen, in hengelsport en in ter plaatse bewerkte en verwerkte producten met uitzondering van voeding mogelijk. Ook detailhandel in de branche auto's is mogelijk (uitsluitend ter plaatse van de aanduiding 'detailhandel volumineus'). Overige detailhandel is uitsluitend mogelijk als ondergeschikte nevenactiviteit in ter plaatse bewerkte of verwerkte producten tot een maximale oppervlakte van 200 m². In het gebied zijn vooral automotive zaken gevestigd.

Een groot deel van de verspreide bewinkeling betreft naast reguliere winkels bedrijven in de automotive sector, zoals autoshowrooms en garagebedrijven. Dit valt formeel binnen het detailhandelsbeleid, omdat er sprake is van verkoop aan consumenten. Toch hangen de activiteiten sterk samen met bedrijventerreinen. Dit aanbod is vanwege de aard van het assortiment veelal niet inpasbaar of wenselijk in de reguliere winkelgebieden en daarom gevestigd en geclusterd op bedrijventerreinen. Tegelijkertijd zien we in binnensteden steeds vaker kleinschalige autoshowrooms landen (doorgaans showroom / promotie van elektrische auto's). In die zin zijn autoshowrooms niet meer uitsluitend behouden voor bedrijventerreinen.




*Figuur 12: De automotive sector in de gemeente Roermond*

## Beschrijving per gebied

### Retailpark

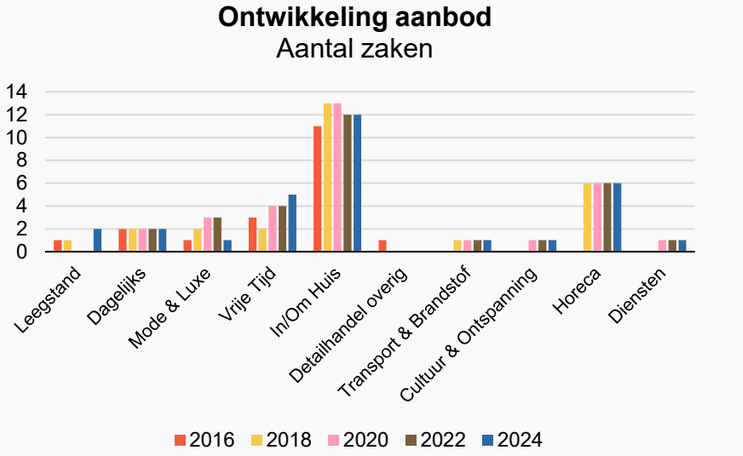
- Het Retailpark trekt veel bezoekers uit de regio en Duitsland. Het gebied richt zich met name op het runshoppen, waarbij het doelgericht aankopen doen én grootschaligheid centraal staan.
- Ruimtelijk gezien is het Retailpark zeer compact en er zijn veelal bekende landelijke ketens gevestigd zoals Xenos, Pronto Wonen en MediaMarkt.
- De bereikbaarheid is in de basis goed, nabij de A73 en ontsloten via de N271 (Sint Wirosingel) en N280. Tegelijkertijd staat de bereikbaarheid op momenten onder druk door het hoge aantal bezoekers in het gebied. Dit heeft ook te maken met de nabijheid van bedrijventerrein Broekhin en de Huis & Tuinboulevard, die allemaal bezoekers generen. Hierdoor zit met name de Sint Wirosingel aan de maximale capaciteit. Op het Retailpark zijn voldoende parkeermogelijkheden.
- Bijlage 6 geeft in nadere inkijk in het Retailpark op basis van een grootschalige bezoekersenquête.

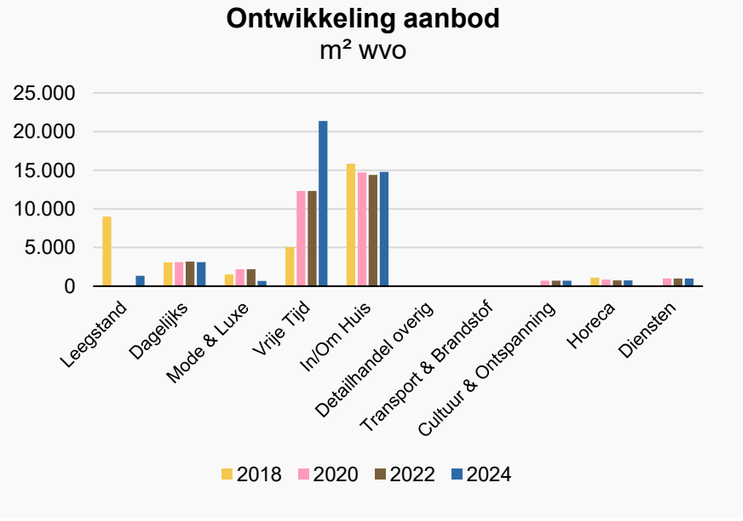
### Planologische mogelijkheden

- Detailhandel met een oppervlakte van minimaal 1.000 m² bvo per vestiging is toegestaan. Ook is ondergeschikte detailhandel in branche- vreemde producten toegestaan tot maximaal 10% van het bedrijfsvloeroppervlak.
- De functieaanduiding *specifieke vorm van detailhandel – 1* maakt een kampeerwinkel mogelijk van maximaal 9.500 m² bvo en een tentenzaak van maximaal 1.500 m² bvo.
- De functieaanduiding *specifieke vorm van detailhandel – 2* staat verschillende branches en winkelvormen toe waaronder huishoudelijke artikelen (max. 3.350 m² bvo), sport en spel, uitsluitend sportzaak (max. 6.000 m² bvo) en speelgoed (max. 2.000 m² bvo), hobby, uitsluitend muziekinstrumenten (max. 2.200 m² bvo), bruin en witgoed (max. 6.700 m² bvo) auto en fiets, uitsluitend fietsen en scooters/brommers (max. 1.400 m² bvo), wonen (max. 10.000 m² bvo), plant en dier, uitsluitend dibevo (max. 1.200 m² bvo), ten hoogste één supermarkt (min. 3.500 m² wvo en max. 4.000 m² bvo) en de verkoop van carnavalsartikelen (max. 1.100 wvo, uitsluitend toegestaan gedurende maximaal vijf achtereenvolgende maanden, jaarlijks in de periode van november tot en met maart).

*Tabel 5: Aanbod Retailpark*

| Hoofdbranche | Omvang (m² wvo) | Aantal panden |
|---|---|---|
| Leegstand | 1.330 | 2 |
| Levensmiddelen | 3.118 | 2 |
| Huishoudelijke- & Luxe artikelen | 685 | 1 |
| Sport & Spel | 21.396 | 5 |
| Plant & Dier | 585 | 1 |
| Bruin & Witgoed | 3.852 | 2 |
| Wonen | 10.359 | 9 |
| Sport | 700 | 1 |
| Eten | 285 | 2 |
| Fastservice | 455 | 4 |
| Particuliere Dienstverlening | 1.000 | 1 |
| **Totaal** | **43.765** | **30** |



**Huis en Tuin Boulevard**

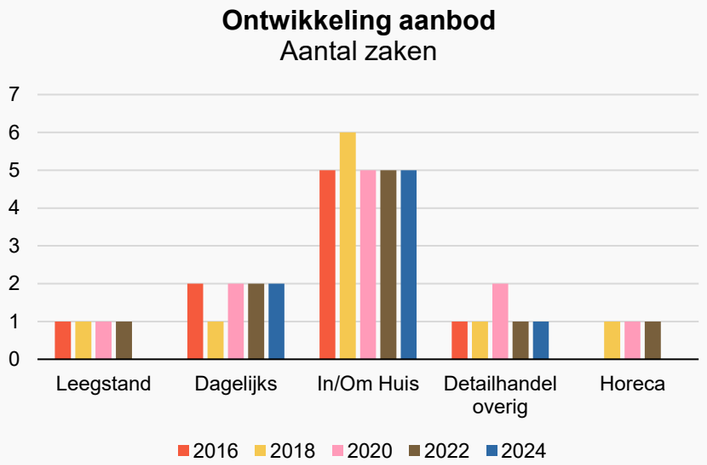
- In 2008 opende de Huis & Tuin Boulevard. De Huis & Tuin Boulevard heeft een regionale trekkracht en trekt net als het Retailpark ook veel bezoekers uit Duitsland.
- Ruimtelijk gezien is het is een langgerekt centrum, waar wel sprake is van clustering van aanbod.
- Het aanbod op de Huis & Tuinboulevard is met name gericht op ‘huis’ en ‘tuin’. Dit betreft zowel doe-het-zelf (Gamma en Praxis), woonwinkels (Leen Bakken en Kwantum) en het enige tuincentrum in Roermond (bijStox). Tegelijkertijd is hier ook een winkel in partijgoederen en er zijn twee supermarkten.
- Ook voor de Huis & Tuinboulevard geldt dat de bereikbaarheid in beginsel goed is, maar dat de bereikbaarheid via de Sint Wirosingel op momenten onder druk staat door het hoge aantal bezoekers in het gebied (o.a. door nabijheid Retailpark en Broekhin). De Huis & Tuinboulevard beschikt over ruimte parkeercapaciteit.
- Bijlage 6 geeft een nadere inkijk in de Huis & Tuinboulevard p basis van een grootschalige bezoekersenquête.

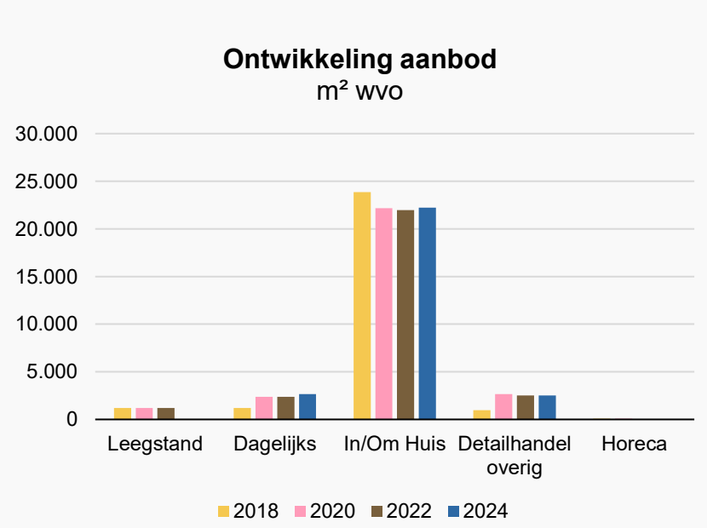
**Planologische mogelijkheden**

- Detailhandel met een oppervlakte van minimaal 1.000 m² bvo per vestiging is toegestaan. Ook is ondergeschikte detailhandel in branche- vreemde producten toegestaan tot maximaal 10% van het bedrijfsvloeroppervlak.
- Voor het hele cluster geldt de functieaanduiding *specifieke vorm van detailhandel – 3.* Op basis daarvan zijn verschillende branches toegestaan waaronder plant en dier (max. 12.400 m² bvo), doe-het-zelf (max. 14.000 m² bvo), wonen (max. 16.400 m² bvo) en ten hoogste 2 supermarkten (samen 3.375 m² bvo).

*Tabel 6: Aanbod Huis & Tuinboulevard*

| Hoofdbranche | Omvang (m² wvo) | Aantal panden |
|---|---|---|
| Levensmiddelen | 2.664 | 2 |
| Plant & Dier | 6.890 | 1 |
| Doe-Het-Zelf | 10.195 | 2 |
| Wonen | 5.148 | 2 |
| Detailhandel Overig | 2.511 | 1 |
| **Totaal** | **27.408** | **8** |



**Woonboulevard (Dr. Philipslaan)**

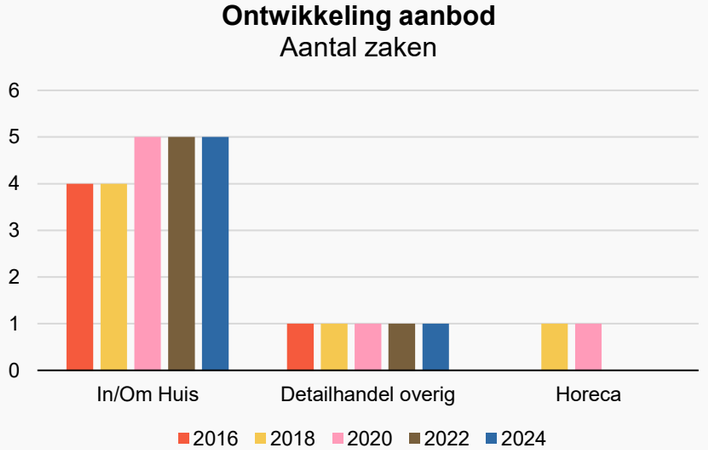
- Het aanbod op de Woonboulevard betreft bijna uitsluitend klassiek PDV-aanbod binnen de branchegroep ‘in en om huis’. Het gebied trek veel consumenten uit de regio en ook uit Duitsland.
- Sijben is met vier winkels de voornaamste trekker (Sijben, Woon-center Sijben, Sijben Slapen en Sijben Outdoor). Goossens (Wonen en Slapen) en Het Goed maken het aanbod compleet.
- De woonboulevard vormt niet echt een ruimtelijke eenheid waardoor de aanwezige detailhandel elkaar onvoldoende versterkt. Iets ten zuiden van de Woonboulevard (ook aan de Dr. Philipslaan) ligt bovendien nog een klein cluster van winkels in de branchegroep ‘in en om huis’.
- De bereikbaarheid, uitstraling en de beschikbaarheid van het gebied zijn matig.

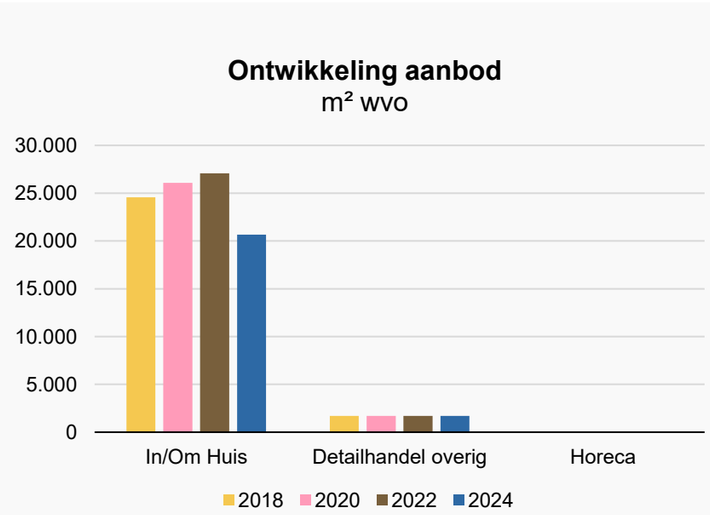
**Planologische mogelijkheden**

- In het gebied is volumineuze detailhandel (inclusief ondergeschikte horeca) toegestaan, uitsluitend in de branche wonen. Daarbij geldt een winkelvloeroppervlakte van ten minste 1.000 m² per vestiging.

*Tabel 7: Aanbod Woonboulevard*

| Hoofdbranche | Omvang (m² wvo) | Aantal panden |
|---|---|---|
| Plant & Dier | 567 | 1 |
| Wonen | 20.091 | 4 |
| Detailhandel Overig | 1.710 | 1 |
| **Totaal** | **22.368** | **6** |



**Bedrijventerrein Broekhin**

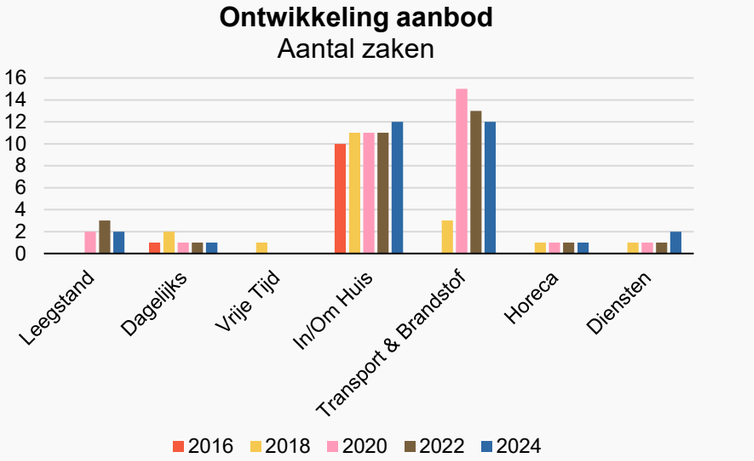
- Bedrijventerrein Broekhin bevindt zich in het noordoosten van Roermond, meteen ten westen van het Retailpark. Op het bedrijventerrein zijn zowel autobedrijven gevestigd als woonwinkels (o.a. Den Elzen, Prominent, SIEBEN, ABITARE en UNIEK . Hierdoor is het feitelijk meer een bijzonder retailcluster dan een bedrijventerrein. Vanwege het gevarieerde aanbod is geen sprake van een duidelijk profiel.
- Broekhin heeft net als de andere perifere retailclusters een regionale functie. Ook in die zin het veel meer een retailcluster dan een bedrijventerrein.
- De bereikbaarheid van bedrijventerrein Broekhin is in de basis goed. Net als het Retailpark nabij de A73 en ontsloten via de N271 (Sint Wirosingel) en N280. Ook hier geldt echter dat met name de Sint Wirosingel aan de maximale capaciteit zit. Zeker op piekmomenten gaat dit ten koste van de bereikbaarheid van het gebied.
- De parkeercapaciteit is matig. Doordat sprake is van versnippering van detailhandel is er ook geen centrale parkeerplaats. De verschillende winkels hebben primair eigen parkeerplaatsen voor de deur.

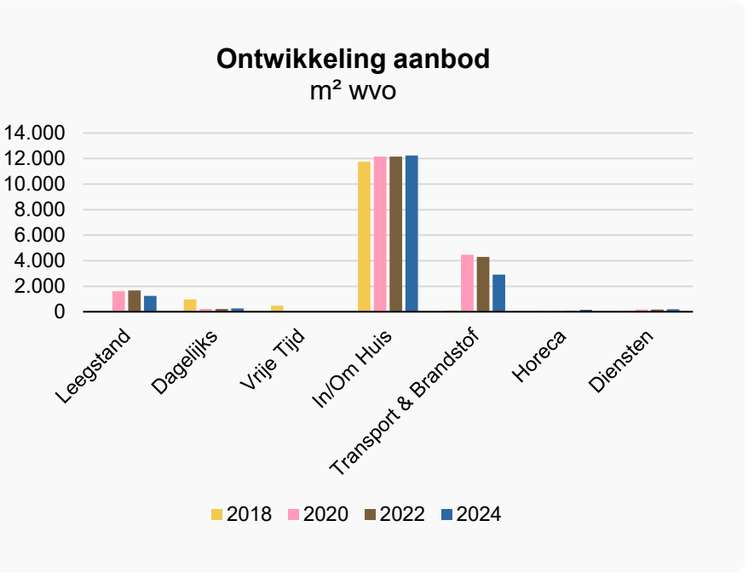
*Tabel 8: Aanbod bedrijventerrein Broekhin*

| Hoofdbranche | Omvang (m² wvo) | Aantal panden |
|---|---|---|
| Leegstand | 2.186 | 4 |
| Auto & Fiets | 1.180 | 1 |
| Wonen | 10.135 | 9 |
| Automotive | 2.758 | 9 |
| **Totaal** | **16.259** | **23** |

**Planologische mogelijkheden**

- Voor het hele terrein geldt de functie bedrijventerrein. Op basis daarvan is uitsluitend detailhandel mogelijk in auto's, motorfietsen, boten, caravans, automaterialen en aanverwante artikelen mits die ondergeschikt zijn aan de hoofdfunctie van het bedrijf. Daarnaast is ondergeschikte detailhandel in branchevreemde producten toegestaan tot maximaal 10% van het bedrijfsvloeroppervlak.
- Om andere vormen van detailhandel mogelijk te maken gelden vijf aanduidingen die specifieke winkels of branches mogelijk maken:
  - 'specifieke vorm van detailhandel-4' een keukenwinkel.
  - 'specifieke vorm van detailhandel-5' een winkel in parket/laminaat, deur/kozijn, bouwmateriaal en hout.
  - 'specifieke vorm van detailhandel-6' en meubelwinkel.
  - 'specifieke vorm van detailhandel-7' een winkel binnen de woonbranche.
  - 'specifieke vorm van detailhandel-8' een winkel met een oppervlakte van ten minste 1.000 m² wvo per vestiging zijnde een keukenzaak, een bouwmarkt, een sanitair winkel en een tuincentrum.
- Een dermate specifieke planologische situatie is niet geheel in lijn met de Europese Dienstenrichtlijn.



### Bedrijventerrein Swalmen

Bedrijventerrein Reubenberg in Swalmen is een divers terrein met een breed scala aan bedrijven. Op het gebied van detailhandel zijn er met name automotive bedrijven gevestigd, maar ook een Max Verstappen fanshop Verder zijn er bedrijven gevestigd werkzaam in de maakindustrie, handelsbedrijven en grote logistieke bedrijven.

*Tabel 9: Aanbod bedrijventerrein Swalmen*

| Hoofdbranche | Omvang (m² wvo) | Aantal panden |
|---|---|---|
| Doe-Het-Zelf | 80 | 1 |
| Detailhandel Overig | 300 | 1 |
| Automotive | 580 | 4 |
| **Totaal** | **960** | **6** |

### Bedrijventerrein Willem-Alexander

Bedrijventerrein Willem-Alexander ligt ten noorden van de binnenstad, ontsloten aan de N280. Hiermee is het gebied goed bereikbaar. Op het bedrijventerrein zijn enkele grote multinationals gevestigd. Circulariteit staat hoog in het vaandel. Op het gebied van detailhandel betreft het aanbod met name de branche automotive, maar ook een grootschalige fietsenzaak (iTEK). Ook zijn er enkele bedrijven, die tevens een (ondergeschikte) detailhandelsfunctie hebben (zoals Dave & Adams Europe).

*Tabel 10: Aanbod bedrijventerrein Willem-Alexander*

| Hoofdbranche | Omvang (m² wvo) | Aantal panden |
|---|---|---|
| Auto & Fiets | 2.095 | 1 |
| Doe-Het-Zelf | 50 | 1 |
| Automotive | 530 | 6 |
| **Totaal** | **2.675** | **8** |

### Roerstreek en Oostangent

Bedrijventerrein Roerstreek en Oostangent is gelegen in het westen van Roermond, ontsloten via de N293. In het gebied zijn verschillende kleinere aanbieders te vinden. Hier is overwegend sprake van bedrijvigheid. Op het gebied van detailhandel is voor sprake van de automotive branche, maar er is ook een grote tweedehandswinkel gevestigd.

*Tabel 11: Aanbod bedrijventerrein Roerstreek en Oostangent*

| Hoofdbranche | Omvang (m² wvo) | Aantal panden |
|---|---|---|
| Detailhandel Overig | 1.773 | 1 |
| Automotive | 380 | 5 |
| Verhuur | 45 | 1 |
| **Detailhandel Overig** | **1.773** | **12** |

### Merum

Bedrijventerrein Merum in Roermond is een bedrijventerrein met een sterke focus op dienstverleners en productiebedrijven. OP het gebied van detailhandel zijn er vooral autobedrijven aanwezig. Eind 2024 is tevens een supermarkt geopend, die een belangrijke functie heeft voor de consumentenverzorging in Herten.

*Tabel 12: Aanbod bedrijventerrein Merum*

| Hoofdbranche | Omvang (m² wvo) | Aantal panden |
|---|---|---|
| Leegstand | 1.270 | 1 |
| Levensmiddelen | 1.000 | 1 |
| Auto & Fiets | 80 | 1 |
| Doe-Het-Zelf | 50 | 1 |
| Automotive | 3.474 | 4 |
| **Totaal** | **5.874** | **8** |

### Spickershoven

Bedrijventerrein Spickerhoven is een bedrijventerrein met een sterke focus op dienstverleners en productiebedrijven. Op het gebied van detailhandel zijn er enkele autobedrijven en twee winkels binnen de doe-het-zelfbranche. Zoals eerder in het rapport aangegeven zijn beide winkels meer bedrijf/showroom, dan pure winkel.

*Tabel 13: Aanbod bedrijventerrein Spickershoven*

| Hoofdbranche | Omvang (m² wvo) | Aantal panden |
|---|---|---|
| Doe-Het-Zelf | 1.050 | 2 |
| Automotive | 920 | 3 |
| **Totaal** | **1.970** | **5** |

# B4: Behoefte

## Distributieplanologisch onderzoek

Voor de **doelgerichte detailhandelssector** als geheel én de verschillende **artikelgroepen** die gevestigd zijn op de perifere locaties in Roermond zijn indicatieve berekeningen gemaakt voor de huidige (2025) en toekomstige situatie (2035). Deze circa 10 jaarstermijn is gebruikelijk en conform Handreiking voor de Ladder voor duurzame verstedelijking. Vraag en aanbod zijn hiervoor in een modelmatige DPO berekening verwerkt. De aanbod gegevens zijn afkomstig van Locatus (Q1 2025).

- De berekeningen geeft inzicht in het economisch functioneren van het bestaande aanbod in de huidige en de toekomstige situatie. Dit uit zich in de totale omzet en een gemiddelde vloerproductiviteit. Verder geven de berekening inzicht in de distributieve uitbreidingsruimte door het economisch functioneren af te zetten tegen een 'norm voor goed functioneren'.
- De 'norm voor goed functioneren' wisselt sterk per verzorgingsgebied. In perifere delen van Nederland en minder stedelijke gebieden blijkt uit onderzoek dat aanbod op een lager niveau nog steeds goed kan functioneren, met name als gevolg van lagere huurlasten. In de berekeningen voor Roermond is het landelijk 5-jaarsgemiddelde gehanteerd als norm voor goed functioneren.
- Aangezien de berekeningen slechts een indicatie geven van het functioneren, dienen de uitkomsten genuanceerd te worden geïnterpreteerd.

## Doelgerichte niet-dagelijkse sector

### Koopstromen

In Limburg is in 2019 koopstromenonderzoek uitgevoerd. Dit onderzoek biedt inzicht in binding en toevloeiing van bestedingen in de gemeente Roermond. Hoewel het onderzoek inmiddels ruim vijf jaar oud is, geeft de data (zeker voor de niet-dagelijkse sector) een goede indicatie. Uit de koopstroomgegevens blijkt het volgende voor doelgerichte detailhandel:

*Tabel 14: Indicatie economisch functioneren doelgerichte sector Roermond*

| | 2025 | 2035 |
|---|---|---|
| Aantal inwoners | 61.230 | 65.000 à 70.000 |
| Winkelomzet per hoofd (5-jaarlijks gemiddelde) (€) | 1.193 | 1.193 |
| Bestedingspotentieel (€ mln.) | 73,0 | 77,5 à 83,5 |
| Koopkrachtbinding | 84% | 84% |
| Gebonden bestedingen (€ mln.) | 61,4 | 65,1 à 70,1 |
| Koopkrachttoevloeiing | 64% | 64% |
| Bestedingen door toevloeiing (€ mln.) | 109,1 | 115,8 à 124,7 |
| **Totale besteding / omzet (€ mln.)** | **170,4** | **180,9 à 194,9** |
| Huidig winkelaanbod (m² wvo) | 98.969 | 98.969 |
| **Omzet per m² wvo (€)** | **1.725** | **1.850 à 1.975** |
| Norm vloerproductiviteit (5-jaarlijks gemiddelde) (€) | 1.682 | 1.682 |
| Functioneren ten opzichte van het landelijk gemiddelde | +3% | +10 à +17% |
| Haalbaar winkelaanbod (m² wvo) | 101.350 | 107.600 à 115.850 |
| **Distributieve uitbreidingsruimte (m² wvo afgerond)** | **+2.400** | **+8.650 à +16.900** |

- De koopkrachtbinding bedraagt circa 84% (excl. online). Met andere woorden: circa 84% van de fysieke bestedingen aan doelgerichte detailhandel, door inwoners van Roermond, komt terecht binnen de eigen gemeente. De hoge binding is te verklaren doordat Roermond over een zeer uitgebreid en gevarieerd aanbod beschikt. Inwoners kunnen hiervoor uitstekend terecht binnen de eigen gemeente.
- De toevloeiing bedraagt circa 64%. Met andere woorden: circa 64% van de bestedingen die terecht komen bij winkels met doelgerichte detailhandel in Roermond, is afkomstig van buiten de gemeenten. Het aanbod is veelal gevestigd op grote perifere locaties, die nadrukkelijk een regiofunctie hebben en tevens veel bestedingen trekken uit Duitsland. Dit verklaart de hoge toevloeiing.
- Voor de toekomstige situatie houden we binding en toevloeiing gelijk. Er zijn geen concrete ontwikkelingen. Bovendien is het huidige aanbod al dermate ruim, waardoor de impact van nieuw aanbod op de koopstromen relatief beperkt is. Een significante sprong van binding en toevloeiing is daarom niet reëel. Indien zich in de toekomstige situatie wel concrete initiatieven voordoen, moet per geval worden bekeken wat dit betekent voor de koopstromen.

### Economisch functioneren

Tabel 14 toont indicatieve berekening van het economisch functioneren van de doelgerichte detailhandelssector in de gemeente Roermond. Daaruit blijkt het volgende:

- De doelgerichte sector in de gemeente Roermond functioneert momenteel iets boven het landelijk gemiddelde. Dit duidt er op dat winkels in deze sector voldoende omzet kunnen behalen om gezond te

kunnen functioneren. Op basis van het huidige functioneren is indicatie tevens sprake van circa 2.400 m² wvo uitbreidingsruimte.
- De komende jaren neemt het inwonertal toe. Hierdoor neemt ook het bestedingspotentieel toe en in het verlengde daarvan het functioneren en de marktruimte. Indicatief ontstaat circa 8.650 à 16.900 m² wvo uitbreidingsruimte.
- Bovenstaande verdient nuance. De doelgerichte sector bestaat uit diverse branches / artikelgroepen. De berekende uitbreidingsruimte is niet evenredig verdeeld over de verschillende branches. In de volgende paragraaf is een verdieping gemaakt voor verschillende artikelgroepen. Dit geeft meer inzicht over waar de marktruimte zit.

## Artikelgroepen

Voor meer inzicht in de marktruimte binnen de doelgerichte sector is een splitsing gemaakt naar de voornaamste artikelgroepen:
- Woninginrichting
- Doe-het-zelf
- Tuincentra en tuinartikelen
- Elektronica

Koopkrachtbinding en –toevloeiing zijn net als voor de doelgerichte sec op basis van het KSO Limburg 2019. Tabel 15 toont indicatieve berekening van het economisch functioneren van de verschillende artikelgroepen, zowel voor de huidige (2025) als de toekomstige situatie (2035).
Op basis daarvan blijk voor de verschillende artikelgroepen het volgende:

- De artikelgroep woninginrichting functioneert indicatief beneden het landelijk het landelijk gemiddelde. Dit wil niet meteen zeggen dat het aanbod slecht functioneert of dat er sprake is van aanzienlijk overaanbod. Het functioneren mag best iets afwijken van de landelijke norm, gelet op de perifere ligging van Roermond (doorgaans lagere huurlasten dan landelijk gemiddeld). Tegelijkertijd is er in kwantitatieve zin geen directe aanleiding om het aanbod uit te breiden.
- Voor de artikelgroep doe-het-zelf geldt min of meer hetzelfde. Het aanbod functioneert beneden het landelijk gemiddelde. De afwijking is zelfs nog iets groter dan bij woninginrichting. In kwantitatieve zin is geen directe aanleiding om het aanbod uit te breiden.
- De artikelgroep tuincentra en tuinartikelen is een ander verhaal. Het functioneren ligt ruim boven het landelijk gemiddelde. Het aanbod is

*Tabel 15: Indicatie economisch functioneren artikelgroepen doelgerichte sector Roermond*

| | Woninginrichting | | Doe-het-zelf | | Tuincentra en tuinartikelen | | Elektronica | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | **2025** | **2035** | **2025** | **2035** | **2025** | **2035** | **2025** | **2035** |
| Aantal inwoners | 61.230 | 65.000 à 70.000 | 61.230 | 65.000 à 70.000 | 61.230 | 65.000 à 70.000 | 61.230 | 65.000 à 70.000 |
| Winkelomzet per hoofd (5-jaarlijks gemiddelde) (€) | 484 | 484 | 222 | 222 | 149 | 149 | 162 | 162 |
| Bestedingspotentieel (€ mln.) | 29,6 | 31,4 à 33,9 | 13,6 | 14,4 à 15,5 | 9,1 | 9,7 à 10,4 | 9,9 | 10,5 à 11,3 |
| Koopkrachtbinding | 73% | 73% | 94% | 94% | 86% | 86% | 92% | 92% |
| Gebonden bestedingen (€ mln.) | 21,6 | 23,0 à 24,7 | 12,8 | 13,5 à 14,6 | 7,8 | 8,3 à 9,0 | 9,1 | 9,7 à 10,4 |
| Koopkrachttoevloeiing | 67% | 67% | 32% | 32% | 65% | 65% | 61% | 61% |
| Bestedingen door toevloeiing (€ mln.) | 43,9 | 46,6 à 50,2 | 6,0 | 6,4 à 6,9 | 14,6 | 15,5 à 16,7 | 14,3 | 15,1 à 16,3 |
| **Totale besteding / omzet (€ mln.)** | **65,5** | **69,6 à 74,9** | **18,8** | **19,9 à 21,4** | **22,4** | **23,8 à 25,6** | **23,4** | **24,8 à 26,7** |
| Huidig winkelaanbod (m² wvo) | 55.869 | 55.869 | 12.816 | 12.816 | 9.509 | 9.505 | 5.229 | 5.229 |
| **Omzet per m² wvo (€)** | **1.175** | **1.250 à 1.350** | **1.475** | **1.575 à 1.675** | **2.375** | **2.525 à 2.700** | **4.475** | **4.760 à 5.125** |
| Norm vloerproductiviteit (5-jaarlijks gemiddelde) (€) | 1.449 | 1.449 | 1.934 | 1.934 | 773 | 773 | 3.982 | 3.982 |
| Haalbaar winkelaanbod (m² wvo) | 45.250 | 48.000 à 51.700 | 9.700 | 10.300 à 11.100 | 29.050 | 30.800 à 33.200 | 5.900 | 6.250 à 6.750 |
| **Distributieve uitbreidingsruimte (m² wvo afgerond)** | **-10.500** | **-8.000 à -4.000** | **-3.100** | **-2.500 à -1.700** | **+19.500** | **+21.000 à + 23.700** | **+700** | **+1.000 à + 1.500** |

- relatief beperkt. Ter indicatie, er is slechts één middelgroot tuincentrum en één winkel in tuinartikelen (naast diverse kleinschalige bloem- en plantenzaken). Alle bestedingen komen terecht bij een gering aantal winkels. Indicatief is sprake van circa 19.500 m² wvo uitbreidingsruimte en in de toekomstige situatie ruim 20.000 m² wvo. Dit getal zal in werkelijkheid iets lager zijn, aangezien vergelijkbare artikelen ook bij andere winkels worden verkocht (denk aan bouwmarkten). Dit neemt echter niet weg dat de artikelgroep uitstekend functioneren en dat er ruimte is om het aanbod uit te breiden.
- De artikelgroep elektronica functioneert ook boven het landelijk gemiddelde. Hetzij in mindere mate. Ook voor deze artikelgroep geldt echter dat er ruimte is om het bestaande aanbod uit te breiden.

Belangrijk om te benoemen is dat kwaliteit altijd boven kwantiteit gaat. Het simpelweg ontbreken van indicatieve marktruimte betekent niet dat er niks mogelijk is. Uitbreiding en versterking van bovenstaande artikelgroepen versterken bovendien het profiel van de bestaande perifere locaties en versterken het profiel van Roermond als regionale koopstad binnen de doelgerichte detailhandelssector. Indien sprake is van concrete initiatieven, zullen de behoefte en effecten van de betreffende ontwikkeling zorgvuldig moeten worden afgewogen binnen de lokale én de regionale context.

Aanvullend is tevens gekeken naar twee andere artikelengroepen die weliswaar onderdeel zijn van de recreatieve detailhandelssector, maar die wel gevestigd zijn op perifere locaties in Roermond:

- Sport en spel, media en hobby
- Huishoudelijke artikelen

Koopkrachtbinding en –toevloeiing zijn wederom op basis van het KSO Limburg 2019. Tabel 16 toont indicatieve berekening van het economisch functioneren van beide artikelgroepen, voor de huidige (2025) en toekomstige situatie (2035). Beide artikelgroepen hebben stevige concurrentie van online. De verwachting is dat fysieke bestedingen de komende jaren afnemen. Daarom is voor de toekomstige situatie een correctie toegepast op de winkelomzet per hoofd. Op basis van de indicatieve berekening blijkt het volgende:

*Tabel 16: Indicatie economisch functioneren artikelgroepen 'sport, spel, media en hobby' en 'huishoudelijke artikelen'*

| | **Sport, spel, media en hobby** | | **Huishoudelijke artikelen** | |
|---|---|---|---|---|
| | 2025 | 2035 | 2025 | 2035 |
| Aantal inwoners | 61.230 | 65.000 à 70.000 | 61.230 | 65.000 à 70.000 |
| Winkelomzet per hoofd (5-jaarlijks gemiddelde) (€) | 239 | 215 | 44 | 40 |
| Bestedingspotentieel (€ mln.) | 14,6 | 14,0 à 15,1 | 2,7 | 2,6 à 2,8 |
| Koopkrachtbinding | 94% | 94% | 75% | 75% |
| Gebonden bestedingen (€ mln.) | 13,8 | 13,1 à 14,1 | 2,0 | 2,0 à 2,1 |
| Koopkrachttoevloeiing | 69% | 69% | 67% | 67% |
| Bestedingen door toevloeiing (€ mln.) | 30,6 | 29,2 à 31,5 | 4,1 | 4,0 à 4,3 |
| **Totale besteding / omzet (€ mln.)** | **44,4** | **42,4 à 45,6** | **6,1** | **5,9 à 6,4** |
| Huidig winkelaanbod (m² wvo) | 31.478 | 31.478 | 3.877 | 3.877 |
| **Omzet per m² wvo (€)** | **1.425** | **1.350 à 1.450** | **1.600** | **1.525 à 1.650** |
| Norm vloerproductiviteit (5-jaarlijks gemiddelde) (€) | 1.709 | 1.709 | 1.929 | 1.929 |
| Haalbaar winkelaanbod (m² wvo) | 26.000 | 24.800 à 26.750 | 3.200 | 3.100 à 3.300 |
| **Distributieve uitbreidingsruimte (m² wvo afgerond)** | **-5.500** | **-6.700 à -4.700** | **-700** | **-800 à -600** |

- De artikelgroep sport, spel, media en hobby functioneert ruim beneden het landelijk gemiddelde. Het huidige aanbod is relatief ruim, met enkele (zeer) grote aanbieders. Met name (buiten)sportzaken, gevestigd op het Retailpark. Net als voor de artikelgroepen woninginrichting en doe-het-zelf wil dit niet zeggen dat het aanbod slecht functioneert. Maar ook hier geldt dat in kwantitatieve zin geen direct aanleiding is om het aanbod uit te breiden.
- De artikelgroep huishoudelijk artikelen functioneert eveneens beneden het landelijk gemiddelde. Dit aanbod bestaat veelal uit kleinschalige zaken, die ook in grote getalen aanwezig zijn in de reguliere centrumgebieden. In kwantitatieve zin is er geen aanleiding om het huidige aanbod uit te breiden. Dit is bovendien een artikelgroep die zicht uitstekend kan vestigen in de reguliere centra.

Kwaliteit boven kwantiteit geldt ook hier. Er is indicatief weliswaar geen marktruimte, maar dit betekent niet dat er geen ruimte is voor versterking. Er moet altijd oog zijn voor aanvullend aanbod dat meerwaarde heeft voor de bestaande structuur. Buitensportzaken kunnen bijvoorbeeld het profiel en de positionering van her Retailpark verder versterken. Indien sprake is van concrete initiatieven, zullen de behoefte en effecten van de betreffende ontwikkeling zorgvuldig moeten worden afgewogen binnen de lokale én de regionale context.

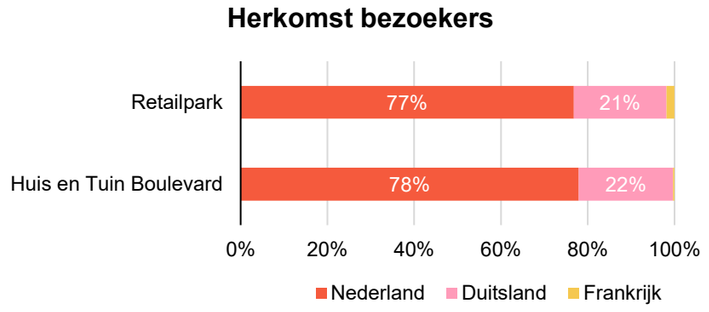
# B5: Bezoekersenquête

**Inleiding**

Voor het Retailpark en de Huis & Tuin Boulevard is een bezoekersonderzoek uitgevoerd. De resultaten bieden inzicht in bezoekgedrag en ervaringen van bezoekers. Hoe tevreden zijn de bezoekers over bepaalde aspecten en waar liggen eventueel kansen voor verbetering? Het bezoekersonderzoek is uitgevoerd op verschillende dagen eind april en begin mei. Voor het Retailpark zijn 323 enquêtes afgenomen (verschillende locaties op het Retailpark én het Outdoor Center), voor de Huis & Tuinboulevard 322 (verschillende locaties op de Huis- & Tuinboulevard). Dit zijn representatieve aantallen om betrouwbare uitspraken te kunnen doen (betrouwbaarheid van 93% met een foutmarge van 5%.

**Herkomst bezoekers: veel Duitse bezoekers**

De resultaten tonen dat zowel het Retailpark als de Huis & Tuinboulevard veel Duitse bezoekers trekken. Voor beide gebieden geldt dat circa 22% van de bezoekers uit het buitenland afkomstig is en dan met name uit Duitsland. De regiofunctie van beide locaties blijkt ook uit het feit dat veel van de Nederlandse bezoekers van buiten de gemeente komen.

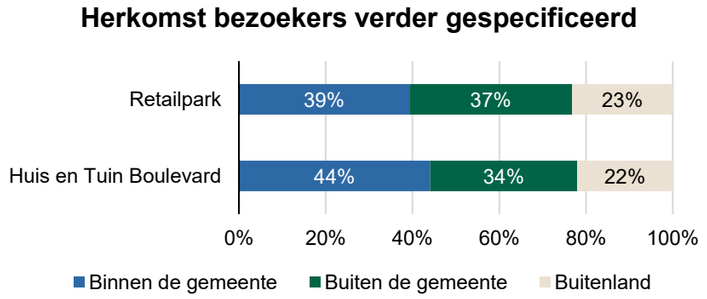



**Bezoekmotief**

Voor bezoekers van het Retailpark is ‘boodschappen doen’ het belangrijkste bezoekmotief (57%). Verder geeft 36% van de respondenten aan het Retailpark te bezoeken voor ‘doelgericht winkelen’ op het gebied van huishoudelijke artikelen, sport en speelgoed’. Bezoekers van het Retailpark hebben meer bezoekmotieven dan bezoekers aan de Huis & Tuin Boulevard. Dit is logisch gezien vanwege het gevarieerde aanbod.

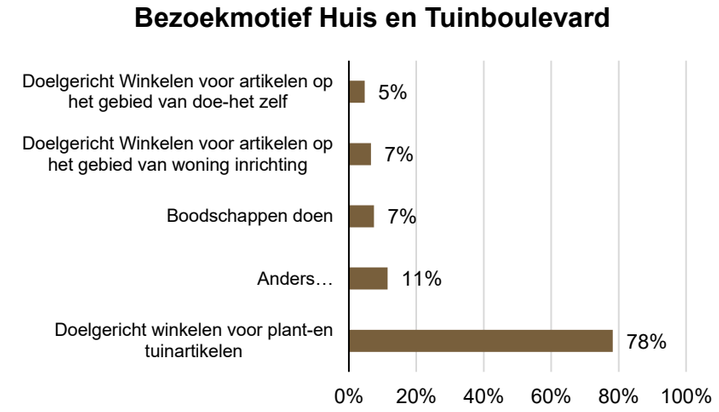
Bij de **Huis en Tuinboulevard** is ‘doelgericht winkelen voor plant- en tuinartikelen’ met 78% verreweg het belangrijkste motief. Belangrijke nuance hierbij is dat veel respons is verkregen in de nabijheid van bijStox. De respons in de nabijheid van de woonwinkels en de bouwmarkten viel enorm tegen. Tegelijkertijd toont het ook de trekkracht van het (enige) tuincentrum voor de betreffende locatie.

Bezoekers geven bij ‘Anders…’ diverse antwoorden. Variërend van een mix van vrije-tijd-activiteiten (zoals koffie drinken, een fietstocht of dagje uit met familie) tot praktische of klus gerelateerde zaken (van werk en postpunt tot winkelen bij outlets en hondenspullen).









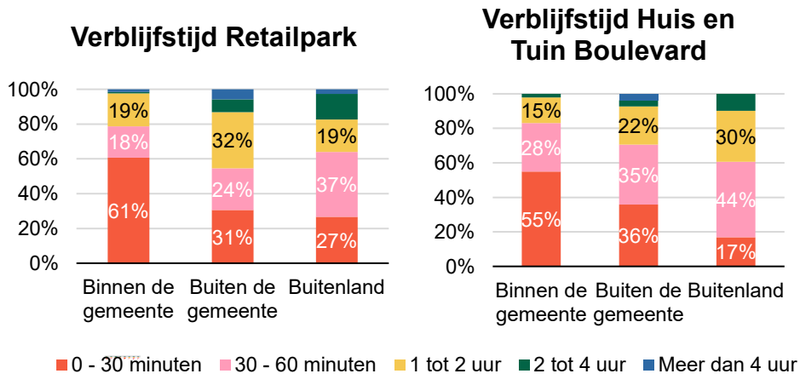
Tabel 19 toont de mate waarin meerdere winkels worden bezocht. Bezoekers aan het Retailpark brengen vaker een bezoek aan meerdere winkels. Op de Huis & Tuinboulevard bezoekt 50% van de bezoekers slechts één winkel en 39% twee tot drie winkels.. Met name het aandeel bezoekers dat meer dan vier winkels bezoekt verschilt.

*Tabel 17: Aantal bezochte winkels.*

| | Retailpark | Huis en Tuinboulevard |
|---|---|---|
| 1 winkel | 42% | 50% |
| 2 - 3 winkels | 40% | 39% |
| 4 - 5 winkels | 14% | 8% |
| Meer dan 5 winkels | 4% | 2% |

**Verblijfstijd: duidelijk verschil op basis van de herkomst**

Onderstaande figuren tonen de verblijfstijd. De resultaten laten een duidelijk verschil zien tussen bezoekers uit de gemeente, van buiten de gemeente en uit het buitenland. Over het algemeen blijkt dat bezoekers die van verder weg komen langer verblijven. Dit geldt voor zowel het Retailpark als de Huis en Tuin Boulevard. Verder valt op dat de bezoekers iets langer verblijven op het Retailpark.

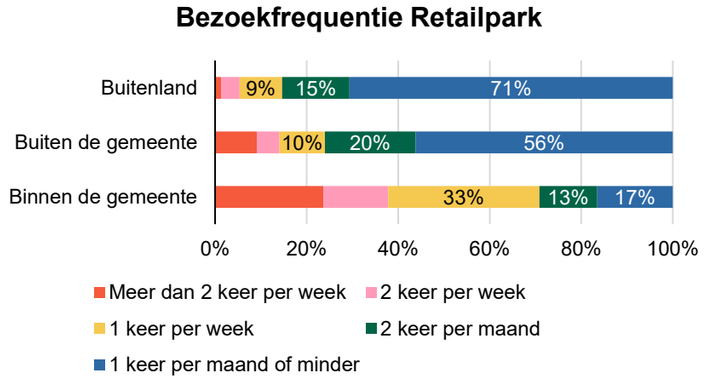


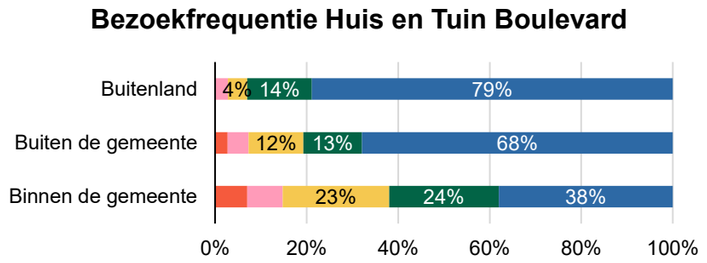




**Bezoekfrequentie: bezoekers van verder komen minder vaak**

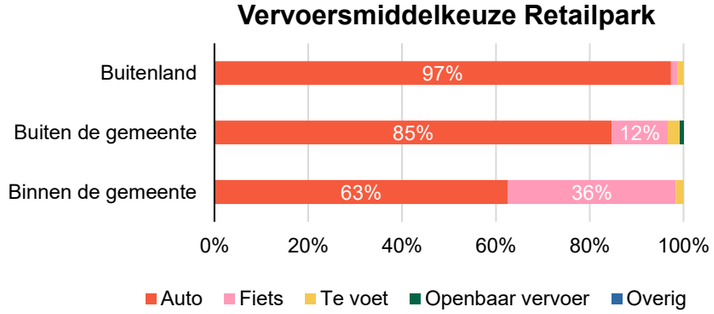
Onderstaande figuren tonen de bezoekfrequentie, onderverdeeld naar herkomst. In algemene zin blijkt dat bezoekers die van verder weg moeten komen, beide locaties minder vaak bezoeken. Het Retailpark wordt vaker bezocht dan de Huis & Tuinboulevard. Dit verschil is met name zichtbaar voor bezoekers uit de gemeente Roermond. Dit is mede te verklaren door het aanwezige winkelaanbod, Het aanbod op de Huis & Tuinboulevard kent minder variatie en is meer doelgericht dan het aanbod op het Retailpark.

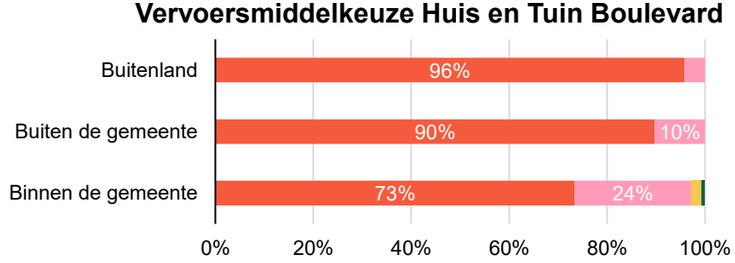



**Vervoersmiddelkeuze: auto meest gebruikt**

De auto is verreweg het populairste vervoersmiddel voor een bezoek aan beide locaties. Circa 79% van de bezoekers van het Retailpark en 84% van de bezoeker van de Huis & Tuinboulevard geven aan met de auto te komen. Slechts een klein deel komt met de fiets (19% bij het Retailpark, 15% bij de Huis & Tuinboulevard) of te voet (2% bij het Retailpark, 1% bij de Huis & Tuin Boulevard). Het openbaar vervoer of andere vervoerswijze komen nauwelijks voor. Het hoge autogebruik wordt mede verklaard door de ligging en het hoge aandeel bezoekers van buiten de gemeente of uit het buitenland. Voor deze bezoekers zijn er naast de auto weinig alternatieven om de beide gebieden te bezoeken.



**Bezoekers tevreden over beide winkellocaties**

Onderstaan tabel toont de beoordeling van verschillende aspecten op het Retailpark en de Huis & Tuinboulevard. Beide locaties worden goed beoordeeld door de consument. Bereikbaarheid en parkeren worden op beide locaties het best beoordeeld. Voor beide locaties worden ontmoetingsplekken het minst goed beoordeeld, maar wel nog altijd met een ruimte voldoende. Het belang van ontmoetingsplekken op beide locaties, die in hoge mate doelgericht worden bezocht is ook minder relevant. Ook het aantal horeca gelegenheden en de kwaliteit van horeca scoren lager dan gemiddeld.

*Tabel 18: Beoordeling Retailpark en Huis & Tuinboulevard*

| | Retailpark | Huis & Tuinboulevard |
|---|---|---|
| Algemeen | 7,6 | 8,1 |
| Het aantal verschillende winkels | 8,3 | 8,5 |
| De kwaliteit van het winkelaanbod | 8,4 | 8,6 |
| Het aantal horecagelegenheden | 7,1 | 6,3 |
| De kwaliteit van het horeca aanbod | 7,3 | 6,9 |
| Hoe gemakkelijk u het gebied bereiken | 9,0 | 9,3 |
| Hoe gemakkelijk u kunt parkeren | 9,1 | 9,4 |
| Aanwezigheid van groen (planten, bomen, etc.) | 6,7 | 8,7 |
| Ontmoetingsplekken (pleinen, bankjes, terrassen etc.) | 6,3 | 6,4 |
| Netheid | 7,6 | 8,7 |
| Gevoel van veiligheid | 8,6 | 9,1 |
| Hoe gemakkelijk kunt u er komen en zich verplaatsen? (toegankelijkheid) | 8,9 | 8,9 |

**Veel bezoekers tevreden over huidige winkelaanbod**

Circa 64% van de bezoekers van het Retailpark en circa 78% van de bezoekers van de Huis & Tuinboulevard geven aan geen winkels te missen. Bezoekers van het Retailpark die wel suggesties hebben gedaan voor aanvullend winkelaanbod geven aan een Kruidvat te missen. Bezoekers van de Huis & Tuinboulevard noemen grote winkelketens zoals IKEA en Hornbach

**Combinatiebezoek verschilt per gebied**

De mate waarin een combinatiebezoek gedaan wordt gedaan met andere winkelgebieden varieert. Circa 74% van de bezoekers van het Retailpark bezoekt ook een andere winkelgebieden. Voor bezoekers van de Huis & Tuinboulevard is dit circa 58%. Verreweg het meest combinatiebezoek vindt plaats tussen het Retailpark en de Huis & Tuinboulevard. Ook het centrum van Roermond en het Designer Outlet worden enkel keren genoemd.

Veel respondenten combineren specifieke zoals Action, Albert Heijn en Gamma. Uit de open antwoorden blijkt dat klanten gemak (“alles onder één dak”) en efficiëntie (“in één rit meerdere winkels afvinken”) waarderen. Tegelijkertijd speelt de bereikbaarheid en beschikbare parkeercapaciteit een rol in de keuze om een bezoek te combineren.

**Aanbod meest aantrekkelijk, aandacht voor randvoorwaarden**

Bezoekers van het Retailpark hebben sterke waardering voor de aanwezigheid grote winkelketens als Albert Heijn XL en Decathlon. Ook de variatie van het aanbod is erg aantrekkelijk. Fastfood-formules en de relatief ruwe uitstraling van het winkelgebied zijn volgens bezoekers het minst aantrekkelijk. Aandachtspunten zijn comfortabele rustplekken, een aangename looproute en meer groenvoorzieningen.

Ook op de Huis & Tuinboulevard vinden respondenten het aanbod het meest aantrekkelijk. Bezoekers waarderen vooral de verschillende winkels en de concentratie van tuin- en woonwinkels (thematisering). Daarnaast zijn de ruime opzet en overzichtelijkheid aantrekkelijk. Het beperkte horeca-aanbod en het ontbreken van openbare toiletten zijn het minst aantrekkelijk. Enkele respondenten merken op dat zitgelegenheden en sfeeritems ontbreken, waardoor het geheel ‘steriel’ aanvoelt.

**Verbeterpunten en suggesties**

- Bij het Retailpark ligt de nadruk op een betere aansluiting met de omliggende gebieden. Daarbij moet worden gedacht aan voetgangersoversteekplaatsen en fietspaden.
- Een aantal bezoekers vraagt om meer beplanting en schaduwrijke plekken, om het harde parkeerterrein te verzachten.
- Daarnaast zien bezoekers kansen voor meer evenementen- of promotieactiviteiten om het boodschappen doen af te wisselen met meer beleving.
- Ook worden suggesties gedaan voor meer verbinding tussen winkels, met thematische wandelroutes of gezamenlijke acties.
- Tot slot wordt geopperd om seizoensgebonden decoraties aan te brengen om de sfeer te verbeteren.

- Bezoekers van de Huis & Tuinboulevard adviseren met name om de beleving te versterken. Meer groen, bankjes en overdekte rustzones zouden het verblijf veraangenamen.
- Ook verbetering van de bewegwijzering en parkeerroute wordt genoemd, zodat bezoekers gemakkelijker de gewenste winkels kunnen vinden.
- Ook benoemen respondenten een koffiecorner of lunchcafé om langer te verblijven en sociale interactie te stimuleren.
- Tot slot wordt een kinderspeelplaats en een bloemenmarkt voorgesteld om het karakter van de boulevard te benadrukken.

# B6: Definities

**Branchering**
Het indelen van winkels, diensten, horeca en standplaatsen op basis van hun type, aanbod en doelgroep. Zie figuur hiernaast. Een winkel wordt ingedeeld in een bepaalde branche op basis van de hoofdactiviteit of hoofdassortiment. Voor detailhandel wordt aangesloten bij Locatus, Koopstromenonderzoek en jurisprudentie.

**BVO/WVO**
- Bruto vloeroppervlak: Het bruto vloeroppervlak is de oppervlakte van een ruimte of groep van ruimten, gemeten op vloerniveau langs de buitenomtrek van de opgaande scheidingsconstructies, die de desbetreffende ruimte of groep van ruimten omhullen. Meten vindt plaats op basis van NEN 2580
- Winkelverkoop vloeroppervlak: alleen de voor het publiek toegankelijke ruimten (dus exclusief magazijn, kantoor, etalage, etc.).

**Detailhandel: Dagelijkse sector**
Voedings- en genotmiddelen (vgm) en artikelen op het gebied van persoonlijke verzorging. In de praktijk gaat het hierbij om supermarktaanbod, aanbod in vgm-speciaalzaken (bakker, slager, groente, vis, kaas, etc.), drogisterij- en parfumeriezaken.

**Detailhandel: Niet-dagelijkse sector**
Winkels die artikelen verkopen met een doorgaans lagere koopfrequentie dan dagelijkse artikelen. In de praktijk gaat hierbij om winkels in huishoudelijke artikelen, kleding, mode, schoenen, sport, bruin- en witgoed, rijwielen, doe-het-zelf, wonen, tuinartikelen en dierenartikelen. Binnen deze sector maken we vaak onderscheid in sub sectoren.
- Recreatief winkelen: geredeneerd vanuit het bezoekmotief met winkels op het gebied van huishoudelijke artikelen, kleding, schoenen, luxe, sport, speelgoed, media en hobby. Ook warenhuizen, zoals Hema vallen onder deze categorie, omdat het hoofdassortiment van warenhuizen het meeste overlap heeft met de artikelgroepen onder recreatief winkelen.
- Doelgericht winkelen: geredeneerd vanuit het bezoekmotief met winkels op het gebied van elektronica, doe-het-zelf, woninginrichting, tuinartikelen en overige (specifieke) vormen van detailhandel. Denk aan haarden/kachels, auto's, zwembaden, etc.

**Grootschalige detailhandel (GDV)**
Detailhandel - niet zijnde detailhandel in de branchegroepen dagelijkse goederen of modeartikelen - met een zeer groot winkelvloeroppervlak en met een totaal assortiment van goederen, die qua aard en omvang op zichzelf passend zijn binnen een kernwinkelgebied, maar die aantoonbaar vanwege de omvang van het assortiment van de winkelformule een zeer groot winkeloppervlak nodig hebben.

**Branches grootschalige detailhandel (GDV)**
*Huishoudelijke artikelen*: winkels met een breed assortiment huishoudelijke artikelen, zoals glas/aardewerk, kleine huishoudelijke apparaten, hout-, kurk-, riet- en plasticwaren, potten, pannen, bestek en andere huishoudelijke metaalwaren en niet-elektrische huishoudelijke artikelen en apparaten.

*Sport- en speelgoedartikelen*: verkoop van sportartikelen en speelgoed

*Hobbyartikelen*: winkel met materialen of benodigdheden die specifiek worden gebruikt voor hobby en vrijetijdsbesteding, zoals muziekinstrumenten, foto- en filmartikelen, stoffen en handvaardigheidsartikelen.

*Bruin- en witgoed*: verkoop van elektrische huishoudelijke artikelen zoals koelkasten, wasmachines, vaatwassers en audio- en videoapparatuur.

*Detailhandel in rijwielen*: winkel die zich met name richt op de verkoop van rijwielen en bromfietsen, reparatie

*Detailhandel in dierenartikelen en voeders (divebo)*: verkoop van levende have, zoals knaagdieren, vogels, vissen en reptielen, diervoeding, accessoires, zoals kooien, aquaria, speelgoed en riemen, diergeneesmiddelen en onderhoudsproducten zoals kattenbakvulling

**Koopstroomgegevens**
Onderzoeksresultaten uit koopstromenonderzoek (KSO). In de basis wordt hiermee de koopkrachtbinding, -afvloeiing en –toevloeiing bedoeld. Ook kunnen kwalitatieve aspecten worden bedoeld, zoals koopmotieven, beoordelingen en persoonskenmerken.

**Perifere locaties**
Locaties buiten het kernwinkelgebied en buurt- en wijkcentra. Dus bijvoorbeeld het Retailpark, maar ook solitaire locaties buiten winkelgebieden.

**Volumineuze detailhandel (PDV)**
Detailhandel die complementair is aan detailhandel in reguliere centra vanwege de aard en omvang van het assortiment (volumineus). Detailhandel die vanwege de aard en of omvang van de gevoerde artikelen een groot oppervlak nodig heeft voor de uitstalling, zoals de verkoop van auto's boten caravans tuininrichtingsartikelen bouwmaterialen keukens, sanitair en meubels.

**Warenhuis**
Winkel met een breed en diep assortiment waarbij het modesegment vaak de boventoon voert.

# Ruimte. Mensen. Toekomst.

**Amsterdam**
Nachtwachtlaan 20
1058 EA Amsterdam
+31 (0)20 506 19 99

**‘s-Hertogenbosch**
Willemsplein 2
5211 AK ’s-Hertogenbosch
+31 (0)73 208 91 55

**Venlo**
Industriestraat 94
5931 PK Tegelen
+31 (0)77 373 06 01

Info.bro@movares.nl
www.movares.com

BRO | a movares company