

ONDERBOUWING HORECA MARKTPLAN HAAKSBERGEN

1 november 2023 | 's-Hertogenbosch
Projectnummer: G-RE-23047



INHOUD

1 Inleiding	3
1.1 Aanleiding	4
1.2 Marktplan	5
1.3 Beleidskader	6
2 Marktanalyse horeca	7
2.1 Verzorgingsgebied	8
2.2 Aanbod	11
2.3 Benchmark	12
2.4 Trends en ontwikkelingen	13
3 Behoeftte aan horeca en advies	15
3.1 Mogelijkheden voor horeca	16
3.2 Advies horeca in het Marktplan	17
4 Bijlage Kwalitatieve trends	18

1

Inleiding



1.1 AANLEIDING

Ginder heeft 23 januari 2023 een deskundigennotitie uitgebracht over het Marktplan in Haaksbergen. Daarin zijn de marktruimte en effecten van een nieuwe supermarkt geschetst. Omdat die marktruimte ontbreekt is in hoofdstuk vijf van de notitie een aanzet gegeven voor een andere invulling. Het 'Gat in de Markt' kan ook ingevuld worden met horeca.

Deze rapportage vormt een aanvulling op die deskundigennotitie. De ontwikkelaar en omwonenden wensen nader inzicht in de mogelijkheden voor nieuwe horeca in hun plan met een omvang van 735 m² bvo. Er zouden zich enkele nieuwe of verplaatste horecabedrijven kunnen vestigen.

Afbakening horeca: consumptieve horeca als hoofdactiviteit

De marktanalyse richt zich op commerciële, consumptiegerichte horeca. In horeca-onderzoeken wordt onderscheid gemaakt in drie sectoren waarbij Hotels, B&B's en pensions buiten beschouwing zijn gelaten:

- Drank: café, bar, discotheek, strandbedrijf, coffeecorner, kiosk;
- Fastservice (spijs): lunchroom, ijssalon, cafetaria, shoarmazaak, fastservice-restaurant, pannenkoeken, afhalen / bezorgen;
- Restaurant (maaltijd): café-restaurant, bistro, pizzeria, wegrestaurant en hotel-restaurants die toegankelijk zijn voor gasten van buiten.

Voor de compleetheit zijn voorbeelden van enkele subbranches genoemd. Een scherpe scheidslijn is niet altijd te trekken. Tenslotte kan een restaurant overdag als lunchroom functioneren en tijdens een evenement verkleuren naar een drankgelegenheid. De dynamiek is groot in de horeca. Horeca kan ook een nevenactiviteit zijn zoals in de detailhandel. Paracommerciële horeca is niet meegenomen.

Bronnen, definities en metrages

In deze rapportage is gebruik gemaakt van diverse bronnen. Het horecabestand van Locatus is een vertrekpunt. In de hoofdbranches hanteert Locatus een iets andere indeling:

- Dranken: Café, Discotheek;
- Eten: Lunchroom, Pannenkoeken, (Café-)restaurant;
- Fastfood: Bezorgen / afhalen, Fastfood, Grillroom/shoarma;
- Koffie en desserts: Koffiehuis, IJssalon, Donuts e.d.

De Locatus-indeling is in deze rapportage samengevoegd tot Drank, Fastservice en Restaurant.



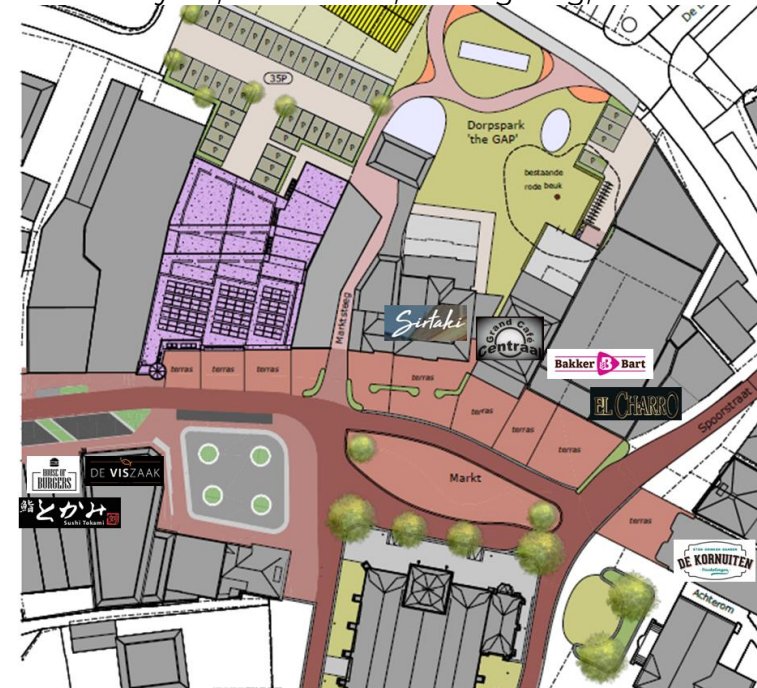
1.2 MARKTPLAN

Het gezamenlijke Marktplan Haaksbergen van de ontwikkelaar en omwonenden komt neer op 735 m2 bvo nieuwe horecaruimte. De locatie ligt aan de zuidwestzijde van de Markt. Erboven zijn appartementen voorzien, aan de achterzijde parkeren en beneden boven woningen. Het plan grenst aan het Dorpspark en de Marktsteeg. De 735 m2 is nader in te delen en eventueel op te splitsen in een grotere en een of meer kleinere panden.

De horeca op de Markt is geleidelijk versterkt. Het Griekse restaurant Sirtaki is verplaatst vanuit de Molenstraat. Ze heeft vóór en achter een terras. Mexicaanse restaurant El Charro en Bakker Bart hebben beide een terras aan de voorzijde: Hema is met haar terras uitgeweken naar de Spoorstraat. El Charro zat aan de Eibergsestraat en Bakker Bart opende een tweede vestiging: volgens Locatus onderdeel van de levensmiddelenbranche maar deels fungerend als lunchroom. De Viszaak met winkel, restaurant, ijssalon en terras is nieuw aan de zuidzijde van de Markt. Door het Gat in de Markt ligt dit bedrijf en haar terras solitair en afgelegen van de overige horeca. Aan het begin van de Molenstraat zit nog afhaalbezorghoreca met Sushi en Burgers. Grand Café Centraal en Café-restaurant De Kornuiten zijn al langer op de Markt gevestigd. Dat zijn ook de enige bedrijven die zowel overdag als 's-avonds (soms tot begin nacht) de Markt verlevendigen. Op het marktplein is één winkel over namelijk een kinderkledingzaak. Overige detailhandel zit in de aanloopstraten naar de Markt, afgewisseld met verspreide horeca.

De openbare ruimte van de Markt is recent heringericht. Er is sprake van een scheiding tussen het noordelijke en zuidelijke deel van de Markt,

afgezet met paaltjes. Vanuit de Molenstraat rijdt eenrichtingsverkeer de Markt op en buigt af langs de Pancratiuskerk naar de Jhr. Von Heijdenstraat en Ruisschenborgh. Door de inrichting is het verkeer op de Markt te gast en levert enige bijdrage aan de levendigheid. Dit hoeft geen belemmering te zijn voor nieuwe horeca en terrassen in het zuidelijke deel. De zuidoostzijde van het plein kan ook benut worden voor terras. Op de Markt vinden allerlei activiteiten plaats. Voorbeelden zijn de weekmarkt op woensdag met acties zoals de Dag van de Markt, evenementen als de Boekenmarkt, Proef het Platteland, Speciaalbierfestival, Beachvolleybal, kerstmarkt, Koningsdag, kermis en rommelmarkt.



1.3 BELEIDSKADER

In de deskundigennotitie van januari 2023 is stil gestaan bij diverse beleidstukken. Hier worden alleen aanvullende stukken beschreven.

Toekomstvisie 2030

Aandachtspunt is het verbeteren van de structuur van het centrumgebied. De Markt moet de centrale openbare, culturele en maatschappelijke plek worden waar mensen winkelen en elkaar ontmoeten. Het winkelcentrum van Haaksbergen wordt gezamenlijk tot een gebied gemaakt waar het prettig verblijven is. Samen met de ondernemers worden de levendigheid, aantrekkelijkheid en verblijfswaarde van het gebied vergroot. Er worden scherpe keuzes gemaakt voor het gewenste winkelaanbod. Het winkelcentrum wordt toekomstbestendig door rekening te houden met de nieuwste trends van winkelen en kopen. Daarbij past een aanpak die versnippering en losse projecten tegengaat. Belangrijke voorwaarde om het winkelcentrum te revitaliseren is een blik naar buiten die de individuele belangen overstijgt.

Coalitieakkoord Meer voor elkaar 2022

In de raadsafspraken is aangegeven dat deze raadsperiode invulling wordt gegeven aan het Marktplan. Daarom wordt het college gevraagd een heldere stand van zaken te geven over de besluitvorming rond het Marktplan voordat de bestemmingsplanwijziging aan de orde wordt gesteld.

Nadat de resultaten van de second opinion van de commissie MER bekend zijn, wordt bezien welke vervolgstappen gezet moeten worden om te komen tot definitieve invulling van 'Het Gat'. Naar aanleiding van de in de raadsafspraken gestelde vraagstukken wordt een rapportage

opgesteld waarin de resultaten worden onderbouwd. Hieruit ontstaat inzicht of de ingeslagen weg met betrekking tot de supermarktvariant kan worden vervolgd.

Er volgt een duidelijke tijdsplanning vanuit het college van B&W richting de gemeenteraad. In deze tijdsplanning worden vervolgstappen geformuleerd met bij iedere stap een duidelijke communicatie met belanghebbenden. Hierbij valt te denken aan de provincie, ondernemers en omwonenden.

Conclusies

Uit het beleidskader maakt Ginder op dat er iets moet gebeuren met het Gat in de Markt. Het onderbreekt nu aan de verbinding tussen de Markt en Molenstraat en er is grote behoefte aan een invulling. Aandachtspunten zijn levendigheid, beleving en ontmoeting, als plek waar iets te doen is, en inspelend op de behoeften en trends. Een initiatief met horeca in het Marktplan kan een goed alternatief zijn voor een supermarktinvulling waarvan de realisatie nog steeds niet zeker is. De functie van de Markt kan met horeca op een toekomstbestendige wijze worden ingevuld.



2

Marktanalyse horeca

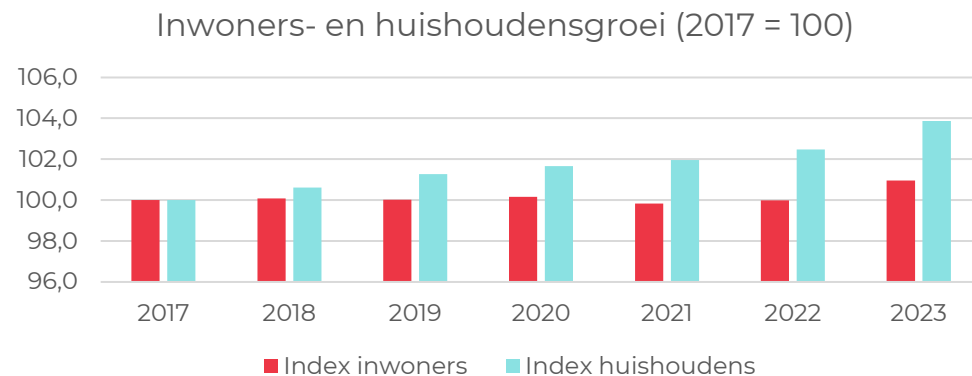
We gaan in op het verzorgingsgebied, het aanbod, een benchmark en de trends.



2.1 VERZORGINGSGBIED

Bevolkingsgroei en prognose

Haaksbergen heeft begin 2023 24.500 inwoners. Na een lichte krimp is vanaf begin 2022 het aantal inwoners weer aan het stijgen. Het aantal huishoudens stijgt al langer. Blijkbaar is de gezinsverdunding gestopt:



De prognoses van CBS, Primos en provincie gingen uit van krimp maar dat kan nader bijgesteld worden. Zo mag er uitgegaan worden van minstens een stabilisatie rond de 24.500 inwoners.

Koopkrachtbinding

Het koopstromenonderzoek 2019 levert voor horeca in de gemeente de koopkrachtbinding: van de bestedingen door de eigen inwoners komt 67% terecht in het lokale aanbod Café / terras, bij restaurant / eetcafé is dat 51%. Voor fastservice is dat niet bekend maar die zal substantieel hoger liggen: dergelijke consumpties worden voornamelijk lokaal besteed. Daarbij wordt uitgegaan van 90%. De totale binding in de horeca komt dan op 66%.

Sinds 2019 heeft de horeca in Haaksbergen zich verder ontwikkeld. De actuele binding wordt bekend na het koopstromenonderzoek 2023.

De binding kan worden vergroot door het horecaplein te versterken. De inwoners uit de eigen gemeente zullen dan eerder de keuze maken om in Haaksbergen uit te gaan eten, iets te drinken of elkaar te ontmoeten. Een voorbeeld is Oldenzaal (iets groter met 32.000 inwoners). Zij behaalt met o.a. haar horecaplein een binding van 76% voor Café / terras en 65% voor restaurant / eetcafé. Per saldo ligt de binding daar op 75%. Ook andere middelgrote kernen met een sterker horeca-aanbod hebben een hogere binding dan Haaksbergen: Rijssen (29.000 inwoners) met 64% (Restaurant) en 77% (Café), en Nijverdal (71% Café). Met een sterker horeca-aanbod moet Haaksbergen minstens 70-75% binding kunnen behalen.

Toevloeiing

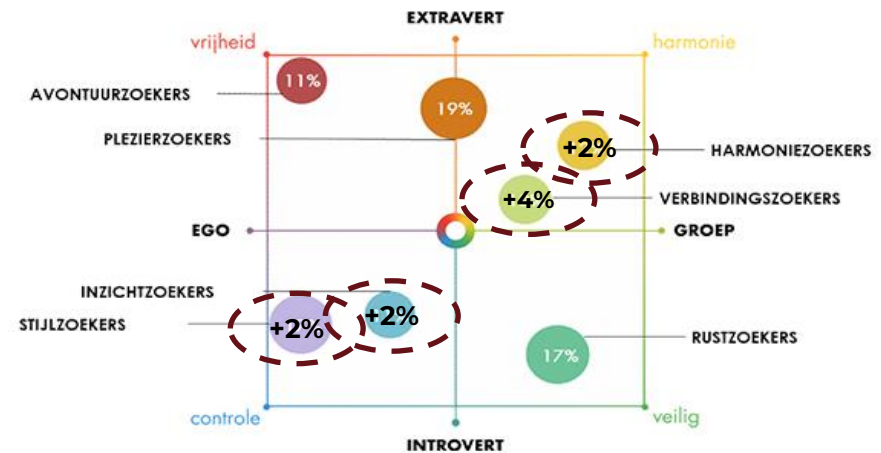
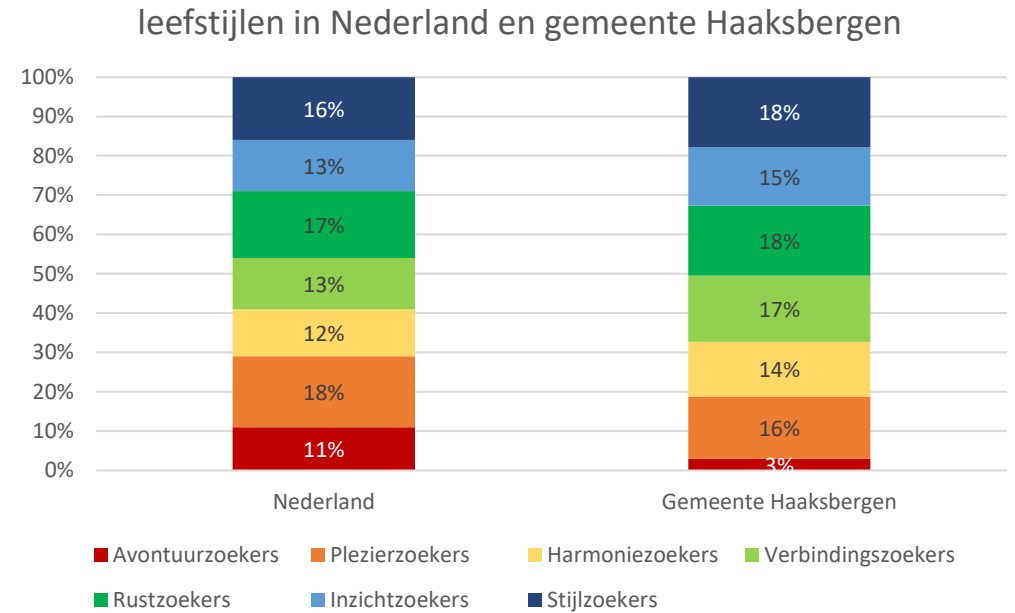
Bij I&O Research zijn de toevloeiingscijfers van 2019 opgevraagd voor de gemeente Haaksbergen. Deze bedragen bij Café / terras 18% en Restaurant / eetcafé 30%. Bij fastservice wordt uitgegaan van max 10%. Per saldo ligt de toevloeiing in de totale horeca op 20%. Toevloeiing is mede te danken aan meerdere verblijfsaccommodaties waaronder hotels en campings. De horeca profiteert hiervan. Dat geldt ook voor Duitse klanten die Haaksbergen weten te vinden. De totale toevloeiing is afkomstig van bezoekers van buiten de gemeente waaronder dus toeristen en Duitse klanten. Naar de toekomst wordt die 20% gelijk gehouden.

VERZORGINGSGEBIED

Niet alleen het aantal inwoners, regiobezoekers, toeristen en Duitsers is van belang. Voor de horeca is het ook relevant om rekening te houden met de lokale leefstijlen. Het horeca-aanbod kan daarop inspelen. In Haaksbergen zijn de Verbindingszoekers dominanter aanwezig dan landelijk (+4%), gevolgd door Harmoniezoekers, Inzichtzoekers en Stijlzoekers (allen +2%). Dat betekent dat de kwadranten linksonder en rechtsboven zijn oververtegenwoordigd. Op de volgende sheet zijn dat de blauwe en gele kwadranten, de rode en groene kwadranten zijn iets ondervertegenwoordigd.

De horeca kan zich richten op levensstijlen waarbij 'gezellig en samen (geel)' en 'eigentijds en stijlvol (blauw)' een belangrijke rol spelen. Dit zijn accentverschillen. De horeca zal ook op de behoeften van andere levensstijlen willen inspelen.

Op de volgende sheet zijn de horecaprofielen weergegeven die aansluiten op de leefstijlen.



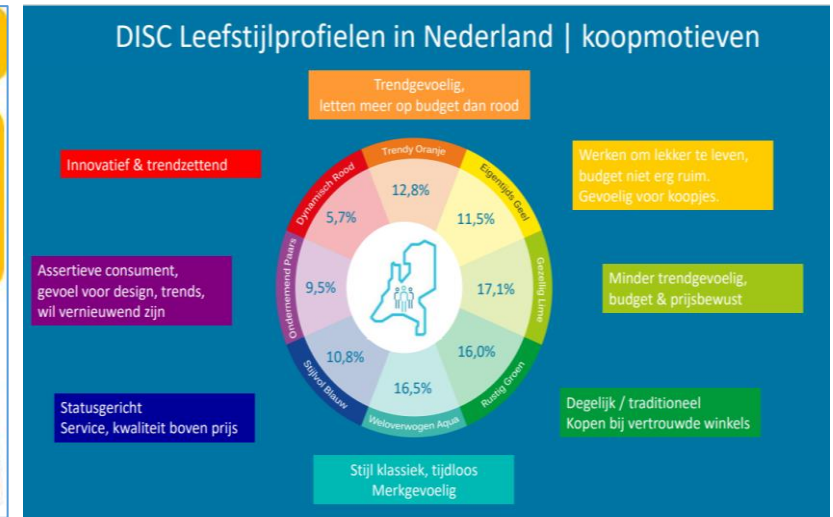
LEEFSTIJLEN HORECA

Horeca
Rood: eigenzinnig, anders dan anders, creatief

Wil nieuwe dingen uitproberen, trendy, gaat voor gezond maar soms ook voor gemak (hap onderweg). Interesse in streek- en seizoensproducten.

Horeca
Geel: gezelligheid, samen, vrolijk, voor iedereen

Gezellig staat voorop. Gaat graag met grotere groepen, er moet voor ieder wat wils zijn. Dus een ruime keus is ideaal.



Horeca
Blauw: stijlvol, exclusief, verwennen

Het moet goed zijn, luxe en stijlvol, exclusief en formeel. Gaat ook om verwennen.

Horeca
Groen: vertrouwd, niet te duur, toegankelijk

Gewoon, vertrouwd, informeel toegankelijk, niet te duur. De Hollandse pot of all you can eat spreekt hen aan. Veel voor weinig.



2.2 AANBOD

Centrum Haaksbergen

Het centrum van Haaksbergen bevat 23 horecabedrijven. De aantallen restaurants en fastservicebedrijven liggen op 10. Er is naar verhouding relatief veel fastservice. In totaal zijn er drie drank-bedrijven. Daarvan zijn er twee actief in Koffie & desserts.

Sector	Centraal	Ondersteunend	Verspreid	Totaal
Drank	3	0	1	4
Fastservice	10	1	5	16
Restaurant	10	1	13	24
Totaal	23	2	19	44

Het aantal horecabedrijven verandert als een vergelijking wordt gemaakt met eerdere jaren: 2020 en 2017. Per saldo is het aantal horecabedrijven iets gedaald vergeleken met 2017, anno 2020 was het aanbod tijdelijk groter: enkele café en restaurants zijn de laatste jaren gesloten, mogelijk vanwege de pandemie, huisvesting of uitgebleven investeringen. Als er nieuwe horecabedrijven bijkwamen lag de nadruk op verplaatsing en niet op toevoeging. De horecabedrijven op de Markt zijn daarvan voorbeelden.

De mutaties zijn exclusief blurring concepten die formeel tot detailhandel gerekend worden. Daar zijn beide Bakker Bart vestigingen voorbeelden van. Daghoreca zit ook wat meer langs de Spoorstraat, dat is de hoofdwinkelstraat van Haaksbergen-centrum.

	2017	2020	2023
Centraal	25	27	23
Ondersteunend	1	2	2
Verspreide bewinkeling	21	21	19
Totaal	47	50	44

Verspreid

In totaal heeft de gemeente Haaksbergen 44 horecagelegenheden. Opvallend is het ruime aanbod verspreide horeca. Er ligt momenteel bijna net zoveel horeca-aanbod buiten als in het centrum.

Meerdere horecabedrijven liggen aan de buitenrand van het centrum en die functioneren grotendeels autonoom. Dat is langs de Eibergsestraat, Blankenburgerstraat en Blankenburg. Een kleine subconcentratie ligt in Groot Schotenhagen nabij Optisport zwembad de Wilder en andere sportclubs. In deze omgeving is hotel- en campingaanbod te vinden met horecagelegenheden in de buurt. Daarnaast beschikken sommige verblijfslocaties over een restaurant.

Haaksbergen grenst aan Duitsland. Pal aan de grens ligt Ter Huurne Hollandmarkt. Dit concept bevat naast een supermarkt en tankstation een restaurant waar veel Duitsers komen. In het buitengebied van Haaksbergen ligt ook een aantal horecabedrijven waaronder een eetcafé/ fastservice / zalencentrum in Sint Isidorushoeve.

2.3 BENCHMARK

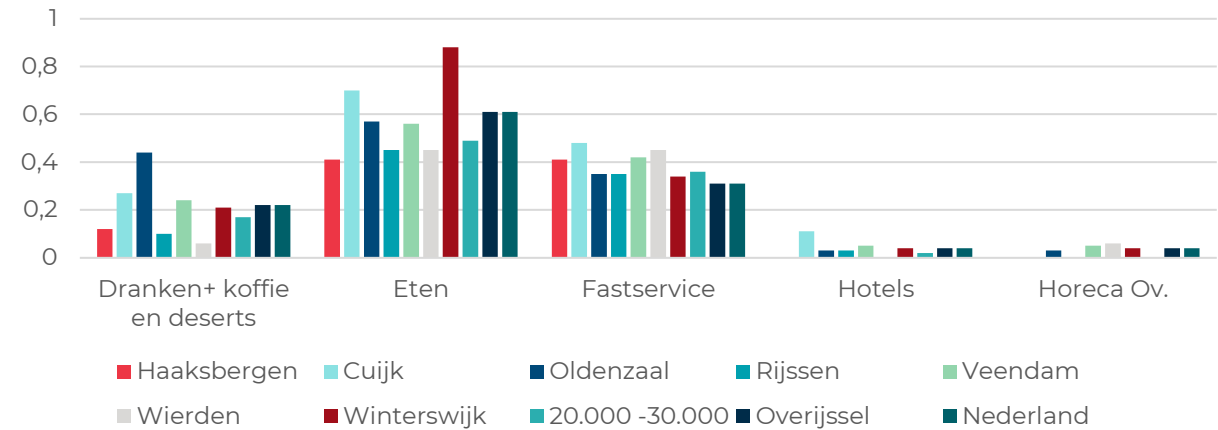
Op basis van de horeca-hoofdbranches van Locatus is een benchmark-analyse uitgevoerd op centrum -en woonplaatsniveau. Er is gekeken naar het aantal verkooppunten (bedrijven) per 1.000 inwoners, verdeeld naar de Locatus hoofdbranches (de branche Koffie en desserts is aan de branche Dranken toegevoegd).

In de benchmark is Haaksbergen vergeleken met vergelijkbare centrumgebieden in Overijssel en elders in het land. Daarnaast is ook het gemiddelde van kernen tussen 20.000-30.000 inwoners, Overijssel en Nederland vergeleken. De benchmark laat zien dat in Haaksbergen met name de hoofdbranches Dranken e.d. en Eten ondervertegenwoordigd zijn. Dit geeft een indicatie dat er ruimte is voor meer aanbod in deze branches. Het centrum van Haaksbergen bevat voldoende Fastservice. Het marktplein zou de locatie kunnen zijn om het horeca-aanbod te versterken.

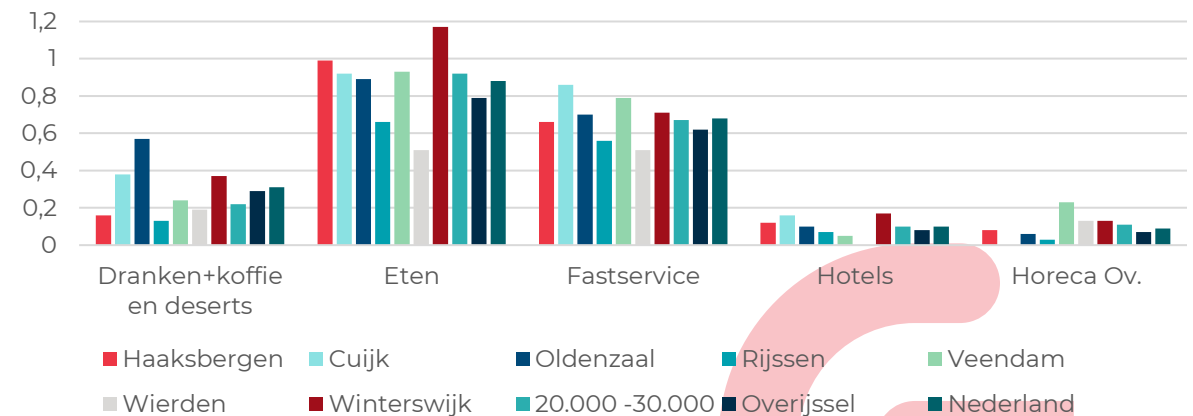
In de benchmark op woonplaatsniveau blijkt de hoofdbranche Eten beter vertegenwoordigd dan op centrumniveau. Ook in heel Haaksbergen is voldoende Fastservice-aanbod aanwezig, Drank blijft wederom ondervertegenwoordigd.

Zo blijkt op centrum- en woonplaatsniveau een tekort in de Dranken-sector. Bij 'Eten' zou wat meer de nadruk liggen op concentratie van aanbod. Mix-concepten van drinken en eten kunnen hierin prima voorzien.

Benchmark centrumgebieden: VKP per 1000 inwoners



Benchmark woonplaatsen: VKP per 1000 inwoners



2.4 TRENDS EN ONTWIKKELINGEN

De horecasector is dynamisch. Belangrijk is dat ondernemers inspelen op de veranderende wensen. Stilstand is achteruitgang. Praktijkervaringen leren dat horecaondernemers om de 5-10 jaar hun concept vernieuwen. In deze paragraaf is een aantal horecatrends beschreven, inclusief de hotels.

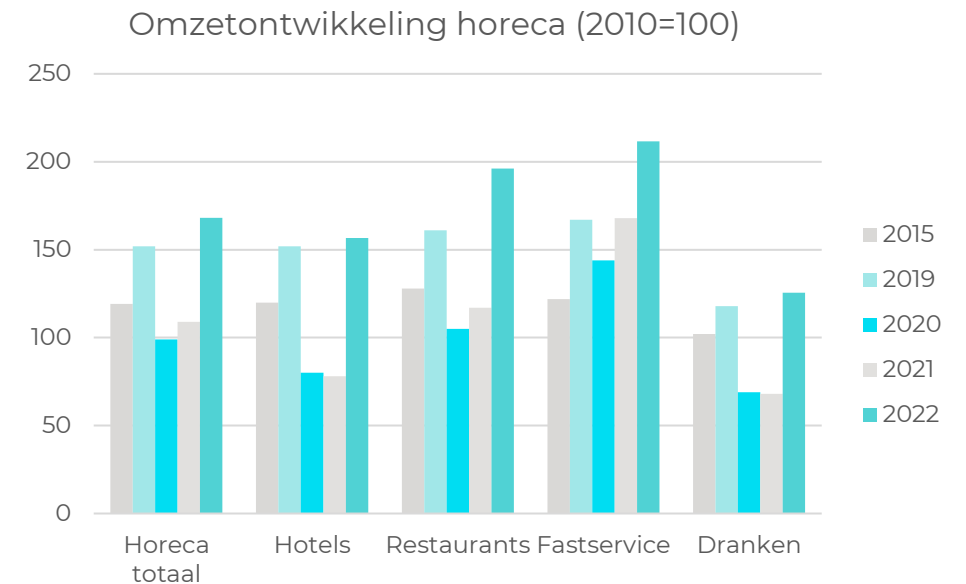
Kwantitatief ter introductie

In het decennium 2010-2019 is de horecaomzet met 50% gegroeid.

Restaurants en Fastservice groeiden nog harder, alleen Dranken groeide slechts 20%, mede dankzij het veranderde uitgaansgedrag (groei festivals, afname discobezoek e.d.) Door de pandemie heeft de horeca in 2020 en 2021 een moeilijke periode doorgemaakt. Sommige trends kwamen in een versnelling. Zo is online sterk gegroeid met afhalen en bezorgen, daarvan wist Fastservice het meest te profiteren. Haar omzet lag in 2021 op het niveau van 2019, terwijl Dranken nog -40% scoorde en Restaurants -25%.

In 2022 was het omzetsniveau van 2019 hersteld. Omdat de horeca twee jaar deels 'op slot' zat heeft 2022 ook te maken met uitgesteld consumptiegedrag. De omzetverwachting is dat 2023 het jaar 2022 gaat overtreffen maar de rendementen groeien niet navenant mee. Die staan deels onder druk. Het toekomstperspectief is onzeker door opgebouwde schulden, vervallen steunpakketten, personeelstekorten en stijgende inflatie en (grondstof)-kosten. Ondanks de pandemie is het aantal horecabedrijven tot 2022 blijven doorgroeien. In de loop van 2022 trad een correctie op met een kleine daling.

Landelijke omzettrends zie je terug in het aanbod per sector. De ontwikkeling van het aantal bedrijven is zichtbaar vanaf 2015, de vierkante



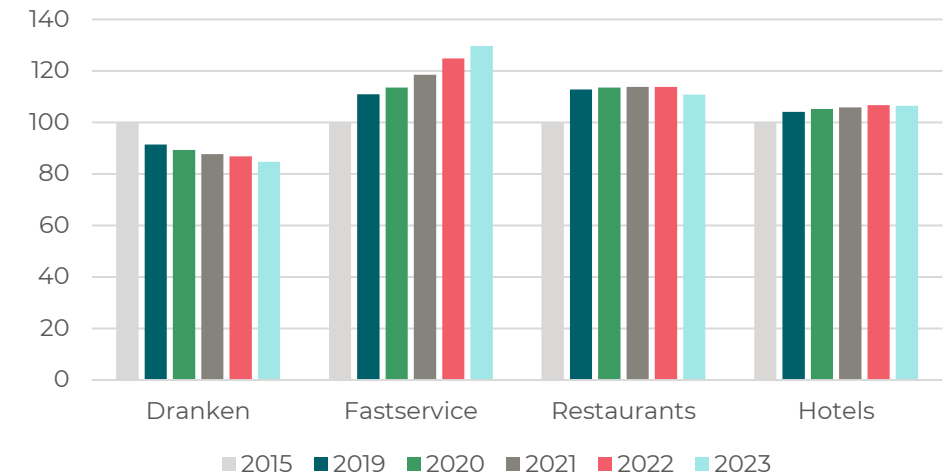
meters zijn vanaf 2018 bijgehouden. De groei doet zich met name voor in het aantal Fastservice-bedrijven, gevolgd door het aantal Restaurants en Hotels. In vierkante meters is Restaurants sterk gegroeid tot 2023. Daling doet zich voor in het aantal Drankenbedrijven. Dat zijn met name Cafés. Ook hierbij zijn de vierkante meters minder gedaald. De ontwikkeling van de vierkante meters ten opzichte van bedrijven laat zien dat bij Restaurants en Dranken sprake is van schaalvergroting binnen de sector.

Bovenstaand zijn de algemene marktontwikkelingen. Uiteraard zijn er lokaal/regionaal grote verschillen. Het internationale toerisme is later op gang gekomen dan het binnenlandse toerisme. Herstel van de zakelijke klandizie duurt langer. Voor gemeenten en gebieden waar de nadruk ligt op lokaal en regionaal bezoek is de vraagterugval minder groot geweest en inmiddels weer hersteld. Haaksbergen zal ook geprofiteerd hebben van het groeiende binnenlands toerisme maar daar is het aantal horecabedrijven niet toegenomen maar juist afgenomen. Haar horeca-aanbod zal nu profiteren van het omzetherstel. Haar perspectief zal sterk afhankelijk zijn van ondernemerschap, locatie en onderlinge synergie.

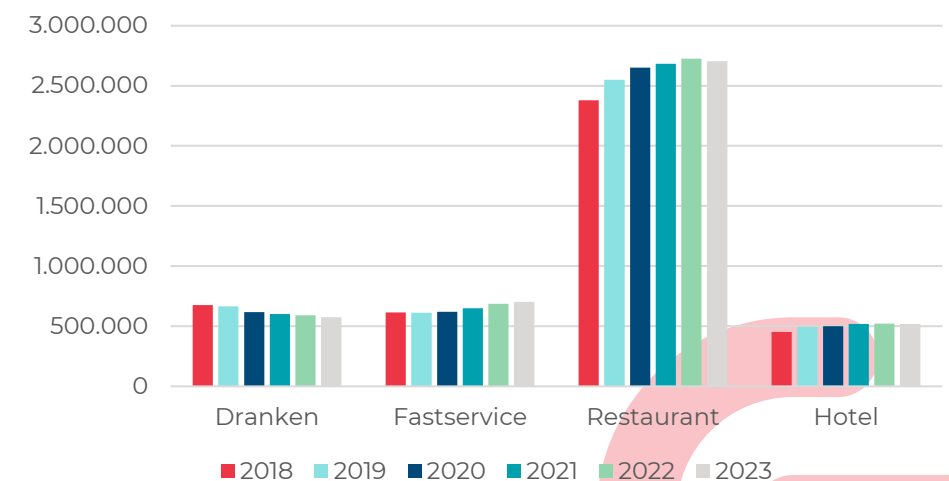
Kwalitatief ter introductie

Voor de kwalitatieve trends is het van belang om breder te kijken dan alleen horeca, binnen het spectrum van het totale eet- en drinkgedrag van de consument. Horeca maakt deel uit van het 'out-of-home-kanaal' maar de relatie met 'at-home' via (online) bestelgedrag groeit. De consumenten- en zakelijke markt vervlechten in het totale food-kanaal, en directe consumptie kan tegenwoordig bijna overal: onderweg, op het werk, op een vrije tijdsbestemming, tijdens een evenement etc. Enkele kwalitatieve sheets staan in de bijlage beschreven.

aantal bedrijven per sector (2015=100)



m2 wvo per sector: vanaf 2018



3

Behoefte aan horeca en advies

We gaan in op de kwantitatieve mogelijkheden voor nieuwe horeca en op het advies.



3.1 MOGELIJKHEDEN VOOR HORECA

De horecasector is de afgelopen jaren een groeisector gebleken. Het aantal horecabedrijven is in Nederland gegroeid, maar ook de omzet neemt jaarlijks toe en is in de periode 2010-2019 met 50% gegroeid. De gevolgen van de pandemie waren echter groot en dat heeft effect gehad op de omzet in 2020 en 2021. Alleen Fastservice is blijven groeien. In 2022 is de omzet grotendeels hersteld en die groei zet in 2023 door. Het horeca-aanbod in Haaksbergen is niet met de marktontwikkelingen meegegroeid.

Ginder houdt de cijfers bij over de landelijke CBS-bestedingen per hoofd en de omzet per bedrijf, verdeeld naar sectoren Drank, Restaurant en Fastservice. Die cijfers zijn door te vertalen naar Haaksbergen. Via de distributieve verkenningen in bijgaande figuur is berekend wat de marktruimte is voor toevoeging van horecabedrijven. Bij 66% binding en 20% toevloeiing komt de omzetpotentie op € 25 miljoen. Deze potentie komt goed overeen met de omzetclaim van de bestaande horecabedrijven. Het aanbod in Haaksbergen is in evenwicht met de potentie.

Vervolgens is het belangrijk om de kansen in de toekomst te verkennen. Als net in andere plaatsen de horeca op het marktplein wordt versterkt dan zal daarvan een positief effect uitgaan op het centrum van Haaksbergen. Keuze en synergie worden immers groter. In een scenario met een beter horeca-aanbod (Oldenzaal, Rijssen, Nijverdal) ontstaat er ruimte voor een iets hogere binding. Uit de distributieve verkenning anno 2030 ontstaat een dusdanige omzetpotentie dat er marktruimte ontstaat voor vier extra horecabedrijven. Over de periode van zeven jaar zou de

horeca dus geleidelijk kunnen groeien. De 735 m2 bvo in het plan van de ontwikkelaar en omwonenden zal hierin zeker kunnen voorzien.

	2023	2030
Aantal bedrijven	44	44
Omzet per bedrijf 2022	€ 576.350	€ 576.350
Omzetclaim	€ 25.360.000	€ 25.360.000
Draagvlak inwoners 2023	24.500	24.500
Besteding per hoofd 2022	€ 1.235	€ 1.235
Bestedingspotentie	€ 30.257.500	€ 30.257.500
Binding	66%	70-75%
Lokaal gebonden omzetpotentie	€ 20.010.620	€ 21.936.688
Toevloeiing	20%	20%
Omzetpotentie	€ 25.013.275	€ 27.420.859
Verschil potentie en claim	€ 346.725	€ 2.060.859
Aantal bedrijven	-1	4

3.2 ADVIES HORECA IN HET MARKTPLAN

Haaksbergen blijft achter wat betreft horeca-aanbod. Uit de benchmark blijkt dat met name het aanbod in de hoofdbranches Drank en Eten achterblijft in vergelijking met soortgelijke centrumgebieden of woonplaatsen. Ondanks de landelijke groei in horeca-omzet en bedrijven is het aanbod in Haaksbergen anno 2023 kleiner dan in 2020 en 2017. Haaksbergen bevat in totaal 44 horeca zaken, daarvan ligt bijna de helft buiten het centrum.

Kijkend naar de actualiteit is het voor een centrum belangrijk dat ze over een ruim en gevarieerd horeca-aanbod beschikt. Horeca draagt bij aan de transitie van 'place to buy' naar 'place to be'. Centrumgebieden veranderen de laatste jaren van winkelgebieden naar gebieden met winkels, horeca, wonen en werken, ondersteund door diverse activiteiten. Centra worden bezocht om iets te ervaren en daarvoor is horeca erg belangrijk. Daarnaast heeft horeca grote invloed op het functioneren van een centrumgebied vanwege combinatiebezoek. Winkels kunnen niet zonder horeca en andersom kan horeca ook niet zonder winkels.

De terrassencultuur is booming in Nederland. Niet alleen in de zomer zijn de terrassen goed bezet maar ook in de winter zoeken mensen terrassen op. Het zijn plekken voor ontmoeting en verblijf. Ook de inwoners van Haaksbergen zullen daar langzamerhand gevoelig voor blijken. Met een aantrekkelijk aanbod en verblijfsplein wordt dat gestimuleerd. Kijkend naar het aanbod dat op de Markt wordt geboden, is het opvallend dat er maar twee bedrijven zijn voor middag- en avondbezoek: Grand Cafe Centraal en Kornuiten. De Viszaak / ijssalon en Bakker Bart spelen met name in op dagbezoek en de twee restaurants El Charro en Sirtaki op het avondbezoek. Per dagdeel is het horeca-aanbod relatief beperkt. Nieuwe nachthoreca zal niet zo snel haalbaar zijn omdat het uitgaansleven sterk is veranderd. En dat sluit minder goed aan op het woonklimaat in het centrum.

De Viszaak / ijssalon ligt op de Markt maar op een afgelegen locatie van de overige horeca aan het plein. Paaltjes splitsen het plein in tweeën waardoor het zuidelijk deel van de Markt geen geheel vormt met het plein voor de kerk.

Een cluster van horeca zal de levendigheid van het plein bevorderen en daarom is het belangrijk om er één horeca plein van te maken. Het plein mag gezellig.

Naast het aanbod blijven de koopstromen nu achter, met name in de binding van de eigen inwoners. Met voorbeelden als Oldenzaal, Rijssen en Nijverdal is te zien dat een uitgebreider en meer geconcentreerd horeca-aanbod ervoor zorgt dat de binding hoger wordt. Mensen blijven dan liever in Haaksbergen eten of een drankje nemen, op een gezellig plein met terrassen, met een ruime keuze en diverse activiteiten. Het Gat in de Markt kan zo worden opgevuld en zal bijdragen aan de ambitie om de Markt te ontwikkelen tot de huiskamer van Haaksbergen. Dat zal ook kunnen aansluiten op de ambities in het beleidskader. Horeca kan de reeks aan evenementen op de Markt verder uitbreiden met eigen activiteiten, proeverijen, optredens e.d., goed ingepast in haar omgeving.

In de deskundigennotitie van januari 2023 waren al ideeën geopperd zoals een bistro, proeflokaal, brouwerij / biercafé, cocktail-/wijnbar, Grand Café, land-specifieke horeca (Gezellig / samen en Eigentijds / stijlvol / verwennen, passend bij de leefstijlen), of een trendy restaurant (shared dining). Dit hoeft geen nieuwe horeca te zijn. Een lokale ondernemer zou ook kunnen verplaatsen, bijvoorbeeld vanaf de buitenrand van het centrum. Een aandachtspunt zijn dan passende huisvestingslasten zodat de ondernemer zijn concept ook kan vernieuwen en geleidelijk kan ontwikkelen. Zo kan er ook ingespeeld worden op de kwalitatieve trends in de bijlage.

4

Bijlage Kwalitatieve trends

Als aanvulling op de kwantitatieve trends (hoofdstuk 2) gaan we in op enkele kwalitatieve trends in de horeca





Terrassencultuur

De terrassencultuur is enorm gegroeid in Nederland. Niet alleen in de zomer zitten de terrassen vol, maar ook in de winter zoeken mensen de terrassen op. De terrassen zijn nu zo geliefd dat de buitentemperatuur er steeds minder toe doet.

Woonplaatsen en centrumgebieden moeten in hun inrichting rekening houden met aantrekkelijke verblijfsplekken voor horeca en terrassen: geclusterd en verspreid, als plek voor ontmoeting en waar iets te doen is.

All day concepten

De opkomst van plekken waar je ieder moment van de dag heen kunt. Voor ontbijt, lunch, borrel en avondeten. Ontbijt- en lunchconcepten of zaken waarbij de ontbijt/lunch kaart de gehele dag te bestellen is komen op. Eetmomenten liggen minder vast en gasten willen de hele dag kunnen bestellen.

All day concepten bevorderen de levendigheid van centrumgebieden



Online platforms

De opkomst van online platformen zoals Thuisbezorgd.nl zorgt voor een nieuwe soort concurrentie in de horecasector. Tegelijkertijd is dit ook een kans voor horecabedrijven om op een andere manier omzet te genereren. Zeker ook voor bedrijven met beperkte tafelruimte kan het een extra vorm van inkomsten zijn.

Ook in centrumgebieden is deze trend zichtbaar. Veel fastservice-bedrijven en restaurants werken samen met online platformen.



Tijdelijkheid

Het aantal pop up en tijdelijke horeca gelegenheden groeit. Denk hierbij aan foodtrucks en . Dit speelt in op de behoefte aan nieuwe en bijzondere ervaringen, of is een middel om leegstand in te vullen.

Met flexibele concepten hebben horecabedrijven de mogelijkheid om zich te profileren tijdens festivals en andere evenementen. Dat kunnen ook gezamenlijke evenementen van de horeca zelf zijn.

Gezondheid

De gast is veel bewuster bezig met gezondheid. Er wordt vaker buitenhuis gegeten. Er is dan meer behoefte aan gezonde opties, denk aan saladebars of pokebowl-concepten. Tegelijk zijn er ook horecavormen waar gezondheid een aandachtspunt vormt, zoals bijvoorbeeld fastfoodconcepten of shishalounges.

Gezondheid biedt horeca de mogelijkheid om nieuwe concepten te ontwikkelen en zo in te spelen op de veranderende behoeften.



Jessie en Nicky Kroon

HET ZERO WASTE PROJECT

EEN LEUKER LEVEN MET MINDER PLASTIC



Duurzaamheid

Duurzaamheid staat ook in de horeca steeds meer centraal. De opkomst van horecabedrijven met no waste concepten speelt hier bijvoorbeeld op in. Daarnaast is er steeds meer horeca die werkt met lokale producten of met plantaardige en vegetarische producten.

Aandacht voor duurzaamheid vergroot het draagvlak bij de klant om gebruik te maken van de horeca.

Branchevervaging

Branchegrenzen vervagen (blurring) door het combineren van zaken om het maximale eruit proberen te halen. Bijvoorbeeld de combinatie tussen winkelen en horeca. Blurring biedt kansen voor bijv. nieuwe/spannende formules, en bijzondere beleving, maar vraagt ook om duidelijkheid (wat kan en wat mag gezien wet- en regelgeving).

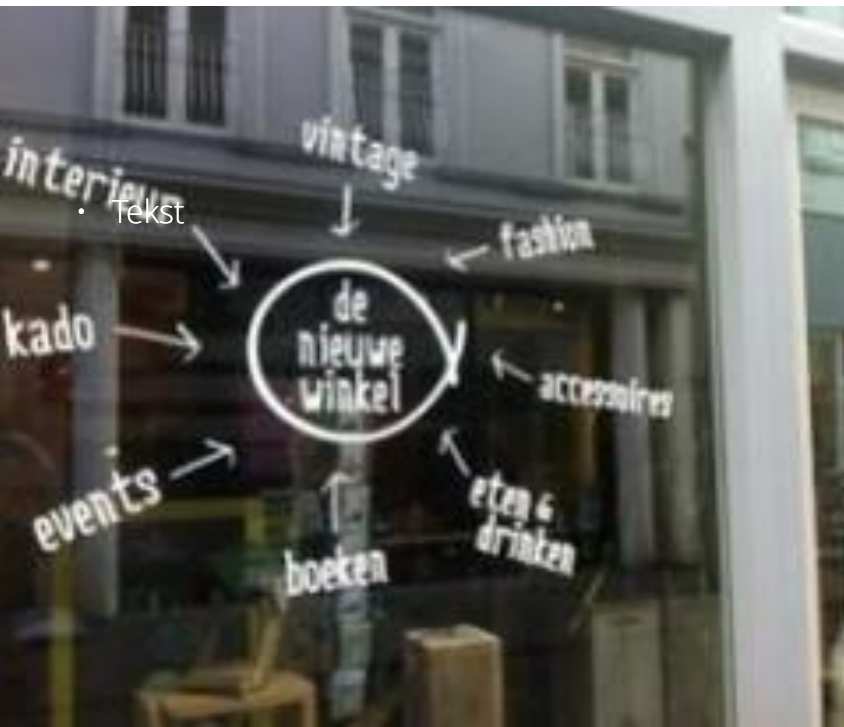
Een horecabedrijf waar consumptie ter plekke of aankoop van producten voor thuis. Of een kledingwinkel of kapper die ook een drankje aanbiedt.



Kwalitatieve beleving

Zodra er een verhaal wordt toegevoegd binnen een concept maakt dit het unieker en leuker om te ervaren. Dit komt voort uit de belevingseconomie en hang naar authenticiteit. Daarbinnen speelt merkbeleving een belangrijke rol, met ook grootschalige efficiënte formulezaken, soms buitenlandse formules, met een herkenbaar product voor een scherpe prijs.

Via samenwerking kan horeca inspelen op het lokale DNA en op bijzondere producten.



Gemak

Door drukte en haast is gemak een pré. Overal is horeca te vinden. Ook flexwerken neemt toe: het mengen van functies en het combineren van werken of studeren met horeca. Dit vraagt om veel wifi spots en mogelijkheden om te ontmoeten, formeel en informeel. Dit komt voort uit de stressvolle maatschappij, technologische ontwikkelingen en de behoefte om samen te zijn (ontmoeten en delen).

Deze trend is te zien op 'traffic' locaties in en bij stations, in stadscentra of langs snelwegen.





Dit rapport is met uiterste zorgvuldigheid tot stand gekomen op basis van deskundig onderzoek. Onderhavig rapport bevat een weergave en interpretatie van (delen van de) onderzoeksresultaten. Het is anderen toegestaan om (delen van) het rapport en gehanteerde methodieken en modellen te kopiëren, distribueren, vertonen, op te voeren zolang Ginder als maker van het werk wordt vermeld en het werk niet commercieel wordt gebruikt.

GINDER
Brugstraat 1a
5211 VS 's-Hertogenbosch
T: 088 210 02 00
E: info@wijzijnginder.nl
I: wijzijnginder.nl

