

Groningen, horeca-onderzoek

Gemeente Groningen

<Status>



colofon

titel rapport
**Groningen, horeca-
onderzoek**

Datum
10 september 2020

projectnummer
P02162

opdrachtgever
Gemeente Groningen

BRO
Projectleider
JCV

Projectteam
DG

bron Kaft
BRO

BRO
Bosscheweg 107
5282 WV Boxtel
T +31 (0)411 850 400
E info@bro.nl
www.bro.nl

BRO
Ruimte | om *in* te leven



*“Als we anderen de ruimte niet gunnen zullen we zelf steeds
meer opgesloten raken.”*

Prof. Hans Galjaard

Inhoudsopgave

1 Samenvatting onderzoek	3	6 Marktruimte horeca	39
1.1 Aanleiding en doel	3	6.1 Horecapaciteit Groningen in breder perspectief	39
1.2 Verantwoording onderzoek	3	6.2 Marktruimte horeca in Groningen	40
1.3 Opzet van dit rapport	3	6.3 Perspectief voor de 'nieuwe gebieden'	41
1.4 Samenvatting	4	7 Conclusies en aanbevelingen	44
2 Aanbodstructuur horeca	6	7.1 Korte evaluatie horecanota 2011-2015	44
2.1 Inleiding	6	7.2 Aanbevelingen ontwikkeling horeca naar deelgebied	45
2.2 Horeca in gemeente Groningen	6	7.3 Overige beleidsaspecten	45
2.3 Horeca Groningen in perspectief	8	Bijlage 1: Indeling horeca naar sector en branche en verantwoording databronnen	48
2.4 Horeca in de binnenstad	9	Bijlage 2: Grafieken vergelijking horecapaciteit en kernindicatoren	50
2.5 Horeca binnenstad naar deelgebied	14	Bijlage 3: Aanbevelingen gebiedsprofielen	53
2.6 Horeca in de stadsdelen	17	Deelgebieden Binnenstad Groningen	54
2.7 Horeca in de regio	17	Samenvatting ontwikkelperspectief deelgebieden overige gemeente Groningen	56
3 Vraagstructuur horeca	19	Bijlage 4: Toepassing Dienstenrichtlijn op ontwikkeling horeca Groningen	57
3.1 Draagvlak inwoners Groningen en regio	19	Evaluatie huidig horecabeleid in relatie tot Dienstenrichtlijn	58
3.2 Draagvlak en bezoekredenen toeristische markt	21		
3.3 Draagvlak en perspectief zakelijke markt	22		
3.4 Bezoekgedrag en beoordeling horeca eigen inwoners	23		
4 Beleidskaders en plannen horeca	26		
4.1 Algemene ambities, beleidskaders overheid en andere relevante stukken	26		
4.2 Horecanota Groningen 2011-2015	28		
4.3 Relevante plannen en ontwikkelingen	29		
5 Trends en doelgroepen in horeca	30		
5.1 Landelijke trends en ontwikkelingen in horeca	30		
5.2 Trends in concreto en betekenis voor Groningen	31		
5.3 Aansluiting horeca binnenstad op doelgroepen	33		
5.4 SWOT-analyse	37		

1 Samenvatting onderzoek

1.1 Aanleiding en doel

Groningen groeit, bloeit en ontwikkelt. De centrumfunctie voor Noord-Nederland wordt verder versterkt. De gemeente wil het horecabeleid uit 2011 herijken, in nauw overleg met de belangrijkste samenwerkingspartners. Het vigerende horecabeleid is primair conserverend van karakter en richt zich met name op de binnenstad. Voor ontwikkelingen daarbuiten geeft het vigerende beleid onvoldoende praktische handvatten, behalve de Sterlocatie-regeling. Hierdoor worden initiatieven nu veelal per geval beoordeeld en afgewogen, zonder helder ruimtelijk-functioneel kader.

De gemeente wenst inzicht in de mogelijkheden en voorwaarden voor een meer ontwikkelgerichte benadering van de horeca en een actueel kader dat antwoord geeft op de vraag 'welke horeca willen we waar'. Met een optimale balans tussen levendigheid en leefbaarheid en meerwaarde voor de verzorgingsfunctie van de stad in brede zin, dus ook voor detailhandel, toerisme, cultuur en de zakelijke functie. Achtergrond vormen o.a. de economische groei van de stad, de groeiende bevolking, de recente herindeling (samenvoeging met de voormalige gemeenten Haren, Ten Boer) en de vele trends & ontwikkelingen in de sector in het algemeen.

Als eerste stap wordt hiertoe een verkennend onderzoek uitgevoerd naar de horeca in de gemeente. Dit leidt tot concrete aanbevelingen, die nader moeten worden uitgewerkt in het nieuwe horecabeleid. Dit laatste is temeer belangrijk, omdat er geen 'vanzelfsprekend' potentieel bestaat voor horeca. Het perspectief voor de sector is in hoge mate afhankelijk

van de beleidsmatige ambities, keuzes en acties; ruimtelijk en functioneel. Het onderzoek werd uitgevoerd in samenhang met de retailvisie, die eveneens door BRO is opgesteld.

1.2 Verantwoording onderzoek

In het kader van dit onderzoek heeft BRO diverse observaties van de horeca uitgevoerd, in de gehele gemeente en zowel overdag als 's avonds. Tevens zijn gesprekken gevoerd met circa 15 relevante organisaties en ambtenaren alsmede diverse individuele ondernemers. Ook vond een brede, drukbezochte bijeenkomst plaats samen met het gemeentelijke Retailonderzoek. De informatie hieruit was zeer waardevol voor de analyses van de kwalitatieve aspecten en toekomstperspectieven en is hierin dan ook verwerkt. Middels deskresearch zijn alle analyses verdiept en geïntegreerd. Het onderzoek werd begeleid door een ambtelijke werkgroep.

Dit onderzoek maakt gebruik van de meest actuele, betrouwbare en uniforme data van HorecaDNA en Locatus. We maken onderscheid in de volgende horeca-categorieën: drankverstrekkers, fastservice en restaurants. Gemeente Groningen hanteert een beleidsmatige categorisering van de horeca, te weten horeca 1 t/m 5. De laatste 5de categorie betreft de hotelsector en valt grotendeels buiten dit onderzoek. Hoewel de beide indelingen niet volledig uitsluitend zijn te koppelen, volstaat op hoofdlijn de volgende onderverdeling:

- Drankverstrekkers; horeca 3 en 4.
- Fastservice; horeca 1.
- Restaurants, horeca 2.

De peildatum voor de gehanteerde HorecaDNA- en Locatusgegevens is januari 2019. Overigens benadrukken we dat de beschikbaarheid van objectieve data over met name de vraagzijde van de horecasector beperkt is. Mede daarom wordt (mede) gebruik gemaakt van de data uit het recente

Koopstromenonderzoek voor Groningen en een aanvullende enquête onder de lokale bevolking.

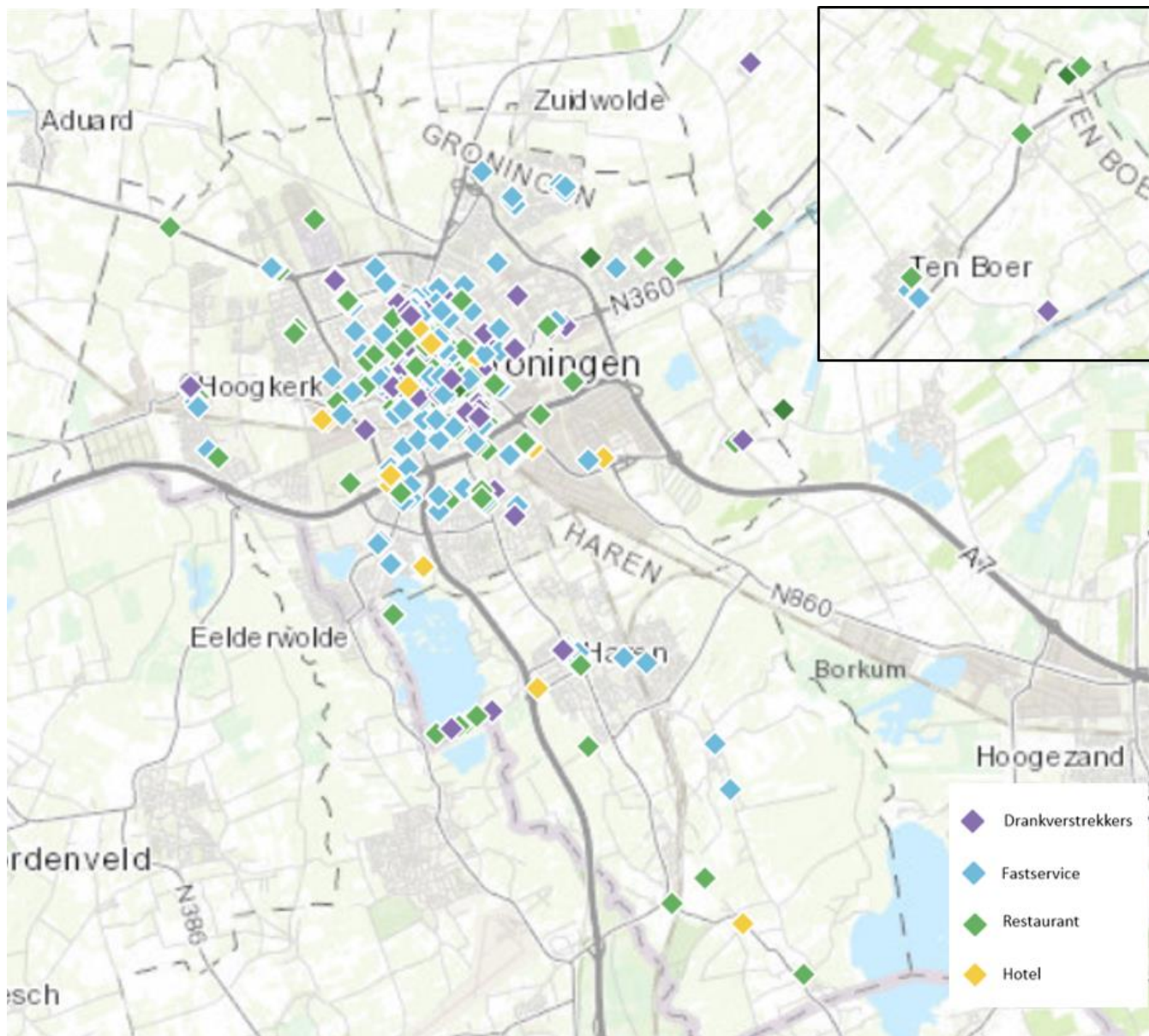
1.3 Opzet van dit rapport

In hoofdstuk 2 starten we met het in beeld brengen van de horeca in Groningen algemeen en in de binnenstad. Dit vanuit zowel kwantitatief als kwalitatief perspectief. Ook wordt het aanbod afgezet tegen benchmarksteden. Hoofdstuk 3 beschrijft het lokale en regionale vraagpotentieel voor de horeca, inclusief de toeristische en zakelijke markt.

De belangrijkste beleidskaders en plannen zijn beschreven in hoofdstuk 4. Daarna worden de meest relevante trends beschreven, inclusief de aansluiting van de horeca in de Groningse binnenstad op de belangrijkste doelgroepen. Hoofdstuk 5 sluit af met een SWOT-analyse. Hoofdstuk 6 plaatst de horecacapaciteit Groningen in breder perspectief en biedt een indicatieve raming van de marktruimte.

We sluiten het rapport af met de belangrijkste conclusies en aanbevelingen. Overigens zullen de nog nader worden aangescherpt, in overleg met de begeleidingscommissie.

In de bijlage zijn diverse achterliggende analyses opgenomen.



Figuur 1: Gemeente Groningen (Bron: Locatus Retailverkenner 2019)



Figuur 2: Horeca in de binnenstad

1.4 Samenvatting

De stad Groningen heeft een brede verzorgingsfunctie voor een grote regio. De horeca is daarbinnen beeldbepalend en essentieel voor ontmoeting en verbinding. Vooral in de binnenstad is dit goed zichtbaar. De gemeente wil het horecabeleid uit 2011 herijken. Dit beleid is vooral conserverend van karakter en richt zich primair op de binnenstad. Veel initiatieven worden nu per geval beoordeeld en afgewogen, zonder helder ruimtelijk-functioneel kader. De gemeente wenst inzicht in de actuele mogelijkheden en voorwaarden voor een

meer ontwikkelgerichte benadering van de horeca: ‘welke horeca willen we waar?’. Met een optimale balans tussen levensdigheid, leefbaarheid en meerwaarde voor de verzorgingsfunctie van de stad in brede zin, dus ook voor detailhandel, toerisme, cultuur en de zakelijke functie. Achtergrond vormen o.a. de economische groei van de stad, de groeiende bevolking, de recente herindeling (met Haren en Ten Boer) en de vele trends in de horecasector.

Als eerste stap hiertoe is een verkennend onderzoek uitgevoerd naar de horecastructuur en ontwikkelingskansen in de gemeente. Dit moet nader worden uitgewerkt in nieuw horecabeleid, omdat het perspectief voor de sector immers in hoge mate afhankelijk is van de beleidsmatige ambities, keuzes en acties; ruimtelijk en functioneel. Het onderzoek werd uitgevoerd in samenspraak met diverse geledingen en in samenhang met de retailvisie, eveneens door BRO opgesteld.

Aanbod- en vraagstructuur

Er zijn in de gemeente Groningen in totaal 639 horecazaken¹. De groep drankverstrekkers (cafés, bars) is met 281 zaken het grootst, gevolgd door fastservicezaken en restaurants (resp. 181 en 177 zaken). De capaciteit is sinds 2011 per saldo toegenomen 52 zaken. Er is een opvallende concentratie van de horeca in en rond de binnenstad (309 zaken; +39 sinds 2011, vooral daghoreca). Belangrijkste kerngebieden zijn van oudsher de Grote Markt, Poelestraat, Peperstraat en de Vismarkt, maar ook het Gedempte Zuiderdiep heeft veel horeca. Alle gebieden hebben hun eigen specifieke kwaliteiten. Daarnaast kennen de aanloop- en winkelstraten een groeiend aanbod van vooral daghoreca.

Elders in de gemeente bevindt de horeca zich vooral in de aanloopstraten richting centrum en de grotere wijk- en dorps-

centra. In de oudere wijken zijn verhoudingsgewijs aanzienlijk meer horecazaken gevestigd dan in de nieuwere wijken. Recente horecaontwikkelingen zijn de Reitdiephaven, Europapark en de Suikerfabriek. Ook de dorpen Haren en Ten Boer hebben een relatief ruim aanbod. In het buitengebied is de Meerweg (zuidoever Paterswoldsemeer) een belangrijke speler. Daarnaast zijn op diverse locaties solitaire cafés en restaurants te vinden, gericht op diverse doelgroepen.

De horeca in Groningen is in essentie gevarieerd en kwalitatief overwegend goed, ook qua uitstraling en inrichting van de buitenruimte (terrassen). In verhouding tot het lokale en regionale consumentendraagvlak is het aanbod in aantal zaken (per inwoner) vergelijkbaar met referentiesteden.

Groningen heeft circa 233.280 inwoners. De leeftijdscategorie 15 t/m 29 jaar, vaak prominente horecabezoekers, is in Groningen verhoudingsgewijs duidelijk oververtegenwoordigd. De groep 30 t/m 64 jaar is daarentegen wat minder sterk aanwezig. Uit een speciaal voor dit onderzoek uitgevoerd (digitaal) Inwoners- en Jongerenpanel Groningen, blijkt dat zij overwegend positief zijn over de horeca, waarbij vooral de capaciteit, openingstijden en variatie hoog scoren. Iets lager gewaardeerd worden de terrassen en de presentatie/uitstraling van de horeca. 55% van de respondenten vindt dat er geen horecazaken ontbreken in Groningen. De overige respondenten missen vooral hoogwaardige horeca en vegan formules.

Relevante trends

Relevante horecatrends voor Groningen zijn vooral schaalvergroting, thuisbezorging, blurring, een groeiende behoefte aan terrasruimte en aan onderscheidende vestigingsplekken. De algemene groei en dynamiek in de horecasector biedt Groningen veel kansen voor productversterking, een sterkere

profilering van gebieden en (op bepaalde locaties) uitbreiding. Een veelzijdiger horeca-aanbod versterkt de woon-, werk- en vrijetijdsbestemming van de gemeente en draagt zo bij aan een grotere economische en maatschappelijke betekenis, naamsbekendheid en een sterker imago. Bovendien is de interactie van horeca met andere centrumfuncties groot. De sector is daarnaast een belangrijke bindende factor in de toeristische en zakelijke ontwikkeling van de stad.

Marktruimte en aanbevelingen ontwikkelingslocaties

De totale marktruimte voor extra horeca in de gemeente tot 2030 varieert, afhankelijk van de methodiek, tussen 30 en 95 extra zaken. Daarbij tekenen we nadrukkelijk aan dat het perspectief voor horeca (naast de ontwikkeling van inwonertal en werkgelegenheid) in hoge mate afhankelijk is van de ruimtelijke, economische en maatschappelijke ambities van de gemeente en de uitvoering daarvan. Mede vanwege de verwachte Corona-effecten is onze aanbeveling een maximale uitbreiding van 30 tot 60 zaken tot 2030 t.o.v. de huidige capaciteit. De belangrijkste voorkeurslocaties zijn achtereenvolgens de binnenstad (het ‘visitekaartje’ van Groningen), Meerstad, Suikerfabriek en Stationsgebied. Elders wordt slechts in beperkte mate uitbreiding aanbevolen, bij voorkeur aansluitend aan centra. Het accent moet hier liggen op kwaliteitsversterking en nieuwe doelgroepen. Zie ter toelichting hoofdstuk 6.

¹ Bron: HorecaDNA, zie voor afbakening branches bijlage 1.

2 Aanbodstructuur horeca

2.1 Inleiding

We starten met het in beeld brengen van het huidige horeca-aanbod in de gemeente Groningen. Vervolgens wordt specifiek ingezoomd op het aanbod en het functioneren daarvan in de binnenstad. De analyse is bewust zoveel mogelijk objectief en feitelijk gehouden. Voor nuanceringen en mogelijke verklaringen verwijzen we naar de SWOT-analyse en de uitkomsten uit het participatietraject.

*De aanbodcijfers zijn enerzijds afkomstig van HorecaDNA, gebaseerd op CBS-cijfers. Het is voor elke gemeente in Nederland op dezelfde wijze opgezet, waardoor onderlinge vergelijkingen (benchmarks) mogelijk zijn. Voor de gehanteerde definities en brancheafbakening van HorecaDNA verwijzen we naar de bijlage. Anderzijds gebruiken we voor deelgebieden (met name de binnenstad) cijfers van Locatus, omdat hiermee ook voor deelgebieden vergelijkingen kunnen worden gemaakt met andere steden. Ook voor de aanbodkaarten wordt Locatus als basis gebruikt. De afbakening van de Groningse binnenstad komt overeen met de afbakening van het bestemmingsplan binnenstad. Zie de bijlage voor nadere toelichting op de gehanteerde databronnen.

2.2 Horeca in gemeente Groningen

Een beeldbepalende functie

Er zijn in de gemeente Groningen in totaal 639 horecazaken². De groep drankverstrekkers (cafés, bars) is met 281 zaken het grootst, gevolgd door fastservicezaken en restaurants (resp. 181 en 177 zaken).

Groningen kent een vrij nadrukkelijke concentratie van de horeca in en rond de binnenstad. Horeca is hier, ook in verhouding tot andere steden, sterk beeldbepalend. Belangrijkste kerngebieden zijn van oudsher de Grote Markt, Poelestraat, Peperstraat en de Vismarkt. Het Gedempte Zuiderdiep en Kattendiep hebben ook veel horeca, maar door de verkeersfunctie een andere uitstraling. Daarnaast bieden diverse aanloop- en winkelstraten een groeiend aanbod van vooral daghoreca. Opvallend is het toenemende aanbod in het Universiteitskwartier en randgebieden als de Brugstraat/Aastraat, Nieuwe Ebbingestraat en (in wat mindere mate) het Damsterplein (zie ook par. 2.3 over de binnenstad).

Elders in de gemeente bevindt de horeca zich vooral in de grotere wijkcentra en het centrum van Haren. Andere clusters bevinden zich aan de Verlengde Hereweg, rond congrescentrum Martiniplaza (accent zakelijk), op de Zernike Campus (ondersteunend) en langs de Meerweg (zuidoever Paterswoldsemeer). Relatief recente horecaontwikkelingen zijn de Reitdiephaven, Europapark en de Suikerfabriek. Aan het Hoornsemeer is o.a. Beachclub Kaap Hoorn gevestigd. Aan de zuidzijde van het Paterswoldsemeer liggen vijf horecazaken naast elkaar. Ten Boer heeft eveneens enige horecazaken, met een klein cluster aan het Damsterdiep.

Kwaliteitsniveau horeca overwegend goed

De Groningse horeca is, ook vanuit onze eigen waarnemingen, omvangrijk en gevarieerd. Naast veel prijsvriendelijk aanbod (deels gericht op studenten) bestaat er ook veel aanbod in het middensegment. Recent hebben zich in de stad diverse grotere 'fast casual' zaken en moderne familierestaurants gevestigd, inspelend op een landelijke trend. Voorbeelden zijn Happy Italy, De Pastafabriek, Vapiano's en De Beren. In de drankensector is de transformatie van 'traditionele' cafés tot eetcafés en bijvoorbeeld cocktailbars opvallend.



In de fastservicesector is een zeer opvallende groei van daghoreca zichtbaar, met name in de aanloop- en randstraten. Zoals gebruikelijk domineert in de buurt- en wijkwinkelcentra de fastservicesector, met relatief veel snackbars en lunchrooms gericht op het lagere- en middensegment. Daarnaast zijn er op diverse locaties solitaire cafés en restaurants te vinden, gericht op diverse doelgroepen.

² Bron: HorecaDNA, zie voor afbakening branches bijlage 1.

Met name in de vooroorlogse woonwijken kent Groningen nog relatief veel authentieke cafés, hoewel soms met een wat gedateerde inrichting en uitstraling.

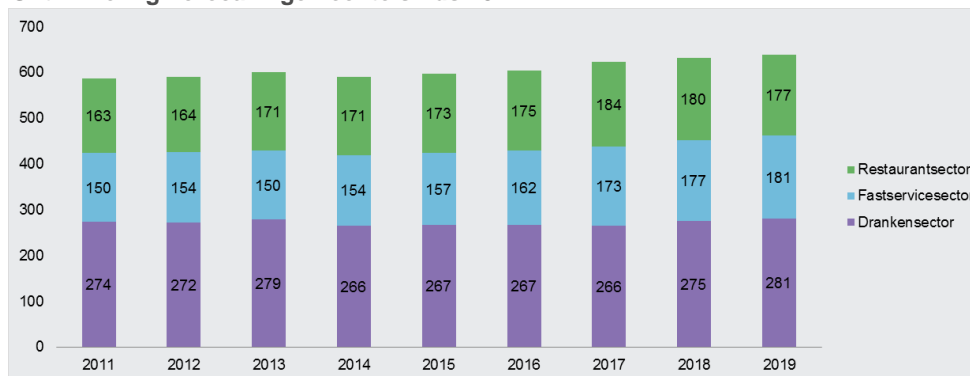
In de gemeente zijn geen restaurants met Michelinster(ren) gevestigd, maar wel één restaurant met een Bib Gourmand (Bistro 't Gerecht aan de Oude Boteringestraat). Vijf restaurants hebben een 'Michelin Bordje' (kwaliteitsvolle keuken, vakkundige chef). Hoewel de helft van de referentiegemeenten³ ook geen Michelin-sterrenrestaurant hebben, is het aantal restaurants met een Bib Gourmand er wel hoger, namelijk 2 à 3.



Figuur 4: Horeca in Haren en Ten Boer

Om inzicht te krijgen in de beoordeling van restaurants in Groningen hebben we de reviews van het toonaangevende en betrouwbare TheFork.nl (het vroegere lens.nl) geanalyseerd⁴. De 'Top 25' restaurants in Groningen worden door hun gasten met gemiddeld 9,04 beoordeeld. Dit is relatief hoog, hoewel de cijfers tussen de meeste steden niet veel uiteenlopen. Alleen de stad Utrecht komt uit op hetzelfde rapportcijfer als Groningen, gevolgd door Breda (8,98), Eindhoven (8,94), Nijmegen (8,86) en Tilburg (8,62). Almere scoort met gemiddeld 8,13 beduidend lager.

Ontwikkeling horeca in gemeente sinds 2011



Figuur 5: Aantal horecabedrijven gemeente Groningen 2011-2019 (Bron: Horeca DNA Nederland 2019)

Het totale aantal (als zodanig geregistreerde) horecazaken is sinds 2011 per saldo toegenomen van 587 tot 639 zaken. De volgende figuur geeft deze ontwikkeling weer, uitgesplitst naar de drie deelsectoren. Hierin is de recente gemeentelijke herindeling met terugwerkende kracht verwerkt. Het aantal zaken neemt in de gemeente geleidelijk toe, conform de landelijke trend.



Figuur 6: Horeca elders in gemeente



Figuur 3: Horeca in wijkcentra

³ De referentiegemeenten zijn in zekere mate vergelijkbaar met Groningen, bijv. qua inwonertal, verzorgingsgebied en/of studentenpopulatie. Het betreft de gemeenten Almere, Breda, Eindhoven, Nijmegen en Tilburg en Utrecht. Zie ook volgende paragraaf.

⁴ Het betreft hier de recensies van mensen die hebben gereserveerd via TheFork.nl en ook daadwerkelijk hebben gegeten in het betreffende restaurant.

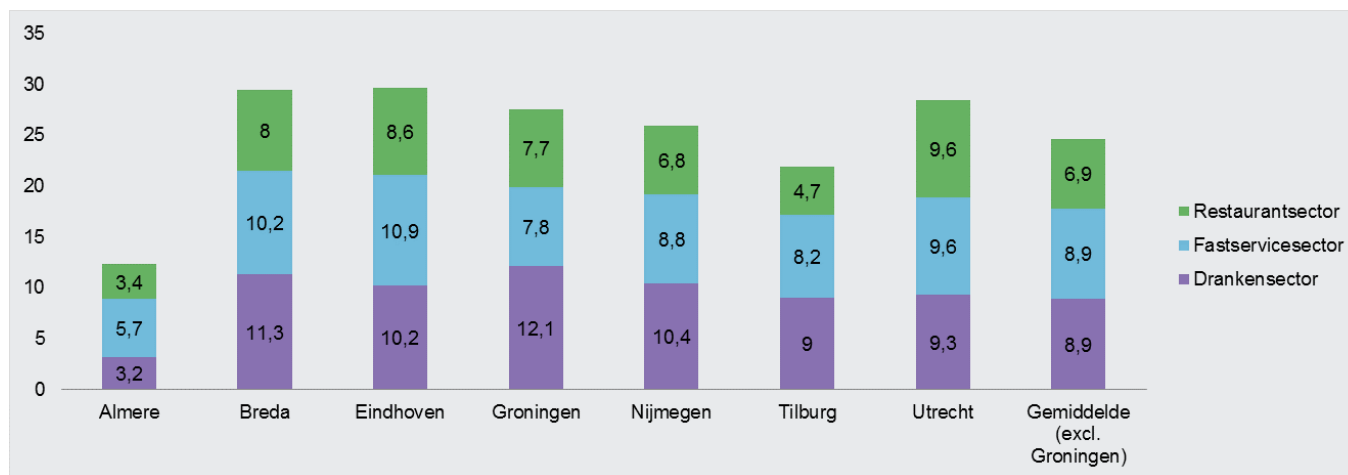
Opvallend is dat het aantal drankverstrekkers (voornamelijk cafés, maar ook koffieformules) is gestegen, landelijk neemt deze sector juist af +3% t.o.v. -2% landelijk). Dit kan deels worden verklaard door de omvangrijke studentenpopulatie in Groningen. Het aantal fastservicezaken steeg in Groningen met 21% (landelijk gemiddeld 26%). De capaciteit restaurants steeg in de gemeente met 9% (landelijk 8%).

2.3 Horeca Groningen in perspectief

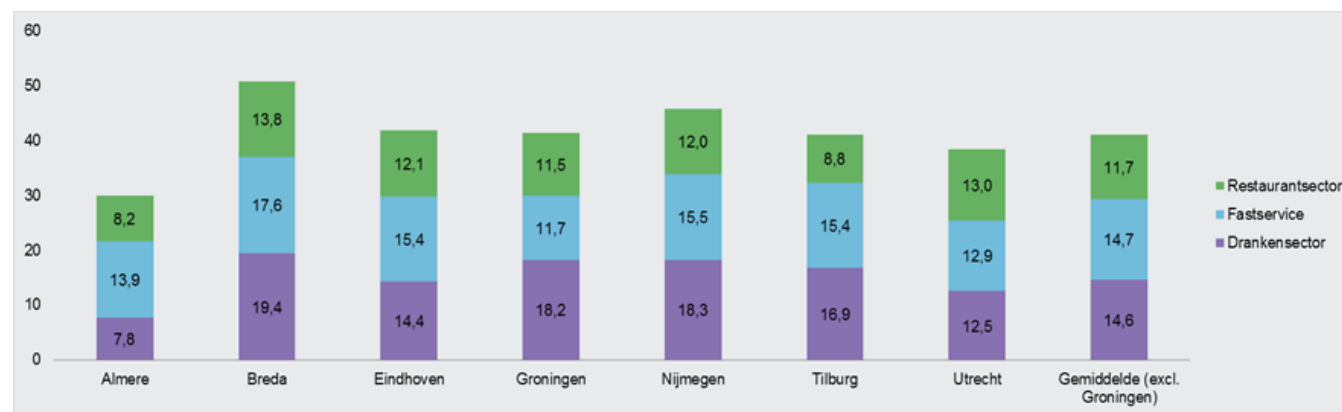
Figuur 7 geeft het aantal horecazaken per 10.000 inwoners weer. Dit is afgezet tegen de referentiegemeenten. Dit geeft een indicatie of Groningen relatief veel of juist weinig horecazaken heeft. Een vergelijking met referentiegemeenten die enigszins vergelijkbaar zijn met Groningen (o.a. qua inwonertal, verzorgingsgebied en/of studentenpopulatie) leert dat Groningen hier een middenpositie inneemt. Deze benchmark wordt in het hele rapport gebruikt. Wel wordt aangetekend dat bijvoorbeeld Utrecht en Eindhoven beduidend meer inwoners en een dichter bevolkte regio hebben dan Groningen.

De horecacapaciteit is in Groningen kortom niet opvallend ruim (per inwoner). De gemeente heeft verhoudingsgewijs wel de hoogste dichtheid aan drankverstrekkers, maar opvallend weinig fastservicezaken. Het aantal restaurants in de stad ligt t.o.v. de referentiesteden in het midden. Overigens benadrukken we dat vergelijkingen met andere steden slechts indicatief zijn; geen enkele stad is hetzelfde. Toch geeft het een indicatie hoe Groningen ervoor staat.

In figuur 8 is de totale horecacapaciteit afgezet per 10.000 banen. Naast het aantal inwoners is ook het aantal banen namelijk altijd van invloed op de horecacapaciteit. Groningen neemt ook hier, over de hele linie bezien, een middenpositie in. Het gemeentelijke aanbod is in dit opzicht in elk geval niet opvallend ruim te noemen.



Figuur 7: Aantal horecazaken per 10.000 inwoners i.r.t. referentiegemeenten (Bron: Horeca DNA Nederland 2019)

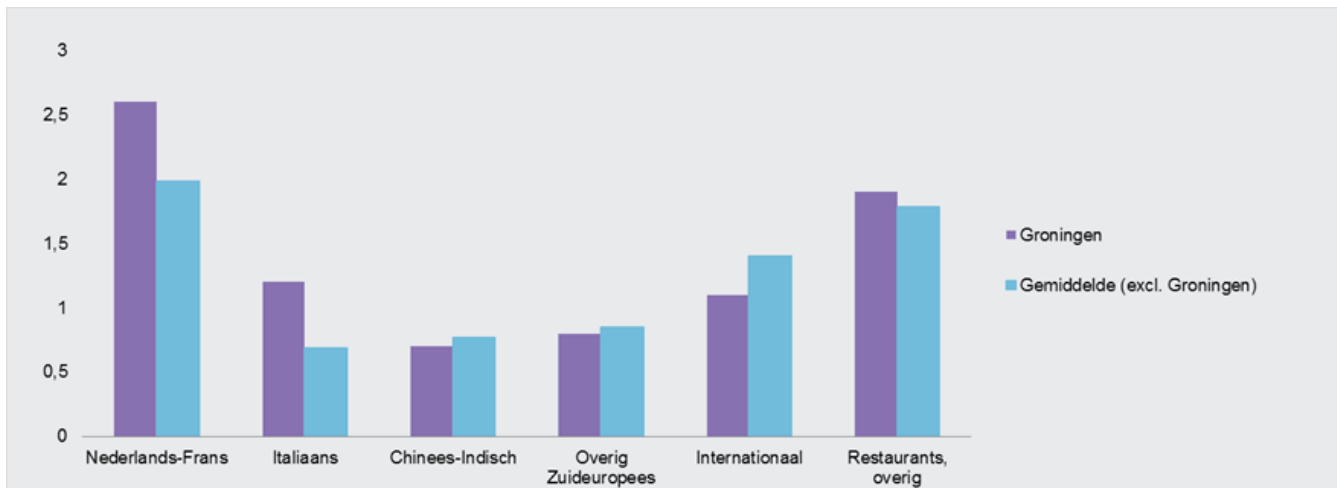


Figuur 8: Aantal horecazaken per 10.000 banen i.r.t. referentiegemeenten (Bron: Horeca DNA Nederland 2019)



Figuur 9: Bijzondere horecaclusters

Figuur 10 geeft inzicht in het restaurantaanbod naar keuken in relatie tot het aantal inwoners en het gemiddelde van de referentie. Groningen kent in verhouding veel restaurants met een Nederlands-Franse en Italiaanse keuken. De overige keukens zijn in Groningen daarentegen minder sterk vertegenwoordigd.



Figuur 10: Restaurantaanbod naar keuken per 10.000 inwoners⁵

Overigens is in Groningen de keuze in restaurantconcepten wel degelijk groot. Ook binnen keukens uit een bepaald land zien we steeds meer variatie in menukeuze, inrichting en uitstraling.

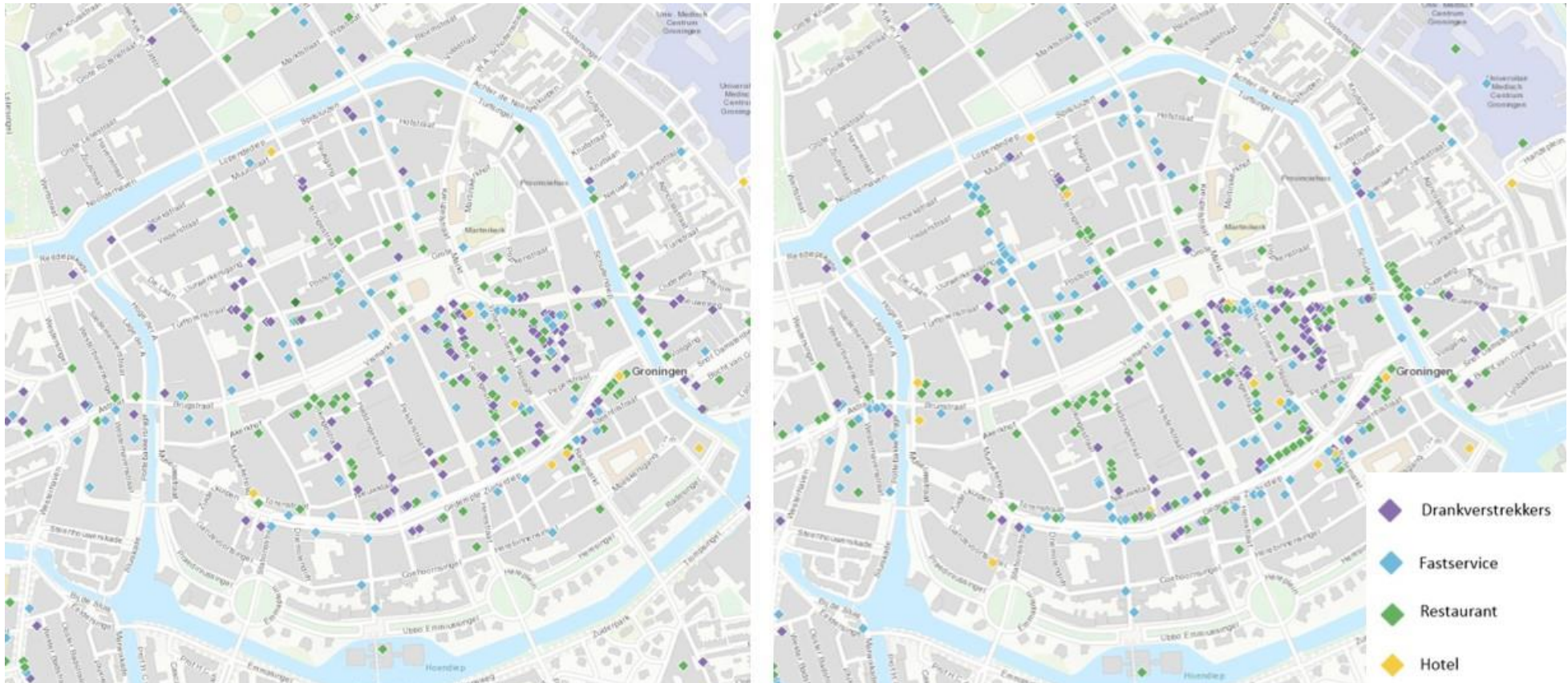
2.4 Horeca in de binnenstad

Beeldbepalend voor de binnenstad

De binnenstad (hier afgebakend als in het bestemmingsplan) telt in totaal 309 horecazaken⁶. In figuur 11 is de huidige ruimtelijke verdeling aangegeven, inclusief de situatie in 2011. Opvallend is de spreiding van de horeca over de binnenstad, met enige concentratiegebieden: Grote Markt/ Poelestraat/ Peperstraat, Gedempte Zuiderdiep, Gelkingestraat, Vismarkt, etc.

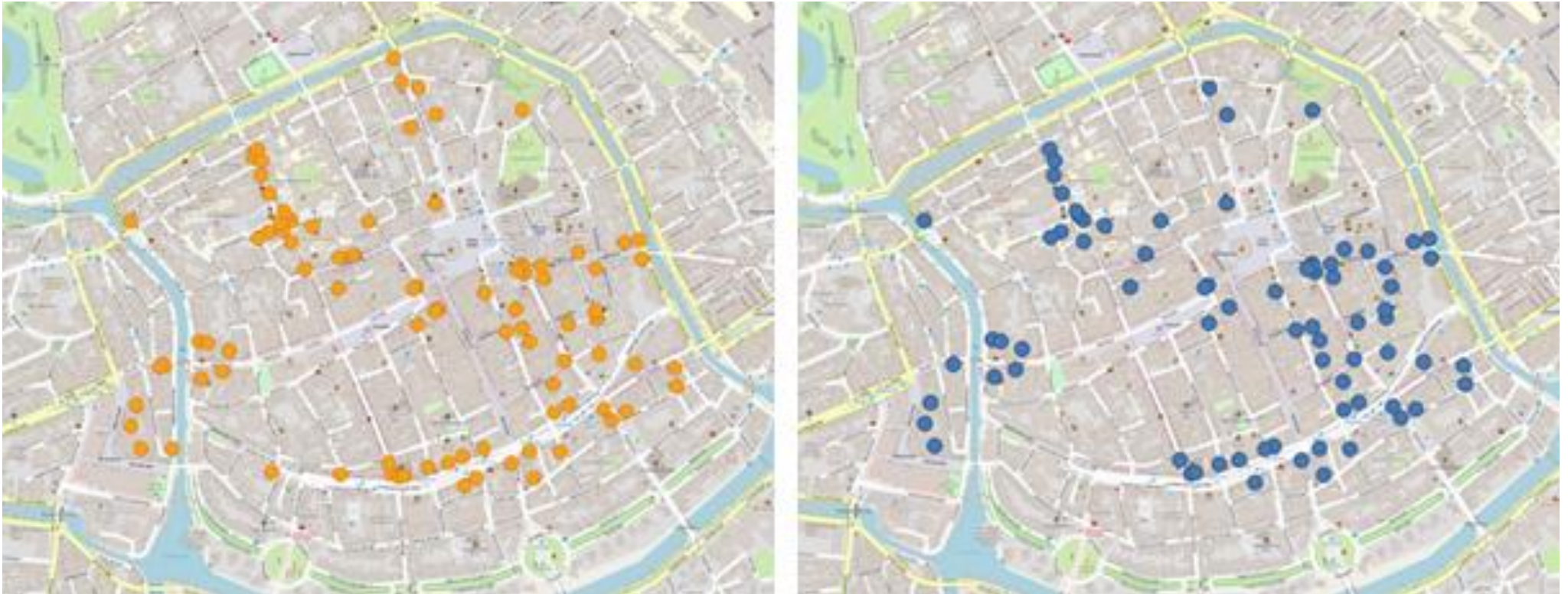
⁵ Horeca DNA Nederland 2019

⁶ De cijfers voor dit gebied zijn afkomstig van het landelijke bedrijvenregister Locatus.



Figuur 11: Aantal horecazaken naar deelsector in 2011 (links) en 2019 (rechts)⁷

⁷ Locatus Retailverkenner 2019



Figuur 12: Ontwikkeling aantal horecazaken periode 2011-2019 totaal (links) en 2016-2019 (rechts)⁸

In figuur 12 is de vestiging van nieuwe horecazaken in de binnenstad weergegeven. Vaak betrof het een transformatie van andere functies, bijvoorbeeld detailhandel⁹. Links betreft de hele periode 2011-2019. Rechts enkel de periode 2016-2019. De conclusie is dat de groei vooral sinds 2016 plaatsvond en dan vooral in de omgeving Oude Kijk in 't Jat, Gedempte Zuiderdiep, Poelestraat/Peperstraat en de Astraat/Westerhaven.

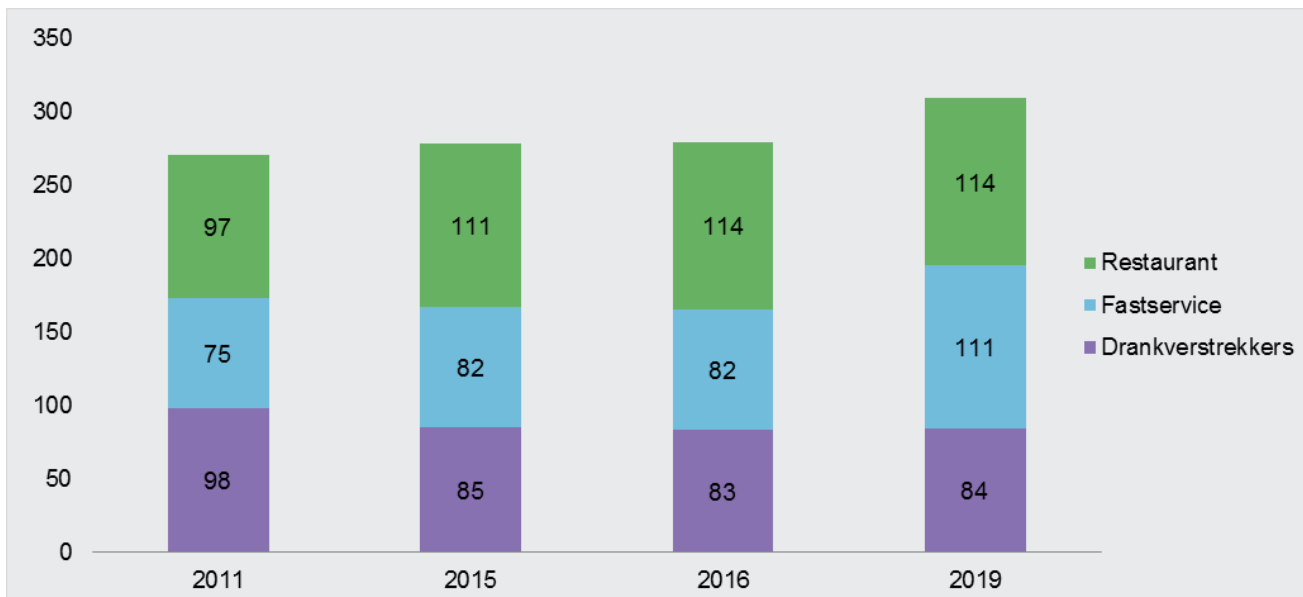
⁸ Locatus Retailverkenner 2019

⁹ Het betreft de nieuwe horecazaken op locaties waar voorheen geen horeca gevestigd was. Het betreft dus niet de mutaties.

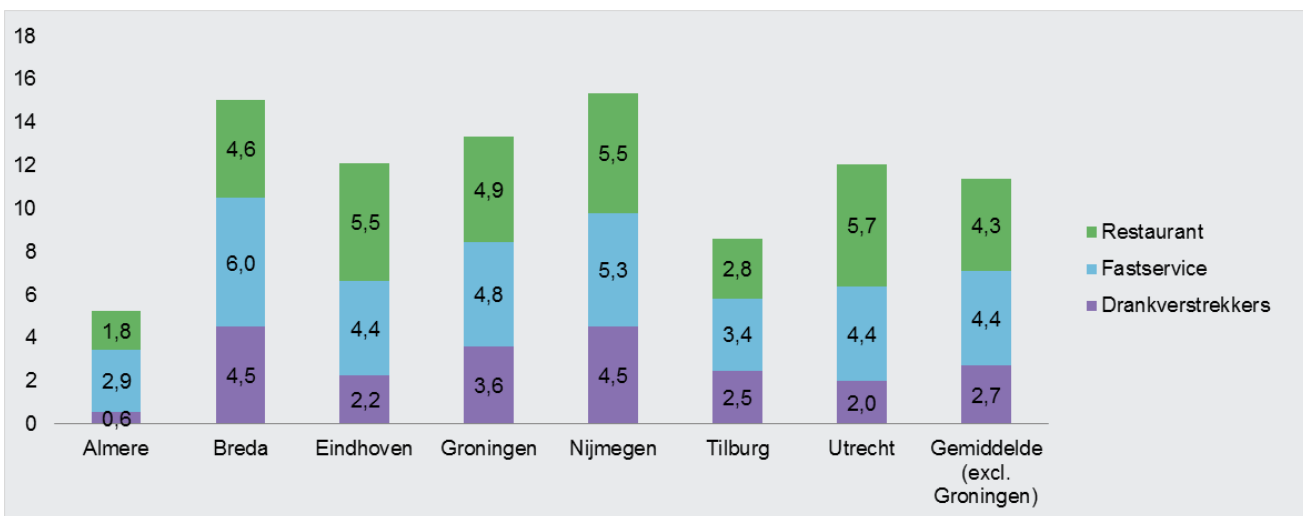


Figuur 13: Horeca in de binnenstad

In figuur 14 is de ontwikkeling van de horeca in de Groninger binnenstad tussen 2011 en 2019 inzichtelijk gemaakt naar deelsector. Het aantal zaken is in deze periode duidelijk toegenomen, namelijk van 270 tot 309 anno 2019. In tegenstelling tot het totaalbeeld van de gemeente nam het aantal drankverstrekkers hier wel duidelijk af. Het aantal fastservicezaken daarentegen nam fors toe: +36 zaken en ook de restaurants kenden met +17 een duidelijke groei. Dit past ook in het door de geïnterviewden geschetste beeld dat de horeca de afgelopen jaren niet alleen is gegroeid in capaciteit, maar tegelijkertijd is verbreed qua profiel, doelgroepen, etc.



Figuur 14: Ontwikkeling van de horeca in de Groningse binnenstad (Bron: Locatus Retailverkenner 2019)



Figuur 15: Horeca in de Groningse binnenstad in vergelijking met referentie-binnensteden (per 10.000 inwoners) (Locatus Retailverkenner 2019)

Aanbod binnenstad in perspectief

Het horeca-aanbod in de Groninger binnenstad¹⁰ is in figuur 15 vergeleken met centra van referentiegemeenten (in aanbod per 10.000 inwoners). Groningen kent een relatief hoge concentratie in de binnenstad; alleen Nijmegen en Breda scoren in dat opzicht hoger. In de andere gemeenten is de horeca wat meer verspreid.

In de meeste binnensteden bestaat een zekere balans tussen horeca en winkels. In sommige gesprekken kwam naar voren dat de verhouding ("teveel") richting horeca verschuift in Groningen. In tabel 1 is de verhouding horeca versus winkels weergegeven. In aantal zaken en wvo, afgerond. Qua aantal zaken is de verhouding in de Groninger binnenstad vanuit dat perspectief gemiddeld (41%), maar qua vloeroppervlak (wvo) is de horeca wat ruimer aanwezig dan in de referentiecentra. Dit laatste komt mede door het ontbreken van het (grootschalige) warehouse Hudson's Bay, die in diverse referentiesteden (ten tijde van de inventarisatie) wel aanwezig is. In Groningen neemt de verhouding van de horeca wel toe. In 2011 was de verhouding van het aantal horecazaken t.o.v. het aantal winkels nog slechts ca. 3/10^{de}.

In Groningen ligt de gemiddelde omvang per horecazaak (in m² wvo) rond het gemiddelde van de referentiebinnensteden. Alleen in de binnensteden van Eindhoven en Almere zijn de zaken gemiddeld wat ruimer, zoals gebruikelijk in nieuwere, niet-middeleeuwse binnensteden.

Tabel 1: Verhouding horeca t.o.v. detailhandel in de binnensteden¹¹

	Aantal horecazaken	Horeca wvo
Almere	3/10	2/10
Breda	4/10	3/10
Eindhoven	5/10	3/10
Groningen	4/10	3/10
Nijmegen	4/10	3/10
Tilburg	4/10	3/10
Utrecht	4/10	3/10
Gemiddelde (excl. Groningen)	4/10	3/10

Daghoreca in binnenstad

In Groningen is mede door het planologisch toestaan van daghoreca in de binnenstad, het aantal daghorecazaken fors toegenomen. Gemeente heeft recent een inventarisatie laten uitvoeren van de 'daghoreca' in de binnenstad zoals gedefinieerd in het bestemmingsplan. BRO heeft deze inventarisatie vergeleken met de categorie lunchrooms¹² van Locatus. Hoewel beide begrippen (daghoreca en lunchrooms) niet volledig overeenkomen kan wel een indicatieve analyse en vergelijking met andere steden worden gemaakt. De 49 daghorecazaken uit de inventarisatie zijn er in Locatus gedefinieerd. Het merendeel is door Locatus bestempeld als horeca (36) zaken waarvan 24 lunchrooms. In het navolgende is een analyse gemaakt van de ontwikkeling van lunchrooms, conform Locatus en dit is afgezet tegen de ontwikkeling in de referentiebinnensteden. Dit geeft een indicatie van de Groningse daghoreca.

Ontwikkeling lunchrooms (daghoreca)

Uit de volgende twee tabellen zijn de conclusies als volgt:

- Groningen had in 2011 reeds (na Utrecht) de meeste lunchrooms (daghoreca).
- Anno 2019 is dit absolute aanbod in de Groninger binnenstad zelfs nagenoeg gelijk aan het (grotere) Utrecht. In de andere referentiesteden is daghoreca beduidend minder aanwezig.
- Het aantal lunchrooms is in de Groningse binnenstad relatief snel gegroeid, enkel in Breda was de groei met +28 zaken (per saldo) even groot.
- Groningen heeft anno 2019 de hoogste dichtheid aan lunchrooms per 10.000 inwoners. Te weten 2,6 tegenover 1,7 gemiddeld. Alleen Breda komt in de buurt van dit cijfer.

Conclusie is dat de Groninger binnenstad weliswaar relatief veel daghoreca heeft, maar een nuance is dat dit ook (deels) past bij de trend waarin binnensteden verkleuren van koopcentra naar belevingscentra. De vervolgvraag is of het grote daghoreca-aanbod als beleidsmatig (on)gewenst wordt beschouwd en of gemeente hierin kan sturen gelet op recente jurisprudentie in het kader van de Dienstenrichtlijn (zie ook bijlage 4 en handreiking Dienstenrichtlijn¹³).

¹⁰ Conform opgave Locatus

¹¹ Locatus Retailverkenner 2019

¹² Relevant is dat hier twee indelingen worden gebruikt. Daghoreca (of lichte horeca) is een beleidsmatige en planologische term, die o.a. door de gemeente Groningen wordt gehanteerd. Aangezien deze definitie per gemeente sterk verschilt, kan hierop geen vergelijking met andere gemeenten worden gemaakt. Zodoende is een vergelijking van de daghoreca opgesteld o.b.v. Locatus. Deze sluit dus niet naadloos aan op de planologische definitie van daghoreca in Groningen. Wel is het merendeel van de Groningse daghorecazaken in Locatus bestempeld als lunchroom, wat aansluit bij de planologische omschrijving in Groningen. Voor indicatieve uitspraken over de daghoreca in Groningen is de hier vermelde vergelijking derhalve legitiem, met de kanttekening dat daghoreca breder is dan lunchrooms. Ook ijssalons, koffietentjes of (café)-restaurants kunnen hieronder vallen, zoals in Groningen ook het geval is. Overigens zijn enige 'daghoreca' zaken niet in Locatus opgenomen te weten: Mogoya, Salsa Shop, Moong, IJssalon Talimini.

¹³ Zie ook Handreiking, Dienstenrichtlijn en Ruimtelijke ordening, Ministerie van BZK en EZK, oktober 2019

Tabel 2: Ontwikkeling van het aantal lunchrooms (daghoreca) in de Groningse binnenstad en referentie binnensteden¹⁴

	2011	2019	Vershil absoluut	Vershil (%)
Almere	8	18	+10	125,0
Breda	18	46	+28	155,6
Eindhoven	21	42	+21	100,0
Groningen	32	60	+28	87,5
Nijmegen	18	32	+14	77,8
Tilburg	16	29	+13	81,3
Utrecht	41	61	+20	48,8
Gemiddelde (excl. Groningen)	20	38	+18	87

Tabel 3: Ontwikkeling van het aantal lunchrooms (daghoreca) in de Groningse binnenstad en referentie binnensteden (per 10.000 inwoners)¹⁵

	2011	2019	Vershil absoluut	Vershil (%)
Almere	0,4	0,9	0,4	106,3
Breda	1,0	2,5	1,5	142,7
Eindhoven	1,0	1,8	0,8	86,5
Groningen	1,5	2,6	1,1	75,9
Nijmegen	1,1	1,8	0,7	65,2
Tilburg	0,8	1,3	0,6	72,1
Utrecht	1,3	1,7	0,4	31,3
Gemiddelde (excl. Groningen)	0,9	1,7	0,7	79,2

2.5 Horeca binnenstad naar deelgebied

Horeca in binnensteden algemeen

De kwaliteiten van horecazaken worden bepaald door vele factoren, met als belangrijkste de combinatie tussen het geleverde product (menukeuze, kwaliteit, hoeveelheid), bediening/service, sfeer/belevingswaarde, uitstraling van het bedrijf (intern, extern), locatiewaarden, prijs, et cetera. De kracht van de gehele horecasector in een (binnen)stad is altijd afhankelijk van de combinatie van horecazaken (keuze, doelgroepen, bezoekmotieven), ook in relatie tot de ruimtelijke structuur en –kwaliteiten. Deze situatie is overal anders en er bestaan hiervoor geen ‘toverformules’.

Concentratie van zaken leidt veelal tot meer bezoekers. Horecabezoek is veelal sfeergevoelig. Niet voor niets wordt vaak gesteld: “Horeca is theater”. Goede, gevarieerde horeca belichaamt de gastvrijheid van een binnenstad en is essentieel voor de levendigheid, vooral ook ‘s avonds. Het trekt nieuwe doelgroepen, verlengt de gemiddelde verblijfsduur van bezoekers en leidt zo tot extra bestedingen in een gebied (binnenstad), ook buiten de horecasector.

Horeca in de Groninger binnenstad

De horeca in de Groninger binnenstad is beeldbepalend en gevarieerd en er zijn veel attractieve terrassen. De horeca in Groningen wijkt (zo blijkt uit de analyse) cijfermatig niet wezenlijk af van vergelijkbare (binnen)steden, zij het dat er veel daghoreca is. De binnenstad heeft in veler ogen een ‘geheel eigen’ charme en attractiviteit en er zijn opvallend veel markante zaken en bijzondere formules. Het gastronomisch niveau is overwegend goed en horecazaken worden als vermeld positief beoordeeld op review-sites, hoewel met uitzonderingen (zie hiervoor).



Figuur 16: Horeca in de binnenstad

Wel is de horeca nogal verspreid over de binnenstad; uitgesproken kerngebieden gericht op specifieke branches en/of doelgroepen ontbreken. Dit is enerzijds een bijzondere karaktereigenschap van Groningen en de binnenstad is relatief compact: ruwweg een vierkante kilometer. Het daagt bezoekers uit om de binnenstad zelf actief te ontdekken. Anderzijds geeft dit ook onduidelijkheid richting onbekende bezoekers (“Waar kan ik het beste terecht voor...?”). Navolgend beschrijven we kernachtig de belangrijkste deelgebieden in de Groninger binnenstad in kwalitatief opzicht, vanuit het perspectief van de horeca.

¹⁴ Locatus Retailverkenner 2019

¹⁵ Locatus Retailverkenner 2019

Grote Markt Zuidwand

Het bekendste verblijfs- en uitgaansgebied in de Groninger binnenstad, met magnifiek zicht op de Martinitoren. Laag-drempelige, relatief grote horecazaken met grote naamsbekendheid en overwegend ruime openingstijden. Veelal grote terrassen. De verblijfskwaliteit zal aanzienlijk toenemen na afronding van de bouwactiviteiten aan de oostwand en verlegging van de busroutes.

Poelestraat/Schuitendiep/Peperstraat/Nieuwe Markt

De Poelestraat biedt een bonte mengeling van dag- en avondhoreca, met veel terrassen. Fast casual trekker Vapiano is hier recent fraai ingepast. Belangrijke aanloopstraat vanaf de oostzijde. De diverse restaurants aan de oostzijde van het Schuitendiep (zuidelijk van de Tuinstraat) sluiten qua bezoekgedrag aan op de Poelestraat. De Peperstraat is vrijwel volledig gericht op uitgaan vanaf 22 uur, met een omvangrijk aanbod voor een vooral jonge doelgroep. De Nieuwe Markt is een zeer recente toevoeging aan de binnenstad, met moderne horeca en een sky lounge plus dakterras bovenop het nieuwe cultuurcentrum Forum (45 meter hoog).

Vismarkt/Stoeldraaierstraat/Waagstraat

De Vismarkt is een belangrijke en drukke 'schakel' in de binnenstad en tevens marktplein. De horeca ligt hier vooral aan de zuidzijde, met relatief veel (ruime) restaurants, gericht op een breed doelgroepenprofiel. Aan de noordzijde domineren de winkels. Ook landelijke fastfoodketens (Febo, Burger King). De Pastafabriek is een populaire, prijsvriendelijke fast casual formule.

Ellebogenbuurt/Universiteitskwartier

Een bijzonder stukje 'verborgen' binnenstad. Vele authentieke cafés en andere zaken met een 'eigen gezicht', vooral gericht op wat oudere doelgroepen. Verspreid patroon, maar met een clustering in en rond de Ellebogen. Gebied ligt wat

verborgen voor onbekenden, maar dat geeft het zeker ook onmiskenbaar een eigen charme.

Brugstraat/Astraat/Westerhaven

Dit veelzijdige aanloopgebied kent een groeiende horecafunctie. De Brugstraat biedt vooral daghoreca van overwegend goede kwaliteit. Recent heeft zich hier het populaire familierestaurant De Beren gevestigd. In de Astraat en de Westerhaven ligt het accent meer op voordelige fastfood. Aan de Hooge en Lage der Aa liggen ook enige authentieke cafés.

Noordelijke aanlopers (Kijk in 't Jat/Boteringe/Ebbinge)

De drukke noordelijke aanloopstraten van de binnenstad bieden steeds meer daghoreca, maar ook restaurants. Groten-deels betreft het zelfstandige zaken. De horeca in de Oude Kijk in 't Jatstraat is voor een belangrijk deel gericht op studenten en deels uniek en trendsettend van karakter (avant garde). In de Oude Boteringestraat is de horecafunctie beperkter en wat meer gericht op het hogere marktsegment. In de Oude Ebbingestraat tenslotte is het aanbod zeer gemêleerd, met steeds meer formulegebonden daghoreca. Deels betreft het vernieuwende concepten, vaak gecombineerd met detailhandel.

Oosterstraat

Een brede, drukke straat met een zeer gevarieerd functieprofiel, wat ook geldt voor de horeca. Veel zaken in zowel daghoreca, fastservice als restaurants. Happy Italy aan de zuidzijde is een grote trekker.

Gedempte Zuiderdiep/Kattendiep/Gelkingestraat

Het langgerekte en brede Gedempte Zuiderdiep kent van oudsher een belangrijke horecafunctie, met zaken in allerlei soorten en voor alle doelgroepen. De ruim aanwezige terras-

sen hebben veel zonuren. In westelijke richting wordt de horeca wat meer prijsvriendelijk. De 'Ramblas' aan het Kattendiep is een bijzondere horecabestemming vanwege de deels unieke keukens/formules, de terrasjes en het intieme binnenplein Via Vecchia. Verspreid over de smalle en pluriforme Gelkingestraat liggen diverse bars en restaurants, van zeer uiteenlopende signatuur.

Folkingestraat/Ubbo Emmiusstraat

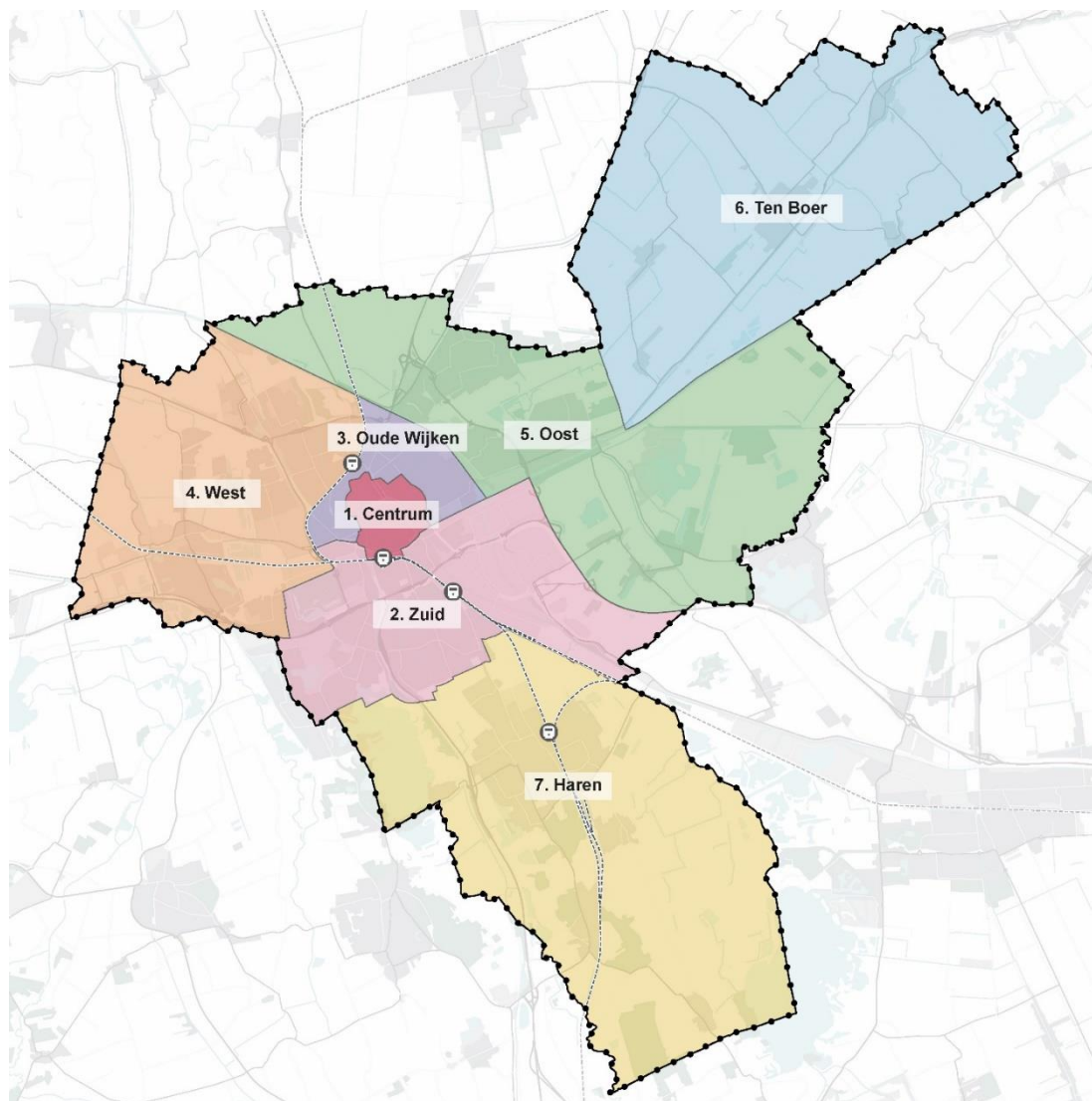
De Folkingestraat geniet tegenwoordig bovenregionale bekendheid als unieke, verrassende en eigenzinnige winkel- en horecastraat. Door de entreefunctie vanaf het station en het Groninger Museum is het er altijd druk met wandelaars en fietsers. Veel bijzondere horecaformules, met vaak exotische keukens en bijzondere blurringconcepten.

Kernwinkelgebied

In de belangrijkste winkelstraat, de Herenstraat, is nauwelijks horeca gevestigd. Het winkelend publiek richt zich voor hun natje en hun droogje vooral op de (hiervoor benoemde) omringende gebieden. Overigens behoren ook de Vismarkt, Brugstraat, Grote Markt, Oosterstraat, Folkingestraat en Westerhaven tot het kernwinkelgebied.

Overige binnenstad, randgebieden en aanloopstraten

Zoals blijkt uit de diverse analyses beschikt de Groninger binnenstad over een relatief omvangrijke horecacapaciteit. Ook in verschillende niet letterlijk genoemde straten bevinden zich horecazaken, die er bovendien vaak al jaren zijn gevestigd en soms als markant en onderscheidend kunnen worden omschreven. Ook dit illustreert de bijzondere positie en betekenis van de horeca in Groningen.



Figuur 17: Overzichtskartaal stadsdelen gemeente Groningen

2.6 Horeca in de stadsdelen

In deze paragraaf is de horeca in de stadsdelen (zie voorgaande figuur) inzichtelijk gemaakt. Er is gebruik gemaakt van de Locatus Retailverkenner, waarvan de aanbodcijfers beperkt afwijken van HorecaDNA. We geven inzicht in het absolute aantal zaken per stadsdeel. Vervolgens is dit gekoppeld aan de hier woonachtige bevolking en wordt een doorkijk gegeven naar 2035. In de gemeentelijke prognoses zijn de ontwikkelingsgebieden en transitiegebieden opgenomen. Dit geeft indicatief inzicht in de horeca van de stadsdelen en waar mogelijk nog versterkingsopgaven liggen. Dit wordt behandeld in hoofdstuk 6. Tabel 4 geeft het aantal horecazaken per stadsdeel weer. Stadsdeel centrum kent met de binnenstad veruit de meeste horecazaken, maar ook de oude wijken ten noorden van het centrum kennen relatief veel horeca.

Tabel 4 Horecazaken per stadsdeel¹⁶

Stadsdeel	Drankverstrekker	Fast-service	Restaurant	Totaal
Centrum	85	143	165	393
Haren	4	9	17	30
Oost	6	16	5	27
Oude wijken	13	39	14	66
Ten Boer	2	3	6	11
West	5	23	10	38
Zuid	13	40	33	86
Totaal	128	273	250	651

In figuur 18 is het horeca-aanbod afgezet tegen het inwonertal. Ook is een doorkijk gegeven naar de situatie in 2035. Het centrumgebied is hiervoor al uitvoerig behandeld en de horeca aldaar wijkt qua aard, omvang en verzorgingsfunctie dusdanig af van de andere stadsdelen, dat het centrum hier buiten beschouwing blijft. De figuur geeft een indicatie van het (ontwikkelings)perspectief van de horeca per stadsdeel.

- In de stadsdelen Zuid en de oudere wijken zijn verhoudingsgewijs aanzienlijk meer horecazaken gevestigd dan in de nieuwere wijken. De oudere, meer verstedelijkte stadsdelen hebben (ook elders in Nederland) van oudsher meer horeca en andere voorzieningen 'om de hoek'. Hier zijn verhoudingsgewijs ook de meeste drankverstrekkers en fastservicezaken gevestigd. In Zuid is vooral de horeca aan de Verlengde Hereweg, Meeuwderweg en Paterswoldseweg (noordelijk van het spoor) noemenswaardig.
- De stadsdelen Oost en West zijn wat jonger en minder verstedelijkt. Deze wijken kennen in algemene zin een meer planmatige opzet en minder horeca. De aanwezige horeca is vooral te vinden in de wijk- en buurtwinkelcentra en minder solitair in de wijk. De horeca in de boodschappencentra is veelal vrij standaard. Denk aan een snackbar, café, of (Chinees-Indisch) restaurant.
- Ook de dorpen Haren en Ten Boer hebben een wat ruimer horeca-aanbod dan gemiddeld in Groningen. Dit komt omdat dorpen een langere ontstaansgeschiedenis hebben, met veel verspreid aanbod. De horeca in Ten Boer heeft vooral een lokaalverzorgend karakter. De Harense horeca heeft daarnaast ook een winkelondersteunend en toeristisch-recreatief karakter. De kernen kennen verhoudingsgewijs wat meer restaurants en wat minder fastservice. Dit wordt mede verklaard door de leeftijds- en huishoudenssamenstelling (relatief oude bevolking).

- Richting 2035 zal, uitgaande van de huidige capaciteit, het horeca-aanbod in de gemeente per inwoner wat dalen. Dit komt door het toenemend inwonertal. Vooral in Oost, West en Zuid. Groningen de komende jaren 20.000 extra woningen bouwen.



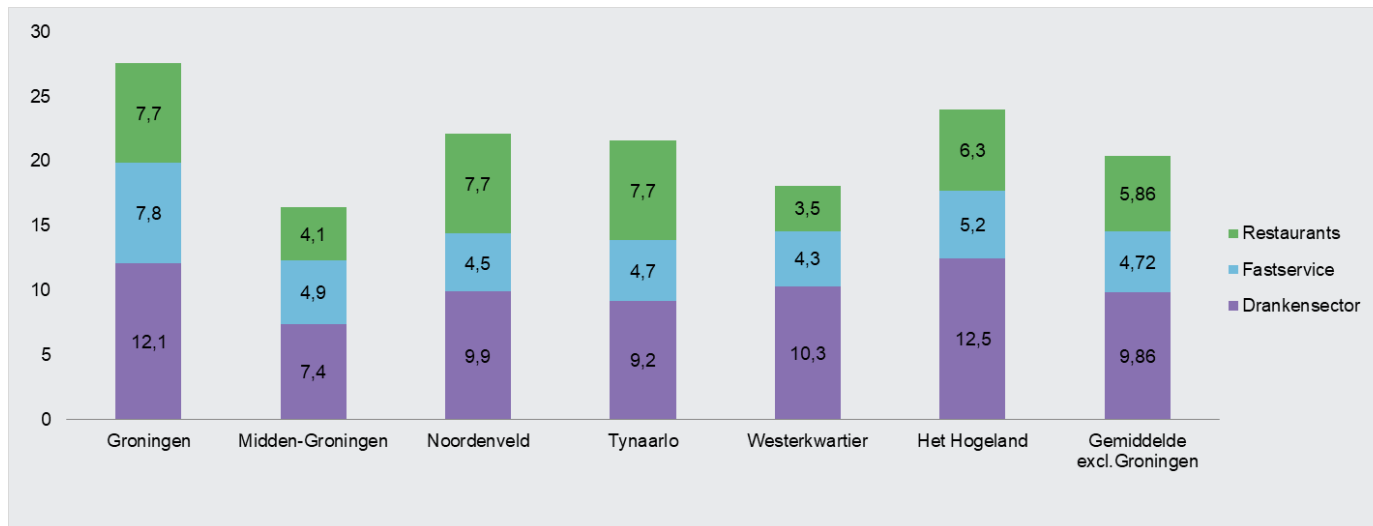
Figuur 18: Horeca per stadsdeel, aantal zaken per 10.000 inwoners.

In hoofdstuk 6 wordt ingegaan op het ontwikkelperspectief voor nieuwe horeca.

2.7 Horeca in de regio

In de volgende figuur wordt de horeca in Groningen (in aantal zaken per 10.000 inwoners) vergeleken met het aanbod in de omliggende gemeenten. Hieruit blijkt dat de capaciteit in Groningen (ook gerelateerd aan het inwonertal) ruim is, met name in de dranken- en fastservicesector. De regionale centrumfunctie van 'Stad' komt hier duidelijk uit naar voren. Dit is overigens een landelijk beeld dat zich ook bij de referentie- en andere steden voordoet.

¹⁶ Locatus Retailverkenner, 2020



Figuur 189: Horeca Groningen (per 10.000 inwoners) in vergelijking met omliggende gemeenten¹⁷

¹⁷ Horeca DNA 2019

3 Vraagstructuur horeca

3.1 Draagvlak inwoners Groningen en regio

Voor de demografische gegevens zijn zowel gegevens van gemeente Groningen (Gronometer) als CBS gebruikt. De gegevens van gemeente Groningen hebben veelal een wat andere categorisering (definities) dan de CBS-data. Om toch vergelijkingen met referentiegemeenten te kunnen maken zijn beide datasets gehanteerd. Per tabel of figuur is de herkomst van de gegevens aangegeven. Voor de modelmatige marktbenadering wordt uitgegaan van de data van gemeente Groningen.

Bevolkingsontwikkeling

De gemeente Groningen heeft circa 233.280 inwoners en zal de komende decennia nog aanzienlijk groeien. Tot 2030 met ruim 22.300 extra inwoners en tot 2039 nog eens 13.000 extra. Elders in de regio is vooral sprake van stabilisatie van het inwonertal.

Leeftijdsopbouw

In figuur 21 is de bevolking naar leeftijdsklasse gecategoriseerd en afgezet tegen de referentiesteden. Uit de figuur wordt het volgende geconcludeerd:

- De leeftijdsopbouw van de gemeente Groningen komt op hoofdlijnen redelijk overeen met de referentiegemeenten, doch met enige nuanceringen. De groep 'jongeren' (15 t/m 29 jaar) is in Groningen verhoudingsge-

Tabel 5 Bevolkingsprognose Groningen en regio¹⁸

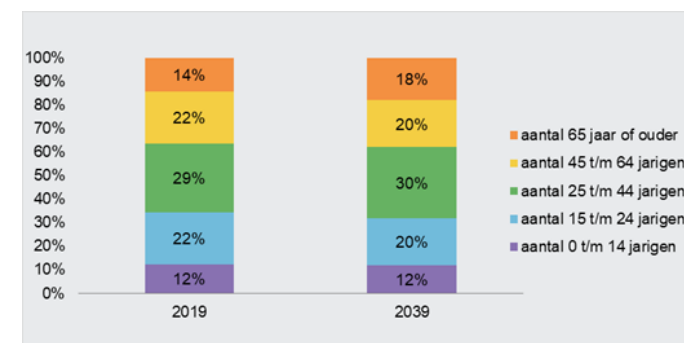
	2019	2020	2025	2030	2035	2039	2040	Vershil 2019-2039 (2040) in %
Groningen	233.280	235.776	247.003	255.624	263.416	268.987	268.987	+15,3
Midden-Groningen	60.899	60.880	60.680	60.350	59.840		59.050	-1,7
Noordenveld	31.290	31.810	31.780	31.490	31.140		30.790	-0,5
Tynaarlo	33.698	33.810	34.580	35.100	34.890		34.860	+3,5
Westerkwartier	63.031	62.920	62.430	61.670	60.630		59.660	-3,8
Het Hogeland	47.890	47.850	46.510	45.470	44.140		42.610	-11,0
Totaal	422.198	425.196	436.473	444.234	449.916		453.347	6,0

wijs sterk oververtegenwoordigd. Dit betekent tegelijkertijd dat verhoudingsgewijs, de andere leeftijdscategorieën iets zijn ondervertegenwoordigd.

- De leeftijdsgroep 'jongeren' (15 t/m 29 jaar) is van oudsher de belangrijkste uitgaansgroep (vaak in vriendenverband) en zijn daarnaast georiënteerd op (moderne), lunchrooms, 'hippe' koffiezaken en terrassen. Ook festivals en evenementen (muziek, sport) zijn bij hen in trek.
- De categorie 30 t/m 49 jaar betreft voor een belangrijk deel gezinnen met inwonende kinderen, maar ook één- en tweepersoonshuishoudens. Deze categorie heeft een veelal actief vrijetijdspatroon en voelt zich in hoge mate aangetrokken tot familierestaurants, fastfoodzaken en Delivery services, mede vanwege de volle agenda's. Men hecht sterk aan budgetformules. De gezinssituatie is daarbij sterk bepalend.
- De categorie 50 t/m 64 jaar. De kinderen zijn deels al uitwonend, waardoor men vaak een actief recreatiegedrag buitenshuis heeft en in kleiner verband (stellen). De koopkracht is bij deze groep doorgaans wat groter dan in

de jongere categorieën en men bezoekt graag restaurants en terrassen.

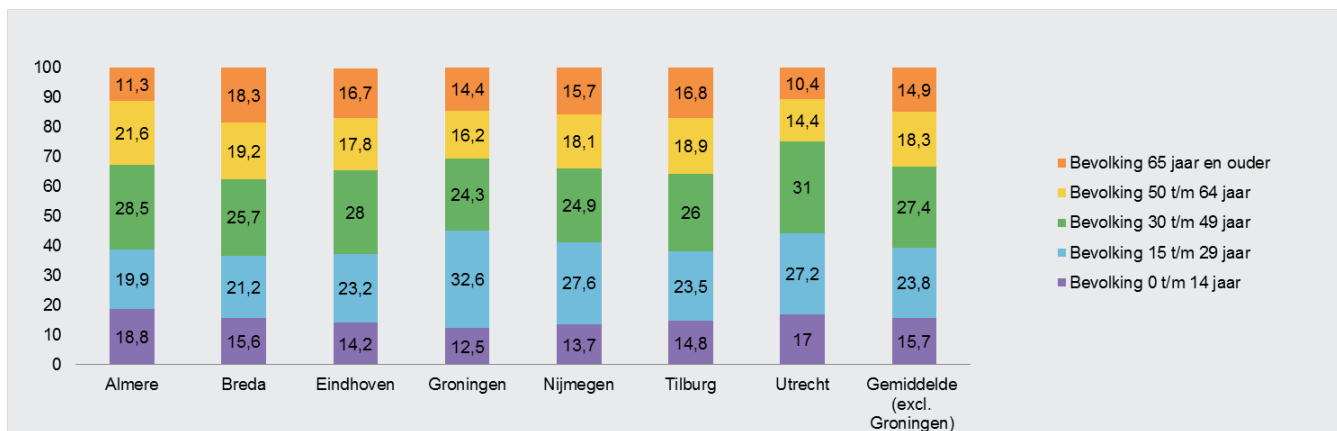
- De categorie 65-plus. Senioren worden steeds actiever en bezoeken graag en veelvuldig horeca overdag, zowel in binnensteden als in het buitengebied. Zij worden relatief sterk aangetrokken tot cultuur(historie) en hechten aan een persoonlijke benadering.



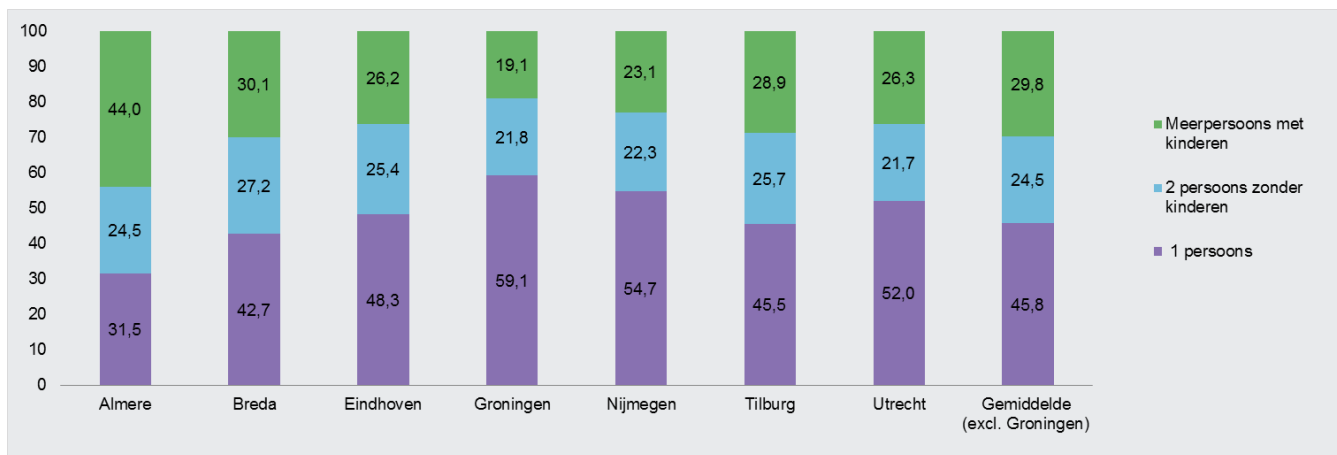
Figuur 20: Leeftijdsopbouw gemeente Groningen en prognose¹⁹

¹⁸ Gemeente Groningen en CBS 2019.

¹⁹ Gegevens afkomstig van gemeente Groningen, met andere leeftijdsklassering dan het CBS en figuur 21.



Figuur 21: Leeftijdopbouw gemeente Groningen t.o.v. referentiegemeenten²⁰



Figuur 22: Huishoudensverdeling (%) gemeente Groningen t.o.v. referentie²¹

- Figuur 20 geeft een doorkijk naar de verwachte Groningse situatie in 2039. De leeftijdsopbouw blijft globaal hetzelfde. Wel neemt het aandeel ouderen (65-plus) wezenlijk toe. Dit is ook van belang voor de behoefte aan typen horeca (zie voorgaand).

Huishoudensverdeling

In figuur 22 is de verdeling naar huishoudens gecategoriseerd en afgezet tegen de referentiegemeenten. Uit de figuur is hetzelfde beeld als in de leeftijdsategorisering zichtbaar.

Namelijk dat door de grote studentenpopulatie ook het aandeel eenpersoonshuishoudens verhoudingsgewijs wat ruimer is in Groningen. Daarnaast heeft Groningen van alle referentiegemeenten verhoudingsgewijs het kleinste aandeel gezinnen met kinderen. In de doelgroepenanalyse (par. 3.3) is per groep de gewenste horeca beschreven (hoofdlijn).

De volgende tabel toont het gemiddeld inkomen per inwoner. Groningen heeft gemiddeld het laagste inkomen (relatief grote studentenpopulatie). Hierdoor zal de lokale behoefte aan de wat goedkopere (maar niet per definitie mindere) horecaconcepten groter zijn dan gemiddeld. Veel bezoekers van buiten Groningen (zakelijk, toeristisch) hebben evenwel ook behoefte aan horeca in het hogere marktsegment.

²⁰ Horeca DNA 2019

²¹ Horeca DNA 2019

Tabel 6: Inkomensniveau per gemeente²²

	Gemiddeld inkomen	Afwijking t.a.v. landelijk gemiddelde
Almere	24,6	-4%
Breda	27,3	7%
Eindhoven	26,6	4%
Groningen	22,4	-13%
Nijmegen	24,2	-5%
Tilburg	23,5	-8%
Utrecht	27,1	6%
Gemiddelde Nederland	25,6	n.v.t.

3.2 Draagvlak en bezoekredenen toeristische markt

Toeristisch bezoek aan steden 2018

Uit het landelijke onderzoek Toeristisch bezoek aan steden²³ blijkt dat Groningen in 2018 ruim 1,5 mln. (unieke) Nederlandse bezoekers van buiten de gemeente trok, gericht op “ontspanning en plezier”. Totaal realiseerden zij 5,6 mln. bezoeken (trips).

De belangrijkste bezoekredenen is in Groningen verhoudingsgewijs vaak gericht op “winkelen voor plezier” (36%) en “overig” (15%). “Lunchen/dineren in restaurant” scoort met 13% beneden het gemiddelde van de betrokken steden. De bezoekredenen museum, evenement of theater liggen in Groningen rond het gemiddelde, maar deze lopen sterk uiteen tussen steden.²⁴

De belangrijkste bezoekdagen zijn in Groningen, evenals in de meeste andere steden, vrijdag en zaterdag (samen 51%). 13% van de toeristische bezoekers komt op zondag. Van de bezoekers blijft 54% langer dan 4 uur; duidelijk langer dan in de meeste andere steden. Alleen in de grootste steden blijft men soms langer. Ook trekt Groningen opvallend veel bezoekers voor een meerdaags verblijf (11%). Van de bezoekers besteedt 39% meer dan 50 euro in de stad tijdens hun verblijf. Slechts weinig andere steden kennen een dergelijke hoge besteding.

Als vervoermiddel is in Groningen de auto veruit het meest populair onder toeristische bezoekers van buiten de gemeente (72%), 18% komt per trein. Opvallend veel bezoekers komen van buiten de provincie: 85%. Ruim de helft (56%) bezoekt de stad met een partner en 22% met vrienden. De overige bezoekers komen alleen of in familieverband. De toeristische bezoeker in Groningen is wat ouder dan in de meeste andere steden: 44% is ouder dan 50 jaar. Bijna een kwart is tussen 18 en 30 jaar, wat rond het gemiddelde ligt. De meeste bezoekers hebben een huishouden zonder kinderen (44%), wat iets lager is dan gemiddeld. Bijna een kwart heeft kinderen t/m 17 jaar; iets bovengemiddeld. De sociale klasse van de toeristische bezoekers wijkt in Groningen niet veel af van het gemiddelde, al heeft B1 (bovenlaag van de middengroep) een wat hoger aandeel dan elders.

Hotelmarkt Groningen

De gemeente Groningen heeft totaal 32 als zodanig geregistreerde hotels en pensions, met gezamenlijk bijna 1.500 kamers. Aanmerkelijk meer dan qua omvang en verzorgingsfunctie ‘vergelijkbare’ gemeenten als Almere, Breda, Nijmegen en Tilburg, maar minder dan de wat grotere steden Utrecht en Eindhoven (resp. 2.300 en 2.400 hotelkamers).²⁵ Binnenkort wordt de hotelcapaciteit uitgebreid met het hoogwaardige en veelzijdige The Market Hotel aan de Grote Markt, met 123 kamers.

In 2018 vonden in de toenmalige gemeente Groningen (dus excl. Haren en Ten Boer) 609.250 toeristische overnachtingen plaats, waarvan 80% in hotels.²⁶ Uit onderzoek²⁷ blijkt dat er nog een aanzienlijke marktruimte bestaat voor additionele hotelcapaciteit. Deels kan dit worden gecombineerd met congresfaciliteiten. De stad profileert zich immers steeds meer als congresbestemming via het Groningen Congres Bureau, deels in samenwerking met de Groningen Congres Alliantie. Dit genereert een aanzienlijk draagvlak voor de restauratieve horeca (ook in het hogere marktsegment), omdat met name hotelgasten daar veelvuldig gebruik van maken overdag of 's avonds.

Uit het onderzoek Kenmerken van bezoek(ers) aan de binnenstad van Groningen (SWECO, 2020) komt de volgende informatie over het binnenstadsbezoek.

- Jaarlijks bezoeken ongeveer 19,5 – 21,5 miljoen mensen de binnenstad.

²² CBS, persoonlijk inkomen, 2017

²³ NBTC-Nipo.

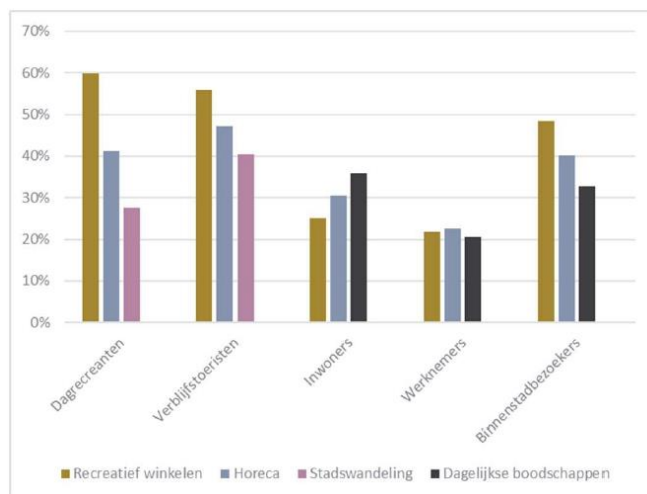
²⁴ Als vergelijkingsbasis zijn hier alle aan het onderzoek deelnemende steden betrokken.

²⁵ HorecaDNA/CBS 2019. Het bbp omvat de totale geldwaarde van alle geproduceerde finale goederen en diensten gedurende een jaar (finale bestedingen).

²⁶ Gemeente Groningen/Groningencitymonitor.nl.

²⁷ Horwath HTL; Analyse overnachtingenmarkt gemeente Groningen (juli 2019).

- De gemiddelde leeftijd is 42 jaar (gemeten vanaf 16 jaar, feitelijk dus iets jonger). Veruit de grootste groep is 16 t/m 25 jaar (29%).
- Sfeer en gezelligheid worden als hoogste gewaardeerd door bezoekers van de binnenstad (46%). Hierna volgt aanbod aan horeca (19%) en winkels (18%). Van alle binnenstadbezoekers geeft 13% aan dat Groningen zich niet (positief) onderscheidt van andere binnensteden.
- De binnenstad wordt gemiddeld gewaardeerd met een 8,0 en het aanbod horeca zelfs met een 8,3.
- Gemiddeld besteedt men € 45,30 in de binnenstad; vooral overnachtingen en niet-dagelijkse aankopen scoren hoog. Exclusief overnachtingen is de gemiddelde besteding € 30,28. Verblijfstoeristen en dagrecreanten (dus bezoekers van buiten de gemeente) besteden het meeste.



Figuur 23: Belangrijkste activiteiten bij het bezoek aan de binnenstad (Sweco, 2020)

De belangrijkste activiteit van binnenstadsbezoekers zijn recreatief winkelen en horecabezoek. Opvallend is dat de doelgroepen Inwoners en Werknemers de binnenstad vaker specifiek voor horeca bezoeken dan de andere groepen, waarvoor de synergie met winkelen (ook) belangrijk is.

3.3 Draagvlak en perspectief zakelijke markt

Zakelijke markt

De zakelijke markt in de gemeente Groningen omvat in totaal 21.563 bedrijfsvestigingen en 157.061 arbeidsplaatsen²⁸. Gezamenlijk genereren zij in principe een omvangrijk draagvlak voor de lokale en regionale horeca.

Economische sector	Totaal werknemers (x 1.000)
Landbouw	357
Procesindustrie	6.391
Maakindustrie	1.854
Bouw	4.899
Vervoer	3.833
Groothandel	5.648
Consumentendiensten, overige dienstverlening	32.232
Financiële en zakelijke dienstverlening	36.266
Onderwijs	20.032
Overheid	11.962
Zorg	33.585
Totaal	157.059

Bedrijfstacken die in de regel het meest gebruik maken van horeca zijn Informatica en communicatie, Financiële dienst-

verlening en Specialistische zakelijke diensten. Hun gezamenlijke aandeel qua werkgelegenheid bedraagt in de gemeente Groningen circa 12%. Dit is een redelijk hoog aandeel; in de referentiesteden hebben alleen Utrecht en Eindhoven een hoger percentage (ca. 20%). De andere gemeenten hebben een veel kleiner aandeel.

Verwachting ontwikkeling economie en toerisme landelijk

In 2018 bedroeg het Nederlandse bruto binnenlands product (bbp) ruim 774 miljard euro²⁹. De ontwikkeling van het bbp vertoonde tussen 2011 en 2018 een groei van 19%, ondanks de economische recessie in die periode. De Nederlandsche Bank verwacht voor de komende jaren landelijk een economische groei van gemiddeld ca. 2% per jaar. Deze prognose zal echter waarschijnlijk niet worden behaald door de verwachte recessie door o.a. het Coronavirus. De impact daarvan is vooralsnog evenwel onduidelijk.

Het aantal buitenlandse gasten is in Nederland de afgelopen jaren fors toegenomen. In 2018 werden 19 mln. buitenlandse gasten verwelkomd (toeristisch en zakelijk); een stijging van 56% t.o.v. 2012. Het NBTC (Nederlands Bureau voor Toerisme & Congressen) raamt in haar Perspectief 2030 tussen 2017 en 2030 een groei van het internationaal verblijfstoerisme van +50% landelijk (gemiddeld +3,8% per jaar). Het binnenlands bezoek zal naar verwachting met +27% (+2,1% per jaar) stijgen. In beide markten is sprake van een versneling t.o.v. de laatste 10 jaar. Ook dit is een positief gegeven voor de horeca, waarbij het sterk kan profiteren van de synergie met andere functies. Productversterking, ruimtelijk-functionele samenhang en citymarketing zijn hierbij belangrijke* voorwaarden. De effecten van het Coronavirus zijn niet in deze prognoses betrokken.

²⁸ Situatie 2019. Zowel voltijd- als deeltijdbanen. Opgave gemeente Groningen (OIS).

²⁹ CBS, betreft voor 2018 voorlopige cijfers.

Verwachting ontwikkeling werkgelegenheid Groningen

De ontwikkeling van de werkgelegenheid wordt door de gemeente Groningen als volgt geraamd. Wel plaatsen we de kanttekening dat het hier de prognoses van voor de Coronacrisis betreft. Het ligt voor de hand dat deze cijfers in praktijk lager zullen uitvallen, maar betrouwbare prognoses ontbreken..

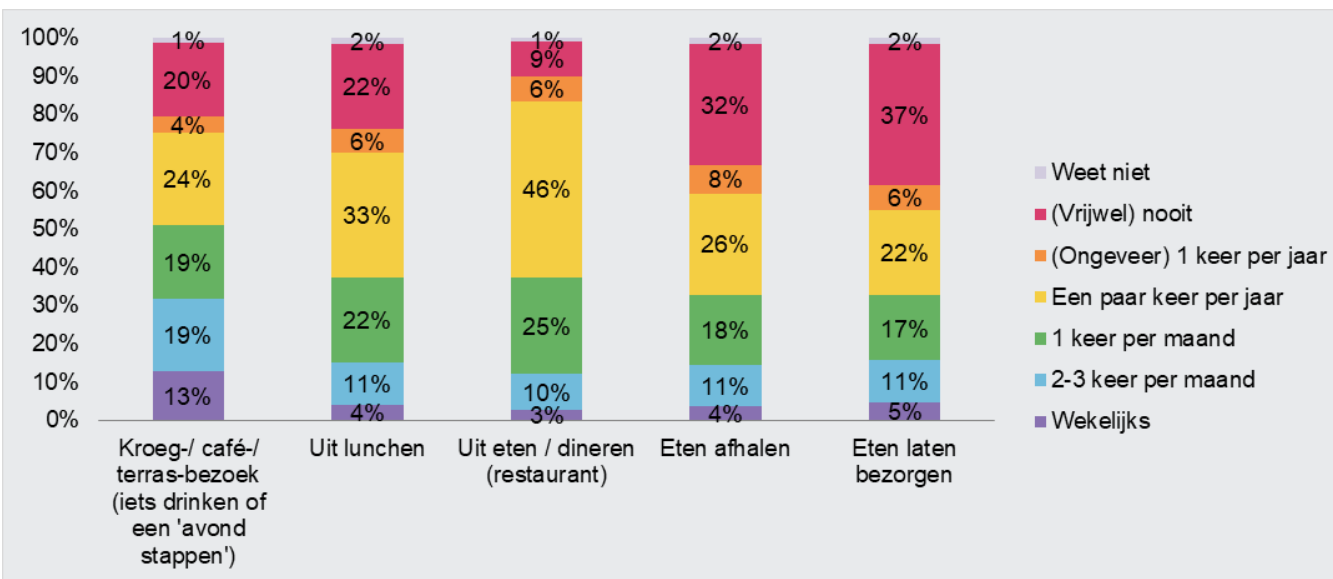
Tabel 7: Prognose werkgelegenheid gemeente Groningen

	2019	2025	2035
Prognose LAAG	157.059	+2,6%	+4,6%
Prognose HOOG	157.059	+5,9%	+13%

Deze cijfers illustreren de groeiende centrumfunctie van Groningen in brede zin, ook bij de lagere prognoses. De belangrijkste groeisectoren in de gemeente zijn Zorg, Onderwijs en Overheid. Met name de laatste twee sectoren bieden goede perspectieven als (extra) draagvlak voor de horeca in de gemeente.

3.4 Bezoekgedrag en beoordeling horeca eigen inwoners

De Groningse consumenten zijn in het kader van dit onderzoek gevraagd naar hun mening over de Groningse horeca, als prominente doelgroep. Dit is gedaan in twee onderzoeken. Te weten het Koopstromen Onderzoek (KSO) Groningen 2019³⁰ en het inwonerspanel/jongerenpanel van gemeente Groningen³¹.



Figuur 24: Horecabezoek naar type en bezoekfrequentie

Voor een verdere toelichting op de onderzoeksmethodiek etc. wordt verwezen naar beide onderzoeken. In het navolgende worden de belangrijkste resultaten t.a.v. horeca beschreven.

Resultaten KSO Groningen 2019

In de volgende tabel is de beoordeling van de horeca (als rapportcijfer) weergegeven voor de meest relevante winkelgebieden in de gemeente³². De binnenstad scoort het hoogst. Winkelcentrum Paddepoel scoort van de ondersteunende winkelcentra het hoogst. Enigszins opvallend aangezien hier vooral bezorg/halen is gevestigd.

Tabel 8: Beoordeling horeca van de meest relevante deelgebieden (aflopend naar beoordeling)

	Beoordeling horeca
Centrum Groningen	8,5
Winkelcentrum Paddepoel	7,9
Omgeving Sontweg	7,7
Centrum Haren	7,7
Verlengde Hereweg	7,1
Winkelcentrum Vinkhuizen	6
Meubelboulevard Hoendiep	5,3
Peizerweg	5,1

³⁰ I&O research en BRO 2019.

³¹ Gemeente Groningen, Onderzoek, informatie en Statistiek Groningen. <https://oisgroningen.nl>

³² Enkel gebieden met meer dan 100 beoordelingen van respondenten zijn weergegeven. In totaal zijn er voor deze gebieden tezamen 2.898 beoordelingen gegeven, waarvan 1.179 voor de binnenstad.

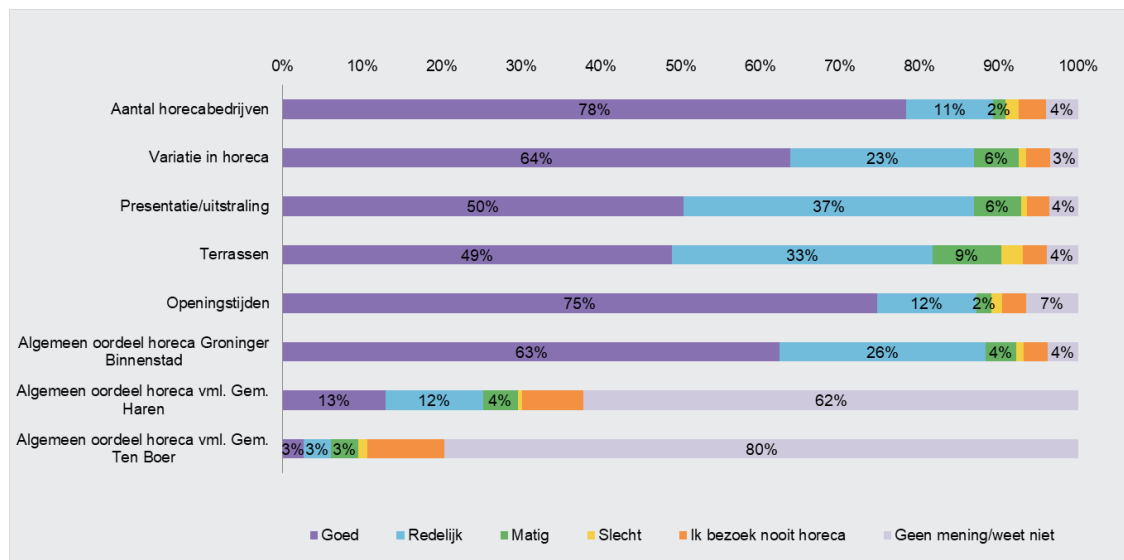
In figuur 24 zijn voor de belangrijkste horeca-categorieën de gemiddelde bezoekfrequentie weergegeven³³. Veruit de meeste Groningers komen wel eens in de horeca, wat de sociaal-maatschappelijke functie van de sector onderstreept. Alleen de afhaal- en bezorgfuncties kennen wat meer niet-gebruikers. In algemene zin neemt de bezoekfrequentie af naarmate de bezoekduur en -kosten toenemen (oplopend: drankje, lunch, diner).

13% van de respondenten drinkt wekelijks een drankje in de horeca en ruim de helft doet dit minimaal eens per maand. 4% luncht en 3% gaat wekelijks dineren in de horeca. In beide categorieën doet circa 37% dit minimaal eens per maand.

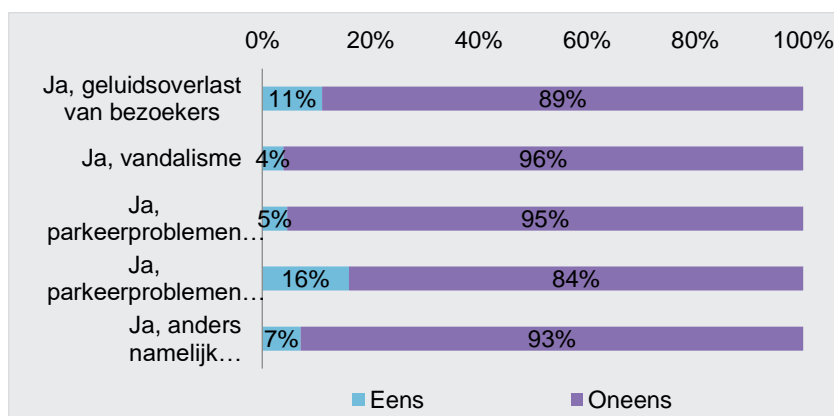
Resultaten Inwonerspanel en Jongerenpanel Groningen

In totaal zijn er 3.822 enquêtes volledig ingevuld, een relatief omvangrijke respons³⁴. Inwoners is gevraagd de Groningse horeca op een aantal aspecten te beoordelen (zie figuur 25).

De respondenten zijn overwegend positief over de horeca, waarbij vooral het aantal horecazaken (capaciteit), de openingstijden en (in iets mindere mate) de variatie hoog worden beoordeeld. Iets lager gewaardeerd worden de terrassen en de presentatie/uitstraling van de horeca. De beoordelingen t.a.v. Haren en Ten Boer worden sterk beïnvloed door de vele respondenten die het aanbod niet kennen, geen mening hebben en/of deze horeca nooit bezoeken. Exclusief deze categorieën vindt ca. 43% het horeca aanbod in Haren goed en 40% 'redelijk'. Hoewel de bekendheid met de horeca in



Figuur 25: Hoe beoordeelt u de horeca in de gemeente Groningen?



Figuur 26: Ervaart u negatieve aspecten of overlast van de lokale horeca?

³³ Deze vraag is door 2.898 respondenten ingevuld.

³⁴ Het merendeel hiervan (93%) is afkomstig uit het Inwonerspanel, 3% uit het jongerenpanel en 4% uit een open enquête. De enquête is eind 2019 afgenomen.

Ten Boer relatief beperkt is, vindt ruwweg 30% van de relevante respondenten het aanbod goed. De beoordelingen 'redelijk' en 'matig' worden even vaak genoemd.

Verder geeft 55% van de respondenten aan dat er geen horecazaken ontbreken in Groningen, maar 17% geeft aan dat dit wel het geval is³⁵. Via een open vraag is laatstgenoemde groep bevraagd wat er dan zoal ontbreekt. Het meest genoemd zijn hoogwaardige horeca (80 keer), Vega(n) (66 keer), horeca buiten het centrum (42 keer) en "variatie" (26 keer). Respondenten is ook naar eventuele overlast gevraagd.

Ruim twee derde van de respondenten geeft aan geen algemene vorm van overlast te ervaren van de Groningse horeca. Een derde geeft daarentegen aan wel overlast te ondervinden (zie figuur 26). De meest genoemde vorm van overlast is het fietsparkeren. Een klein deel van de respondenten (7%) geeft aan andere vormen van overlast te ervaren. Het meest genoemd daarbij zijn zwerfafval (68 keer), geluidsoverlast (47 keer), blokkades op trottoir (45 keer) en verkeersonveiligheid (20 keer).

³⁵ Ca. een kwart van de respondenten heeft geen mening

4 Beleidskaders en plannen horeca

Diverse visies, beleidsdocumenten, harde plannen, wetgeving en jurisprudentie is van belang voor het nieuwe horecabeleid van de gemeente Groningen. Met deze bestaande kaders dient rekening te worden gehouden in het nieuwe beleid. Dit beleidskader wordt overigens nog nader aangevuld.

4.1 Algemene ambities, beleidskaders overheid en andere relevante stukken

Omgevingsvisie provincie Groningen 2016-2020 (versie februari 2019)

De provincie wil stedelijke ontwikkelingen zoveel mogelijk laten plaatsvinden binnen bestaand stedelijk gebied. Hiermee wordt het contrast tussen het stedelijk gebied en het buitengebied, zo bepalend voor de identiteit van de provincie, behouden en versterkt. Het woon- en leefklimaat in de provincie moet eveneens worden verbeterd, o.a. door het benutten van de ontwikkelingsmogelijkheden en het beschermen van de karakteristieke bebouwde en onbebouwde elementen. Met ruimte voor ondernemerschap dat inspeelt op de dynamische ontwikkelingen. Opvallend is dat de omgevingsvisie nauwelijks aandacht besteedt aan de horecasector en juist wel aan detailhandel.

Omgevingsvisie 'The Next City' (2018)

- Vooruitlopend op de gemeentelijke herindeling per 1 januari 2019 is in 2018 een omgevingsvisie gemaakt voor de voormalige gemeente Groningen, primair gericht op de ruimtelijke ontwikkelingsmogelijkheden. Er wordt nog gewerkt aan een **samenhangende omgevingsvisie** voor de nieuwe gemeente Groningen.



Figuur 27: Ruimtelijk beeld The Next City inclusief ontwikkellocaties

- Met The Next City bereidt Groningen zich voor op een **groeispuurt** naar misschien wel 250.000 inwoners, uit binnen- en buitenland. Dat doet de gemeente op geheel eigen wijze, door te **verdichten** waar het kan en te **transformeren** waar het moet. Altijd op een steenworp afstand van de binnenstad om compact te blijven en op loop- en fietsafstand van voorzieningen, wat de stad ook economisch aantrekkelijk maakt.
- Vooral de ontwikkelzones, stedelijke knooppunten en de voorzieningencentra zijn plekken voor verdichting. Hierbij hoort, aldus de visie, ook daghoreca en winkels.
- De binnenstad is het belangrijkste winkel- en uitgaansgebied in Groningen. Ook het Stationsgebied, Ebbinkwartier, omgeving Oosterhaven, de kop van de Eemskanaalzone/Sontweg en de zone Westerhaven-Suikerfabriekterrein worden beschouwd als **binnenstadslocaties**, maar met andere functionele accenten. Belangrijke stedelijke voorzieningen moeten zoveel mogelijk in of nabij de verruimde binnenstad worden gevestigd.
- De visie legt een sterk accent op de 'leefkwaliteit' van de stad, in brede zin

De vijf belangrijkste opgaven voor de stad zijn:

- Faciliteren groei van de stad.
- De werkgelegenheid groeit mee in stad en regio.
- De stad blijft aantrekkelijk voor alle inwoners.
- De energietransitie wordt versneld.
- Iedereen doet en helpt mee.

Binnenstadvisie Bestemming Binnenstad (2016)

- Onder de noemer Bestemming Binnenstad heeft de gemeente een groot aantal plannen voor het stadshart tot één samenhangend geheel gesmeed. De ambitie is het

stadshart voor te bereiden op de toekomst en een **gezonde en leefbare omgeving** te behouden die voor iedereen toegankelijk, aantrekkelijk en bereikbaar is.

- Juist de wisselwerking tussen de functies retail, horeca, recreatie, ambacht en cultuur en de 'beleving' worden als belangrijke kernkwaliteit van de binnenstad beschouwd, als '**huiskamer** van de stad'.
- Om in te spelen op huidige trends en ontwikkelingen wil de gemeente zo veel mogelijk faciliteren en ruimte geven aan **mengvormen**, waarin het onderscheid tussen retail, horeca, recreatie, ambacht en cultuur vervaagt.
- Ook de kenniseconomie biedt uitdagende kansen voor de binnenstad, vanwege de innovatieve ideeën, nieuwe bedrijvigheid en creatieve experimenten.
- Bijzondere aandacht krijgen de komende jaren de deelgebieden A-Kwartier, Stationsgebied, Grote Markt en de Diepenring

Centrumvisie Haren (2018)

- In de visie worden de kernpunten compact, compleet en comfortabel centraal gesteld. Ook samenhang, kwaliteit en samenwerking zijn van groot belang. De visie streeft naar een compacter centrum in Haren waarbij vestiging van winkels primair in het kernwinkelgebied plaatsvindt, tussen de twee rotondes.
- Gesteld wordt dat het centrum van Haren momenteel weinig horeca heeft ondersteunend aan het winkelaanbod. Meer variatie is gewenst, bijvoorbeeld rond het Raadhuisplein. De sector kan ook een bijdrage leveren aan een grotere binding van toerisme en recreatie aan het centrum.
- Daarnaast heeft het verbeteren van de aantrekkingskracht en de uitstraling van het Raadhuisplein prioriteit. Uitgangspunt is dat het plein uitnodigender, groener en kwalitatief sterker moet worden, dichterbij de kernwaarden van Haren.

Toekomstvisie Koopmansplein Ten Boer (2017)

- De toekomstvisie voor het Koopmansplein in Ten Boer beschrijft dat er moet worden gefocust op het Koopmansplein als hét winkelgebied in Ten Boer. Een concentratie van winkels gericht op de dagelijkse behoefte, passend binnen kenmerken van een dagelijks boodschappencentrum, met aantrekkelijke faciliteiten en naventende beleving.
- Daarnaast zet de visie in op het stimuleren van uniformiteit zodat het winkelgebied zich kenmerkt door een duidelijke identiteit, het vergroten van de zichtbaarheid en het verbeteren van de uitstraling.
- Zowel consumenten als ondernemers missen een winkelondersteunende horecazaak op het plein. Het gevestigde Chinees-Indische restaurant is daar minder geschikt voor.

Ontwikkelingskader Organisatie en uitvoering: Groninger Ondernemers Agenda (2017)

Doel van deze Agenda is om de retail in Groningen sterk, vitaal, aantrekkelijk en toekomstbestendig te maken. Het is bedoeld als leidraad voor alle betrokken partijen, inclusief de gemeente. Bij dit initiatief van de Groningen City Club en Bedrijvenvereniging WEST hebben zich diverse landelijke, regionale en lokale ondernemersorganisaties aangesloten. De Agenda hanteert een themagerichte aanpak, met voor de binnenstad de volgende thema's:

- verrassend kleinschalig cultureel aanbod;
- professioneel, gastvrij en bijzonder;
- even rust;
- de kindvriendelijke binnenstad;
- omarm de toerist;
- faciliteer de nieuwe winkel;
- laat zien en vertel wie je bent;
- bereikbaarheid en een parkeervriendelijke binnenstad;
- voorop in digitale innovatie;

- samenwerken: betrokken en verantwoordelijk;
- werken aan een nog mooiere stad;
- logistiek;
- aandacht voor de ondernemer;
- meten en weten.

Daarnaast worden diverse thema's t.a.v. de wijkwinkelcentra benoemd. De horeca krijgt eveneens aandacht, waarbij het accent wordt gelegd op de samenwerking tussen retail, horeca en toerisme.

4.2 Horecanota Groningen 2011-2015

De belangrijkste uitgangspunten van de vigerende horecanota van de gemeente Groningen zijn als volgt.

In het afsluitende hoofdstuk wordt deze nota op hoofdlijnen geëvalueerd en getoetst aan de actuele dynamiek in de sector en de gemeente in bredere zin.

Uitgangspunten algemeen, functioneel

- Verhogen kwaliteit horecabranche, ook in relatie tot de omgeving.
- De binnenstad als visitekaartje, met een vernieuwingsimpuls van het aanbod aan vrijetijdsbesteding en ruimte voor verdere ontwikkeling van horeca.
- Beperkte verruiming aanbod (zie onder), leidend tot meer variatie, bijvoorbeeld t.b.v. leeftijdscategorie 30+ en cultuurbezoekers.
- Versterken uitstraling zaken en faciliteren duurzaamheid in de horecabranche.
- Meer beleidsmatige ruimte voor cross-over functies en semi-horeca. De wisselwerking met detailhandel krijgt bijzondere aandacht. Horeca moet hier ten dienste staan c.q. ondergeschikt zijn aan de functie detailhandel.
- Deregulering reguliere horeca en semi-horecaregeling ('passend' en 'niet-knellend')

- Ontwikkelen instrumenten om op kwaliteit te sturen, samen met de horecasector.
- Verkorte procedures voor guerilla- en pop-up concepten in de horecasfeer.
- Diverse aanpassingen in de Staat van Horecabedrijven (kwantitatief, met totaal 10 extra horecazaken binnen de Diepenring, vooral op sterlocaties en exclusief Forum/Nieuwe Markt).
- Veilig uitgaan, met o.a. aanvullende maatregelen in uitgaansgebied, cameratoezicht en handhaving.
- Verruiming van het terrassenbeleid.
- Versterken woon- en leefklimaat, zonder onaanvaardbare negatieve effecten horeca.

Uitgangspunten ruimtelijke structuur

- Verruiming aantal en typen horeca op specifieke locaties.
- Wijzigen van enige sterlocaties ('Kwaliteitslocaties waar horeca een gebiedsgerichte impuls kan geven'), vervangen niet-ingevulde door nieuwe sterlocaties.
- Aanwijzen twee nieuwe ontwikkellocaties voor horeca in de binnenstad: Gelkingestraat (bescheiden, vanuit ambitie mengstraat) en Nieuwe Markt (horeca als belangrijke drager)
- Invullen Open Lab op Cibogaterrein met horeca binnen mengvormen, als proeftuin.
- T.a.v. de belangrijkste horecagebieden in de binnenstad worden diverse, vaak specifieke uitgangspunten benoemd.
- De binnenstad 'binnen de Diepenring' is in de horecanota in vier zones verdeeld:
 - Zone A (noordwest): Overwegend woonfunctie, relatief stil, met belangrijkste clustering horeca rond de Ellebogen. Oude Kijk in 't Jatstraat/Boteringstraat in opkomst. Ambitie: Quartier Latin-achtig woongebied. Netto +4 horecazaken.

- Zone B (noordoost): Overwegend woongebied met kleinschalige dienstverlening, Provinciehuis, Martintoren/kerk etc. Ook noord- en oostzijde Grote Markt en Nieuwe Markt behoort tot dit deelgebied. Twee herontwikkelingslocaties (SNS-bankgebouw, Martinikerkhof 23, inmiddels Hotel Prinsenhof). Netto +1 horecazaak.
- Zone C (zuidoost): Het grootste horeca-uitgaansgebied van Groningen (Grote Markt ZZ, Poelestraat, Peperstraat, Kattendiep, Zuiderdiep, etc.). Poelestraat krijgt geleidelijk grotere dagfunctie, met veel terrassen. Netto +2 horecazaken.
- Zone D (zuidwest): Mix van wonen, winkelen en werken. Diverse succesvol ingevulde sterlocaties uit 2005. Ruimte voor verdere versterking van de horecafunctie, netto +3 zaken. Versterking Museumkwartier langs het water richting Westerhaven, inclusief nieuwe horeca Museumdepot (sterlocatie).
- Flankerend aan de binnenstad worden de gebieden Westerhaven en Oosterhaven (zicht op water) bestempeld als kansrijk voor (nieuwe) horeca, ook vanwege hun entreefunctie. Daarnaast zijn, aldus de horecanota, diverse andere locatie duidelijk gelieerd aan de binnenstad: Kop Nieuweweg, Schuitendiep-Oostzijde, Nieuweweg/Damsterdiep, Astraat, etc.
- Voor horeca in woonwijken, wijkwinkelcentra en in specifieke gebieden (Europapark, Kardinge, Sontplein en Zernike) worden afwegingen gemaakt in het belang van de kwaliteit van de branche en de functionaliteit van het gebied.
- Als 'bijzondere clusters' worden verder beschreven: Oosterpoort (Meeuwerderweg, Oosterweg, Veemarktstraat), Kop Korreweg/Bedumerweg, Oosterpark, Bleker-

straat, Paterswoldseweg noordelijk spoorovergang, Cibogaterrein, Hortusbuurt, Hoogkerk, Hoorse meer en Reitdiephaven.

- In de wijkwinkelcentra wil de gemeente de horecamogelijkheden verruimen, om de aantrekkelijkheid en gastvrijheid te vergroten.
- Verder gaat de nota in op de potenties voor horeca op specifieke (traffic)locaties. Daaronder vallen het Hoofdstation, transferia/P+R-locaties, Sontplein e.o., Kardinge, Europapark, Driebond, Westpoort, Meerstad en Zernike.

Overige beleidsaspecten Horecanota 2011-2015

- Het juridisch kader besteedt aandacht aan zowel de landelijke als lokale regelgeving t.a.v. horeca.
- Het hoofdstuk Lokaal beleid gaat in op de volgende aspecten:
 - Sluitingstijden (in principe vrij)
 - Terrasbeleid (bepalingen maken deel uit van exploitatievergunning horecabedrijf)
 - Precario
 - Toeristenbelasting
 - Festiviteiten (max. 12 festiviteitendagen, waarvan 2 individueel te kiezen)
 - Evenementen (inclusief geluidsnormen, eindtijden, etc.)
 - Koninginnenacht
 - Paracommercie
- Veilig Uitgaan is een gemeentelijke prioriteit. Het 'Nieuw Actieplan Veilig Uitgaan' uit 2007 bestendigt het eerdere convenant tussen gemeente, horecaondernemers, politie en Openbaar Ministerie. Inmiddels zijn diverse aanvullende maatregelen in dit kader uitgewerkt en ingevoerd. Daarnaast werd het Panel Deurbeleid geïntroduceerd om het toegangsbeleid van de Groninger horeca te toetsen. Hier is o.a. ook het Meldpunt Discriminatie bij betrokken, met maandelijks overleg met de belangrijkste

partners. Dit panel is bevoegd tot bindende uitspraken over het afdoen van klachten.

- Voor (startende) ondernemers zijn de accountmanagers Economische Zaken van de gemeente het 'entreeloket'. Ook zijn er wekelijks vier horecasprekuren.
- Voor vragen op het gebied van bouwen en wonen is het Loket Bouwen en Wonen (LBW) ingesteld.
- Ter toetsing van de brandveiligheid van horecapanden met een capaciteit van meer dan 50 personen kan een vergunning worden aangevraagd bij het LBW.
- Het Centraal Meldpunt Evenementen is de frontoffice voor evenementen en festiviteiten in de zin van de Wet Milieubeheer.
- Omtrent het toezicht en handhaving van het beleid wordt in de Horecanota 2011-2015 een onderscheid gemaakt tussen:
 - Gemeentelijke toezichthouders: Dienst RO en EZ, inspectie Bouw- en Woningtoezicht.
 - Politie (waarmee gemeente nauw samenwerkt): accent openbare orde en veiligheid, opsporing strafbare feiten. Op uitgaansavonden extra toezicht op straat, inclusief altijd één horecacontactfunctionaris van de basiseenheid Centrum, direct aanspreekbaar voor horecapersoneel en –gasten.
 - Voedsel- en Warenautoriteit: controle op naleving bepalingen uit de Drank- en Horecawet.
 - Milieudienst: handhaving relevante onderwerpen (bijv. afvalstoffen, afvalwater, energie, geluid) door milieu-inspecteurs.
 - Brandweer: handhaving brandveiligheid bouwwerken en inrichtingen.
- Bestuursrechtelijke maatregelen: Bestuursdwang, Dwangsom, Verbieden toegang tot zaken, Sluiting zaken, Tijdelijke sluitingstijden, Intrekken vergunning.
- Handhavingprotocol, met per voorschrift maatregelen indien overtreding.

- Handhaving (muziek)geluid. Geluidsnormen zijn vastgelegd in Activiteitenbesluit. Het onderwerp Handhaving heeft overigens een eigen Beleidsplan.

4.3 Relevante plannen en ontwikkelingen

In de gemeente Groningen spelen diverse plannen en initiatieven. De meest relevante en grootste in dit kader zijn:

- Waarschijnlijk wordt begin 2021 aan de Grote Markt Merckt geopend: een foodhall concept over drie verdiepingen. Het wordt een veelzijdig concept, met o.a. een bierbrouwerij, distilleerderij, koffiebranderij en 18 keukens/counters.
- In de Rode Weeshuisstraat (achterzijde voormalige V&D) komt het versmarktconcept Mercado, met een combinatie van detailhandel en horeca. Omvang ca. 1.000 m² bvo.
- Medio 2020 wordt aan de Grote Markt het hoogwaardige en veelzijdige The Market Hotel geopend, met 123 kamers. Op de begane grond komt een groot restaurant gebouwd, met terrassen aan zowel de Grote Markt als Nieuwe Markt.
- Plan 'BonBini Beachclub' aan zuidwestzijde Paterswoldsemeer.
- Diverse andere plannen rond het Paterswoldsemeer.
- Pro Memorie

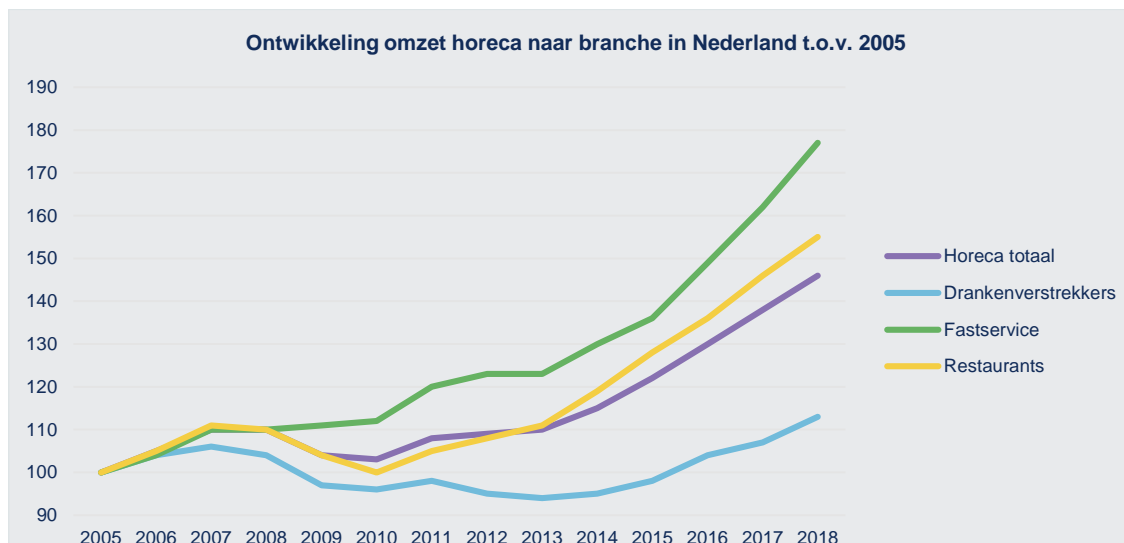
5 Trends en doelgroepen in horeca

5.1 Landelijke trends en ontwikkelingen in horeca

Een economische sector met betekenis

Er hebben zich de afgelopen jaren vele ontwikkelingen voorgedaan in de (restaurantieve) horeca, zowel aan de vraag- als de aanbodzijde. We beperken ons in dit overzicht tot de hoofdlijnen, aangezien er in en rond de zeer veelzijdige horecasector vele trends spelen, zowel op macro- als microniveau. Voor de beschrijving hebben we geput uit vele bronnen, onderzoeken (o.a. CBS, HorecaDNA, NRIT, KHN), horeca- en algemene media en vele gesprekken met ondernemers en grote horecaformules.

Er zijn in Nederland circa **41.500 horecazaken**, waaronder bijna 16.800 drankverstrekkers, bijna 12.900 fastservice-zaken (snackbars, etc.) en 11.900 restaurants. In 2018 realiseerde de restaurantieve horeca (dus excl. hotels) een totale omzet van ca. **15,8 miljard euro**. Hoewel de bestedingen in de sector de afgelopen jaren fors zijn gestegen en de **toekomstverwachting** eveneens **positief** is, bestaat er landelijk een overaanbod van 'traditionele' horeca. Er is 'teveel van hetzelfde'. Anno 2020 bestaan er vooral ontwikkelingskansen voor zaken die zich qua thema, product, service en marketing sterk en onderscheidend profileren.



Figuur 28: Omzetontwikkeling horeca in Nederland 2005-2018 (CBS)

Groeiende maatschappelijke functie

Vrijwel elke Nederlander bezoekt tegenwoordig weleens een horecazaak, in welk verband en met welk motief dan ook en steeds vaker. Hoewel de economische conjunctuur daarbij een rol speelt is het hoogstwaarschijnlijk een blijvende trend. Uitgaan en restaurantbezoek staan voor **gezelligheid** en zorgen voor **ontmoeting**. Lunchzaken en koffieformules (**dag-horeca**) hebben in korte tijd hun marktpositie enorm versterkt. Bovenal verwachten mensen een aantrekkelijke, al dan niet bijzondere **'beleving'** en men is in het algemeen bereid daarvoor een **faire prijs** te betalen. Het onderwerp **'food'** staat volop in de belangstelling. Ook **sociale contacten** worden steeds meer buitenshuis onderhouden, met horecazaken als primaire bestemming. In de volgende paragraaf beschrijven we de trends in concreto.

Daarnaast laten steeds meer mensen zich echter leiden door **kortingsacties**, die online volop voorhanden zijn. De groeiende groep (**koopkrachtige**) **ouderen** wil optimaal genieten van haar ruime vrije tijd. Ook het groeiende aantal **kleine huishoudens** leidt tot extra consumptie buitenshuis. Het aantal dagelijkse **'eetmomenten'** neemt nog steeds toe. Tenslotte leveren de sterk toenemende overnachtingen van **buitenlandse toeristen** eveneens veel extra vraagpotentieel voor de horeca.

In toenemende mate wordt het **economisch en sociaal-maatschappelijk belang** van een sterke horecasector erkend, ook door overheden. Horeca richt zich steeds meer op **vermaak en beleving** en moderne zaken zijn actief bezig met productontwikkeling, marketing en organisatie van activiteiten en arrangementen. Sterke horeca zet een gebied op de kaart, ook voor bovenlokale bezoekers. Dit heeft ook effecten op de ruimtelijke eisen en structuur van de sector.



Hoewel er nauwelijks landelijke cijfers bestaan omtrent het bezoek aan horecazaken naar doelgroep is wel duidelijk dat er grote onderlinge verschillen zijn. Het bezoekgedrag en de bestedingen worden vooral bepaald door de leeftijd, gezinssituatie en stedelijkheid van de woonomgeving. Zo eet van de 'Millennials' (geboren tussen 1980 en 2000) 29% tenminste eens per week buiten de deur. Van de 'Babyboomers' (geboren tussen 1940 en 1965) doet slechts 10% dat, al besteden zij per bezoek wel gemiddeld anderhalf keer zoveel.

5.2 Trends in concreto en betekenis voor Groningen

De horecasector is onderhevig aan vele trends en ontwikkelingen, op zowel macro- als microniveau. In concreto zijn landelijk en internationaal vooral de volgende trends opvallend.

In dit overzicht vermelden we ook enige aansprekende Nederlandse voorbeelden alsmede een algemene beoordeling van BRO in hoeverre de betreffende trend zichtbaar is in Groningen (vanuit een kritische blik) en de verwachting omtrent de verdere ontwikkeling van de trend landelijk (+ positief, 0 neutraal, -/- negatief).

- **Schaalvergroting:** De ruimtebehoefte van horecazaken neemt toe, vanwege rendementseisen, multifunctionaliteit (zalen) en de consumentenbehoefte in algemene zin. *Voorbeelden: Vapiano's, de Pasta Fabriek, Happy Italy, De Vooruitgang Eindhoven, La Place, Happy Italy, Wereldrestaurants*
Zichtbaarheid Groningen: + Groeiverwachting: +
- **Multifunctionaliteit:** Horecabedrijven bieden een steeds bredere menukeuze, met per dagdeel soms verschillende doelgroepen. Ook worden vaker recreatieve en culturele activiteiten georganiseerd (DJ, Pub Quiz) dan wel zaalverhuur (zakelijke markt) aangeboden. *Voorbeelden: Dudok, Stan & Co (diverse plaatsen), De Vooruitgang Eindhoven.*
Zichtbaarheid Groningen: 0 Groeiverwachting: +
- **Vers en verantwoord:** Een onmiskenbare trend die vooral in studentensteden goed zichtbaar is. Hoewel restaurants hierin vooropliepen, is de fastfood branche bezig met een opvallende inhaalslag. Vaak betreft het Aziatische producten, maar ook een product als frites blijkt zich hiervoor prima te lenen. *Voorbeelden: Stach Café, Frites Atelier, Taco Bell, Wok to Go, juice bars*
Zichtbaarheid Groningen: + Groeiverwachting: +
- **Samen delen.** Horeca gericht op het gezamenlijk consumeren van kleinere hapjes (tapas, pinxtos, sushi, borrelplankjes) groeit snel. Niet meer allemaal een 'eigen' gerecht, maar gezellig samen delen. Het sociale aspect speelt hier een belangrijke rol. *Voorbeelden: La Cubanita, 't Zusje, Sumo, Gossimijne*
Zichtbaarheid Groningen: + Groeiverwachting: +
- **Specialistische koffiemarkten:** Landelijk een opvallende ketenvorming, met ook op lokaal niveau veel initiatieven. Voor jongeren en ZZP-ers hebben deze zaken vaak een belangrijke ontmoetings- en werkfunctie. *Voorbeelden: Starbucks, Coffeecompany, vele lokale zaken met hoogwaardige koffiemachines en gediplomeerde barista's, bijzondere inrichting*
Zichtbaarheid Groningen: + Groeiverwachting: 0
- **Drankspecialiteiten:** Cafés waren in Nederland van oudsher sterk gericht op het schenken van bier, met een beperkte keuze aan andere dranken. Speciaalbieren ('Craft Beers') zijn sterk in opkomst, maar ook de groeiende populariteit van wijn en gedestilleerd (cocktails, whiskey, gin) is opvallend. Vaak betreft het zelfstandige horecazaken, met een uitgebreide keuze, ook op tap en per glas.

Voorbeelden: *Mr Mofongo, Biercafés (Pintelier, Olivier Utrecht, Zeezicht Breda, In den Uiver Haarlem, De Gouverneur Maastricht)*

Zichtbaarheid Groningen: + Groeiverwachting: 0.

- **Beleving en actie:** Gasten mogen zelf biertappen of krijgen een rondleiding, productdemonstratie of proeverij. Ook ambachtelijke brouwerijen met een proeflokaal zijn een voorbeeld.

Voorbeelden: *Taphuys, Beers & Barrels, Jopenkerk Haarlem, Stadsbrouwerij Eindhoven*

Zichtbaarheid Groningen: 0 Groeiverwachting: +.

- **Foodhallen:** Meerdere ondernemers met eigen keukens onder één dak, met een gezamenlijk terras (binnen, maar vaak ook buiten) en veelal een centrale bar. Het zijn echte publiekstrekkingen, mits de verschillende counters strak worden aangestuurd vanuit een centrale bedrijfsleiding, bijvoorbeeld qua kwaliteit of openingstijden. Voorbeelden: *Merckt, Downtown Gourmet Market Eindhoven, MingleMush Den Haag, Foodhallen Amsterdam*. Zichtbaarheid Groningen: + Groeiverwachting: +.
- **Thuisbezorging:** Met name jongere doelgroepen en studenten laten steeds vaker hun avondeten thuisbezorgen. Naast gespecialiseerde ketens (Domino's, New York Pizza, Sushi Point) bezorgen ook steeds meer reguliere restaurants aan huis via algemene bezorgplatforms (Fooddrop, Deliveroo, Takeaway.com). Zichtbaarheid Groningen: + Groeiverwachting: +.
- **Vervlechting horeca en detailhandel:** Mede door veranderende consumentenwensen ontstaan steeds meer 'blurring'-concepten. Bijvoorbeeld een dagelijkse of niet-dagelijkse winkel met gelegenheid voor koffiedrinken of lunchen. Vanuit de landelijke regelgeving is hier overigens in principe alleen consumptie van niet-alcoholhoudende dranken toegestaan.

Voorbeelden: *Backwerk, Boekwinkels Van Piere Eindhoven, Waanders In de Broeren Zwolle, Lola Bikes & Coffee Den Haag, Hutspot*.

Zichtbaarheid Groningen: 0 Groeiverwachting: +.

- **Horeca versterkt cultuurfunctie:** Behalve de vanzelfsprekende synergie tussen cultuur en horeca, kan deze laatste functie de exploitatiebasis van cultuurclusters aanmerkelijk versterken. Met name zichtbaar bij filmtheaters, bibliotheken en musea. Voorbeelden: *Forum, Rozet Arnhem, Lux Nijmegen, Chocoladefabriek Gouda, vele musea*. Zichtbaarheid Groningen: + Groeiverwachting: +.
- **Horeca stimuleert maatschappelijke participatie,** bijvoorbeeld door inzet van personeel met een achterstand tot de arbeidsmarkt en het bieden van leer-werkplekken. Mede vanwege de maatschappelijke functie zijn deze zaken soms zeer populair. Voorbeelden: *Brownies & DownieS, The Colour Kitchen, Bakkerij/lunchcafé Driekant Zutphen*. Zichtbaarheid Groningen: 0 Groeiverwachting: +.
- **Steeds meer terrassen:** Alom zichtbaar, in binnen- en buitenland en met vaak sterk beeldbepalende parasols. Terrassen krijgen steeds vaker een 'eigen' inrichting, aansluitend op bedrijfsconcept en doelgroepen. Voorbeelden: *Stadhuisplein Rotterdam, Leidseplein Amsterdam, Neude Utrecht*. Zichtbaarheid Groningen: + Groeiverwachting: + (effect Corona).
- **Restaurant met hotel in monumentaal erfgoed:** Een combinatie die het van oudsher goed doet, maar steeds vaker gecombineerd met een eigentijdse vormgeving. Samen zorgen ze voor bijzondere concepten en een sterke exploitatiebasis. Groningen kent relatief weinig bijzondere 'iconen'.

Voorbeelden: *Hotel Nassau Breda, Kruissherenklooster Maastricht, Van Rossum Stadshotel Woerden, Arresthuis Roermond*





Zichtbaarheid Groningen: 0 Groeiverwachting: +.





- **Nieuwe hostelformules** met hippe horeca. Moderne hostels hebben vaak veel faciliteiten en een uiterst moderne en laagdrempelige inrichting. Een eigen café maakt daarvan vrijwel altijd deel uit, ook als ontmoetingsplek voor de eigen gasten, toeristen en lokale inwoners. Groningen heeft ze wel, maar relatief onbekend. Voorbeelden: *Generator Amsterdam, Stayokay Utrecht Centrum, King Kong Rotterdam, Credible Nijmegen*. Zichtbaarheid Groningen: 0 Groeiverwachting: +.
- **Vormgeving, architectuur en locatie** als attractiefactor. De afgelopen jaren zijn in Nederland vele horecazaken geopend met een markante stijl, inrichting en interieur, vaak gericht op een specifiek thema, doelgroep of lifestyle. Ook de opkomst van 'Rooftopbars' (Forum) en Pop Up concepten vallen binnen deze trend. Vele voorbeelden, met name in de grotere steden. Zichtbaarheid Groningen: + Groeiverwachting: +.
- **Horeca ondersteunt nieuwe werklocaties:** Vaak innovatieve, 'hippe' en relatief grootschalige concepten met individuele of gezamenlijke werkplekken ('Workspaces'). Ze vervangen deels de traditionele bedrijfsrestaurants, maar richten zich op een bredere doelgroep. Voorbeelden: *Blokhuispoort Leeuwarden, Performance Factory Enschede, De Honig Nijmegen, Caballerofabriek Den Haag*. Zichtbaarheid Groningen: 0 Groeiverwachting: +.

5.3 Aansluiting horeca binnenstad op doelgroepen

In onderstaand overzicht zijn de belangrijkste doelgroepen vermeld, van toepassing op het bezoekgedrag in de horeca in Groningen. Behalve hun algemene profiel en behoeften worden ook hun specifieke behoeften t.a.v. horecabezoek vermeld alsmede de belangrijkste relevante kerngebieden in de binnenstad (zie legenda onderaan). We benadrukken dat er in praktijk veel overlappingsen bestaan tussen doelgroepen en hun bezoekvoorkeuren en –gedrag. Afhankelijk van de groepssamenstelling, bezoekmotief of bezoekdoel kunnen voorkeuren soms afwijken. Iemand met jonge kinderen heeft bij een bezoek in zakelijk of vriendenverband bijvoorbeeld vaak andere voorkeuren dan bij een familietrip.

Ook de 'toedeling' naar deelgebieden is indicatief, mede omdat de ruimtelijk-functionele structuur (verdeling) van de horeca in de Groninger binnenstad als vermeld nogal diffuus is, met slechts enkele duidelijk afgebakende deelgebieden. Het overzicht is gebaseerd op diverse onderzoeken (landelijk, lokaal, consumentengedrag, etc.) en eigen expertise van BRO, maar zoals vermeld nadrukkelijk indicatief.

Doelgroepen	Profiel en behoeften (algemeen)	Behoeften horeca	Kerngebieden binnenstad	Oordeel aansluiting Groningse binnenstad-doelgroep
Inwoners lokaal en regio:				
Gezinnen met inwonende kinderen	Weinig tijd Beperkt budget Accent functioneel Accent weekend Bereikbaarheid auto Kinderen bepalen....	Familierestaurants Fast Food/Casual Buffetconcepten Tapas, Sushi, Aziatisch, Pizza, Kindermenu's Prijsvriendelijk	C E G J	
Startende huishoudens zonder kinderen (incl. 'Yuppen', Expats, etc.)	Weinig tijd Ruim budget Ontspanning Ontmoeting Gezond, verantwoord Trendsettend/hip Weekrond Frequent horecabezoek	Fast Food/Casual Tapas, Sushi, Aziatisch, Pizza, Luxe Delivery Bijzondere keukens, concepten Cafés, terrassen Foodhallen Uitgaan tot laat	A B C D F G H I K	
Overige huishoudens zonder (inwonende) kinderen, < 70 jaar	Veel tijd Vaak ruim budget Kwaliteit Ontspanning Persoonlijk Sfeer Weekrond	Daghoreca Eetcafés Restaurants Terrassen 'Beleving'	B C D F G H K	
Senioren >= 70 jaar	Veel tijd Loyaal Budget varieert Herkenbaarheid Authenticiteit Veiligheid Bereikbaarheid (auto) Toegankelijkheid	Restaurant, lunchroom, daghoreca Bekende keukens, horecaformules Service, bediening, aandacht Prijsvriendelijk Horeca in wijken en wijkwinkelcentra	B C E H J	

Doelgroepen	Profiel en behoeften (algemeen)	Behoeften horeca	Kerngebieden binnenstad	Oordeel aansluiting binnenstad-doelgroep
Studenten	Ontmoeting medestudenten Gemak Gezond, verantwoord Ontspanning Levendigheid Trendsettend/hip Beperkt budget Frequent horecabezoek	Fast Food/Casual Tapas, Sushi, Aziatisch, Pizza Coffeebars Delivery, To Go Cafés, terrassen Innovatieve zaken Wifi Uitgaan tot laat Prijsvriendelijk	A B C D E F G H I K	
Scholieren	Ontmoeting leeftijdgenoten Gevoelig Social Media Trendvolgend Beperkt budget Accent weekend	Fast Food (Feest)cafés Horeca bij leisure Terrassen Voordelig Wifi Laagdrempelige zaken, entree <18 jaar Prijsvriendelijk	A B C E G J	
<u>Bezoekers van buiten regio:</u>				
Dag- en meerdaagse bezoekers recreatie en winkelen	Gedrag afhankelijk van groepssamenstelling Ontdekking, verrassing, authenticiteit Recreatie, winkelen Cultureel erfgoed Evenementen Levendigheid Relatief veel vrouwen Bereikbaarheid auto, trein	Daghoreca, borrelen Restaurants Bijzondere keukens, concepten Terrassen Alle prijsklassen Aansluiting op winkelgebied	A B C D F G H I K	
Zakelijke dagbezoekers	Zakelijke ontmoeting Comfort, kwaliteit Service Hoogwaardige uitstraling Bereikbaarheid auto	Kwaliteitshoreca Vergaderlocaties, ruime zalen Service, bediening Snelle ICT functies	B D H K	

Doelgroepen	Profiel en behoeften (algemeen)	Behoeften horeca	Kerngebieden binnenstad	Oordeel aansluiting binnenstad-doelgroep
Zakelijke verblijfsgasten stad en regio	Zakelijke ontmoeting Comfort, kwaliteit, luxe Service Bereikbaarheid auto	Goede hotels, bij vergaderlocatie of in binnenstad Kwaliteitshoreca Service, bediening Ruimte voor (grote) groepen Snelle ICT functies	B D G H K	

Legenda:

Scores oordeel (laatste kolom):  Goed  Neutraal (niet bijzonder goed/slecht)  Matig/slecht

Kerngebieden binnenstad (zie ook hoofdstuk 2):

A Grote Markt Zuidwand B Poelestraat/Schuitendiep/Peperstraat/Nieuwe Markt C Vismarkt/Stoeldraaiersstraat/Waagstraat D Ellebogenbuurt/Universiteitskwartier E Brugstraat/Astraat/Westerhaven F Noordelijke aanlopers	G Oosterstraat H Gedempte Zuiderdiep/Kattendiep/Gelkingestraat I Folkingestraat/Ubbo Emmiusstraat J Kernwinkelgebied K Overige binnenstad en randgebieden
---	--

De belangrijkste conclusie is dat de Groningse horeca in essentie een breed bereik heeft qua doelgroepen. Vooral de jongere leeftijdscategorieën en toeristisch-recreatieve bezoekers hebben in de stad een ruime keuze, met aantrekkelijke en deels vernieuwende zaken. Voor jonge gezinnen is het aanbod wat minder geschikt, ook omdat de meeste grotere familierestaurants en fast casual-zaken in de binnenstad liggen en dus minder goed bereikbaar zijn per auto.

De aansluiting op de zakelijke markt is in de binnenstad eveneens wat minder, wat vooral komt door het ontbreken van een groter zaken- en congresshotel in de binnenstad. Deze zijn overigens wel elders gevestigd en met de opening van het nieuwe Market Hotel aan de Grote Markt (2020) wordt de binnenstad in dit opzicht duidelijk versterkt.

De toedeling van doelgroepen naar de belangrijkste deelgebieden moet overigens als indicatief worden beschouwd. Belangrijke oorzaak is dat de horeca in de Groninger binnenstad een nogal verspreide structuur kent, ook qua trekkerbeeld en doelgroepen. Bepaalde deelgebieden zijn hierdoor wat minder sterk geprofileerd.

5.4 SWOT-analyse

Op de volgende pagina beschrijven we bondig de belangrijkste factoren die bepalend zijn voor het toekomstperspectief van de horeca in de gemeente Groningen. Het overzicht is gebaseerd op de voorgaande analyses en wordt nog aangevuld n.a.v. de nog te organiseren gesprekken in het kader van dit onderzoek.

Tabel 9 SWOT analyse

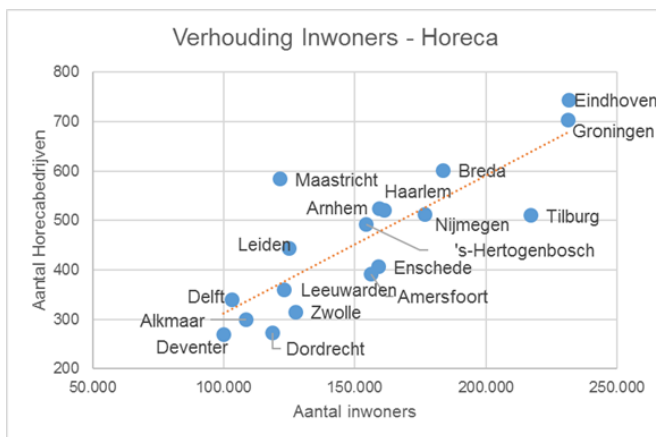
Sterk, kansen	Zwak, Bedreigingen
<p>Sterk algemeen</p> <ul style="list-style-type: none"> • Stad met sterke eigen identiteit en positief imago, ook landelijk en in noordwest Duitsland • Groningers bezoeken frequent de 'eigen' horeca • Hoge waardering horeca door lokale inwoners • Veel lokale en regionale, sterk betrokken ondernemers in de horeca • Veel unieke, trendsettende concepten, ook in blurring • Jonge bevolking, veel studenten ('trendsetters') • Sterk aanbod en dynamiek in retail, cultuur, bedrijvigheid • Belangrijke economische positie en verzorgingsfunctie in algemeen (werkgelegenheid) • Intensieve samenwerking binnen horeca en met andere partijen (detailhandel, cultuur, gemeente) • Actieve citymarketing • Groot verzorgingsgebied (geografisch) • Veel lokale vastgoedeigenaren <p>Sterk binnenstad</p> <ul style="list-style-type: none"> • Compact en veelzijdig historisch centrum, met water (Diepen) • Groningen is de onmiskenbare winkel- en uitgaansstad van Noord-Nederland • Veel terrassen • Lange verblijfsduur bezoekers, zeker van buiten gemeente • Diverse trekkers Fast Casual in binnenstad • Veel kantoren in en rond binnenstad • Goede bereikbaarheid per trein en fiets • Onbeperkte openingstijden 	<p>Zwak algemeen</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ogenscheinlijk weinig restaurants in hogere marktsegment, maar wel 'verborgen parels' • In de woonwijken relatief veel horecazaken met gedateerde inrichting en presentatie • Relatief laag besteedbaar inkomen in gemeente • Relatief dunbevolkte regio (Ommeland) <p>Zwak binnenstad</p> <ul style="list-style-type: none"> • Horeca in binnenstad heeft nogal verspreide structuur, ook qua trekkerbeeld en doelgroepen. Vergt dus een actieve attitude van onbekende bezoekers ('ontdekstad') • Verblijfsklimaat Diepenring onvoldoende voor sterke horecafunctie • Binnenstad is matig bereikbaar per auto, meeste parkeergarages op enige afstand • Onvoldoende fietsparkeerplaatsen in binnenstad • In diverse straten laag verblijfsklimaat door conflicten voetgangers, fietsers en auto's. Dit geldt ook voor 'visitekaartje' Grote Markt zolang hier nog veel busverkeer rijdt
<p>Kansen</p> <ul style="list-style-type: none"> • Groeiende bestedingen in horeca landelijk, ook onder oudere doelgroepen • Veel plannen in horeca (lokale dynamiek) • Relatief grote bevolkingsgroei, ook kleinere huishoudens • Groei werkgelegenheid komende 10 jaar • Ontwikkeling Forum en Nieuwe Markt ('Het nieuwe gezicht van Groningen') • Ontwikkeling 'Kwartieren' maakt binnenstad inzichtelijker voor onbekende bezoekers • Herontwikkeling Stationsgebied • Diverse (grote) ontwikkellocaties met bijzondere vestigingskansen voor horeca in gemeente (o.a. Suikerfabriek, Sontplein, Zernike) • Beschikbaar vastgoed voor nieuwe horeca in/rond binnenstad • Groeiende kleinschalige bedrijvigheid in centrum • Dor vele (internationale) studenten veel trendsettende horeca • Sterk toenemend toeristisch bezoek, ook in zomer • Groei hotelcapaciteit • Nieuwe parkeergarage in Centrum (Forum) • Ontwikkeling Sontplein tot GDV biedt ruimte voor grootschalige horeca, complementair aan binnenstad • Veel horeca-initiatieven aan ZW-zijde Paterswoldsemeer 	<p>Bedreigingen</p> <ul style="list-style-type: none"> • Stijgende kosten voor ondernemers door toenemende milieueisen, (lokale) lasten, heffingen, brouwerijbinding • Paracommercie vanuit verenigingen, instellingen met andere hoofdfunctie kan ontwikkeling reguliere horeca beperken • Overmatige groei horeca kan rendement bestaande bedrijven aantasten • Overmatige groei horeca op ontwikkellocaties kan wervingskracht centrum aantasten • Krimp inwonertal in regio (buiten gemeente)

6 Marktruimte horeca

6.1 Horecacapaciteit Groningen in breder perspectief

In het kader van dit onderzoek heeft BRO de horecacapaciteit in Groningen en 17 referentiesteden afgezet tegen diverse kernindicatoren op gemeentelijk niveau. Groningen behoort met Eindhoven tot de grootste steden in deze analyse, maar in veel opzichten zijn de steden vergelijkbaar. Op binnenstadsniveau zijn onvoldoende gegevens beschikbaar en bovendien wisselt de begrenzing van 'de binnenstad' nogal per gemeente. De selectie van gemeenten is ruimer dan in de vorige paragrafen gehanteerd, omdat anders geen valide 'gemiddelde' kan worden bepaald voor de vermelde indicatoren.

De indicatoren zijn geselecteerd o.b.v. hun gebleken relatie met de horecacapaciteit in een gemeente en de beschikbaarheid van objectieve, meetbare en actuele data. Ze zijn bovendien voldoende onderscheidend t.o.v. elkaar. Het betreft het inwonertal, de gemiddelde leeftijd, het aantal hoger opgeleiden, studenten, banen, toeristische bezoeken, de hotelcapaciteit, aantal winkels in de branche Mode & Luxe, bioscoopstoelen. Tenslotte is ook de concentratiegraad van de horeca in de binnenstad gehanteerd als indicator. Indicatoren die een minder duidelijke correlatie hebben met de horecacapaciteit zijn hier niet beschreven. Het betreft bijvoorbeeld het gemiddelde inkomen in de gemeente, aantal eenpersoons huishoudens, banen in zakelijke en financiële dienstverlening, aantal rijksmonumenten, de verblijfsrecreatieve capaciteit in de regio en de concentratiegraad van de horeca in de binnenstad.



Figuur 29: Horecacapaciteit in relatie tot inwonertal gemeente

Hieronder vermelden we per indicator de belangrijkste conclusies in algemene zin en specifiek voor Groningen. Een score boven de trendlijn betekent doorgaans een relatief grote horecacapaciteit t.a.v. de betreffende indicator. Voor de bijbehorende grafieken verwijzen we naar de bijlage.

- Er bestaat een overduidelijke, positieve relatie tussen de horecacapaciteit en het **inwonertal** van gemeenten. Groningen ligt in dit opzicht iets boven de trendlijn (zie figuur boven).
- De horecacapaciteit neemt iets af naarmate de inwoners in een gemeente ouder zijn (**leeftijd**). De Groninger is met gemiddeld 37,8 jaar de jongste van alle benchmarksteden en het aanbod ligt in dat opzicht fors boven de trendlijn.
- Het aandeel **hoger opgeleiden** (WO, HBO) is eveneens medebepalend voor de horecacapaciteit in steden. Groningen heeft circa 95.000 (!) hoger opgeleiden en de horecacapaciteit sluit daar exact op aan.

- Er bestaat een duidelijke relatie tussen de **studentenpopulatie** en het aantal horecazaken, maar met uitzonderingen. Het aanbod ligt in Groningen iets onder de trendlijn.
- Ook tussen de horecacapaciteit en de **werkgelegenheid** (aantal banen) in gemeenten bestaat een significante, positieve relatie. De horecacapaciteit is in Groningen iets groter dan op grond van de werkgelegenheid mag worden verwacht.
- Het aantal **toeristische bezoeken** (van Nederlanders) aan een stad heeft een bescheiden relatie met het aantal horecazaken. Groningen biedt aanzienlijk meer horeca dan o.b.v. dit bezoekcijfer mag worden verwacht, hoewel het aantal Nederlandse bezoeken met 5,6 mln. per jaar (ruim 1,5 mln. bezoekers) in verhouding tot veel andere steden niet opvallend hoog is³⁶. Dit komt uiteraard mede door de perifere ligging in Nederland. Door de vele Duitse bezoekers zijn de totale bezoekcijfers aan de stad overigens beduidend hoger.
- Een veel duidelijker relatie bestaat tussen de horecacapaciteit en het aantal **hotelkamers** in steden. Ook hier scoort Groningen duidelijk boven het gemiddelde.
- Ook de relatie tussen de horecacapaciteit en het aantal **winkels in mode & luxe** in steden is opvallend. Groningen heeft vanuit dit perspectief eveneens wat meer horeca dan verwacht.
- Tussen de horecacapaciteit en het aantal bioscoopstoelen bestaat eveneens een duidelijke relatie. Groningen heeft duidelijk meer horecazaken dan op grond van deze cijfers mag worden verwacht.

³⁶ Bron: NBTC-Nipo; Toeristisch bezoek aan steden 2018.

6.2 Marktruimte horeca in Groningen

De marktruimte voor horeca kan op diverse manieren worden geraamd.

Raming o.b.v. landelijke cijfers

Landelijk bedroeg de toename van bestedingen in de restauratieve horeca de afgelopen 10 jaar gemiddeld +4,5% per jaar, maar de groei zwakt inmiddels wel iets af. Tegelijkertijd steeg evenwel de lastendruk in de sector eveneens en het rendement van veel horecazaken staat sterk onder druk. Ook het Coronavirus zal waarschijnlijk forse effecten hebben, maar de impact daarvan is voorsnog onduidelijk.

De algemene economische groei zal de komende jaren volgens de meest recente ramingen landelijk ca. 2% zijn, maar het inkomend toerisme (eveneens belangrijk voor Groningen) groeit volgens recente prognoses waarschijnlijk nog met dubbele cijfers (zie par. 3.3). Wel zijn deze prognoses exclusief de impact van het Coronavirus en een mogelijke recessie. De komende jaren zal de marktruimte aanmerkelijk lager en wellicht negatief uitvallen, maar op de langere termijn is een verdere groei reëel.

Een (behoudende) gemiddelde groei van de horecacapaciteit (in aantal zaken) in de gehele gemeente over een periode van 10 jaar met gemiddeld +1–1,5% per jaar, doet naar de mening van BRO recht aan de algemene economische prognoses (inclusief Corona-effecten en een mogelijke recessie), de dynamiek in de horecasector, het toeristische, economische en maatschappelijke profiel van Groningen als geheel en de binnenstad in het bijzonder. Zo blijft er ontwikkelingsruimte beschikbaar voor innovatie, nieuwe horecaconcepten en wordt deze markt niet duurzaam ontworicht, ook als de bestedingsgroei de komende jaren zou verminderen. Overigens betreffen deze cijfers de gehele gemeente.

Tabel 10 Raming marktruimte horeca gemeente Groningen vanuit distributieplanologische benadering

	2025	2030	2035
Aantal inwoners gemeente (afgerond)	247.003	255.000	263.416
Besteding horeca per jaar (landelijk cijfer minus 13% vanwege lager gemiddeld inkomen)	€ 845	€ 845	€ 845
Huidige binding inwoners gemeente op lokale horeca	69%	69%	69%
TOEKOMSTIGE binding inwoners gemeente op lokale horeca	70%	70%	70%
Reëel groei bestedingen in horeca tot betreffend jaar	+7.5%	+15%	+22,5%
Toevloeiing omzet van buiten gemeente	35-38%	35%-38%	35-38%
Omzetspotentie totale horeca	€ 241,6-253,3 mln.	€ 278,5 – 301,7 mln	€ 293,6 – 307,9 mln.
Omzetclaim huidig aanbod totaal (zie onder)	€ 253 mln.	€ 253 mln	€ 253 mln.
Marktruimte horeca gemeente Groningen in betreffend jaar totaal	- € 11,4 + 0,3 mln	+ € 13,9 – 26,8 mln	+ € 40,6 – 54,9 mln
Normatieve omzet nieuwe horecazaak gemiddeld	€ 0,45 mln	€ 0,45 mln	€ 0,45 mln
Marktruimte horeca gemeente Groningen totaal in aantal zaken (indicatief)	Geen	+ 31– 59 horeca zaken	+ 90-122 zaken
Toename t.o.v. capaciteit horeca nu (639 zaken)		+4,9% - 9,2% (0,5% - 0,9% pj)	+14-19% (0,9%-1,2% pj)

Raming o.b.v. distributieplanologische benadering

In onderstaande tabel hebben we de marktruimte voor nieuwe horeca in de gemeente Groningen bepaald o.b.v. een zogenaamde distributieve aanpak. Deze aanpak wordt ook in de detailhandel veelvuldig toegepast. Wel is de marktruimte in de horeca altijd sterk afhankelijk van de omvang, variatie en bijzondere kwaliteiten van het aanbod. De raming is dan ook nadrukkelijk indicatief. Ter toelichting:

- Zie voor de inwonersprognoses hoofdstuk 3. De gemiddelde besteding per inwoner aan horeca is gebaseerd op het landelijke cijfer (2018) minus 13% vanwege het lagere gemiddeld inkomen in de gemeente Groningen. Vanwege het indicatieve karakter nemen we de totale horecabesteding als uitgangspunt.

- Voor de totale 'gebonden omzet' binnen de gemeente hanteren we de gemiddelde koopkrachtbinding in de niet-dagelijkse sector, zoals die blijkt uit het Koopstromenonderzoek Groningen 2019 (I&O): 69%. Er bestaan geen lokale bindingscijfers voor sec de horecabestedingen.
- We veronderstellen een toename van deze binding tot 70%. Uitgangspunt is een verdere structuurversterking van de horeca in de gemeente.
- De toevloeiing van bestedingen in de horecasector (van buiten de gemeente) is onbekend, maar er bestaat wel een cijfer voor de niet-dagelijkse sector in de binnenstad: 45%. BRO raamt voor de totale horeca in de gemeente een toevloeiing van minimaal 35% en maximaal

38%. Elders in Groningen is de horeca immers meer op de lokale inwoners gericht, met uitzonderingen.

- Aangezien de bestedingen in de horeca landelijk al sinds decennia (dus op de langere termijn) stijgen, veronderstellen we een verdere toename van +1-1,5% per jaar (in reële cijfers, dus gecorrigeerd voor inflatie). Dit is nadrukkelijk een behoudende raming: de ontwikkeling van de werkgelegenheid in de gemeente Groningen tot 2030 wordt bijvoorbeeld geraamd op +3,6% - 9,5% in aantal banen (prognoses Laag – Hoog, met 2030 voor beide scenario's als gemiddelde van 2025 en 2035). Deze cijfers illustreren de groeiende centrumfunctie van Groningen in brede zin. Tegelijkertijd is horeca echter ook relatief conjunctuurgevoelig (9/11, kredietcrisis, Coronavirus), waardoor zich op kortere termijnen vaak grote omzetfluctuaties kunnen voordoen.
- Tot 2025 is er vanuit distributief oogpunt geen marktruimte voor extra horeca in de gemeente als geheel, ondanks groei van het inwonertal. De reden hiervoor is dat het aanbod momenteel gemiddeld beneden de normatieve jaaromzet (totaal € 253.100, zie tabel 11) functioneert. De komende jaren wordt deze negatieve marktruimte geleidelijk gecompenseerd door het groeiende inwonertal (extra bestedingspotentieel).

Indien we voor NIEUWE horecazaken een normatieve omzet hanteren van € 0,45 mln. per zaak (het landelijk gemiddelde +10%, omdat nieuwe zaken doorgaans hogere omzetnormen hebben), dan bestaat er in de gemeente Groningen tot 2030 een indicatieve marktruimte van per saldo + 31 - 59 extra horecazaken. Een toename dus van circa 5-9% van de huidige horecacapaciteit over een periode van 10 jaar. Tot 2035 neemt de marktruimte in Groningen verder toe, waarbij we wel aantekenen dat er op langere termijn altijd veel onzekerheden zijn. De geraamde marktruimte is nadrukkelijk indicatief en mede afhankelijk van de branchering van het extra

Tabel 11 Raming normatieve omzet gevestigde horeca gemeente Groningen (bron omzetniveaus: HorecaDNA/CBS)

	Aantal zaken in gemeente	Normatieve omzet per zaak in € per jaar	Totale omzetclaim gemeente in € per jaar
Drankensector	281	205.462	57,7
Fastfoodsector	181	347.000	62,7
Restaurantsector	177	749.000	132,7
Totaal	639	404.000	253,1

aanbod. Een restaurant heeft (bijvoorbeeld) doorgaans een duidelijk hogere omzet dan een café/bar of koffiezaak.

Conclusie beide ramingen

Hoewel beide ramingen vanuit een geheel ander perspectief zijn opgesteld is de conclusie helder. Er bestaat in de gemeente Groningen de komende jaren 'onder de streep' nauwelijks distributieve marktruimte voor extra horeca, maar tussen 2025 en 2035 wordt een duidelijke groei verwacht. Aanbevolen wordt om minimaal driekwart van de additionele horecazaken in/rond de binnenstad te alloceren, als economisch en maatschappelijk kerngebied in dat opzicht.

Nieuwe horecazaken moeten bij voorkeur complementair zijn aan het bestaande aanbod, bijvoorbeeld qua menukeuze, marktsegment, doelgroepen, uitstraling en omgevingskwaliteiten. Bij uitbreiding van het aanbod moet kwaliteit in principe altijd prevaleren boven kwantiteit. Een onderscheidende, gastgerichte horecazaak genereert doorgaans in hoge mate extra klandizie en kan een sterke meerwaarde hebben voor (bedrijven in) de omgeving en/of het toeristische en zakelijk profiel van Groningen.

6.3 Perspectief voor de 'nieuwe gebieden'

Zoals in het voorgaande vermeld, kan de marktruimte voor nieuwe horeca nooit 'wetmatig' worden voorspeld. Onderscheidende horeca creëert in hoge mate haar eigen vraag en

verlevendigt (nieuwe) gebieden, maar ook de gebiedskwaliteiten zijn sterk bepalend. Horeca hangt om deze redenen sterk samen met andere sectoren en met beleidskeuzes. Met andere woorden; met welk ambitieniveau en toekomstbeeld wordt een gebiedsontwikkeling opgepakt? In deze paragraaf doen we hierover diverse aannames, hoewel voor verschillende deelgebieden in Groningen nog onduidelijkheid bestaat over de programmering, doelgroepen en ambitieniveaus. Ook de huidige Corona-crisis beïnvloedt de toekomst van de horeca, bijvoorbeeld de maximale capaciteit (1.5 meter norm) voor onbekende tijd. De beleidsnota retail & horeca zal hier nader op ingaan.

T.a.v. de ontwikkelrichting van de horeca in de 'nieuwe gebieden' is een aantal overwegingen en uitgangspunten relevant (zie ook onderstaande tabel):

- Het eigen verzorgingsgebied in aantal inwoners. Dit bepaalt het lokale consumentendraagvlak. Aan de hand van het Gronings gemiddeld aantal zaken per 10.000 inwoners is een indicatief aantal horecazaken berekend.
- Soort woonmilieu en/of huishoudenssamenstelling. De behoefte aan horecaconcepten verschilt ook sterk per doelgroep. Wijken met veel tweeverdieners, jongeren en/of studenten bieden aanmerkelijk meer draagvlak dan gezinsrijke wijken.
- Het al dan niet realiseren van eigen wijkvoorziening. Zelfs een boodschappenvoorziening met supermarkt

biedt extra consumentendraagvlak voor ondersteunende (dag)horeca.

- (Toekomstige) ruimtelijke eigenschappen van een gebied. Locatie-specifieke eigenschappen kunnen kansen bieden voor bepaalde typen horeca. Voorbeelden: grotere winkelgebieden, toeristische hotspots (ook in het buitengebied) of industrieel erfgoed met een woon-, werk- of recreatiebestemming.
- Beleidslijn of visie op ontwikkelingsgebieden. Wordt nieuwe horeca buiten de binnenstad toegestaan en in welke mate? Voor welke doelgroepen?
- We benadrukken dat nieuwe horecazaken vaak aanmerkelijk hogere omzetnormen hebben dan gevestigde zaken. O.a. door ontwikkelingskosten, nieuw vastgoed, infrastructuur, eigen parkeerruimte, etc. De cijfermatige potenties zijn in deze paragraaf daarom behoudend ingeschat.

Meerstad; in deze nieuwe, laag-stedelijke en groene buitenwijk zullen de komende 25 jaar ca. 10.000 inwoners komen te wonen, vooral jonge gezinnen met kinderen. Dit biedt draagvlak voor een eigen horeca-aanbod, geschikt voor deze doelgroep en met zowel maatschappelijke (ontmoeting) als economische waarde. Denk aan een familierestaurant, fast-food/snackbar, koffiezaak, lunchroom, brasserie of bezorgformules, bij voorkeur gecombineerd in een wijkcentrum. Het Woldmeer biedt kansen voor horeca met terras aan het water.

Suikerfabriekterrein; in dit bijzondere, veelzijdige deelgebied (stadsdeel West) is de verwachting dat er de komende jaren ca. 10.000 inwoners komen. Er wordt een stedelijk gemengd woonwerkmilieu ontwikkeld, met meerdere woonmilieus, maar ook werken, cultuur en recreatie. Zo zij er o.a.

reeds een popzaal (EM2), evenementencentrum en een hotel. Horeca ter ondersteuning van deze meervoudige functie heeft hier absoluut perspectief. Denk aan lunchrooms (i.c.m. flexwerkplekken), cultuurcafé, gespecialiseerd restaurant, partycentrum of discotheek/danceclub. Deels zijn deze horecatypes reeds gevestigd. Grootchaligheid, bereikbaarheid en het wat 'stoere' karakter van het gebied maken het een bijzondere bestemming. Het ruime eigen consumentendraagvlak biedt eveneens mogelijkheden om een nieuwe boodschappenvoorziening te faciliteren. Mocht hiervan sprake zijn, kan net als voor Meerstad eveneens aanvullende horeca worden ingepast.

Eemskanaalzone/Stadshavens; in dit deelgebied, wordt een stedelijk gemengd woonwerkmilieu nagestreefd met verschillende woontypologieën. Het inwonertal blijft evenwel beperkt. In dit overgangsgebied tussen de Groningse binnenstad en Meerstad zijn er bescheiden kansen voor horeca ter ondersteuning van het werken. Ook de ligging aan het water biedt kansen.

De Held (Fase III). Laag-stedelijke groene buitenwijk. Het eigen consumentendraagvlak is beperkt en er is (nog) geen eigen boodschappencentrum voorzien. Eventuele horeca zou in beginsel moeten aansluiten op de eisen van de doelgroep. Denk aan een hoogwaardig restaurant, doch afhankelijk van de belangstelling uit de markt.

Buiten de voorgaand beschreven locaties zijn er nog andere (ontwikkelings)gebieden waar horeca nu reeds een duidelijke positie heeft.

- Bijzondere clusters aan rand binnenstad:
 - Zuid (Oosterweg/Meeuwerderweg/Veemarktstraat): Horeca met vooral buurtfunctie, toekomstperspectief stabilisatie, maar waar wenselijk/noodzakelijk (leegstand, negatieve effecten leefbaarheid) transformatie tot andere functie.
 - Noord (Kop Korreweg/Bedumerweg): idem.
 - Zuidwest (Paterswoldseweg noordelijk spoor): idem.

Tabel 12 Indicatief horeca-programma van de ontwikkelingsgebieden

Deelgebied	Aantal inwoners	Woonmilieu en/of huishoudens	Behoeft horecazaken in eigen wijk	Soort horeca (concepten)
Meerstad	10.000	Weinig-stedelijk/jonge gezinnen met kinderen	6-7	Familierestaurants en formules passend bij boodschappenvoorziening (fastservice, koffie-zaken).
Suikerfabriek	10.000	Stedelijk, verschillende gemengde woonwerkconcepten	8-12 (Incl. culturele en zakelijke functie)	Woon-werk concepten, coffeebar, lunchroom, restaurant. Horeca passend bij evt. boodschappenvoorziening. Workspaces.
Eemskanaalzone/Stadshavens	3.100 tot 4.200 ³⁷	Stedelijk, verschillende woonwerktypologieën.	2-3	Woon-werk concepten (coffeebar, lunchroom-restaurant)
De Held (fase 3)	3.100	Weinig stedelijk/gezinnen en/of empty nesters.	1-2	Hoogwaardige horeca (restaurant, lunchroom)

³⁷ Uitgaande van een gemiddelde huishoudensgrootte van 2,1.

- Buurt- en wijkwinkelcentra. Hiervoor wordt verwezen naar de winkelgebieden factsheets uit het retailonderzoek. (incl. nieuwe woonwijken, Meerstad, Reitdiephaven, Stadshavens-Eemskanaal).
- Elders in woonwijken: in principe geen nieuwe horeca. (Primair richten op clustering in kansrijke centra)
- Bijzondere bedrijventerreinen, vrijetijds- en trafficlocaties met eventuele potenties voor horeca:
 - Stationsgebied: horeca primair gericht op OV-gebruikers, accent fastservice, koffiezaken. Indicatief totaal 6-8 zaken.
 - Europapark: recent veel vernieuwing en uitbreiding. Verder stabilisatie.
 - Sportcentrum Karding: alleen horeca ondersteunend aan sportfunctie en –voorzieningen.
 - Sontplein: alleen grootschalige horeca met grote afhankelijkheid van autobezoekers en combinaties met retailfunctie.
 - Zernike: ondersteunend aan onderwijs- en werkfunctie. Beperkte verruiming horeca.
 - Westpoort: alleen horeca ondersteunend aan bredere bedrijvenfunctie (bijvoorbeeld 1 daghorecazaak).
 - Overige bedrijventerreinen: geen aanvullende horecaontwikkelingen.
- Dorpen (Haren, Hoogkerk, Ten Boer): accent kwaliteitsversterking, ondersteuning winkelfunctie, reuring en leefbaarheid centra. Nieuwe doelgroepen (toerisme, gezinnen, senioren).
- Landelijk gebied: behoudende ontwikkeling horeca m.u.v. recreatieve knooppunten. Per initiatief/locatie toetsen aan onderscheidend karakter, meerwaarde voor gebied, synergie met andere functies, etc. (zie bijlage 4).

7 Conclusies en aanbevelingen

7.1 Korte evaluatie horecanota 2011-2015

De belangrijkste uitgangspunten van de vigerende horecanota van de gemeente Groningen zijn beschreven in par. 4.2. Hieronder evalueren we deze nota op hoofdlijnen en o.b.v. de diverse analyses, gesprekken en eigen inzichten van BRO. De uitgangspunten zijn gecompriëerd.

In algemene zin concluderen we uit de evaluatie:

- Met name in de binnenstad was sinds 2011 sprake van een opvallende dynamiek in de horeca. Het aanbod is verruimd met vooral veel extra daghoreca, maar ook restaurants en de presentatie van zaken is in de breedte verbeterd.
- Uitzondering vormen de Grote Markt en de Poelestraat, waar de uitstraling van zaken en terrassen bijzondere aandacht behoeven, zeker na opening van het (hoogwaardige) gebied Nieuwe Markt.
- Opvallend is dat in het belangrijkste uitgaansgebied van Stad (Zone C) de ontwikkelingen relatief bescheiden waren (zie onder). In de binnenstadszones A en B zijn sinds 2011 de 'grootste stappen' gezet, met meer horeca met deels een onderscheidend karakter.
- De ontwikkeling van de Nieuwe Markt/Forum/The Market Hotel kan, in samenhang met omleiding van het busverkeer, aanjager zijn voor (noodzakelijke) kwaliteitsverbetering in de omgeving.
- Elders in de gemeente was de dynamiek in de sector aanmerkelijk kleiner. Uitzonderingen zijn de Reitdiephaven en (in mindere mate) Zernike, de Suikerfabriek en

de zuidwestzijde van het Paterswoldsemeer, met veel horecaplannen.

- De meest opvallende groeier in de binnenstad was de daghoreca, mede door de verruimde planologische mogelijkheden. Ook in vergelijking met andere steden was dit een grote toename, hoewel niet excessief.
- Diverse signalen wijzen erop, dat er nog beperkte marktruimte bestaat voor extra horeca, mits nieuwe zaken daadwerkelijk leiden tot productverbreding, innovatie en/of nieuwe doelgroepen.

Overigens is het horecabeleid ook door BRO beoordeeld vanuit het perspectief van de Dienstenrichtlijn. Zie hiervoor de bijlage. In het navolgende is per uitgangspunt de stand van zaken beschreven.

Uitgangspunten algemeen, functioneel

- Verhogen kwaliteit horecabranche, ook i.r.t. omgeving.
 - ✓ *Vooral zichtbaar in binnenstad.*
- De binnenstad als visitekaartje, met vernieuwingsimpuls vrijetijdsfuncties en ruimte voor doorontwikkeling horeca.
 - ✓ *Betekenis horeca is gegroeid, maar nog steeds 'in balans' met overige functies.*
- Beperkte verruiming aanbod (zie onder), t.b.v. meer variatie (bijv. meer leeftijdscategorie 30+, cultuurbezoekers).
 - ✓ *Aanbod in gemeente sinds 2011 gegroeid met 52 zaken (+9%).*
- Versterken uitstraling zaken en faciliteren duurzaamheid in de horecabranche.
 - ✓ *Algemene indruk positief, duurzaamheid beperkt zichtbaar.*
- Meer beleidsmatige ruimte cross-over functies en ondergeschikte horeca, bijvoorbeeld bij detailhandel.
 - 0 *Nog maar bescheiden zichtbaar (Folkingestraat)*

- Deregulering reguliere horeca en semi-horecaregeling ('passend' en 'niet-knellend')
 - ✓ *Vooral semi-horeca goed ontwikkeld.*
- Ontwikkelen instrumenten om op kwaliteit te sturen, samen met de horecasector.
 - 0, *onvoldoende informatie*
- Verkorte procedures voor guerilla- en pop-up concepten in de horecasfeer.
 - 0, *onvoldoende informatie*
- Diverse aanpassingen in de Staat van Horecabedrijven (kwantitatief, met totaal 10 extra horecazen binnen de Diepenring, vooral op sterlocaties).
 - ✓ *Groei aanmerkelijk groter dan gepland (+39 zaken in binnenstad, incl. daghoreca cf. Locatus)*
- Veilig uitgaan, met o.a. aanvullende maatregelen in uitgaansgebied, cameratoezicht en handhaving.
 - ✓ *Positief. Wel blijvend aandachtspunt vanwege nieuwe trends (lachgas, wapens, hinder hulpdiensten, etc.), vaak buiten verantwoordelijkheid horeca.*
- Verruiming van het terrassenbeleid.
 - ✓ *Vooral meer kleinere terrassen, gevelterrassen.*
- Versterken woon- en leefklimaat, zonder onaanvaardbare negatieve effecten horeca.
 - ✓ *Geen bijzondere negatieve effecten bekend. Bewoners binnenstad lijken zeer coöperatief t.a.v. horecaontwikkelingen. Wel blijvend aandachtspunt.*

Uitgangspunten ruimtelijke structuur

- Verruiming aantal en typen horeca op specifieke locaties.
 - ✓ *Vooral Oude Kijk in 't Jatstraat, Poelestraat, Zuiderdiep, Sterlocaties*
- Wijzigen van enige sterlocaties, vervangen niet-gevulde door nieuwe sterlocaties.
 - ✓ *Diverse nieuwe locaties.*

- Aanwijzen twee nieuwe ontwikkellocaties voor horeca in de binnenstad:
 - 0 *Gelkingestraat: weinig ontwikkelingen, verdere downgrading aanbod dreigt*
 - ✓ *Nieuwe Markt: markante ontwikkeling horeca i.c.m. cultuur. Forum is nieuwe toeristische trekker.*
- Invullen Open Lab op Cibogaterrein met horeca binnen mengvormen, als proeftuin.
 - ✓ *Experiment heeft veel inspiratie en kennis opgeleverd. Nu eigentijdse combinatie wonen, retail, horeca en cultuur.*
- De binnenstad 'binnen de Diepenring':
 - Zone A (noordwest): Overwegend woonfunctie, relatief stil, met belangrijkste clustering horeca rond de Ellebogen. Ambitie: Quartier Latin-achtig woongebied. Netto +4 horecazaken.
 - ✓ *Voorspoedige ontwikkeling, veel nieuwe, deels markante horecazaken*
 - Zone B (noordoost): Overwegend woongebied met kleinschalige dienstverlening, Provinciehuis, Martintoren/kerk etc. Inclusief noord- en oostzijde Grote Markt en Nieuwe Markt. Twee herontwikkelingslocaties (SNS-bankgebouw, Martinikerkhof 23, inmiddels Hotel Prinsenhof). Netto +1 horecazaak.
 - ✓ *Nieuwe Markt grotendeels ingevuld, overig gebied nog steeds dominante verkeersfunctie, noordzijde Grote Markt nog planstatus. Horecafunctie ondergeschikt en beperkt zichtbaar.*
 - Zone C (zuidoost): Het grootste horeca-uitgaansgebied van Groningen (Grote Markt ZZ, Poelestraat, Peperstraat, Kattendiep, Zuiderdiep, etc.). Poelestraat krijgt grotere dagfunctie, met veel terrassen. Netto +2 horecazaken.

0 *Relatief weinig ontwikkelingen, behalve 'verkleuring' Poelestraat tot horecastraat. Horeca kan (samen met andere functies) veel profijt hebben van herinrichting Oosterstraat/Gelkingestraat, mits omleiding busverkeer*

- Zone D (zuidwest): Mix van wonen, winkelen en werken. Diverse succesvol ingevulde sterlocaties uit 2005. Ruimte voor verdere versterking van de horecafunctie, netto +3 zaken. Versterking Museumkwartier langs het water richting Westerhaven, inclusief nieuwe horeca Museumdepot (sterlocatie).
 - 0 *Versterking horecafunctie alleen zichtbaar rond Brugstraat/Hoge der A.*
- Flankerend aan de binnenstad worden de gebieden Westerhaven en Oosterhaven (zicht op water) bestempeld als kansrijk voor (nieuwe) horeca, ook vanwege hun entreefunctie. Daarnaast zijn, aldus de horecanota, diverse andere locatie duidelijk gelieerd aan de binnenstad: Kop Nieuweweg, Schuitendiep-Oostzijde, Nieuweweg/Damsterdiep, Astraat, etc.
 - 0 *Rond Westerhaven enige ontwikkeling (nieuwe) horeca, Oosterhaven nog niet. Overige gebieden bescheiden ontwikkelingen.*
- Voor horeca in woonwijken, wijkwinkelcentra en in specifieke gebieden (Europapark, Kardinge, Sontplein en Zernike) worden afwegingen gemaakt in het belang van de kwaliteit van de branche en de functionaliteit van het gebied.
 - 0 *In algemeen beperkte ontwikkeling, alleen 'harde' plannen bij Sontplein.*
- Als 'bijzondere clusters' worden verder beschreven: Oosterpoort (Meeuwerderweg, Oosterweg, Veemarktstraat), Kop Korreweg/Bedumerweg, Oosterpark, Bleker-

straat, Paterswoldseweg noordelijk spoorovergang, Cibogaterrein, Hortusbuurt, Hoogkerk, Hoornse meer en Reitdiephaven.

0 *M.u.v. nieuwe horeca Reitdiephaven beperkte ontwikkeling. Veel cafés/bars in woonwijken gedateerd qua product en uitstraling; kan leiden tot opheffing.*

- In de wijkwinkelcentra wil de gemeente de horecamogelijkheden verruimen, om de aantrekkelijkheid en gastvrijheid te vergroten.
 - 0 *Weinig zichtbare ontwikkelingen, wel plannen (bijv. winkelcentrum Paddepoel).*
- Verder gaat de nota in op de potenties voor horeca op specifieke (traffic)locaties. Daaronder vallen het Hoofdstation, transferia/P+R-locaties, Sontplein e.o., Kardinge, Europapark, Driebond, Westpoort, Meerstad en Zernike.
 - 0 *M.u.v. Europapark en Zernike weinig ontwikkelingen.*

7.2 Aanbevelingen ontwikkeling horeca naar deelgebied

Paragraaf 6.3 en bijlage 3 geven aanbevelingen voor de ontwikkeling van horeca in de belangrijkste deelgebieden in de binnenstad en elders in de gemeente Groningen. Deze aanbevelingen zijn gebaseerd op de beschreven analyses en diverse interviews in het kader van dit horecaonderzoek.

7.3 Overige beleidsaspecten

Hieronder omschrijven we op hoofdlijnen de essenties en uitgangspunten van de belangrijkste algemene beleidsaspecten voor de horeca in Groningen, vanuit ruimtelijk-functioneel perspectief.

Openingstijden horeca

Het uitgaansgedrag verandert. Cafébezoekers gaan later van huis, wat soms noopt tot latere sluitingstijden. Tegelijkertijd

stijgt het horecabezzoek overdag en moeten horecazaken ruimere openingstijden hanteren om hun bedrijfsexploitatie rond te krijgen. De openingstijden van ondergeschikte horeca moeten aansluiten op de hoofdfunctie. De gemeente moet horecazaken in principe de ruimte bieden om hierop goed in te spelen, mits ontoelaatbare overlast voor omwonenden wordt voorkomen en de leefbaarheid van gebieden niet wordt aangetast. De 'vrije sluitingstijden' voor de horeca in Groningen worden breed gewaardeerd en kunnen worden beschouwd als een kernkwaliteit. De negatieve effecten lijken beperkt, mede door de actieve samenwerking tussen alle stakeholders. Voor daghorecazaken moeten in principe de daadwerkelijke winkelopeningstijden in de omgeving leidend zijn voor de openingstijden, mede om te voorkomen dat ze zich als reguliere restaurants profileren. Dit kan in de toekomst een uitgangspunt zijn voor nieuwe zaken.

Terrassen

Mensen willen steeds meer buiten zitten, met een groeiende behoefte aan terrasruimte tot gevolg. Terrassen dragen bij aan een verblijfsvriendelijke, gastvrije binnenstad, maar hebben ook elders een belangrijke meerwaarde. Ze worden bovendien steeds belangrijker voor de bedrijfsexploitatie. Terrassen moeten vooral uitnodigend en toegankelijk zijn en mogen het zicht op monumentale en andere gebiedskwaliteiten niet beperken. De openbare ruimte is er voor vele doelgroepen, waaronder hulpdiensten en evenementen. Vaste bouwwerken (terrasschermen, meubilair, buitenkeukens, etc.) zijn in principe niet wenselijk. Groningen staat bekend om de vele terrassen, maar de uitstraling in het kerngebied Grote Markt/Poelestraat is wel een belangrijk aandachtspunt. Elders in de binnenstad en de gemeente kunnen ook kleinere terrassen de wervingskracht van het centrum en de horeca versterken. Dit geldt ook voor de dorpscentra van Haren, Hoogkerk en Ten Boer.

Openbare orde en veiligheid

De gebiedsgerichte overlast en veiligheidsincidenten vanuit horecabezzoek nemen landelijk af in aantal. Ook in Groningen lijkt dit het geval, zij het dat incidenten wel serieuzer worden (meer wapens, drugsgebruik). Overigens is dit een breder maatschappelijk probleem en niet per definitie gelieerd aan de horeca. Het is een belangrijk aandachtspunt, ook omdat incidenten het veiligheidsgevoel en het imago van de sector en de stad kunnen aantasten. Zichtbare preventie (politie, portiers, camera's) en een open communicatie tussen overheid/politie, bedrijven en omwonenden zijn essentieel. De samenwerking t.a.v. dit aspect wordt in Groningen door diverse partijen hoog gewaardeerd.

Funciemenging (Blurring)

Consumenten zoeken steeds meer een 'beleving' en minder een specifiek product. Dit fenomeen doet zich in diverse economische sectoren voor, maar de horeca vervult vaak een sleutelrol. In dit kader is vooral de vermenging van detailhandel met horeca-activiteiten relevant. In principe versterken dergelijke concepten een stad (nieuwe doelgroepen, langere verblijfsduur) en kan ook de reguliere horeca hiervan profiteren. Dan moet echter wel worden voldaan aan de eisen van de landelijke Drank- en Horecawet en Inrichtingseisen. In een vooruitstrevende en 'jonge' horecastad als Groningen kunnen gastgerichte mengvormen tussen horeca, detailhandel, cultuur en andere functies het bijzondere karakter van met name de binnenstad aanzienlijk vergroten. Heldere regelgeving en een gelijkwaardig 'speelveld' zijn essentieel.

Inrichting openbare ruimte, gevelbeeld en welstand

Horecabezzoek is primair een recreatieve activiteit, waarbij het 'decor' binnen en buiten de zaak sterk bepalend is voor de aantrekkingskracht op mensen ("Proeven doe je met je ogen"). De openbare ruimte moet in elk geval schoon, heel en veilig zijn, maar een verzorgd gevelbeeld, erfgoed, groen

en water kunnen de verblijfskwaliteit enorm versterken. Groningen heeft de afgelopen jaren in de binnenstad veel en zichtbaar geïnvesteerd in de openbare ruimte, waar ook de horeca van profiteerde. Belangrijke uitdaging ligt nu in de zone Grote Markt/Oosterstraat/Gelkingestraat, maar ook de Stationsomgeving, het Sontplein en de wijk- en dorpscentra vergen aandacht.

Bereikbaarheid en parkeren

Veel binnenstads- en horecabezoekers komen per auto. Op korte afstand van de horecazaken en –clusters moet voldoende parkeergelegenheid beschikbaar zijn tegen een reëel parkeertarief. Met de opening van de nieuwe parkeergarage Forum kunnen automobilisten nu aan de rand van de Grote Markt uitstappen. Daarnaast is het NS- en busstation een belangrijk bronpunt voor bezoekers. De looproutes tussen de horecaconcentratiegebieden en de belangrijkste parkeer- en OV-locaties moeten aantrekkelijk en veilig worden ingericht. Groningen is een prominente fietsstad en dat is met name in de binnenstad alom zichtbaar. De vele gestalde fietsen tasten de verblijfswaarde aan en vormen steeds meer een obstakel voor wandelaars en hulpdiensten. Er moet worden gestreefd naar geconcentreerde stallingen op strategische locaties in de binnenstad, ook 's avonds geopend. Blijvende aandacht voor het fietsenstallingsprobleem is nodig, maar ook wordt aandacht gevraagd voor een veilige inrichting van OV-locaties en de route van daar naar de stad.

Paracommercie

Dit onderwerp heeft vooral betrekking op het aanbieden van horeca-activiteiten door verenigingen en stichtingen, vaak met inzet van vrijwilligers. Essentieel is dat horeca hier aantoonbaar gelieerd is aan de specifieke hoofddoelstelling, dus primair gericht op de eigen leden en met openingstijden die aansluiten op de hoofdactiviteit. In dat geval vormt het een toevoeging aan de reguliere horecasector. Paracommercie is

geregeld in de Algemene Plaatselijke Verordening Groningen.

Citymarketing en promotie

Gemeenten en binnensteden zijn steeds meer in concurrentie als dagbestemming. Groningen heeft een professionele citymarketing, waarbij alle belangrijke partijen zijn aangesloten. De horeca moet zich samen met de retail, cultuur, hotels en andere (toeristische) partners blijvend inspanssen om de stad te promoten. Tot wederzijds profijt.

Bestemmingsplan: flexibiliteit in planologische mogelijkheden

De (toekomstige) ontwikkeling van de horecasector is in hoge mate onvoorspelbaar, zowel qua productformules, doelgroepen als locatievoorkeuren. Mede hierdoor is de sector de meest dynamische van alle centrumfuncties. Om deze (onvoorspelbare) dynamiek te faciliteren moeten ten eerste de bestemmingen in het bestemmingsplan voldoende breedte en flexibiliteit bieden, al dan niet met een afwijkingsbevoegdheid. Daarnaast is een duidelijke relatie tussen het bestemmingsplan en bijvoorbeeld exploitatievergunningen, openingstijden, terrassen en welstand wenselijk. Dit onderwerp moet in de beleidsnota horeca worden uitgewerkt.

Hoewel het beleid t.a.v. Sterlocaties redelijk succesvol is geweest, speelt het minder flexibel in op de groeiende onvoorspelbaarheid van horecainitiatieven, ook qua locatievoorkeur. Binnen het nieuwe horecabeleid kan worden overwogen om het te vervangen door een algemener toetsingskader voor nieuwe horeca (zie bijlage 4).

Bijlage 1

Indeling horeca naar sector en branche en verantwoording databronnen

Gebruikte databronnen algemeen

BRO heeft bewust gekozen voor het gebruik van de data van HorecaDNA en Locatus, zoals ook door ons verantwoord in par. 2.1.

In praktijk vertonen databronnen cijfermatig (bijvoorbeeld t.a.v. horecazaken) soms grote afwijkingen, mede vanwege hun gebruiksdoel en uitgangspunten. Essentieel voor het onderzoek van BRO is dat het daadwerkelijk functionerende (geopende) horecazaken betreft en we deze data kunnen verifiëren tot op adresniveau, branche, formulenaam en omvang. Bij de meeste andere dataleveranciers is verificatie op pandniveau vaak onmogelijk en bestaat bovendien vaak veel onduidelijkheid over de herkomst van de data, brancheafbakening, actualiteit, gebiedsafbakeningen (wat is 'binnenstad'?) en het kwaliteitsbeheer. Het zijn in zekere zin soms 'black boxes'.

Met name de branche-indeling van eetcafés en lunchrooms (worden soms als restaurant gekenmerkt) is in andere databestanden vaak onduidelijk en soms worden branches vermeld die niet binnen de horecaderfinitie van het onderhavige onderzoek vallen: catering, bedrijfsrestaurants, hotels, overige verblijfsrecreatie, eetkramen, etc.

Branche-indeling HorecaDNA

HorecaDNA hanteert een bedrijfstypenindeling gebaseerd op het product dat wordt verstrekt (dranken, ijs, etc.), op de specifieke ligging van het bedrijf (strand, camping, etc.) en op een aantal andere onderscheidende kenmerken. Deze bedrijfstypen worden hieronder beschreven. Bedrijven die primair zijn gericht op een hotelfunctie of catering worden hier niet meegeteld.

Indeling horecabedrijven naar sector*Drankensector*

- café/bar
- ontmoetingscentrum
- discotheek
- zalen-/partycentrum
- coffeecorner
- kiosk
- strandbedrijf
- coffeeshops, shishalounges (met zitgelegenheid)
- horeca bij sportaccommodatie
- horeca bij recreatie/leisurebedrijf

Fastfood/fastservice

- snackbar/cafeteria
- fastfoodrestaurant
- shoarmazaak
- ijssalon
- crêperie
- restauratie
- lunchroom
- spijsverstrekkers n.e.g., delivery

Restaurantsector

- bistro
- café-restaurant
- restaurant
- wegrestaurant

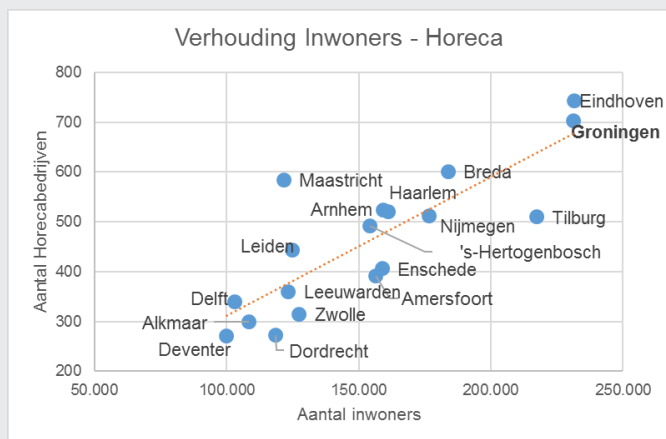
Definitie daghoreca (bestemmingsplan binnenstad Groningen).

1.38 Daghoreca:

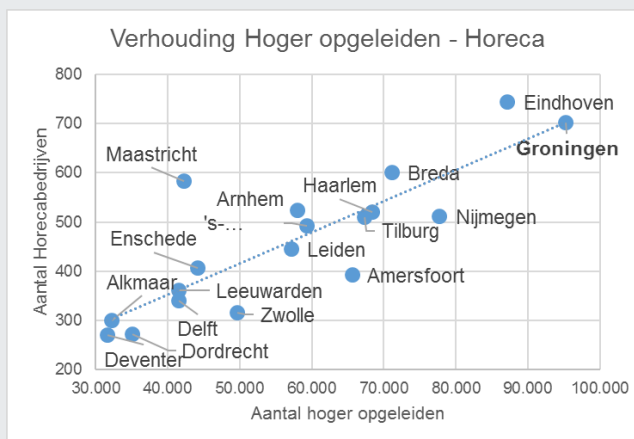
“Een horecabedrijf dat ondersteunend is aan de detailhandel, in hoofdzaak gericht op het verstrekken van kleinere maaltijden, geringe eetwaren en zwak- en niet-alcoholische dranken en dat uitsluitend is geopend gedurende de openingstijden, die volgens de Winkeltijdenwet zijn toegestaan, waarvan minimaal vier dagen per week ten minste vanaf 11.00 uur 's ochtends.”

Bijlage 2

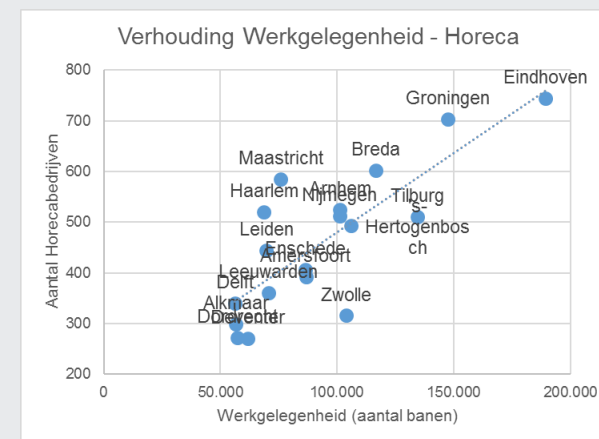
Grafieken vergelijking horecapaciteit en kernindicatoren



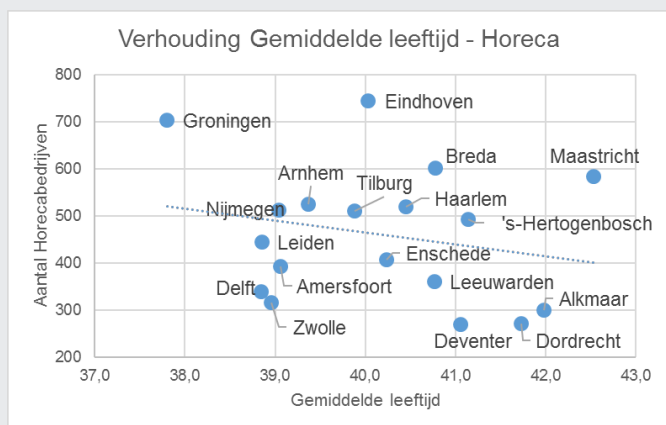
Figuur 30: Figuur horeca naar inwonertal³⁸



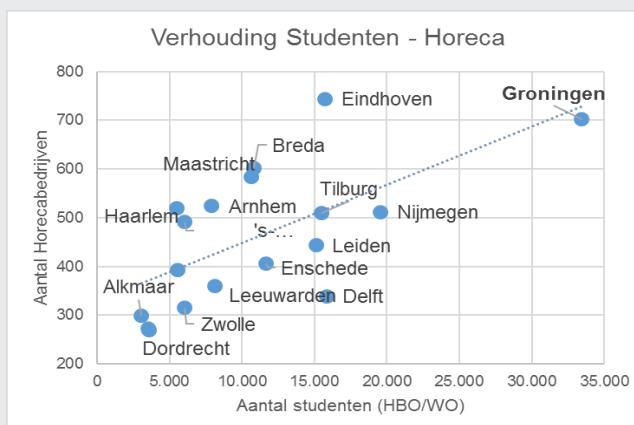
Figuur 31: Capaciteit horeca naar aandeel hoger opgeleiden³³



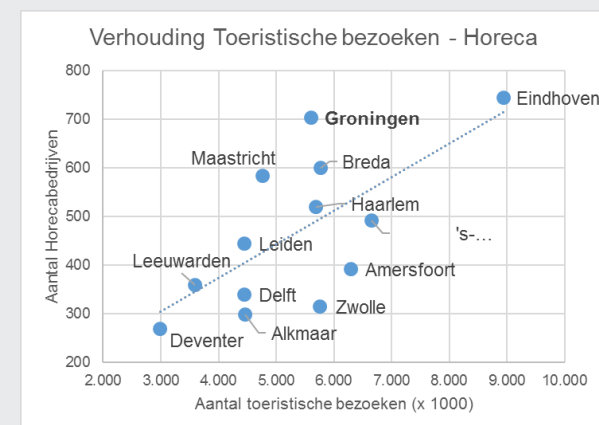
Figuur 32: Capaciteit horeca naar werkgelegenheid³³



Figuur 33: Capaciteit horeca naar gemiddelde leeftijd³³

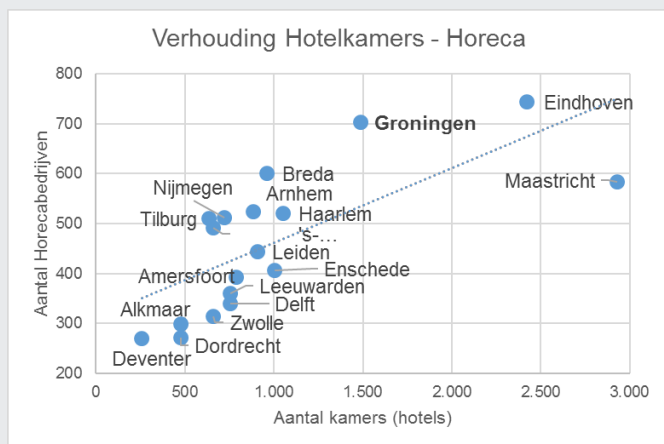


Figuur 34: Capaciteit horeca naar aantal studenten³³

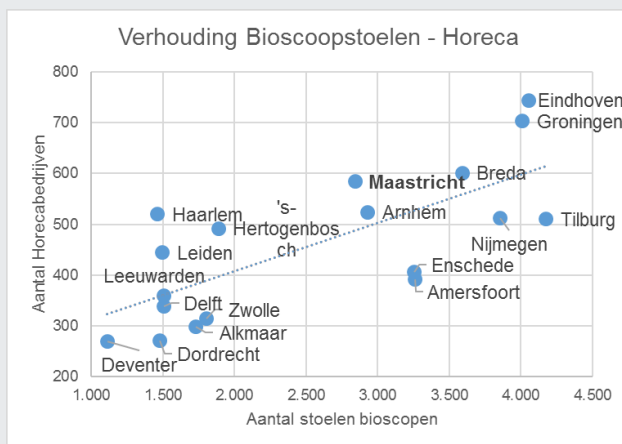


Figuur 35: Capaciteit horeca naar aantal toeristische bezoeken³³

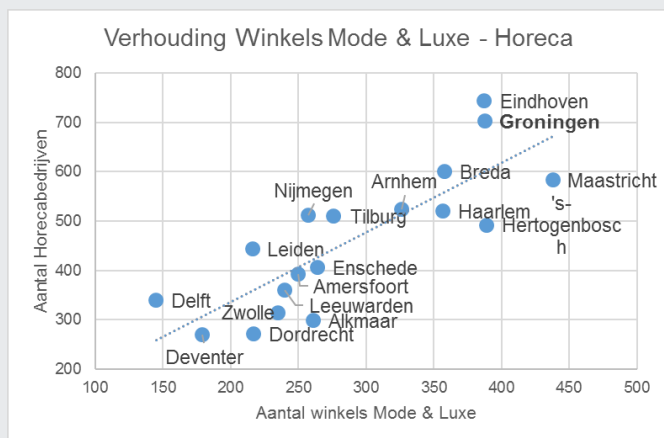
³⁸ Bron: CBS & Horeca DNA)



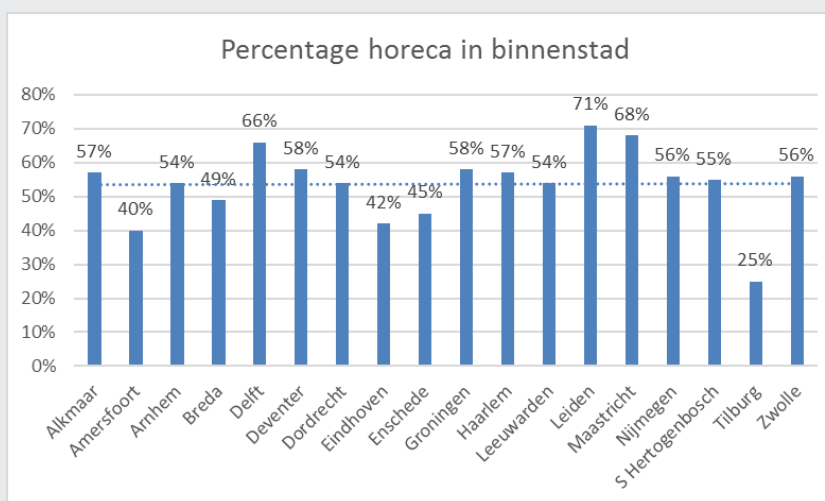
Figuur 36: Capaciteit horeca naar aantal hotelkamers³⁹



Figuur 37: Capaciteit horeca naar aantal bioscoopstoelen⁴¹



Figuur 38: Capaciteit horeca naar aantal winkels Mode & Luxe⁴⁰



Figuur 39: Percentage horeca in binnenstad⁴²

³⁹ Bron: Horeca DNA

⁴⁰ Bron: Locatus & Horeca DNA

⁴¹ Bron: Horeca DNA, Nederlandse Vereniging van Bioscopen en Filmtheaters

⁴² Bron: Locatus

Bijlage 3

Aanbevelingen gebiedsprofielen

In deze bijlage worden aanbevelingen gedaan voor de horeca-ontwikkeling van/in de belangrijkste deelgebieden in de Groningse binnenstad. Het bredere ruimtelijk-functionele perspectief is daarbij steeds uitgangspunt, waaronder de synergie met bijvoorbeeld retail, cultuur en wonen en uiteraard de trends in de sector.

Deelgebieden Binnenstad Groningen

1. Het gezicht van Groningen (Grote Markt/Poelestraat/Schuitendiep/Peperstraat/Nieuwe Markt)	
Algemene ambitie en perspectief	<ul style="list-style-type: none"> Dè ontmoetingsplek van de binnenstad Beeldbepalend voor stad en regio, met een cultureel tintje Bruisend en levendig 24/7 Verbreding doelgroepen (meer zakelijk, cultureel) Bijzondere activiteiten, het gehele jaar door, groot en klein
Doelgroepen	<ul style="list-style-type: none"> Algemeen: Lokaal, Regionaal, Bovenregionaal, Toeristisch, Zakelijk Bijzondere accenten: uitgaan tot diep in de nacht
Ontwikkelingsrichting, gebiedsversteking, bijzondere aandachtspunten	<ul style="list-style-type: none"> Alle horecatypen Meer onderscheid tussen zaken (product, presentatie, inrichting, etc.) Meer vernieuwende horecaconcepten Kwaliteitsversteking terrassen Grote Markt Herinrichting Grote Markt, aanhaking Poelestraat/Oosterstraat Optimale aanhaking Nieuwe Markt/Poelestraat/Grote Markt (nieuwe doelgroepen) Bijzondere aandacht voor veiligheid/openbare orde, fietsparkeren, terrasrichting, afvalverwijdering, taxistandplaatsen, etc.

2. De Bruisende Binnenstad (Vismarkt/Stoeldraaiersstraat/Waagstraat/Folkingestraat)	
Algemene ambitie en perspectief	<ul style="list-style-type: none"> Horeca, winkels en warenmarkt versterken elkaar Levendigheid met hoofdletters.... Bijzondere combinatie horeca, retail en cultuur
Doelgroepen	<ul style="list-style-type: none"> Algemeen: Lokaal, Regionaal, Bovenregionaal, Toeristisch Bijzondere accenten: belangrijke dagfunctie horeca, maar ook restaurants
Ontwikkelingsrichting, gebiedsversteking, bijzondere aandachtspunten	<ul style="list-style-type: none"> Horecatypen: koffiedrinken, lunchen, borrelen, restaurantbezoek Belangrijke winkelondersteunende functie Meer concepten op snijvlak horeca en detailhandel Ook ruimte voor grotere, moderne horecaconcepten, Fast Service Folkingestraat: accent op authentieke zaken, het 'Groningse Gezicht'
3. Bijzonder Groningen (Ellebogenbuurt/Universiteitskwartier/Oude Kijk in het Jat)	
Algemene ambitie en perspectief	<ul style="list-style-type: none"> Het Best bewaarde Geheim van Groningen..... Eigenzinnige cafés en daghoreca Uniek in Noord-Nederland Verbeteren vindbaarheid voor onbekende bezoekers
Doelgroepen	<ul style="list-style-type: none"> Algemeen: Lokaal, Regionaal, Bovenregionaal, Toeristisch, Academisch Bijzondere accenten: uitgaan voor 30+
Ontwikkelingsrichting, gebiedsversteking	<ul style="list-style-type: none"> Horecatypen: koffiedrinken, lunchen, borrelen, uitgaan, restaurantbezoek Ruimte voor innovatieve, 'eigenzinnige' horecaconcepten

sterking, bijzondere aandachtspunten	<ul style="list-style-type: none"> Aanhaking op Oude Kijk in het Jatstraat heeft aandacht Afstemming met (groeiende) woonfunctie (openings/terrastijden)
4. Levendig Groningen (Brugstraat/Astraat/Westerhaven/)	
Algemene ambitie en perspectief	<ul style="list-style-type: none"> Een wervende entree naar de binnenstad! Nieuwe horeca in een oude Stad Ruimte voor innovatie
Doelgroepen	<ul style="list-style-type: none"> Algemeen: Lokaal, Regionaal, Bovenregionaal Bijzondere accenten: horeca voor jonge gezinnen
Ontwikkelingsrichting, gebiedsversteking, bijzondere aandachtspunten	<ul style="list-style-type: none"> Horecatypen: koffiedrinken, lunchen, restaurantbezoek, familierestaurants Meer concepten op snijvlak horeca en detailhandel Horeca moet beter inspelen op hoogwaardig winkelaanbod Ruimte voor landelijke horecaformules met brede doelgroep (accent Westerhaven) Benutten unieke gebiedskwaliteiten Hoge der A (monumenten, water) door horeca (hoogwaardig, bescheiden omvang)
5. Eigenzinnige Smaakmakers (Gedempte Zuiderdiep/Kattendiep/Gelkingestraat/Oosterstraat)	
Algemene ambitie en perspectief	<ul style="list-style-type: none"> Hogere verblijfswaarde, minder dominantie verkeer Ruimte voor bijzondere horecazaken, groot en klein Aandacht voor verkeersveiligheid, ruimte voor voetgangers Breder benutten goede bereikbaarheid per auto, bus, trein

5. Eigenzinnige Smaakmakers (Gedempte Zuiderdiep/Kattendiep/Gelkingestraat/Oosterstraat)	
	<ul style="list-style-type: none"> Belangrijk (her)ontwikkelingsgebied komende jaren
Doelgroepen	<ul style="list-style-type: none"> Algemeen: Lokaal, Regionaal, Bovenregionaal Bijzondere accenten: afhaalformules, delivery, bijzondere restaurants
Ontwikkelingsrichting, gebiedsversteking, bijzondere aandachtspunten	<ul style="list-style-type: none"> Horecatypen: moderne fastfood, koffiedrinks, lunchen, borrelen, uitgaan, restaurantbezoek Ruimte voor grotere, innovatieve en/of 'eigenzinnige' horecaconcepten Meer ruimte voor terrassen aan noordzijde Zuiderdiep, i.v.m. bezonning (herinrichting) Herinrichting Gelkingestraat/Oosterstraat vanuit visie op toekomstige (horeca)functie
6. Kernwinkelgebied	
Algemene ambitie en perspectief	<ul style="list-style-type: none"> Versterken kernwinkelgebied als regionale trekker van de binnenstad Meer 'beleving' en langere verblijfsduur bezoekers Horeca ter versterking winkelfunctie
Doelgroepen	<ul style="list-style-type: none"> Algemeen: Lokaal, Regionaal, Bovenregionaal Bijzondere accenten: winkelend publiek, alle leeftijden
Ontwikkelingsrichting, gebiedsversteking, bijzondere aandachtspunten	<ul style="list-style-type: none"> Horecatypen: daghoreca, fastservice, mengvormen Accent winkelondersteunende horeca Rustplekken tijdens het winkelen Meer eigentijdse formules voor aantrekkelijker winkelklimaat en verbreding doelgroepen Kansen voor blurring (binnen kaders Dranken Horecawet)
7. Avontuurlijke ontdekkingen (Overige binnenstad/randgebieden/aanloopstraten)	
Algemene ambitie en perspectief	<ul style="list-style-type: none"> Inzet horeca voor bredere, aantrekkelijke ervaring binnenstad Horecaformules ter ondersteuning woonfunctie, zakelijk en recreatief profiel binnenstad Bijzondere aandacht voor "strategische locaties met bijzondere kenmerken (water, cultuurhistorie, groen, etc.) Horeca ter ondersteuning bredere gebiedsontwikkelingen (placemaking) Aanloopstraten: accent afhaalformules, delivery, combinaties met retail
Doelgroepen	<ul style="list-style-type: none"> Algemeen: Lokaal, Regionaal, Bovenregionaal, Toeristisch Bijzondere accenten: afhankelijk gebiedsprofiel/locatiekenmerken
Ontwikkelingsrichting, gebiedsversteking, bijzondere aandachtspunten	<ul style="list-style-type: none"> Horecatypen: afhankelijk locatiekenmerken Ruimte voor innovatieve, 'eigenzinnige' horecaconcepten, gezonde fastfood Combinaties met andere functies (hotel, retail, cultuur, maatschappelijk, etc.) Nieuwe initiatieven per geval toetsen (zie bijlage 4) Ruimte voor terrassen, voor zover niet hinderlijk voor woon- en leefklimaat in omgeving

Samenvatting ontwikkelperspectief deelgebieden overige gemeente Groningen

	Rol horeca, doelgroepen	Ontwikkelperspectief (per locatie)
Bijzondere clusters aan rand binnenstad	Wijkfunctie, beperkt stedelijk	0
Buurt- en wijkwinkelcentra	Primair winkelondersteunend, beperkt zelfstandige verzorgingsfunctie, soms maatschappelijke betekenis	+
Elders in woonwijken	Veelal buurt/wijkfunctie, soms maatschappelijke betekenis	0
Bijzondere locaties:		
• Stationsgebied	Verzorging OV-reizigers en passanten	++
• Europapark	Wijkfunctie, beperkt stedelijk, zakelijk	+
• Sportcentrum Kardinge	Ondersteunend aan sport- en recreatieactiviteiten	+
• Sontplein	Primair ondersteunend Woonboulevard, eventueel grootschalige horeca	+
• Zernike	Ondersteunend aan onderwijs- en zakelijke functie	+
• Suikerfabriek	Horeca passend binnen industrieel karakter, vrijetijds- en (toekomstige) woonfunctie	+
• Martiniplaza	Ondersteunend aan zakelijke en evenementenfunctie gebied	+
Dorpen: Haren, Hoogkerk, Ten Boer	Versterking centrum- en vrijetijdsfunctie	++
Landelijk gebied, parken	Horeca ter versterking toeristisch-recreatieve functie buitengebied en parken, nabij recreatieve knooppunten. Per geval toetsen.	+
Overige gemeente	In algemeen behoudende ontwikkeling horeca op solitaire locaties. Per geval toetsen.	
Legenda Ontwikkelperspectief: 0 Consolidatie + 1-2 extra zaken ++ 2-4 extra zaken (indicatief)		

Bijlage 4

Algemeen Toetsingskader horeca (kwalitatief) en Toepassing Dienstenrichtlijn op ontwikkeling horeca Groningen

Criteria voor onderscheidende concepten

Ter bepaling of sprake is van een onderscheidend concept kan het college o.a. gebruik maken van de volgende criteria. Aan de initiatiefnemer wordt gevraagd om een schriftelijke toelichting te geven in hoeverre de nieuwe ontwikkeling daadwerkelijk onderscheidend is, eventueel middels onderzoek en in lijn met onderstaande criteria. Hoe hoger de score op de criteria hoe meer onderscheidend is het concept. Opgemerkt wordt dat kwalitatieve criteria als deze altijd in zekere mate subjectief zijn en onderdeel vormen van de volledige plantoetsing. Ze vormen dus geen primair en hard uitgangspunt. Er kunnen door initiatiefnemers geen rechten aan worden ontleend.

Richtinggevende criteria ter toetsing onderscheidend karakter en meerwaarde horecaconcept:

- Het concept trekt aantoonbaar extra bezoekers en/of doelgroepen naar de gemeente of specifiek binnenstad (additionele vraag, onderbouwd).
- De zaak is qua omvang, vormgeving, gastenservice, menukaart en/of inrichting duidelijk onderscheidend naar het bestaande aanbod.
- Ligging bij voorkeur aan een toegangsweg (goede bereikbaarheid).
- Het betreft aantoonbaar een succesformule (regionaal, landelijk of internationaal).
- De ondernemer of chef-kok is bekend tot buiten de regio.
- De productformule of concept wordt veel vermeld in de media en vakliteratuur.

- Het biedt een bijzondere, voor de consument aansprekende combinatie van horeca met andere functies (bijvoorbeeld cultuur, ambacht, detailhandel, zakelijke markt, maatschappelijk, etc.).
- Het speelt op bijzondere wijze in op de specifieke locatie- en vastgoedkwaliteiten ter plekke (vormgeving, uitstraling, inrichting, etc.).
- Het speelt sterk in op de onderscheidende kernkwaliteiten van het gebied of de gemeente (zie gebiedsprofilen).
- Het genereert spin-of of heeft anderszins een duidelijke meerwaarde voor de overige functies in de omgeving.

Evaluatie huidig horecabeleid in relatie tot Dienstenrichtlijn

In de evaluatie van de huidige horecanota is geanalyseerd in hoeverre deze in lijn is met de recente jurisprudentie inzake de Europese Dienstenrichtlijn.

De huidige horecanota bepaalt welke en hoeveel horeca op welke plek gewenst is. Bijvoorbeeld middels maximering van het aantal zaken per deelgebied in de binnenstad. De recente jurisprudentie over de Europese Dienstenrichtlijn stelt echter dat horeca⁴³ een dienst is en zich daarom in principe overal zou moeten kunnen vestigen. Een ruimtelijke brancheringsregeling (vestigingsbeperking) is enkel toegestaan mits aan een aantal voorwaarden wordt voldaan (zie kader). De jurisprudentie noopt tot kritische, weloverwogen beleidskeuzes en branchebeperkingen t.a.v. horeca. Welke maatregelen zijn nu echt noodzakelijk vanuit de ruimtelijke structuur bezien en welke niet per se? Voor dit laatste geldt immers

dat deze (succesvol) kunnen worden aangevochten door initiatiefnemers. In het navolgende worden de voornaamste beleidslijnen van de Groningse horecavisie aan deze voorwaarden getoetst.

Europese Dienstenrichtlijn

Indien er sprake is van het beperken van branchering binnen een detailhandelsbestemming, is de Dienstenrichtlijn van toepassing⁴⁴. De aan een dienst te stellen beperkingen (zoals een brancheringsmaatregel voor detailhandel in een bestemmingsplan) moeten, voor zover relevant, aan de volgende eisen voldoen:

- Discriminatieverbod:** de eisen maken geen direct of indirect onderscheid naar nationaliteit of, voor vennootschappen, de plaats van hun statutaire zetel (n.v.t.).
- Noodzakelijkheid:** de eisen zijn gerechtvaardigd om een dwingende reden van algemeen belang.
- Evenredigheid:** dit kan worden uitgesplitst in de volgende aspecten die op basis van specifieke gegevens nader onderbouwd zullen moeten worden:
 - Handelt de gemeente coherent en systematisch om het nagestreefde doel te bereiken?
 - Is de maatregel effectief om het nagestreefde doel te bereiken?
 - Gaat de maatregel niet verder dan nodig om het nagestreefde doel te bereiken?
 - Zijn er (aantoonbaar) geen andere, minder beperkende maatregelen mogelijk?

⁴³ De jurisprudentie vormt zich nog en er is nog geen jurisprudentie dat horeca net als detailhandel als dienst moet worden gezien. Gelet op aard en omvang van de sector is dit echter wel hoogstwaarschijnlijk en zodoende wordt hiervan uitgegaan.

⁴⁴ Zie uitspraak Appingedam: ECLI:NL:RVS:2018:2062.

Maximering aantal zaken binnenstad

In de visie is het aantal horecazaken per deelgebied gemaximeerd. Deze maximering wordt in de visie gemotiveerd t.b.v. het beperken van (over)last en het behoud van de leefbaarheid. Weliswaar is dit een valide motivering vanuit de noodzakelijkheid, maar hoe en waarom er 'uitbreidingsruimte' is voor een X-aantal nieuwe zaken, neigt naar enige willekeur, waardoor het strijdig kan zijn met het evenredigheidsbeginsel. Waarom leidt de aanwezigheid van 4 horecazaken bijvoorbeeld niet tot overlast en de komst van een vijfde zaak wel? Hoewel de jurisprudentie zich nog vormt, lijkt een dergelijke maximering zonder ruimtelijk relevante motivering niet langer haalbaar.

Groei van de daghoreca in de binnenstad

De daghoreca is vrij toegestaan in de binnenstad, wat geleid heeft tot een forse groei. Gemeente Groningen vraagt zich af of deze ontwikkeling beleidsmatig wenselijk is en of er maatregelen kunnen worden genomen. De verwachting is dat vanuit de Dienstenrichtlijn gemeente geen planologische maatregelen kan treffen om de groei tegen te gaan, omdat er geen dwingende reden van algemeen belang is. Weliswaar groeit de Groningse daghoreca snel en hierdoor verkleurt de binnenstad, maar dit is grotendeels marktwerking en een landelijke trend, die inspeelt op de behoeften van de consument. Zelfs wanneer gesteld wordt dat hierdoor de omzetten van bestaande zaken onder druk komen en er leegstand ontstaat bij een volgende crisis, is dit naar verwachting geen deugdelijke motivering om daghoreca in te beperken. Indien het tegengaan van toekomstige leegstand namelijk het doel is, kan daartegenover worden gezet dat het vrijgeven van daghoreca destijds ook deels het doel had om leegstand tegen te gaan. Kleine leegkomende winkelpanden worden immers nog maar zelden heringevuld met nieuwe winkels. Het volle-

dig beperken van de daghoreca, zal zodoende op korte termijn (extra) leegstand kunnen veroorzaken. Hierdoor is de maatregel niet efficiënt t.a.v. het doel.

Restaurants in 'daghorecabestemming'

Omdat de daghoreca is gekoppeld aan de winkelsluitingstijdenwet zijn er diverse restaurants in een 'daghorecabestemming' gevestigd. Hiertegen kan de gemeente naar verwachting wel maatregelen nemen, die niet strijdig zijn met de Dienstenrichtlijn. De oorzaak van het probleem ligt in de ruime sluitingstijden van de daghoreca en niet zozeer in de

bestemming zelf. Een oplossing kan zijn om de openingstijden voor nieuwe daghoreca te vervroegen van 22:00 uur naar bijvoorbeeld 19:00 uur. Ook zo'n planologische maatregel zal overigens zeer deugdelijk gemotiveerd moeten worden, vanuit relevante ruimtelijke leefbaarheidsaspecten (over)last op de omgeving, geluid, parkeren etc., maar ook vanuit de noodzaak voor gemeente om een gelijk speelveld te creëren. De Groningse restaurants in een 'echte' restaurantbestemming moeten aan strengere wet- en regelgeving voldoen dan de restaurants in de daghorecabestemming, waardoor er sprake is van oneerlijke concurrentie en ge-



Figuur 40: Risico-inventarisatie Dienstenrichtlijn⁴⁵

⁴⁵ Ministeries van BZK en EZK, Handreiking Dienstenrichtlijn en ruimtelijke ordening, oktober 2019

meente moet hiertegen optreden. Mocht gemeente daadwerkelijk deze weg inslaan, zal eerst aard en omvang van het probleem in kaart moeten worden gebracht om de nut en noodzaak van de maatregel voldoende te motiveren.

Horeca buiten de binnenstad

In de gebieden buiten de binnenstad worden globale richtlijnen beschreven t.a.v. de ontwikkelmogelijkheden en dit is niet gemaximeerd. Wel is een aantal sterlocaties aangewezen waar onder voorwaarden, nieuwe horeca mogelijk is. Binnen het nieuwe horecabeleid is het aan te raden een toetsingskader voor planologisch nieuwe horeca op te nemen (zie deze bijlage). Dit biedt enerzijds heldere kaders die voor eenieder gelden. Anderzijds kan hierin een maatwerk-afweging worden opgenomen, om voldoende flexibel te blijven en de markt niet “op slot” te zetten, waardoor bijvoorbeeld innovatie en vrije prijsvorming worden belemmerd. De maatwerk-afweging zal o.b.v. ruimtelijk-relevante argumenten moeten worden genomen. Een uitbouw van de bestaande sterlocatieregeling kan hierin eventueel voorzien. Een dergelijk toetsingskader inclusief maatwerkafweging is in lijn met het evenredigheidsbeginsel en helpt gemeente om coherent en systematisch te handelen. Bij het opstellen van nieuwe beleidslijnen en/of bestemmingsplannen t.a.v. horeca zal rekening moeten worden gehouden met de Dienstenrichtlijn. De volgende twee figuren uit de Handreiking Dienstenrichtlijn hierin helpen, waarbij opgemerkt wordt dat de jurisprudentie zich nog vormt en niet alles is uitgekristalliseerd.

DE VESTIGINGSBEPERKING	TE MOTIVEREN?
<ul style="list-style-type: none"> • Branchebeperking voor de branchegroepen Dagelijks en Mode & Luxe²⁶ buiten de centrumgebieden. • Oppervlaktebeperkingen met een ruimtelijk motief. <p>Voor deze brancheringregelingen geldt in algemene zin dat deze effectief zijn. De noodzakelijkheid en evenredigheid moeten wel worden aangetoond.</p>	VERMOEDELIJK WEL
<ul style="list-style-type: none"> • Branchebeperking PDV+/GDV (hoofdbranches sport & spel, bruin- & witgoed, plant & dier, auto & fiets en detailhandel overig) buiten de centrumgebieden. <p>Sterk situatie- en branchespecifiek</p>	TWIJFELGEVAL
<ul style="list-style-type: none"> • Maximum aantal vestigingen van een bepaalde (hoofd)branche (binnen de vigerende detailhandelsbestemming en metrage). • Assortimentsbeperkingen (die verder gaat dan de vigerende bestemming en branchering). • Oppervlaktemaxima per vestigingspunt van een bepaalde (hoofd)branche zonder ruimtelijk motief. • Oppervlakteminimum per vestigingspunt buiten de centrumgebieden zonder ruimtelijk motief. <p>Aan dit soort vestigingsbeperkingen, zowel in centrumgebieden als buiten de centrumgebieden, liggen economische motieven ten grondslag als geen ruimtelijk motief is gegeven en zijn daarom zonder ruimtelijke motivering niet te onderbouwen.</p>	VERMOEDELIJK NIET

Figuur 41: Haalbaarheid van te motiveren branchebeperking⁴⁶

⁴⁶ Ministeries van BZK en EZK, Handreiking Dienstenrichtlijn en ruimtelijke ordening, oktober 2019.

www.bro.nl | info@bro.nl

Hoofdvestiging Boxtel

Boscheweg 107
5282 WV Boxtel
T +31 (0)411 850 400

Vestiging Amsterdam

Rhijnspoorplein 38
1018 TX Amsterdam
T +31 (0)20 506 19 99

Vestiging Tegelen

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