Horeca-ontwikkel perspectief

Gemeente Wassenaar

11-02-2020

Horeca maatwerk

Inhoudsopgave

1 Inleiding 4

1.1 Achtergrond en vraagstelling 4

1.2 Werkwijze 4

1.3 Opzet van het rapport 4

2 AANBODANALYSE 5

2.1 Inleiding 5

2.2 Horeca in Wassenaar in perspectief 5

2.3 Horeca in het centrum (winkelgebied en havengebied) 9

2.4 Horeca in overig Wassenaar 10

2.5 Horeca in de regio 11

2.6 Trends en ontwikkelingen 12

3 Vraaganalyse, trends, marktruimte en swot 14

3.1 Inleiding 14

3.2 Bevolking en ontwikkeling 14

3.3 Doelgroepen regionaal en bovenregionaal 17

3.4 Landelijke trends en ontwikkelingen 18

3.5 Uitkomst enquête onder inwoners 20

3.6 Indicatie uitbreidingsruimte horeca Wassenaar 20

3.7 SWOT analyse 21

4 Wet- en regelgeving lokaal 23

5 Ontwikkelperspectief horeca 25

5.1 Inleiding 25

5.2 Conclusies analyse horecagemeente Wassenaar 25

5.3 Algemene uitgangspunten Horeca Ontwikkelperspectief 26

5.4 Ontwikkelperspectief per thema 27

6 Aanzet uitwerking horecaontwikkel-perspectief 29

6.1 Introductie accentgebieden 29

6.2 Accentgebieden in Wassenaar 31

6.3 Ontwikkelperspectief naar accentgebied 32

6.4 Relatie ontwikkelperspectief met belangrijkste beleidsvelden gemeente 36

6.5 Instrumentarium 37

6.5.1 Ruimtelijk juridisch kader (bestemmingsplan en horecacategorisering) 37

6.5.2 Beleids- en spelregels 40

6.5.3 Faciliteren 41

6.5.4 Ondernemers zelf 42

7 Bijlage 43

Definities en brancheafbakening 43

DISCLAIMER

De in deze publicatie vermelde gegevens zijn ontleend aan door Horeca Maatwerk B.V. betrouwbaar geachte bronnen en publiekelijk bekende informatie. Voor de juistheid en volledigheid van de genoemde feiten, gegevens, meningen, verwachtingen en uitkomsten daarvan kan Horeca Maatwerk B.V. niet instaan. Hoewel de grootst mogelijke zorgvuldigheid is betracht bij het tot stand komen van de huidige rapportage, bestaat de mogelijkheid dat na verloop van de tijd de vermelde informatie verouderd of niet (meer) juist is. Horeca Maatwerk B.V. aanvaardt geen enkele aansprakelijkheid voor de gevolgen van het gebruik maken van informatie opgenomen in deze publicatie. Deze disclaimer wordt geacht door u aanvaard te zijn door het kennis nemen van informatie uit de huidige publicatie en/of het aanvaarden van onze algemene voorwaarden.

1 Inleiding

1.1 Achtergrond en vraagstelling

De gemeente Wassenaar beschikt over een ruim en gevarieerd horeca-aanbod, zowel in het centrum zelf als in de rest van de gemeente. Aangezien de horecafunctie een belangrijke bijdrage levert voor de attractiviteit van Wassenaar voor zowel inwoners zelf als dag- en verblijfstoeristen, wenst de gemeente graag actueel inzicht in het functioneren van de horeca en mogelijkheden om het aanbod en functioneren hiervan te versterken.

Dit inzicht is belangrijk om enerzijds als gemeente mede sturing te kunnen geven aan de gewenste ontwikkeling van het horecabestand en anderzijds noodzakelijk om nieuwe initiatieven beter te kunnen afwegen. De behoefte bestaat aan inzicht op het niveau van geheel Wassenaar, voor twee gebieden is om bijzondere aandacht gevraagd; te weten het Centrum winkelgebied en Centrum havengebied.

Dit rapport sluit aan op enkele recent uitgevoerde onderzoeken en beleidsstukken. Het betreft in het bijzonder de Centrumvisie, Beeldkwaliteitsplan Centrum Wassenaar, (voorlopig) Ontwerp openbare ruimte Dorpshaven en de structuurvisie 2025 'landgoed aan zee'. Het Horeca-ontwikkelperspectief dat in het huidige rapport onderbouwd en toegelicht wordt dient ter input van het lokale horecabeleid voor de komende jaren alsmede de door de gemeente Wassenaar op te stellen Omgevingsvisie.

1.2 Werkwijze

De horeca in de gemeente is uitgebreid verkend, middels bureauanalyse en bezoeken ter plekke. Daarnaast werden diverse partijen betrokken bij de totstandkoming van het horeca-ontwikkelperspectief.

Zo is een projectgroep gevormd waarin vertegenwoordigers van de gemeente, Centrummanagement en horecaondernemers, alsmede de lokale KHN vereniging deelnamen. Aanvullend hebben veel individuele gesprekken plaatsgevonden met horecaondernemers en is aan inwoners van Wassenaar middels een online enquête naar hun mening over de horeca in Wassenaar gevraagd.

Bij de verschillende gesprekken stonden het functioneren, de knelpunten en ontwikkelingskansen voor de horecasector centraal, zowel in het algemeen als in de twee centrumgebieden. Deze input is zo goed mogelijk verwerkt in het horeca-ontwikkelperspectief, rekening houdende met de reeds aanwezige randvoorwaarden (de uitkomsten van recente onderzoeken en beleidsstukken).

1.3 Opzet van het rapport

In het door de bureaus BRO en Horeca Maatwerk gezamenlijk uitgewerkte rapport voor horeca-ontwikkelperspectief komen de volgende onderdelen aan de orde:

- Aanbodanalyse (hoofdstuk 2);
- Vraag analyse, trends, marktruimte en SWOT (hoofdstuk 3);
- Wet- en regelgeving (hoofdstuk 4);
- Ontwikkelperspectief horeca Wassenaar (hoofdstuk 5);
- Ontwikkelperspectief naar accentgebieden en instrumentarium (hoofdstuk 6).
  In een separaat document is een samenvatting van het huidige rapport uitgewerkt en zijn de belangrijkste aanbevelingen opgenomen.

2 AANBODANALYSE

2.1 Inleiding

We starten met het in beeld brengen van het huidige horeca-aanbod in de gemeente Wassenaar. Allereerst wordt ingegaan op de horeca in de totale gemeente. Vervolgens wordt specifiek ingezoomd op het aanbod en het functioneren daarvan in het centrum en elders in Wassenaar. We sluiten af met een schets van de belangrijkste ontwikkelingen (landelijk) van de trends en ontwikkelingen zoals die zich aan de aanbodzijde van de markt voordoen.

Spreken over dé horeca in Wassenaar is welhaast onmogelijk, daarvoor is het aanbod te divers en is sprake van een rijke variëteit qua type locaties (zoals het centrum, strand, Duinrell). We onderscheiden voor Wassenaar de volgende gebieden[1][2]:

- Centrum Winkelgebied (o.a. Langstraat, Van Hogendorpstraat, Luifelbaan, Plein e.o.)
- Centrum Havengebied (Oostdorperweg tot aan Bloemluststraat en westelijk deel van de Hofcampweg)
- Strand (alle horeca aan het strand en in het duingebied)
- Duinrell (alle horeca behorende tot attractiepark en camping Duinrell)
- Verspreide locaties (alle overige locaties)

2.2 Horeca in Wassenaar in perspectief

Aantallen en ontwikkeling horeca in de gemeente

Wassenaar beschikt over 76 horecabedrijven, verdeeld over vier sectoren.

Tabel 3.1: aantal horecabedrijven gemeente Wassenaar 1998-2018

	1998	*2003*	*2008*	*2013*	*2018*
Drankensector	37	35	41	33	27
Fastservicesector	11	12	18	20	23
Restaurantsector	15	14	15	21	21
Hotelsector	4	4	4	6	5
Totaal	67	65	78	80	76

bron: HorecaDNA, CBS

[1] Deze stemmen niet volledig overeen met de accentgebieden zoals die uitgewerkt worden in het huidige document.

[2] De aanbodcijfers zijn (tenzij anders vermeld) afkomstig van HorecaDNA, die het databestand heeft overgenomen van het voormalige Bedrijfschap Horeca en Catering. Deze cijfers zijn mede afkomstig van het CBS en worden door veel onderzoeksbureaus gehanteerd vanwege hun actualiteit en eenduidigheid. Voor dit onderzoek zijn voor Wassenaar de meest actuele gegevens opgevraagd. Voor elke gemeente in Nederland is het bestand op dezelfde wijze opgezet. Voor de gehanteerde definities en brancheafbakeningen van HorecaDNA verwijzen we naar de **bijlage (hoofdstuk 7)**.

Het aantal horecazaken is sterk toegenomen tussen 2003 en 2008. De helft van de groei bestond in die periode uit lunchrooms. Deze stijging is waarschijnlijk het gevolg geweest van een verruiming van de bestemmingsplanmogelijkheden voor de vestiging van horecabedrijven in het centrum winkelgebied.

De stijging van het aantal restaurantbedrijven en daling van de drankverstrekkende bedrijven verloopt sterker dan in Nederland als totaal. Een deel van de verklaring voor deze veranderingen is het toevoegen door cafés van een eetfunctie, waardoor zij 'opgeschoven' zijn naar de restaurantsector.

Per saldo is het aanbod van horecabedrijven in Wassenaar met 13% toegenomen in de periode 1998-2013. In diezelfde periode bedroeg de stijging in Nederland 8%. Dit gegeven is opmerkelijk wanneer dit gecombineerd wordt met de bevolkingsontwikkeling (zie paragraaf 4.2). Daar waar in Wassenaar in 20 jaar tijd de bevolking per saldo stabiel is gebleven, is in Nederland sprake geweest van een groei van 10%.

Ruim horeca-aanbod

Ten opzichte van het landelijke gemiddelde beschikt de gemeente Wassenaar qua omvang over een uitgebreid horeca-aanbod. Per 10.000 inwoners zijn er 29,2 horecazaken beschikbaar t.o.v. 26,2 zaken gemiddeld in Nederland. Deze oververtegenwoordiging geldt voor alle sectoren behalve de hotelsector. Voor een belangrijk deel zal dit komen door de belangrijke toeristisch-recreatieve functie van Wassenaar (zie ook par. 4.3). We benadrukken overigens dat aantallen niet allesbepalend zijn voor de attractiviteit van de sector: kwaliteiten, presentatie, service en onderscheidend vermogen zijn in de horeca in wezen veel belangrijker.

Tabel 3.2: aantal horecabedrijven* gemeente Wassenaar naar sector

	Wassenaar	*Nederland*
Drankensector	10,4	9,8
Fastservicesector	8,8	7,4
Restaurantsector	8,1	6,9
Hotelsector	1,9	2,1
Totaal	29,1	26,2

bron: HorecaDNA, CBS * bedrijven per 10.000 inwoners

De horecazaken in de gemeente zijn in drie van de vier sectoren qua verkoopvloeroppervlak (bij hotels: aantal bedden) vrijwel exact even groot als landelijk. Opvallend is echter het aantal vierkante meters oppervlak van restaurantbedrijven, deze zijn gemiddeld 30% kleiner dan landelijk. Een duidelijke verklaring hiervoor ontbreekt.

Tabel 3.3: gemiddelde omvang horecabedrijven gemeente Wassenaar naar sector

	Wassenaar	*Nederland*
Drankensector *	236	232
Fastservicesector *	74	70
Restaurantsector *	119	169
Hotelsector **	82	78

bron: HorecaDNA, CBS * in vierkante meters publieksruimte ** in aantal bedden

Er zijn in de gemeente geen restaurants met een bekroning van Michelin. Dat behoefte ondanks het inkomensniveau niet direct verbazing, aangezien slechts 110 restaurants in Nederland over 1 of meerdere sterren beschikken. Wel opvallend is dat Wassenaar ook niet 1 restaurant telt met een Bib Gourmand vermelding ("uitzonderlijk eten tegen acceptabele prijs").

Overwegend goede kwaliteit…

De horeca in de gemeente Wassenaar kan in algemene zin worden omschreven als goed, gevarieerd en met een overwegend verzorgde uitstraling en een hoogwaardige presentatie. De bedrijven verkeren in het algemeen in een goede staat van onderhoud, zowel van binnen als buiten.

Mede vanwege het internationale karakter (expats) van haar inwoners telt Wassenaar relatief bezien veel restaurants met een buitenlandse keuken. Hierin valt wel het grote aantal pizzeria's/Italiaanse restaurants op. Echter, ook als het om andere landenoriëntaties qua keuken aangaat heeft Wassenaar een relatief bezien gevarieerd aanbod.

De horeca in Wassenaar is opvallend verspreid gevestigd. Concentratiegebieden zijn het Centrum Winkelgebied, Centrum Havengebied en het strand. Echter, juist buiten deze concentratiegebieden zijn de meeste horecaverkooppunten gevestigd.

… maar weinig beeldbepalende concepten en nieuwe horecaformules

Hoewel het bestaande aanbod van horeca overwegend goed inspeelt op de behoefte zijn er maar weinig echt bijzondere, onderscheidende concepten. Dergelijke 'iconische', vaak innovatieve zaken kunnen in praktijk veel extra bezoekers trekken, ook van buiten de gemeente. Ook de andere zaken in de stad profiteren daarvan. Innovatieve horecazaken onderscheiden zich bijvoorbeeld o.b.v. hun omvang, menukeuze, vormgeving/uitstraling, unieke productcombinaties, vestigingslocatie of (meervoudige) doelgroepen. Hoewel dit soort zaken zeker niet altijd succesvol zijn, kunnen ze het lokale horeca-aanbod wel verbreden en nieuwe doelgroepen aantrekken, passend bij het DNA van Wassenaar.

Een aantal willekeurige voorbeelden van innovatieve horecaconcepten staat hieronder vermeld, ter inspiratie voor Wassenaar.

- **Villa Augustus** (Dordrecht) => Unieke combinatie horeca, hotel, eigen moestuin en vergaderen. Gevestigd in een voormalige watertoren met pompgebouw; bijzondere architectuur.
- **Down Town Gourmet Market** Eindhoven=> 20 complementaire eet- en drinkgelegenheden samen in sfeervolle ruimte in binnenstad, deels met eigen outlet aan straatzijde. Groot en sfeervol gezamenlijk terras.
- **Foodhall Mout** (Hilversum) => Bijzondere combinatie van een stadsbrouwerij met restaurant, bar en een kleine foodcourt. Gevestigd in een monumentaal garagepand aan de rand van het centrum.
- **Bierfabriek** (3 steden) => Brouwerij met restaurant (beperkte kaart), self-service taptafels. Robuuste vormgeving en interieur. Ruim opgezet.
- **Radio Royaal** (Eindhoven) => Groot restaurant met een Frans-Duitse keuken in het voormalige energiehuis van Philips op Strijp-S, in opvallende industriële en robuuste entourage.
- **Brouwerij Jopenkerk** (Haarlem) => Grand Café, restaurant, proeverijen en zalenverhuur in een voormalige kerk. Het bier wordt ter plekke gebrouwen en geniet een toenemende naamsbekendheid.
- **Mr Mofongo** (Groningen) =>Kleurrijke cocktailbar met bijzondere vormgeving en spectaculaire, computergestuurde robotarm die de cocktails maakt. Tevens Rooftop Wine Bar & Greenhouse.
- **Zandfoort aan de Eem** (Amersfoort) => Horeca- en feestlocatie in Beach- en Loungesfeer, in sfeervol aangeklede industrieloods. Inclusief groot terras en strand met zicht op de Eem. Officiële trouwlocatie.
- **Vroeg** (Bunnik) => Combinatie ambachtelijke bakkerij, restaurant, vergaderzalen en verkoop streekproducten in een monumentale boerderij.
- **Restaurant Loopings** (wereldwijd) => Entertainment pur sang: elk gerecht wordt via een rollercoastersysteem, zichtbaar voor iedereen, naar de juiste tafel gebracht. Bestelling via touchscreens.
- **Eataly** (internationaal) => Trendsettende combinatie van verkoop, horeca (veelzijdig), voorlichting, bijeenkomsten en andere activiteiten rond thema 'Slow Food'. Hoogwaardige vormgeving.
- **Maatschappelijke concepten** => Zie paragraaf trends.

Ook in relatie tot verzorgingsfunctie ruime horecacapaciteit in Wassenaar

Ook ten opzichte van in diverse opzichten vergelijkbare plaatsen beschikt Wassenaar over een relatief grote horecacapaciteit (per 10.000 inwoners). De referentieplaatsen hebben een vergelijkbaar inwonertal en evenals Wassenaar een bovenmodaal inkomensniveau, een dorps karakter van het centrum (van de hoofdkern) en een toeristische functie. Daarbij liggen deze plaatsen relatief bezien dichtbij een grotere stad.

Tabel 3.4: aantal horecabedrijven naar sector in referentiegemeenten

	Heemstede	*Bergen NH*	*Oisterwijk*	*Voorschoten*	*Vught*	Wassenaar
Aantal inwoners	27.080	29.974	26.132	25.453	26.418	26.084
Horecazaken totaal	52	175	87	39	61	**76**
Drankensector	18	55	29	6	24	**27**
per 10.000 inwoners	6,6	18,3	11,1	2,4	9,1	10,4
Fastservicesector	16	26	14	16	13	**23**
per 10.000 inwoners	5,9	8,7	5,4	6,3	4,9	8,8
Restaurantsector	18	49	32	16	20	**21**
per 10.000 inwoners	6,6	16,3	12,2	6,3	7,6	8,1
Hotelsector	0	45	12	1	4	**5**
per 10.000 inwp	0,0	15,0	4,6	0,4	1,5	1,9

bron: HorecaDNA, CBS

Voor alle sectoren geldt dat Wassenaar na Bergen NH en Oisterwijk de gemeente is met zowel in absolute zin als relatief bezien de meeste horecazaken. Dat is opvallend, omdat Wassenaar i.t.t. de referentiegemeenten twee grote steden in de directe nabijheid heeft (Leiden en Den Haag), wat in de regel een relatief hoge afvloeiing van bestedingen inhoudt. Dit is een indicatie dat er 'onder de streep' geen tot weinig marktruimte is voor aanvullend aanbod van horecazaken.

Opgemerkt wordt dat naast het horeca-aanbod in Wassenaar ook het Retail aanbod (bron: Locatus) zowel qua dagelijkse- als niet-dagelijkse artikelen relatief groot is. Dit impliceert een duidelijke bovenlokale verzorgingsfunctie.

Horeca bij……

Een aspect waarin Wassenaar zich in sterke mate onderscheidt van de meeste gemeenten in Nederland is het aantal horecalocaties die als "horeca bij…." gekwalificeerd worden. Deze locaties vallen vaak buiten de officiële statistieken. Buiten de logiessector (hotels en bed & breakfasts) om telt Wassenaar circa 35 "horeca bij…" locaties. Het betreft dan horeca bij een sportlocatie (golf, tennis, hockey), zwembad, museum, tuincentrum en dergelijke. Alhoewel hier geen goede, objectieve vergelijkingsmaatstaf voor beschikbaar is, kan op grond van de ervaring met vele andere gemeenten geconcludeerd worden dat Wassenaar een relatief groot aanbod kent van locaties waar horeca niet de hoofdactiviteit is (of waarbij horeca niet van origine als hoofdactiviteit gold).

2.3 Horeca in het centrum (winkelgebied en havengebied)

Algemeen beeld centrum Wassenaar

Het centrum van Wassenaar kan in het algemeen omschreven worden als overzichtelijk en redelijk verzorgd. Bij veel functies ligt het accent op het hogere marktsegment. Er is in alle branches sprake van een relatief veelzijdige mix. Er zijn opvallend veel hoogwaardige speciaalzaken in de dagelijkse sector, vooral in de Luifelbaan. Het gevelbeeld is overwegend verzorgd, maar niet overal. De groeiende leegstand is een belangrijk aandachtspunt, vooral in Langstraat richting Plein.

Horeca in het centrum

De horeca in het Centrum Winkelgebied en Centrum Havengebied van Wassenaar (totaal 32 zaken) is nogal verspreid. Kleine concentratiegebieden zijn te vinden rondom Plein, op de kruising Langstraat/Van Hogendorpstraat en rond de Dorpshaven. Sprake is van een overwegend goede, eigentijdse presentatie van horecazaken, ook qua staat van onderhoud. De kwalitatieve uitstraling van de horeca als geheel in het havengebied blijft achter bij de rest van het centrum.

De binnenzijde van vrijwel alle bedrijven oogt verzorgd en verkeert in goede staat van onderhoud. Er is veel keuze qua concepten en bijbehorende menukeuzes. Het Zuidelijk deel van de Langstraat kenmerkt zich door relatief veel dagzaken, het Noordelijk deel van de Langstraat en Plein kenmerkt zich juist door zaken met een sterke avond oriëntatie. Dit laatste geldt ook voor het Havengebied, alwaar de restaurants zich overwegend in het midden-laag segment bevinden en dus complementair zijn aan het overige aanbod. Het water geeft een bijzonder karakter aan het gebied.

De horeca in het Centrum Winkelgebied wordt ook op weekdagen ogenschijnlijk goed bezocht. Wel merken de ondernemers een relatief bezien groot verschil in klandizie voor wat betreft de

vakantieperioden en zomermaanden en de rest van het jaar. De terrasuitstallingen zijn in vergelijking met de referentieplaatsen relatief klein van omvang en in aantal beperkt. Het centrum kent geen 'iconische', sterk beeldbepalende horecazaken die op zichzelf bezien een aanzuigingskracht kennen.

Concluderend en deels aanvullend merken wij op:

- De horecapanden zijn overwegend kleinschalig
- Veel uitstallingen (borden), deze belemmeren de looproutes voor wat betreft recreatief winkelen en horecabezoek
- Tussengebied (Van Hogendorpstraat) kent geen duidelijk functioneel profiel
- Meest monumentale deel van het centrum (Plein), inclusief horeca aldaar, ligt wat verborgen en vanuit de Langstraat nodigt het niet uit dit gebied te bezoeken omdat vanuit Zuidelijke richting bezoekers afbuigen richting de Van Hogendorpstraat.
- Havengebied is niet direct aangesloten op centrum, is op relatief lange loopafstand hiervan gelegen.
- Matige omgevingskwaliteiten gebied Haven, er zijn wel plannen aanwezig voor verbetering hiervan.
- Weinig drankverstrekkende horecabedrijven in zowel het centrum Winkelgebied als centrum Havengebied.

Aanbod Centrum Winkelgebied in perspectief

Met in totaal 23 horecazaken in het centrum winkelgebied ligt het aanbod in kwantitatief opzicht rond het gemiddelde in vergelijkbare gemeenten qua inwonertal. Dat gemiddelde (21 zaken) wordt echter sterk beïnvloed door één uitschieter (het centrum van Oisterwijk met 36 zaken).

2.4 Horeca in overig Wassenaar

De horeca in Wassenaar heeft ook buiten het centrum een belangrijke lokale, toeristisch-recreatieve en zakelijke functie. Zoals eerder opgemerkt bevinden zich juist buiten het Centrum Winkelgebied en Centrum Havengebied het merendeel van de horecabedrijven (zelfs wanneer de categorie "horeca bij....." niet meegerekend wordt).

Gelijk aan het beeld in het centrum is aan het Strand en op de Verspreide locaties sprake van verzorgde zaken, is nauwelijks sprake van gedateerd aanbod en worden veel zaken door professionele en enthousiaste ondernemers gerund.

Wij merken verder op:

- Horeca in de kern (buiten centrum) is overwegend kleinschalig en kent een overwegend 'Oud-Hollands' karakter
- Strand (Wassenaarse Slag):
    - Eén permanente horecazaak, in zomerseizoen 4 seizoensgebonden strandpaviljoens en een paar kiosken. Hierdoor is sprake van een matige attractiviteit van het strand in de periode november-maart.
    - Qua capaciteit en verzorgingsfunctie (bovenlokaal) belangrijk horecacluster
    - Horecazaken, strandpaviljoens sfeervol en verzorgd, kiosken matige uitstraling
    - Inrichting entreegebied/rotonde rommelig, niet representatief voor Wassenaar
- Overige verspreide locaties:
    - Meijendel: accent sfeervol en laagdrempelig

- Golfclubs bieden hoogwaardige restaurants, met ruime parkeercapaciteit
- Hotels vooral in hogere marktsegment, bereikbaarheid/vindbaarheid matig
- Duinrell: meerdere horecalocaties, deze staan met name ten dienste van bezoekers van het attractie- en vakantiepark zelf.
- Enkele verspreide locaties zijn ondersteunend aan recreatieve knooppunten.

- Algemeen: de bereikbaarheid en parkeerdruk van horecazaken behoeft aandacht, door drukte op een aantal lokale wegen (o.a. Lange Kerkdam, Van Oldenbarneveltstraat, Van Zuylen van Nijeveltstraat) zijn veel locaties gedurende een relatief groot deel van de dag slecht bereikbaar.

Ook mag niet over het hoofd gezien worden dat Wassenaar over een sterk ontwikkeld aanbod van "horeca bij...." locaties beschikt ('ondergeschikte horeca' aansluitend aan een andere hoofdfunctie). Deze komen niet in de statistieken tot uitdrukking maar delen wel mee in de ruif van horecabestedingen.

2.5 Horeca in de regio

In tabel 3.5 wordt de horeca in Wassenaar vergeleken met de capaciteit in de omliggende gemeenten.

Tabel 3.5: aantal horecabedrijven per 10.000 inwoners in Wassenaar en omliggende gemeenten

	Wassenaar	*Katwijk*	*Leiden*	*Voorschoten*	*Leidschendam-Voorburg*	*Den Haag*	*Gemiddeld / totaal*
Drankensector	**10,4**	7,7	11,0	2,4	4,1	13,1	11,2
Fastservicesector	**8,8**	4,8	9,8	6,3	5,3	11,1	9,7
Restaurantsector	**8,1**	3,5	9,7	6,3	7,3	10,4	9,3
Hotelsector	**1,9**	1,8	1,8	0,4	0,7	1,4	1,4
Totaal zaken per 10.000 inwoners	**29,1**	17,9	32,3	15,3	17,5	35,9	31,6
Totaal aantal horecazaken	**76**	116	402	39	131	1.914	2.678

bron: HorecaDNA, CBS

In de regio, de direct omliggende gemeenten, bevindt zich een omvangrijk aanbod van horeca. De gemeenten Leiden en Den Haag hebben zowel in absolute als in relatieve zin (ten opzichte van het inwonertal) het grootste en meest gevarieerde horeca-aanbod. De horeca profiteert hier sterk van de vele toeristisch-recreatieve en zakelijke bezoeken en de groeiende studentenpopulatie.

Het gewogen gemiddelde horeca-aanbod ('gemiddeld exclusief Wassenaar') wordt dan ook vooral bepaald door deze beide gemeenten. Ook het horeca-aanbod in Katwijk en Leidschendam-Voorburg is in absolute zin groter dan het horeca-aanbod in Wassenaar, maar niet ten opzichte van het inwonertal. Het horeca-aanbod in Wassenaar is met 29,1 zaken per 10.000 inwoners iets kleiner dan in Leiden (32,3 zaken per 10.000 inwoners). Gemeente Voorschoten is qua inwonertal vergelijkbaar met gemeente Wassenaar, maar het horeca-aanbod is hier aanzienlijk kleiner (15,3 zaken per 10.000 inwoners).

Juist gelet op de nabijheid van de steden Leiden en Den Haag, met een groot en zeer gevarieerd

horeca-aanbod, is het zelfs rekening houdende met de toeristisch-recreatieve functie van Wassenaar, het aanbod te Wassenaar als zeer ruim te beschouwen.

2.6 Trends en ontwikkelingen

De belangrijkste trends zijn als volgt, inclusief de relevantie voor Wassenaar, die verder wordt toegelicht in het horeca-ontwikkelperspectief:

- Multifunctionaliteit: horecabedrijven bieden een steeds bredere menukeuze, met per dagdeel soms verschillende doelgroepen. Ook worden vaker recreatieve en culturele activiteiten georganiseerd. *Dit is voor Wassenaar een kansrijke trend, ook vanwege de groeiende toeristisch-recreatieve betekenis van de gemeente.*
- Vervlechting horeca, detailhandel en cultuur: Traditioneel baseren bestemmingsplannen zich primair op hoofdfuncties als horeca (al dan niet met verkoop alcoholhoudende dranken), cultuur of detailhandel. Mede door de veranderende consumentenwensen, multifunctionaliteit en 'blurring' ontstaan steeds meer combinatievormen. Bijvoorbeeld een dagelijkse of niet-dagelijkse winkel (mode, woninginrichting, boeken, etc.) of bibliotheek met gelegenheid voor koffiedrinken of lunchen. Vanuit de landelijke regelgeving is hier overigens in principe alleen consumptie van niet-alcoholhoudende dranken toegestaan. *Deze ontwikkeling is nog niet goed zichtbaar in Wassenaar. Aangezien het soms unieke en beeldbepalende zaken/concepten betreft kunnen ze de verzorgingsfunctie van Wassenaar versterken, wat leidt tot extra bezoekers.*
- Schaalvergroting: de ruimtebehoefte van horecazaken neemt toe, vanwege de gewenste multifunctionaliteit, consumentenbehoefte en/of omzeteisen. De opkomst van de zogenaamde Wereldrestaurants (grootschalige buffetrestaurants met een mondiale keuken) en andere 'fast casual' formules (La Place, Happy Italy, Vapiano) vormen de meest recente exponenten hiervan. *Het kernwinkelgebied in Wassenaar biedt slechts beperkte fysieke mogelijkheden voor grootschalige horecaformules, samenvoeging van panden kan soms wenselijk zijn (in de vorm van zijwaartse verbinding).*
- Opkomst traffic-locaties: doelgericht bezochte horecaketens gericht op fastservice en 'casual dining' (met doorgaans een relatief grote ruimtebehoefte) oriënteren zich steeds meer op lokaal en regionaal goed bereikbare voorzieningenconcentraties met ruime parkeergelegenheid. Vaak betreft het locaties langs snelwegen. *In Wassenaar bestaan wellicht opties nabij de N44.*
- Vestiging horeca in industrieel of militair erfgoed: De robuuste, ongepolijste en 'stoere' uitstraling van dit soort vastgoed, beschikbare ruimte en parkeerruimte bieden bijzondere kansen voor bijzondere horecaconcepten en aanverwante activiteiten. Ook wel gekenschetst als 'Nouveau Ruig'. *In Wassenaar is weliswaar geen sprake van industrieel of militair erfgoed maar zijn wel meerdere landhuizen/landplaatsen/buitenplaatsen die een interessante propositie kunnen bieden voor de vestiging van horeca.*
- Opkomst drankspecialiteiten: Cafés waren in Nederland van oudsher sterk gericht op het schenken van bier, met een beperkte keuze aan andere dranken. Hoewel speciaalbieren ('Craft Beers') weer in opkomst zijn, is ook de

groeiende populariteit van wijn en gedestilleerd (cocktails, whiskey, gin) opvallend. Soms betreft het zelfstandige horecazaken. Het aantal koffiezaken groeit sterk, met landelijke spelers als Starbucks en Coffeecompany. Voor jongeren en ZZP-ers hebben deze zaken vaak een belangrijke ontmoetingsfunctie. Voor de vermelde horecatypen is vooral het centrum een kansrijk vestigingsmilieu. *In Wassenaar zijn in het centrum relatief veel bedrijven gevestigd waarbij koffie een belangrijk speerpunt vormt, horeca die zich richt op en/of gespecialiseerd is in speciaalbieren is absent.*

- Opkomst horeca met maatschappelijke betrokkenheid en inzet van personeel met een achterstand tot de arbeidsmarkt. Voorbeelden zijn Brownies&downieS, The Colour Kitchen en Bakkerij/lunchcafé Driekant te Zutphen. Restaurant Instock kookt alleen met voedseloverschotten of producten met een afwijkende maat of uiterlijk. Mede vanwege de maatschappelijke functie zijn deze zaken soms zeer populair. Ze verbreden het aanbod en trekken deels nieuwe doelgroepen. *In Wassenaar zijn geen horecabedrijven waarbij een belangrijke rol weggelegd is voor mensen met een achterstand tot de arbeidsmarkt. Het is wel een ontwikkelkans.*
- Toenemende betekenis buitenfestivals met een accent op het thema food. Vaak zijn er foodtrucks aanwezig en wordt vooral vers, biologisch en 'streekeigen' voedsel aangeboden, binnen een breed programma met entertainment, muziek en cultuur. *De functie en positionering van Wassenaar biedt in dit opzicht met name in het toeristenseizoen bijzondere kansen.*

Verbijzonderd naar de (traditionele) horecasectoren vallen met name de volgende ontwikkelingen op:

- Restaurantsector: meer aandacht voor lokaal, authentiek en puur. Design als 'wapen' in concurrentieslag. Toename van branchevreemde aanbieders, gemak speelt een grotere rol in maaltijden en casualisering in restaurants zet door.
- Fastservicesector: meer aandacht voor pure producten. Gemak blijft belangrijk. Toenemende vraag naar gezonde en verantwoorde producten. Fast casualisation: kwalitatief hoogwaardige producten op een fast service manier. Vraag naar dienstverlening los van tijd of plaats.
- Dag-horeca: koffie en thee steeds populairder. Pure, gezonde gerechten maken steeds meer het verschil. Aansluiting bij lifestyle en dynamische consument, los van plaats of tijd. Branchevervaging zet door.
- Drankverstrekkende sector: Keuzes en combinaties maken het verschil. Steeds meer specialisatie in het productenaanbod. Thema-/lifestyle cafés spelen in op toenemende personalisatie. Branchevreemde concurrentie en festivals snoepen marktaandeel. Consument is bereid om ver te reizen voor unieke ervaringen. Ook in de natte sector meer aandacht voor lokaal en verantwoord.
- Logiessector: opkomst van lifestyle concepten. Peer2Peer blijft groeien. Technologie zorgt voor veranderingen in de dienstverlening maar persoonlijke aandacht en verrassingen maken het verschil.

3 Vraaganalyse, trends, marktruimte en swot

3.1 Inleiding

In dit hoofdstuk beschrijven we de belangrijkste ontwikkelingen en trends, zoals die van invloed zijn op het toekomstperspectief voor de horeca in Wassenaar. We gaan eerst in op de te verwachten bevolkingsontwikkeling in de gemeente en vervolgens op de potentiële (boven)regionale doelgroepen. Daarna beschrijven we de relevante plannen, landelijke trends, de indicatieve marktruimte in Wassenaar. Tevens presenteren we hier de uitkomsten van de enquête gehouden onder inwoners van Wassenaar. We sluiten af met een sterkte-zwakteanalyse, waarin ook de uitkomsten uit het voorgaande hoofdstuk (aanbodanalyse) meegenomen worden.[3]

3.2 Bevolking en ontwikkeling

Aantal inwoners

Wassenaar heeft ruim 26.000 inwoners, binnen 15-20 minuten autoreistijd (incl. Den Haag) zijn circa 867.000 mensen woonachtig. In tabel 3.6 is de bevolkingsprognose voor Wassenaar en andere gemeenten in de regio opgenomen.

Tabel 3.6: Bevolkingsprognose Wassenaar en regio (cijfers * 1.000, bron PBL/CBS)

Gemeente:	2020	2025	2030
Wassenaar	25,4	25,1	24,9
Katwijk	67,3	68,3	70,2
Leiden	128,0	133,0	136,9
Den Haag	544,2	565,8	581,9
Voorschoten	25,9	25,8	25,8
Leidschendam-Voorburg	76,7	79,4	81,6
Totaal	867,5	897,4	921,3

De verwachting is dat het totale aantal inwoners van de gemeente Wassenaar iets zal afnemen tot ca. 24.900 in 2030. In de omliggende gemeenten zal het inwonertal daarentegen nog wel groeien, met name in de gemeenten Den Haag, Leiden en Leidschendam-Voorburg. Op termijn wordt tussen Wassenaar en Katwijk de grote woningbouwlocatie Valkenburg (max. 5.000 woningen) ontwikkeld. De toename van de bevolking op regionaal niveau betekent een groeiend consumentendraagvlak voor horeca.

[3] Alle cijfers uit dit hoofdstuk zijn (tenzij anders vermeld) afkomstig van het CBS en HorecaDNA.

Bevolkingsopbouw naar leeftijd

In de onderstaande figuur is de bevolking naar leeftijdsklasse ingedeeld en afgezet tegen het provinciaal en landelijk gemiddelde. Belangrijkste conclusie is dat Wassenaar een relatief oude bevolking heeft.

- De jongste leeftijdscategorie (0 t/m 14 jaar) is in Wassenaar met 17,3% van de totale bevolking iets ruimer vertegenwoordigd dan op provinciaal en landelijk niveau. Richting 2030 zal het aandeel zelfs nog wat toenemen. Deze doelgroep bezoekt vooral laagdrempelige horecazaken (ijssalon, familierestaurant, strandpaviljoen, etc.), veelal vergezeld door hun (groot)ouders. De bezoekfrequentie is evenwel vrij laag.
- De leeftijdsgroep 15 t/m 29 jaar is in Wassenaar verhoudingsgewijs beduidend minder vertegenwoordigd dan provinciaal en landelijk. Tot 2030 neemt deze categorie bovendien af, in lijn met het provinciaal en landelijk beeld. Jongeren vormen van oudsher de belangrijkste uitgaansgroep (vaak in vriendenverband) en zijn daarnaast georiënteerd op (moderne) lunchrooms, 'hippe' koffiezaken en terrassen.
- De categorie 30 t/m 49 jaar is in Wassenaar eveneens kleiner dan gemiddeld. Deze categorie betreft voor een belangrijk deel gezinnen met inwonende kinderen, maar ook één- en tweepersoonshuishoudens. Deze leeftijdscategorie heeft een veelal actief vrijetijdspatroon en voelt zich in hoge mate aangetrokken tot familierestaurants, fastfoodzaken en Delivery services, mede vanwege de volle agenda's. Men hecht sterk aan budgetformules. De gezinssituatie is daarbij sterk bepalend.
- De categorie 50 t/m 64 jaar is in Wassenaar juist groter dan provinciaal en landelijk. De kinderen zijn deels al uitwonend, waardoor men vaak een actief recreatiegedrag buitenshuis heeft en in kleiner verband (stellen). De koopkracht is bij deze groep doorgaans wat groter dan in de jongere categorieën en men bezoekt graag restaurants, daghoreca en terrassen.
- De bevolking van Wassenaar is gemiddeld duidelijk ouder dan op provinciaal en landelijk niveau. Het aandeel 65-plussers bedraagt 25,4% en neemt zelfs toe tot 28,8% in 2030. Senioren worden steeds actiever en bezoeken graag en veelvuldig horeca overdag, zowel in binnensteden als in het buitengebied. Zij worden relatief sterk aangetrokken tot cultuur(historie) en hechten aan een persoonlijke benadering.

Figuur 4.1: Leeftijdsopbouw gemeente Wassenaar t.o.v. provincie Zuid-Holland en Nederland (bron: CBS/HorecaDNA, 2019)

Huishoudensverdeling Wassenaar

In de volgende figuur is de verdeling van de Wassenaarse bevolking naar type huishouden verbeeld en afgezet tegen het provinciaal en het landelijk gemiddelde.

- In Wassenaar is het aandeel eenpersoonshuishoudens (35,4%) lager dan het provinciaal en landelijk gemiddelde. Ook richting 2030 blijft dit aandeel verhoudingsgewijs laag. Hierbij gaat het zowel om alleenstaande jongeren als ouderen. Met name deze oudere leeftijdsgroep is in de gemeente Wassenaar ruim vertegenwoordigd, zowel nu als in de toekomst.
- Paren zonder kinderen zijn in Wassenaar relatief wel ruim aanwezig (29,6%). Dit aandeel zal in de toekomst zelfs nog iets toenemen. Dezelfde toename is overigens te zien in de provinciale en landelijke cijfers. Binnen deze categorie vormen de zogeheten DINKIES (Double INcome No Klds) een uiterst relevante doelgroep voor de horeca, zij gaan namelijk veel uit en besteden dan ook relatief veel.
- De categorie paren met kinderen is in Wassenaar iets ruimer vertegenwoordigd dan elders in Zuid-Holland en Nederland. Tussen 2018 en 2030 is de verwachting dat dit aandeel in Wassenaar relatief fors afneemt: van 35% naar circa 30%. Deze trend is ook zichtbaar in de rest van Nederland.

Figuur 4.2: Huishoudensverdeling gemeente Wassenaar t.o.v. provincie Zuid-Holland en Nederland

Inkomensverdeling

Wassenaar geldt als welvarende gemeente. Het gemiddelde inkomen per huishouden ligt maar liefst 72% hoger dan het landelijk gemiddelde, voor het inkomen per inwoner geldt een 65% hoger bedrag. Niet alleen het gemiddelde inkomen ligt een stuk hoger, sprake is van een sterke ondervertegenwoordiging van inwoners met een laag inkomen, op of onder sociaal minimum.

3.3 Doelgroepen regionaal en bovenregionaal

Toeristisch-recreatief bezoek en zakelijk potentieel Wassenaar

In de gemeente Wassenaar werden in 2016 circa 800.000 overnachtingen doorgebracht.[4] Veruit de grootste verblijfsaccommodatie is Vakantiepark Duinrell, met 443 chalets en 556 kampeerplaatsen.

Daarnaast zijn in de gemeente Wassenaar en de directe omgeving enkele drukbezochte natuurgebieden, musea en attractiepark Duinrell gevestigd. De bezoekersaantallen[5] zijn op jaarbasis, voor zover bekend, als volgt:

Attractiepark Duinrell	1,4 miljoen
Strand (w.o. Wassenaarse Slag)	ca. 300.000
Bezoekerscentrum Meijendel	ca. 128.000
Louwman museum	ca. 160.000
Museum Voorlinden	ca. 100.000

In totaal worden op jaarbasis dus alleen al bij bovenstaande locaties circa 2,1 miljoen toeristisch-recreatieve bezoeken afgelegd, hoewel dit uiteraard niet alleen unieke bezoekers betreft (1 persoon kan meerdere keren worden geteld). De gemeente Wassenaar biedt uiteraard nog meer recreatieve bestemmingen dan hierboven weergegeven.

Daarnaast zijn er in de gemeente Wassenaar ca. 10.150 banen (LISA, 2018, inclusief hoofdkantoor ANWB), die ten dele uiteraard ook horecabezoek genereren, zoals lunches, borrels, extern overleg, presentaties, etc. De gehele regio biedt ca. 116.500 banen. Als regio is hier het gebied afgebakend op maximaal 15 minuten reisafstand per auto tot het centrum van Wassenaar. Het betreft in grote lijnen de gemeenten Wassenaar, Voorschoten, Katwijk, Leiden en Leidschendam-Voorburg.

Toekomstige ontwikkeling economie en toerisme

In 2017 bedroeg het Nederlandse bruto binnenlands product (bbp) in ruim 733 miljard euro[6]. Het bbp omvat de totale geldwaarde van alle geproduceerde finale goederen en diensten gedurende een jaar. De ontwikkeling van het bbp (waarde in werkelijke prijzen) vertoonde tussen 2007 en 2017 een groei van 20%, ondanks de economische recessie in die periode. De Nederlandsche Bank verwacht voor de komende jaren landelijk een economische groei van gemiddeld ca. 2% per jaar. In praktijk kan de nogal conjunctuurgevoelige horeca (hotels, cafés, restaurants, fastfoodzaken) hier sterk van profiteren, zoals de afgelopen jaren wel is gebleken.

Het aantal buitenlandse gasten in Nederland is de afgelopen jaren aanzienlijk toegenomen[7]. In 2017 werden 17,9 mln. buitenlandse gasten (toeristisch en zakelijk) verwelkomd; een stijging van 13% t.o.v. het voorgaande jaar! Op basis van de actuele trends en andere ontwikkelingen (lage euro, Brexit, terrorisme, etc.) verwacht het NBTC voor het inkomend toerisme in Nederland een verdere jaarlijkse groei van gemiddeld 2%. Voor het binnenlands toerisme geldt in grote lijnen dezelfde toekomstverwachting. Ook dit is een positief gegeven voor de horeca, waarbij Wassenaar in principe kan meeprofiteren van het sterk groeiende aantal buitenlandse gasten (toeristisch, zakelijk) in de regio. Productversterking en toeristische marketing zijn hierbij belangrijke voorwaarden.

---

4 Informatie afkomstig van de gemeente Wassenaar.

5 De cijfers zijn afkomstig uit diverse bronnen.

6 CBS, betreft voor 2017 voorlopige cijfers.

7 Bron: NBTC; Toerisme in perspectief, juli 2018.

3.4 Landelijke trends en ontwikkelingen

De vrijetijdseconomie toont nog steeds een sterke expansie. Vrijwel elke Nederlander bezoekt tegenwoordig wel eens een horecazaak, in welk verband en met welk motief dan ook. Bovenal verwacht men een aantrekkelijke, al dan niet bijzondere 'beleving' en men is in het algemeen bereid daarvoor een faire prijs te betalen. Daarnaast laten steeds meer mensen zich echter leiden door kortingsacties. De groeiende groep (koopkrachtige) ouderen wil optimaal genieten van haar ruime vrije tijd. Ook het groeiende aantal kleine huishoudens leidt tot extra consumptie buitenshuis. Het aantal dagelijkse 'eetmomenten' neemt nog steeds toe. Tenslotte leveren de sterk toenemende overnachtingen van buitenlandse toeristen veel extra vraagpotentieel voor de horeca.

Tegelijkertijd is het belangrijk het beeld voor wat betreft de bestedingen aan eten en drinken buiten de deur in historisch perspectief te plaatsen. Ondanks de recente positieve ontwikkelingen (onder invloed van de economische conjunctuur) zijn de totale bestedingen aan eten en drinken buitenshuis in 2018 pas voor het eerst weer uitgekomen boven het niveau van topjaar 2007: werd in 2017 € 1.148,-- per persoon aan eten en drinken buitenshuis besteed, in 2018 was dit € 1.169,--. Gecorrigeerd voor inflatie houdt dit per saldo nog steeds een forse daling in.

Wanneer een trendanalyse voor horeca anno 2018 vergeleken wordt met die van pakweg 30 jaar geleden is er één groot verschil waarneembaar: niks is meer zeker..... De wereld is meer dan ooit tevoren beweeglijk, onzeker, complex en dubbelzinnig. Oude waarden zoals winst, markt, concurrentie en groei vervagen en worden vervangen door geluk, meerwaarde, gemeenschappen, samenwerking en duurzaamheid.
Drijfveren voor de toekomst voor de samenleving als geheel maar die ook de richting bepalen voor de horeca, zijn technologie, levensstijl, nieuwe economie & samenleving en demografie:

- Technologische ontwikkelingen volgen elkaar steeds sneller op. Was een paar jaar geleden een handheldcomputer voor het opnemen van bestellingen welhaast 'rocket science', inmiddels bestaan er al 3D printers die duizenden smaken/gerechten kunnen produceren en kan bij een hotel al virtueel ingecheckt worden. De steeds grotere rol die technologie inneemt in de horeca leidt ook tot een tegentrend, die van een focus op persoonlijke aandacht.
- Consumenten willen vandaag de dag zelf aan het roer staan, willen flexibel zijn en verlangen dat van leveranciers. Zelfontplooiing en onderscheidingsdrang zijn belangrijke waarden, daarentegen bestaat ook sterk de behoefte onderdeel uit te maken van fysieke en virtuele netwerken. In het bijzonder de generatie Y&Z (grofweg eenieder die na 1982 geboren is) vertoont een hyperactieve levensstijl. Richting horeca vertaalt zich dit in een keuze voor een specifiek bedrijf op basis van een levensstijl, waar aanbieders ook actief op in kunnen spelen. De snelheid waarin hypes ontstaan neemt toe, de vernieuwingsgraad is hoger en de terugverdientijd van investeringen korter. Gasten verwachten meer en meer service anytime, anyplace, anywhere.
- De mondiale maar ook landelijke economie wordt meer dan ooit getermineerd door de constante aanwezigheid van crises en onzekerheden. Nieuwe vormen van organiseren zoals lokale initiatieven, circulaire economie en deeleconomie hebben hun intrede gedaan. Grenzen vervagen tussen wonen, winkelen, werken, leven, uitgaan maar ook tussen online en offline. Arbeid flexibiliseert, een voorbeeld hiervan is de sterke toename van het aantal ZZP-

ers. In het consumentengedrag vertalen de ontwikkelingen in economie en samenleving richting een meer 24-uurs georiënteerde economie. Meer horeca momenten met een lagere besteding. Er is sprake van hybride consumptiegedrag: prijsbewust bij gewone aankopen, bij bijzondere ervaringen doet het prijskaartje er niet toe. Uit eten gaan, drinken en slapen is al lang niet meer beperkt tot de traditionele horeca.
- Op demografisch niveau is de komende 30 jaar sprake van verstedelijking (en dus leegloop van andere gebieden), vergrijzing en ontgroening en een toename van het aantal eenpersoonshuishoudens en tweeverdieners zonder kinderen. Steden gaan een nog grotere rol innemen als economische en sociale centra. Meer (vitale) ouderen vormen een kansrijke doelgroep vanwege hun hoge mate van vrije tijd en besteedbaar inkomen, maar ook potentieel voor alleen-eters in restaurants en afhaal- en bezorgaanbieders. Naar verwachting gaat horeca een belangrijkere rol in de samenleving spelen als ontmoetingsplek.

Zes belangrijke ontwikkelingen ontstijgen het niveau van hypes en gelden als voor de horeca belangrijke trends in de komende jaren: puur, persoonlijk, peer-2-peer, gemak en hyperactieve leefstijl, combineren/samenwerken en gezondheid:

- Bij puur gaat het om weten wat je eet en drinkt, duurzaamheid en MVO zijn belangrijk, eerlijke en pure ingrediënten worden gewaardeerd, net als kwaliteit en aandacht. Gasten willen een goed gevoel overhouden aan een horecabezoek. Concepten die eigengemaakte producten verkopen, het verhaal van grondstof tot gerecht kennen en over kunnen brengen en gebruik maken van lokale en biologische ingrediënten zijn in opmars en vallen goed in de smaak bij het publiek.
- Gasten zijn steeds kritischer met hun geld, geven dit liever aan iemand dan aan iets. Een ervaring of product dat op de persoon van de gast afgestemd wordt of juist een concept dat een sterk eigen karakter heeft wordt gewaardeerd, onderscheidend vermogen is cruciaal. Horecaconcepten worden dan ook steeds meer op specifieke doelgroepen afgestemd zoals vrouwen, bezoekers uit Azië en gezinnen.
- Peer to peer: consumenten doen steeds vaker liever dingen zelf, er is een groeiende afkeer van grote instanties. Er is een beweging gaande naar een WEconomy, waarin bezit gedeeld wordt en massaconsumptie verdwijnt. Van “bezit/eigendom” naar “gebruik” en “toegang tot”. In de horeca heeft zich dit o.a. vertaald in AirBNB, thuisrestaurants en zuipketen.
- Consumenten zijn altijd bezig, altijd onderweg, hebben minder tijd en geduld (online kan alles meteen en snel). Een omschakelmoment op de dag is vaak ook een horecamoment. Generatie Y & Z “want it all & want it now”. Horecaconsumptie verplaatst zich dan ook meer van de klassieke locaties naar plekken zoals reizigersknooppunten, waarbij een trend waarneembaar is naar meer kleinere concepten, waar een keuze uit gemaakt kan worden in plaats van dominantie van een paar grote aanbieders.
- Met het vervagen van de klassieke eetmomenten staat de plek waar dat gebeurt ook steeds minder vaak vast. Scheidslijnen tussen on- en offline vervagen, net als tussen wonen en werken. Ook de grenzen tussen retail, dienstverlening zorg en horeca vervagen (blurring). Deze beweging stimuleert samenwerking tussen voorheen afzonderlijke disciplines en weliswaar met grotere vertraging (t.o.v.

het buitenland) blijken horecaconcentraties zoals foodhallen nu ook in Nederland levensvatbaar.
- Gasten worden steeds bewuster van hun gezondheid en zijn actief bezig met het aanpassen van hun leefstijl. Vegetarisch en volledig plantaardige diëten zijn in opkomst, de tijd dat een horecabedrijf 'weg kwam' met een enkele menuoptie voor de niet-vleeseter is definitief voorbij. Gezondheid wordt door consumenten niet alleen gezocht in eten en drinken maar ook in relaxmomenten, horecabezoek moet ook een bijdrage kunnen leveren aan het ontstressen.

3.5 Uitkomst enquête onder inwoners

Inwoners[8] van Wassenaar zijn gevraagd naar hun mening over de horeca in Wassenaar. Hierbij lag het accent sterk op de horeca in het centrum.

Tevreden maar kritisch. Dit is het beeld dat overall resteert na analyse van een online enquête onder de bevolking van Wassenaar. Maar liefst twee-derde van de geënquêteerden bezoekt 1 keer per week of vaker de horeca in het centrum van Wassenaar. Specifiek wat betreft de keuzemogelijkheden, gastvrijheid, kwaliteit van horecabedrijven en de openingstijden is men relatief zeer tevreden. Zelfs de beschikbaarheid van parkeerplaatsen wordt positief beoordeeld. Minder te spreken zijn de inwoners over de capaciteit van attractieve terrassen. Veiligheid is geen issue (noch in de horecabedrijven, noch op straat). Overlast, zoals afval van horeca op straat, dronken bezoekers en laden/lossen, wordt slechts door een enkeling ervaren.

Vanwege het hoge aantal expats en inwoners die van oorsprong afkomstig zijn uit het buitenland, is de enquête ook in het Engels uitgezet. Het blijkt dat de al dan niet tijdelijke inwoners van buitenlandse afkomst een stuk kritischer zijn dan de lokale bevolking. Zo vindt ruim 40% de openingstijden niet ruim genoeg. En bijna twee-derde vindt dat er onvoldoende keuze aan horecabedrijven is in het centrum. Deze kritische houding kan niet los gezien worden van het inkomensniveau. Dat ligt bij diegenen die de Engelstalige vragenlijst ingevuld hebben op een aanzienlijk hoger niveau dan de respondenten die de Nederlandse versie ingevuld hebben.

Gevraagd naar bedrijven die gemist worden (specifiek in het centrum) ontstaat een zeer divers beeld: van biercafé tot toprestaurant, maar ook cafés in het algemeen en café-restaurants. Het meer internationaal georiënteerde deel van de inwoners wenst meer café-restaurants, lunchrooms en take away/deliveryzaken en qua conceptuele invulling wordt bijzonder vaak termen als healthy, organic en vegetarian genoemd.

3.6 Indicatie uitbreidingsruimte horeca Wassenaar

Wassenaar beschikt over een relatief ruim aanbod van horecazaken, mede door de belangrijke toeristisch-recreatieve functie. Daarbij ligt overigens wel een accent op de voorjaars- en zomermaanden, terwijl de meeste horecaformules ook afhankelijk zijn van het winterseizoen. Uit gesprekken met ondernemers komt een beeld naar voren dat menigeen best moeite heeft de wintermaanden goed door te komen.

Puur cijfermatig lijkt er dus geen marktruimte aanwezig voor een wezenlijke uitbreiding van

[8] De enquête stond ook open voor niet-inwoners, slechts 1 op de 20 respondenten is afkomstig van buiten de gemeente Wassenaar.

de capaciteit. Het beste bewijs komt feitelijk bezien uit de markt zelf: terwijl in Nederland de afgelopen 20 jaar het aanbod gestaag gegroeid is, heeft in Wassenaar een groeispurt plaatsgevonden in de periode 2003-2008 maar is de laatste 5 jaar het aantal horecabedrijven juist afgenomen, terwijl zeker in het centrum het kader van wet- en regelgeving juist veel mogelijkheden biedt.

Wel kan een uitzondering worden gemaakt voor een beperkt aantal extra zaken met een duidelijke kwalitatieve meerwaarde t.o.v. het bestaande aanbod, bijvoorbeeld vanuit hun doelgroepen, uitstraling, locatie en/of menukeuze. Belangrijk is om te benadrukken dat het gaat om toegevoegde waarde: een fastfoodrestaurant met lage prijzen kan evenzeer een welkome aanvulling zijn waarmee de variëteit en attractiviteit van het horeca-aanbod als totaal toeneemt, net als een restaurant met Michelinster dat kan bewerkstelligen. Essentieel is dat dit extra aanbod past bij de (gewenste) identiteit en uitstraling (het 'DNA') van Wassenaar.

Ook kunnen nieuwe horecazaken op bepaalde locaties een impuls geven aan een integrale gebiedsversterking (meer levendigheid en kansen voor andere functies). Voorbeelden zijn de Van Hogendorpstraat, de Haven en de noordelijke uitloper van de Langstraat en Plein.

3.7 SWOT analyse

Hieronder beschrijven we kort en bondig de belangrijkste factoren die bepalend zijn voor het toekomstperspectief van de horeca in de gemeente Wassenaar. Het overzicht is gebaseerd op de beschreven analyses, de diverse bijeenkomsten in het kader van deze visie en de beoordeling van BRO en Horeca Maatwerk.

Sterke aspecten
- Wassenaar beschikt over een zeer veelzijdig en ruim aanbod van horeca
- Aantrekkelijk en compact centrum met hoogwaardig aanbod winkels, horeca en dienstverlening
- Relatief veel horeca in hogere marktsegment, met accent op dag-horeca
- Centrum heeft 'Dorps' karakter, 'menselijke maat'
- Relatief hoge beoordeling door consumenten
- Monumentale waarden omgeving Plein
- Overwegend goede presentatie en uitstraling van de horecazaken
- Hechte samenwerking en veel activiteiten op centrumniveau
- Strandpaviljoens hebben alle een eigen, veelal verzorgde uitstraling
- Veel zelfstandige, naar onze mening overwegend betrokken en enthousiaste ondernemers, in de gehele gemeente

Kansen
- Plein met aanliggend deel Langstraat biedt mogelijkheden voor hoogwaardige horeca
- Gebiedsontwikkeling Haven versterkt horecamilieu aldaar
- Beschikbaarheid Beeldkwaliteitsplan voor centrum, als sterk bepalend aspect voor attractiviteit horeca
- Conceptontwikkeling De Paauw inclusief horeca/hotel/conferenties kan nieuwe doelgroepen aantrekken en extra vraag naar restauratieve horeca genereren
- Jaarrond geopende horeca aan strand genereert meer bezoek in wintermaanden
- Hoge en gevarieerde landschappelijke kwaliteiten buitengebied
- Ligging in een dichtbevolkte regio met groeiende bevolking (nieuwbouw Valkenburg) en veel bedrijven met horecabehoefte
- Veelzijdige toeristisch-recreatieve aantrekkingskracht Wassenaar (strand, musea, natuur, Duinrell, etc.)
- Relatief hoog inkomensniveau in Wassenaar
- Relatief veel 50+ers in Wassenaar, grotendeels met veel vrijetijd en koopkrachtig
- Groeiende uitgaanscultuur en bestedingen in horeca, ook onder oudere doelgroepen
- Potentie zakelijke markt
- Concepten realiseren die inspelen op bestaande behoeften van inwoners

Zwakke aspecten (relatief)
- Weinig fysieke ruimte voor terrassen in centrum
- Centrum is relatief onbekende winkel- en uitgaansbestemming in regio, ondanks onmiskenbare kwaliteiten
- Relatief verspreid aanbod horeca, waardoor weinig onderlinge synergie
- Centrum is matig bereikbaar per auto en deels lastig vindbaar
- Keuze aan restaurants en overige avondhoreca in centrum is beperkt (vooral in hogere segment)
- Veel uitstallingen (borden), belemmeren looproutes bezoekers
- Concentratiegebied horeca hoek Langstraat/Van Hogendorpstraat heeft relatief beperkte omvang (massa), deels matig gevelbeeld omgeving
- Van Hogendorpstraat heeft onduidelijk profiel, ook qua horeca (branchering, uitstraling, doelgroepen)
- Meest monumentale deel centrum (Plein), incl. horeca aldaar, ligt wat verborgen
- Matige omgevingskwaliteiten gebied Haven ondanks aanwezigheid water, verkeersfunctie domineert (plannen verbetering)
- Onduidelijke, relatief lange looproute tussen centrum en Haven
- Uitstraling strandopgang Wassenaarse Slag zeer matig
- Weinig onderlinge synergie (bezoekcombinaties) tussen centrum en Duinrell, musea (Voorlinden, Louwman), strand en Meijendel
- Absentie beeldbepalende horecaconcepten.

Bedreigingen
- Concurrentie horeca in omgeving (Den Haag, Leiden, Katwijk)
- Veel planvorming versterking horeca in regio
- Relatief hoge huurprijzen in centrum
- Buitenlandse horecagasten (expats) zijn relatief kritisch op kwaliteit menu en service
- Fijnmazige bebouwingsstructuur centrum (kleinschalige panden) kan schaalvergroting zaken belemmeren
- Bereikbaarheid en vindbaarheid parkeerlocaties behoeft aandacht (binnen en buiten centrum)
- In algemeen stijgende kosten voor horecaondernemers door toenemende milieueisen, (lokale) lasten en heffingen
- Groeiend tekort aan geschikt personeel voor horeca
- Trek naar steden van inwoners waardoor horeca-aanbod ook steeds meer geconcentreerd wordt in de grote steden
- Onvoldoende bewegingsvrijheid ondernemers om zich aan te passen aan omstandigheden a.g.v. wet- en regelgeving

4 Wet- en regelgeving lokaal

Naast landelijke wet- en regelgeving is sprake van regelgeving alsmede beleidsregels op lokaal niveau waarmee de gemeente Wassenaar sturing kan geven aan ontwikkelingen aan de aanbodzijde van de horecamarkt. In het huidige hoofdstuk is een beschrijving van de meest relevante regelgeving en opmerkelijke zaken hieromtrent opgenomen.

Bestemmingsplan

Voor het merendeel van de horecalocaties is sprake van zogeheten "postzegelbestemming". Dat wil zeggen dat binnen het desbetreffende bestemmingsplan niet gebieden als geheel bestemd zijn voor horeca maar specifieke locaties. Uitzondering hierop vormt het bestemmingsplan voor het centrum, waarin het gebied dat bekend staat als "de winkelhaak" de bestemming "centrumdoeleinden" kent.

Bij veel locaties in Wassenaar is er geen sprake van horeca als hoofdfunctie maar als neven- en/of ondergeschikte functie. Gedurende de uitvoering van het onderzoek dat ten grondslag ligt aan het huidige Horeca Ontwikkelperspectief rijst de vraag of in alle gevallen op dit type locaties/bij dit soort accommodaties de horecafunctie qua aard en omvang wel overeenstemt met de bestemmingsplanvereisten. Een voorbeeld hiervan is dat bij sport- en recreatieve hoofdbestemmingen exploitatie van een kantine is toegestaan daar waar feitelijk bezien volwaardige en hoogwaardige restaurants geëxploiteerd worden.

Staat van horeca-activiteiten

In bestemmingsplannen wordt vervolgens onderscheid gemaakt naar horeca in 3 categorieën:

- Lichte horeca: bedrijven die in beginsel alleen overdag en aanvullend 's avonds behoeven te zijn geopend.
- Middelzware horeca: bedrijven die normaal gesproken ook 's nachts geopend zijn
- Zware horeca: bedrijven die voor een goed functioneren ook 's nachts geopend moeten zijn en die tevens een groot aantal bezoekers trekken en daardoor grote hinder voor de omgeving kunnen meebrengen.

Interessant genoeg vallen grotere hotels, McDrives en dergelijke onder categorie 1, terwijl zeker qua verkeer maar ook geluid deze bedrijven in potentie net zoveel overlast kunnen veroorzaken als de als "zware horeca" aangeduide bedrijven.

Voor het merendeel van de horecalocaties in Wassenaar geldt dat zij een specifieke aanduiding hebben qua staat van horeca-activiteiten, in de winkelhaak (bestemming centrumdoeleinden) zijn voornamelijk bedrijven van de eerste categorie gevestigd (en mogelijk).

Opgemerkt wordt dat de staat van horeca-activiteiten niet in alle bestemmingsplannen opgenomen is en/of niet op eenzelfde wijze.

APV

In de algemene plaatselijke verordeningen zijn diverse bepalingen opgenomen die betrekking hebben op horecabedrijven. In het bijzonder zijn de volgende bepalingen relevant:

- Regulering paracommerciële rechtspersonen: aan dit type bedrijven zijn beperkingen opgelegd voor wat

betreft de tijden waarop alcoholhoudende dranken geschonken mogen worden en het type activiteiten (geen alcoholhoudende dranken mogen geschonken worden bij bijeenkomsten van persoonlijke aard)
- Sluitingstijden: de burgemeester kan door middel van een vergunningsvoorschrift andere sluitingstijden vaststellen voor een afzonderlijk horecabedrijf of een daartoe behorend terras.

Beleid Bed & Breakfasts

Door de gemeente Wassenaar is beleid ontwikkeld specifiek gericht op bed & breakfast. Dit bedrijfstype wordt gedefinieerd als een voorziening gericht op het bieden van de mogelijkheid tot overnachting en het serveren van ontbijt, als toeristisch-recreatieve activiteit, ondergeschikt aan de betreffende bestemming, aan maximaal 10 personen, met een maximum verblijfsduur van 6 weken per jaar. De kleinschaligheid wordt gewaarborgd door de volgende begrenzing aan te houden:

- De bed & breakfast voorziening moet binnen de bestaande woonbebouwing en de daarbij behorende bij-, aan- en uitbouwen gerealiseerd worden.
- Maximaal 10 personen;
- Maximaal 30% van de oppervlakte (b.v.o.) van de woning en aangebouwde bijgebouwen met een maximum van 70m^2.

Detailhandelondersteunende horeca

Om in te spelen op de ontwikkeling naar meer vervlechting tussen horeca en detailhandel is door de gemeente Wassenaar een toetsingskader opgesteld waaraan nieuwe initiatieven voor horeca in detailhandelsbedrijven moeten voldoen. Dit betreft o.a.:

- Horeca is ondergeschikt aan hoofdactiviteit: dit wordt o.a. geborgd doordat maximaal 25% van het oppervlak ter beschikking van horeca-activiteiten gesteld mag worden);
- De openingstijden van de horeca volgen die van de hoofdactiviteit;
- Geen verstrekking van alcoholhoudende dranken;
- Er mag geen zelfstandige reclame gemaakt worden voor de ondersteunende horeca-activiteit.

Vergunningenbeleid algemeen

De gemeente Wassenaar beschikt niet over een integrale nota horecaregelgeving en -beleid. Als gevolg hiervan is het toetsingskader voor vergunningen, zoals die voor een terras niet inzichtelijk voor aanvragers. Ook is er geen sprake van een plek op de internetsite van de gemeente waar in 1 oogopslag alle lokale wet- en regelgeving die van toepassing is op horeca terug te vinden is.

Vanuit de individuele gesprekken met ondernemers komt een beeld naar voren van ondernemers die in hoge mate tevreden zijn over hoe de horeca in Wassenaar in het algemeen functioneert. Ambtenaren, wethouders en burgemeester zijn goed benaderbaar, het persoonlijke contact wordt enorm gewaardeerd, net als het meedenken bij uitdagingen en vergunningsaanvragen. Meerdere ondernemers geven aan de regelgeving rondom specifiek terrassen en evenementen niet duidelijk te vinden, begrijpen niet waarom een terras op de ene plaats wel mogelijk is maar op een ogenschijnlijk vergelijkbare locatie niet.

5 Ontwikkelperspectief horeca

5.1 Inleiding

In dit hoofdstuk beschrijven we het ontwikkelperspectief voor de horecasector in Wassenaar, primair vanuit ruimtelijk-functioneel perspectief. We beginnen met de belangrijkste conclusies in dit kader, aansluitend op de SWOT-analyse zoals beschreven in paragraaf 4.7. Daarna beschrijven we de belangrijkste algemene uitgangspunten voor het Ontwikkelperspectief, die in de laatste paragraaf worden uitgewerkt voor de belangrijkste thema's in ruimtelijk-functioneel opzicht.

5.2 Conclusies analyse horecagemeente Wassenaar

De belangrijkste conclusies ten aanzien van het horeca-aanbod, mede in relatie tot de vraagzijde van de markt, luiden als volgt:

- De horeca heeft in Wassenaar, evenals elders, een veelzijdige betekenis en effecten:
    - Economisch (inkomen en werkgelegenheid);
    - Sociaal-maatschappelijk (ontmoetingsfunctie, "verbinding", sfeer, etc.);
    - Centrumversterkend (vergroot de wervingskracht, woon- en leefklimaat in het centrum);
    - Imago (het zet de gemeente en het centrum 'op de kaart', ook als 'gastheer' voor bezoekers).

  Door versterking van de horecastructuur zullen deze effecten worden versterkt in positieve zin.
- Het horeca-aanbod is gemeente-breed redelijk gevarieerd en relatief groot, zeker gegeven het beperkte primaire draagvlak (inwonertal) van Wassenaar en de nabijheid van enige grote plaatsen (Den Haag, Leiden).
- De presentatie en uitstraling is overwegend opvallend goed verzorgd en de ondernemers professioneel en enthousiast. Verschillende horecazaken richten zich op het hogere marktsegment, maar dit aanbod is niet beeldbepalend voor Wassenaar en het centrum.
- De sector heeft naast een lokale verzorgingsfunctie ook een duidelijke regionale en toeristische functie. Dit laatste geldt vooral voor de horeca aan en op het strand, bij Duinrell en elders in het buitengebied.
- In het centrum heeft de horeca een bescheiden uitstraling en er is geen duidelijk, beeldbepalend concentratiegebied. De ruimte voor terrassen is er vanwege de fijnmazige bebouwingsstructuur beperkt.
- De algehele indruk is dat het attractieve centrum van Wassenaar slechts beperkt profiteert van de diverse belangrijke toeristisch-recreatieve bestemmingen in de omgeving.
- Inwoners van Wassenaar zijn overwegend positief gestemd over het horeca-aanbod met dien verstande dat specifiek dat deel van de bevolking met een relatief hoog inkomen en/of een internationale achtergrond een stuk kritischer is op het aanbod en de prestaties van de lokale horeca.

- Hoewel het doelgroepenprofiel breed is, bestaat er een relatief beperkte oriëntatie op jongeren.
- Kwantitatief is er in de gemeente nauwelijks marktruimte aanwezig voor uitbreiding van de horeca. Nieuwe zaken moeten derhalve qua product, uitstraling en/of doelgroepen complementair zijn aan het bestaande aanbod dan wel bijdragen aan een integrale gebiedsversterking op bepaalde locaties.
- Jaarrond opening van enkele strandpaviljoens versterkt niet alleen de toeristisch-recreatieve functie van Wassenaar maar zal zeker ook voor de horeca elders in Wassenaar positief uit kunnen pakken (bezoeken aan het strand worden vaak gecombineerd met andere activiteiten/bezoeken in de directe omgeving).

5.3 Algemene uitgangspunten Horeca Ontwikkelperspectief

De algemene uitgangspunten en 'uitdagingen' voor de horeca in Wassenaar zijn:

- De horeca moet in algemene zin zo goed mogelijk aansluiten op het 'DNA' van Wassenaar: Stijl, Kwaliteit, Persoonlijk, Natuur, Strand, Rust, Ontmoeting, et cetera.
- Horeca is een belangrijke, verbindende functie binnen de bredere sociaal-economische verzorgingsfunctie van Wassenaar, met een groeiende betekenis in dat opzicht.
- Het centrum is de belangrijkste horecabestemming in de gemeente. De sector is wezenlijk voor de wervingskracht en vitaliteit van het centrum, ook in relatie tot detailhandel, cultuur, toerisme en de woonfunctie.
- De ruimtelijk-functionele bijdrage van horeca aan de centrumfunctie moet worden versterkt.
- Horeca kan nadrukkelijker worden ingezet als 'toeristische troef' van Wassenaar.
- Ruimte voor nieuwe, consumentgerichte ontwikkelingen die passen binnen de algemene trends, verzorgingsfunctie en ruimtelijk-economische structuur van Wassenaar.
- Alleen indien voor specifieke formules (bijvoorbeeld door hun schaalgrootte, relatie met bepaalde gebiedskwaliteiten en/of bereikbaarheidsprofiel) in het centrum aantoonbaar geen geschikte locatie beschikbaar is (onder voorwaarden) een andere locatie mogelijk
- In het buitengebied kunnen horecazaken de toeristisch-recreatieve functie versterken, met name bij recreatieve knooppunten en aan het strand.
- Het terrassenbeleid vergt bijzondere aandacht, ook omdat terrassen beeldbepalend zijn voor het straatbeeld en steeds belangrijker worden in de exploitatie van horecazaken.
- Integrale aanpak horecabeleid door gemeente, met een positieve, servicegerichte en proactieve grondhouding. Niet 'overlast' maar 'verrijking' is het leidende motto.
- Waar nodig flexibiliteit bieden om toekomstige (onvoorspelbare) ontwikkelingen te faciliteren, mits deze passen binnen de algemene beleidskaders van de gemeente.
- Gelijkwaardig speelveld voor bedrijven met horeca-activiteiten.
- Meer samenwerking tussen partijen (horeca, toerisme, cultuur, detailhandel) en intensivering van de lokale en regionale marketing gericht op deze functies.
- Structureel overleg tussen ondernemers en gemeente, gericht op productversterking en oplossen knelpunten.

De algemene ontwikkelingskansen en kerndoelen voor het ontwikkelperspectief voor horeca in Wassenaar formuleren we als volgt:

- **Productverbreding**: ook doelgroep 'internationals', zakelijke markt, groepen, etc.
- **Synergie**: meer profijt van recreanten, museumbezoekers, zakelijk, etc.
- **Innovatie**: inspelen trends, nieuwe doelgroepen passend bij Wassenaar
- **Openbare ruimte**: betere uitstraling, vooral in centrum (terrassen), Wassenaarse Slag

5.4 Ontwikkelperspectief per thema

Het Horeca Ontwikkelperspectief en de benoemde kerndoelen worden hieronder uitgewerkt in algemene zin in de vijf belangrijkste thema's (aspecten). Voor een nadere explicatie voor de accentgebieden verwijzen we naar het volgende hoofdstuk.

Omvang & branchering

- Beperkte uitbreiding van de horecacapaciteit in het centrum voor meer wervingskracht
- Kwaliteit prevaleert altijd boven kwantiteit.
- Meer mogelijkheden voor horeca met een mengvorm tussen de branches drankenverstrekkers, fastservice en restaurants (conform de landelijke trends).
- Meer bewegingsvrijheid voor aanpassing van horecaformules binnen het kader van wet- en regelgeving.
- Meer keuze in restaurants en avondhoreca, met name in het centrum.
- Ruimte voor vernieuwende fastserviceformules (gezond, streekeigen, trendy, delivery, etc.).
- Voorkeur voor nieuwe horeca die complementair (aanvullend) is aan bestaande aanbod qua product, uitstraling, marktsegment, doelgroepen, etc.

Kwaliteiten & doelgroepen

- Groter accent op restaurants in het hogere marktsegment.
- Sterkere verzorgingsfunctie horeca voor jongeren uit Wassenaar, bijvoorbeeld door passende concepten (uitgaanshoreca) en ruimte voor doelgroepgerichte activiteiten en evenementen.
- Grotere oriëntatie op de zakelijke markt, met name het topsegment.

Ruimtelijke structuur

- Uitbreiding horeca primair in het centrum, daarbuiten alleen onder voorwaarden (zie boven).
- Uitgangspunten horeca in het centrum:
    - Aanbeveling bescheiden ontwikkeling, in balans met woonfunctie in omgeving.
    - Koppeling met andere functies (detailhandel, cultuur, ambacht, etc.)
    - Combinaties met kleinschalige verblijfsaccommodaties (B&B, gastenkamers/appartementen)
    - Versterking horecafunctie Van Hogendorpstraat, Haven en Plein/aansluitend deel Langstraat.
- Behoud van sterke, levensvatbare horeca in overig Wassenaar en het buitengebied, ook t.b.v. de leefbaarheid ter plekke.
- Heldere parkeerstructuur en beter herkenbare/zichtbare parkeerrouting. Aantrekkelijke en veilige wandelroutes naar/vanuit horecalocaties in het centrum.

Synergie met andere functies

- Meer interactie, samenwerking tussen horeca en andere functies

(detailhandel, cultuur, toerisme, groen en water). Bijvoorbeeld: gezamenlijke productontwikkeling, arrangementen, promotie.
- Horecafunctie nadrukkelijker integreren in toeristisch beleid gemeente, vanwege sterke wisselwerking en gunstig toekomstperspectief.
- Mogelijkheden voor consumentgerichte blurring-formules in detailhandel en horeca met heldere voorwaarden t.a.v. omvang, inrichting, schenken van alcoholische dranken en openingstijden.
- Horeca in ondergeschikte vorm alleen onder heldere voorwaarden (ruimtelijk, functioneel).
- Actief detailhandelsbeleid en acquisitie daarin is ook van belang voor de horeca: extra bezoekers, langere verblijfsduur, mogelijkheden blurring, etc.
- Actieve, gezamenlijke toeristisch-recreatieve productontwikkeling en profilering door ondernemers, toeristische en culturele partners en gemeente gezamenlijk. O.b.v. heldere afspraken in gezamenlijk overleg.
- Tegengaan ongewenste paracommercie, handhaving regels en afspraken bij betrokken accommodaties. Bijvoorbeeld t.a.v. openingstijden, organisatie feesten en relatie tot de hoofdactiviteit c.q. primaire doelstelling van betreffende voorziening.

Omgevingskwaliteiten

- Verzorgde beeldkwaliteiten en inrichting/uitstraling openbare ruimte is essentieel voor ontwikkelperspectief horeca.
- Ruimte voor representatieve, ‘uitnodigende’ terrassen
- Uitvoering gebiedsgerichte versterking Haven e.o., als horecamilieu met eigen accent.
- Uitvoering en handhaving Beeldkwaliteitsplan is essentieel voor aantrekkingskracht ‘sfeergevoelige’ horeca.
- Blijvende aandacht schoon, heel en veilig als kernkwaliteiten Wassenaar.
- Consequente handhaving gemeentelijk horecabeleid en bestemmingsplannen, ook om ontwikkelperspectief horeca in het centrum niet te ondermijnen.

6 Aanzet uitwerking horecaontwikkel-perspectief

Dit hoofdstuk geeft een eerste aanzet tot uitwerking van het horecabeleid naar accentgebieden. Dit op basis van de beschreven ontwikkelingskansen voor de horecasector. De gebiedsgerichte perspectieven worden in een later stadium nader uitgewerkt door de gemeente Wassenaar in beleid en regelgeving.

6.1 Introductie accentgebieden

Waarom accentgebieden?

Het belangrijkste uitgangspunt van het Horeca Ontwikkelperspectief is het consumentengedrag. Het huidige en toekomstige bezoekgedrag van consumenten vormt immers de basis voor een attractieve, levendige binnenstad en andere vrijetijdsbestemmingen binnen Wassenaar. De horecasector ontvangt vele doelgroepen, elk met hun eigen voorkeuren en bezoekgedrag. Horecabezoek is in hoge mate afhankelijk van het bezoekmotief: de ene keer bezoekt men Wassenaar om te winkelen, de andere keer om iets te drinken of uit eten te gaan en weer een andere keer om een wandeling in de natuur te maken. Soms zoekt men keuze, soms heeft men genoeg aan één bepaalde kroeg of restaurant.

Daarom schetsen we in dit kader het toekomstbeeld voor Wassenaar aan de hand van de meest relevante accentgebieden, elk met hun eigen aanbodprofiel, kwaliteiten, sfeer, ligging, relatie met andere functies, etc. Samen vormen ze een sterke en duurzame horecastructuur, die de sociaal-maatschappelijke, economische en toeristisch-recreatieve functie van de gemeente versterkt. Dit geldt zeker voor het centrum.

Inspirerend en richtinggevend, maar niet dwingend

We benadrukken dat de hieronder benoemde gebiedsprofielen slechts een richtinggevend karakter hebben en dienen als inspiratie voor bedrijfsleven en overheid. Uiteindelijk is het aan de ondernemers zelf om daar invulling aan te geven. Er moet in elk geval altijd beleidsmatige ruimte bestaan voor vernieuwende en onderscheidende (maar vaak onvoorspelbare) concepten die inspelen op de continu veranderende consumentenbehoeften, zeker in het vrijetijdsgedrag. Kortom: gebieden die attractief zijn voor bezoekers en kansrijk voor ondernemers.

Concentratie voor meer wervingskracht

Aantrekkelijke concentraties zijn voor veel horecatypen essentieel voor de exploitatie. Voldoende keuze en sterke omgevingskwaliteiten vergroten de economische potenties voor bestaande èn nieuwe zaken. Horecaconcentraties kunnen een plaats nadrukkelijk op de kaart zetten, wat leidt tot een groter verzorgingsgebied, langere verblijfsduur en hogere bestedingen door bezoekers. Tevens hebben ze een belangrijke ontmoetingsfunctie, voor jong en oud. Overigens hebben bepaalde horecaconcepten

juist baat bij solitaire vestiging, zoals grote familierestaurants, partycentra en wijkverzorgende snackbars.

Bezoekgedrag als basis voor profilering van accentgebieden

Het bezoekgedrag/motief is in dit streefbeeld leidend bij de profilering van de deelgebieden en de toelaatbaarheid van horeca aldaar. De 'traditionele', nogal aanbodgerichte branche-indeling (dranken, fastfood, restaurants) blijkt door de toenemende multifunctionaliteit en branchevervaging van/bij horecazaken immers steeds minder goed toepasbaar als ontwikkelings- en toetsingskader. Illustratief is het vervagende onderscheid tussen enerzijds eetcafés en fastfoodzaken en anderzijds restaurants. Zowel qua uitstraling, profilering als bezoekgedrag lijken ze steeds meer op elkaar. De belangrijkste relevante bezoekmotieven lichten wij als volgt toe:

- **Horecabezoek tijdens winkelen, overig dagbezoek**: horeca met een functie die veelal is gekoppeld aan de winkelopeningstijden. Zij richten zich op dezelfde doelgroep, maar ook op andere dagbezoekers met bijvoorbeeld een cultureel bezoekmotief. Vaak betreft het de branche fastfood, zoals lunchrooms, koffiezaken, ijssalons, etc. Deze horecagelegenheden geven over het algemeen geen overlast.
- **Borrelen**: meestal een doelgerichte activiteit, bijvoorbeeld om na werktijd of in het weekend even bij te praten in een café of op een terras. Het tijdstip ligt ruwweg tussen 16 en 20 uur. Borrelen gaat vaak vooraf aan restaurantbezoek. Vanwege tijdstip en doelgroepen nauwelijks overlast. Meestal betreft het drankenverstrekkers.
- **Uit eten**: bedrijven waarbij de nadruk ligt op de avondfunctie, maar soms ook op lunches. Met name restaurants vallen in deze categorie. Deze horecagelegenheden (veelal restaurants) geven over het algemeen geen overlast.
- **Uitgaan**: horeca met vooral een avondfunctie, maar ook vaak 's nachts open. Het betreft vooral cafés en andere drankenverstrekkers. Deze bedrijven kunnen overlast veroorzaken voor omwonenden of bezoekers, bijvoorbeeld vanwege een terras, vertrekkende of buiten rokende bezoekers. Overigens bieden cafés steeds vaker ook maaltijden aan.
- **Gemakkelijke maaltijd**: horecazaken die inspelen op de toenemende tijdsdruk bij mensen, waardoor men geen zin/tijd meer heeft om zelf te koken. Het betreft veelal fastfoodzaken, zoals snackbars, grillrooms en de zeer expansieve delivery-formules (Domino's, lokale formules). Vaak bevinden deze zaken zich in of nabij wijk- en buurtcentra. Overigens ondervindt deze branche steeds meer concurrentie van supermarkten en maaltijdboxen.
- **Recreatie in buitengebied**: het betreft hier een breed scala aan horecatypen, met vaak een belangrijke ondersteunende functie voor wandel-, fiets- en vaarroutes. In toenemende mate is (ook vanwege exploitatie-eisen) sprake van een combinatie met recreatieve of culturele activiteiten.
- **Ondergeschikte horeca**: horeca als ondersteunende functie van bedrijven met een andere hoofdfunctie, zoals leisure, cultuur of ontspanning. Horeca kan hier vele vormen hebben.

6.2 Accentgebieden in Wassenaar

Voor de horeca in de Wassenaar beoordelen we de toekomstpotenties, geredeneerd vanuit de primaire bezoekmotieven van consumenten èn het hiervoor beschreven Horeca Ontwikkelperspectief (zie paragraaf 6.3 en 6.4). Dit doen we voor de volgende vijf deel-/accentgebieden:

- Centrum Winkelgebied, "winkelhaak"
- Centrum Winkelgebied, Plein e.o.
- Centrum Havengebied
- Wassenaarse Slag/Strand
- Verspreide locaties

Kaart: Visie horeca centrum Wassenaar op hoofdlijnen

6.3 Ontwikkelperspectief naar accentgebied

1. Centrum Winkelgebied, winkelhaak

Ambitie en perspectief	• Sfeervol dorpscentrum met goede, gastvrije gastronomie • Horeca vooral ondersteunend aan winkelfunctie maar ook sterker profileren opdat het een (1e) bezoekmotief wordt en overig dag-bezoek aan centrum stimuleert • Meer 'beleving' en langere verblijfsduur bezoekers • Ook horeca moet voldoen aan uitgangspunten Centrumvisie: Persoonlijk, Stijlvol, Authentiek • Bijzondere activiteiten en evenementen, het gehele jaar door	
Bezoekgedrag en doelgroepen	• Bezoek tijdens winkelen en overig dag-bezoek, borrelen, uit eten en uitgaan • Lokaal: inwoners gemeente, waaronder expats • Regionaal: dag-bezoekers, winkelend publiek • Bovenregionaal: dag-bezoekers, recreanten en toeristen	
Ontwikkelings-richting	• Gevarieerd en attractief horeca-aanbod, breed doelgroepenprofiel maar accent op midden en hogere marktsegment • Rustplekken tijdens het winkelen (incl. terras waar ruimtelijk mogelijk) • Meer eigentijdse, onderscheidende formules voor aantrekkelijker verblijfsklimaat • Uitbreiding niet zozeer kwantitatief maar kwalitatief (substitutie), nieuw initiatief enkel bij bijzondere kwaliteit/toegevoegde waarde • Bijzondere mengvormen horeca-detailhandel-cultuur (binnen landelijk beleid en regelgeving Drank- en Horecawet) • Ruimte voor doelgroepgerichte evenementen	
Terrassen	• Terrassen zijn sterk bepalend voor sfeer en uitstraling centrum • Meer terrassen in openbare ruimte (zie ook Ruimtelijke aspecten) • Kleine terrassen bij mengvormen detailhandel en horeca (blurring) ter verlevendiging straatbeeld, mits niet hinderlijk voor looproutes etc. • Verzorgde inrichting en uitstraling • Terrasafschermingen, parasols etc. moeten passen in straatbeeld	
Ruimtelijke aspecten	• Langstraat (zuidelijk gedeelte): accent dag-horeca ondersteunend aan winkelen • Van Hogendorpstraat/Luifelbaan: zowel dag- als avondhoreca • Verfraaien 'scharnierpunt' Langstraat richting Van Hogendorpstraat • Versterken terrasgebied kruising Langstraat-Van Hogendorpstraat • Versterken beeldkwaliteit panden conform uitgangspunten Beeldkwaliteitsplan, zie boven) • Heldere parkeerstructuur en beter herkenbare/zichtbare parkeerrouting. • Voldoende fietsparkeerplaatsen, nabij belangrijkste entrees. • Adequaat beheer openbare ruimte, handhaving schoon-heel-veilig • Realisatie Beeldkwaliteitsplan	
Overige aspecten	• Consequente handhaving beleid en regelgeving bij alle zaken ('gelijk speelveld') • Aandacht verlichting en veiligheid 's avonds en 's nachts • Grotere betrokkenheid horeca bij evenementen	
Suggesties voor aanvullingen	• Toonaangevende horecazaak ('icoon') • Specialiteitenrestaurants • Wijnbar • Biercafé, Stadsbrouwerij	• Kookstudio • Vers fastfood (Bagels&Beans, Subway, La Place) • Verse sappen • Koffie/ thee specialiteiten • Dag-horeca i.c.m. food-speciaalzaken (blurring) • Healthy concepten (vega/vegan, biologisch)

2. *Centrum Winkelgebied, Plein e.o.*

Ambitie en perspectief	• Entreegebied, in het bijzonder voor verblijfsgasten- en dag-bezoekers Duinrell • Handhaving bijzondere "dorpsbrink" uitstraling en intiem karakter, gedeeltelijke vergroening van het gebied • Horeca met kwaliteit, hoogwaardige uitstraling en gelimiteerde openingstijden 's avonds • Horeca zelfstandig én ondersteunend aan winkelfunctie en overig dag-bezoek aan centrum
Bezoekgedrag en doelgroepen	• Bezoek tijdens winkelen en overig dag-bezoek, borrelen, uit eten, alsmede ondersteunend aan bezoek Duinrell • Lokaal: inwoners gemeente, waaronder expats • Regionaal: dag-bezoekers, winkelend publiek • Bovenregionaal: dag-bezoekers, recreanten en toeristen
Ontwikkelings-richting	• Beperkt edoch attractief horeca-aanbod, breed doelgroepenprofiel maar accent op middensegment • Rustplekken met name voor en na het winkelen (incl. terras waar ruimtelijk mogelijk) • Meer eigentijdse, onderscheidende formules voor aantrekkelijker verblijfsklimaat • Beperkte uitbreiding aantal horecazaken • Handhaving rustige karakter, accent op dag en vroege avond
Terrassen	• Kleine terrassen, meer signaalfunctie dan noodzakelijk voor bedrijfsvoering • Verzorgde inrichting en uitstraling • Terrasafschermingen, parasols etc. moeten passen in straatbeeld (neutraal)
Ruimtelijke aspecten	• Accent kwaliteitszaken, aanhakend op gebiedskwaliteiten • Plein: dag- en avondhoreca • Langstraat (noordelijk deel): meer vermenging horeca met andere functies • Heldere parkeerstructuur en beter herkenbare/zichtbare parkeerrouting. • Voldoende fietsparkeerplaatsen, nabij Plein • Adequaat beheer openbare ruimte, handhaving schoon-heel-veilig • Realisatie beeldkwaliteitsplan
Overige aspecten	• Consequente handhaving beleid en regelgeving bij alle zaken ('gelijk speelveld') • Aandacht verlichting en veiligheid 's avonds en 's nachts
Suggesties voor aanvullingen	• Toonaangevende horecazaak ('icoon') • Specialiteitenrestaurants • Wijnbar • Biercafé, Stadsbrouwerij • Vers fastfood (Bagels&Beans, Subway, La Place) • Koffie/ thee specialiteiten

3. *Centrum Havengebied*

Ambitie en perspectief	• Destination locatie, dé plek om in de avond uit eten te gaan of af te halen • Apart vermarkten/profileren (en dus niet: "onderdeel van het centrum"), uniciteit benadrukken (afstand tot centrum is te groot, geografische beperking) • Verhogen comfort bezoekers en verlengen verblijfstijd • Horeca zelfstandig èn aanvullend op overig dag-bezoek aan Wassenaar • Ontwikkeling/uitbreiding evenementenkalender, het gehele jaar door
Bezoekgedrag en doelgroepen	• Bezoek na overig dag-bezoek, uit eten en uitgaan • Lokaal: inwoners gemeente • Regionaal: dag-bezoekers • Bovenregionaal: dag-bezoekers, recreanten en toeristen
Ontwikkelings-richting	• Gevarieerd en attractief horeca-aanbod, breed doelgroepenprofiel maar accent op midden marktsegment • Meer eigentijdse, onderscheidende formules voor aantrekkelijker verblijfsklimaat • Beperkte uitbreiding aantal horecazaken • Ruimte voor doelgroepgerichte evenementen
Terrassen	• Terrassen zijn sterk bepalend voor sfeer en uitstraling van het Havengebied • Meer terrassen in openbare ruimte • Verzorgde inrichting en uitstraling • Terrasafschermingen, parasols etc. moeten passen in straatbeeld
Ruimtelijke aspecten	• Dag- maar met name avondhoreca en integrale gebiedsversterking • Realiseren/versterken terrasgebied aan de 'kop' van de haven • Realisatie plan Ontwerp Dorpshaven • Heldere parkeerstructuur en beter herkenbare/zichtbare parkeerrouting. • Voldoende fietsparkeerplaatsen • Adequaat beheer openbare ruimte, handhaving schoon-heel-veilig
Overige aspecten	• Consequente handhaving beleid en regelgeving bij alle zaken ('gelijk speelveld') • Aandacht verlichting en veiligheid 's avonds en 's nachts • Horeca neemt voortrekkersrol bij evenementen
Suggesties voor aanvullingen	• Value for money concepten zoals Proeflokaal Bregje, Pavarotti • Dans-/muziekcafé • Familierestaurant

4. *Wassenaarse Slag/strand*

Ambitie en perspectief	• Rust/relaxpunt bij strandbezoek en recreatie in/rondom het strand/de duinen • Attractiviteit gebied jaarrond verhogen • Bewaking/handhaving natuur- en milieuwaarden
Bezoekgedrag en doelgroepen	• Gericht dag-bezoek, uit eten • Lokaal: inwoners gemeente, waaronder expats • Regionaal: dag-bezoekers, winkelend publiek, zakelijke gasten • Bovenregionaal: dag-bezoekers, recreanten en toeristen, zakelijke markt
Ontwikkelings-richting	• Geen uitbreiding horecazaken. • Verruiming exploitatieperiode voor -in eerste instantie- twee strandpaviljoens, met exploitatieverplichting (na evaluatieperiode kan bekeken worden of uitbreiding gewenst dan wel noodzakelijk is) • Upgrading gebied qua inrichting en bebouwing
Terrassen	• Terrassen zijn sterk bepalend voor sfeer en uitstraling op het strand • Verzorgde inrichting en uitstraling • Terrasafschermingen, parasols etc. moeten passen in straatbeeld
Ruimtelijke aspecten	• Inrichting rotonde bij Wassenaarse Slag/strandopgang behoeft upgrade • Kiosken qua uitstraling op niveau van strandpaviljoens brengen • Adequaat beheer openbare ruimte, handhaving schoon-heel-veilig
Overige aspecten	• Consequente handhaving beleid en regelgeving bij alle zaken ('gelijk speelveld')
Suggesties voor aanvullingen	• Geen

5. *Overige locaties*

Ambitie en perspectief	• Behoud van huidige variatie en rijkdom in het aanbod • Versterking kwaliteit horeca op/nabij recreatieve knooppunten • Behoud van wijkverzorgende horeca en als ondersteunende functies (sport, cultuur)
Bezoekgedrag en doelgroepen	• Bezoek tijdens overig dag-bezoek, uit eten en ondersteunend aan bezoek andere activiteit • Lokaal: inwoners gemeente, waaronder expats • Regionaal: dag-bezoekers, zakelijke gasten • Bovenregionaal: dag-bezoekers, recreanten en toeristen, zakelijke markt
Ontwikkelings-richting	• Gevarieerd en attractief horeca-aanbod, breed doelgroepenprofiel • Bij voorkeur (per saldo in de tijd) geen uitbreiding aantal horecazaken, tenzij van bijzondere kwaliteit (complementair aan/aanvulling op het bestaande aanbod) • Bij bedrijfsbeëindiging of verzoek daartoe meewerken aan herbestemming
Terrassen	• Terrassen zijn sterk bepalend voor sfeer en uitstraling • Verzorgde inrichting en uitstraling • Terrasafschermingen, parasols etc. moeten passen in straatbeeld/natuurlijke omgeving
Ruimtelijke aspecten	• Parkeren vooral/bij voorkeur op eigen terrein
Overige aspecten	• Consequente handhaving beleid en regelgeving bij alle zaken ('gelijk speelveld') • Aandacht verlichting en veiligheid 's avonds en 's nachts
Suggesties voor aanvullingen	• Toonaangevende horecazaak ('icoon') • Fastfoodrestaurant • Bib Gourmand of Michelin • Healthy concepten (vega/vegan, biologisch)

6.4 Relatie ontwikkelperspectief met belangrijkste beleidsvelden gemeente

Hieronder omschrijven we op hoofdlijnen de essenties en uitgangspunten van de belangrijkste algemene beleidsaspecten voor de horeca. Deze zijn ten dele nader geconcretiseerd voor Wassenaar in de vermelde accentgebieden.

Openingstijden horeca

Het uitgaansgedrag verandert. Cafébezoekers gaan later van huis, wat soms noopt tot latere sluitingstijden. Tegelijkertijd stijgt het horecabezoek overdag en moeten horecazaken ruimere openingstijden hanteren om hun bedrijfsexploitatie rond te krijgen. De openingstijden van ondergeschikte horeca moeten aansluiten op de hoofdfunctie. De gemeente moet horecazaken in principe de ruimte bieden om hierop goed in te spelen, mits ontoelaatbare overlast voor omwonenden wordt voorkomen en de leefbaarheid van gebieden niet wordt aangetast.

Terrassen

Mensen willen steeds meer buiten zitten, met een groeiende behoefte aan terrasruimte tot gevolg. Belangrijk is dat terrassen bijdragen aan een verblijfsvriendelijk, gastvrij centrum. Terrassen moeten vooral uitnodigend en toegankelijk zijn en mogen het zicht op monumentale en andere kwaliteiten niet beperken. De openbare ruimte is er voor vele doelgroepen, waaronder hulpdiensten en evenementen. Vaste bouwwerken (terrasschermen, meubilair, buitenkeukens, etc.) zijn hier niet wenselijk. In Wassenaar kan een ruimer en kwalitatief beter aanbod van terrassen de wervingskracht van het centrum en de horeca verder versterken.

Openbare orde en veiligheid

De gebiedsgerichte overlast en veiligheidsincidenten vanuit horecabezoek nemen landelijk af. Toch blijft dit een belangrijk aandachtspunt, omdat incidenten het imago van de sector en de stad kunnen aantasten. Zichtbare preventie (politie, portiers, camera's) en een open communicatie tussen overheid/politie, bedrijven en omwonenden zijn essentieel.

Functiemenging (Blurring)

Consumenten zoeken steeds meer een 'beleving' en minder een specifiek product. Dit fenomeen doet zich in diverse economische sectoren voor, maar de horeca vervult vaak een sleutelrol. In dit kader is vooral de vermenging van detailhandel met horeca-activiteiten relevant. In principe versterken dergelijke concepten een stad (nieuwe doelgroepen, langere verblijfsduur) en kan ook de reguliere horeca hiervan profiteren. Dan moet echter wel worden voldaan aan de eisen van de landelijke Drank- en Horecawet en Inrichtingseisen.

Inrichting openbare ruimte, gevelbeeld en welstand

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

Bereikbaarheid en parkeren

Een wezenlijk deel van de horecabezoekers komt per auto. Op korte afstand van de horecazaken en –clusters moet voldoende parkeergelegenheid beschikbaar zijn. De looproutes tussen de horecazaken onderling en de belangrijkste parkeerlocaties moeten aantrekkelijk en veilig worden ingericht.

Paracommercie

Dit onderwerp heeft vooral betrekking op het aanbieden van horeca-activiteiten door verenigingen en stichtingen, vaak met inzet

van vrijwilligers. Essentieel is dat horeca hier aantoonbaar gelieerd is aan de specifieke hoofddoelstelling, dus primair gericht op de eigen leden en met openingstijden die aansluiten op de hoofdactiviteit.

Citymarketing en promotie
Gemeenten en binnensteden zijn steeds meer in concurrentie als dag bestemming. Het dorp kan meeprofiteren van de sterk groeiende toeristische functie van de plaatsen Den Haag en Leiden. Belangrijke voorwaarde is een daadkrachtige en samenhangende versterking van het centrum conform de uitgangspunten van de Centrumvisie voor Wassenaar.

Flexibiliteit in planologische mogelijkheden
De (toekomstige) ontwikkeling van de horecasector is in hoge mate onvoorspelbaar, zowel qua productformules, doelgroepen als locatievoorkeuren. Mede hierdoor is de sector de meest dynamische van alle centrumfuncties en bepaalt het vaak het onderscheid tussen centra. Om deze dynamiek te faciliteren moeten ten eerste de bestemmingen in het bestemmingsplan voldoende breedte en flexibiliteit bieden. Daarnaast moet een sterke relatie worden gelegd tussen het bestemmingsplan en bijvoorbeeld de exploitatievergunning, terrassen en welstand.

6.5 Instrumentarium

Voor de uitvoering van het Horeca Ontwikkelperspectief is het noodzakelijk om over een aantal hulpmiddelen te beschikken. Het benodigde instrumentarium bestaat uit het ruimtelijk juridisch kader, beleids- en spelregels en faciliterende acties/maatregelen vanuit de gemeente, alsmede initiatieven en acties vanuit (horeca)ondernemers zelf.

Het instrumentarium beschrijven we in algemene zin en we hebben voorbeelden opgenomen die aansluiten bij de uitwerking van het Horeca Ontwikkelperspectief naar accentgebied, zoals in paragraaf 6.4 beschreven.

6.5.1 Ruimtelijk juridisch kader (bestemmingsplan en horecacategorisering)

Bestemmingsplan en Omgevingswet[9]
Belangrijk is om eerstens te constateren dat het huidige, accommoderende (bestemmingsplan-)beleid goed gewerkt heeft. Na een initiële sterke stijging van het horeca-aanbod in de periode 2003-2008 is een stabilisatie opgetreden qua aantallen horecabedrijven, waarbij evenwel sprake was van enige dynamiek in de samenstelling van het aanbod (qua bedrijfstypen en concepten).

Naast het vigerende bestemmingsplan Centrum, waar binnen de bestemming "centrum doeleinden" horeca-activiteiten mogelijk zijn, kent de gemeente verder enkel zogeheten 'postzegel'-bestemmingsplannen, waarbij voor een specifieke locatie de functie van horeca toegestaan wordt, maar bijvoorbeeld niet op de direct naastgelegen panden.

Ogenschijnlijk de makkelijkste weg om

[9] De Omgevingswet bundelt en moderniseert in 1 wet alle wetten voor de leefomgeving. Vanaf 2021 treedt de wet in werking.

(restrictief) richting te geven aan de vestiging van nieuwe horecabedrijven in het centrum van Wassenaar, is het verwijderen van de functie horeca binnen de bestemming "centrumdoeleinden" en de huidige horecalocaties een enkelbestemming horeca van de categorie 1 of 2 toe te kennen. Echter: alhoewel dit het vigerende bestemmingsplan opschoont, is naar (eerste) inschatting het risico op planschadeclaims vrij groot. Daarbij wil de gemeente niet insteken op het stellen van restricties maar juist bieden van kaders voor ontwikkeling.

Om op korte termijn nieuwe initiatieven (met een zekere meerwaarde) te faciliteren en op de middellange termijn speelruimte te hebben om een groei van het aantal of de omvang van horecabedrijven mogelijk te maken (indien de marktomstandigheden daarom vragen), worden dus geen kwantitatieve restricties in de bestemmingsplannen doorgevoerd. De focus ligt op het versterken van de kwaliteit van het aanbod, middels zowel het bestaande aanbod en het toelaten van nieuwe ondernemers met een concept dat waarde toevoegt aan het bestaande aanbod.

Hierbij gelden voor de verschillende deelgebieden in het centrum andere profielen en dus ook andere kaders voor de gewenste ontwikkeling per deelgebied. De in het huidige Horeca Ontwikkelperspectief gepresenteerde accentgebieden en de wijziging van horeca categorieën (zie verderop) gelden als input voor de omgevingsvisie zoals die door de gemeente Wassenaar opgesteld wordt.

Afwegingskader voor uitbreiding

Om voldoende grip te houden op ontwikkelingen en deze te sturen in ondersteuning op de centrumvisie en het Horeca Ontwikkelperspectief, wordt per accentgebied op basis van het gewenste ontwikkelperspectief een afwegingskader in de omgevingsvisie of omgevingsverordening opgenomen. Nieuwe aanvragen worden hieraan getoetst. Per gebied is gekeken naar welke horecatypen het meest kansrijk zijn en het beste passen binnen het gebied.

Initiatieven worden door een commissie onder leiding van een externe partij getoetst aan criteria zoals innovatief vermogen, toegevoegde waarde voor de locatie, bedrijfstype, et cetera (randvoorwaarden voor uitbreiding per gebiedsprofiel). Het is belangrijk dat de criteria niet in de vorm van cumulatieve vereisten gesteld worden, anders wordt de spreekwoordelijke lat wellicht te hoog gelegd en biedt dit de beoordelaars van verzoeken (te) weinig bewegingsvrijheid.

Wanneer de retailfunctie van het centrum in Wassenaar sneller dan gehoopt/geambieerd/verwacht in kracht toeneemt, kunnen de criteria waaraan nieuwe horeca-initiatieven getoetst worden versoepeld worden waardoor het bestemmingsplan geen obstakel zal vormen om het aanbod van horeca mee te laten 'ademen' met het retailaanbod en de aantrekkingskracht van het centrum als totaal.

Oftewel: het koppelen van de aanvraag voor een horecavergunning aan criteria die de wenselijke richting van de ontwikkeling van een accentgebied reflecteren, biedt de mogelijkheid om terughoudend te zijn wanneer noodzakelijk of juist toeschietelijk, wanneer de marktomstandigheden daarom vragen.

Specifiek bij horecalocaties die lang leeg staan, wordt overwogen om middels het instrument van voorzienbaarheid passieve risico-aanvaarding te creëren. Met het vaststellen van Het huidige Horeca Ontwikkelperspectief is de eerste stap naar voorzienbaarheid gezet. Om het gecombineerde retail- en horeca-aanbod in het centrum te faciliteren/te versterken wordt overwogen om specifiek bij het accentgebied "overige locaties' verzoeken tot het herbestemmen van horeca naar andere functies in principe positief tegemoet te treden. Hierdoor zal uitbreiding van horeca in beginsel uitsluitend dan wel met name in het centrum plaatsvinden.

Handhaving/aanpassing
Geconstateerd is dat specifiek bij een aantal locaties die een hoofdbestemming recreatie of sport hebben de horecavoorzieningen niet in overeenstemming lijken te zijn met de bestemmingsplanvoorschriften. De gemeente Wassenaar heeft de mogelijkheid om handhavend op te treden dan wel in overleg met betrokkenen tot een aanpassing in het bestemmingsplan over te gaan. Opgemerkt wordt dat wanneer een concrete klacht ingediend wordt de gemeente niet deze keuze heeft maar op korte termijn zal moeten handhaven.

Horecacategorisering
Omdat we in een steeds bewegelijker en aan veranderingen onderhevige wereld leven en ondernemen, lopen ondernemers steeds vaker tegen (wettelijke) beperkingen aan wanneer zij hun bedrijfsvoering aan willen passen. Dit is gelegen in het gegeven dat afhankelijk van het bedrijfstype horecagelegenheden in één van drie mogelijke categorieën ingedeeld worden.

Een stelsel waarin specifieke bedrijfstypen in verschillende horecacategorieën ingedeeld worden is welhaast per definitie arbitrair en past niet bij veranderingen in de markt. Een voorbeeld is bijvoorbeeld een wijnbar, die op basis van de kwalificatie "bar" in (de huidige) categorie 2 ingedeeld zou worden maar qua te verwachten overlast eerder in (de huidige) categorie 1 ingedeeld zou kunnen worden. Daarnaast leiden meer categorieën tot minder innovatie aan de kant van horecabedrijven. Immers: het toevoegen van een functie leidt dan eerder tot de situatie dat een bedrijf in een zwaardere categorie zou komen te vallen, wat bestemmingplan technisch dan niet is toegestaan.

Door in de toekomst slechts twee horeca-categorieën te hanteren, wordt een eenvoudiger stelsel verkregen. In de 1e categorie zullen de meeste horecabedrijven vallen, in de 2e categorie komen de bedrijven die een sluitingstijd na 01:00[10] uur kennen en/of een relatief hoog geluidsniveau produceren (grens nader te bepalen). Op deze wijze wordt een helder onderscheid gemaakt tussen horecabedrijven die niet/nauwelijks inbreuk maken op het woon- en leefklimaat en horecabedrijven die dat in de regel al wel snel doen. Een eenvoudiger stelsel stimuleert verandering/verbetering aangezien ondernemers eerder/beter in kunnen spelen op veranderingen in de markt, zonder dat zij tegen wettelijke begrenzingen aanlopen.

Alvorens tot voornoemde aanpassing van het aantal horecacategorieën over te gaan wordt een analyse uitgevoerd van de verschuivingen die optreden. Wellicht dient voor een beperkt aantal bedrijven een uitzonderingspositie dan wel overgangsregeling gecreëerd worden.

De nieuwe indeling levert geen situaties op waarbij een zwaardere inbreuk gedaan wordt op het woon- en leefklimaat. Aanvullend onderzoek hiernaar wordt evenwel veiligheidshalve uitgevoerd. Specifiek voor uitbreiding van horeca bij Plein biedt de APV de mogelijkheid om beperkingen op te leggen van openingstijden, waardoor het woonmilieu in/rondom deze locatie beschermd kan worden.

Strand
De strandpaviljoens bieden samen met het permanente horecabedrijf (brasserie De Badmeester) een uitstekende mogelijkheid het toeristisch product te versterken door jaarrond exploitatie toe te staan. Hierbij dient evenwel rekening gehouden te worden met het gegeven dat het strand bij Wassenaar niet eenzelfde aantrekkingskracht heeft als bijvoorbeeld Scheveningen of Zandvoort.

Het is dan ook aanbevelenswaardig om in

[10] Exacte tijdstip moet nog vastgesteld worden.

eerste instantie voor maximaal twee strandpaviljoens een jaarrondmogelijkheid in het bestemmingsplan op te nemen. De achterliggende gedachte hierbij is dat enerzijds consumenten wel wat te kiezen moeten hebben, het aanbod moet enige substantie en keuze bieden. Hier staat tegenover dat enkel het realiseren van aanbod nog niet direct garant staat voor het aantrekken van de vraag naar horecadiensten op het strand in de periode oktober-maart. Het verdient dan ook aanbeveling om na twee herfst/winterperioden een evaluatie uit te voeren en te bezien of het aanbod voldoende is, dan wel aanpassing behoeft.

Om te voorkomen dat de jaarrondmogelijkheid enkel benut wordt om kosten voor op- en afbouw en opslag te vermijden dient een exploitatieplicht voor een minimaal aantal uren/dagen opgenomen te worden.

6.5.2 Beleids- en spelregels

Beleids- en spelregels bieden de gemeente handvatten om initiatieven te toetsen aan de gewenste horecaontwikkeling in Wassenaar. Een drietal instrumenten behoeft binnen dit kader enige revisie:

- Vermenging horeca/retail waarbij behoud van de uitstraling van de hoofdfunctie voorop staat en overlast voorkomen wordt. Hiervoor (blurring) zijn reeds regels opgesteld, echter, deze regelen enkel horeca-activiteiten binnen detailhandelsbedrijven en niet het ontplooien van detailhandels-activiteiten door horecabedrijven. Het verdient derhalve aanbeveling om het fenomeen blurring beleidsmatig niet zozeer te benaderen vanuit het perspectief van winkels die ook horeca-activiteiten ontplooien maar juist vanuit een neutraal perspectief (mengvormen, ongeacht de hoofdfunctie) beleid te ontwikkelen.
- Paracommercie (APV)
  Paracommercie is tijdens de uitvoering van het onderzoek niet als aandachtspunt naar voren gekomen, althans niet direct. Wel is opgemerkt dat sommige sport en recreatielocaties over horecavoorzieningen beschikken die lijken te conflicteren met het bestemmingsplan. In aanvulling op een check tussen bestemmingsplan en realiteit is het aanbevelenswaardig om de huidige beschrijving in de APV te aan te passen, bijvoorbeeld met een uitbreiding met een verbod op het maken van reclame (dit verbod was tot 2012 opgenomen in de Drank- en Horecawet zelf).
- Aanscherping terrassenbeleid
  Terrassen verhogen de attractiviteit van de directe omgeving en het verdient dan ook aanbeveling om daar waar mogelijk nieuwe terrassen toe te staan. Ondernemers hebben behoefte aan (meer) duidelijkheid. Strikte kaders stellen is noodzakelijk om teleurstelling te voorkomen.
- Integreren beleid horeca-detailhandel-recreatie-cultuur
  Juist de interactie tussen verschillende functies biedt meerwaarde voor consumenten. Overwogen dient te worden om periodiek vanuit beleidsvisies voor deze velden afzonderlijk ook een overall/gezamenlijk beleid te formuleren en uit te voeren.
- Handhaving
  Alhoewel vanuit het onderzoek niet direct naar voren gekomen is dat de gemeente te kort schiet op het gebied van handhaving (b.v. overlast op straat, paracommercie) verdient het aanbeveling om niet alleen aan de 'voorzijde' (beleid) te sturen maar ook aan de achterzijde er sterk op toe te zien dat vastgelegde voorschriften ook nageleefd worden. Dit komt de kwaliteit van het aanbod ten goed, borgt een beter evenwicht tussen de functies horeca en wonen en borgt het level playing field tussen ondernemers.

6.5.3 Faciliteren

Het toewerken naar het streefbeeld zoals weergegeven in het Horeca Ontwikkelperspectief vraagt om aanpassingsvermogen, doorzettingsvermogen en enthousiasme bij alle partijen die er bij betrokken zijn.

Alhoewel het realiseren van initiatieven ultimo de verantwoordelijkheid van ondernemers blijft, ligt er een goede kans weggelegd voor de gemeente Wassenaar, zowel het ambtelijk als bestuurlijk apparaat, om individuele/specifieke initiatieven te faciliteren maar ook de ontwikkeling van het horecabestand in kwalitatief opzicht te ondersteunen en het centrum van Wassenaar nog aantrekkelijker te maken. Voorbeelden hiervan zijn:

- Uitvoeren van het beeldkwaliteitsplan voor het centrum en het ontwerp voor het Dorpshavengebied.
- Verhogen van de attractiviteit van de openbare ruimte: het centrum een groener karakter geven kan een bijdrage leveren aan de profilering van (het centrum van) Wassenaar. Verder kan gedacht worden aan het reduceren van reclamemogelijkheden in de openbare ruimte.
- Verbeteren faciliteiten bezoekers: een voorbeeld hiervan is het middels plattegronden en app en andere manieren locaties onder de aandacht te brengen waarvan ondernemers zelf hebben aangegeven dat zij hun faciliteiten om niet ter beschikking stellen.
- Parkeren: overwogen kan worden om in een beperkt gebied in het centrum een blauwe zone met een maximale tijdsduur van 3 uur (tussen 09:00 en 17:00 op maandag tot en met zaterdag en koopzondagen) in te voeren. Dat is ruim genoeg voor menig bezoeker maar tegelijkertijd wordt zo het parkeren in het centrum ontmoedigd voor mensen die daar werkzaam zijn in winkels of horeca. Nu geldt in een groot deel van het centrum een beperking van twee uur, dat is voor een deel van de bezoekers te kort om te winkelen en gebruik te maken van de horeca.
- Stimuleren/faciliteren van samenwerking tussen horeca (onderling) en retail, o.a. door proactief ondernemers en ondernemersvertegenwoordiging op te zoeken, een platform te creëren/bieden.
- Inspiratietours organiseren naar plaatsen waar ondernemers veel samenwerken en daar de vruchten van plukken.
- Handhaven van de huidige laagdrempeligheid en toegankelijkheid van het ambtelijk apparaat.
- Van centrummanagement naar marketingmanagement: (nog) meer nadruk leggen op het vermarkten van Wassenaar als geheel, het centrum Winkelgebied én het centrum Havengebied.
- Initiatieven voor logiesgelegenheden en bedrijven die zich op jongeren richten net even wat meer ondersteuning bieden, hier tijd voor alloceren.
- In aansluiting op het voorgaande punt: ‘ruimhartig’ omgaan met verzoeken tot herbestemming tot horeca van bijzondere locaties zoals landhuizen. Dit type locaties herbergen bij uitstek de mogelijkheid tot het vormen van iconische/beeldbepalende bedrijven die het overall imago en attractiviteit van het horeca-aanbod in Wassenaar ten goede komt.
- Verbeteren communicatie met ondernemers/duidelijkheid creëren: horecabeleid actualiseren, uitschrijven en opnemen in een integrale horecanota en deze integraal op de website van de gemeente te plaatsen op toegankelijke plek.

- Verkennen van de mogelijkheid een horecaloket te realiseren waar alle kennis met betrekking tot horecabeleid, vergunningen en handhaving gebundeld is.
- Specifiek voor de zakelijke markt geldt dat bereikbaarheid en parkeervoorzieningen direct bij een horecabedrijf belangrijke criteria zijn. Daar waar landschappelijk goed inpasbaar verdient het aanbeveling om op/bij verspreide locaties verzoeken tot realisatie van parkeermogelijkheden of uitbreiding hiervan in beginsel positief tegemoet te treden.

6.5.4 Ondernemers zelf

Bij het versterken van de horecafunctie, specifiek in het centrum van Wassenaar maar zeker ook in de andere gebieden, is uiteraard ook een rol weggelegd voor de hoofdrolspelers zelf, de ondernemers.

Gedacht kan worden aan een door de ondernemers zelf op te stellen (en uiteraard na te leven) afspraken, bijvoorbeeld betreffende:

- De uitstraling van horecabedrijven. Hierbij kan gedacht worden aan het plegen van onderhoud aan gevels, verfraaiing van gevels (herstel naar historische situatie) maar ook aan richtlijnen/kaders voor het terrasmeubilair en terrasafscheidingen om tot een meer uniforme en fraaiere uitstraling van terrassen te komen.
- Oppakken van maatschappelijke ontwikkelingen zoals het belang van gezondheid en de vertaalslag hiervan richting het aanbod van eten en drinken.
- Aandacht en zorg voor de (directe) fysieke (leef)omgeving, waarbij de insteek is om overlast te minimaliseren en dat horeca ook voor direct omwonenden juist een toegevoegde waarde heeft.
- Samenwerking bij evenementen, bijdragen aan verfraaiing van de openbare ruimte (b.v. middels het adopteren van openbare bloembakken en vuilnisbakken die b.v. verdraaid worden met kunstafbeeldingen), et cetera.

Op individueel terrein is het belangrijk dat ondernemers hun eigen concept kritisch onder de loep nemen en spiegelen aan die van anderen. Zo kunnen waardevolle aanknopingspunten verkregen worden voor het upgraden van horecaconcepten, met name op het aspect van het creëren van (nog meer) onderscheidend vermogen. Immers: hoe meer diversiteit, des te meer er voor consumenten te kiezen is en Wassenaar ook in de toekomst als een volwaardige horecabestemming blijft fungeren waar consumenten ook gericht naar toe gaan als zij geen ander bezoekmotief hebben.

Met het huidige ontwikkelder als vertrekpunt is het de bedoeling dat de lokale ondernemers zelf een actieplan voor de komende jaren uitwerken waar zij zelf inhoud aan zullen geven. Hierbij wordt uiteraard aansluiting gezocht met de gemeente Wassenaar voor wat betreft de acties die de gemeente zelf in gang zet. Voor de gemeente en de ondernemers geldt: niet afwachten wat de ander doet maar gezamenlijk aan de slag!

7 Bijlage

Definities en brancheafbakening

HorecaDNA hanteert een bedrijfstypenindeling gebaseerd op het (kern)product en ligging. Deze bedrijfstypen zijn hieronder opgenomen:

Drankensector
- café/bar
- discotheek
- coffeecorner
- kiosk
- horeca bij recreatiebedrijf
- horeca bij sportaccommodatie
- strandbedrijf
- ontmoetingscentrum
- zalen-/partycentrum

Fastservicesector
- ijssalon
- snackbar/cafetaria
- fastservicerestaurant
- shoarmazaak
- lunchroom
- pannenkoekenrestaurant
- restauratie
- spijsverstrekkers n.e.g.

Restaurantsector
- bistro
- restaurant
- café-restaurant
- wegrestaurant

Hotelsector
- hotel-garni
- hotel-café
- hotel-restaurant
- hotel-café-restaurant

Horeca maatwerk
Advies met hart voor uw zaak

+31 (0) 348 48 94 19

info@horeca-maatwerk.nl | horeca-maatwerk.nl

Pelmolenlaan 10, 3447 GW Woerden | Postbus 566, 3440 AN Woerden