

made in [Arnhem]

'MISE-EN-PLACE'

DE ARNHEMSE HORECAVISIE • 2017

Voorwoord

Voor u ligt de Arnhemse horecavisie. Een stuk waarin we als gemeentebestuur richting geven aan de ontwikkelingen op het gebied van horeca in onze prachtige stad. Het is geen eenvoudige opgave om, zonder op de stoel van marktmeester te willen zitten, de juiste koers te bepalen. Toch zijn we daar in mijn ogen goed in geslaagd. Juist door niet alleen te kijken naar kwantiteit van de horeca, maar juist ook de kwaliteit mee te wegen.

De keuze voor de titel van de visie 'mise-en-place' is treffend. Mise-en-place is een vakterm uit de horeca die de voorbereidende werkzaamheden beschrijven. Het zijn werkzaamheden die leiden tot een hogere snelheid van service. Door alles zo goed mogelijk van tevoren klaar te zetten, worden gasten sneller en beter bediend. Feitelijk is deze visie een vorm van mis-en-place waarbij we als gemeente de voorwaarden creëren om horeca-ondernemers en in het verlengde daarvan de horecabezoekers en onze inwoners zo goed mogelijk van dienst te zijn.

Of deze visie bijdraagt aan de doelen die we ermee hebben zal in de praktijk moeten blijken. Net als bij een goede wijn, is het de afdronk die telt. En om in wijntermen te blijven: laten we hopen dat deze horecavisie een regelrechte 'Grand Cru' blijkt te zijn.

Ron König
Wethouder



Samenvatting

Horeca is steeds belangrijker als drager van verblijfskwaliteit en beleving in de stad. Het gaat de consument in toenemende mate om dynamiek, lifestyle, cultuur, beleven en shoppen. Horeca geeft invulling aan deze consumentenbehoefte met als gevolg dat we een toename zien van het horeca aanbod in de stad. Daarom is onderzoek gedaan naar de gewenste horecaontwikkeling in zowel kwalitatieve als kwantitatieve zin. Dit heeft geresulteerd in een ruimtelijk-economische horecavisie die een horecaontwikkeling stimuleert die bijdraagt aan de kwaliteit en identiteit van de stad. De visie is tevens bedoeld als toetsingskader waardoor ondernemers, bewoners en andere belanghebbenden weten waar ze aan toe zijn. Hierin ligt een spanningsveld besloten tussen flexibiliteit en zekerheid. De behoefte om te kunnen innoveren en inspelen op wijzigende marktomstandigheden vraagt om een flexibel beleid. Anderzijds willen bewoners, ondernemers en andere belanghebbenden juist zoveel mogelijk zekerheid over de ontwikkelingen die ze in hun omgeving kunnen verwachten.

In deze visie hebben we het juiste midden gezocht tussen flexibiliteit en zekerheid. We doen dit door:

- Per focusgebied in de stad een kwaliteitsbeeld van de gewenste horeca te schetsen;
- Voor de onderscheiden focusgebieden naast kwalitatieve kaders ook kwantitatieve parameters op te stellen aan de horecaontwikkeling (gedefinieerd in **ontwikkelen, consolideren, terugdringen**);
- Voor innovatieve en bijzondere concepten geen beperkingen op te leggen.

Dit richtinggevende kader geeft invulling aan de ambitie om de actuele vraag naar horeca te faciliteren, een kwaliteitsimpuls te geven aan de bestaande en nieuwe horeca en levert een bijdrage aan de doelstelling om te behoren tot de Top-10 van meest aantrekkelijke binnensteden van Nederland.

Inhoudsopgave

1. INLEIDING	6	4. INSTRUMENTARIUM	28
1.1 Waarom?	6	4.1 Verleiden	28
1.2 Ambitie	6	4.2 Beleid- en spelregels	28
1.3 Totstandkoming Horecavisie	6	4.3 Ruimtelijk juridisch kader	29
1.4 Terugblik naar vorig beleid	7	4.4 Overlast en openingstijden	32
1.5 Relatie met andere beleidsstukken	7	4.5 Openbare orde, veiligheid & handhaving	32
		4.6 Toegankelijkheid van de horeca	33
HORECA		HOTELS	
2. HORECA ANALYSE	10	5. HOTELS EN ANDERE	
2.1 Benchmark	10	LOGIESVERSTREKKENDE BEDRIJVEN	36
2.2 Trends en Ontwikkelingen	11	5.1 Analyse	36
2.3 Pop-Up Horeca	12	5.2 Benchmark	36
2.4 Analyse uitbreidingspotentieel	13	5.3 Uitbreidingspotentieel	36
3. HORECA VISIE	14	5.4 Bed & Breakfasts	39
3.1 Richtinggevend kader	14	5.5 Airbnb	39
3.2 Uitbreidingspotentieel totaaloverzicht	15	5.6 Short stay & extended stay	39
3.3 Visie per deelgebied	16		
3.4 Ruimte voor innovatie en bijzondere concepten	27	6. UITVOERINGSAGENDA	40

1. INLEIDING

6

Horeca is steeds belangrijker als drager van verblijfskwaliteit en beleving van onze stad. In de afgelopen periode was vooral de recreatieve winkelfunctie in de binnenstad dominant. Nu staat deze functie als gevolg van economische, technologische en maatschappelijke ontwikkelingen onder druk. Het gaat de consument in toenemende mate om dynamiek, lifestyle, cultuur, beleven en shoppen.

Horeca zorgt voor ontmoeting tussen mensen, beleving en ontspanning. Horeca zorgt er ook voor dat bezoekers, van (regio)bewoners tot buitenlandse toeristen, langer in de stad verblijven en deze positiever waarderen. Veel bezoekers hebben een meervoudig bezoekmotief: Zij komen én om te winkelen, én voor het cultuuraanbod, én voor een hapje en een drankje. Een goed horeca-aanbod bevordert daarmee het floreren van andere sectoren, zoals de detailhandel en de cultuursector. De horeca is uiteraard ook een bedrijfssector die voor directe werkgelegenheid zorgt.

1.1 Waarom?

De horeca is een sector van belang voor Arnhem. Arnhem telt 470 horecabedrijven met een totale verkoopvloeroppervlakte van ruim 60.000m². De horeca zorgt voor werkgelegenheid van 2.830 FTE verdeeld over 4.050 banen. Daarmee is de horeca sector een belangrijke werkgever die we moeten koesteren. Naast het economische belang van de sector zelf, speelt de horeca een belangrijke rol in de gastvrijheid van de stad en de economische vitaliteit van de (binnen)stad.

Het huidige horecabeleid 'Gastvrij Arnhem' is vastgesteld in 2005 en biedt weinig handvatten om in te spelen op de trends en ontwikkelingen die op ons afkomen. We zien bijvoorbeeld een toename van horeca bij de entrees van de stad, maar ook steeds vaker op solitaire plekken. Stakeholders vragen daarbij aandacht voor een uitbreidingsplafond, hoewel men erkent dat toevoeging van nieuwe sterke concepten het verzorgingsgebied van Arnhem vergroten en ook de bestaande horeca hier op termijn van profiteert. Daarnaast is in 2015 de nota 'De Arnhemse Binnenstad' vastgesteld. De gemeenteraad heeft daarmee de ambitie uitgesproken weer te gaan behoren tot de top 10 van meest aantrekkelijke binnensteden in Nederland. Daarvoor is een optimale mix van functies detailhandel, horeca, ambachten en cultuur noodzakelijk. Deze horecavisie draagt hier aan bij.

1.2 Ambitie

De ambitie is de actuele vraag naar horeca te faciliteren, een kwaliteitsimpuls te geven aan de bestaande en nieuwe horeca en bijdragen aan de doelstelling om te behoren tot de Top-10 van meest aantrekkelijke binnensteden van Nederland. Daarvoor moeten we ruimte houden voor nieuwe horecaconcepten die een plus geven op het bestaande aanbod en streven we een hogere kwaliteit en meer differentiatie na. De bezoekers aan én beleving van de Arnhemse horeca staan daarbij centraal.

Een keerzijde van de medaille is dat horeca voor overlast kan zorgen. Uitgangspunt is dat er geen onevenredige aantasting van woon- en leefklimaat mag plaatsvinden. Daarnaast moet de bezoeker veilig kunnen recreëren in horeca zonder criminaliteit.

1.3 Totstandkoming Horecavisie

De horecavisie is opgesteld met de horeca-ondernemers en vertegenwoordigers van winkeliers, toeristische sector en binnenstadsbewoners. Uitbreiding van horeca ligt gevoelig. Zowel de sector als bewoners zijn alert op de mate waarin uitbreiding mogelijk wordt gemaakt. Enerzijds vanwege gezonde exploitatiemogelijkheden en anderzijds vanwege mogelijk te verwachten overlast. Om te komen tot een werkbaar nieuw horecabeleid is breed draagvlak onontbeerlijk. Er is daarom gekozen voor intensieve samenwerking.

Bij de totstandkoming van de horecavisie is samengewerkt met o.a. Koninklijke Horeca Nederland afdeling Arnhem, Hotel Overleg Regio Arnhem, Platform Binnenstad Arnhem en de ondernemersverenigingen van de Korenmarkt, Jansplaats en Rijnkade. Goed beleid begint bij kennis en analyse. Daarom is onderzoek gedaan naar de gewenste horecaontwikkeling in Arnhem. Dit onderzoek is de onderlegger van deze visie en bevat zowel een kwantitatieve als een kwalitatieve component. Gedurende dit traject hebben verschillende bijeenkomsten plaatsgevonden waar de resultaten zijn gedeeld met eerder genoemde partijen, horeca-ondernemers en andere belanghebbenden. De input uit deze sessies is gebruikt in de visie, waarbij alle partijen zich coöperatief hebben opgesteld en de samenwerking in dienst hebben gesteld van de doelstellingen die Arnhem nastreeft.



1.4 Terugblik naar vorig beleid

Waar in de nota 'Te Goeder Herberge' (1996) het accent lag op de beheersbaarheid van de horecasector is de nota uit 2005 'Gastvrij Arnhem' vooral economisch ingestoken met de nadruk op werkgelegenheid. Ook de bijdrage van de sector aan de attractiviteit van de stad en stedelijke economie als geheel maakte hier onderdeel van uit.

We hebben geleerd dat het bijbehorende instrumentarium weinig weigeringsgronden bood voor ongewenste horecavestigingen. Daarnaast sloten de gedefinieerde horecacategorieën niet altijd aan bij de ontwikkelingen van de markt. Dit is de reden dat de nieuwe nota tevens een ruimtelijke component bevat en te omschrijven is als een ruimtelijk-economische horecavisie.

1.5 Relatie met andere beleidsstukken

Zowel de nota 'De Arnhemse Binnenstad 2015' en bijbehorende rapportage uit mei 2016, als de detailhandelsvisie Arnhem 2016-2021 hebben de ambitie om Arnhem terug te brengen in de top 10 van Nederlandse winkelsteden. Deze horecavisie maakt

onderdeel uit van deze ambitie en draagt bij aan het realiseren van de doelen in het programma Stad op de Kaart en de opgaven Arnhem Werkt en Vitale Binnenstad uit de perspectiefnota. De visie ondersteunt de extra aandacht voor de binnenstad in de Economische Agenda en het icoonprogramma Bruisende Binnensteden in de Uitnodigingsagenda MIRT Arnhem/Nijmegen. Genoemde visies werken naar een compacter kernwinkelgebied en structuurversterking. De horecavisie levert een bijdrage aan deze doelstelling door een visie per deelgebied te presenteren. De keuze uit de detailhandelsvisie om mengvormen tussen detailhandel en andere functies meer mogelijk te maken wordt hier beleidsmatig verankerd. Daarnaast zijn de actielijnen uit de visie 'Korenkwartier: actielijnen naar de toekomst' in de visie opgenomen. Vanzelfsprekend heeft de evenementenvisie ook een directe relatie met deze horecavisie. Goede evenementen bieden exploitatiemogelijkheden voor de horeca en leveren een bijdrage aan de gewenste beleving in de stad.

Het terrassenbeleid dateert uit 2009 en biedt niet meer de handvatten die nodig zijn om te kunnen sturen op gewenste uitstraling en ontwikkelingen in de markt. Daarvoor zal in 2017 nieuw beleid worden opgesteld dat aansluiting zoekt met deze horecavisie en per focusgebied gewenste profielen omschrijft.



[HORECA]

2. ANALYSE

10

Goed beleid begint bij kennis en analyse. Daarom zijn alle horecalocaties in de stad bezocht. De trends & ontwikkelingen, benchmark en vraag- en aanbod-analyse zijn de basis geweest voor het onderzoek naar de gewenste horeca-ontwikkeling in Arnhem. Het aantal bedrijven in de horecasector is de afgelopen vijf jaar met 16% toegenomen naar 570 bedrijven. De werkgelegenheid is de afgelopen vijf jaar gelijk gebleven met 2830 FTE, verdeeld over 4050 banen.

2.1 Benchmark

De benchmark is uitgevoerd met vergelijkbare steden als Amersfoort, Enschede, Den Bosch en Nijmegen. In deze benchmark is de dichtheid van het aantal bedrijven en oppervlakte (m²) per segment vergeleken met de benchmark gemeenten. Hierbij is geen vergelijking met de omzetniveaus van die steden gemaakt.

Uit de benchmark blijkt dat Arnhem relatief veel bedrijven in de drankensector telt, maar het aantal m² horeca per 10.000 inwoners beperkt hoger ligt dan het gemiddelde van de benchmark. De bedrijven zijn dus gemiddeld relatief kleiner dan de benchmark. Daarbij merken we op dat Arnhem een relatief groot verzorgingsgebied heeft.

Op basis van de benchmark zijn de belangrijkste conclusies:

- Arnhem heeft veel horecabedrijven en veel vierkante meters horeca;
- Het aantal bedrijven per 10.000 inwoners is in Arnhem hoog; De groei van het aantal horecabedrijven is in Arnhem beperkt;
- Het aantal m² horeca per 10.000 inwoners is in Arnhem 27% hoger dan in vergelijkbare gemeenten.

Toegespitst op de verschillende segmenten komen de volgende hoofdpunten naar voren:

- Arnhem heeft veel drankverstrekkers;
- Het aantal cafés per 10.000 inwoners is gelijk aan het gemiddelde;
- Het aantal restaurants en het aantal m² restaurants per 10.000 inwoners is vergelijkbaar met de andere steden;

- Arnhem heeft een groot aanbod aan fastservicebedrijven (lunchrooms, ijsalons, shoarma/grillrooms, cafetaria's);
- Arnhem laat over de afgelopen vijf jaar een beperkte groei zien in het aantal fastservicebedrijven.

HORECA TOTAAL	Arnhem	Amersfoort	Enschede	Den Bosch*	Nijmegen
	<i>Horeca DNA(2014)</i>				
Totaal aantal horecabedrijven	478	354	374	454	496
Totale oppervlakte in m ²	82.497	54.558	71.121	151.552	66.961
Totaal aantal horecabedrijven per 10.000 inwoners	31,4	23,2	23,6	30,1	29,1
Totaal aantal m ² per 10.000 inwoners	5.417	3.578	4.486	10.044	3923
Ontwikkeling (2010-2014)	4%	11%	4%	3%	9%
Aantal drankverstrekkers	175	104	137	158	192
Aantal m ² drankverstrekkers per 10.000 inwoners	2.799	1.430	2.755	4.763	1.789
Aantal restaurants	116	115	96	132	130
Aantal m ² restaurants per 10.000 inwoners	1.278	1.121	1.005	1.250	1.376
Aantal fastservicebedrijven	145	93	124	129	135
Aantal m ² fastservicebedrijven per 10.000 inwoners	582	487	519	510	477
Aantal hotels	24	16	7	13	19
Aantal kamers per 10.000 inwoners	60,5	51,4	45,7	36,9	26,4

* de m² in Den Bosch zijn vertekend door de Brabanthallen.

Met behulp van externe expertise is onderzoek gedaan naar het functioneren van de Arnhemse horecasector. De vraag naar en het aanbod van horeca in de gehele stad zijn nauwgezet in kaart gebracht. Voor deze kwalitatieve analyse zijn alle horeca-gelegenheden in de stad bezocht en is een aanbod analyse gedaan waarbij verbeterpunten zijn aangereikt (openbare ruimte, maar ook uitstraling). In hoofdstuk 3 wordt ingegaan op het aanbod, analyse en wensbeeld per focusgebied.

2.2 Trends en Ontwikkelingen

De trends en ontwikkelingen geven de conceptuele ontwikkelingen van horeca-bedrijven weer, maar ook de ontwikkelingen in het gedrag van de consument. Deze moderne consument is steeds meer op zoek naar beleving. De horecabedrijven spelen in op deze behoeften en zien we tegelijkertijd dat er buiten de branche partijen actief zijn die potentiële horeca-kanten proberen te trekken. De concurrentie om de gunst van de consument is daardoor hevig.

De dynamiek in de horeca is groot, waardoor ondernemers goed op de hoogte dienen te zijn van de wensen van de klant en zijn waardering. Daarbij zijn belangrijke onderwerpen: hippe bezorging; veiligheid; vergrijzing; gezondheid; lokaal & biologisch; authenticiteit & ambacht, duurzaamheid, food & chef lifestyle en Smartphone-isering.

Dit uit zich in de volgende marktontwikkelingen:

- Blurring (mengvormen): naast ondergeschikte horeca zien we steeds vaker combinaties waarbij horeca een meer dan gelijkwaardig aandeel heeft in het geheel.
Voorbeeld: WAAR Smaaklokaal, Bos & Heij.
- Specialisatie: horeca met de focus op een beperkt assortiment of productgroep onderscheiden zich door specialisatie.
Voorbeeld: Barley's Biergarten (bier en kip) en Den Koopman (speciaalbier).
- Transparantie: fysieke transparantie door b.v. een glazen gevel (open karakter) met veel lichtinval.
Voorbeeld Osteria Vicini.
- Terras design: het terras wordt een steeds belangrijker aspect van de bedrijfsvoering. Het functioneert als trekker en uithangbord. Steeds vaker wordt het design van het terras doorgetrokken van binnen naar buiten.



Voorbeeld: Max Brothers.

- Interieur en beleving: inrichting is een steeds belangrijker onderdeel van een concept en vaak hét verkoopargument om bezoekers te trekken. Het versterkt de totaalbeleving van de klant.

Voorbeeld: Stan & Co (Winnaar van de prijs 'Best Restaurant & Bar' tijdens de Entree Hospitality & Style Awards).

- Fastfood wordt ambachtelijk. Hippe frietzaken zijn in opkomst. De ondernemers die mee gaan met de tijd en bereid zijn zich aan te passen hebben de grootste kans op continuïteit.

Voorbeeld: Het Frites Atelier.

- Coffee & Tea Bars. Koffie en theeconcepten in combinatie met gezonde broodjes en sappen zijn in opkomst.

Voorbeeld Starbucks en Mams coffee.

- Hippe Bakery Concepts; brood staat steeds centraler waarbij kwaliteit een belangrijke rol speelt.

Voorbeeld Bakker Hilvers van Eigen Deeg.

- Aziatische AYCE; sterke opkomst Aziatische al you can eat formules (sushi). Goede prijs/kwaliteit verhouding, ook geschikt voor grote groepen.

Voorbeeld: SUMO.

- Fast Casual: Fastservice in een restaurantjasje.

Voorbeeld: Happy Italy.

2.3 Pop-Up Horeca

Pop-up horeca is een fenomeen dat al veel langer voorkomt in landen zoals Engeland, de Verenigde Staten, Cuba en Australië. Het is een concept waarbij horeca tijdelijk op een locatie 'op popt'. Veelal wordt de pop-up horeca ingezet als marketingmiddel voor horecazaken en/of jonge professionals. Ook leegstand of een ludieke actie voor een goed doel kan aanleiding zijn een locatie tijdelijk te gebruiken. De complexiteit bij pop-up horeca is dat het activiteiten van tijdelijke aard zijn, vaak à la minute worden bedacht, soms voor goede doelen worden opgezet en de locaties niet altijd voldoen aan de geldende inrichtingseisen. Conform de huidige wet- en regelgeving dient pop-up horeca aan de reguliere eisen voor horecabedrijven te voldoen.

Veelal wordt de pop-up horeca ingezet als marketingmiddel voor horecazaken en/of jonge professionals. Ook leegstand of een ludieke actie voor een goed doel kan aanleiding zijn een locatie tijdelijk te gebruiken.

Eind 2014 is er door een groep ondernemers het 'Manifest voor de horeca-ondernemer van morgen' ingediend bij de gemeenteraad. In het manifest pleiten de aangesloten partijen, te weten Dynamic Food, New Dutch School, PopupKlup, PUURLand, Stadstuin Kweekland, Stella by Starlight, Stichting Coehoorn Centraal en Buro Bois, voor tijdelijke ontheffingen op het bestemmingsplan voor duurzame horeca bij leegstaande en verwaarloosde locaties.

In 2015 is besloten om per 1-1-2016 medewerking te verlenen aan initiatieven die:

- vernieuwend zijn (dus die op creatieve wijze inspelen op een (lokale) behoefte waarin op dat moment nog niet wordt voorzien) en;
- waarbij de horeca-activiteiten een ondersteunend zijn aan het concept en ondergeschikt zijn aan de hoofdactiviteit.

Concreet houdt dit in: halvering van de leges van **(1)** de planologische afwijking van het bestemmingsplan en **(2)** de horecavergunningen voor bepaalde vernieuwende initiatieven (maximaal 6 maanden) buiten het horeca concentratiegebied.

Tot op heden is er nog geen gebruik gemaakt van de geboden mogelijkheden, omdat veel van de initiatiefnemers zich op andersoortige activiteiten zijn gaan richten.

Daar waar het gaat om de binnenstad hanteren de stakeholders het 'gelijke monniken, gelijke kappen principe' zodat ook de pop-up horeca aan de wettelijke (brandveiligheids)eisen moet voldoen. Ook is afgesproken dat in de binnenstad pop-up horeca als sluitpost van de begroting een ongewenste ontwikkeling is die niet bijdraagt aan de versterking van de positie van de binnenstad.

2.4 Analyse uitbreidingspotentieel

Het uitbreidingspotentieel is onderzocht op basis van een vergelijking tussen potentiële vraag en huidig aanbod. De potentiële vraag is bepaald op basis van het te verwachten aantal bezoekers, (regio)bewoners, studenten e.a., hun bezoekfrequentie en de gemiddelde besteding per bezoek. Hierbij is een minimale omzet per bedrijf vastgesteld aan de hand van berekeningen bij verschillende gemeenten. De resultaten uit deze analyse worden gepresenteerd in de tabel hiernaast.

De belangrijkste conclusie van het onderzoek in kwantitatieve zin is dat er tot en met 2020 weinig groeirimte is voor het totaal aantal horeca vierkante meters. Op basis van het toekomstig omzetpotentieel en de minimale omzet per bedrijf blijkt uit de analyse dat er voor de restaurantsector uitbreidingsmogelijkheden zijn, terwijl voor de dranken- en fastservicesector een krimp wordt geadviseerd. Dit resulteert in een advies voor een stadsbrede krimp van in totaal 4.465 horeca vierkante meters (ca. 27 bedrijven), dat verdeeld over de onderscheiden segmenten onderstaand beeld geeft. Het volgende hoofdstuk laat zien hoe we omgaan met deze kwantitatieve analyse.

Restaurantsector	Op basis van analyse advies voor groei van 2.158 m ² , ofwel ca. 13 bedrijven
Drankensector	Op basis van analyse advies voor krimp van 5.576 m ² , ofwel ca. 24 bedrijven
Fastservicesector	Op basis van analyse advies voor krimp van 1.046 m ² , ofwel ca. 16 bedrijven

UITBREIDINGSPOTENTIEEL TOT 2020	Restaurant	Dranken	Fastservice	Totaal
Omzetpotentieel	€ 70.424.350	€ 32.251.064	€ 41.167.700	€ 143.843.115
Minimale omzet per bedrijf	€ 525.000	€ 235.000	€ 240.000	€ 324.767
Plafond aantal bedrijven (omzetpotentieel / omzet per bedrijf)	134	137	172	443
Bedrijven huidig	121	161	188	470
Uitbreidingsruimte 2016-2020	13	-24	-16	-27
Groei per jaar	3	-5	-3	-5
Groei% aantal bedrijven 2016-2020	11%	-15%	-9%	-5,8%
Perspectief: Groei% 2010-2014	8%	-5%	5%	1,4%
Bedrijven per 10.000 inwoners 2020	8,5	8,7	10,9	28,1
Perspectief: bedrijven per 10.000 inwoners huidig Arnhem	7,9	10,6	12,3	30,9
Perspectief: Bedrijven per 10.000 benchmark Amersfoort	7,0	6,0	6,9	19,9
Perspectief: Bedrijven per 10.000 benchmark Enschede	5,7	7,5	9,0	22,2
Perspectief: Bedrijven per 10.000 benchmark Den Bosch	8,2	9,6	9,4	27,2
Perspectief: Bedrijven per 10.000 benchmark Nijmegen	7,1	9,8	9,3	26,3
Uitbreidingsruimte in vierkante meters (bedrijven x gem. m ²)	2158	-5.576	-1046	-4.465
Totaal vierkante meters 2020	22.024	32.206	10.898	65.127
Omzet per vierkante meter Arnhem	€ 3.198	€ 1.001	€ 3.778	€ 2.209
Perspectief: Omzet per vierkante meter Nederland	€ 3.227	€ 814	€ 4.154	€ 1.916
Omzet per bedrijf in NL	€ 532.455	€ 183.221	€ 282.488	€ 312.831

3. HORECA VISIE

14

De horecavisie kan worden beschouwd als een uitvloeisel van 'de Arnhemse binnenstad 2015' en houdt nauw verband met de detailhandelsvisie. In deze visie wordt ingezet op een gastvrije binnenstad met een aantrekkelijk verblijfsklimaat door een mix van functies. De ambitie is weer te gaan behoren tot de top 10 van meest aantrekkelijke binnensteden in Nederland. De horeca vervult een belangrijke rol om de doelstellingen voor de binnenstad te bereiken. Kwalitatief hoogwaardige horeca, innovaties en mixfuncties zijn daarbij van groot belang. De duurzame winkelstructuur mag daarbij niet worden aangetast. Dit uitgangspunt is ook van toepassing op de horeca-ontwikkeling in stadsdelen en de stadsdeelcentra Presikhaaf en Kronenburg.

Het primaat ligt in de binnenstad, maar ook in Presikhaaf en Kronenburg speelt horeca een belangrijke rol voor de levensvatbaarheid van de gebiedsverzorgende winkelcentra. De horeca biedt hier mogelijkheden elkaar te ontmoeten op wijkniveau en voorzieningen te clusteren ten behoeve van een gedegen wijkfunctie. De stadsdeelcentra hebben een wijkoverstijgende functie, waarbij de horeca mogelijkheden biedt het enigszins monofunctionele karakter van deze centra te doorbreken.

De gemeente Arnhem wil met behulp van deze ruimtelijk-economische horecavisie een horecaontwikkeling stimuleren die bijdraagt aan de kwaliteit en identiteit van de stad. De visie is tevens bedoeld als toetsingskader waardoor ondernemers, bewoners en andere belanghebbenden weten waar ze aan toe zijn. Hierin ligt een spanningsveld besloten tussen flexibiliteit en zekerheid. De behoefte om te kunnen innoveren en inspelen op wijzigende marktomstandigheden vraagt om een flexibel beleid. Anderzijds willen bewoners, ondernemers en andere belanghebbenden juist zoveel mogelijk zekerheid over de ontwikkelingen die ze in hun omgeving kunnen verwachten.

In deze visie hebben we het juiste midden gezocht tussen flexibiliteit en zekerheid. We doen dit door:

- *Per focusgebied in de stad een kwaliteitsbeeld van de gewenste horeca te schetsen;*
- *Voor de onderscheiden focusgebieden naast kwalitatieve kaders ook kwantitatieve parameters op te stellen aan de horecaontwikkeling (ontwikkelen, consolideren en terugdringen);*
- *Voor innovatieve en bijzondere concepten geen beperkingen op te leggen*

3.1 Richtinggevend kader

De visie stelt met de ruimtelijk-economische nota een richtinggevend kader voor. Het kader bevat zowel een kwantitatieve als een kwalitatieve component, op basis van een geactualiseerde omschrijving van de verschillende horecacategorieën. Uit de kwantitatieve analyse lijkt voor een aantal segmenten de economische ruimte te zijn opgesoupeerd. We gaan echter niet over tot het stellen van een absoluut maximum horeca m² voor de stad als geheel of per segment om individuele aanvragen aan te toetsen.

Dit doen we om de volgende redenen:

- Bijvoorbeeld een lunchroom in stadsdeelcentrum Kronenburg niet 1 op 1 concurreert met een lunchroom in de binnenstad. Een saldobenadering is hier niet passend en zou zelfs ten koste kunnen gaan van een ontwikkeling die we juist willen stimuleren.
- We ondernemers de mogelijkheid willen bieden snel en adequaat in te spelen op kansen en omstandigheden in de markt. Dit doen we door daar waar horeca activiteiten in bestemmingsplannen zijn toegestaan, deze vrijwel altijd onderdeel te laten zijn van een gemengde bestemming waarbinnen verschillende gebruiksfuncties mogelijk zijn.
- Het ruimtelijke ordeningsbeleid volgens vaste jurisprudentie niet mag worden ingezet om concurrentieverhoudingen te reguleren. Dat het rendement van

horecabedrijven onder druk komt te staan is op zichzelf onvoldoende reden om medewerking aan nieuwe ontwikkelingen te weigeren.

- Investeringsbereidheid van ondernemers kan uitblijven, omdat zij bij maximering weinig concurrentie meer kunnen verwachten in het gebied.

De andere kant is dat onbeperkte toevoeging van horeca niet gewenst is, omdat dit zal leiden tot vershraling van het aanbod. Ondernemers met een marginale exploitatie hebben te weinig middelen om te innoveren of te investeren. Hierdoor ontstaan veel bedrijven met een marginale uitstraling, die op prijs concurreren. Dit past niet bij de gewenste kwalitatieve uitstraling van de gastvrije stad.

*In dit richtinggevende kader kiezen we op basis van deze overwegingen om de kwantitatieve ruimte per segment te bepalen in termen van **ontwikkelen**, **consolideren** of **terugdringen**.*

Voor de kwalitatieve analyse is per focusgebied beoordeeld welke horecacategorie in welk gebied het meest kansrijk is en het beste past bij het 'DNA van een gebied'. Hoe beter de functies in een bepaald gebied op elkaar aansluiten, hoe hoger de kwaliteit van dit gebied wordt. In het ene gebied kan kwaliteit een concentratie van restaurantconcepten betekenen die samengaat met bijvoorbeeld theaterbezoek. In het kernwinkelgebied is dat ondergeschikte daghoreca. Dit is vertaald in toekomstvisie voor het betreffende focusgebied. Daarna worden deze in de relevante nieuwe bestemmingsplannen opgenomen. We kiezen daarmee voor een gebiedsgericht beleid waarbij we vooral beoordelen in hoeverre de horeca een toegevoegde waarde heeft voor (de gebruikers van) het gebied, mede gezien de functies in de omgeving.

3.2 Uitbreidingspotentieel totaaloverzicht

De kwantitatieve analyse is vertaald naar een per segment en focusgebied in de tabel hiernaast. Dit is gedefinieerd in termen van: *ontwikkelen*, *consolideren* en *terugdringen*.

Horecagebieden Van Spronsen	CATEGORIE A: Fast-service licht	CATEGORIE A2: Fast-service zwaar	CATEGORIE B: Restaurant	CATEGORIE C1: Dranken licht	CATEGORIE C2: Dranken zwaar
Stationsgebied	●	●	●	●	N.v.t.
Korenkwartier	●	●	●	●	●
Jansplein / Jansplaats e.o.	●	●	●	●	●
Winkelgebied	●	●	●	●	N.v.t.
Markt	●	●	●	●	N.v.t.
Rijnkade	●	●	●	●	N.v.t.
Spijkerkwartier	●	●	●	●	N.v.t.
Klarendal & Sint Marten	●	●	●	●	N.v.t.
Overige gebieden					
Winkelcentra Kronenburg & Presikhaaf	●	●	●	●	N.v.t.
Industrieterreinen en gebieden	●	●	●	●	N.v.t.
Woonwijken	●	●	●	●	N.v.t.
Stadsdelen					
Overig CSA	●	●	●	●	N.v.t.
Presikhaaf	●	●	●	●	N.v.t.
Noord-Oost	●	●	●	●	N.v.t.
Noord-West	●	●	●	●	N.v.t.
Malburgen	●	●	●	●	N.v.t.
VKR	●	●	●	●	N.v.t.
Elden en De Laar	●	●	●	●	N.v.t.
Schuytgraaf en Elderveld	●	●	●	●	N.v.t.
● <i>ontwikkelen</i> ● <i>consolideren</i> ● <i>terugdringen</i>					

3.3 Visie per deelgebied

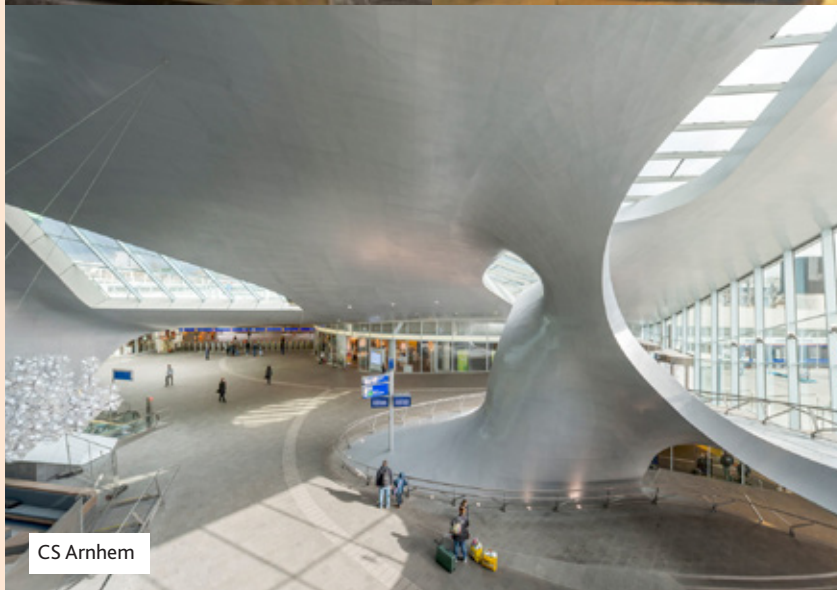
De kwalitatieve en kwantitatieve component komen samen in de visie per focusgebied. We stellen vast welke horecacategorie in welk deelgebied het meest kansrijk is en past bij het DNA en functie van het gebied. We geven hierbij een opsomming van 9 focusgebieden. Voor de stadsdelen, woonwijken en industriegebieden is geen specifieke visie opgenomen, omdat het zwaartepunt in deze gebieden niet op horeca is gevestigd. Vanzelfsprekend heeft de horeca hier wel een functie voor de dagelijkse boodschappen (voorzieningen) en ontmoetingsfunctie in de wijk. We nemen daarom ook de flexibiliteit om in lijn met de detailhandelsvisie te bepalen welke ontwikkeling in deze gebieden noodzakelijk is voor de leefbaarheid van de wijk en levensvatbaarheid van winkelcentra.





Coca cola Pop-up

Voorbeeld popup etalage



CS Arnhem

ONTWIKKELINGSVISIE

Horecagebieden van Spronsen	Categorie A: Fast-service licht	Categorie A2 Fast-service zwaar	Categorie B: Restaurant	Categorie C1 Dranken licht	Categorie C2 Dranken zwaar
Stationsgebied	●	●	●	●	N.v.t

“Het Centraal Station van Oostelijk Nederland met opvallende architectuur en dito food-service concepten.”

Visie

- Welkomstfunctie: take-away en fastservice.
- Innovatief: mengformules horeca / detailhandel.
- Link architectuur en mode: Food & Fashion / Pop-up Kitchen & Bar/ Fashion events / Central Catwalk.
- Focus: fast-casual / laagdrempelige concept.
- ‘Grand cru’: innovatieve food-concepten: gezonde, groene fastservice / juicebars, coffeebars, healthy fastfood (saladebars).
- Hotelfunctie is van toegevoegde waarde.

Kwantitatief

- Fast-service: consolidatie.
- Dranken aanbod categorie: terugdringen.
- Restaurants: ontwikkelen op fast-casual niveau.



Café de Barron



Korenmarkt

ONTWIKKELINGSVISIE

Horecagebieden van Spronsen	Categorie A: Fast-service licht	Categorie A2 Fast-service zwaar	Categorie B: Restaurant	Categorie C1 Dranken licht	Categorie C2 Dranken zwaar
Korenkwartier	●	●	●	●	●

“Het terrassen- en uitgaansplein van Arnhem met rijke historie!”

Visie

- Versterken imago; ‘Dé uitgaansplaats van de regio’.
- Culturele link met Modestad / Sexy / Appeal verduidelijken.
- Kwaliteitsverhoging van fastservice aanbod.

Kwantitatief

- Dranken licht (café) en dranken zwaar (uitgaansaanbod) verder uitbreiden (voorwaarde: onderscheidend ten opzichte van bestaand aanbod).
- Restaurantconcepten toestaan (voorwaarde: meegaan in uitgaansfeer in avonden).
- Openingstijden continueren.
- Fastservice licht (overdag) terugdringen.
- Fastservice zwaar (avond en nacht) consolideren.

Horecaconcentratie op de Korenmarkt

- Door concentratie van horeca op de Korenmarkt (vóór en naast de Korenbeurs) ontstaat één kwalitatief horeca- en uitgaansgebied binnen het Korenkwartier.



- Gebruik maken van de (reeds aanwezige) naamsbekendheid én potentie van de Korenmarkt.
- Sterk inzetten op juiste uitstraling, behouden en uitlichten historische gevels

Korenbeurs als een sleutelpositie

- De Korenbeurs vervult een sleutelpositie om de gewenste mix van functies te bereiken.
- De Korenbeurs fungeert als voorbeeld voor de toekomstige richting van het gebied.
- Kiezen voor invulling die de dagfunctie ter plekke versterkt.

Aanloopstraten en entrees

- Uitnodigende entree tot de Korenmarkt, zodat bezoekers naar de Korenmarkt worden 'getrokken'.
- Openbare orde en veiligheidssituatie in de aanloopstraten verbeteren.
- Verbeteren van de attractiviteit en het uitnodigend maken van de Korenstraat, Pauwstraat, Munterstraat, Luthersestraat, Hoogstraat en Korte Hoogstraat.

Transformatie

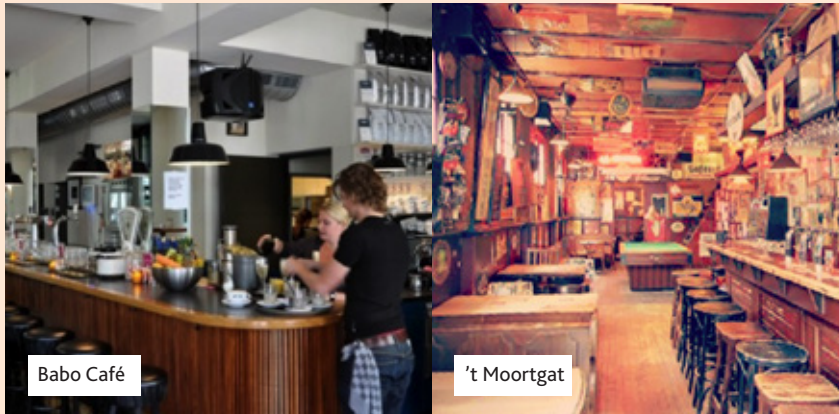
- Leegstaande panden en gebieden met desolate indruk transformeren naar dagfuncties op de begane grond (flexwerken / winkels etc.), met daarboven woonruimte.
- Behouden en uitlichten van historische gevels.

Duizelsteeg

- Ontwikkelen van een attractieve restaurantstraat met focus op kleinschalige, intieme en sfeervolle restaurantjes.

Varkensstraat

- Een mix van wonen, cultuur, leisure en 'daghoreca' moet bijdragen aan zowel het straatbeeld, openbare orde, veiligheid en levendigheid van het gebied.
- Varkensstraat geleidelijk uit het horecaconcentratiegebied halen.



Babo Café

't Moortgat



Bar Florian

ONTWIKKELINGSVISIE

Horecagebieden van Spronsen	Categorie A: Fast-service licht	Categorie A2 Fast-service zwaar	Categorie B: Restaurant	Categorie C1 Dranken licht	Categorie C2 Dranken zwaar
Jansplein/ Jansplaats e.o.	●	●	●	●	●

“Culinaire en bourgondische wandeltocht voor 30+-ers”

Visie

- Restaurant- en cafémilieu met kwaliteitsuitstraling; specialiteiten cafés en restaurants met goede uitstraling.
- Specifieke formules toestaan mits bijzonder en onderscheidend concept.
- Verbeteren imago en bekendheid.
- Events inzetten op jazz / cultuur / fashion.

Kwantitatief

- Fast-service minder wenselijk.
- Restaurant aanbod laten toenemen.
- Dranken aanbod consolideren vanwege totaal aanbod.



Koningstraat

Frites Atelier



WAAR

ONTWIKKELINGSVISIE

Horecagebieden van Spronsen	Categorie A: Fast-service licht	Categorie A2 Fast-service zwaar	Categorie B: Restaurant	Categorie C1 Dranken licht	Categorie C2 Dranken zwaar
Winkelgebied	●	●	●	●	N.v.t.

“Ontdekkingstocht van leuke winkels en horeca-parels...”

Visie

- Schakel met detailhandelsvisie.
- Winkels open = Horeca open.
- Terrassen en schakelpunten zorgen voor loop en sfeer.
- Innovatief winkelaanbod & mengvormen (voorwaarden).
- Innovatief horeca –aanbod (dag-georiënteerd) met opvallende terrassen sterk voor winkelgebied en bezoek als *mengvormen, coffeebars, juiceconcepten*.
- Aandacht voor link Arnhem modestad.

Kwantitatief

- Fastservice licht toestaan, indien dit op andere plekken wordt teruggedrongen.
- Fastservice zwaar, restaurant en dranken licht consolideren (mits openingstijden overeenkomen).
- Avond openstelling op zich geen bezwaar, mits overlast en bereikbaarheid gewaarborgd is.
- *Voorbeeld 1: Grillroom in winkelstraat sluit niet aan bij gebruiker.*
- *Voorbeeld 2: Restaurant-concept in winkelgebied geeft praktische bezwaren en is overlast gevoelig.*



ONTWIKKELINGSVISIE

Horecagebieden van Spronsen	Categorie A: Fast-service licht	Categorie A2 Fast-service zwaar	Categorie B: Restaurant	Categorie C1 Dranken licht	Categorie C2 Dranken zwaar
Markt	●	●	●	●	N.v.t.

“Markt wordt de stads-huiskamer van Arnhem.”

Visie

- Restaurant, grand-café en fast-service strip als aansluiting op het winkelgebied en markt met dag-rond geopende horeca.
- Laag en middensegment aanbod met specifiek karakter.
- Doorgang Sabelpoort uitnutten voor verbinding met Rijnkade, Paviljoen en witte vloot.
- Gebruik van de Markt stimuleren met warenmarkt en activiteiten.

Kwantitatief

- Inzetten op dag-rond geopende horeca. Met name restaurant, grand-café, eetcafé of café concepten.
- Fastservice licht toestaan vanwege de dag-functie en toegankelijkheid.



Rijnkade

ONTWIKKELINGSVISIE

Horecagebieden van Spronsen	Categorie A: Fast-service licht	Categorie A2 Fast-service zwaar	Categorie B: Restaurant	Categorie C1 Dranken licht	Categorie C2 Dranken zwaar
Rijnkade	●	●	●	●	N.v.t

“Avenue Méditerranée in Arnhem!”

Visie

- Inzetten op versterking strip met kade-karakter.
- Terrasuitstraling over-the-top mogelijk maken. Vanaf de bruggen en aanrijroutes zichtbaar. Poort-functie.
- Meer herkenbaarheid & marketing.
- Kansen die witte vloot biedt verzilveren voor horecabezoek.
- Paviljoen positioneren als trekker van het gebied.

Kwantitatief

- Restaurant aanbod verder ontwikkelen.
- Rest van categorieën consolideren. Uitzondering hierop vormen Bar & Kitchen concepten (feitelijk restaurants) met mediterrane uitstraling. *Indien elders teruggedrongen, hier weer toestaan.*



TAPE



Steenstraat

ONTWIKKELINGSVISIE

Horecagebieden van Spronsen	Categorie A: Fast-service licht	Categorie A2 Fast-service zwaar	Categorie B: Restaurant	Categorie C1 Dranken licht	Categorie C2 Dranken zwaar
Spijkerkwartier	●	●	●	●	N.v.t.

“De rauwe wijk met no-nonsense concepten voor echte Arnhemmers.”

Visie

- Wijk met karakter en sterke bewonersclub.
- Signatuur concepten / lokaal gebonden.
- Innovatieve concepten (op het randje).
- Mix cultuur en mengvormen kansrijk.
- Fastservice innovatie: bijvoorbeeld haut-friture of moderne grill concepten (bijv. Bulls & Dogs).
- Innovatieve barconcepten (indien elders inkrimping).
- Mengvormen mogelijk maken (voorwaarden).
- Ontwikkeling restaurantstrip Muis-sacrum in combinatie met ‘culinaire’ imago. Cultuur & Culinair.

Kwantitatief

- Restaurant aanbod toestaan
- Fastservice en dranken licht consolideren.



Sugar Hill



Café Caspar / Hotel Modez

ONTWIKKELINGSVISIE

Horecagebieden van Spronsen	Categorie A: Fast-service licht	Categorie A2 Fast-service zwaar	Categorie B: Restaurant	Categorie C1 Dranken licht	Categorie C2 Dranken zwaar
Klarendal en Sint Marten	●	●	●	●	N.v.t.

“Hippe concepten in het Modekwartier!”

Visie

- Modekwartier eigen gezicht en ontwikkeling.
- Creatieve concepten aanjagen.
- Ruimte voor specifieke niche-formules: mode / local-product by local-heroes.
- Mengformules, concepten met sterk culturele inbreng, culinaire streetfood zijn welkom. *Voorbeeld: Sugar Hill.*
- Mode-signatuur duidelijker in straatbeeld inbrengen.

Kwantitatief

- Restaurant concepten toestaan in alle vormen en maten.
- Fast-service en drankensector consolideren.



Winkelcentrum Kronenburg



Impressies Winkelcentrum Presikhaaf

ONTWIKKELINGSVISIE

Horecagebieden van Spronsen	Categorie A: Fast-service licht	Categorie A2 Fast-service zwaar	Categorie B: Restaurant	Categorie C1 Dranken licht	Categorie C2 Dranken zwaar
Winkelcentra Kronenb./Presikh.	●	●	●	●	N.v.t.

Visie

- Stadsdeelcentra voor dagelijkse en niet-dagelijkse boodschappen met regionale functie.
- Sociale rol, leef-kwaliteit mbt horeca.
- Sfeervol en gezond aanbod, kwalitatieve uitstraling en actief ondernemerschap nodig.
- Horeca heeft rol in doorbreken enigszins monofunctionele karakter.

Kwantitatief

- Fastservice licht toestaan (gezonde, dag-georiënteerde formules).
- Fastservice zwaar consolideren. Kwaliteitsniveau en uitstraling promoten.
- Restaurantconcepten toestaan (kleinschalig, toegankelijk).
- Dranken licht consolideren.

3.4 Ruimte voor innovatie en bijzondere concepten

De visies per focusgebied geven goed weer welke horecacategorieën we in welke gebieden graag zien ontwikkelen, consolideren of terugdringen. Naast deze uitgangspunten zijn er uitzonderingen op dit uitbreidingspotentieel. We willen ruimte houden om innovatieve concepten, die een autonome vraag realiseren en het verzorgingsgebied vergroten, te vestigen in onze stad.

Deze bijzondere concepten die een speciale toevoeging bieden op het bestaande horeca-aanbod in de stad vatten we samen onder de 'Grand cru' spelregels. Grand cru is een in de wijnbouw gebruikte term die letterlijk 'grote oogst' betekent. De term 'groot' slaat daarbij op de kwaliteit en geeft daarbij het bijzondere karakter aan van de concepten die we onder het toetsingskader kunnen vestigen.

Ook in de periferie willen we mogelijkheden behouden om eventuele nieuwe horeca met ligging aan de snelwegen te vestigen. Deze vallen buiten het uitbreidingspotentieel omdat deze horeca vanwege de passantenstroom en aanlegpercentage in een autonome vraag voorzien. Vanuit dit perspectief zien we tevens mogelijkheden voor gebiedsoverstijgende horeca op bedrijventerreinen en andere solitaire plekken die in een autonome vraag voorzien, niet concurreren met de binnenstad en niet gefaciliteerd kunnen worden op een andere locatie in Arnhem. De horecafunctie mag voor de primaire functies op bedrijventerreinen geen beperkingen opleveren en mag er geen aantasting van het leefmilieu (overlast) optreden. Deze toetsing vindt plaats aan de hand van de spelregels die zijn opgesteld in de visie op Transformatie.

Ondersteunende horeca (incl. de mogelijkheid voor overnachtingen) aan leisure & recreatiegebieden, alsmede aan culturele instellingen, dierentuin en natuurparken vallen ook niet onder het uitbreidingspotentieel. Deze trekken voornamelijk een eigen markt en wordt de horeca over het algemeen gekoppeld aan het bezoek van de toeristische functie. Maatwerk moet daarbij uitwijzen of horeca die niet direct gekoppeld is aan het bezoek van de toeristische functie wenselijk is.

“We willen immers te allen tijde ruimte houden om innovatieve concepten, die een autonome vraag realiseren en het verzorgingsgebied vergroten, te vestigen in onze stad.”

4. INSTRUMENTARIUM

28

Om uitvoering te geven aan de visie hebben we instrumentarium nodig. Dit doen we aan de hand van verleiden, beleid- en spelregels en het ruimtelijk juridisch kader.

4.1 Verleiden

Het realiseren van deze visie vraagt om enthousiasme en doorzettingsvermogen bij alle partijen die er bij betrokken zijn: initiatiefnemers die voor impulsen en levendigheid zorgen, ondernemers met ondernemersgeest, vastgoedeigenaren met durf en realisme en een overheid die samenbrengt, faciliteert en regels hanteert in de geest van de wet.

De betrokkenheid van stakeholders bij de totstandkoming en uitwerking van deze visie is belangrijk om gevestigde ondernemers uit een gezamenlijke ambitie te verleiden om invulling te geven aan de visie. Meer invloed kunnen we aanwenden bij het vestigen van nieuwe ondernemers met een horecaconcept. Op basis van de visie kunnen we vaststellen welk concept het beste in welk focusgebied kan landen en welke gewenste uitstraling we daarbij beogen, zodat het DNA en functie van het focusgebied het beste tot zijn recht komt. De gesprekken die de gemeente voert met ondernemers met een vestigingswens zijn daarvoor cruciaal. Ook de herijking van het terrassenbeleid in 2017 zal aansluiting zoeken bij de horecavisie en per focusgebied gewenste profielen presenteren.

We verleiden de organische ontwikkeling vanuit de kerntaken. Het ruimtelijke kader dat tot organische ontwikkeling moet uitnodigen creëren we door te investeren in de openbare ruimte. Daarnaast zetten we het gemeentelijk vastgoed strategisch in. De focus ligt daarbij op kwaliteit, continuïteit en veiligheid. Aantrekkelijke openbare ruimte lokt gebiedsinitiatieven uit en worden investeerders, eigenaren en ondernemers verleid te investeren in vastgoed en bijbehorende kwaliteit. Goede vestigingscondities lokken daarmee marktinitiatieven en marktinvesteringen uit.

4.2 Beleid- en spelregels

De beleid- en spelregels bieden handvatten om initiatieven te toetsen aan de gewenste horecaontwikkeling in de stad. Uitgangspunt is een faciliterende overheid zonder onnodige regels.

4.2.1 Grand Cru

De keuze voor gerichte versterking van de gesegmenteerde horecagebieden heeft consequenties. Wanneer er initiatieven komen die niet passen binnen de visie, kan niet worden meegewerkt.

Deze keuze kan ook een kans opleveren. Bij een initiatief dat als een 'Grand cru' kan worden beschouwd, kan wel medewerking worden verleend. Dit zijn horecabedrijven die qua karakter, uitstraling, ligging of concept bijdragen aan een sterke uitstraling van het gebied en die vanwege uniciteit iets toevoegen aan het bestaande aanbod in de stad of de regio. Een sterrenrestaurant bijvoorbeeld. Ook marginale uitbreiding van de oppervlakte van bestaande horeca-inrichtingen in consolidatiegebieden hoeft niet per definitie in strijd te zijn met het beleid. Een bijzondere omstandigheid kan zijn gelegen in de verwachting dat het woon- en leefklimaat zal verbeteren door een kwalitatieve verbetering van een horecagelegenheid. Bij beoordeling van aanvragen kijken we daarom zoveel mogelijk naar de specifieke omstandigheden.

Een horecaconcept kan als een 'Grand cru' worden beschouwd bij één of meer van de volgende uitgangspunten:

- *Het concept dient iets toe te voegen aan het bestaande aanbod (uniciteit);*
- *Het zijn bewezen succesformules, zowel internationaal als nationaal;*
- *Kopstukken qua ondernemer/gezicht (sterrenchef, top-dj);*
- *Het betreft een topmerk (ook branchevreemd);*
- *Concept komt veelvuldig voor in de vakliteratuur en andere media;*
- *'s Werelds/'s lands eerste, grootste, diepste, hoogste.....;*
- *Het betreft een ontwikkeling op een strategische sleutellocatie;*
- *Het betreft een initiatief dat het Arnhems erfgoed toegankelijk maakt en voor het voetlicht brengt.*

Met behulp van deze uitgangspunten hebben we de mogelijkheid om gemotiveerd van het gestelde richtinggevende kader af te wijken.

4.2.2 Blurring

Blurring, het vermengen van functies, is een ontwikkeling van deze tijd. Winkeliers, dienstverleners en horeca-ondernemers maken steeds vaker de combinatie met horeca en andersom. Ook bij culturele instellingen en attracties zijn in toenemende mate horeca-activiteiten te vinden. Het kan positief bijdragen aan het vestigingsklimaat voor ondernemers. Het maakt de winkel aantrekkelijker voor de consument en een langere verblijftijd in een winkel zorgt voor een toename van het aantal koopmomenten.

Het is vaste jurisprudentie dat op basis van een detailhandelsbestemming geen ondersteunende danwel ondergeschikte horeca is toegestaan. In dit kader is in 2006 de Beleidsnotitie horeca-activiteiten in winkels ontwikkeld om ondersteunende horeca in winkels onder omstandigheden toch mogelijk te maken. In deze visie worden de voorgenoemde beleidsstukken geactualiseerd.

Deze spelregels maken ondergeschikte horeca in een winkel mogelijk; zij zijn gericht op het behoud van de uitstraling van de hoofdfunctie als winkel en het voorkomen van overlast voor de omgeving.

Meldingsplicht blurring

De ondernemer meldt zijn voorgenomen activiteiten bij de afdeling vergunning en handhaving. Deze melding per email kan naar gemeente@arnhem.nl t.a.v. de afdeling vergunning en handhaving. De melding gaat vergezeld met een op schaal ingetekende plattegrond en een korte planomschrijving. Aan de melding zijn geen kosten verbonden.

Vergunningsplicht en handhaving

Als niet wordt voldaan aan één of meer voorwaarden -of de aanvrager wil een groter deel dan 25% aan horeca-activiteiten- dan is er geen sprake meer van een mengformule, maar is er sprake van een vergunningsplichtige activiteit in de vorm van een exploitatievergunning. Er zal gehandhaafd worden als er misbruik wordt gemaakt van de voorwaarden.

Voor ondernemers die voedsel bereiden zijn de eisen van het Activiteitenbesluit van toepassing. Tevens moet de ondernemer aan alle wettelijke brandveiligheidseisen voldoen.

Als aan de volgende spelregels wordt voldaan dan is blurring toegestaan en is er geen exploitatievergunning nodig:

- *de horeca-activiteiten zijn duidelijk ondergeschikt aan de hoofdfunctie;*
- *de openingstijden van de horeca-activiteit zijn aangepast aan de openingstijden van de hoofdfunctie (Winkeltijdenwet);*
- *de toegang tot de horeca-activiteit is dezelfde als voor de hoofdfunctie; er is dus geen aparte ingang;*
- *het aantal m² ondersteunende horeca is gemaximeerd ten opzichte van de hoofdfunctie. Maximaal 25% van de verkoopvloeroppervlakte van een winkel mag worden gebruikt voor horecavoorzieningen waarbij een feitelijk maximum van 35m² geldt. Dit maximum is gebaseerd op het Besluit Eisen Inrichtingen Drank- en Horecawet waarin staat dat een horecalocaliteit minimaal 35m² groot is;*
- *Er mag géén alcohol geschonken worden. Dit is voorbehouden aan horecabedrijven die moeten beschikken over een Drank- en Horecawetvergunning;*
- *De horecaruimte mag niet verhuurd worden aan derden ten behoeve van bijeenkomsten van persoonlijke aard;*
- *Geen parkeer-, stank- of geluidsoverlast;*
- *Omdat er sprake is van detailhandel is het verboden een terras te plaatsen.*

4.3 Ruimtelijk juridisch kader

De uitgangspunten van het richtinggevend kader worden in de verschillende bestemmingsplannen die Arnhem rijk is verankerd. Deze integratie zal plaatsvinden op de momenten dat de verschillende plannen aan herziening toe zijn. Dit betekent dat de effecten van de keuzes die in deze visie worden gemaakt met betrekking tot vestigingsmogelijkheden niet direct zullen optreden.

Een bestemmingsplan regelt onder andere welke functies op de verschillende percelen en in bouwwerken zijn toegestaan. Deze visie vraagt van sommige percelen en bouwwerken dat de horecafunctie in zijn geheel of gedeeltelijk (een bepaalde

horecacategorie) wordt wegbestemd. De gemeente heeft hiervoor een publiekrechtelijke bevoegdheid. Om hier uitvoering aan te geven heeft de gemeente grofweg drie opties:

1. Actief uitkopen: Huidige panden die in gebruik zijn als horecafunctie, maar niet gewenst zijn uitkopen.
2. Planschade accepteren: Voor percelen en bouwwerken die nu niet in gebruik zijn als horecafunctie, functie wegbestemmen met mogelijke planschade als gevolg.
3. Voorzienbaarheid creëren: De marsroute naar passieve risicoaanvaarding. Hierdoor is het voor de initiatiefnemer niet of beperkt mogelijk om planschade te verhalen op de gemeente. Met het vaststellen van deze beleidsnota is de eerste stap naar voorzienbaarheid gecreeerd.

In het vigerende bestemmingsplan 'Binnenstad en Singels' zijn ruime mogelijkheden opgenomen voor de vestiging van horecagelegenheden. Deze flexibiliteit biedt weinig sturingsmiddelen. Daarnaast biedt het bestemmingsplan de mogelijkheid om nieuwe horecagelegenheden die in strijd zijn met dit bestemmingsplan met een binnenplanse vrijstelling (nu afwijking) toch mogelijk te maken. Deze binnenplanse vrijstellingsprocedure biedt weinig weigeringsgronden voor nieuwe ongewenste horeca toevoegingen.

Het bestemmingsplan 'Binnenstad en Singels' is als eerste aan een herziening toe waarin deze visie ruimtelijk juridisch wordt vertaald. Het voorstel is om in dit bestemmingsplan geen binnenplanse afwijkingsmogelijkheid voor horecagelegenheden meer op te nemen. Aanvragen voor horeca in strijd met het bestemmingsplan kunnen dan alleen met een kleine buitenplanse afwijkingsprocedure mogelijk gemaakt worden. Deze vergunningsprocedure biedt de mogelijkheden om op basis van de 'Grand cru' regels uit deze visie te beargumenteren om een concept/ontwikkeling wel of niet toe te staan.



4.3.1 Horeca-categorisering

De huidige traditionele categorisering op basis van functies en bedrijfstype werkt niet afdoende om in te spelen op marktinitiatieven en daarmee nieuwe concepten een plek te bieden. We kiezen er om die reden voor het aantal categorieën uit te breiden en nader te definiëren op basis van (te verwachten) overlast, openingstijden en typologie. Deze nieuwe indeling is in het vorige hoofdstuk tevens toegepast op de visie per deelgebied en biedt meer handvatten om te bepalen welke categorieën het meest bijdragen aan het DNA en functie van de onderscheiden focusgebieden.

Belangrijke keuzes betreffen bijvoorbeeld dat grillrooms en shoarmarooms in de nieuwe indeling in een nieuwe horecacategorie 'A1 fastservice zwaar' zijn ondergebracht en shisha-lounges onder 'C1 drankensector licht'. Deze nieuwe indeling biedt mogelijkheden om bij de herziening van bestemmingsplannen dergelijke horecatoevoegingen alleen toe te staan op locaties waar dat bijdraagt aan het DNA en functie van het gebied. De aanpassing van de horeca categorieën op basis van overlast, openingstijden en typologie zijn in onderstaand kader opgenomen. Niet uitgesloten wordt dat deze bij de totstandkoming van nieuwe bestemmingsplannen nog wordt aangepast of aangescherpt.

NIEUWE HORECA CATEGORIEËN

Horeca – A1 fastservice licht:

Horeca die beperkte hinder voor omwonenden veroorzaken. Hieronder wordt geen detailhandel verstaan. De horeca is qua openingstijden overwegend gericht op de dagfunctie (winkeltijden).

De bedrijfsvoering ziet op het verstrekken van eten, geen maaltijden, en het schenken van (zwak-alcoholische) dranken.

Voorbeelden: lunchrooms, broodjeszaken, koffiezaken, juicebars, ijssalon.

Indien gelegen in winkelgebieden zijn de openingstijden bij voorkeur gekoppeld aan die van winkels.

Horeca – A2 fastservice zwaar:

Horeca die middelzware hinder voor omwonenden veroorzaken. Hieronder wordt geen detailhandel verstaan. De horeca is qua openingstijden gericht op zowel de dag- als avondfunctie (dagronde opening).

De bedrijfsvoering ziet op het overwegend via counterverkoop verstrekken van eten (fastfood) (geen maaltijden) en (zwak-alcoholische) dranken.

Voorbeelden: cafetaria's, snackbars, grill-rooms, shoarmaroom, pizzeria, fastfood restaurants en afhaalcentra.

Horeca – B restaurants:

Bedrijven die beperkte hinder kunnen veroorzaken voor omwonenden.

De horeca is qua openingstijden gericht op de namiddag en vroege avond.

De bedrijfsvoering is gericht op het serveren van maaltijden en dranken in een restaurant-setting.

Voorbeelden: restaurants, bistro, fastcasual concepten, grand-cafés en café-restaurants.

Horeca – C1 drankensector licht:

Bedrijven die aanzienlijke hinder kunnen veroorzaken voor omwonenden. De horeca is qua openingstijden gericht op zowel de dag als de avond en nacht.

De bedrijfsvoering is gericht op het verstrekken van (niet)-alcoholische drank als hoofdfunctie met daaraan ondersteunend het verstrekken van etenswaren

Voorbeelden: cafés, cocktail-bars, wijnbars, shisha-lounges.

Horeca – C2 drankensector zwaar:

Bedrijven die aanzienlijke hinder kunnen veroorzaken voor omwonenden. De horeca is qua openingstijden gericht op zowel de avond als de nacht. De bedrijfsvoering is gericht op het verstrekken van dranken en eventueel eten in combinatie met (live) entertainment of harde/elektronisch versterkte muziek.

Voorbeelden: discotheken, (nacht)clubs, uitgaansconcepten.

Horeca – E:

Horeca die beperkte hinder voor omwonenden veroorzaken. Horeca E zijn qua openingstijden in de regel dagronde geopend, al dan niet met een nachtportier of een onbemande receptie.

De bedrijfsvoering is gericht op het bieden van nachtverblijf.

Voorbeelden: hotel, B&B en pensioen: Horeca gericht op slapen en verblijfs-accommodatie: hotels, B&B, pensions.

Mengvormen/blurring:

Voor ondergeschikte horeca-activiteiten in winkels is aparte regelgeving beschikbaar.

4.4 Overlast en openingstijden

De horecavisie richt zich op de kansen voor een gezonde exploitatie en de bijdrage van de horeca aan een optimaal vestigingsklimaat voor bedrijven en verblijfsklimaat voor bezoekers. De keerzijde van de medaille is dat horeca voor overlast kan zorgen.

Het Rijk heeft een breed scala aan wet- en regelgeving en vergunningen voorhanden en de gemeente heeft beleids- of uitvoeringsruimte in de toepassing van deze wetgeving. Met dit instrumentarium kunnen we overlast voorkomen, terugdringen of uitbannen.

Via de overlegstructuren met de verschillende stakeholders als Koninklijke Horeca Nederland afdeling Arnhem, de diverse ondernemersverenigingen in horecagebieden en de wijk ontstaat inzicht in de plaatselijke situatie en kunnen we gesignaleerde knelpunten met dit beschikbare instrumentarium oplossen.

Eind 2012 is een vereenvoudiging en verruiming van de openingstijden van de horeca in Arnhem doorgevoerd. Belangrijk aandachtspunt hierbij was de openbare orde en veiligheid en de bescherming van het woon- en leefklimaat. Ook is rekening gehouden met de economische bedrijvigheid en de behoefte aan een levendige horeca. In december 2012 heeft dit geresulteerd in het volgende raadsbesluit:

1. Het vrijgeven van de openingstijden voor alle horecagelegenheden in het horecaconcentratiegebied (Korenmarkt en omgeving),
2. Ruimere openingstijden voor terrassen in de binnenstad. Dat wil zeggen dat voor cafés doordeweeks een sluitingstijd geldt van 1.00 uur en op donderdag, vrijdag en zaterdag om 2.00 uur. De verruiming sluitingstijden van terrassen vindt plaats van middernacht naar 1.00 uur op doordeweekse dagen en van 1.00 naar 2.00 uur op donderdag, vrijdag en zaterdag. In dat geval sluit het terras tegelijk met het bijbehorende café.
3. Voor overig Arnhem geldt een sluitingstijd gelden van 1.00 uur doordeweeks en 2.00 uur op uitgaansavonden. De terrassen in dit gebied moeten om 0.00 uur sluiten

Eventuele effecten van de openingstijden op de openbare orde en economische bedrijvigheid worden nauwlettend gevolgd. De burgemeester, belast met de handhaving van de openbare orde, zal hier kritisch oog op houden. In de nota 'Korenkwartier - actielijnen naar de toekomst' is besloten de openingstijden te continueren om goed te kunnen beoordelen wat het effect van de integrale aanpak van het Korenkwartier is. Indien er tussentijds noodzaak is om de openingstijden tegen het licht te houden zal de raad hierover een voorstel ontvangen.

4.5 Openbare orde, veiligheid & handhaving

De burgemeester is verantwoordelijk voor de openbare orde en veiligheid in de gemeente. Hij beschikt over bestuursrechtelijke instrumenten om de openbare orde en veiligheid te beschermen. Zo kan hij de exploitatievergunning schorsen of intrekken. Ook kan hij beperkingen opleggen of voorschriften verbinden aan de vergunning. Voorts beschikt de burgemeester over de mogelijkheid om een last onder dwangsom of een bestuurlijke boete op te leggen en kan hij bevelen om het horecapand te sluiten.

Handhaving heeft tot doel het voorkomen van (verdere) aantasting van de openbare orde, veiligheid en het woon- en leefklimaat. De burgemeester weegt in zijn besluitvorming over een bestuurlijke maatregel het belang van de ondernemer en derden af tegen dat van de openbare orde. De openbare orde weegt daarbij zwaar. Bij incidenten kijkt de burgemeester ook naar de handelswijze van de ondernemer voor, tijdens en na het incident. Hoe heeft de ondernemer gehandeld? Wat heeft hij gedaan om het incident te voorkomen? Wat is de geschiedenis van de betreffende inrichting? Het kan zijn dat de ondernemer heeft gedaan wat hij kon, maar dat toch een maatregel getroffen moet worden om de openbare orde en veiligheid in en rond de inrichting te herstellen.

Stakeholders vragen de gemeente Arnhem onder de noemer van 'gelijke monniken, gelijke kappen' meer aandacht voor handhaving ten behoeve van een gelijk speelveld en prettig woon- leefklimaat.

4.6 Toegankelijkheid van de horeca

Het VN-verdrag voor rechten van mensen met een beperking bepaalt dat toegankelijkheid van de samenleving – en dus ook van de horeca – de norm is. Toegankelijkheid is een recht, ontoegankelijkheid de uitzondering. De norm voor algemene toegankelijkheid gaat 1 januari 2017 in.

De komende jaren zal in Nederland veel energie worden gestoken in het waarmaken van de doelstellingen van het VN-verdrag. De Arnhemse horeca kan hierin bij uitstek een voorbeeldrol vervullen omdat gastvrijheid en toegankelijkheid nauw aan elkaar verbonden zijn.



“Stakeholders vragen de gemeente Arnhem onder de noemer van ‘gelijke monniken, gelijke kappen’ meer aandacht voor handhaving ten behoeve van een gelijk speelveld en prettig woon- leefklimaat.”



[HOTELS]

5. HOTELS EN ANDERE LOGIESVERSTREKKENDE BEDRIJVEN

De hotelmarkt is een specifiek deel van de horeca die vraagt om een eigen beleid. Om te komen tot een toekomstvisie en het uitbreidingspotentieel van hotelkamers voor de toekomst wordt in eerste instantie teruggekeken op het huidige beleid. Ook is de huidige hotelmarkt van Arnhem en omgeving geanalyseerd.

5.1 Analyse

In 2011 is onderzoek gedaan naar de Arnhemse hotelmarkt. Er is een marktverkenning uitgevoerd waarbij het geplande nieuwe aanbod en economische ontwikkelingen zijn gewogen om helder te krijgen of er voldoende marktruimte is om het geplande aanbod te kunnen opnemen.

Het onderzoek liet zien dat mede als gevolg van het herstel van de economie en de hotelmarkt er een groei van een kleine 400 kamers mogelijk was. Dit bood voldoende perspectief om bijna alle geplande ontwikkelingen door te laten gaan. Bij nieuwe hotelontwikkelingen buiten het ontwikkelplafond worden strenge eisen gesteld. Ontwikkelaars moeten aantonen dat het hotel een duidelijke meerwaarde heeft ten opzichte van het reeds gerealiseerde aanbod in de gemeente.

Recent is het onderzoek geactualiseerd. Er zijn minder plannen gerealiseerd dan verwacht. Van de geplande 499 kamers in 2011 zijn inmiddels 180 kamers gerealiseerd. De beschikbare economische ruimte van 393 kamers zoals destijds werd begroot is dus verre van gerealiseerd.

5.2 Benchmark

In de uitgevoerde benchmark zijn de aanwezige hotelkamers afgezet tegen de kamers in vergelijkbare steden. De resultaten worden gepresenteerd in de tabel op de volgende pagina, waarbij het aantal kamers is in te delen in 2 categorieën: het aanbod met sterclassificatie (hotels) en het niet geclassificeerd aanbod (B&B, Airbnb, hostels). Opvallend is het grote aandeel van 3 sterrenkamers.

Tevens is het aantal overnachtingen in hotels en B&B's in kaart gebracht. In de periode 2010-2014 is een groei van 45% te zien is. Deze groei is toe te schrijven aan het herstel van de economie en herstel van het zakelijk verkeer (congressen, bijeenkomen, zaken doen), toename (internationaal) toerisme en een toename van de bezoekers van evenementen. Zie hiervoor de tabel op pag. 38.

5.3 Uitbreidingspotentieel

In de periode 2010-2015 is niet de volledige economische ruimte ingenomen door nieuwe hotelontwikkelingen. Het aantal overnachtingen is in diezelfde periode stevig gegroeid. Op basis van de historisch gemiddelde groei wordt ook de komende jaren groei verwacht. Er wordt uitgegaan van een groei van totaal 39% voor de komende 5 jaren (tot 2020).

Aan de hand van de resultante van bezetting en prijs (REVPAR) bepalen we of in Arnhem uitbreiding van het aantal kamers wenselijk is. Voor een gezonde bedrijfsvoering wordt uitgegaan van een REVPAR met een bandbreedte tussen de €45 en €50. Op dit moment is er een bezettingsgraad van 68% en een RAVPAR van € 48,68. Dit zijn goede cijfers. Bij een gelijk blijvend aantal kamers en voorspelde groei van de hotelmarkt van 39% loopt de bezettingsgraad op naar 84% met een bijbehorende REVPAR van € 59,91. Dit betekent dat er ruimte is voor groei van het aantal kamers.

De tweede tabel op pag. 38 laat zien dat bij een groei van 160 kamers de bezettingsgraad en REVPAR in 2020 70% en € 50,20 bedraagt. We houden rekening met een negatief effect van circa 10% op de overall gemiddelde bezettingsgraad van hotels in Arnhem. Dit percentage is bewust fors gekozen, omdat de airbnb markt zich nog zal ontwikkelen en de cijfers nu nog niet voldoende duidelijk zijn. Voorkomen wil worden dat er een té rooskleurige situatie geschetst wordt.

Op basis van de analyse is er ruimte voor een toename in het aanbod van hotelkamers. Deze ruimte wordt geschat op 160 kamers tot en met 2020. Per initiatief zullen we de formule en het effect op de markt beoordelen. De aanvrager is daarbij zelf

HOTELS/BED & BREAKFAST'S	Arnhem	Amersfoort	Enschede	Den Bosch	Nijmegen
<i>Horeca DNA (2014)</i>					
Totaal aantal hotels	24	16	7	13	19
Ontwikkeling (2010-2014)	20%	78%	-22%	18%	12%
Bedrijven per 10.000 inwoners	1,6	1,0	0,4	0,9	1,1

Totaal aantal kamers	922	783	725	557	450
Ontwikkeling (2010-2014)	31%	36%	6%	13%	5%
Gemiddeld aantal kamers per bedrijf	38	49	104	43	24
Kamers per 10.000 inwoners	60,5	51,4	45,7	36,9	26,4

<i>Horeca DNA (2014)</i>					
Aantal 1 sterrenhotels	1	1	0	1	0
Aantal 1 sterrenkamers	7	12	0	9	0
Ontwikkeling aantal kamers (2010-2014)	-36%	0%	0%	13%	0%

Aantal 2 sterrenhotels	1	0	1	0	1
Aantal 2 sterrenkamers	6	0	409	0	19
Ontwikkeling aantal kamers (2010-2014)	0%	0%	36%	0%	0%

HOTELS/BED & BREAKFAST'S	Arnhem	Amersfoort	Enschede	Den Bosch	Nijmegen
Aantal 3 sterrenhotels	10	6	3	3	5
Aantal 3 sterrenkamers	380	254	100	99	106
Gemiddeld aantal kamers	38	42	33	33	21
Ontwikkeling aantal kamers (2010-2014)	122%	22%	0%	6%	12%

Aantal 4 sterrenhotels	5	5	2	5	3
Aantal 4 sterrenkamers	407	489	202	421	283
Gemiddeld aantal kamers	81	98	101	84	94
Ontwikkeling aantal kamers (2010-2014)	-9%	141%	-21%	14%	3%

Aantal 5 sterrenhotels	0	0	0	0	0
------------------------	---	---	---	---	---

<i>Bedenbreakfast.eu (2016)</i>					
B&B aanbod	26	8	15	18	25

<i>Airbnb 2016</i>					
Airbnb aanbod	137	92	71	151	297

	B&B	Index 2010	Hotel	Index 2010	Overig	Totaal	Index 2010
2010	7.763	100%	186.153	100%	137.154	331.070	100%
2011	6.421	83%	189.906	102%	138.228	334.555	101%
2012	5.929	76%	213.739	115%	127.061	346.729	105%
2013	7.809	101%	242.191	130%	113.986	363.986	110%
2014	8.828	114%	270.286	145%	113.122	392.236	118%

HOTELMARKT ARNHEM MET GROEI					Business mix			Gem. kamerbezetting			Prestatie uitkomsten (KPI)		
	Hotel	Index	Hotelkamers	Groei	Toer	Zak	Totaal	Toer	Zak	Totaal	OCC	ARR	REVPAR
2008			636										
			610										
2010	186.153	100%	616	-	55%	45%	100%	1,80	1,20	1,49	56%	-	
2011	189.906	102%	612	-	55%	45%	100%	1,80	1,20	1,49	57%	-	
2012	213.739	115%	605	-	55%	45%	100%	1,80	1,20	1,49	65%	€ 71,67	
2013	242.191	130%	766	-	55%	45%	100%	1,80	1,20	1,49	58%	€ 72,00	€ 41,84
2014	270.286	145%	827	-	55%	45%	100%	1,80	1,20	1,49	60%	€ 74,00	€ 44,47
2015	287.900	155%	827	-	55%	45%	100%	1,80	1,20	1,49	64%	€ 69,00	€ 44,17
2016	305.513	164%	827	0	55%	45%	100%	1,80	1,20	1,49	68%	€ 71,67	€ 48,68
2017	323.127	174%	867	40	55%	45%	100%	1,80	1,20	1,49	69%	€ 71,67	€ 49,11
2018	340.741	183%	907	40	55%	45%	100%	1,80	1,20	1,49	69%	€ 71,67	€ 49,51
2019	358.354	193%	947	40	55%	45%	100%	1,80	1,20	1,49	70%	€ 71,67	€ 49,87
2020	375.968	202%	987	40	55%	45%	100%	1,80	1,20	1,49	70%	€ 71,67	€ 50,20
	17.614	9%	1.027	40		100%	100%						
				160									
									Correctie Airbnb		63%	€ 64,50	€ 45,18

verantwoordelijk voor het aantonen van de behoefte voor het concept en de ruimte in de markt. De beschikbare ruimte is daarmee indicatief.

De huidige hotelbouwplannen vangen reeds een deel van de geschatte beschikbare ruimte op. Bij de verdere ontwikkeling van de hotelmarkt verdienen hotelconcepten en formules met een specifieke signatuur de voorkeur. Deze leveren immers in hoge mate een autonome vraag op. We zien daarbij voornamelijk ruimte voor het luxere segment hotelformules en kleinschalige hotelformules als een fashion & boetiek hotel. Juist omdat de analyse heeft aangetoond dat Arnhem voornamelijk in het 3 sterrensegment veel aanbod heeft.

De realisatie van een hostel of jeugdherberg kent een autonome vraag. Deze vraag drukt niet op het indicatief gestelde uitbreidingspotentieel.

5.4 Bed & Breakfasts

Bed & breakfasts zijn overnachtingaccommodaties die zijn gericht op het bieden van de mogelijkheid tot een toeristisch en veelal kortdurend verblijf met het serveren van ontbijt. Ze zijn gevestigd in een woonhuis of bijhuis en worden geëxploiteerd door de eigenaren van het betreffende huis.

In Arnhem is op 14-10-2010 het Vrijstellingsbesluit Bed & Breakfastaccommodaties genomen. Deze accommodaties zijn vergunningsvrij als ze voldoen aan een drietal voorwaarden:

1. ze moeten zijn gericht op het bieden van de mogelijkheid tot een toeristisch en veelal kortdurend verblijf met het serveren van ontbijt;
2. ze moeten zijn gevestigd in een woonhuis of bijhuis en worden geëxploiteerd door de eigenaren van het betreffende huis;
3. ze mogen maximaal vier slaappleaatsen hebben.

In de nota wordt een toevoeging opgenomen om de brandveiligheid te kunnen waarborgen. Zodoende wordt de tweede voorwaarde gewijzigd in 'ze moeten zijn gevestigd in een brandveilig woonhuis of bijhuis en worden geëxploiteerd door de eigenaren van het betreffende huis'.

5.5 Airbnb

Op dit moment gelden er geen specifieke voorwaarden voor airbnb. Om antwoord te kunnen bieden op de verwachte ontwikkelingen in dit segment zijn gebruiksvoorwaarden opgesteld. Hierbij is gekeken naar het Amsterdamse model waar met succes een goede balans tussen gastvrijheid en regulering is gevonden. Dit betekent dat voor airbnb de volgende voorwaarden:

1. Uitsluitend verhuur door hoofdbewoner;
2. Uitsluitend incidentele verhuur;
3. Toestemming van Vve of verhuurder;
4. Een brandveilige woning;
5. Maximaal 4 personen;
6. Maximaal 60 dagen per jaar;
7. Geen overlast.

Dit 'gelijke monniken, gelijke kappen' principe wordt ook onderschreven door het HORA (Hotel Overleg Regio Arnhem) die niet tegen airbnb zijn, maar wel regels verwachten die voor zowel Hotels als voor airbnb van toepassing zijn.

5.6 Short stay & extended stay

Short stay is verhuur van (huur)woningen voor een korte periode (tussen de 7 nachten en 6 maanden). Extended stay beslaat een periode van verhuur tussen de 6 en 12 maanden. Met deze vormen van verblijf willen we (voornamelijk buitenlandse) werknemers faciliteren die voor een bepaalde periode in Arnhem werken. Zo houden we Arnhem aantrekkelijk als vestigingslocatie voor bedrijven.

Het verblijf van shortstayers in de stad mag echter niet ten koste gaan van de leefbaarheid in de buurt en van het aanbod van goedkope huurwoningen.

In samenspraak met de afdeling Wonen zal op een later moment beleid worden opgesteld ten aanzien van short stay en extended stay. Short stay en extended stay maken dus geen onderdeel uit van deze horecavisie.

6. UITVOERINGSAGENDA

40

De ambitie om *'de actuele vraag naar horeca te faciliteren, een kwaliteitsimpuls te geven aan de bestaande en nieuwe horeca en bijdragen aan de doelstelling om te behoren tot de Top-10 van meest aantrekkelijke binnensteden van Nederland'* te realiseren kan niet los worden gezien van overige functies in de focusgebieden als detailhandel, wonen, werken, bereikbaarheid en openbare ruimte. Daarmee is de relatie met andere beleidsstukken zoals benoemd in paragraaf 1.5 evident. Dit vraagt om een integrale aanpak die wordt vormgegeven onder het programma 'Stad op de kaart' uit de perspectiefnota 2016-2019.

Specifiek voor de horeca hebben we onder de noemer van *verleiden, beleid- en spelregels* en het *ruimtelijke juridisch kader*, instrumenten benoemd die we inzetten om de gewenste horecaontwikkeling in Arnhem te realiseren. Ook zullen enkele acties en activiteiten door ondernemers zelf of samen met de gemeente moeten worden uitgevoerd. De gemeente speelt daarbij een rol als aanjager en verbinder en ondersteunt partners als dat wenselijk is.

“Laten we hopen dat deze horecavisie een regelrechte ‘Grand Cru’ blijkt te zijn!”

Ron König
Wethouder

Instrumentarium	Resultaat	Termijn actie
<i>Verleiden</i>		
1. Structureel overleg met ondernemersverenigingen focusgebieden en werkgeversorganisaties Hotel en Horeca	Realiseren gewenste sfeerbeelden focusgebieden	Continu
2. Initiëren Platform Detailhandel & Horeca	Versterken samenwerking retail-stakeholders	2017
3. Accountmanager horeca	Eén aanspreekpunt voor horeca-ondernemers voor snelle en adequate dienstverlening	Continu
4. Gesprekken met initiatiefnemers	Initiatiefnemers worden uitgedaagd invulling te geven aan de visie op de focusgebieden.	Continu
5. Uitvoering actielijnen nota Korenkwartier 'actielijnen naar de toekomst'	Bijdragen aan gewenste sfeerbeelden focusgebied Korenkwartier	2017 en verder
6. Investeren in topkwaliteit openbare ruimte	Versterken onderscheidend vermogen (binnen)stad en uitlokken private investeringen	Continu
7. Deelnemen aan verkiezing Beste Binnenstad	Aansluiting op (consumenten) behoeften	2018 (ambitie)
8. Koopstromenonderzoek regio Arnhem-Nijmegen	Aansluiting op (consumenten) behoeften en monitoring horecawaardering	2016
9. Samen met Platform Binnenstad Arnhem de binnenstadsmonitor uitvoeren	Aansluiting op (consumenten) behoeften en monitoring horecawaardering	Jaarlijks
10. Deelnemen aan pilots die de aantrekkingskracht van de binnenstad bevorderen: Concept binnensteden, Krimp, experimenteeruimte, pop-up concepten en stedelijke herverkaveling	Versterken onderscheidend vermogen stad en innovatie faciliteren.	2017 en verder

Instrumentarium	Resultaat	Termijn actie
<i>Verleiden</i>		
11. Benaderen van ontbrekende horeca- en hotelconcepten samen met strategische retailpartners in de binnenstad	Aansluiting op (consumenten) behoeften	Continu
12. Inzetten op onderscheidend karakter van focusgebieden	Versterken onderscheidend vermogen als stad vol beleving	Continu
13. Implementeren rol wijkteams leefomgeving bij horeca in wijken	Versterken en clusteren van voorzieningen voor dagelijkse aankopen en wijkontmoetingen nabij de woonomgeving	2017
<i>Beleid- en spelregels</i>		
1. Blurring	Aanjagen en mogelijk maken van mengvormen	2017
2. Grand Cru	Ruimte voor innovatieve concepten	2017
3. handhaving	Gelijk speelveld	Continu
4. Herijking Terrassenbeleid	Bijdrage aan DNA en functie focusgebieden	2017
<i>Ruimtelijk juridisch kader</i>		
1. Bestemmingsplannen	Richtinggevend kader juridisch verankeren	Herzieningscyclus bestemmingsplannen
1.a. Bestemmingsplan 'Binnenstad en Singels'	Richtinggevend kader voor binnenstad juridisch verankeren	2017
2. Horeca-categorisering	Inspelen op marktontwikkelingen en sturen op categorieën die bijdragen aan DNA en functie van gebied	2017



made in **Arnhem**