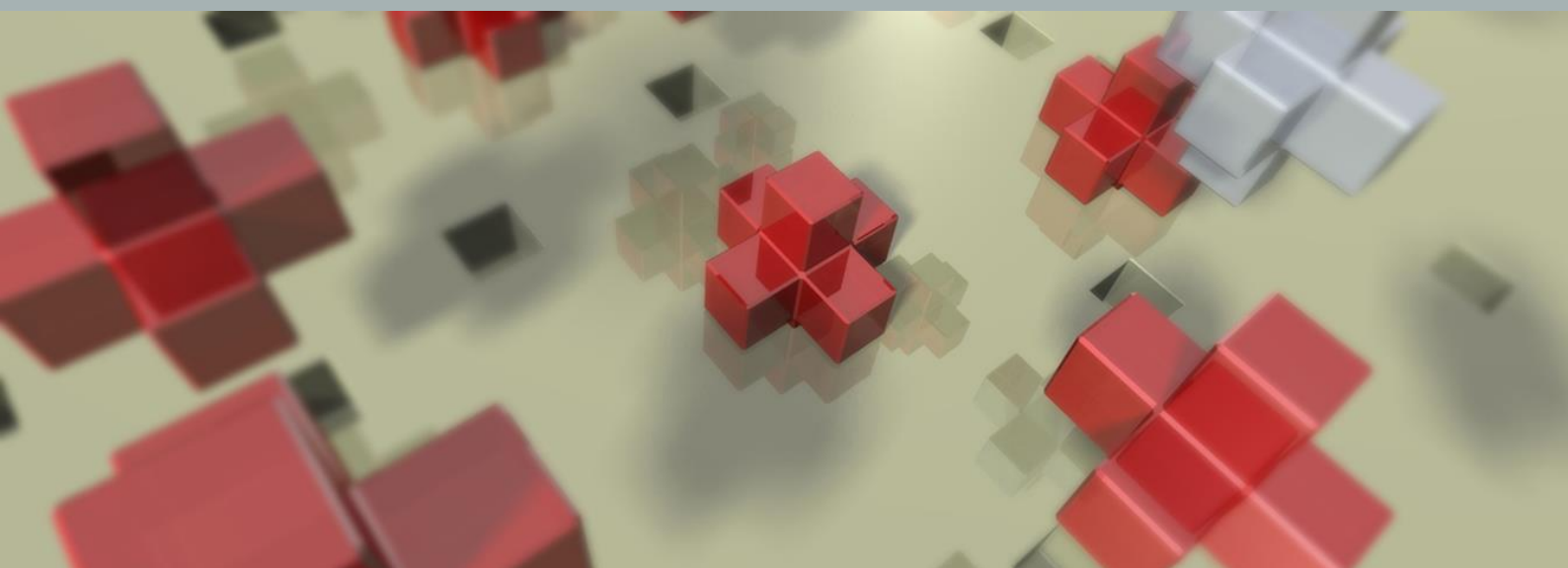


Wijchen, Ladder onderbouwing horeca en leisure locatie Lambrasse

Belin BV



Wijchen, Ladder onderbouwing horeca en leisure locatie Lambrasse

Belin BV

Rapportnummer: 211X08521.091783_4

Datum: 4 september 2017

Opdrachtgever: Belin BV en/of Mark van Thiel Beheer BV

Projectteam BRO: JCJV, EHa

Trefwoorden: Leisure, horeca, behoefte, Ladder voor duurzame verstedelijking

Bron foto kافت: BRO 17

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

Inhoudsopgave

pagina

1.INLEIDING	2
1.1Aanleiding en vraagstelling	2
2.ONTWIKKELINGSKADER	3
2.1Ruimtelijk-functionele structuur	3
2.2Plannen en beleid in de regio	7
2.3SWOT analyse	8
3.REGIONALE BEHOEFTE NAAR BRANCHE	10
3.1Vraagpotentieel	10
3.2Marktruimte horeca	10
3.3Marktruimte hotel	13
3.4Marktruimte fitness	14
3.5Conclusies	17
4.Ladder voor duurzame verstedelijking	18
4.1Inleiding	18
4.2Toetsing ontwikkeling aan de Ladder	18
BIJLAGEN	21
Bijlage 1:	1
Indeling horeca categorieën c.f. Ontwerp Bestemmingsplan 2012	1
Indeling horeca categorieën c.f. Ontwerp Bestemmingsplan 2012	2
Bijlage 2:	1
Trends in de horeca	1

1. INLEIDING

1.1 Aanleiding en vraagstelling

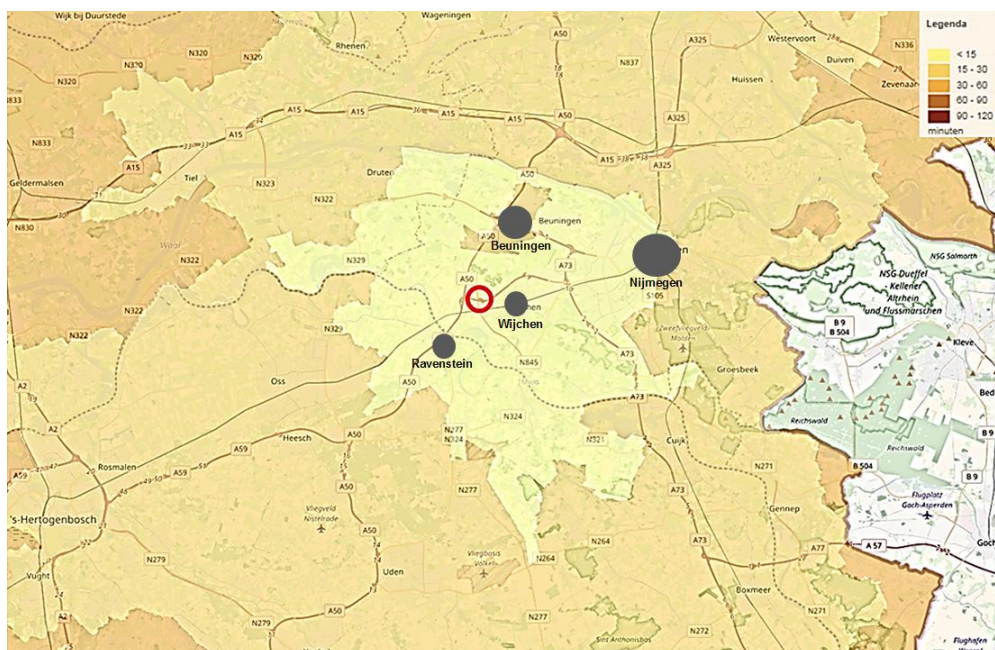
Belin BV heeft BRO verzocht om de regionale marktruimte en kansrijke invullingsopties voor de locatie Lambrasse te Wijchen te onderzoeken. Op basis daarvan worden de meest kansrijke functies geselecteerd, die vervolgens zullen worden getoetst aan de Ladder voor duurzame verstedelijking.

De gemeente Wijchen heeft bepaald dat op de onderhavige locatie geen 'centrumfuncties' mogen worden ontwikkeld. Het programma moet dus nadrukkelijk complementair zijn aan het bestaande aanbod in de regio.

De volgende functies worden in dit verkennende onderzoek onderzocht, in aansluiting op de in het ontwerp bestemmingsplan (2012) afgebakende bestemmingen voor deze locatie (zie voor nadere definities bijlage 1):

- Horeca categorie 1 en 2, met een bedrijfsvloeroppervlakte van circa 1.000 m². Hiertoe onderzoeken we in dit kader de potenties voor respectievelijk fastfoodzaken en restaurants.
- Sport in de vorm van een fitness- en wellnessruimte met daaraan ondergeschikt onzelfstandige horeca (totale bedrijfsvloeroppervlakte circa 1.300 m²).
- Hotel (omvang nog onbekend) met vergadercentrum (ca. 420 m²).

Figuur 2.2 Regio rond Lambrasse < 15 minuten per auto



De afgebakende regio bestaat in grote lijnen uit de gemeenten Wijchen, Beuningen, Grave en Nijmegen zuidelijk van de Waal. Daarnaast behoren tot de regio het oostelijk deel van de gemeente Druten (dorpen Deest, Afferden, Horssen), Ravenstein en de gemeente Heumen excl. Malden.

Aanbodstructuur horeca en hotels in de gemeente

Wijchen heeft voor de meeste voorzieningen vooral een lokale verzorgingsfunctie. De belangrijkste winkel- en uitgaansbestemming is het centrum. Belangrijkste trekkers zijn hier de supermarkten (Albert Heijn, Emté) en Hema. De horeca bevindt zich vooral aan de Spoorstraat, Kasteellaan en de Markt.

De gemeente Wijchen heeft 56 **horecabedrijven**, waarvan 22 drankverstrekkers, 20 fastfood-zaken en 14 restaurants¹. Het belangrijkste kerngebied wordt gevormd door de Markt en de Kasteellaan in het centrum. De diverse zaken hier, veelal met terras, hebben zowel een uitgaans- als een winkelondersteunende functie. De horeca in Wijchen heeft in algemene zin vooral een lokale verzorgingsfunctie. Dit geldt zowel voor de branche fastservice als de restaurants. Het aantal landelijk bekende ketenbedrijven is zeer beperkt.

Er zijn in de gemeente twee **hotels**, met samen 71 kamers. Hotel-restaurant Umberto (Graafseweg 699, Alverna) is een verzorgd 3-sterrenhotel met 32 kamers en een restaurant. Door de ligging langs een ventweg in het dorp Alverna (zuidoostelijk van Wijchen) is de bereikbaarheid vanaf de hoofdwegenstructuur evenwel matig. Hotel-restaurant Hoogeerd (eveneens 3-sterren, 39 kamers) ligt op een mooie plek aan de Maas en beschikt over een groot terras. Daar staat tegenover dat ook bij dit hotel de bereikbaarheid per auto vanaf de hoofdwegenstructuur matig is. Beide hotels hebben een gevarieerd aanbod aan kamers qua omvang en inrichting. Dit komt mede doordat ze zijn gehuisvest in oudere bebouwing, die door de jaren heen is uitgebreid.

¹ Bron: HorecaDNA / CBS. Deze organisatie heeft de databank overgenomen van het voormalige Bedrijfschap Horeca.

Aanbodstructuur horeca in de regio

Voor de kwantitatieve aanbodanalyse van de horeca incl. hotels nemen we het gehele aanbod in de gemeenten Wijchen, Beuningen, Grave en Nijmegen als uitgangspunt. Het is namelijk onbekend welk horeca aanbod in deze gemeenten binnen de hiervoor afgebakende regio (met een immers nogal grillige begrenzing) valt.

De gehele regio (incl. Wijchen) omvat 577 **horecabedrijven**, waaronder 239 drankverstrekkers, 189 fastfoodzaken en 149 restaurants. Nijmegen is qua capaciteit zeer dominant: 77% van het regionale horeca aanbod bevindt zich in deze gemeente. Vooral het aantal drankverstrekkers en restaurants is hier aanzienlijk in relatie tot de overige regio.

In algemene zin ligt het aantal drankverstrekkers regionaal met 9,5 zaken per 10.000 iets beneden het landelijk gemiddelde (9,9 zaken). Het aantal fastfoodzaken is met 7,5 zaken per 10.000 inwoners wel wat groter dan gemiddeld in Nederland (6,8 zaken). Restaurants zijn in de regio daarentegen getalsmatig wat minder sterk vertegenwoordigd, met 5,9 zaken per 10.000 inw. t.o.v. 6,6 landelijk. Vanwege de planologische mogelijkheden (bestemmingsplan) op Lambrasse laten we de drankverstrekkers verder buiten beschouwing.

De Nijmeegse binnenstad is met afstand de belangrijkste uitgaansbestemming in de regio, met een gevarieerde keuze aan cafés, restaurants en fastservicezaken. Doelgroepen zijn zowel de lokale als regionale bewoners, studenten en toeristen. De stad ontplooit zich steeds meer als een veelzijdige toeristentrekker, met een groeiend aanbod van hotels en B&B adressen. De belangrijkste fastfoodzaak in dit kader is McDonald's op de Woonboulevard Nijmegen, op 10 kilometer afstand (11 minuten per auto) van de locatie Lambrasse.

Ook in Beuningen bevindt zich een vestiging van McDonald's, namelijk op Shoppingpark De Heuve. De afstand tot Lambrasse bedraagt 7 kilometer afstand (6 minuten per auto). Andere landelijke fastfoodketens van bijvoorbeeld Burger King, Kentucky Fried Chicken en Subway zijn alleen gevestigd in het centrum van Nijmegen dan wel ontbreken in de regio. Het overige aanbod van fastfood buiten Nijmegen-centrum heeft vooral een lokale functie. Er zijn in de regio geen concentraties van fastfood nabij de hoofdwegenstructuur.

Voor een bezoek aan restaurants zijn de regionale inwoners en bezoekers primair gericht op de Nijmeegse binnenstad. Het centrum van Wijchen ontwikkelt zich evenwel ook steeds meer als horecabestemming, met een groeiend aantal restaurants. Mede door de synergie met het winkelaanbod, de bioscoop en Museum Kasteel Wijchen groeit de uitgaansfunctie van Wijchen. Het centrum van Beuningen heeft een bescheiden horecafunctie. De keuze van restaurants direct naast de belangrijkste regionale hoofdwegen (waaronder de A50, A73, A326) is opvallend beperkt.

Iets noordelijk van de planlocatie Lambrasse ligt op een landelijke locatie het sfeervolle restaurant De Leurse Hof, met een Nederlands-Franse keuken en gericht op het middensegment. Nabij winkelcentrum Dukenburg zijn o.a. de familierestaurants Oriëntal Plaza en Wereldkeuken Triavium gevestigd. Hoogwaardige en/of onderscheidende restaurants bevinden zich vooral in de Nijmeegse binnenstad. Daarbuiten is het aanbod in het algemeen niet bijzonder onderscheidend.

Aanbodstructuur hotels in de regio

Er zijn in de regio als omschreven in totaal 13 geclassificeerde hotels (excl. pensions etc.), met gezamenlijk ca. 603 kamers. De gemiddelde omvang ligt met 46 kamers rond het Nederlandse gemiddelde (47 kamers), maar boven het Gelderse gemiddelde.

De grootste hotels in de regio zijn alle gevestigd in Nijmegen, namelijk het nieuwe Van der Valk in Lent (116 kamers), Mercure (112 kamers, bij het station), Sanadome (96 kamers, Nijmegen-Zuid) en Amrath Belvoir (78 kamers, Nijmegen-Oost). Het grootste hotel in de overige regio is het vermelde Hotel-restaurant Hoogeerd in Niftrik (gem. Wijchen), met 39 kamers.

Tabel2.1: Hotelaanbod in de regio naar Hotelclassificatie en aantal kamers regio Wijchen

Kwaliteitsniveau (cf. Nederlandse Hotelclassificatie)	Aantal kamers (absoluut)			Verdeling kamers (%)		
	Wijchen	Overige regio	Totaal regio	Regio	Gelderland	NL
1 ster	0	0	0	0	1	2
2 sterren	0	27	27	4	4	6
3 sterren	71	106	177	29	39	34
4 sterren	0	399	399	66	56	52
5 sterren	0	0	0	0	0	5
Totaal	71	532	603	100	100	100

Het lagere segment (1- en 2-sterrenhotels) is in de regio in verhouding gelijk vertegenwoordigd als het gemiddelde in Gelderland (4% t.o.v. 5% van het aantal kamers). Het middensegment (3 sterren) is met 29% wat minder vertegenwoordigd, maar het hogere segment (4 sterren; 66% t.o.v. 56%) juist wat meer. Daarbij tekenen we wel aan dat het hogere segment geheel is geconcentreerd in Nijmegen.

Aanbodstructuur fitness en wellness

Gebruikers van fitnesscentra wonen in Nederland gemiddeld niet verder dan vier kilometer van hun fitnesscentrum. Bijna de helft woont zelfs op minder dan twee kilometer. Voor deze activiteit hanteren we derhalve de kern Wijchen als verzorgingsgebied. In Wijchen zijn de volgende fitnesscentra gevestigd:

- Go4Fit (Vijverlaan, locatietype bedrijventerrein), volwaardig fitnesscentrum in het midden-segment;
- Vivelli Health Club (Kelvinstraat, locatietype bedrijventerrein), volwaardig fitnesscentrum in middensegment;
- Derks4Sport (Homberg, woonwijk), accent op gezondheid;
- Hart for Her (Herenstraat, centrum), alleen voor vrouwen toegankelijk;
- Go4Fit Basic (Campuslaan, sportcluster), budgetformule, geen begeleiding en service.

Het totale oppervlak van de fitnesscentra in Wijchen omvat volgens onze inschatting ca. 3.500 m².

De belangrijkste voorziening op het terrein van wellness in de regio is Sanadome Hotel & Spa in het Goffertpark te Nijmegen. Dit is een groot en gevarieerd wellnesscomplex, dat zich richt op een brede doelgroep. Ook in Nijmegen (zuidoost) bevindt zich Sauna & Beauty De Thermen. In Nederasselt (gemeente Heumen) bevindt zich Sauna & Beauty Oase, geheel gericht op wellness.

2.2 Plannen en beleid in de regio

Plannen

In de regio bestaan de volgende plannen voor hotels, horeca en fitness.

- Vernieuwing en uitbreiding Bastion hotel Nijmegen (Neerbosscheweg) met ca. 40 kamers. Planstatus: onbekend.
- In de Brabantse Poort (bij station Dukenburg), bestaan plannen voor een nieuw hotel van ca. 140 kamers. Planstatus: zacht.
- Verder zijn geen concrete, relevante plannen van enige omvang bekend.

Juist aan de rand van de regio heeft Fitland aan de Kraaijenbergse Plassen te Cuijk plannen voor een 'Lifestyleresort': Aqua Hotel Dommelsvoort. Naast een hotel worden ook diverse andere voorzieningen beoogd op het vlak van leisure, wellness en gastronomie. Het bestemmingsplan is nog niet vastgesteld.

Beleid

In 2014 is de provinciale *Omgevingsvisie* vastgesteld die het ruimtelijk kader voor de ontwikkeling van de Provincie Gelderland weergeeft. De hoofddoelstellingen zijn als volgt geformuleerd:

- Zorgen voor een duurzame economische ontwikkeling
- Zorgen voor de kwaliteit en de veiligheid van de leefomgeving.

De provincie streeft naar een impuls aan de werkgelegenheid binnen de vrijetijdseconomie, door meer toeristische bezoekers en daarmee bestedingen aan te trekken. Daartoe moet de kwaliteit van het toeristisch product omhoog. Er zijn goede afwegingen nodig voor het bieden van ruimte voor ontwikkelingen in de sector, waarbij een relatie moet worden gelegd tussen de kwaliteit van 'nieuwe' ontwikkelingen en de kwaliteit van het bestaande. De Stadsregio Arnhem Nijmegen wordt, aldus de *Omgevingsvisie*, gekenmerkt door:

- het grootste stedelijke netwerk van Oost-Nederland;
- hoge kwaliteit van het voorzieningenniveau;
- kennisinstellingen: universiteit en hogescholen;
- de strategische ligging halverwege de Randstad en het Ruhrgebied;
- economische kracht: brede basis en topsectoren;
- goede bereikbaarheid over weg, water en spoor;
- de combinatie van stedelijke kwaliteiten en een mooie natuurlijke omgeving.

Naast deze economische en ruimtelijke perspectieven is in 2012 door de Provincie Gelderland middels het *Programma Stad en Regio (2012)* een nieuw stimuleringsprogramma gelanceerd met het doel om voor zes Gelderse regio's een ontwikkelings'contract' op te stellen. In dit contract worden de provinciale deelprogramma's op het gebied van economie, ruimte en mens/sociaal gekoppeld aan al bestaande acties en investeringen uit de regio's/gemeenten zelf. Middels cofinanciering wil de Provincie acties versnellen. Binnen de Stadsregio Arnhem Nijmegen werken 20 gemeenten met elkaar samen aan een economisch vitale en bereikbare regio. Een samenwerking op het vlak van mobiliteit, economie, leefbaarheid en ruimtelijke ontwikkeling.

De Stadsregio Arnhem Nijmegen voert voor de tweede tranche Stad en Regio extra investeringen uit binnen zeven programma's:

1. Beleveniseconomie;
2. Groene Economie;
3. Vitale Kernen en Wijken;
4. Duurzaam Wonen;
5. Bereikbaarheid voorzieningen;
6. Sociale agenda regio Arnhem;
7. Sociale agenda regio Nijmegen.

De gemeente Wijchen heeft geen actueel beleid op het terrein van horeca, hotels en/of leisure. Algemeen uitgangspunt is wel dat 'centrumfuncties' zich bij voorkeur moeten vestigen in het centrum van Wijchen. Er bestaat ook geen vigerend regionaal beleid voor deze beleidsterreinen.

2.3 SWOT analyse

Uit de analyse komen zowel (relatief) sterke punten/kansen als zwakten c.q. bedreigingen naar voren van de locatie Lambrasse in haar omgeving.

Sterke aspecten en kansen	Zwakke aspecten en bedreigingen
• Direct nabij snelwegafrit A326 • Zichtlocatie aan de A326, vanaf de A50 alleen indien een verwijsmast wordt gerealiseerd • Fysieke ruimte beschikbaar • Aan rand dorp Wijchen • Nabij westelijke entree Nijmegen • Goede bereikbaarheid per auto en OV • Horeca- en leisuresector kent grote dynamiek, ook regionaal • Positieve omzettrend in de horecasector	• Het gebied heeft nu geen duidelijk eigen profiel • Toenemende concurrentie horeca van branchevreemde aanbieders (tankstations, supermarkten) • Concurrerende hotelontwikkelingen in de regio (o.a. Brabantse Poort)

2.4 Toekomstkansen Lambrasse ruimtelijk-functioneel

Voor de locatie Lambrasse worden in deze paragraaf de ruimtelijk-functionele potenties geanalyseerd voor commerciële publieksfuncties naar branche. Dit gegeven de huidige dynamiek naar sector (landelijk), de benodigde fysieke ruimte, het bereikbaarheidsprofiel en de (potentiële) aansluiting van deze branches op verwante functies. Deze beoordeling is dus *onafhankelijk van de marktruimte en/of het concurrerende aanbod in de omgeving*, dat immers in de loop der tijd kan veranderen. In het volgende hoofdstuk wordt per branche de actuele marktruimte bepaald.

Tabel 2.2: Ruimtelijk-functionele ontwikkelingskansen publieksfuncties locatie Lambrasse, Wijchen

	Dynamiek NL algemeen	Fysieke ruimte	Bereikbaar- heid auto	Bereikbaar- heid OV	Aansluiting verwante functies	Beoordeling potenties locatie
Kenmerken Lambrasse	nvt	●●	●●●	●●	●	
Kenmerken en vestigingseisen naar branche:						
Hotel	●●●	●●●*	●●●	●	●●	
Horeca - (familie)restaurant	●●	●	●●●	●	●	
Hotel – fastfoodrestaurant	●●●	●	●●●	●	●	
Leisure – vermaak	●●	●●	●●●	●	●●	
Leisure – cultuur	●	●●	●●	●●	●●	
Leisure – fitness/wellness	●●	●●	●●	●	●	

Beoordeling aspecten: ● beperkt ●● positief/belangrijk ●●● zeer positief/belangrijk

*: eventueel in verdiepingen

Uiteraard telt niet elk aspect even zwaar, maar de beoordeling maakt wel duidelijk dat de ontwikkelingskansen voor de locatie Lambrasse *vanuit ruimtelijk-functioneel perspectief* en gegeven de *landelijke dynamiek* naar branche vooral liggen in:

- Hotel;
- Modern fastfoodrestaurant;
- Leisure primair gericht op fitness/wellness.

In wat mindere mate zien we op deze locatie *vanuit ruimtelijk-functioneel perspectief* (los van de marktruimte) ook kansen voor:

- Een modern (familie)restaurant;
- Leisure gericht op vermaak (bioscoop, karting, bowling, speelparadijs, indoor golf, etc.).

Voor een culturele invulling zien we geen perspectief op de onderhavige locatie. Dit vooral vanwege de beperkte dynamiek en, vanwege de relatie met andere functies (horeca), de wenselijkheid van vestiging in centrumgebieden. Dit sluit bovendien ook aan op het beleid van de gemeente Wijchen.

3. REGIONALE BEHOEFTE NAAR BRANCHE

In dit hoofdstuk ramen we de economische marktruimte voor een hotel, restauratieve horeca en fitness/wellness op de locatie Lambrasse te Wijchen.

3.1 Vraagpotentieel

In 2016 bedroeg het inwonertal in de regio (i.c. de gemeenten Wijchen, Beuningen, Grave en Nijmegen) ca. 250.800 inwoners². In de gemeente Wijchen wonen ca. 40.800 mensen. De bevolking zal de komende jaren naar verwachting nog toenemen tot ca. 266.300 in 2025 (+6%) en 274.400 in 2030 (+10%)³. De bevolking in Wijchen stijgt nog slechts in beperkte mate. In de gemeente Nijmegen wordt een toename verwacht van +14%, vooral noordelijk van de Waal.

De zakelijke markt is in de regio goed vertegenwoordigd, met in totaal 20.360 bedrijfsvestigingen en 124.440 arbeidsplaatsen⁴. Gezamenlijk genereren zij een aanzienlijke vraag naar hotel-accommodatie, zowel vanuit het hogere- en middenkader als tijdelijke arbeidskrachten, die steeds vaker uit het buitenland afkomstig zijn en een tijdelijke overnachtingsplek zoeken.

De zakelijke markt biedt kortom een omvangrijk en groeiend draagvlak voor de lokale en regionale hotellerie en overige horeca. De behoefte bestaat naast overnachtingsmogelijkheden ook uit externe voorzieningen voor vergaderen, lunches en diners.

Over het aantal toeristische overnachtingen ontbreken regionale cijfers. De algemene indruk is dat dit vraagpotentieel toeneemt, in elk geval in de stad Nijmegen. Wijchen kan hier in principe ook van profiteren.

3.2 Marktruimte horeca

Mensen eten steeds meer 'buiten de deur'. Deze markt is inmiddels al goed voor een derde van de consumentenbestedingen aan eten. Het gaat daarbij zeker niet alleen om 'reguliere' horeca, maar ook om eten binnen nieuwe winkelconcepten, foodfestivals, op het werk, etc. Goede horeca is essentieel voor een sterke (toeristische) gebiedsontwikkeling. Het belichaamt immers de brede toegankelijkheid en gastvrijheid. Zie voor een overzicht van trends bijlage 2.

Op basis van de landelijke omzetcijfers van fastfoodzaken en restaurants kunnen we de gemiddelde besteding per inwoner ramen. Als referentie voor het aanbod en het primaire verzorgingsgebied voor deze horecabranches hanteren we in dit kader de regio als afgebakend.

De totale bestedingen in horecazaken vanuit een bepaald gebied noemen we het '**bestedingspotentieel**'. Dit bedrag is in dit geval berekend als de vermenigvuldiging van het gemeentelijke

² CBS

³ PBL / CBS regionale bevolkings- en huishoudensprognose 2016-2040

⁴ Zowel voltijd- als deeltijdbanen. Bron: LISA 2016.

inwonertal en de gemiddelde besteding (gebaseerd op landelijke cijfers) naar horecatype. Het bestedingspotentieel is in de regio anno 2017 en 2025 als volgt (alle cijfers incl. BTW)⁵.

- Fastfoodzaken: € 49,0 mln. per jaar (2025: € 52,2 mln.);
- Restaurants: € 91,6 mln. per jaar (2025: € 97,2 mln.).

De vermelde bestedingscijfers zijn nadrukkelijk indicatief en alleen beschikbaar op landelijk en niet op regionaal niveau. De gemiddelde besteding per Nederlander houdt bovendien geen rekening met inkomende en uitgaande horecabestedingen naar/vanuit Nederland. Cijfers hierover ontbreken. Als een gebied per saldo meer horecabestedingen aantrekt dan dat er afvloeien (zoals in toeristische steden of regio's) resulteert dat in een hoger bestedingspotentieel en dus meer ontwikkelingskansen voor horeca.

Er zijn in de regio als omschreven momenteel 189 fastfoodzaken (snackbars, grillrooms, etc.) en 149 restaurants⁶. Het zwaartepunt ligt daarbij in de gemeente Nijmegen. In de fastfoodbranche ligt het aanbod per inwoner regionaal iets boven het gemiddelde in Nederland. Bij de restaurants ligt het aanbod beneden de landelijke cijfers (zie par. 2.2). Wanneer we hierop de gemiddelde Nederlandse omzetcijfers voor deze horecatypen (conform de indeling van HorecaDNA) toepassen, dan zijn de omzetten in de regio (de zogenaamde **omzetclaim**) als volgt⁷:

- Fastfoodzaken: € 56,3 mln. per jaar;
- Restaurants: € 81,5 mln. per jaar.

De totale bestedingen in fastfoodzaken door inwoners uit de regio bedragen momenteel ca. € 49 mln. per jaar en in 2025 ruim € 52 mln. Deze bedragen liggen beneden de 'claim' van het gevestigde aanbod (€ 56,3 mln.). Dit impliceert dit een zeker 'overaanbod' in de regio, maar als rekening wordt gehouden met de bovenregionale verzorgingsfunctie van de Nijmeegse binnenstad (de stad trekt naar verwachting per saldo meer bestedingen van buiten de regio dan dat er afvloeien in die richting) lijkt in grote lijnen sprake van een evenwicht. Het maakt in elk geval wel duidelijk dat nieuw aanbod nadrukkelijk complementair moet zijn aan het bestaande aanbod; er moet 'iets nieuws' worden geboden. Overigens groeien de bestedingen in deze branche waarschijnlijk nog vrij aanzienlijk tot 2025, hetgeen extra marktruimte genereert (zie figuur 3.1).

De totale bestedingen in restaurants door regionale inwoners omvatten momenteel ca. € 91,6 mln. per jaar, toenemend tot ruim € 97 mln. in 2025. Dit bedrag ligt duidelijk hoger dan de 'claim' van het gevestigde aanbod (€ 81,5 mln.). Per saldo is er derhalve nu reeds sprake van een uitstroom van horecabestedingen vanuit de primaire regio van ruim € 10 mln. per jaar⁸, tot 2025 zelfs nog toenemend met ca. € 5,5 mln. extra. Een belangrijk deel van dit bedrag kan worden beschouwd als marktruimte voor nieuw aanbod. Voorwaarde is wel dat het nieuwe aanbod inspeelt op de consumententrends en bij voorkeur complementair is aan het bestaande aanbod.

⁵ Gebaseerd op het inwonertal van de regio zoals gehanteerd in resp. 2017 (250.800) en 2025 (266.300 inwoners) en de meest actuele cijfers van het CBS / HorecaDNA (over 2014). Landelijk is de gemiddelde besteding per inwoner in fastfoodzaken € 196,- en in restaurants € 365,- per inwoner per jaar (incl. btw).

⁶ HorecaDNA / CBS.

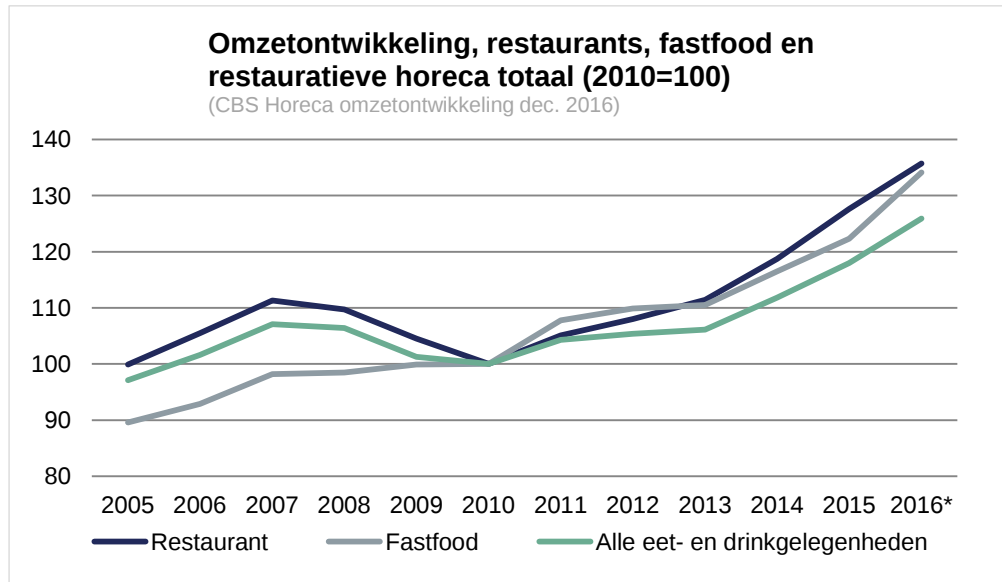
⁷ Normcijfer gemiddelde omzet per fastfoodzaak € 298.000,- en per restaurant € 547.000,- (inclusief BTW, meest recente cijfers over 2014). Bron: CBS, bewerkt door HorecaDNA.

⁸ € 91,6 mln. -/- € 81,5 mln.

Perspectief voor onderscheidende horeca

De horecasector stond jarenlang economisch onder druk, maar vertoont sinds enige jaren landelijk weer opvallend positieve cijfers. Dit geldt met name voor de fastfoodbranche, restaurants en hotels, zie onderstaande grafiek. Alleen in de branche cafés blijft de groei wat achter.

Figuur 3.1: Ontwikkeling omzetwaarde horeca algemeen, fastfood en restaurants in Nederland



De horeca is kortom een veerkrachtige sector. Nog steeds onderscheiden zaken zich in Nederland evenwel onvoldoende van elkaar. Het is 'teveel van hetzelfde', wat in wezen ook geldt voor de regio rond Wijchen. Voor onderscheidende horecaformules (in het hogere en lagere segment), die creatief inspelen op de gebiedskwaliteiten en consumententrends bestaat ook anno 2017 nog voldoende perspectief.

Een opvallende trend is de opkomst van horecaconcepten gericht op '*casual dining*', waarbij vooral de breedgesorteerde familierestaurants en buffetrestaurants in het oog springen. Voorbeelden van buffetrestaurants zijn de zogenaamde 'wereldkeukens', wok/tepanyaki- en BBQ restaurants. Ook het vestigingsbeleid van fastfoodrestaurants als McDonald's, Burger King en Kentucky Fried Chicken is landelijk zeer expansief. De vermelde horecatypen zijn vanwege hun veelal bovenlokale functie, doelgroepen (families, kinderen) en bezoekgedrag (doelgericht, vaak relatief korte verblijfsduur) afhankelijk van goed bereikbare locaties vanuit de regio. De parkeercapaciteit moet ruim zijn, ook door de veelal hoge piekbelasting (vooral vrijdag t/m zondag). Mede door de specifieke doelgroepen en het veelal doelgerichte bezoekgedrag is de synergie met andere (centrum)functies in praktijk beperkt. In de centra ligt het accent bij restaurantbezoek immers veel meer op recreatief uitgaan, sfeer en de relatie met bijvoorbeeld cafés, cultuur en detailhandel. De verblijfsduur is er meestal beduidend langer dan op 'traffic-locaties' als Lambrasse.

De locatie Lambrasse ligt op korte afstand van de A50; een belangrijke en drukke Nederlandse noord-zuid route. Opvallend is dat er op het A50-tracé tussen de afslag Hoenderloo en Zeeland/Uden-Noord (een afstand van 68 km) geen laagdrempelig wegrestaurant is gevestigd direct nabij een afrit. Dit geldt ook voor het vervolgtracé A58, waar het volgende restaurant zich

pas bevindt in Nuland (op zelfs 76 km afstand vanaf afslag Hoenderloo). Beide restaurants behoren tot de Van der Valk formule.

3.3 Marktruimte hotel

De hotelsector in Nederland herstelt zich opvallend sterk na jaren van krimp. Dit betreft met name de Randstad, maar ook elders in Nederland neemt de gemiddelde bezetting duidelijk toe. Er zijn alom initiatieven voor nieuwe hotels, ook in de regio Nijmegen.

Op regionaal niveau bestaan voor de hotelsector alleen vraagcijfers (overnachtingen, bezettingsgraad, doelgroepen, etc.) voor de gehele regio Arnhem-Nijmegen⁹.

Tabel 3.1: Aandeel hotelovernachtingen naar marktsegment

	Zakelijk individueel	Zakelijk groepen	Toerist individueel	Toerist groepen	Anders	Totaal
Arnhem-Nijmegen	27%	17%	42%	5%	9%	100%
Nederland	28%	14%	48%	7%	3%	100%

De verdeling tussen de zakelijke markt (in aantal kamernachten) is voor hotelaccommodaties in de regio Arnhem-Nijmegen ongeveer gelijk aan het landelijk gemiddelde. Wel trekt de regio in verhouding meer zakelijke groepen aan. De toeristische markt is wat kleiner dan landelijk en vooral gericht op individuele gasten.

De bezettingsgraad en gemiddelde kamerprijs is in de regio Arnhem-Nijmegen als volgt¹⁰. Vanwege de relatief zeer hoge kamerprijs en bezetting in Amsterdam/Schiphol (veel vraag, weinig aanbod) is deze regio in het landelijk gemiddelde buiten beschouwing gelaten.

Tabel 3.2: Functioneren hotelaanbod (3-5 sterren)

	Bezettingsgraad		Gemidd. kamerprijs (verhuurde kamers)		Gemidd. kamerprijs (alle kamers; RevPAR)	
	2015	2014	2015	2014	2015	2014
Arnhem-Nijmegen	69,8%	60,6%	€ 77	€ 69	€ 54	€ 42
Nederland excl. Amsterdam	65,1%	63,0%	€ 83	€ 79	€ 54	€ 50

De hotellerie in de regio Arnhem-Nijmegen laat tussen 2014 en 2015 opvallende groeicijfers zien qua bezettingsgraad en gemiddelde kamerprijs. Ook de omzet per beschikbare kamer (RevPAR) nam in deze periode opvallend toe. De gemiddelde kamerbezetting was in 2015 ook t.o.v. het landelijk gemiddelde (excl. Amsterdam/Schiphol) opvallend hoog. Hoewel de gemiddelde kamerprijs iets beneden het landelijke cijfer ligt, is de opbrengst per beschikbare kamer exact conform het gemiddelde.

In onderstaande tabel zetten we het hotelaanbod in de regio af tegen de cijfers voor de provincie Gelderland en Nederland. Vanwege het indicatieve karakter maken we hier geen onderscheid naar marktsegment. Duidelijke conclusie is dat het regionale aanbod van hotelkamers aanzienlijk achterblijft bij de regionale en landelijke cijfers. Dit zowel t.o.v. het inwonertal (24

⁹ Horwath HTL, HOSTA 2016. Deze cijfers betreffen alleen hotels met de NHC-classificatie 3 sterren en hoger.

¹⁰ Horwath HTL, HOSTA 2016.

kamers per 10.000 inw. t.o.v. Gelderland 42 en landelijk 61) als t.o.v. de economische, zakelijke functie (48 kamers per 10.000 banen; Gelderland 88 en landelijk 129).

Tabel 3.3: Hotelcapaciteit regio in verhouding tot inwonertal en werkgelegenheid

	Regio Wijchen	Gelderland	Nederland
Aantal kamers	603	8.639	103.104
Aantal kamers per hotel	43	41	47
Aantal inwoners nu	250.800	2035000	17000000
Aantal kamers per 10.000 inwoners	24	42	61
Aantal banen*	124.440	976.500	7.985.040
Aantal kamers per 10.000 banen	48	88	129

NHC = Nederlandse Hotelclassificatie

* LISA 2016

Het huidige aanbod sluit derhalve slecht aan op de economische structuur en functie van de regio. De zakelijke markt vraagt om moderne, kwalitatief goede en goed bereikbare hotels, waar het ook mogelijk is om grotere groepen onder te brengen t.b.v. meerdaagse bijeenkomsten en congressen.

Met name in de weekenden en vakantieperioden is ook de toeristische markt kansrijk. Belangrijkste toeristische bestemmingen in de regio zijn de historische, veelzijdige binnenstad van Nijmegen, het groene en heuvelachtige Rijk van Nijmegen en de Ooijpolder. Een belangrijke kernkwaliteit van de locatie Lambrasse in Wijchen is de uitstekende bereikbaarheid per auto vanuit geheel Nederland.

3.4 Marktruimte fitness

Populaire en trendgerichte nieuwkomer in de sportwereld

Nederland telt momenteel ca. 1.850 fitnesscentra: één op elke 9.200 inwoners¹¹. Er was de afgelopen jaren sprake van een opmerkelijke groei in de fitnessbranche. Het aantal vestigingen is tussen 2007 en 2017 met 49 procent gegroeid (CBS). In totaal ontvangen de fitnesscentra in Nederland jaarlijks ca. 200 miljoen bezoekers. De drukste maanden voor fitnesscentra zijn oktober tot en met april. In de zomer is er bij deze accommodaties vaak sprake van een (tijdelijke) terugval in leden. Januari is qua ledental de topmaand. Van de leden komt driekwart er minimaal een keer per week. De gemiddelde verblijfsduur in fitnesscentra is 1,5 uur.

De drie belangrijkste gebruikersgroepen bij fitnesscentra zijn:

- Particulieren;
- Bedrijven;
- Mensen met een medische noodzaak.

Gezamenlijk behaalt de sector in Nederland jaarlijks een omzet van ca. 1,2 miljard euro.

¹¹ Deloitte/EuroActive

Grote animo voor fitness

Fitness is met ruim drie miljoen beoefenaren de populairste sport onder volwassen Nederlanders. Ongeveer 2,7 mln. mensen (16% van de Nederlanders) zijn lid van een fitnesscentrum¹². Dit cijfer is in praktijk regionaal evenwel sterk afhankelijk van de leeftijdsopbouw en de keuze in fitnessaccommodaties. In grootstedelijke regio's ligt het cijfer doorgaans hoger dan in landelijke gebieden.

De meest fitness-sporters zijn tussen 26 en 55 jaar (57%), met een gemiddelde van 30 jaar. Wel is een opvallende toename zichtbaar van 55+-ers: tussen 2006 en 2010 is dit aandeel gestegen van 16% tot 26%. De leeftijdsgroep 12-25 jaar is met 17% ondervertegenwoordigd. De participatie van vrouwen is met 23% beduidend hoger dan bij mannen (16%).

De belangrijkste bezoekenmotieven voor fitnesscentra zijn gezondheid, fitheid en lichaamsbeweging. Met name voor senioren is gezondheid een belangrijk thema. Bij alle gebruikersgroepen zijn 'recreatieve' motieven als plezier of sociale contacten ondergeschikt aan de gezondheid-gerelateerde bezoekenredenen.¹³

Verzorgingsgebied

De fitnessklant woont gemiddeld niet verder dan vier kilometer van zijn/haar fitnesscentrum. Bijna de helft woont zelfs op minder dan twee kilometer. Ander onderzoek geeft aan, dat van de fitnessklanten 40% een reisafstand heeft van minder dan 5 minuten, 19% 5-10 minuten en 19% 10-20 minuten.

Toekomstperspectief

Gezien de trends in sportbeoefening in het algemeen en fitness in het bijzonder is de algemene verwachting dat de opzienbarende groei in de afgelopen decennia grotendeels voorbij is. De fitnessbranche wordt daardoor steeds meer een verdringingsmarkt. Met name in het budgetsegment kan dat leiden tot inkomstenderving, vanwege prijsacties richting de consument. Aspecten als een onderscheidende identiteit, klantgerichtheid, personal coaching en 'beleving' worden steeds belangrijker voor fitnesscentra. Elke formule moet dat op haar eigen manier en doelgroepgericht invullen.

Prognoses gaan uit van een geleidelijke stabilisatie van het ledental van fitnesscentra, al is er met name in regio's met weinig capaciteit en keuze nog wel groei mogelijk. Een belangrijke oorzaak van de blijvende populariteit van fitnesscentra is dat fitness bij uitstek accommodatiegebonden is. Slechts weinig mensen hebben thuis voldoende keuze in fitnessapparatuur en er ontbreekt deskundige begeleiding. Daarin onderscheidt de sport zich ook nadrukkelijk van andere populaire 'individuele' sporten als fietsen en hardlopen.

De algemene verwachting is dat er een steeds nadrukkelijker tweedeling tussen fitnesscentra gaat ontstaan, met aan enerzijds basis- en budgetcentra en anderzijds grotere, multifunctionele centra. Bij deze laatste centra, meer gericht op 'beleving', is een steeds grotere verstrengeling zichtbaar tussen fitness en wellness. De dominantie van grote ketens (o.a. Health City, Fitland) en low-budgetformules (o.a. Basic-Fit, Fit 4 Free) zal nog verder toenemen, ten koste van het MKB. Overigens zijn sommige eigenaren zowel in het budget- als het kwaliteitssegment actief,

¹² Rabo Cijfers en Trends 2016/2017.

¹³ SCP, Mulier Instituut.

met verschillende formules. Een bijzondere kans voor de sector is de toenemende samenwerking met zorgverzekeraars en het bedrijfsleven.

Marktruimte

Onderstaand overzicht beschrijft de belangrijkste aannames t.a.v. het vraagpotentieel voor fitnesscentra in Wijchen. Gezien de grote variatie in ledentallen tussen regio's in Nederland hanteren we hiervoor een realistische bandbreedte. Voor de toekomst gaan we uit van een gemiddeld 'animocijfer' voor het lidmaatschap van fitnesscentra van de gemeentelijke bevolking van 15 à 17%. Uitgangspunt daarbij is versterking van de structuur met een ontbrekende marktformule, wat leidt tot een grotere wervingskracht van het totale aanbod.

Tabel 3.4: Vraagpotentieel lidmaatschap fitnesscentra in Wijchen in leden

	Inwonertal Verzorgings- gebied	Animocijfer (als % totale inwonertal) Gemiddeld NL: 16%		Vraagpotentieel gemeente totaal	
		MIN	MAX	MIN	MAX
2017	40.800	13%	15%	5.304	6.120
2025 (incl. extra trekker)	40.800	15%	17%	6.120	6.936

In 2025 bedraagt het totale vraagpotentieel voor fitnesscentra vanuit de gemeente, inclusief een sterke nieuwkomer, afgerond 6.100 à 6.900 consumenten.

Bij de raming van de marktruimte is het van belang vast te stellen, welk ledental de gevestigde en nieuwe fitnesscentra *minimaal* nodig hebben voor hun bedrijfsmatige continuïteit: de 'kritische aanbodclaim'. Daarbij wordt uitgegaan van een rendabele exploitatie, voldoende (continue) product vernieuwing en professioneel ondernemerschap. Globale normcijfers gaan voor fitnesscentra in Nederland uit van 1 lid per m² *publieksgericht* vloeroppervlak als basis voor een *kostendekkende* exploitatie en 1,5 lid voor een *commercieel duurzame* exploitatie. Bij 2 leden per m² is doorgaans sprake van een *uitstekende* exploitatie.

BRO gaat in dit kader uit van een kritische norm van 1 à 1,5 lid per m². We benadrukken dat individuele bedrijven in praktijk aanmerkelijk kunnen afwijken van dit gemiddelde, bijvoorbeeld door relatief hoge dan wel lage huisvestings-, personeels- of marketinglasten. Vaak kunnen fitnesscentra in landelijke gebieden volstaan met een wat lagere norm, vanwege de doorgaans lagere huisvestingslasten (huur, koop) dan in stedelijke regio's.

In de gemeente Wijchen zijn momenteel vijf reguliere fitnesscentra gevestigd (zie par. 2.1). We ramen het totale oppervlak van de vermelde accommodaties op circa 3.500 m² bvo publieksruimte. Uitgaande van dit oppervlak bedraagt de 'ledenclaim' van het regionale aanbod derhalve 3.500 ('kostendekkend') à 5.250 leden ('commercieel duurzaam').

Hieronder wordt het saldo berekend tussen het vraagpotentieel en de aanbodclaim voor de gemeente Wijchen (in dit geval de relevante regio) anno nu (2017) en in 2025. We hanteren daarbij een minimale (MIN) en maximale (MAX) variant qua wervingskracht op bezoekers en functioneren van het aanbod (zie boven). Uitgangspunt bij deze raming is dat het aantal leden van buiten de gemeente grosso modo gelijk is aan de 'afvloeiing' naar buiten de gemeente.

Tabel 3.5: Marktruimte fitnesscentra Wijchen in 2017 en 2025

	2017		2025	
	MIN	MAX	MIN	MAX
Vraagpotentieel gemeente	5.304	6.120	6.120	6.936
Aanbodclaim bestaand aanbod	5.250	3.500	5.250	3.500
Saldo vraag en aanbod personen (afgerond)	<i>nihil</i>	+ 2.600	+ 850	+ 3.450
Gemiddelde vraag en aanbod	+ 1.300		+2.150	
Marktruimte in m² bvo (uitgangspunt commercieel duurzame exploitatie)	865 m²		1.435 m²	

Er bestaat in Wijchen tot 2025 een marktruimte voor nieuw aanbod van fitnesscentra van maximaal 1.435 m² bvo. Overigens zijn we hierbij uitgegaan van het gemiddelde van de varianten Minimum en Maximum. Toepassing van enkel het maximale scenario leidt tot een grotere marktruimte.

Wellness

De regio is met drie accommodaties goed voorzien van voorzieningen primair gericht op wellness. Ter indicatie: er zijn in Nederland ca. 200 (middel)grote wellnesscentra; één per 85.000 inwoners. De regio (250.800 inw.) scoort in dit opzicht dus exact op het landelijk gemiddelde.

Naast het Grote Sanadome Hotel & Spa te Nijmegen betreft het Sauna & Beauty Oase in Nederasselt en Sauna & Beauty De Thermen in Nijmegen. Bovendien bestaan aan de rand van de regio (Cuijk) concrete plannen van Fitland voor een breed opgezet 'Lifestyleresort', met diverse voorzieningen op het vlak van leisure, wellness en gastronomie.

Ook omdat het hier een verdringingsmarkt betreft zien we geen marktruimte voor een extra zelfstandige wellnessvoorziening op Lambrasse. Een ondergeschikte voorziening t.b.v. bijvoorbeeld een hotel is wel mogelijk.

3.5 Conclusies

Gegeven de beschreven marktanalyse ziet BRO op de locatie Lambrasse vooral marktperspectief voor:

- Een moderne fastfoodzaak, onderscheidend van het bestaande aanbod in de omgeving. We achten met name een modern fastfoodrestaurant van McDonald's, Burger King of Kentucky Fried Chicken kansrijk, bij voorkeur met drive through.
- Een laagdrempelig, daggrond geopend familierestaurant met een brede menukeuze, dat zich voor een belangrijk deel richt op autoverkeer op de A50. Ook een ondersteunende functie voor een eventueel te vestigen hotel is goed denkbaar. Een goede signing aan de A50 (reclamemast) is essentieel voor de wervingskracht.
- Een middelgroot hotel in het middensegment (60-80 kamers, uitgangspunt 3 sterren-plus), dat zich overwegend richt op de zakelijke markt en ook vergaderzalen biedt.
- Een fitnesscentrum, qua marktsegment en doelgroepen onderscheidend van het gevestigde aanbod in Wijchen. Voorbeeld: een hoogwaardige fitness met het karakter van een "club". Ook hier is een combinatie met een hotel denkbaar.
- Een samenvoeging van de vermelde functies is goed mogelijk en kan de wervingskracht en het verzorgingsgebied voor het geheel zelfs aanmerkelijk vergroten.

4. LADDER VOOR DUURZAME VERSTEDELIJING

4.1 Inleiding

Er is bij de beschreven plannen voor leisure en horeca op de locatie Lambrasse sprake van een nieuwe stedelijke ontwikkeling. Er worden immers extra voorzieningen toegevoegd, in nieuwe bebouwing. In deze paragraaf toetsen we het plan dan ook kort en bondig aan de Ladder voor duurzame verstedelijking. In de toetsing leggen we het accent op de essentiële doelen en aspecten binnen de Ladder. Voor de nadere onderbouwing van met name de behoefte verwijzen we naar de voorgaande hoofdstukken.

Per 1 juli 2017 wordt een nieuwe versie van de Ladder van kracht, met de intentie deze korter en duidelijker te maken. Het toetsingskader is nu (conform tweede lid van art. 3.1.6) dan als volgt geformuleerd:

“De toelichting bij een bestemmingsplan dat een nieuwe stedelijke ontwikkeling mogelijk maakt, bevat een beschrijving van de behoefte aan die ontwikkeling, en, indien het bestemmingsplan die ontwikkeling mogelijk maakt buiten het bestaand stedelijk gebied, een motivering waarom niet binnen het bestaand stedelijk gebied in die behoefte kan worden voorzien.”

Verder omvat het vierde lid per 1 juli 2017 het volgende:

“Een onderzoek naar de behoefte als bedoeld in het tweede lid, heeft, in het geval dat een bestemmingsplan als bedoeld in het tweede lid, ziet op de vestiging van een dienst als bedoeld in artikel 1 van de Dienstenwet en dit onderzoek betrekking heeft op de economische behoefte, de marktvraag of de beoordeling van de mogelijke of actuele economische gevolgen van die vestiging, slechts tot doel na te gaan of de vestiging van een dienst in overeenstemming is met een goede ruimtelijke ordening.”

Uitgangspunt van de Ladder is nog steeds dat stedelijke ontwikkelingen binnen bestaand stedelijk gebied plaatsvinden. De locatie hoeft evenwel alleen te worden gemotiveerd, indien deze buiten het stedelijk gebied ligt. Dat is in de ontwikkeling Lambrasse niet het geval. De gebruikelijke eisen qua behoefte en uitvoerbaarheid in het kader van een ‘goede ruimtelijke ordening’ blijven overigens wel van kracht.

Bij flexibele planvormen is het nu mogelijk om de Laddertoets door te schuiven naar het moment van vaststelling van het wijzigings- of uitwerkingsplan. Dit geldt ook voor de raming van de effecten op de leegstand en het (regionale) woon-, werk- en leefklimaat. Regionale afstemming over plannen met bovenlokale effecten (leegstand, woon-, werk- en leefklimaat) wordt door de rijksoverheid van groot belang geacht.

4.2 Toetsing ontwikkeling aan de Ladder

Behoefte

Het initiatief voor de invulling van de locatie Lambrasse te Wijchen speelt sterk in op de toeneemende ‘samensmelting’ van horeca, hotellerie en leisure. Mensen combineren zowel in hun recreatieve als zakelijke gedrag graag verschillende activiteiten, waarbij een overnachting ter

plekke de wervingskracht van een bestemming fors kan vergroten. Kwaliteit, keuze, locatie en gastvrijheid zijn kernbegrippen. Hotelketens zijn steeds vaker de trekker van dit soort ontwikkelingen, mede vanuit hun grote professionaliteit en ervaring in productontwikkeling, exploitatie en marketing.

Er bestaat in kwantitatief opzicht voldoende regionale behoefte (marktruimte) voor het beoogde programma, bestaande uit een hotel, horeca (met name restaurant, fastfood) en fitness/wellness. Zie voor een nadere toelichting het beschreven onderzoek.

Vanuit de behoefte van de regionale bevolking zijn kwaliteiten in algemene zin, productvernieuwing, bereikbaarheid en onderscheidend vermogen in wezen belangrijker dan kwantitatieve, cijfermatige aspecten (aantal zaken, capaciteit, etc.). Vanuit kwalitatief perspectief leveren alle onderzochte functies een bijdrage aan een sterkere verzorgingsfunctie voor de regionale bevolking en voorzien ze aldus in de huidige en toekomstige behoefte. Een belangrijke kernkwaliteit van Lambrasse is de uitstekende bereikbaarheid per auto t.o.v. de meeste andere horeca- en leisurebedrijven in de regio. De belangrijkste vrijetijdsbestemming is en blijft de Nijmeegse binnenstad, waar evenwel (anders dan bij Lambrasse) de 'totaalbeleving' en de zeer veelzijdige synergie tussen functies (leisure, horeca, retail, cultuur, uitgaan, evenementen, etc.) centraal staan. Het verzorgingsgebied van deze binnenstad is bovenregionaal, de gemiddelde verblijfsduur lang en bezoekmotieven zijn vooral recreatief van aard. Lambrasse kan zich ontwikkelen tot een complementaire vrijetijdsbestemming in de regio, vanwege het product, de goede bereikbaarheid en de mogelijkheid tot het combineren van activiteiten. De diverse functies 'maken' samen het product.

Veel aanbod in met name de horecasector is in de regio nogal 'traditioneel' qua opzet, inrichting en uitstraling. Er is maar beperkt sprake van productvernieuwing, aansluitend aan de veranderende consumentenwensen. Daarnaast is de bereikbaarheid van veel voorzieningen per auto (het favoriete vervoermiddel voor vrijetijdsbesteding) van veel zaken matig. Kortom: de nieuwe leisurefuncties spelen, in samenhang met de overige functies ter plekke, goed in op de *consumentenbehoefte*.

De onderzochte functies versterken bovendien de toeristisch-recreatieve aantrekkingskracht van de regio in het algemeen en de gemeente Wijchen in het bijzonder. Daarmee geven ze invulling aan de *ambities (behoefte) van de lokale, regionale en provinciale overheid*. De gehele regio kan daarvan profiteren, in economisch en maatschappelijk opzicht.

Effecten

De effecten van de beoogde nieuwe functies (horeca, hotel, fitness/wellness) zijn per saldo positief en richten zich vooral op de regionale economische structuur in algemene zin en de structuur van horeca- en vrijetijdsvoorzieningen in het bijzonder. Wel kunnen bestaande aanbieders effecten ondervinden van een nieuwkomer in hun branche. Het verplicht hen tot een (extra) kritische blik op hun eigen productconcept, doelgroepen en marketing, wat kan leiden tot de noodzaak om te investeren.

Het centrum van Wijchen is en blijft de belangrijkste vrijetijdsbestemming binnen de gemeente. Hier ligt het accent evenwel primair op een recreatief verblijfsklimaat t.b.v. winkelen, uitgaan en cultuur en verhoudingsgewijs minder op een optimale ontsluiting voor auto's en parkeergelegenheid. De locatie Lambrasse onderscheidt zich door haar uitstekende bereikbaarheid per

auto en functionele (doelgerichte) karakter nadrukkelijk van het centrum en is dan ook complementair hieraan. Voor een belangrijk deel worden nieuwe doelgroepen aangetrokken, die vanuit een actieve marketing en promotie ook kunnen worden verleid om het centrum van Wijchen te bezoeken.

De *economische en toeristisch-recreatieve structuur* van de regio wordt versterkt door de beschreven ontwikkeling (zie behoefte). Bovendien voorzien de functies in extra, deels laaggeschoolde werkgelegenheid.

Invulling leegstand

De conceptuele meerwaarde en wervingskracht van Lambrasse wordt vooral gevormd door de veelzijdigheid (kritische massa), ruime maatvoering voor functies (in/rond het centrum niet beschikbaar) en de uitstekende bereikbaarheid per auto vanaf de A326. Binnen de gemeente Wijchen is geen alternatieve locatie of leegstaand vastgoed beschikbaar, die in ruimtelijk-fysiek opzicht voldoet aan deze criteria.

Tenslotte: kwaliteit boven kwantiteit

De aangegeven kwantitatieve marktruimte (regionale behoefte) is het resultaat van berekeningen gebaseerd op vele aannames. Bovendien zijn de data over vraag, aanbod en trends afkomstig uit diverse bronnen en onderzoeken. De behoefte aan en effecten van nieuwe voorzieningen zijn in hoge mate afhankelijk van toekomstige ontwikkelingen en die kunnen nooit exact worden voorspeld. De uitkomsten van de ramingen mogen daarom niet als normatief, maar slechts als *indicatief* worden beschouwd. Het gaat bij de Ladder voor duurzame verstedelijking in essentie om de *ruimtelijke* effecten.

Bij de ontwikkeling van (commerciële) publieksfuncties zijn de kwalitatieve aspecten in wezen belangrijker dan de kwantitatieve marktruimte. Een nieuwe ontwikkeling kan de voorzieningsstructuur een kwaliteits- en vernieuwingsimpuls geven door het bieden van een ontbrekend marktsegment, productformule of een oriëntatie op nieuwe doelgroepen. Met name in leisure en horeca creëert sterk, marktgericht en goed gecommuniceerd aanbod in praktijk vrijwel altijd extra behoefte.

In de ruimtelijke ordening dient bovendien op basis van ruimtelijk relevante argumenten beoordeeld te worden of het *consumentenbelang* op langere termijn wordt gediend; een verminderde concurrentiepositie voor individuele bedrijven is daarbij niet relevant. Als bijvoorbeeld nieuwe ontwikkelingen, op een vanuit de structuur gezien goede plek, als resultaat hebben dat verouderd aanbod op minder geschikte locaties verdwijnt, dan is de verzorgingsstructuur er per saldo op vooruitgegaan. Er is immers modern aanbod en/of een aantrekkelijk verblijfsklimaat bij gekomen en daar heeft de consument uiteindelijk het meeste baat bij. Een overschrijding van de marktruimte hoeft dus niet altijd een beletsel te zijn, vooropgesteld dat de verzorgingsstructuur wordt versterkt en de effecten per saldo positief zijn.

BIJLAGEN

Bijlage 1:

Indeling horeca categorieën c.f. Ontwerp Bestemmingsplan 2012

Indeling horeca categorieën c.f. Ontwerp Bestemmingsplan 2012

Definitie1 horeca:

het bedrijfsmatig verstrekken van ter plaatse te nuttigen voedsel en dranken, het bedrijfsmatig exploiteren van zaalaccommodatie en/of het bedrijfsmatig verstrekken van nachtverblijf.

horeca, categorie 1:

een horecabedrijf, dat qua exploitatievorm aansluit bij winkelvoorzieningen en waar naast overwegend niet ter plaatse bereide kleinere etenswaren en in hoofdzaak alcoholvrije drank worden verstrekt.

horeca, categorie 2:

een inrichting die geheel of in overwegende mate gericht is op het verstrekken van maaltijden of etenswaren die ter plaatse genuttigd plegen te worden. Daaronder worden begrepen: cafetaria/snackbar, fastfood en broodjeszaken, lunchroom, konditorei, ijssalon/ijswinkel koffie en/of theeschenkerij, afhaalcentrum, eetwinkels, restaurant.

horeca, categorie 3:

een inrichting die geheel of in overwegende mate gericht is op het verstrekken van (alcoholische) dranken voor consumptie ter plaatse, alsmede het verstrekken van maaltijden of etenswaren die ter plaatse genuttigd plegen te worden, alsmede (in sommige gevallen) de gelegenheid biedt tot dansen. Daaronder worden begrepen: café, bar, grand-café, eetcafé, danscafé, pubs, juice- en healthbar.

horeca, categorie 4:

een inrichting die geheel of in overwegende mate gericht is op het bieden van vermaak en ontspanning (niet zijnde een recreatieve voorziening) en/of het geven van gelegenheid tot de dansbeoefening, al dan niet met levende muziek en al dan niet met de verstrekking van dranken en kleine etenswaren. Daaronder worden begrepen: discotheek/dancing, nacht-café en een zalencentrum (met nachtvergunning).

horeca, categorie 5:

een inrichting die geheel of in overwegende mate is gericht op het verstrekken van nachtverblijf. Daaronder worden begrepen: hotel, motel, pension en overige logiesverstrekkers;

Bijlage 2:

Trends in de horeca

Trends in de horeca

Er hebben zich de afgelopen jaren veel ontwikkelingen voorgedaan in de (restaurantieve) horeca, zowel aan de vraag- als de aanbodzijde.

Horeca verlevendigt gebieden

Er zijn in Nederland bijna 43.000 horecazaken, waaronder ruim 17.000 drankverstrekkers, 11.150 fastservice-zaken (snackbars, etc.) en ruim 11.300 restaurants. In 2014 realiseerde de restaurantieve horeca (dus excl. hotels) een omzet van **ca. 12,6 miljard euro** (incl. btw). Wel staat de sector de afgelopen jaren economisch onder druk, door kritische consumenten, de opkomst van alternatieve aankoopplaatsen (zondagopening supermarkten), stijgende kosten en nieuwe wet- en regelgeving. Met name zaken die zich niet goed weten te profileren of onderscheiden ondervinden negatieve effecten. Toch zijn er ook anno 2016 nog legio kansen voor de sector, mits zaken zich sterk en onderscheidend profileren. Opvallend is de recente opkomst van (soms grootschalige) buffetrestaurants en tapasformules.

Vrijwel elke Nederlander bezoekt tegenwoordig wel eens een horecazaak, in welk verband en met welk motief dan ook. 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. De belangrijkste zijn:

- **Multifunctionaliteit:** horecabedrijven bieden een steeds bredere menukeuze, met per dagdeel verschillende doelgroepen. Ook worden vaker culturele en recreatieve activiteiten georganiseerd.
- **Hoofdfunctie vervaagt:** traditioneel baseerden bestemmingsplannen zich primair op hoofdfuncties als verstrekken van alcoholvrije dranken dan wel bereide kleine etenswaren. Mede door de toenemende multifunctionaliteit zien we steeds meer combinatievormen (lunchroom, konditorei, Bagels&Beans).
- **Schaalvergroting:** zaken worden groter, vanwege de gewenste multifunctionaliteit en/of omzeteisen.
- **Vervlechting horeca en detailhandel:** In steeds meer winkels kun je iets eten of drinken. Vooral dagelijkse winkels ontplooiën steeds meer horeca-activiteiten; belegde broodjes, snacks, koffie/thee, verse sappen, etc. Andersom wenst de horeca ook producten die zij serveert te verkopen; olie, wijn, receptenboek, etc. Cross-selling heeft de toekomst.
- **Industrieel erfgoed:** De robuuste, ongepolijste en 'stoere' uitstraling, beschikbare ruimte en parkeerruimte bieden bijzondere kansen voor horeca en aanverwante activiteiten. Ook wel gekenschetst als 'Nouveau Ruig'.

- **Opkomst specialistische koffieformules:** opvallende ketenvorming, met ook op lokaal niveau veel initiatieven. Bekende spelers zijn Starbucks en Coffeecompany. Voor jongeren en ZZP-ers hebben deze zaken vaak een belangrijke ontmoetingsfunctie.
- **Afname monofunctionele drankverstrekkers:** het traditionele (kleine) café verdwijnt geleidelijk uit het straatbeeld. Het traditionele café wordt eetcafé of brasserie, met ruimere openingstijden. Oorzaak is vooral de combinatie afnemende bestedingen en verhoogde kosten.
- **Sterke afname discotheken,** met als belangrijke oorzaken de groeiende concurrentie van festivals, het rookverbod in de horeca en de verhoogde minimumleeftijd voor alcoholgebruik.
- **De jeugd gaat minder en later uit** dan vroeger; in veel uitgaansgebieden leidt dit tot minder overlast, maar soms wel op latere tijdstippen. Daar staat tegenover dat oudere doelgroepen veel meer dan vroeger de horeca bezoeken, zij het vaak overdag.

