

gemeente Loon op Zand

Horecavisie Loon op Zand

“Samen 1001 horecakansen benutten”



Kaatsheuvel | Loon op Zand | De Moer

9 juli 2015

INHOUDSOPGAVE

1	Inleiding	3
1.1	Aanleiding	3
1.2	Ambitie integrale horecavisie	5
1.3	Opzet integrale horecavisie	6
1.3.1	Samenwerking met belanghebbenden	6
1.3.2	Aanpak integrale horecavisie	6
2	Huidige situatie	8
2.1	Inleiding	8
2.2	Huidig horeca-aanbod gemeente Loon op Zand	9
2.2.1	Algemene cijfers landelijk, provincie en gemeente	9
2.2.2	Kaatsheuvel	17
2.2.3	Loon op Zand	19
2.2.4	De Moer	20
2.3	SWOT-analyse horeca-aanbod gemeente Loon op Zand	20
2.4	Conclusie	22
3	Trends en ontwikkelingen	24
3.1	Algemene trends en ontwikkelingen	24
3.2	Branche specifieke trends, ontwikkelingen in de horeca	26
3.3	Voorbeelden per sector	35
4	De toekomst voor horeca in de gemeente Loon op Zand	43
4.1	<i>Ambitie en kansen voor horeca in de gemeente Loon op Zand</i>	43
4.1.1	De gemeente Loon op Zand	43
4.1.2	Kaatsheuvel	47
4.1.3	Loon op Zand	58
4.1.4	De Moer	61
4.1.5	Het buitengebied	62
4.2	<i>Kwaliteit & positionering</i>	64
4.2.1	Kwaliteitscriteria	64
4.2.2	Horeca	64
4.2.3	Positionering van de kernen en het buitengebied	65
4.3	<i>Conclusie</i>	66
5	Verbinding en uitvoering	68
5.1	Beleidsinstrumenten	68
5.2	Horecastructuur in Loon op Zand	75
5.3	Tenslotte	77
	Klankbordgroep	79
	Bronnen	80

1 Inleiding

1.1 Aanleiding

In september 2014 is de horecavisie voor het centrum van Kaatsheuvel vastgesteld door de gemeenteraad. Naast deze visie, die alleen het centrum van Kaatsheuvel in ogenschouw nam, is de behoefte aan een integrale horecavisie voor de gehele gemeente Loon op Zand kenbaar gemaakt. De opzet en insteek van dit visiedocument sluit aan op de eerder geformuleerde centrumvisie voor Kaatsheuvel. In dit document zullen de drie kernen, Kaatsheuvel, Loon op Zand en De Moer, apart worden bekeken en zal de samenhang met het buitengebied in kaart worden gebracht.

Dit visiedocument dient een kader aan te geven waarbinnen de gemeente kan omgaan met de vestiging van nieuwe en uitbreiding van bestaande horeca binnen de gemeente.

Horecabedrijven hebben immers een belangrijke rol binnen de leefgemeenschap en zijn een belangrijke bron van werkgelegenheid binnen de gemeente. Enerzijds kunnen zij een gebied van een kwaliteitsimpuls voorzien, zorgen voor een sociaal vangnet voor inwoners, een buurtfunctie vervullen of zorgen voor meer toeristische aantrekkingskracht en daardoor meer bestedingen in de gemeente. Anderzijds kan horeca zorgen voor overlast in bepaalde gebieden en moet vestiging altijd zorgvuldig overwogen worden. Uitgangspunt in deze visie is dat de gemeentelijke overheid niet alles middels deze visie wil "dichtspijkeren" en vastleggen. De visie dient voldoende concreet te zijn om te dienen als richtinggevend kader waarbij een horecaondernemer toch nog altijd zijn ondernemersrisico zelf zal moeten inschatten. Middels bestemmingsplannen en omgevingsvergunningen kan de gemeente de regelgeving voor een bepaalde vestiging concretiseren.

De visie kan voor ondernemers ook als kennismakingsdocument dienen, zodat er een goed beeld gevormd kan worden van het streefbeeld van de gemeente.

Koninklijke Horeca Nederland (KHN) hanteert voor horeca de volgende indeling:

- Drinken
- Eten
- Slapen
- Vrije Tijd

Dit is volgens KHN als volgt onderverdeeld:

Drinken	Eten	Slapen	Vrije Tijd
Café/Bars (alles van bruincafé tot discotheek / zalencentrum)	Restaurants (van eetcafé tot fine dining)	Hotels (alles van B&B tot ketenhotel)	Vrije Tijd (alles waar horeca ten diensten staat van vrije-tijdsconcepten)
	Cafeteria's (van snackbar tot fastfood restaurant)		
	Lunchrooms / fast casual (alles met soepen, sappen, sandwiches, koffie en thee)		

Deze indeling wordt gebruikt om het bestaande aanbod van de gemeente Loon op Zand te rubriceren. Zie tabellen 7, 8 en 9 in hoofdstuk 2.

Daarbij dient te worden opgemerkt dat alleen horecabedrijven die toegankelijk zijn voor derden binnen de scope vallen en niet de besloten bedrijven die alleen horeca aanbieden voor de eigen gasten, zoals groepsaccommodaties. De groepsaccommodaties behoren wel tot het domein "slapen" van KHN maar er is voor gekozen om hier in deze visie geen beleid op te schrijven. Ze zijn echter wel meegenomen in de inventarisatie van het horeca-aanbod binnen de gemeente Loon op Zand.

1.2 Ambitie integrale horecavisie

In de gemeente Loon op Zand is de grootste toeristische attractie van Nederland gevestigd, namelijk de Efteling. In de Efteling draait alles om “beleving” en unieke ervaringen. Voor de “beleving” in een dorpskern of gemeente, speelt horeca een belangrijke rol. Een mooi ingericht terras, een gastvrije kroeg waar iedereen welkom wordt geheten of een uniek pannenkoekenrestaurant langs een fietsroute, de beleving van zowel de inwoner als de bezoeker zal positief versterkt worden en daarmee ook zijn oordeel over de gemeente. Horeca is voor de totaalbeleving van Loon op Zand dus van groot belang. Tevens zal door de toevoeging van meer horecabedrijven de werkgelegenheid in de gemeente toenemen.

Het Raadsakkoord van april 2014 bevat een aantal elementen waar horeca een belangrijke rol in kan spelen. Bijvoorbeeld het aantrekkelijker maken van de leefomgeving, het laten “bruisen” van de kernen en het versterken van de leisuresector om de lokale economie te versterken. De Raad wil de ontwikkeling van leisurebedrijven en –activiteiten, groot en klein, stimuleren en ondersteunen. Dit geldt zowel voor groeiplannen van de Efteling en Experience Island als ontwikkelingen in Kaatsheuvel, Loon op Zand en De Moer en het buitengebied¹. In deze integrale horecavisie zal er met deze ambitie rekening gehouden worden.

De horecavisie Loon op Zand moet dienen als een kompas die richting aangeeft, maar kan anderzijds gezien worden als een inspiratiedocument die partijen enthousiasmeert voor de ontwikkeling van horeca in deze gemeente.

¹ Coalitie (Raads) akkoord 2014 Loon op Zand - Koers naar een nieuw evenwicht

1.3 Opzet integrale horecavisie

1.3.1 Samenwerking met belanghebbenden

Draagvlak is van essentieel belang bij een horecavisie die gaat over een totale gemeente. Er is derhalve een klankbordgroep opgericht met vertegenwoordigers van:

- Koninklijke Horeca Nederland (KHN)
- de Lokaal Toeristische Adviesraad (LTA)
- Shoppen in Kaatsheuvel (SIK)
- enkele lokale horeca ondernemers, verspreid over de verschillende kernen

Deze klankbordgroep is vier keer bijeengekomen en tijdens deze bijeenkomsten werd de inhoud besproken, de wensen en behoeften van ondernemers en werd de koppeling gelegd naar wenselijke en minder wenselijke ontwikkelingen binnen de gemeente.

Daarnaast is er ook gesproken met Experience Island over hun visie op horeca in de gemeente, we leven immers in een tijd dat we het "samen" moeten doen. De Efteling is benaderd maar wilde slechts geïnformeerd worden. Het betrekken van vele stakeholders bij een onderwerp als horeca, kan in de toekomst alleen maar zorgen voor een positieve grondhouding jegens horecaontwikkelingen in Loon op Zand. Het verbinden van ondernemers, zoals nu bijvoorbeeld via de Duinenpas gebeurt, is een goed voorbeeld van het samenwerken anno nu. Binnen deze horecavisie zal de samenwerking tussen horecaondernemers verder benadrukt worden.

1.3.2 Aanpak integrale horecavisie

De integrale visie dient als toetsingskader voor beleid en om als basis voor ontwikkelingsgerichte bestemmingsplannen gebruikt te kunnen worden. Belangrijk dus om alle relevante ontwikkelingen mee te nemen in deze visie.

Allereerst is alle horeca binnen de gemeente Loon op Zand geïnventariseerd en in kaart gebracht. Naast horeca in de kernen, is ook horeca in het buitengebied meegenomen. Om straks iets te kunnen zeggen van nieuwe ontwikkelingen, is kennis van het huidige aanbod onontbeerlijk. Er is gekeken naar het soort horeca, op welke marktsegmenten en doelgroepen deze horeca zich richt, hoe de spreiding is en welk serviceniveau en welke aantrekkingskracht deze horeca heeft.

Omdat Loon op Zand een unieke gemeente is, met een grote leisureattractie binnen de gemeentegrenzen en drie verschillende kernen, is afgezien van een benchmarkonderzoek om Loon op Zand te vergelijken met andere gemeenten (qua horeca-aanbod, vierkante meters, kwaliteitsniveau etc.). Er wordt uitgegaan van de unieke elementen van Loon op Zand.

Na de analyse van het aanbod en de koppeling naar de structuurvisie, zijn voor de visievorming, de meningen bij de klankbordgroep, bij ondernemers en bij de gemeente geïnventariseerd en is een vertaalslag gemaakt naar vestigingsbeleid, handhaving, uitvoeringsmaatregelen en toetsingscriteria voor nieuw te vestigen horecaondernemingen. De koppeling naar leisureontwikkelingen, zoals die bijvoorbeeld zijn beschreven in de Kansenskaart Leisure, zijn gemaakt en ook bestaande beleidsdocumenten zoals een eerste verkenning naar het terrassenbeleid en de notitie Bed & Breakfast zijn geraadpleegd. Hiernaast is gekeken naar de cultuurhistorische waarden in de gemeente en waar die gekoppeld kunnen worden aan horecabedrijven. Loon op Zand is immers niet voor niets de gemeente met 1001 verhalen!

De opbouw van de visie is als volgt:

In **hoofdstuk 2** wordt de huidige situatie van Loon op Zand weergegeven door middel van een analyse van het horeca-aanbod in de drie kernen en in het buitengebied. Een aantal landelijke cijfers wordt weergegeven en de kansen en bedreigingen voor de horeca binnen de gemeente worden op hoofdlijnen opgesomd.

Hoofdstuk 3 gaat in op trends en ontwikkelingen die we zien in de horeca anno nu. Een landschap dat in hoge mate aan het veranderen is door nieuwe verdienmodellen, aandacht voor gezond, duurzaam en nieuwe digitale platformen die concurreren met oude, traditionele bedrijfsmodellen. Ontwikkelingen die zeker benoemd dienen te worden.

In **hoofdstuk 4** wordt de toekomstvisie uiteengezet. Wat zijn de gewenste ontwikkelingsrichtingen voor de drie kernen en het buitengebied? In welke mate zien we groei- of ontwikkelpotentie voor de verschillende horecacategorieën en hoe verhouden die zich tot evenementen en horeca bij retail bijvoorbeeld.

In **hoofdstuk 5** maken we de koppeling naar de uitvoering. Welke kansen zijn er en hoe kan de gemeente de ondernemers van dienst zijn om te komen tot een versterkt horeca aanbod. Dit hoofdstuk moet de concrete vertaling zijn van de visie naar **actiepunten**. Op weg naar "Samen 1001 kansen benutten"!

2 Huidige situatie

2.1 Inleiding

In dit hoofdstuk is de huidige situatie van de horeca in de gemeente Loon op Zand weergegeven. Loon op Zand is een bijzondere gemeente met een breed scala aan recreatieve en toeristische bedrijvigheid. De slogan van Loon op Zand is immers “1001 x Loon op Zand, beleef de vele mogelijkheden”. Deze vele mogelijkheden zijn terug te vinden in het huidige horeca-aanbod binnen de gemeente.

De gemeente Loon op Zand ligt in de nabijheid van steden als Tilburg en Waalwijk, maar is een groene en landelijke gemeente en een aangename plek om te wonen, werken en recreëren². Binnen de gemeente zijn er afwisselende landschappen, zoals de Loonse en Drunense Duinen, Landgoed Huis ter Heide, het coulisselandschap met bosjes, vennen en houtwallen en open agrarische gebieden. De gemeente bestaat uit drie verschillende kernen; Kaatsheuvel (16.000 inwoners), Loon op Zand (6.000 inwoners) en De Moer (600 inwoners). De drie kerkdorpen zijn sterk verbonden met de omgeving en kennen een actief verenigingsleven. Zo zijn er in alle drie de kernen sportaccommodaties en sportverenigingen. De grootste bekendheid geniet Loon op Zand echter als recreatieve gemeente, het aanbod is zeer divers. Zo vinden we binnen de gemeentegrenzen de Efteling, een deel van het Nationaal Park de Loonse en Drunense Duinen, de Keukenboulevard, Experience Island, speelboerderijen, groepsaccommodaties, diverse kleinere horeca-accommodaties, een oesterzwammenkwekerij en diverse maneges en speelplekken.

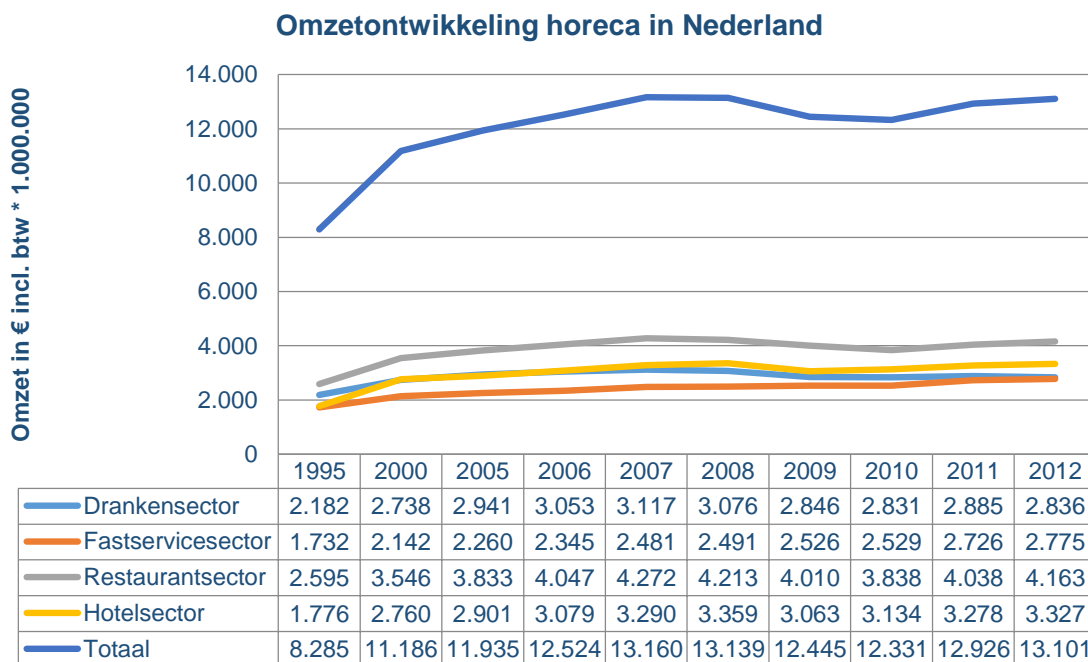
² Structuurvisie Loon op Zand 2030

2.2 Huidig horeca-aanbod gemeente Loon op Zand

2.2.1 Algemene cijfers landelijk, provincie en gemeente

De totale horecaomzet in Nederland was in 2012 13,1 miljard. In 1995 was dat nog 8,3 miljard. In figuur 1 is de omzetontwikkeling van de totale horeca en per sector weergegeven.

Figuur 1: Omzetontwikkeling horeca in Nederland



Bron: Bedrijfschap Horeca en Catering

De Nederlandse horeca wordt door het Bedrijfschap Horeca en Catering onderverdeeld in sectoren, namelijk in de dranken-, de fastservice-, de restaurant- en de hotelsector. Ook de partycatering wordt als een aparte groep beschouwd. Voor het volledig overzicht naar typering wordt verwezen naar bijlage 1.

De gemeente Loon op Zand telt per 1 juli 2013 in totaal 58 horecabedrijven, dit zijn 25,1 bedrijven per 10.000 inwoners. De provincie Noord-Brabant telt 6.369 horecabedrijven ofwel 25,8 bedrijven per 10.000 inwoners. In Nederland zijn er in totaal 44.628 horecabedrijven ofwel 26,6 bedrijven per 10.000 (zie tabel 1).

Tabel 1: Aantal horecabedrijven per sector, 2013

2013 (in aantal bedrijven)	Gemeente Loon op Zand	Provincie Noord- Brabant	Nederland
Drankensector	17	2.632	17.207
Fastservicesector	12	1.656	10.671
Restaurantsector	19	1.448	11.161
Hotelsector	6	302	3.246
Partycatering	4	331	2.343
Horecabedrijven	58	6.369	44.628
Verkoopoppervlakte (totaal m ²)	18.423	1.154.609	7.416.587
Horecabedrijven (per 10.000 inwoners)	25,1	25,8	26,6

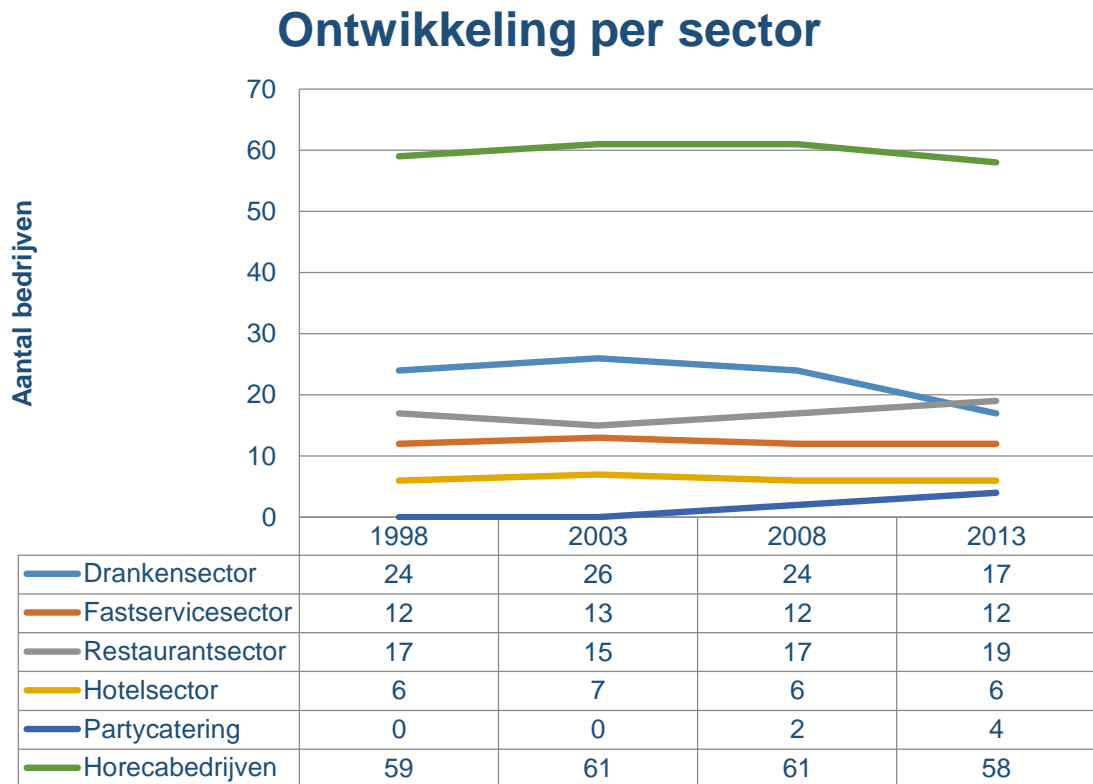
Bron: bedrijfschap Horeca en Catering

Procentueel gezien zijn 14,3% van de Nederlandse horecagelegenheden te vinden in Noord-Brabant. 0,9% van de Brabantse horecagelegenheden zijn te vinden in de gemeente Loon op Zand.

De Nederlandse horeca kent een grote dynamiek. Elk jaar registreert het bedrijfschap Horeca en Catering een groot aantal nieuwe horecabedrijven en wordt ook een groot aantal bedrijven uitgeschreven.

De ontwikkeling van het aantal horecabedrijven per sector in de gemeente Loon op Zand is weergegeven in figuur 2.

Figuur 2: Ontwikkeling van gemeente Loon op Zand per sector



Bron: bedrijfsschap Horeca en Catering

Voornamelijk in de drankensector is een sterke daling te zien. De fastservicesector en de hotelsector zijn nagenoeg gelijk gebleven en de restaurantsector en de partycatering stijgen. Het aantal horecabedrijven per 10.000 inwoners is tot 2008 licht gestegen van 26,3 in 1998 tot 26,7 in 2008. In 2013 is het aantal horecabedrijven gedaald tot 25,1 per 10.000 inwoners.

Het landelijk horeca-aanbod in vierkante meters (m²) stijgt met 5,1% van 7.053.676 m² in 2008 naar 7.416.587 m² in 2013. Noord-Brabant laat in dezelfde periode een stijging zien van 4,1% (1.109.358 m² naar 1.154.609 m²). In de gemeente Loon op Zand daarentegen, daalt het horeca-aanbod in vierkante meters met 4,3% van 19.258 m² in 2008 naar 18.423 m² in 2013. De jaarlijkse ontwikkeling in m² wordt duidelijk gemaakt in tabel 2.

Tabel 2: Ontwikkeling horeca-aanbod m²

Verkoop opp. in m ²	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Nederland	7.053.676	7.123.100	7.210.461	7.235.231	7.302.668	7.416.587
Noord-Brabant	1.109.359	1.136.398	1.138.594	1.130.062	1.133.822	1.154.609
Loon op Zand	19.258	18.348	18.523	18.371	18.246	18.423

Bron: Bedrijfschap Horeca en Catering

In onderstaande tabel wordt de ontwikkeling van het aantal kamers in Loon op Zand vergeleken met Nederland en Noord-Brabant. Het aantal kamers laat zowel landelijk als provinciaal een stijgende lijn zien in de afgelopen jaren. Daarentegen is het aantal kamers in Loon op Zand stabiel sinds 2008. Wanneer gekeken wordt naar het percentage hotelkamers per inwoners, telt de gemeente Loon op Zand nog steeds een hoog percentage hotelkamers per inwoners. Dit feit laat zich verklaren door de aanwezigheid van de Efteling.

Tabel 3: Ontwikkeling aantal kamers, 2008 tot 2013

Kamers	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Nederland	99.317	102.002	104.566	108.395	110.217	114.933
Nederland		2,7%	2,5%	3,7%	1,7%	4,3%
Noord-Brabant	9.150	9.455	9.607	10.118	10.314	10.578
Noord-Brabant		3,3%	1,6%	5,3%	1,9%	2,6%
Loon op Zand	184	184	184	184	184	184
Loon op Zand		0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%

Bron: bedrijfschap Horeca en Catering

In tabel 4 is een overzicht gegeven van alle hotels die geïnclassificeerd zijn volgens de Nederlandse Hotel Classificatie (NHC). Niet alle hotels zijn geïnclassificeerd, bijvoorbeeld omdat de betreffende procedure nog niet is afgerond. De gemeente Loon op Zand telt per 1 juli 2013 0 hotels met één, twee en vijf sterren, 4 hotels met drie sterren en 1 hotel met vier sterren. In de provincie Noord-Brabant zijn 16 hotels met 1 ster, 25 met 2 sterren, 93 met 3 sterren, 59 met 4 sterren en geen met 5 sterren. In Nederland zijn 203 hotels met 1 ster, 412 met 2 sterren, 1.041 met 3 sterren, 564 met 4 sterren en 26 met 5 sterren.

Tabel 4: Aantal hotels naar sterren volgens de Nederlandse Hotel Classificatie (NHC), 2013

Classificatie 2013 (in aantal)	Loon op Zand	Noord-Brabant	Nederland
NHC 1 ster	0	16	203

NHC 2 sterren	0	25	412
NHC 3 sterren	4	93	1.041
NHC 4 sterren	1	59	564
NHC 5 sterren	0	0	26

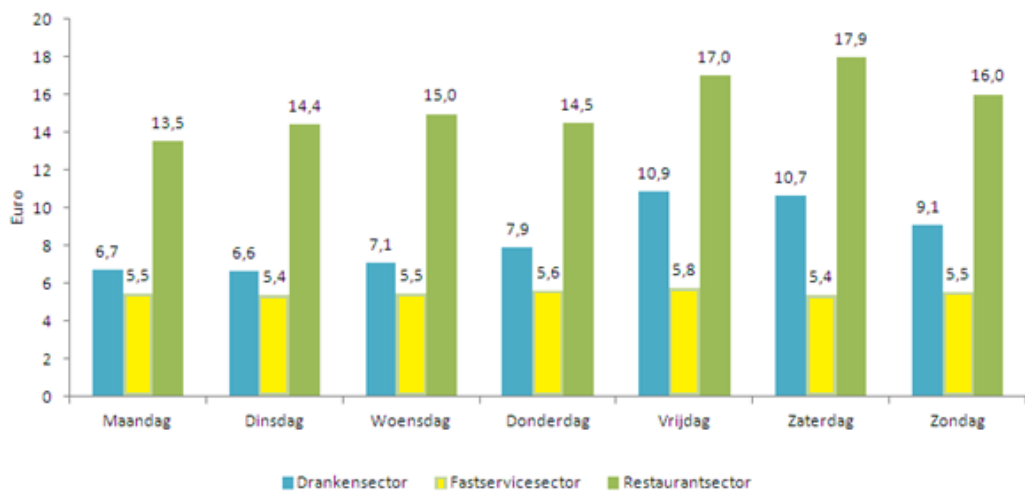
Bron: bedrijfsschap Horeca en Catering

Niet alleen de hotelsector kent een classificatie. In de restaurantsector kunnen restaurants een Michelinster krijgen of een Bib Gourmand kwalificatie.

Bestedingen per bezoek

Voor het consumentenonderzoek bij het bedrijfsschap Horeca en Catering wordt wekelijks een representatieve groep Nederlanders (16-64 jaar) ondervraagd over hun horecabezoek in de afgelopen week. Zo wordt bijvoorbeeld gevraagd welke type horecagelegenheden in de afgelopen week zijn bezocht, hoe vaak en hoeveel geld er tijdens elk bezoek is uitgegeven. Het gaat hier om gelegenheden in de dranken-, fastservice- en restaurantsector. Het veldwerk voor dit onderzoek wordt verzorgd door het advies- en onderzoeksbureau Foodstep. In deze databank, Feiten en Cijfers, zijn uiteenlopende consumentencijfers opgenomen. In dit rapport beschouwen we de gemiddelde bestedingen per bezoek per gast. In de figuren 3 en 4 hieronder zien we dat de gemiddelde bestedingen per bezoek per gast variëren per dag van de week en ook afhankelijk zijn van het consumptiemoment op een dag. Zo wordt bijvoorbeeld tijdens het avondeten in de restaurantsector gemiddeld € 18,50 uitgegeven en tijdens de lunch € 9,50. Het gaat hier om de uitgaven voor eten en drinken (en eventueel ook entreegelden). Op vrijdag en zaterdag liggen de gemiddelde bestedingen per bezoek per gast in de dranken- en restaurantsector op een iets hoger niveau dan in de rest van de week.

Figuur 3: Gemiddelde bestedingen per bezoek per gast per sector en dag van de week, 2012



Bron: Foodstep

Figuur 4: Gemiddelde bestedingen per bezoek per gast per sector en moment van de dag, 2012



Bron: Foodstep

Bevolking

Tabel 5: Bevolking naar leeftijd, 2013

Bevolking naar leeftijd in % 2013	Loon op Zand	Noord-Brabant	Nederland
0 t/m 14 jaar	16,3	16,7	17,2
15 t/m 29 jaar	16,3	17,8	18,3
30 t/m 49 jaar	25,9	27,3	27,4
50 t/m 64 jaar	22,5	20,9	20,3
65 jaar en ouder	19,1	17,4	16,8
Aantal inwoners op 1 januari	23.089	2.471.011	16.779.575

Bron: CBS, bewerking bedrijfschap Horeca en Catering

De horeca is voor veel ondernemers een regionale markt. Voor deze ondernemers is het belangrijk om ook de demografische ontwikkelingen in de regio te volgen.

Als de dienstverlening vooral gericht is op jongeren in de omgeving dan is het uiteraard van belang om de ontwikkeling van de omvang van deze groep te blijven monitoren.

Loon op Zand telt per 1 januari 2013 in totaal 23.089 inwoners. Hiervan is 16,3% jonger dan 15 jaar (zie tabel 5). In vergelijking met Noord-Brabant en Nederland telt Loon op Zand meer oudere inwoners (boven de 50 jaar).

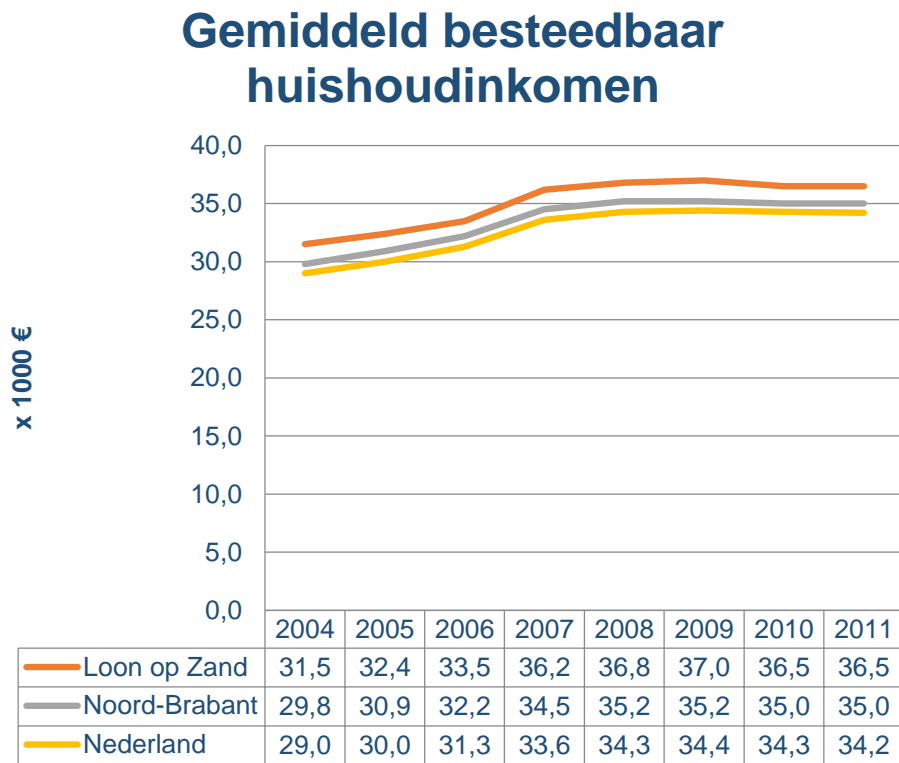
Tabel 6: Bevolkingsprognose naar leeftijd, 2020

Bevolkingsprognose naar leeftijd in 2020	Loon op Zand	Noord-Brabant	Nederland
0 t/m 14 jaar	14,3	15,3	16,0
15 t/m 29 jaar	15,8	17,9	18,5
30 t/m 49 jaar	23,5	24,3	24,8
50 t/m 64 jaar	22,9	21,8	21,0
65 jaar en ouder	23,5	20,7	19,7
Aantal inwoners op 1 januari	23.502	2.512.841	17.228.780

Bron: ABF Research - Primos prognose

In tabel 6 is de bevolkingsprognose voor het jaar 2020 weergegeven voor zowel Loon op Zand als voor de provincie en Nederland. In Loon op Zand, Noord-Brabant en Nederland zal het aandeel van de oudere bevolkingsgroepen (boven 50 jaar) nog groter worden. Onder de 50 jaar zien we een daling. Het is duidelijk dat deze demografische verwachtingen van invloed kunnen zijn op de toekomstige bedrijfsvoering van horecaondernemers.

Figuur 5: Ontwikkeling gemiddeld besteedbaar huishoudinkomen



Bron: bedrijfsschap Horeca en Catering

In figuur 5 is de ontwikkeling weergegeven van de inkomens per huishouden. De ontwikkeling van de inkomens van de gemeente Loon op Zand laat eenzelfde patroon zien als de inkomens in de totale provincie en het land. Na 2004 stijgen de inkomens tot en met 2009 en daarna vindt een lichte daling plaats. Het gemiddeld inkomen per huishouden in de gemeente Loon op Zand ligt hoger dan het gemiddelde in Noord-Brabant. In het totale land is het gemiddelde inkomen per huishouden nog lager.

Na de algemene beschouwing van de huidige situatie in Loon op Zand, waar mogelijk, vergeleken met Noord-Brabant en Nederland, zal in de komende paragrafen worden ingegaan op het aanwezige horeca-aanbod in de gemeente Loon op Zand. Per kern worden kwantitatieve en kwalitatieve gegevens inzake het aanwezige horeca-aanbod in beeld gebracht. De koppeling tussen horeca in de kern en horeca in het buitengebied is daarbij van belang. Horeca in beide gebieden dienen namelijk bestaansrecht te hebben. Daarnaast kan inzichtelijk worden gemaakt welke kwaliteitsslag de bestaande horeca zal moeten doorvoeren, om de totale gebiedsversterking en de daarmee samenhangende aantrekkingskracht te versterken. Daarbij is uiteraard ook gelet op de trends en ontwikkelingen in de markt (zie hoofdstuk 3).

2.2.2 Kaatsheuvel

In Kaatsheuvel zijn per 16 december 2014 de volgende horecabedrijven gevestigd.

Categorie	Type bedrijf	Naam bedrijf	Productcategorie
KERN KAATSHEUVEL			
Drinken	Café/bar	Biljartcentrum 't Snooker	Snooker, pool, biljart, café
Drinken	Café/bar	Café De Vaert	Café, zaal
Drinken	Café/bar	Chalet Fontaine	Feesten en bijeenkomsten
Drinken	Café/bar	De Gildenbond	Sociaal cultureel centrum
Drinken	Café/bar	Ons Café	Café, zaal
Drinken	Café/bar	SMC accommodatiebeheer / De Werft	Bar, café, zaal
Eten	Cafetaria	't Hoofdmenu	Frites en snacks
Eten	Cafetaria	Cafetaria De Markt	Frites en snacks
Eten	Cafetaria	D'n Bebbes	Frites en snacks
Eten	Cafetaria	De Troef	Frites en snacks
Eten	Cafetaria	Den Hill	Frites en snacks
Eten	Cafetaria	Eethuis Tolgahan	Pizza, shoarma
Eten	Cafetaria	Happy Days	Frites en snacks
Eten	Cafetaria	Holle Bolle Gijs	Frites en snacks
Eten	Cafetaria	Joey's Cafetaria	Frites en snacks
Eten	Cafetaria	Mevlana	Pizza, shoarma
Eten	Cafetaria	Ster	Shoarma
Eten	Lunchroom	Bakker Bart	Lunchgerechten
Eten	Lunchroom	Het Bruisend Hart	Lunchgerechten
Eten	Restaurant	Bistro de Leckernij	Klassieke keuken, biologisch, streek
Eten	Restaurant	De Hoffelijke Heraut	Restaurant bij Hotel, attractiepark
Eten	Restaurant	Eetcafé De Kierewiet	Europese keuken
Eten	Restaurant	Eetcafé De Oude Leest	Europese keuken
Eten	Restaurant	Hong Kong City	Chinees-Indisch
Eten	Restaurant	Ichizai	Sushi, grill
Eten	Restaurant	Jit Sing	Chinees-Indisch
Eten	Restaurant	Kota Radja	Chinees-Indisch
Eten	Restaurant	Mykonos	Grieks
Eten	Restaurant	Restaurant de Lakei	Franse / Europese keuken
Eten	Restaurant	Restaurant Grill-ig	Steakhouse, tapasbar
Eten	Restaurant	Sam-Sam	Ijs, broodjes, gerechten
Eten	Restaurant	De Molen	Europese keuken
Slapen	B&B	Bee&Bee Kaatsheuvel	Bed&Breakfast
Slapen	B&B	Brugske Bed&Breakfast	Bed&Breakfast
Slapen	B&B	De Hoffhouding	Bed&Breakfast
Slapen	Hotel	De Lakei	Hotel, restaurant en zaal
Slapen	Hotel	Efteling Hotel	Familiehotel bij attractiepark
Slapen	B&B	Halte 7	Bed&Breakfast
Slapen	B&B	Henri's Bed&Breakfast	Bed&Breakfast
Slapen	Hotel	Hotel de Kroon	Familiehotel
Slapen	Hotel	t Looierskind	Bed&Breakfast
Slapen	Mini-camping	Mini-camping De Hoefstal	Mini-camping
Vrije Tijd	Vrije Tijd	Horeca park Efteling	Diverse concepten
BUITENGEBIED KAATSHEUVEL			
Eten	Restaurant	Brasserie Duinlust	Europese keuken
Eten	Restaurant	Brasserie Het Genieten	Europese keuken
Eten	Restaurant	De Landereije	Europese keuken
Eten	Restaurant	De Roestelberg	Europese keuken
Eten	Restaurant	Party-Restaurant De Hoefstal	Evenementenlocatie
Eten	Restaurant	t Eethuys	Restaurant bij bungalow- en attractiepark
Slapen	Mini-camping	Camping Bernehoeve	Mini-camping
Slapen	Mini-camping	Boerderijcamping van Loon's Hoekske	Mini-camping
Slapen	Groepsaccommodatie	De Duikse Hoef	
Slapen	Hotel	Bed & Breakfast De Vier Heemskinderen	Bed&Breakfast
Slapen	Hotel	Efteling Bosrijk	Vakantiepark bij attractiepark
Slapen	Hotel	Hotel de Joreminshoeve	Landelijk, boerderij
Vrije Tijd	Vrije Tijd	Als God in Brabant	Bar en terras bij manege
Vrije Tijd	Vrije Tijd	De Roestelberg	Café, restaurant en bungalows
Vrije Tijd	Vrije Tijd	Kinderparadijs 't Ganzenest	Frites, snacks, kindergerechten
Vrije Tijd	Vrije Tijd	Oostappen Vakantiepark Droomgaard	Vakantiepark met chalets en camping
Vrije Tijd	Vrije Tijd	Recreatiepark Het Genieten	Recreatiepark en brasserie
Vrije Tijd	Vrije Tijd	Vakantiepark Duinlust	Vakantiepark met chalets en camping

Tabel 7: horecabedrijven in Kaatsheuvel per 16 december 2014

2.2.3 Loon op Zand

Een overzicht van de horecabedrijven per september 2014 in Loon op Zand is weergegeven in tabel 8. In bijlage 2 zijn de volledige overzichten van de drie kernen en het buitengebied opgenomen.

Categorie	Type bedrijf	Naam bedrijf	Productcategorie
<i>KERN LOON OP ZAND</i>			
Drinken	Café/bar	't Loons Kwartier	Bruin café
Drinken	Café/bar	SMC accommodatiebeheer / De Wetering	Bar, café, zaal
Eten	Cafetaria	't Loons Kwartier	Frites en snacks
Eten	Cafetaria	Cafetaria 't Pleintje	Frites en snacks
Eten	Cafetaria	Cafetaria Lily	Frites en snacks
Eten	Lunchroom	Gelato Bottega	Schepijs
Eten	Lunchroom	Home by Gladys	Europese keuken
Eten	Restaurant	Aspendos	Pizza, shoarma
Eten	Restaurant	Café de Kiosk	Europese keuken
Eten	Restaurant	De Heeren van Loon	Europese keuken
Eten	Restaurant	De Mandarijn	Chinees-Indisch
Eten	Restaurant	Eeterij L'Amitié	Europese keuken, pannenkoeken
Eten	Restaurant	Wok of King	Chinees-Indisch, all you can eat
Slapen	B&B	De Giechelaar	Bed & Breakfast
Slapen	B&B	De Populier	Bed & Breakfast
Slapen	B&B	Het Uilennest	Bed & Breakfast
<i>BUITENGEBIED LOON OP ZAND</i>			
Drinken	Café/bar	Het Witte Kasteel	Evenementen, rondleidingen
Eten	Restaurant	Eetcafé Manege van Loon	Europese keuken
Eten	Restaurant	Restaurant Natuurlijk!	Streekproducten
Slapen	Mini-camping	Mini-camping De Kraanvensche Berg	Mini-camping
Slapen	Groepsaccommodatie	De Suikerberg	
Slapen	Groepsaccommodatie	Kampeerboerderij Land van Kleef	
Slapen	Groepsaccommodatie	Kampeerboerderij de Mussenberg	
Slapen	Groepsaccommodatie	De Klokkenweide	
Slapen	Groepsaccommodatie	Kampeerboerderij 't Kraanven	
Slapen	Groepsaccommodatie	Kampeerboerderij Kuijpershoefke	
Slapen	Groepsaccommodatie	De Binnenheide	
Slapen	B&B	B&B Het Voorhuis	Bed & Breakfast
Slapen	Hotel	Herberg Manege van Loon	Hotel, vakantiehuis, B&B
Vrije Tijd	Vrije Tijd	Experience Island	Restaurant bij outdoor centrum
Vrije Tijd	Vrije Tijd	Pannenkoekrestaurant de Financiën	Restaurant bij recreatiecentrum

Tabel 8: horecabedrijven in Loon op Zand per 16 december 2014

Overigens is inmiddels de Heeren van Loon gesloten en wacht men op nieuwe exploitanten. Uitgangspunt bij het samenstellen van deze lijst is geweest, dat alleen horecabedrijven zijn meegenomen, die voor derden toegankelijk zijn. Een minicamping met een koffi corner die alleen toegankelijk is voor eigen gasten, is in deze analyse niet meegenomen. Hetzelfde geldt voor de groepsaccommodaties. Kleine Bed & Breakfast aanbieders staan wel op deze lijst, omdat zij een invloed hebben op het totaal aantal bedden in de gemeente en de gemeente actief de ontwikkeling van B&B locaties stimuleert.

2.2.4 De Moer

In tabel 9 zijn de horecabedrijven in De Moer per 16 december 2014 weergegeven.

Categorie	Type bedrijf	Naam bedrijf	Productcategorie
KERN DE MOER			
Drinken	Café/bar	't Maoske	Feesten en bijeenkomsten
Eten	Restaurant	't Maoske	Europese keuken
Slapen	Hotel	't Maoske	Hotel
BUITENGEBIED DE MOER			
Drinken	Café/bar	Auberge de Moerse Hoeve	Feesten en bijeenkomsten
Eten	Restaurant	Auberge de Moerse Hoeve	Internationale keuken, kleine porties
Slapen	Groepsaccommodatie	Kampeerboerderij 't Moertje	
Slapen	Groepsaccommodatie	Arbeid-Adelt	
Slapen	Hotel	Auberge de Moerse Hoeve	Hotel
Slapen	Mini-camping	Mini-camping Le-Silence	Mini-camping
Slapen	Mini-camping	Mini-camping De Zwammenberg	Mini-camping
Vrije Tijd	Vrije Tijd	Ontmoetingsruimte De Heksenkring	Streekproducten
Vrije Tijd	Vrije Tijd	Fore!Seasons	Grandcafé bij golfbaan

Tabel 9: horecabedrijven in De Moer per 16 december 2014

2.3 SWOT-analyse horeca-aanbod gemeente Loon op Zand

Vanuit de bovenstaande gegevens, alsmede de output uit de klankbordgroep, kan een zogenaamde SWOT-analyse worden opgesteld. Dit is een uiteenzetting van de sterke punten (strengths), verbeterpunten (weaknesses) en kansen en bedreigingen vanuit de omgeving (opportunities & threats).

Sterke punten:

- Stabiliteit in ondernemers. Binnen de gemeente Loon op Zand zien we bedrijven die al jarenlang dezelfde uitbaters kennen, waardoor deze zijn verankerd in de lokale economie. Een voorbeeld is 't Maoske in De Moer, een familie bedrijf met een jarenlange traditie.
- Gratis parkeren. Voor de horeca in de kernen is het een zeer sterk punt dat parkeren gratis is.
- Sterke identiteit van de kernen.
- Aanwezigheid van veel recreatiemogelijkheden en toeristische trekkers.
- Divers en gevarieerd aanbod, alle horecacategorieën zijn binnen de gemeente en de drie kernen vertegenwoordigd.
- Goede bereikbaarheid.
- Sterke horeca-uitstraling Oranjeplein Loon op Zand.

Verbeterpunten:

- Op sommige plaatsen onevenwichtig aanbod, groot aandeel cafetaria's.

- Ondervertegenwoordiging in de drankensector. In vergelijking met andere gemeenten in Brabant heeft Loon op Zand relatief weinig bedrijven in de drankensector.
- Geen aansprekende terrassen in Kaatsheuvel, al gaat dit door de komst van het Bruisend Dorpshart wel veranderen.
- De horeca heeft nu nog een teveel lokale aantrekkingskracht. Er zouden een aantal parels of trekkers moeten worden toegevoegd, die een wat meer regionale aantrekkingskracht hebben.
- Nog te weinig innovatieve of vernieuwende horecaconcepten.

Kansen:

- Horeca is een grote kans voor het bevorderen van de werkgelegenheid.
- Nog beter benutten van onderlinge samenwerking zoals bijvoorbeeld met de Duinenpas.
- Nog meer profiteren van de grote stroom (toeristische) bezoekers naar de gemeente.
- Profiteren van de Efteling. Door een goede routing van gasten die de Efteling verlaten, zouden horecaondernemers uit de gemeente meer moeten kunnen profiteren van de bezoekersstromen. Zeker als de bedrijven zich kunnen profileren bij de Efteling verblijfsgasten.
- De aandacht van de gemeente Loon op Zand voor leisureontwikkelingen en het stimuleren van initiatieven in de gemeente via het centrum-, leisure- en parkmanagement.
- Ontwikkeling van Bruisend Dorpshart.
- De ontwikkeling van het KernWinkelgebied Kaatsheuvel met enerzijds een upgrade van het winkelaanbod, waardoor de kern Kaatsheuvel veel aantrekkelijker zal worden en anderzijds het toevoegen van Bed & Breakfast-achtige accommodatievormen op de etages, waardoor het aantal meerdaagse bezoeken zal stijgen.
- Een fysieke en functionele relatie leggen tussen het winkelgebied en het Bruisend Dorpshart Kaatsheuvel.
- De inzet op meer verblijfsaccommodatie binnen de gemeente, zowel hotelplannen aan de Horst in Kaatsheuvel als kleinschalige accommodaties in de rest van de gemeente. Dit zorgt voor meer potentiële klanten voor de horeca.
- De Structuurvisie Loon op Zand gaat uit van kansen. Kansen voor ondernemers, mogelijk gemaakt door de gemeente. Onder de slogan de Recreatieve Kamer in het

Hart van Brabant staat het document vol van de ambitie om het leisureaanbod in Loon op Zand nog verder te ontwikkelen. Horeca is daar een belangrijk onderdeel van.

- Bed & breakfast in de woonwijken en logiesaccommodaties boven winkels in het KWK.
- Verlengen van het verblijf in retail.
- Ontwikkeling STOKK (Stichting Ontwikkeling Kernwinkelgebied Kaatsheuvel).
- Mediores en senioren die meer te besteden hebben trekken er vaker op uit.

Bedreigingen:

- Economische ontwikkelingen. Het wordt door toegenomen regeldruk en gestegen kosten enerzijds en terughoudende consumentenbestedingen anderzijds, steeds lastiger een horecabedrijf te exploiteren. Leegstand is een bedreiging voor de leefomgeving in een dorpshart. Dit vraagt ook om een meedenkende houding van vastgoedeigenaren.
- Invloed van de Efteling. Dit wordt zowel genoemd als een bedreiging als een kans. Een kans omdat de Efteling ook in de omgeving grote bezoekersstromen genereert waar de lokale horeca van kan meeprofiteren, aan de andere kant als een bedreiging omdat de Efteling haar openingstijden vooral in de zomer verlaat. Hierdoor blijven alle bezoekers binnen het "resort" en geven hun euro's alleen daar uit.
- Mogelijke ontwikkelingen van Eftelingrestaurants aan de buitenzijde / parkeerterreinzijde van het park.
- Paracommerciële activiteiten bij sportverenigingen en clubhuizen.
- Ongelijkheid in regelgeving tussen horeca, retail en agrarische sector. Hiermee wordt bedoeld dat bijvoorbeeld een agrarisch bedrijf en een winkel wel horeca mogen voeren, maar een horecabedrijf geen retail.
- Het niet proactief handhaven van de regelgeving.

2.4 Conclusie

Het horeca-aanbod in de gemeente Loon op Zand is divers en gevarieerd. In sommige delen wat eenzijdig door het overaanbod aan cafetaria's, maar er is ruimte voor nieuwe en onderscheidende concepten. Deze ruimte zal pas echt ontstaan wanneer het Bruisend Dorpshart, het KernWinkelgebied Kaatsheuvel en de Hotelzone Horst gerealiseerd zijn.

Er is momenteel een stabiele basis met een aantal bedrijven die al sinds jaar en dag geëxploiteerd worden door dezelfde eigenaren, maar aan de andere kant zijn daar ook de bedreigingen die horen bij het ondernemersvak. Zo is in 2014 het sterrenrestaurant De Molen verdwenen uit Kaatsheuvel en is er in hetzelfde pand een meer laagdrempelige formule geopend (per oktober 2014). In Loon op Zand staat de Heeren van Loon al geruime tijd leeg. In de horeca blijven de marges flinterdun en daar zal in de komende jaren nog geen verandering in komen.

Loon op Zand biedt echter kansen. Kansen voor ondernemende vernieuwers die willen inspelen op de leisureambities van de regio en van Loon op Zand. Leisureambities die meer vestigingsmogelijkheden moeten bieden voor horeca in de kernen en in het buitengebied, mits zij goed aansluiten op de aanwezige of toekomstige leisurebedrijven. Onderscheidend ten opzichte van het bestaande aanbod is daarbij essentieel. Niemand is gediend bij "meer van hetzelfde", maar gezien de recreatieve kracht van de gemeente Loon op Zand en de grote bezoekersaantallen, is er zeker markt voor nieuwe horeca.

Er moet rekening gehouden worden met het profiel van de inwoners (relatief laag inkomen in de gemeente Loon op Zand) en de leeftijdsopbouw. Horeca ondernemers zullen zich derhalve goed moeten afvragen op welke doelgroepen zij zich richten. De lokale inwoner, de regionale inwoners, de toeristische passanten, de verblijfs gast of een combinatie van deze doelgroepen.

Wanneer we kijken naar de huidige horecabedrijven, de diversiteit van het huidige aanbod, de opbouw van de leeftijd van de inwoners van de gemeente en de gewenste positionering van de drie kernen en de relatie met het buitengebied, zijn er vele kansen. De horecavisie dient enerzijds een inspirerend kader te bieden om gewenste ontwikkelingen te stimuleren.

Anderzijds moeten ook concrete uitgangspunten worden geformuleerd over haalbaarheid en wenselijkheid van horeca in bepaalde gebieden en hoe er omgegaan zou moeten worden met handhaving van bijvoorbeeld regels en paracommerciële activiteiten.

3 Trends en ontwikkelingen

3.1 Algemene trends en ontwikkelingen

Economie

'De Nederlandse economie groeit, vooral door een hogere uitvoer, dit en volgend jaar met respectievelijk $\frac{3}{4}\%$ en $1\frac{1}{4}\%$. De economische krimp in het eerste kwartaal was groter dan in het *Centraal Economisch Plan 2014* werd voorzien, maar onderliggend wijzen de meeste indicatoren nog steeds op een voorzichtig herstel. De raming voor de economische groei is dan ook niet aangepast ten opzichte van het CEP. Net als in de rest van Europa is de inflatie in Nederland laag. Het risico op deflatie blijft aanwezig, maar de ECB heeft een krachtig signaal afgegeven dat zij bereid is tot onconventioneel beleid om verdere daling van de inflatie tegen te gaan. De arbeidsmarkt reageert vertraagd op het economische herstel, waardoor pas volgend jaar de werkloosheid licht daalt. Bedrijven gaan eerst de al aanwezige productiecapaciteit beter benutten voordat ze extra mensen aannemen.³

De Nederlandse economie is in het tweede kwartaal met 0,7 procent gegroeid ten opzichte van het eerste kwartaal. De groei van de Nederlandse economie is vooral te danken aan de export. Ten opzichte van een jaar eerder groeide de economie in het tweede kwartaal met 1,1 procent. In het tweede kwartaal van 2014 waren er duizend banen van werknemers minder dan in het eerste kwartaal van 2014. Ten opzichte van het tweede kwartaal van 2013 waren er 70 duizend banen van werknemers minder.⁴

Consumentenvertrouwen

'De stemming onder consumenten verbetert in oktober. Het consumentenvertrouwen stijgt 4 punten en komt uit op -3, meldt het CBS. In oktober kregen consumenten weer meer vertrouwen in de economie. De koopbereidheid veranderde nauwelijks.

Met -3 ligt het consumentenvertrouwen in oktober boven het gemiddelde over de afgelopen twintig jaar (-8). Het vertrouwen bereikte in april 2000 de hoogste stand ooit (27). Het dieptepunt werd bereikt in februari 2013 (-44).⁵

³ Juniraming 2014 van het Centraal Planbureau

⁴ CBS Mededeling, woensdag 24 september 2014

⁵ CBS Conjunctuurbericht, maandag 20 oktober 2014

Onderstaande prille verbeteringen zijn zichtbaar⁶:

- De huizenverkopen trekken voorzichtig aan, met name in stedelijke gebieden in courante prijsklassen.
- Het effect van de btw-verlaging naar 6% in de bouw.
- Minder vakanties van Nederlanders naar het buitenland en de daarmee samenhangende stijging in dagtochten.
- Het aantrekkelijk buitenlands toerisme naar Nederland.
- Een voorzichtig herstel in de Europese economie met als koploper Duitsland.
- De inkoopmanagersindex voor de economie van de eurolanden is in juli 2013 gestegen tot 50,4, tegen 48,7 in juni (Markit). Een score boven de 50 wijst op economische groei. Voor Nederland ligt deze score in juli 2013 op 50,8.

Trends⁷

Consumenten raken het vertrouwen kwijt in de waarheid van de boodschap. Is het ambachtelijke potje 'Oma's Appelmoes' wel ambachtelijk? Komt het designerjasje niet uit een atelier met slechte arbeidsvoorwaarden? Het gevoel is dat veel organisaties groot zijn geworden door slecht te doen. Kleine ondernemingen daarentegen, die dichtbij de consument staan, bouwen het vertrouwen weer op. Bedrijven die goed willen doen in plaats van minder slecht, komen in opmars. In dit nieuwe tijdperk, gaat het om het aanpassen van de regels in plaats van de uitzondering op de regel en op samenwerking in plaats van dichtgetimmerde patenten.

Nieuwe technologie, een veranderde omgeving en een rijker menselijk bewustzijn zorgen voor ontwikkelingen die niet meer passen binnen de huidige kaders en regelgeving.

'Thuisafgehaald.nl' wordt bijvoorbeeld door instanties gezien als oneerlijke concurrentie voor de horeca, ouderparticipatiecrèches (OPC's) zijn eigenlijk niet toegestaan omdat ze geen gediplomeerd personeel hebben en 'Wimdu.nl' wordt gezien als oneerlijke concurrentie binnen de hotelbranche. Maar ook in het verleden was er weerstand bij vernieuwingen, bijvoorbeeld bij de introductie van de stoommachine, telefoon en het vliegtuig. Baanbrekende uitvindingen, doorbreken immers bestaande grenzen in de samenleving. Om ruimte te creëren voor de vele innovaties, zou flexibiliteit in bestaande systemen, structuren en regels een oplossing zijn.

De huidige technologische ontwikkelingen maakt oude traditionele methoden overbodig.

Voorbeelden hiervan zijn apps die detecteren of iemand aan een depressie lijdt, auto's die zelf

⁶ Foodinspiration Jaarboek 2014

⁷ TrendRede 2014

kunnen rijden, de mogelijkheid om robots zelf uit te kunnen printen en een arts die vanaf de andere kant van de wereld wordt geassisteerd door middel van Google Glass. Maar deze technologie heeft ook kanttekeningen. Met de versmelting van technologie en het menselijk lichaam kunnen hackers verder gaan dan alleen data stelen. Immers, als ze een satelliet kunnen hacken, dan ook een pacemaker. De grootste uitdaging is niet de techniek, maar de toepassing hiervan.

De jongere generatie is vertrouwd met de stroomversnelling in technologische ontwikkelingen en willen een wereld bouwen die beter aansluit bij de huidige netwerkmaatschappij. Een deel van deze generatie raakt gefrustreerd omdat ze vastlopen met hun ambitieuze wensenlijst, of door keuzestress in een wereld waarin het druk zijn tot een statussymbool is geworden. De fear of missing out (FOMO) wordt steeds vaker de joy of missing out (JOMO). Niet alles wat kan moet.

Deze generatie hecht minder waarde aan bezit. Dit blijkt uit de groei van de deel- en leeneconomie. Het gaat hen veel meer om de dagelijkse toegang tot producten en diensten, dan om het bezit ervan. Zo daalde in tien jaar tijd het percentage autobezitters tussen de 18 en 29 jaar in Amsterdam van 24% naar 16%. Toegang tot technologie en de financiële reset van de afgelopen jaren voeden de economie van het delen.

De verwachting is dat later wordt teruggekeken op de huidige tijd als een interessant omslagmoment in de geschiedenis. Het verschil tussen de pessimisten en optimisten is het kader van waaruit men denkt. Alleen met een fundamenteel andere bril, worden optimistische signalen begrepen. Er is een ontwikkeling gaande richting een revolutionaire sociale bronenergie. De successen van de patroon doorbrekende initiatieven, tonen aan hoe breed de nieuwe energie opgepakt wordt op alle niveaus binnen de samenleving.

3.2 Branche specifieke trends, ontwikkelingen in de horeca

*Het Nieuwe Nu*⁸

Er is een bijzonder tijdperk aangebroken. Na de crisis zal het niet meer zijn als voorheen. Er is een ontwikkeling gaande naar een nieuwe realiteit. Verdienmodellen veranderen en marges staan structureel onder druk. Hiervoor zijn een aantal oorzaken, zoals de mindere vraag van de prijsoverbewuste consument, de groei van het aantal verkooppunten van food, prijstransparantie door internet en hogere grondstofprijzen. Naast de voordelen van internet,

⁸ Foodinspiration Jaarboek 2014

zijn er ook nadelen. Zo pakken hotelboekingsites structureel marge van de omzet per kamer en neemt het aantal actieweken rond restaurants toe. Als antwoord op de onder druk staande marges, zijn er verschillende ontwikkelingen gaande. Menuprijzen variëren per seizoen of zelfs per dag, menukaarten bevatten veel minder gerechten en wisselen vaker. Ook werken restaurants steeds vaker met dag- en weekmenu's en 'liquid' dinners met tapas of pincho's in plaats van een menukaart die vier keer per jaar wordt vernieuwd. Op deze wijze kan optimaal worden geprofiteerd van aantrekkelijke inkooprijzen en zijn kleinere voorraden mogelijk.

Door de onder druk staande marge zullen organisaties moeten veranderen. Met een nieuwe visie op human resources zal de productiviteit per medewerker omhoog gaan. De medewerker zal in deze visie veel dichterbij zijn persoonlijke rol staan dan bij de functionele rol. De productiviteit per medewerker zal groeien wanneer talentontwikkeling en persoonlijke groei worden gestimuleerd. Hierdoor zullen bevoegdheden lager in de organisatie komen en managementlagen overbodig worden. Snel in kunnen spelen op veranderingen (improviseren) zal als vanzelfsprekend moeten zijn in de snel veranderende wereld en ondernemerschap moet worden gestimuleerd, zowel onder medewerkers als managers, waarbij fouten zijn toegestaan. In dit nieuwe tijdperk, maakt de klassieke KPI marge, plaats voor KPI's als 'medewerker tevredenheid' en 'gast tevredenheid'.

Ook voor het bouwen van merken is er veel veranderd. Merken met een intrinsieke waarde veroveren voorkeursposities en gasten en medewerkers co-creëren het imago. Twintig jaar geleden was je regisseur van je eigen merk door het inzetten van massamedia. In de huidige tijd praten klanten terug en gaat return on involvement vooraf aan return on investment.

Online boeken en shoppen is enorm in opmars. De verhouding van verkoop in winkels versus online verkopen ontwikkelt zich van 90 – 10 naar 70 – 30. Hierdoor trekken binnensteden minder bezoekers en heeft dit vervolgens weer een negatief effect op de horeca. Met citymarketing en bewust gemeentelijk beleid proberen gemeenten hier antwoord op te geven. Steden gaan zich meer onderscheiden door een heldere positionering en er wordt ruimte geboden aan niche retail om de binnensteden onderscheidend te maken ten opzichte van de online winkels. Een andere ontwikkeling is dat door het internet nieuwe speelvelden worden gecreëerd, zoals bijvoorbeeld de peer-to-peer economie. Voorbeelden hiervan zijn Airbnb, thuisafgehaald.nl.

Al enige jaren is de trend van globaal naar lokaal gaande. Gezondheid, diervriendelijkheid en planeetvriendelijkheid worden steeds belangrijker en er komen steeds meer streekproducten op het menu. Ook multinationals hebben duurzaamheid hoog op de agenda staan en gebruiken minder additieven. In de supermarkten is deze trend inmiddels ook zichtbaar, door de grotere

vraag naar biologische producten en producten die op eerlijke en smaakvolle wijze zijn geteeld en gefokt.

Door de ontwikkeling van de peer-to-peer economy worden de ketens korter. In Nederland zien we dat ook de supermarktketens het roer omgooien. Een voorbeeld is Jumbo Foodmarket, een combinatie van Foodretail en Foodservice. Deze mix van horeca en retail wordt blurring genoemd en is in het Nieuwe Nu vanzelfsprekend geworden.

Samengevat is in het Nieuwe Nu de burger ondernemender (consument wordt prosument), het Nieuwe Nu is dynamischer en gelaagder (ansichtkaart wordt Google Glass), het is onmiddellijk, ogenblikkelijk en onontkoombaar en biedt steeds nieuwe keuzes.

Actuele voorbeelden van het Nieuwe Nu zijn:

- ✓ de Nieuwe Gastronomie – *restaurants met maar drie gerechten op de kaart, bistronomie en eten wat de pot schaft*
- ✓ de Nieuwe Catering – *kantoor met moestuin, foodtrucks, foodcourt-catering*
- ✓ het Nieuwe Verblijven – *hotelkamer bij mensen thuis met citytips van locals, Sleeping Around (pop-up hotel in zeecontainers)*
- ✓ Nieuwe Voedselsystemen – *boer met een missie (wil laten zien waar ons eten vandaan komt), PlantLab (planten kweken in rood en paars licht), Restaurant Niven (80% groenten en 20% eiwit)*

Ontwikkelingen⁹

⁹ Beleidsmonitor 2014 - FSIN



Figuur 6: Wie eet wat, waar en waarom - FSIN

Consumenten kunnen op drie plekken eten en drinken: thuis, onderweg of op een locatie buitenshuis. Motieven om dat te doen zijn door FSIN in drie segmenten verdeeld: routine, gemak en gezellig. Bovenstaande figuur maakt duidelijk dat consumenten onderweg en thuis een groei laat zien. De markt van consumenten op locatie ofwel de luxere buitenshuis- en uitgaansmarkt heeft het lastiger. Uit figuur 7 blijkt dat de markt voor thuis-uit-eten groeit en dan voornamelijk met de motieven gemak en gezellig. Thuis eten vanuit routine is gelijk gebleven. Daarnaast is de verwachting dat door ingrijpende veranderingen in de zorg, er nog meer gezamenlijk thuis geconsumeerd zal worden.



Thuis-uit-eten enige groeisegment

Outlooks: zet consument centraal

- Groeien in een markt die onder druk staat is een vak apart.
- Zet de consument centraal en niet het eigen business concept. Dat wordt de grote uitdaging.
- De kunst is consumenten te verrassen met producten en diensten waar hij nog niet om heeft gevraagd, maar wel voor in is.
- Consumenten denken niet in kanalen, maar willen een behoefte vervullen.
- Dure kanalen hebben last van veranderingen in consumentengedrag. Dat is nu al vijf jaar het geval. Consumenten maken het vooral thuis gezellig en proberen voor hun functionele motieven met 'gemak' tijdwinst te boeken.
- Thuis-uit-eten blijft ook na de crisis een groeimarkt. Daar kunnen ook foodserviceconcepten op inspelen (take home services).



Waar consumeerden wij in 2013 en met welk motief?

	Routine	Gemak	Gezellig
Thuis	29.710 0	1.690 +	6.690 +
Onderweg	740 -	3.390 0	40 0
Op locatie	190 -	7.040 -	7.650 -

Consumenten kunnen op drie plekken eten en drinken: thuis, onderweg of op een locatie buitenshuis. De motieven om dat te doen hebben we in drie segmenten verdeeld: routine, gemak en gezellig. De getallen vertegenwoordigen de berekende omzetbedragen in 2013. En de cirkels geven de trend aan in 2013. Bron: FSIN-analyse met hulp van GfK-panelgegevens.

Figuur 7: Thuis-uit-eten enige groeisegment – FSIN

Door de recessie hebben er in de afgelopen 5 jaar flinke aardverschuivingen plaatsgevonden:

- Concepten die al uit de mode waren (cafés), zijn extra hard getroffen.
- Klassieke restaurants (-12,8%) en de drankensector (-22,6%) verloren samen bijna een miljard euro aan omzet.
- Omzet van dranken en food in discotheken is gehalveerd tot 175 miljoen euro.
- Chinese restaurants en andere klassieke restaurants met buitenlandse keukens dalen meer dan 15% in vijf jaar tijd.
- Fastservice formules groeien fors met 171 miljoen euro.
- Koffie-concepten hebben 21,9% meer omzet dan in 2008.
- Formulerestaurants zoals Van der Valk doen het goed.
- Supermarkten winnen terrein.

Volgens FSIN is de top 7 van succesfactoren als volgt:

1. Een groeiend consumentenvertrouwen zal de buitenshuisomzet vanzelf aanjagen.
2. Reëlere prijzen in supermarkten en goedkopere prijzen buitenshuis.
3. Meer aanbieders met goedkopere maaltijden en gerechten die efficiency en costleadership van retail adopteren.
4. Hoog service level bij formules in Out of Home: met hulp van smartphone de klant bij je concept en gerechtkeuze betrekken.
5. De klant zelf aan het werk zetten en zo (dure) kosten besparen in het restaurant.
6. Speciaalzaken en cateraars kunnen zich ook bemoeien met de verkoop van gerechten voor thuis of onderweg.
7. Verdergaande 'voedselschandalen' in de supermarkt doen consumenten verlangen naar de authentieke koksgerechten.

Ontwikkelingen in de Klassieke Horeca¹⁰

Restaurants – drankensector

Facts 2012 – 2013: prijsdruk

- Prijs wordt steeds meer een onderscheidende factor.
- Toprestaurants stellen concepten bij om aantrekkelijk te blijven voor de consument.
- Zakelijke markt (hotellerie, conferentieoorden) staan onder druk. Hotels stunten met aanbiedingen om bezetting op peil te houden.
- Mooie zomer: betere omzetten strandpaviljoens.
- Het vertrouwen blijft laag: de consument verwacht dat hij minder zal uitgeven in de horeca (GfK, augustus 2013).
- De btw-verhoging van oktober 2012 lijkt vooral voor de cafés negatief uit pakken. De prijsstijging was in dit segment het grootst. Mede hierdoor daalde het volume begin 2013 fors.

Analyses: merken winnen

- Merken zijn aan de winnende hand. We zien vooral formulevorming in de hotelsector en vakantieparken.
- Ook ontstaan steeds meer lokaal en regionaal opererende cafés, conceptuele eetcafés en restaurants.
- Over de gehele linie kampt de Horeca al lange tijd met volumedalingen. Prijsverhogingen maken de omzetsderving maar ten dele goed.
- De Klassieke Horeca ontkomt niet aan concurrentie op prijs, maar veel horecabedrijven worstelen met dit gegeven.
- Het marktaandeel van de Klassieke Horeca binnen de out of home consumptie neemt al enkele jaren af.
- De drankensector verloor sinds 2008 maar liefst 22,6 procent van zijn omzet.

¹⁰ Beleidsmonitor 2014 - FSIN

Analyses: wél genieten:

- De consument zoekt waar voor zijn geld en wil wel genieten. De populariteit van menu-actieweken als Restaurantweek is illustratief.
- De bovenlaag van de bevolking is sterk gericht op verantwoorde voeding en kritisch ten aanzien van de gebruikte ingrediënten.
- De consument loopt warm voor beleving. Pop-up restaurants op tijdelijke locaties (leegstaande panden, in de natuur) zijn via sociale media in no-time volgeboekt.
- Consument gaat vaker thuis-uit-eten. Supermarkt stunt met bierprijzen en nekt daarmee de cafésector. Ook het sterk groeiende aantal partycaterars (dineren en feestbuffetten aan huis) staft deze ontwikkeling.

Bedreigingen:

- Per 1 januari 2014 is de minimumleeftijd voor alcoholconsumptie van 16 naar 18 jaar gegaan. Tevens is recentelijk het rookverbod voor kleine horecabedrijven definitief van kracht geworden.
- Het consumentenvertrouwen blijft laag. Dit blijft negatief van invloed op de bestedingen in horeca.
- In grensregio's voelt de Klassieke Horeca de prijsdruk extra; veel omzet vloeit weg naar Duitsland en België.
- In delen van de Klassieke Horeca is sprake van verdringing door een te overdadig aanbod.
- Horecabedrijven ondervinden in toenemende mate concurrentie van nieuwe vormen van foodservice (Gemak)

Kansen:

- Restaurants met uitgekende menu's tegen een vaste prijs boeken succes met deze aanpak.
- All-you-can-eat buffetten doen relatief goede zaken. De schaal moet groot zijn (veel zitplaatsen) om een goed aanbod voor een gunstige prijs te garanderen.
- De belangstelling voor (authentieke) voeding en streekproducten is groot en zal verder groeien.
- Het gebruik van sociale media en crowdsourcing (actieve betrokkenheid van de gast).
- De gast wil in alle opzichten beleving. Bedrijven die dit bieden, hebben in alle segmenten van de Klassieke Horeca een streepje voor.

Ontwikkelingen in de sector Gemak¹¹

Fastservice – foodservice retail

Facts 2012 – 2013: stunten met deals:

- Prijsacties (mealdeals) zetten door. Vooral in de cafetariasector worden ze steeds scherper. Ook wordt in dit segment geëxperimenteerd met all-you-can-eat concepten.
- Tankshops stunten met ontbijt- en lunchdeals.
- Aan het begin van de crisis presteerden fastfoodrestaurants, cafetaria's en lunchrooms nog bovengemiddeld: de consument zocht zijn heil een segment lager (downtrading). Nu beginnen ook deze bedrijven de gevolgen van de langdurige crisis duidelijk te merken.
- De goede zomer stimuleerde de ijsomzet. Hiervan profiteerden met name ijssalons en cafetaria-achtige bedrijven.

Analyses: Amerikanisering van gemak:

- Sterke merken blijven aan de winnende hand, van Amerikaanse ketens tot AH to go.
- De Amerikanisering zet door. De omzet van de grote zes Amerikaanse fastfoodmerken groeide in tien jaar met 56%.
- Naast genoemde Amerikaanse ketens laten de koffieconcepten bovengemiddelde groei zien.
- De daling van het aantal cafetaria's lijkt zich te stabiliseren.
- Marktleider McDonald's raakt versneld zijn usp, de drive-through, kwijt met de versnelde groei van Amerikaanse branchegenoten in ons land. Vooral bij KFC groeit het aantal drive-throughs. Automobilisten krijgen dus meer alternatieven op de fastfoodmarkt.

Analyses: aandacht voor de prijs:

- De consument wil waar voor zijn geld. Prijsacties zijn populair.
- Uit recent onderzoek blijkt dat de consument het prijspeil van tankshops te hoog vindt.
- Tienduizenden consumenten ontbijten dagelijks buitenshuis (hotels niet meegerekend). Ze zoeken hun heil met name bij Ikea, tuincentra, gemakshops op high-traffic locaties en bij tankshops.

¹¹ Beleidsmonitor 2014 - FSIN

- De Amerikaanse beleving blijft de consument boeien. Ketens als Subway, KFC en Starbucks mogen zich verheugen in een groeiende belangstelling van een overwegend jong publiek.
- Snelheid is in dit segment een belangrijke drijfveer voor consumenten. Het gebruik van bestelterminals is in opmars.

Bedreigingen:

- De gemakssector heeft vaak te maken met een vertraagd herstel na een crisis. Als de economie weer opveert, blijft de groei van met name cafetaria's en fastfoodrestaurants vaak een tot twee jaar achter. Consumenten die weer meer te besteden hebben, zullen in eerste instantie vaker kiezen voor een restaurantbezoek (upgrading).
- Veel kernproducten in de segmenten fastfood, cafetaria en lunchroom staan in een kwaad daglicht. Instrumenten als de vettaks of de suikertaks blijven boven de markt hangen. Hiernaast zijn er inmiddels diverse vleeschandalen geweest.
- Steeds meer gemeenten ontwikkelen beleid om de 'fastfoodisering' in te dammen en werpen restricties op voor vestigingen op bepaalde locaties.
- Foodretailers kapen in toenemende mate (gemaks)omzet weg met eigen foodservice-activiteiten.

Kansen:

- Gemak is en blijft voor veel consumenten een belangrijk motief. Bij gunstige economische omstandigheden blijft dit segment de komende jaren zeker groeien.
- Eten (vaak functioneel) in een ongedwongen sfeer is een groeimarkt. Steeds meer fastfoodrestaurants, maar ook concepten als Kwalitaria en Family, spelen hierop in door met hun uitstraling de beweging richting fastcasual te maken.
- Compacte gemaksconcepten op high-traffic locaties bieden mogelijkheden tot expansie: NS Stations ontwikkelt plannen voor kleinere stations.

3.3 Voorbeelden per sector

In deze paragraaf worden voorbeelden van bedrijven en concepten genoemd die de trends volgen of gecreëerd hebben.

Drankensector

Koffie- en theehuizen

Ondanks de dalende trend in de drankensector doen de koffie- en theehuizen het goed. In iedere stad zijn hippe koffiezaken te vinden. Ze zijn zelfstandig of keten gebonden en schenken uitstekende koffie, met gevoel voor show. Er is free Wi-Fi en het design is industrieel of artistiek.

Coffee  **Company**



Cafés

Ook voor cafés geldt dat de gast een quality upgrade verwacht. Met een eigen brouwerij en meerdere (speciaal)bieren op de tap kan een café zich onderscheiden. Uiteraard is het vanzelfsprekend dat het personeel op de hoogte is van het assortiment en een uitstekend biertje kan tappen. Café de Beyerd in Breda is al 30 jaar een begrip. De Beyerd serveert momenteel 125 soorten bier, waarvan 14 van de tap. Minimaal 5 soorten bier van de tap zijn uit eigen brouwerij. Van het graan/mout dat overblijft van het brouwen wordt 'bostelbrood' gemaakt dat zij serveren tijdens lunch en diner.



Fastservicesector

Kwalitaria



Kwalitaria is een cafetariaformule van franchise friendly concepts (ffc). De producten van Kwalitaria zijn (bijzonder) lekker en daarbij ook net even anders, zoals bijvoorbeeld een hamburger van de blaarkopkoe en een Broodje Beemsterkaas. Kwalitaria gelooft in 'good food' en 'fast service'. Kwalitaria is branchewinnaar van de Succes Award 2014.

Subway

Subway is een Amerikaanse fastfoodformule met broodjes en salades. De SUBWAY® organisatie heeft zich ten doel gesteld een gevarieerd assortiment van heerlijke, voedzame etenswaren aan te bieden, terwijl zij haar ecologische voetafdruk vermindert én de gemeenschappen die zij wereldwijd van dienst is, op een positieve manier beïnvloedt.

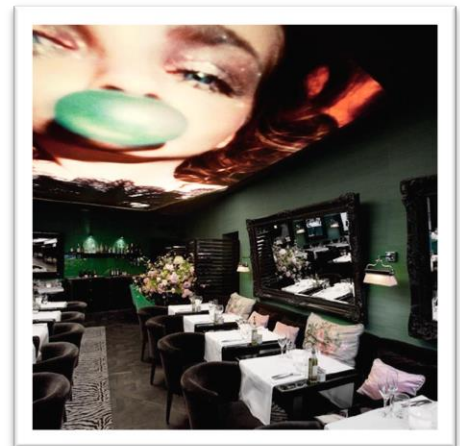


Restaurantsector

Eten wat de pot schaft

Restaurant Red

Restaurant Red is met haar unieke concept, kreeft en tournedos, dé hotspot in hartje Amsterdam en brengt u een warme 'Parijse' ambiance. Gelegen in een prachtig grachtenpand, daar waar de Keizersgracht de nieuwe Spiegelstraat kruist, is het restaurant al vijf jaar een must voor culinaire liefhebbers van kreeft, tournedos, champagne en mooie wijnen. Red is befaamd om haar gastvrije bediening, informele ambiance, vriendelijke prijzen en hoogstaande kwaliteit.



Restaurant Gebr. Hartering



Restaurant Gebr. Hartering is een gezellig en gastvrij buurtrestaurant gelegen in het mooie Rapenburg. Het is geïnspireerd op het "table d'hôte" (eten wat de pot schaft) concept. En er wordt gewerkt met de mooiste seizoensproducten die met veel aandacht en liefde voor de natuur zijn geproduceerd. Deze zijn afkomstig van kleine, ambachtelijke leveranciers. Het menu wisselt dagelijks en gasten worden tussen half 7 en half 8 ontvangen. Voor laatkomers, of mensen die besluiten geen gebruik te maken van de menu optie is er een kleine à la carte kaart. De filosofie van Restaurant Gebr. Hartering is simpel, maar hoogwaardig eten, alles draait om het product.

Blurring

Sissy-Boy Daily

Sissy-Boy Daily is de lunchformule van Sissy-Boy Homeland. Sissy-Boy Daily heeft een verrassende kaart met ambachtelijke en biologische producten voor een heerlijke lunch voor, tijdens of na het shoppen.



Meneer van Dijk



Ook in Waalwijk is een goed voorbeeld van blurring. Meneer van Dijk is een bistro in de kledingzaak Van Dijk. Kwalitatief goede broodjes, salades en gerechten staan op de kaart. Net als in de kledingzaak, klopt ook bij Meneer van Dijk alles.

Villa Augustus



Een ander mooi voorbeeld van blurring is Villa Augustus in Dordrecht. In een voormalige watertoren is een totaal belevingsconcept gevestigd. Een Hotel-Restaurant en Marktcafé in een tuin. De producten uit de tuin zijn de ingrediënten voor het restaurant en worden verkocht in het marktcafé.

All-you-can-eat

Sumo Sushi & Grill restaurant

Sumo is een all-you-can-eat formule die in 8 jaar is uitgegroeid van een klein intiem restaurant in Rotterdam tot een formule die door het hele land gevestigd is. Er is voor ieder wat wils, niet alleen sushi maar ook grill, vis, vlees en vegetarische gerechten. Het all-you-can-eat concept betekent dat gasten voor een vaste prijs, zo vaak als ze willen kunnen genieten van alle gerechten op de kaart.



Ook Ichizai in Kaatsheuvel en Waalwijk is een voorbeeld van een all-you-can-eat concept.

Hotelsector

Binnen de hotelsector zijn hotels verantwoordelijk voor een derde van het aantal locaties, maar voor 80% van de totale omzet eten en drinken.

Ondanks een stijging in de bezettingsgraden en de kamerprijzen in 2013 blijven de resultaten van de hotelsector onder het niveau van voor de economische crisis.

Trends in de hotelsector zijn:

Gratis Wi-Fi

Gratis Wi-Fi in zowel de kamer als in de lobby is een absolute must geworden. Dit geldt voor zowel de zakelijke- als de leisuregast. De scheiding tussen werk en vrije tijd wordt steeds dunner. Er wordt naar het strand gegaan op een doordeweekse werkdag en er wordt doorgewerkt op een regenachtige zondagmorgen. Tijdens werk wordt Facebook gecheckt en in de vrije tijd wordt een zakelijke e-mail getypt. Voor hotels wordt de businessclub het nieuwe spa. Gratis draadloos internet wordt net zo onontbeerlijk als stromend water uit de kraan.

Storytelling

Ook in de hotelsector is storytelling een zeer grote trend. Het wordt steeds belangrijker een “verhaal” aan het concept te hangen of het concept aan een verhaal te verbinden.

Back to Basics

Steeds minder extra luxe die de gast toch niet gebruikt of echt nodig heeft maar wat je echt nodig hebt moet top geregeld zijn, zoals kingsize bedden en regendouches op iedere kamer. Werd vroeger de keuze gemaakt op basis van de voorzieningen en luxe, nu moet het hotel vooral “Cool” zijn.

Opkomst langverblijfhotels

Hotels met grotere appartementen voor de zakelijke gast, maar ook voor internationale studenten voor een verblijf van 5 tot 10 maanden.

De hotelbar

De hotelbar wordt herontdekt met als doel om ook de locals binnen te trekken.

Groeiend belang conciërges

De hotelsector is een service intensieve bedrijfstak. Ieder hotel dat niet uit weet te blinken in service wordt al snel afgedaan als middelmatig. Andersom kan een briljante service heel veel goedmaken. Service blijft essentieel, waarbij authenticiteit en oprechtheid veel belangrijker zijn dan hoteltechnische vaardigheden.

Sociale verantwoordelijkheid

Bij duurzaamheid draait het al lang niet meer alleen om het doorvoeren van milieubesparende maatregelen. Het gaat om zorg voor je omgeving, bijdragen aan lokale communities, zorg voor je stakeholders, personeel, gasten, leveranciers en het milieu. De grote ketens lopen hierin voorop, maar het biedt juist ook kansen voor de kleine initiatieven.

Er ontstaat steeds meer belangstelling voor trips waarbij fietsen (e-bikes) worden ingezet.

Nieuwkomers

Nieuwe spelers verstoren de markt. Een partij als Airbnb blijkt in staat om binnen een jaar de markt voor kort verblijf op zijn kop te zetten. Zij laten vooral zien waar de traditionele hotellerie het in de afgelopen jaren heeft laten liggen; beleving en eigenheid voor een goede prijs. Airbnb is een marktplaats en geeft mensen de kans om unieke privé-accommodaties te adverteren, te ontdekken en in de hele wereld te boeken, online of via de mobiele telefoon.

4 De toekomst voor horeca in de gemeente Loon op Zand

4.1 Ambitie en kansen voor horeca in de gemeente Loon op Zand

4.1.1 De gemeente Loon op Zand

In het hart van Brabant neemt Loon op Zand een bijzondere plaats in. Vanuit de historische rol als centrum in de leder- en schoenenindustrie is Loon op Zand een steeds belangrijkere rol gaan spelen als toeristisch-recreatieve gemeente¹². De gemeente herbergt grote trekkers zoals de Efteling, Experience Island, de Loonse en Drunense Duinen en iconen als bijvoorbeeld Het Witte Kasteel, maar ook vele kleinere recreatiebedrijven zoals B&B's, mini-campings, groepsaccommodaties en dergelijke. Enkele jaren geleden is er dan ook gekozen voor de toeristische slogan "1001x Loon op Zand, beleef de vele mogelijkheden".

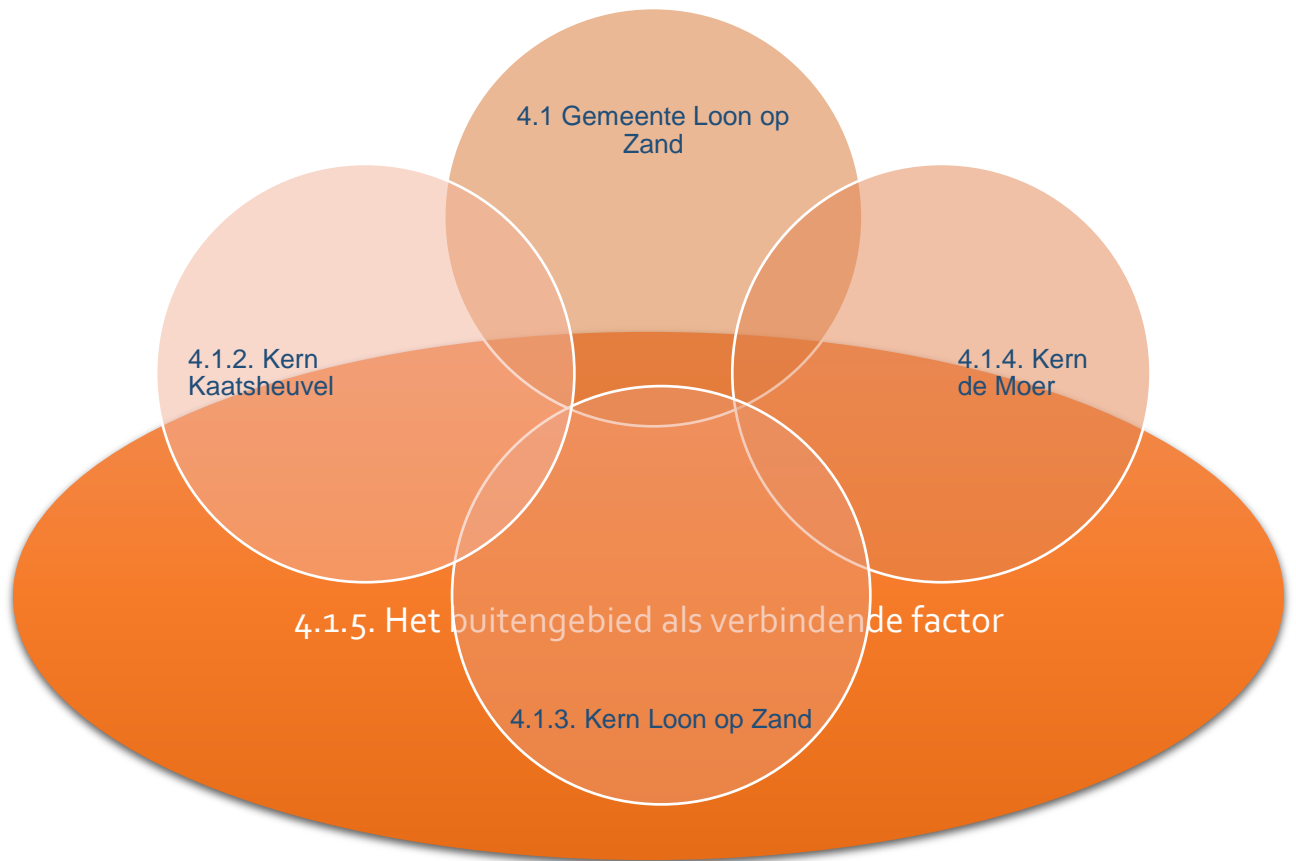
Met deze sterk ontwikkelde focus op leisure, zowel groot- als kleinschalig, zijn er vele kansen voor horeca. Horeca als belangrijk onderdeel van deze leisure-infrastructuur en als aanvulling en versterking. Vandaar de titel van dit visiedocument "Samen 1001 horecakansen benutten". In deze titel komt de verbinding tussen leisure en horeca duidelijk naar voren. Deze visie is dan ook bedoeld om zowel de gemeente als de ondernemer te inspireren en uit te dagen om kansen te benutten. Voor de periode tot het jaar 2020 wordt hiervoor een ontwikkelingsrichting voorgesteld.

Na gesprekken met de klankbordgroep, interviews met ondernemers en bestudering van eerdere visiedocumenten, kan de kracht van Loon op Zand kort worden weergegeven namelijk; een **centraal gelegen** gemeente (Waalwijk en Tilburg dichtbij) in een zeer **groene en landelijke omgeving**, met een grote **diversiteit** aan karakteristieke **landschappen** en **recreatieve trekkers**.

Kortom, een goede plek om te wonen, werken en te recreëren.

De opbouw van dit hoofdstuk is als volgt schematisch weergegeven:

¹² Structuurvisie Loon op Zand 2030



De ambities laten zich als volgt omschrijven:

Horeca als belangrijk onderdeel van de leisureambities

Horeca is een belangrijk onderdeel van het totale leisureaanbod binnen de gemeente Loon op Zand. Het is van belang om horeca, net als voor leisure in het Raadsakkoord 2014-2018 is afgesproken, te faciliteren en de ruimte te geven.

De gemeente wil de leisureambities van zowel grote bedrijven als van kleinere ondernemers stimuleren. Dit betekent kansen voor innovatieve horecaondernemers. Het document Dreamport Brabant 2025 is aanleiding geweest de regionale Kansenskaart Leisure op te stellen. De regio Hart van Brabant wil namelijk de nu al bloeiende vrije tijdsector in de regio uitbouwen. Het streven is om in 2025 dé leisureregio voor de internationale familiemarkt te zijn. De regio spant zich daarom in om met de sector zelf, en ieder vanuit zijn eigen rol, een zodanig systeem op te zetten waarbij de ambities op het gebied van leisure waargemaakt kunnen worden. De Kansenskaart Leisure is er hier één van. Op de Kansenskaart Leisure, die regelmatig wordt geactualiseerd door de regio Hart van Brabant, zijn kansrijke

leisurelocaties aangewezen. Dit betreft zowel locaties geschikt voor in- als extensieve leisurevoorzieningen, waar horeca een belangrijke rol speelt. In de volgende paragrafen zal dit verder worden geconcretiseerd. Horecaondernemers, die grootschalige plannen hebben voor uitbreiding of nieuwe vestigingen die aansluiten op de Kanskaart Leisure kunnen ook terecht bij het Midpoint Huis van de Leisure in Oisterwijk. Het Huis van de Leisure zal begin 2015 operationeel zijn. Hier kan de ondernemer ook terecht voor vragen aan de (regionale) overheid.

Behouden en versterken van het gevarieerde horeca-aanbod

Voor een prettige leefomgeving, de werkgelegenheid en het versterken van de lokale economie is het behouden en versterken van de huidige horecastructuur van belang. Het wegtrekken van bedrijven zorgt voor ongezellige kernen en leegstand en dat moet zoveel mogelijk voorkomen worden. Door actief de samenwerking tussen de ondernemers te stimuleren (bijvoorbeeld door middel van de Duinenpas), zullen verschillende bedrijven gaan werken aan nieuwe product-marktcombinaties en ontstaat een netwerk van ondernemers. Het initiatief moet van de ondernemers komen maar zowel gemeente, KHN, de regio Hart van Brabant, de KVK, Midpoint Brabant en VisitBrabant zijn hierbij ook betrokken instanties. Zij kunnen ondernemers helpen bij het vermarkten van hun product, het opdoen van kennis of het onderzoeken van financieringsmogelijkheden.

Aandacht voor zowel de lokale inwoner als de toerist

Het is van belang dat er in de gemeente Loon op Zand voldoende horeca-aanbod is voor zowel de lokale en regionale inwoners, als voor de doelgroep die Loon op Zand één of meerdere dagen als toerist bezoekt.

De horecasector heeft niet alleen een lokale functie voor de inwoners van de eigen gemeente, maar kan juist ook inspelen op het toenemend aantal toeristen in de gemeente. De bevolking van Loon op Zand zal de komende jaren licht groeien (zie tabel 5 en 6 van H2) en dan met name het aantal ouderen. Deze doelgroep is nog vaak **actief**, heeft nog **geld** te besteden en redelijk veel **vrije tijd**. Een interessante doelgroep voor de horeca dus.

Het leisureaanbod in de regio nodigt uit tot zakelijke evenementen, denk bijvoorbeeld aan evenementen bij Experience Island of de Efteling. Deze zakelijke gasten vragen ook om horeca in het hogere segment in de regio.

De dagbezoeker en de verblijfsgast komen voor een aantal iconen naar Kaatsheuvel (voornamelijk de Efteling, secundair de Loonse en Drunense Duinen en Experience Island).

Het is dan ook wenselijk dat deze bezoekers zo goed mogelijk bediend kunnen worden met een gevarieerd horeca-aanbod (van hotel tot aan cafetaria).

Momenteel blijven veel dagbezoekers eten in de Efteling, omdat daar reeds een zeer gevarieerd aanbod aanwezig is. Maar ook een flink deel van de gasten verlaat de Efteling om elders te gaan dineren. Daarnaast is een aantal verblijfgasten (Hotels in Kaatsheuvel, Bosrijk, Efteling hotel) op zoek naar goede eetmogelijkheden op eigen gelegenheid. Het is van belang dat gasten de dorpskernen met hun restaurants dan eenvoudig kunnen vinden.

Routing en bewegwijzering zijn belangrijk hierbij.

Tenslotte komen gasten vaak niet voor horeca alleen. Horeca is vaak onderdeel van de bestemming, maar lang niet altijd de hoofdreden van het bezoek. Bijvoorbeeld bij het winkelen dient **winkelondersteunende horeca** aanwezig te zijn en gestimuleerd te worden waar dit nog ontbreekt.

Focus op kwaliteit in plaats van kwantiteit

De uitbreiding van horeca in Loon op Zand zal in eerste instantie vooral gericht moeten zijn op formules in het middensegment en met een onderscheidend karakter dat recht doet aan de bijzondere kenmerken van de gemeente en de drie kernen. Het basisaanbod is op veel plaatsen reeds aanwezig (cafetaria, koffiebar), maar juist dat bijzondere koffieconcept of dat onderscheidende café ontbreekt nog. Onderscheidende concepten vergroten de aantrekkingskracht. Er zijn ontwikkellocaties waar dergelijke concepten gestimuleerd kunnen worden, zoals het Bruisend Dorpshart, het KernWinkelgebied Kaatsheuvel en mogelijk ook locaties in het buitengebied.

Omdat het niet wenselijk is om 'ongecontroleerd' uit te breiden met het aantal horecabedrijven, zal het, naast enkele ontwikkellocaties, voornamelijk verstandig zijn om in te zetten op kwaliteitsverbetering en versterking van de bestaande horeca. Vooral door clustering van activiteiten (leisure toevoegen bij horeca of andersom, horeca bij retail), samenwerking (arrangementen), schaalvergroting en synergie met overige voorzieningen (culturele centra, winkels, attracties). Het regionale beeldverhaal van de Langstraat kan als kompas dienen voor horeca-uitbreidingen en versterkend werken.

In de volgende paragrafen worden afzonderlijke kernen en het buitengebied behandeld, waarbij wordt ingegaan op de verschillende sectoren en typen horeca. Per kern is op de kaart een ruimtelijke visie weergegeven waarbij deelgebieden en ontwikkelingslocaties worden weergegeven.

4.1.2 Kaatsheuvel

Kaatsheuvel is met haar ruim 16.000 inwoners de grootste kern binnen de gemeente Loon op Zand. Het dorp staat bekend om haar schoenenindustrie, maar momenteel meer als vestigingsplaats van de Efteling en de bekende keukenzaak van Mandemakers. Het Nationaal Park de Loonse & Drunense Duinen is ook een trekker van formaat. Kaatsheuvel kent enkele fraaie rijksmonumenten zoals de St. Janskerk, de St. Jozefkerk, de kerk van de Martelaren van Gorcum, Molen de Couwenberg en de Molen aan de Zuidhollandse dijk.



In Kaatsheuvel zijn de volgende horecagebieden te onderscheiden die ontwikkeld gaan worden of speciale aandacht verdienen.

A: Bruisend Dorpshart

Het Bruisend Dorpshart is volop in ontwikkeling. Eind 2015 zijn de meeste bouwwerkzaamheden gereed en bevindt zich in de Noordwand en de Brandweerkazerne onderscheidende horeca.

Het gebied wordt als volgt gepositioneerd:

Het culturele hart van Kaatsheuvel, waar mensen samenkomen om te wonen, werken, recreëren en consumeren. Vooral gericht op de inwoners van de gemeente Loon op Zand, waarbij de Markt de bestemming is, met voornamelijk horeca (terrassen) aan de Noordwand. Denk aan een wat jonger publiek en waar stamkroegen te vinden zijn. Op de markt vinden evenementen plaats, zoals bijv. de weekmarkt, de kermis, beach soccer, het Pleinfestival e.d.. Ook is er horeca in het gemeenschapshuis. De horecagerelateerde thema's kunnen zijn flaneren, consumeren en genieten.

De volgende horeca wordt voorzien in het Bruisend Dorpshart.

De Noordwand



De Noordwand, een gebouw met 24 appartementen, beschikt over een begane grond; "de commerciële plint" waarin invulling is voorzien in horeca, retail en/of dienstverlening. In de plint wordt gedacht aan een grandcafé, een restaurant in het middensegment, eventueel een klein "bruin" café en een mix van retail en dienstverlening met aanverwante horeca.

Gemeenschapshuis Het Klavier

Horeca in het gemeenschapshuis bedient voornamelijk de lokale gast, de inwoner die voor praktische zaken



naar het gemeenschapshuis komt (paspoort verlengen, uittreksel regelen), naar de bibliotheek wil of culturele evenementen wil bijwonen. Het gemeenschapshuis is dus dé ontmoetingsplaats voor mensen uit Loon op Zand en daar dient de horeca op aan te sluiten. De horeca in het gemeenschapshuis zal aanvullend moeten zijn ten opzichte van de horeca in de Noordwand.

Horecavoorziening De Werft

Accommodatie De Werft bestaat momenteel uit een sociaal cultureel deel, een sportgedeelte en een horecavoorziening. De horecavoorziening is gekoppeld aan de sportieve- en sociaal culturele activiteiten.

In 2015 zal De Werft worden aangepast. De sociaal culturele activiteiten zullen verhuizen naar het gemeenschapshuis (Het Klavier). De sportieve activiteiten zullen in De Werft blijven. Ook zal er waarschijnlijk een horecavoorziening in De Werft blijven. De vormgeving van de sport- en horecavoorziening zal afhangen van een herontwikkelingsproces. Het voornemen is om genoemde herontwikkeling gereed te hebben medio 2016/2017.

De brandweerkazerne

De voormalige brandweerkazerne is een beeldbepalend pand. In de brandweerkazerne is ruimte voor onderscheidende en bijzondere horeca, de zogenaamde “pareltjes”.



Vanwege het al aanwezige horeca-aanbod in de plint van de Noordwand en het gemeenschapshuis, zal er in de brandweerkazerne echt gekozen moeten worden voor een onderscheidend concept. Een horecaformule die niet lijkt op de al aanwezige horeca en ook echt iets toevoegt in het Bruisend Dorpshart. Overigens is een kleinschalig hotel nabij de markt een wenselijke ontwikkeling. Een thematisch hotel met maximaal 50-65 kamers zal de levendigheid in het gebied, tezamen met de logiesaccommodaties op de etages in het KWK zeer versterken. Dit is een grote kans voor het centrum van Kaatsheuvel.

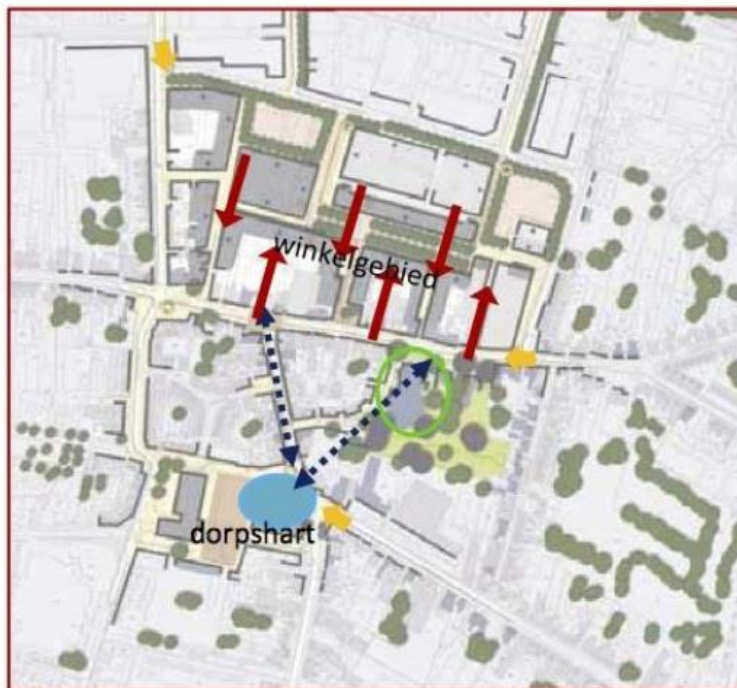
De brandweerkazerne zou ook een leisurefunctie kunnen krijgen, daarnaast kan een mix tussen leisure en horeca succesvol zijn in een dergelijk markant gebouw. Denk hierbij

bijvoorbeeld aan een indoorattractie of interactief museum, al dan niet in combinatie met onderscheidende horeca.

Het is hiernaast van belang om alle evenementen terug te laten keren op de markt. Evenementen in het Bruisend Dorpshart dienen voor de horecaondernemers extra omzet te brengen en juist niet extra te kosten, bijvoorbeeld door omzetsdering.

B. KernWinkelgebied Kaatsheuvel

In de Kanskaart Leisure benoemd als retail experience, een kansrijke ontwikkeling waar horeca prominent aanwezig dient te zijn. Zowel winkelondersteunende horeca als zelfstandige en gethematiseerde horeca.



Voor het KWK zijn geen horecaconcentratiegebieden aangewezen, maar ontstaan kleine pleintjes met horeca. De volgende horeca zou hier ontwikkeld kunnen worden:

Locatie	Segment
Schotsestraat en omgeving	Mobiele horeca, 'to go'- concepten, overdekte markthal met horeca
Poolsestraat en verbinding naar Hoofdstraat	Kleine intieme pleintjes met terrassen, hotelaccommodaties op de etages, kookstudio, bistro, lunchroom en het bestaande café
Hoofdstraat	Restaurant, bierbrouwerij met bruincafé, blurring-concepten (retail en horeca ineen), grandcafé bij de kerk, onderscheidende fastservice. Short stay studio's op de etages.
Peperstraat, het verbindingsgebied tussen Bruisend Dorpshart en KWK	Tapasrestaurant, kleine lunchroom

Tevens zal ingespeeld moeten worden op de maatschappelijke trend dat de consument steeds meer wil beleven. Die beleving kan worden gerealiseerd als bepaalde functies worden gecombineerd zoals detailhandel, cultuur en horeca. Er moet in het KWK dus ruimte komen voor horeca en mengfuncties om de beleving voor het winkelend publiek te versterken. Denk aan detailhandel met inpassend ondersteunende horeca.

Wanneer het winkelgebied alsmede de verblijfsaccommodaties worden gerealiseerd volgens plan, zal het verzorgingsgebied worden uitgebreid en kan het horeca-aanbod meegroeien.

De plannen van het KWK sluiten goed aan op de ambities van Dreamport Brabant. Het gaat hier om het versterken van de regio Midden-Brabant op het gebied van leisure en innovatie, het aantrekken van meer bezoekers naar de regio en het verhogen van de bestedingen van de toerist.

Kaatsheuvel en met name het KWK zal zich dan moeten onderscheiden van andere gemeenten / winkelgebieden in de Langstraat. Door een aantrekkelijk winkelhart, een bruisend dorps hart, een gevarieerd winkelaanbod en goede horeca, al dan niet in combinatie met leisurevoorzieningen, zullen zeker extra gasten worden aangetrokken. Hier hoort ook een gezellige weekmarkt bij met een gevarieerd aanbod in combinatie met diverse activiteiten van het centrummanagement.

Op de etages van de winkelpanden zijn verblijfsaccommodaties bedacht. De accommodaties krijgen vanaf de straatzijde aparte entrees en zijn verdeeld over het winkelgebied. De accommodaties zijn divers van opzet en laten zich het best typeren als onderscheidende short stay hostelaccommodaties. Het concept is opgebouwd rond eten/shoppen/slappen/beleven. In vergelijking met gewenste hotelontwikkelingen aan de Horst gaat het hier om totaal verschillende concepten.

Nieuwe of bestaande horeca-initiatieven dienen zoveel mogelijk gestimuleerd te worden om zich in het Bruisend Dorpshart of het KernWinkelgebied te vestigen. Dit om ervoor te zorgen dat de structuren in deze twee gebieden optimaal worden versterkt.

Een restyling van de Peperstraat als belangrijke verbinding tussen het winkelgebied en het Bruisend Dorpshart is gewenst. De gemeente heeft hiervoor nog geen middelen gereserveerd. Ondernemers en gemeente werken samen om dit voor elkaar te krijgen.

Voor alle ontwikkelingen in zowel het Bruisend Dorpshart als in het winkelgebied is goede parkeervoorziening onontbeerlijk.

C: Hotelzone Horst

Door het college is in 2009 de gebiedsvisie Horst – N261 vastgesteld. Die visie had tot doel een beoordelingskader te vormen voor ingediende initiatieven voor de bouw van hotels. De gebiedsvisie beschrijft de gewenste functionele en ruimtelijke uitgangspunten. De gebiedsvisie is op onderdelen inmiddels achterhaald en de gemeente kan en zal dan ook gemotiveerd afwijken van deze gebiedsvisie om ontwikkelingen mogelijk te maken.

Functioneel

- Aansluiten bij de sterke punten van de Efteling, het Efteling Hotel en de strategische ligging ten opzichte van het Nationaal Park Loonse en Drunense Duinen.
- Passend geachte functies: hotel, manege, leisure, ambachtelijke bedrijven, agri-toeristische activiteiten, sport en eventueel een kantoorvilla.

Ruimtelijk

- Groene, parkachtige inrichting.
- Het gebied dient het beeld van een bosrijke gemeente uit te stralen.
- Maximaal 5 tot 6 bouwlagen.
- Landelijke architectuur: paviljoenachtige gebouwen met kappen / dakoverstekken.

Mede vanuit de regionale ambities op het gebied van leisure zijn de stedenbouwkundige kaders voor ontwikkelingen in het gebied verruimd. De zone Horst – N261 is, ook vanuit de regio, aangemerkt als een belangrijke zone voor het waarmaken van de ambities op het gebied van verblijfsaccommodatie waarbij ook de bouw van hotels met leisure- en wellness voorzieningen mogelijk moet zijn. Het gebied is vooral in beeld voor de realisatie van grootschalige hotels, waarbij – naast een kwalitatief hoogwaardige ruimtelijke inpassing – het streven naar een flink aantal bedden voorop staat. Een aantal uitgangspunten uit de gebiedsvisie (maximale bouwhoogte, primair gewenste functies) zijn daarmee verouderd.

Regionale Kansenskaart Leisure

In de regio Hart van Brabant is een Kansenskaart Leisure vastgesteld. De zone Horst – N261 is op de Kansenskaart Leisure aangemerkt als ontwikkelingszone M8. Deze zone is onder andere voorzien voor nieuwe verblijfsaccommodaties. Daarbij stelt de kansenskaart dat een toename van verblijfsaccommodaties rond de grote attracties en in de nabijheid van de grote natuurgebieden gewenst is. Het aanbod van verschillende soorten verblijfsaccommodaties moet gestimuleerd worden om meer bezoekers naar de gemeente en de kernen te kunnen trekken. Overigens is de Kansenskaart Leisure een breder kader voor vestiging van horeca en leisure in de regio en is Hotelzone Horst slechts een beperkt onderdeel.

Inmiddels hebben diverse plannenmakers initiatieven besproken maar is e.e.a. nog niet tot uitvoer gekomen.

Er is binnen de regio Hart van Brabant een behoefte aan hotelbedden (onderzoek Horwath 2013) en volgens het Dreamport Leisure Document is het zelfs noodzakelijk om eerst het aantal bedden te vergroten om meer bezoek van verder weggelegen gebieden te kunnen accommoderen. Hier ligt een spanningsveld met de huidige hoteliers want in steden als Waalwijk en Tilburg zijn de bezettingen en kamerprijzen nog niet op een dermate niveau, dat het gevoel bestaat dat er overall ruimte is voor nieuwe kamers. In een onderzoek naar hotel- en verblijfsaccommodaties, dat gepland staat voor medio 2015, dient te worden aangetoond wat de ruimte is in aantal kamers/bedden. Tevens zal hierin geconcretiseerd moeten worden welke concepten aanvullend zijn op het bestaande aanbod. Want één ding is zeker, de verblijfsaccommodaties dienen toe te voegen op het bestaande aanbod en onderscheidend te zijn.

In het gebied is ruimte voor zeker 2 à 3 hotels (ongeveer 250 kamers totaal) in verschillende segmenten (family, leisure, zakelijk met congresfaciliteiten, midscale en upscale) met een aantal kleinschalige leisurefaciliteiten. Het streven is een gebalanceerd aanbod te realiseren van laagdrempelig hotel tot unieke beleving. Een wat groter restaurantconcept, zoals bijvoorbeeld een La Place of Happy Italy, lijkt op deze plaats ook zeer kansrijk. De hotelzone moet een passende uitstraling



krijgen die refereert aan de Leisure Boulevard, maar ook past in de groene setting & landelijke omgeving en als de “entree” van Kaatsheuvel. Een Brabantse uitstraling van dit gebied is wenselijk.

Bij dé leisureregio horen ook unieke verblijfsaccommodaties. Er is een grote behoefte aan onderscheidend vermogen en een vergaande beleving. Dit dient verder te gaan dan een standaard vakantiewoning met een leuke façade. Het gaat nadrukkelijk om een hoogwaardig totaalconcept, met de focus op beleving. De omgeving en grote attracties bieden hiertoe voldoende aanleiding¹³.

D: horecaconcentratiegebied Horst - van Haestrechtstraat



Een belangrijke verbinding tussen de kern Kaatsheuvel, de Hotelzone Horst en het buitengebied is te vinden ter hoogte van de kruising Horst- van Haestrechtstraat.

Op deze locatie vinden we de karakteristieke molen, Steakhouse Grill-ig en, iets verder naar achteren gelegen, Party Restaurant De Hoefstal.

Dit gebied ligt aan een druk bereden route

van Waalwijk naar Kaatsheuvel en naar de Duinen en er vindt veel fiets- en autoverkeer plaats richting de sportverenigingen aan de Eikendijk.

Waar de N261 en de hotelzone met het Efteling Hotel straks de toegangspoort voor de Nederlandse toerist is (vanaf de Noordzijde), kan dit plein een toegangspoortfunctie vervullen voor het lokale en regionale verkeer vanuit Waalwijk.

De uitstraling van terrassen en mooie horecapanden zorgen hier voor een sfeervolle entree in de leisureregemeente Loon op Zand en dat beeld dient zoveel mogelijk in stand gehouden te blijven.

In deze fase moet ingezet worden op versterken en handhaven van het bestaande aanbod. Versterking zou kunnen plaatsvinden door meer “open” terrasruimte bij de Molen te creëren en door verbetering van de inrichting van het kruispunt. Door de soms onduidelijke verkeerssituatie en de rommelige reclame-uitingen, is er onvoldoende aandacht voor de mooie horeca bedrijven.

¹³ Kansenskaart Leisure 2013 – Regio Hart van Brabant

In de periode na 2020, wanneer de Hotelzone Horst is gerealiseerd, zou actief gedacht kunnen worden aan uitbreidingen in het gebied, meerdere restaurants die het extra aanbod van hotel- en verblijfs gasten kunnen absorberen.

E: Efteling

Op de Kanskaart Leisure is het gebied ten westen van de Efteling aangewezen als mogelijke ontwikkellocatie in de hoogdynamische zone.

In samenwerking tussen de Efteling en de gemeente wordt een visie opgesteld voor de toekomstige ontwikkelingen. Op korte termijn vindt nader onderzoek plaats naar de uitbreidingsmogelijkheden van de Efteling, zowel in westelijke als oostelijke richting, waarbij bereikbaarheid een belangrijk punt is. Bereikbaarheid voor zowel de bezoekers van de Efteling als bereikbaarheid voor de inwoners van Kaatsheuvel. Een scheiding van deze in- en uitgaande stromen zou wenselijk zijn en hier wordt inmiddels al op gestudeerd.

De Efteling wenst tevens haar aanbod aan verblijfsaccommodaties verder uit te breiden. Naast de ontwikkeling van Efteling Bosrijk fase II, wil de Efteling het Loonsche Land (accommodaties in het gebied ten oosten van Bosrijk) verder ontwikkelen en is al eens gedacht aan een camping of extra hotel. De Efteling heeft een groeiambitie (naar 5 miljoen bezoekers in 2020) en daar zijn bedden voor nodig. Zowel bedden onder de vlag van de Efteling, als bedden door andere hotel- en verblijfsontwikkelingen in de regio te stimuleren en toe te juichen.

Bovenstaande ontwikkelingen zijn van belang voor de horeca in de gemeente Loon op Zand. De Efteling begrijpt dat een sterk ontwikkeld leisueraanbod in de regio, waaronder een gezonde en goede horecasector, versterkend werkt voor de aantrekkingskracht van de bestemming "Wereld van de Efteling" en dus ook voor de regio Hart van Brabant.

Samenwerking tussen de Efteling en de lokale ondernemers zal dan ook zoveel mogelijk gestimuleerd moeten worden. Het is goed voor de lokale horecaondernemers wanneer gasten van de accommodaties niet alleen in de Efteling slapen, eten en drinken, maar hun euro's ook uitgeven in de gemeente Loon op Zand. **Bereikbaarheid, bewegwijzering** en een **routing** van uitgaand verkeer zijn hierbij aandachtspunten. Slimme en aantrekkelijke arrangementen voor verblijfs gasten zijn kansen voor horecabedrijven, deze kunnen door bijvoorbeeld een Duinenpas op de kaart worden gezet. De groei van de Efteling zal uiteindelijk goed zijn voor de totale horecasector in de gemeente Loon op Zand. Van alle kanten blijven investeren in samenwerking is hierbij cruciaal.

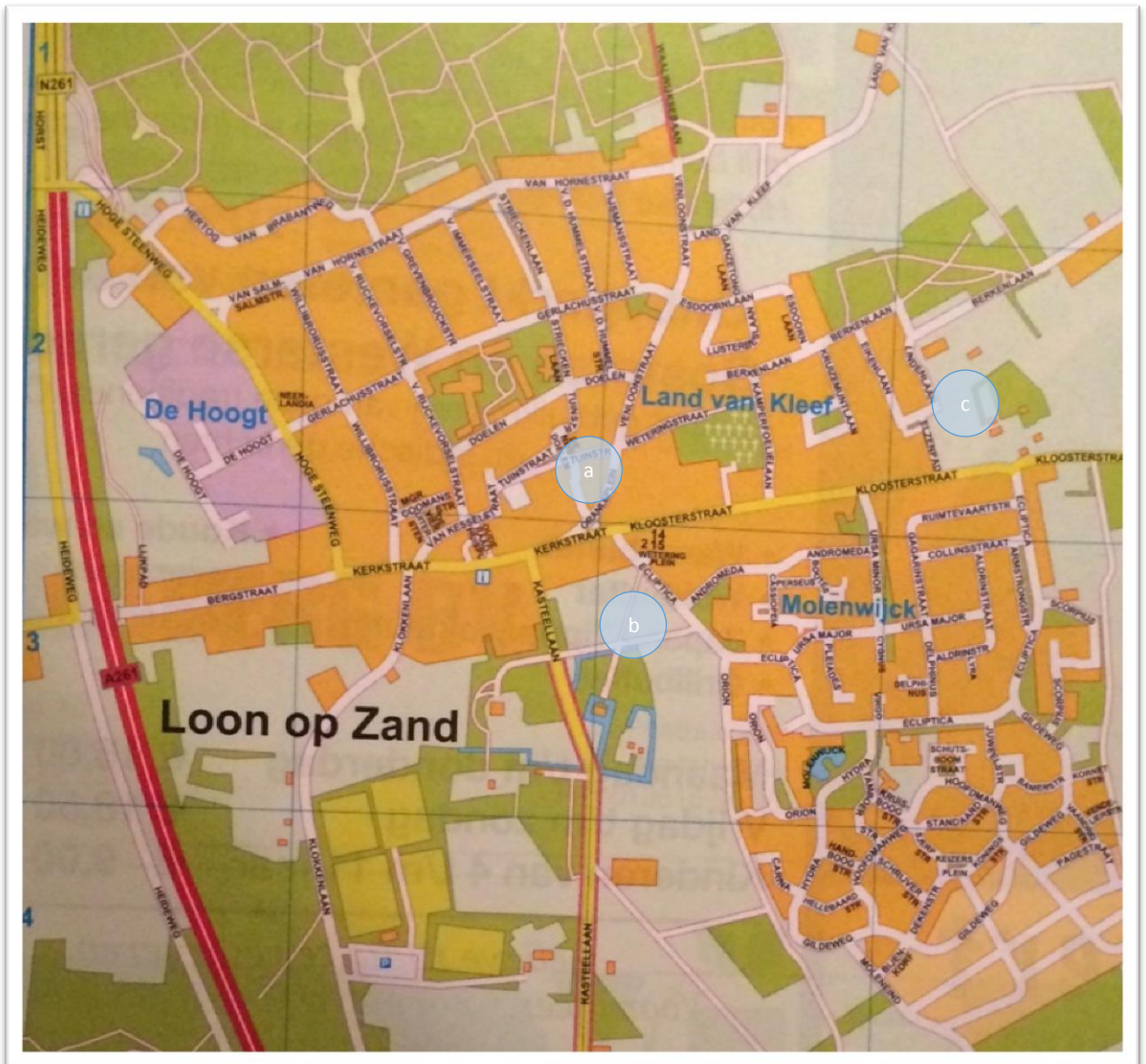
Overig horeca in Kaatsheuvel

Zoals aangeven is de ontwikkeling en optimalisatie van horeca in de aangewezen zones prioriteit. Ontwikkeling van horeca buiten dit gebied kan beperkt worden toegestaan. Het Bruisend Dorpshart en het KWK zullen alleen succesvol worden, als horeca zich vestigt in deze gebieden en niet overal in het dorp Kaatsheuvel. Een versnippering van het aanbod is niet wenselijk en vestiging buiten deze gebieden zal altijd "maatwerk" zijn en individueel worden bekeken. Op bepaalde plaatsen in Kaatsheuvel is reeds horeca met een lokale wijkfunctie aanwezig en heeft zijn functie.

De ontwikkeling van kleinschalige hotels (maximaal 50 kamers) moet zoveel mogelijk geconcentreerd worden in het Bruisend Dorpshart of het KWK om de levendigheid in het centrum zoveel mogelijk te verhogen.

Daarnaast ontstaan overal in de kern Kaatsheuvel initiatieven voor Bed & Breakfast-vestigingen. De vestigingsmogelijkheden voor B&B worden verruimd en kunnen ook op andere plekken binnen de gemeente plaatsvinden. Vestiging moet mogelijk zijn onder voorwaarden, waarbij voornamelijk gekeken moet worden naar parkeeroverlast. Overigens, in andere gemeenten, zoals bijvoorbeeld in Heusden, wordt er aangaande van B&B beleid niets geregeld en laat men de ontwikkeling van B&B's volledig aan de markt over.

4.1.3 Loon op Zand



In Loon op Zand zijn de volgende horecagebieden te identificeren:

A: De Kerkstraat en het Oranjeplein

Loon op Zand is een kleine kern met iets meer dan 6.000 inwoners met een klein, sfeervol centrum, dat voornamelijk door de kerk, de kasteelweide met haar mooie bomen en het terras van café De Kiosk zijn uitstraling heeft.

Als er nieuwe horeca-initiatieven zijn in Loon op Zand, zouden deze, mede om de leefbaarheid in de kern op peil te houden, zich moeten vestigen in het hart van de kern; het gebied rond de Kerkstraat en het Oranjeplein. Ook in de kern Loon op Zand heeft het versterken van de bestaande horecastructuur de voorkeur boven het uitbreiden op andere locaties.

Naast het huidige aanbod van een ijssalon, lunchroom en (grand)cafés is er in dit gebied ruimte voor een restaurant uit het midden/hogere segment.

De rol van de Wetering is voor de leefbaarheid en de beleving in de kern van groot belang, er moet naar gestreefd worden dit gemeenschapshuis voor Loon op Zand te laten bestaan en zo optimaal mogelijk te laten samenwerken met de bestaande horecaondernemers.

B: Het Witte Kasteel

Het Witte Kasteel is het icoon van Loon op Zand en wordt ontwikkeld als de nieuwe "ontmoetingsplaats" van Loon op Zand. Het kasteelterrein leent zich uitstekend voor culturele activiteiten en thematische evenementen en heeft een geschikte horecafunctie nodig om aantrekkelijk te zijn voor passanten en inwoners. De kasteelweide is een bijzondere plek in het centrum van Loon op Zand.

Het kasteel is geschikt als evenementenlocatie, condoleances, trouwlocatie, vergaderlocatie, trainingslocatie en als Bed & Breakfast (in het Neerhuis). Het is exclusief voor kleine groepen te huren, al dan niet in combinatie met een evenement of private dinner. Het Koetshuis is geschikt voor een dagcafé met wellicht een informatiepunt voor de omgeving.

Tijdens evenementen moet "outdoor"-horeca rondom het kasteel mogelijk zijn, mits dit geen grote overlast geeft. "Rust en ruimte" zijn hierbij de sleutelwoorden.

Vanuit de exploitatie kan het kasteel in stand worden gehouden. De stichting heeft een Anbi-status (Algemeen nut beogende instellingen).

C: Natuurpoort Herberg-Manege van Loon

Voor de horeca in Loon op Zand is het wenselijk dat er verblijfsaccommodatie wordt toegevoegd. Bij Manege van Loon is het in het bestemmingsplan geregeld dat er verblijfsaccommodatie in de vorm van een hotel toegelaten is. Het zou voor de leisureambities goed zijn als deze ontwikkeling ook daadwerkelijk gaat plaatsvinden. Manege van Loon heeft momenteel 8 hotelkamers, een vakantiehuis, trekkershutten en een groepsaccommodatie. Alsmede het in 2014 geopende Restaurant Natuurlijk! Hiermee kan tevens invulling gegeven worden aan de upgrade van deze natuurpoort naar de duinen. Een ontwikkeling zoals bij de Roestelberg, Bosch en Duin of de Rustende Jager is wenselijk, met enerzijds een laagdrempelig grandcafé of restaurant, geschikt voor fietsers en wandelaar, alsmede een avondpropositie met beperkte leisurevoorzieningen. Een vrijetijdscentrum met manege, toegankelijk grandcafé, restaurant, 4****hotel en wellness zou een mooi eindbeeld kunnen zijn. Het is van belang dat de gemeente deze ontwikkelingen, waar mogelijk, ondersteunt.

Overig horeca in Loon op Zand

Op diverse plaatsen in Loon op Zand vinden we andere horecabedrijven, zoals cafetaria's, een wok restaurant en een lunchroom en deze bedienen allemaal hun eigen lokale markt, het Wok restaurant bedient ook een regionale markt. Uitbreiding van het aanbod is niet noodzakelijk, tenzij het aantal verblijfsaccommodaties zonder horecavoorzieningen sterk zal stijgen.

De verlegging van de afrit Loon op Zand naar het meer zuidelijk gelegen deel van de N261, kan invloed hebben op horecabedrijven aan de Hoge Steenweg en de Kerkstraat, daar de verkeersbewegingen drastisch wijzigen.

De vestiging van Bed & Breakfast-locaties in of rondom de dorpskern en bijvoorbeeld een hotel aan de rand van Loon op Zand richting de N261, is wenselijk.

4.1.4 De Moer



In de kleine kern De Moer, met 600 inwoners de kleinste kern binnen de gemeente, speelt vooral 't Maoske een belangrijke rol. Een bedrijf dat al meer dan 130 jaar bestaat en inmiddels een zeer belangrijke rol speelt voor het verenigingsleven. De onderneming is centraal gelegen in De Moer en is een café, zaal en partycentrum ineen met een terras tegenover de kerk. Op incidentele basis en tijdens evenementen (ongeveer 10 keer per jaar) is uitbreiding van horeca wenselijk. Door aan verschillende zijden van de weg mobiele horeca te plaatsen, ontstaat een bijzonder horecaplein. Denk hierbij aan streekproducten of een nostalgische ijskar.

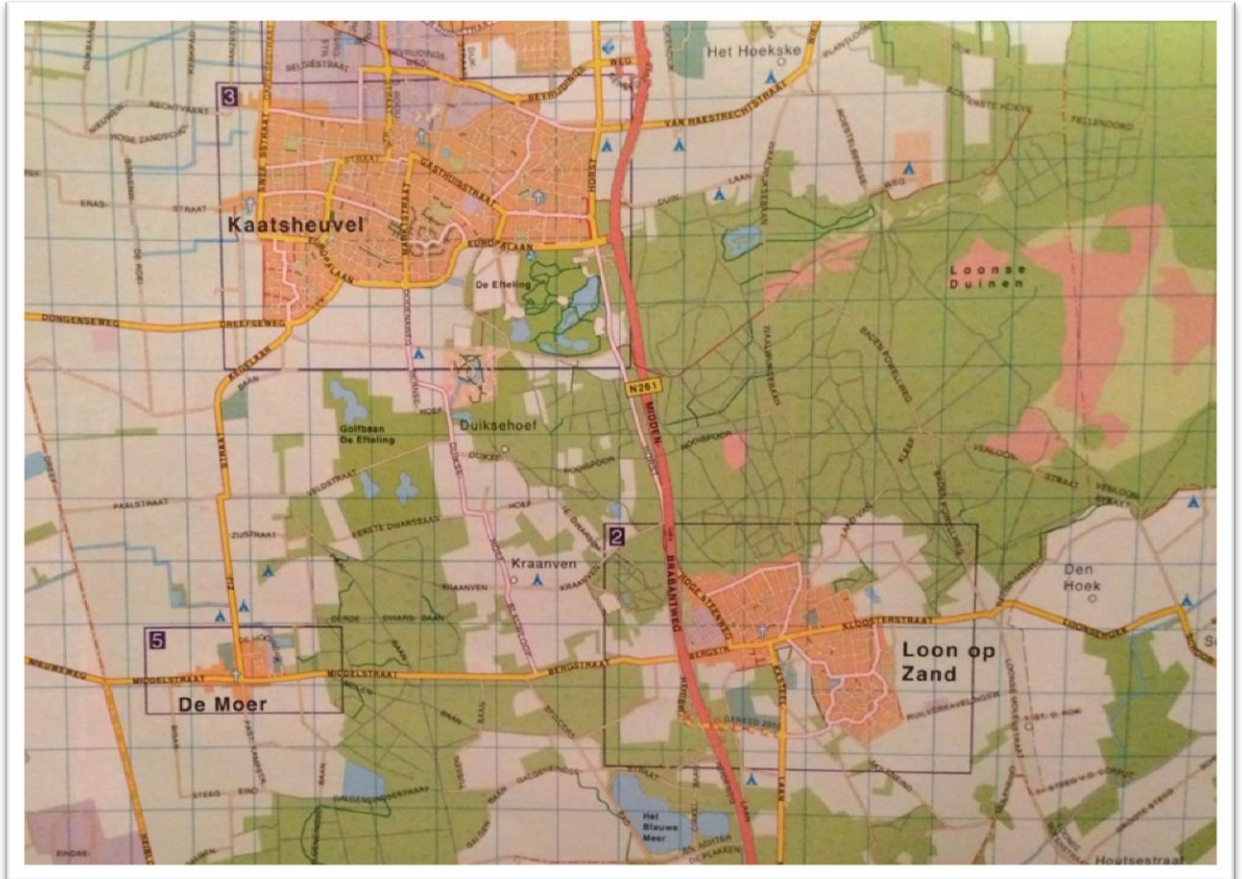
De ontwikkeling van het landgoed Huis ter Heide door Natuurmonumenten is voor De Moer en 't Maoske een belangrijke ontwikkeling geweest. Hierdoor is onder andere het terras flink uitgebreid door de extra toeloop van bezoekers. Het is zaak de verbinding met natuurbeleving en horeca in stand te houden en verder te versterken.

Ook bij De Moer geldt: bestaande ondernemingen moeten de kansen krijgen zich verder te ontwikkelen. Meer aanbod in De Moer is niet aan de orde, maar het verder groeien en ontwikkelen van bestaande bedrijven moet gestimuleerd worden mits dit ruimtelijk en vanuit milieuoverwegingen inpasbaar is. Echter zal er altijd ruimte moeten zijn voor de beoordeling van kansrijke initiatieven.

Een gecombineerde restaurant- en hotelfunctie is te vinden bij Auberge De Moerse Hoeve, waarbij beide bedrijven voor de dagrecreant aanvullend zijn. Evenementen zoals 't Moers

Pinksterweekend, maken de levendigheid in een dorp en moeten, waar mogelijk, in stand gehouden worden. Horecaondernemers spelen hierin een belangrijke rol.

4.1.5 Het buitengebied



Horeca in het buitengebied kan niet los worden gezien van de leisureambities van Loon op Zand. Het 'benutten van kansen' is het motto van deze horecavisie dus extensieve leisure, met aandacht voor de natuur, moet mogelijk zijn in het buitengebied. Hierbij moet regelgeving wel voor alle partijen (leisureondernemers, horecabedrijven, boerenbedrijven) helder en eenduidig zijn. Hierover meer in hoofdstuk 5.

Het bewaken van de beeldkwaliteit in het buitengebied is essentieel voor de uitstraling van Loon op Zand als aantrekkelijke leisuregemeente. In de structuurvisie wordt niet voor niets het onderscheid gemaakt tussen gebieden waar "gemak en rust" en "beleving en avontuur" onderscheiden kunnen worden.

Experience Island

Experience Island past volledig bij het profiel "beleving en avontuur" en zou daarin ook gefaciliteerd moeten worden. Een uitbreiding met een grote congresvoorziening is wenselijk

op deze locatie, daar de zakelijke markt, buiten de Efteling, geen grootschalige voorzieningen heeft in Loon op Zand. Een uitbreiding met een congres- of meetinglocatie voor grote gezelschappen, zal een economische impuls geven aan de gemeente Loon op Zand en de nabijgelegen verblijfsaccommodaties. Experience Island heeft concrete plannen om uit te breiden met congresaccommodatie waardoor de capaciteit fors vergroot kan worden. Samenwerking met lokale ondernemers staat hoog in het vaandel bij Experience Island en ook is men bezig de samenwerkingsmogelijkheden met de Efteling verder vorm te geven.

De grote campingbedrijven passen ook goed in het profiel "beleving en avontuur". Verder richting De Moer en Loon op Zand is sprake van "gemak en rust", extensieve leisure met ondersteunende horeca. Bijvoorbeeld de Duinboeren met een klein bezoekerscentrum en koffiefaciliteit of een familiecafé met speelvoorzieningen en een minigolfbaan, kamperen bij de boer etc. In het buitengebied is geenszins een noodzaak tot uitbreiding van het aanbod maar veel meer het mogelijk maken van verdere groei van de bedrijven met leisure- of horecafuncties. Hierbij wordt uitgegaan van een handhaving van het landelijke karakter. Functies die extra bezoek aantrekken. Ruimte voor nieuwe extensieve leisureactiviteiten die in de gemeente nog niet aanwezig zijn. Beeldkwaliteit en mogelijke overlast zijn hierbij wel belangrijke criteria.

Aan de rand van de natuurgebieden zouden nog mogelijkheden zijn om op drukke dagen extra mobiele horecacapaciteit in te zetten. Een kwalitatieve foodtruck, ambachtelijk ijs of verse wafels zouden de beleving van de bezoeker nog verder kunnen verbeteren. En bestaande ondernemers zouden (als eerste) de kans moeten kunnen krijgen deze mobiele horeca te exploiteren. Bestaande afspraken en contracten met huidige exploitanten moeten echter wel gerespecteerd worden. Bij de uitwerking van plannen en initiatieven bij de randen van de Duinen, dient rekening gehouden te worden met de afspraken, zoals deze in het kader van het Nationaal Park, tussen de verschillende partijen zijn gemaakt. De focus in het buitengebied ligt dus op agrofood, streekproducten, wellness en zorg en arrangementen met natuurbeleving (zoals ook golfen bijvoorbeeld). Deze kleine bedrijven maken tezamen een schakelketting van horeca- en leisureparels die mede het DNA van de gemeente Loon op Zand bepalen. Dat betekent dat in het buitengebied een ontwikkeling als bijvoorbeeld een grote discotheek niet wenselijk is. Het buitengebied kan fungeren als de verbindende schakel tussen de verschillende kernen en daar hoort een passend horeca-aanbod bij.

4.2 Kwaliteit & positionering

4.2.1 Kwaliteitscriteria

De gemeente Loon op Zand wil ondernemers laten ondernemen. Dat betekent dat de gemeente niet wil en kan sturen op kwaliteit van de horeca. De gemeente kan hooguit aangeven dat om ruimtelijke redenen bepaalde horeca op bepaalde plaatsen niet wenselijk is.

Als het gaat om kwaliteit wil deze horecavisie richting geven aan een beeldkwaliteitsplan en aangeven hoe de uitstraling van horeca versterkend kan werken op de uitstraling van een gebied.

Denk hierbij aan terrassen, gevels en signings- en verwijzingsborden. Enerzijds wil een horecaondernemer dat zijn aanbod kan worden aangeprezen door middel van borden, anderzijds wil de gemeente voorkomen dat bebording in en rondom de kernen een rommeltje wordt. In 2015 wordt een start gemaakt met reclamebeleid. In samenwerking met de ondernemers is in 2014 het terrassenbeleid in gang gezet. Het reclamebeleid en terrassenbeleid zijn onderdelen van een mogelijk beeldkwaliteitsplan. Dit kwaliteitsplan moet helder en praktisch zijn, waarbij regels en richtlijnen voor verschillende gebieden apart zijn benoemd. Voor een ondernemer in het KWK gelden andere richtlijnen dan voor een ondernemer in het buitengebied. Tevens is er een beleid ontwikkeld over de objectenbewegwijzering. Hierin is vastgelegd welke (toeristisch-recreatieve- en horeca)bedrijven wel en niet bewegwijzerd worden.

4.2.2 Horeca

Vanuit de diverse gesprekken met de ondernemers en de klankbordgroep is naar voren gekomen dat in de planperiode van deze visie (tot het jaar 2020) ingezet moet worden op de versterking van bestaande horecastructuren en de toevoeging van verblijfsaccommodaties aan de Horst en in het Bruisend Dorpshart en het KWK.

Daarnaast moeten juist de bestaande ondernemingen de kans krijgen zich verder te ontwikkelen en te groeien, daar zij hierdoor sterker kunnen worden en na vele lastige jaren "meer vet" op de botten kunnen krijgen. Dat betekent dat heel veel nieuwe initiatieven van nieuwe ondernemers, zorgvuldig afgewogen moeten worden.

De gemeente ziet het niet als haar taak om te sturen op de kwaliteit van het horeca-aanbod, maar wel aan te geven in welk segment de gewenste groei of ontwikkeling gezocht moet worden, waarbij de structuurvisie leidend is. Verblijfsaccommodatie staat bijvoorbeeld hoog op de agenda.

In het ideaalplaatje versterkt elk nieuw of bestaand horecaconcept de kwaliteit van de gemeente Loon op Zand. Echter in werkelijkheid moet een ondernemer de kans hebben om te kunnen ondernemen en een concept uit te rollen waar hij van denkt dat er behoefte aan is. De gemeente speelt dan een faciliterende en adviserende rol, maar de uiteindelijke conceptkeuze ligt bij de initiatiefnemer. De gemeente heeft ervoor gekozen in het B&B beleid het aantal B&B's niet te reguleren. Wel zal de leefbaar in de wijken in acht moeten worden genomen en dan met name gelet op mogelijke parkeeroverlast.

4.2.3 Positionering van de kernen en het buitengebied

Weliswaar ligt de planperiode voor de structuurvisie een stuk verder, namelijk tot 2030, maar het eindbeeld dat wordt geschetst, geeft ook een goede richting voor mogelijke nieuwe horecaontwikkeling in de drie kernen. De afzonderlijke identiteit van de kernen geeft richting aan het te voeren beleid¹⁴.

KAATSHEUVEL: hoofdkern en voorzieningencentrum

“De rijke historie van Kaatsheuvel op het gebied van nijverheid (de leer- en schoenenindustrie), maar vooral de florerende woon-, sanitair- en keukenindustrie bepalen voor een groot deel de identiteit. Naast de Efteling en de Loonse en Drunense Duinen heeft nu het centrum van Kaatsheuvel grote betekenis voor de gemeente. Het Bruisend Dorpshart en het Winkelhart vullen elkaar dankzij een uitgekiend recreatief winkelconcept perfect aan. ‘Keuken, koken, proeven’ is een kapstok waar doorlopend activiteiten en evenementen aan worden gehangen. Het geslaagde concept ‘slapen boven winkels’ dat de ondernemers in het centrum van Kaatsheuvel zelf opgezet hebben, biedt verrassende overnachtingsmogelijkheden.”

LOON OP ZAND: rustiek dorp in het groen

“Loon op Zand biedt in 2030 een levendig decor voor haar bezoekers en het optimale woonmilieu voor haar inwoners. Het dorp heeft een uitgesproken groen karakter omdat de bossen, houtwallen en lanen diep in de buurten doordringen. Ook het rijke verenigingsleven,

¹⁴ Structuurvisie Loon op Zand 2030

de sterke sociale cohesie, de aanwezigheid van voorzieningen voor de dagelijkse behoefte en de werkgelegenheid op Bedrijvenpark De Hoogt dragen hieraan bij.”

De fraai gerestaureerde oude kerk van St. Jans Onthoofding (uit ca. 1400) en Het Witte Kasteel zijn de meest markante gebouwen. Loon op Zand vormt een ideaal vertrekpunt voor de vele fietsroutes door het Nationaal Park Loonse en Drunense Duinen. Het is daarna goed vertoeven op één van de terrassen in de omgeving van de oude kerk, de dorpspomp of in de tot café omgebouwde kiosk.

DE MOER: hecht dorpje op het platteland

“De Moer is ondanks zijn lange historie en zijn kleine toevoegingen van woonbebouwing altijd klein, maar fijn gebleven als charmant lintdorp op een kruising van wegen.”

De St. Joachimskerk en café-restaurant 't Maoske vormen samen de kern van De Moer. Deze plaats, met zijn oude dorpsschool en onderwijzerswoning, heeft een sterk agrarisch karakter. Het is dan ook de plek bij uitstek voor kamperen bij de boer of een overnachting in een charmante B&B. De Moer is een ideale uitvalsbasis voor landgoed 'Huis ter Heide'.

HET BUITENGEBIED; de verbindende schakel

Het buitengebied is van groot belang voor de gehele gemeente. Het is de kwaliteit van het buitengebied waar Loon op Zand zijn uitstraling en imago mede aan te danken heeft. In het buitengebied zijn kansen voor bijzondere en aanvullende horecaformules, al dan niet gecombineerd met (slow) leisure activiteiten. Verderop in dit document zal worden ingezoomd op de versterking van bestaande horecaformules alsmede maatwerk als het gaat om de vestiging van nieuwe bedrijven.

4.3 Conclusie

Er zijn grote kansen voor horeca in Loon op Zand. Kansen die benut moeten worden om van Loon op Zand die recreatieve gemeente te maken die het graag wil zijn. Hiervoor zijn innovatieve ondernemers nodig die met de nodige steuntjes in de rug de risico's aan durven te gaan. Het versterken en uitbouwen van bestaande horecastructuren dient prioriteit te krijgen in het beleid. Focus op wat er is en wat versterkt kan worden in plaats van ongecontroleerd uitbreiden. Een uitzondering hierop vormt de uitbreiding van verblijfsaccommodaties. Dit moeten echter wel verblijfsaccommodaties zijn die iets toevoegen aan het bestaande aanbod, onderscheidend zijn, waar mogelijk de natuur versterken en waar Brabantse gastvrijheid met

hoofdletters wordt geschreven. Hiertoe is een overheid nodig die begrijpt wat ondernemers nodig hebben en daarmee kan faciliteren in het mogelijk maken van de ambities.

Het eindbeeld van 2030 ziet er dan als volgt uit¹⁵;

Loon op Zand in 2030:

“Loon op Zand staat in 2030 te boek als een groene en recreatieve gemeente met een eigen kleur en smaak binnen het Midden-Brabantse. Loon op Zand wordt gezien als de groene voortuin van de omliggende steden Tilburg en Waalwijk. In 2030 is Loon op Zand een recreatieve en toeristische topgemeente. Waar andere gemeenten over praten, dat heeft Loon op Zand!”

Toeristische trekkers:

- Loonse en Drunense Duinen
- De Efteling (zorgt voor (inter)nationale naamsbekendheid en zorgt ervoor dat de hotels aan de oostzijde van Kaatsheuvel en de overnachtingsmogelijkheden in het centrum van Kaatsheuvel altijd vol zitten)
- Efteling Golfpark
- De potentie van Het Witte Kasteel
- Experience Island
- Het agrarisch landschap rondom De Moer
- Campings en groepsaccommodaties rondom Loon op Zand

¹⁵ Structuurvisie Loon op Zand 2030

5 Verbinding en uitvoering

5.1 Beleidsinstrumenten

Nu de visie op horeca tot en met 2020 is opgesteld, is het zaak deze te vertalen in een beleidskader. In dit hoofdstuk wordt een overzicht gegeven van instrumenten en maatregelen.

Het belangrijkste uitgangspunt in deze visie is dat de keuze primair wordt gemaakt om de reeds bestaande horecastructuren te versterken en te verbeteren en dat in bepaalde horecaclusters deze versterking wordt gestimuleerd. Behoudens enkele locaties waar horeca zelfstandig wordt toegestaan, veelal in combinatie met andere (leisure)voorzieningen, dient terughoudend omgegaan te worden met allerlei nieuwe initiatieven die concurrerend kunnen werken op bestaande horecaclusters.

Het bestemmingsplan en de Algemene Plaatselijke Verordening (APV) zijn de belangrijkste beleidsinstrumenten voor het ruimtelijk beleid van de horeca. In deze visie wordt ook een richting gegeven aan het type horeca dat op elke locatie wordt toegestaan.

APV

De Algemene Plaatselijke Verordening (APV) biedt concrete mogelijkheden om het gebruik en daarmee dus het type horeca per gebied in te kleuren. Een belangrijke mogelijkheid, daar het sturen op type bedrijf van wezenlijk belang kan zijn om een gebied te optimaliseren. In deze APV kan de gemeente regels opstellen om de openbare orde te handhaven. In de APV kunnen zaken als sluitingstijden van de horeca, terrassenbeleid en bijvoorbeeld buitenverkoop worden geregeld.

Bestemmingsplan

Horecabestemmingen voor commerciële horecabedrijven zijn geregeld in het bestemmingsplan. In dit bestemmingsplan wordt horeca gedifferentieerd naar categorieën. Er dient te worden gestreefd naar ontwikkelingsgerichte bestemmingsplannen met meer mogelijkheden voor brancheverruiming. Hiermee wordt geregeld dat bepaalde ongewenste categorieën horeca in een verkeerd gebied terechtkomen. De brasserie op het dorpsplein die verandert in een discotheek is bijvoorbeeld een onwenselijke situatie. Dit kan in het bestemmingsplan worden voorkomen door het categoriseren van horeca.

In de bestemmingsplan regels kennen we in de kernen Kaatsheuvel en Loon op Zand de volgende categorieën horeca¹⁶:

Categorie 1	Vormen van horeca-activiteiten waar in hoofdzaak maaltijden, (alcoholische) dranken en/of logies worden verstrekt en waarvan de exploitatie doorgaans in de avonduren of zowel overdag als in de avonduren plaatsvindt, zoals een bar, café, restaurant, hotel, pension of motel.
Categorie 2	Vormen van horeca-activiteiten die qua exploitatievorm aansluiten bij winkelvoorzieningen, waar naast kleinere etenswaren in hoofdzaak alcoholvrije dranken worden verstrekt, en waarvan de exploitatie zowel overdag als in de vroege avonduren plaatsvindt zoals een cafetaria, snackbar, eetcafé, lunchroom, broodjeszaak, ijssalon, automatiek, koffie- en/of theeschenkerij, juice & healthbar.
Categorie 3	Vormen van horeca-activiteiten waarbij in hoofdzaak alcoholische drank wordt verstrekt en waarvan de exploitatie doorgaans in de avonduren plaatsvindt, een aantasting van het woon- en leefklimaat veroorzaakt en een grote druk op de openbare orde met zich meebrengt, zoals een partycentrum, congrescentrum, discotheek.

De vraag is of een dergelijke indeling nog wel actueel is in het sterk veranderende horecalandschap. Waar valt immers een Bed & Breakfast onder of short stay appartementen, kleine coffee corners bij winkels of agrarische bedrijven? Een aanvulling in bestemmingsplannen of APV zou wenselijk zijn, waarbij het uitgangspunt moet zijn dat er een beperkte regeldruk is voor de ondernemer en dat de overheid niet "betuttelend" optreedt. Enerzijds moeten er regels zijn en moeten deze ook gehandhaafd worden, anderzijds moet de ondernemer kunnen ondernemen en wil de overheid zich in veel situaties ook steeds meer "terugtrekken". Een

¹⁶ Horecavisie centrum Kaatsheuvel januari 2014

precair evenwicht derhalve. Het zou wenselijk zijn om een aanscherping en verfijning aan te brengen in de bovengenoemde categorie-indeling waarbij maatwerk voorop blijft staan.

Er zou bijvoorbeeld gekozen kunnen worden voor;

Categorie 1 > horeca > alcoholverstreking > kleinschalig > openbaar

Categorie 2 > horeca > geen alcoholverstreking > kleinschalig > openbaar

Categorie 3 > horeca > alcoholverstreking > grootschalig > openbaar en besloten

Een verder verfijnde indeling zou aan bestaande en nieuwe ondernemers meer duidelijkheid moeten geven en discussies kunnen voorkomen.

Niet-commerciële horeca

Een feest in een sportkantine dat niet alleen voor leden is, is een vaak voorkomend fenomeen. Ook hanteren dit soort 'horecagelegenheden' in de regel lage verkoopprijzen. Mede doordat zij niet aan de horecaregelgeving hoeven te voldoen, kunnen zij deze lage prijzen voeren. Het gewenste uitgangspunt is dat voor alle horecabedrijven dezelfde regels gelden. Derhalve dient niet-commerciële horeca in de gemeente Loon op Zand zoveel mogelijk ontmoedigd te worden. Terughoudend omgaan met horeca in gesubsidieerde voorzieningen, wijkgebouwen, jongerencentra, schoolgebouwen en sportkantines is hierbij het uitgangspunt, waarbij een strikte en actieve handhaving bijvoorbeeld ten aanzien van openingstijden of drank- en horecavergunning dient te worden nagestreefd.

Voor bestaande horecabedrijven in het buitengebied geldt dat er in beginsel wordt meegedacht met initiatieven voor kwaliteitsverbetering. Daarnaast wordt terughoudend omgegaan met plannen van de omzetting van recreatiebedrijven naar zelfstandige horecabedrijven. Immers het beleid is hierbij dat ingezet wordt op horeca dat zich richt op een specifiek marktsegment en specifieke doelgroep. Dergelijke horecabedrijven dienen echt iets toe te voegen op het bestaande aanbod van horecabedrijven.

Horeca op bedrijvenparken

De gemeente Loon op Zand kent enkele bedrijvenparken met een divers aanbod van bedrijven. Het is niet wenselijk om op deze bedrijvenparken vestiging van horecabedrijven toe te staan, zowel binnen de bedrijven of als aparte vestiging. Ondersteunende horeca bij bijvoorbeeld een sportschool of een tuincentrum moet echter mogelijk zijn. Gestimuleerd dient te worden dat bedrijfsmatig bezoek van horeca (borrels, jubilea, lunches, diners, vergaderingen) bij de

reguliere horeca in de gemeente plaatsvindt en niet bij decentrale of eigen in pandige horeca. Deze bedrijfsmatige bezoeken hebben voor de lokale horeca een grote toegevoegde waarde en zorgen voor een optimale verbinding tussen wonen, werken en leven in een gemeente.

Tijdelijke vestigingen – pop-up

Op locaties waar leegstand aan de orde is, kan tijdelijke vestiging van horeca een uitkomst bieden. Denk hierbij aan een pop-up restaurant, een pop-up smoothie bar of 'kleinschalig' pop-up hotel. Bij verdere invulling van een dergelijk initiatief is het wenselijk om afstemming te zoeken met lokale (horeca) ondernemers. Horeca mag niet gezien worden als dé oplossing voor leegstand. Per leegstaand object zal gekeken moeten worden naar de aard van de tijdelijke activiteiten. Denk hierbij aan retail, een showroom, een kunstgalerie, exposities rondom evenementen, etc. Wanneer het om horeca gaat, moet in alle gevallen afstemming worden gezocht met lokale ondernemers uit de directe omgeving van het leegstaande object. Op deze manier kan worden voorkomen dat pop-up formules concurreren met het bestaande aanbod. Hierdoor kunnen in winkel- en horecagebieden op spontane wijze coöperaties en samenwerkingsverbanden ontstaan. Hierbij kan centrummanagement een belangrijke rol spelen. In geval van pop-up locaties geldt een termijn van acht weken voor de vergunningsaanvraag. Hierbij wordt dezelfde termijn gehanteerd als bij een tijdelijke afwijking op het bestemming.

Branchevervaging

Horeca bij detailhandel

Zoals eerder opgemerkt in dit document vervagen de grenzen tussen detailhandel en horeca steeds meer. In steeds meer gevallen wordt horeca bij detailhandel toegestaan, zij het dat het aantal vierkante meters (in Loon op Zand maximaal 15% van het totaal winkeloppervlak met een maximum van 100 m²) is gemaximeerd en het assortiment deels is bepaald (geen alcoholische dranken). Een klein horecaconcept in een (grotere) winkel moet vooral een ondersteunend karakter hebben en geen doel op zich worden. Het doel van het kopje koffie is het verlengen van het verblijf in de winkel en het bieden van service en totaalbeleving en daardoor het verhogen van de besteding. Maar als winkels zijn gevestigd in gebieden waar koffieconcepten en lunchrooms ruim voorhanden zijn en het winkelondersteunende karakter niet kan worden aangetoond, dient vooral terughoudend met deze vorm van horeca omgegaan te worden om de zittende horecaondernemers voldoende kansen te bieden. Heldere criteria zullen discussies voorkomen. Maar in sommige gevallen zal maatwerk van toepassing zijn.

Overigens is het wenselijk om ook het beperkt verkopen van “merchandise” en aanverwante artikelen in een horecabedrijf mogelijk te maken. Denk aan kleding van het horecabedrijf, huisgemaakte specialiteiten of een webshop. Momenteel is dit echter wettelijk niet toegestaan.

Horeca bij agrarische bedrijven

Wat voor horeca bij detailhandel geldt, zal ook voor horeca bij agrarische bedrijven moeten gelden. Agrarische bedrijven zoals bijvoorbeeld de Duinboeren hebben een belangrijke gebiedsversterkende en educatieve functie. Hun aanwezigheid verhoogt de toeristische aantrekkingskracht van de gemeente Loon op Zand, refererend aan de eerder genoemde wenselijke ontwikkelingen in het buitengebied. Ondersteunende horeca moet daarom mogelijk zijn, mits het ondersteunend is aan de bedrijfsactiviteiten en niet concurreert met bestaande horecabedrijven in het buitengebied. Hiernaast is van belang dat regels aangaande de vestiging en exploitatie van horecabedrijven voor iedereen gelijk zijn.

Terrassenbeleid

Het terrassenbeleid voor de gemeente Loon op Zand is in ontwikkeling. In een aantal bijeenkomsten wordt informatie opgehaald om tot een beleidskader te komen. Hierbij geeft de gemeente kaders mee en krijgen ondernemers om binnen deze kaders te opereren.

Uitgangspunt bij het formuleren van het terrassenbeleid is dat het voor ondernemers helder en eenvoudig moet zijn om een terras te kunnen plaatsen waarbij een extra vergunningsplicht moet worden voorkomen. Zowel de ruimtelijke- als kwaliteitseisen voor een terras moeten

eenduidig zijn voor de ondernemer. Er moet vanuit de overheid niet teveel gereguleerd worden maar een beeldkwaliteitsplan op hoofdlijnen zal richting geven aan de uitstraling van gevels, groen en ook terrassen.

Bed & Breakfast beleid

Momenteel is er in Loon op Zand een beleid aangaande de vestiging van Bed & Breakfast binnen de gemeente. In dit beleid is bijvoorbeeld het aantal gasten en aantal kamers per Bed & Breakfast gemaximeerd. Om de leisureambities waar te kunnen maken, is een verruiming wenselijk waarbij de leefbaarheid in woongebieden wel in ogenschouw genomen dient te worden. In het nieuw te formuleren Bed & Breakfast beleid mogen parkeerregels niet ontbreken. Er wordt gewerkt aan een verruiming van de beleidsnotitie. Voor de logiesvoorziening boven de winkels in het KWK worden afzonderlijke regels geformuleerd, die niet gelijk gesteld wordt met een B&B-voorziening. Er wordt duidelijk onderscheid gemaakt tussen een B&B in een gedeelte van de woning en logiesvoorziening boven een winkel of horeca in het KWK.

Handhaving

Per januari 2013 is het toezicht op de Drank- en Horecawet overgegaan van de Nederlandse Voedsel- en Warenautoriteit (NVWA) naar de gemeente. Vanaf dat moment is de gemeente zelf verantwoordelijk voor het toezicht op en de naleving van de Drank- en Horecawet.

In december 2013 heeft de gemeenteraad de Algemene Plaatselijke Verordening (APV) Loon op Zand gewijzigd. Hierin is de afdeling 8A toegevoegd en worden de volgende zaken geregeld¹⁷;

- de schenktijden bij paracommerciële inrichtingen
- bijeenkomsten van persoonlijke aard
- de verkoop van sterk alcoholische dranken bij laagdrempelige horecagelegenheden

In 2006 is er een convenant met de horeca in Loon op Zand gesloten over veilig uitgaan. Echter zijn veel horeca-exploitanten onbekend met dit convenant door de vele wijzigingen in beheer gedurende de afgelopen jaren. De gemeente Loon op Zand is voornemens dit convenant te vernieuwen.

¹⁷ Raadsvoorstel_Preventie-en Handhavingsplan alcohol Loon op Zand 2014-2018

Het handhavingsplan en daarmee ook het convenant, moet een afspraken-set bevatten waar zowel gemeente als ondernemers mee uit de voeten kunnen.

In het handhavingsplan moeten ondernemers en paracommerciële rechtspersonen gestimuleerd worden en de ruimte krijgen om zelf maatregelen te treffen om de naleving van de Drank- en Horecawetgeving te verbeteren. In het convenant zijn afspraken vastgelegd over veilig uitgaan, alcohol gerelateerde prijsacties en eerlijke mededinging.

Er zal ook binnen de gemeente sprake zijn van een beperkt toezicht maar er dient wel een gediplomeerd toezichthouder beschikbaar te zijn.

In het handhavingsprotocol moet vertrouwen in de ondernemer het uitgangspunt zijn! Er zijn voorbeelden in de branche te vinden waar ondernemers die de regels consequent goed naleven, minder worden gecontroleerd.

5.2 Horecastructuur in Loon op Zand

Na de uitgebreide rondes met de klankbordgroep en de gesprekken met de diverse stakeholders, wordt aanbevolen om keuzes te maken en focus aan te brengen aangaande de vestigingsmogelijkheden van horeca binnen de gemeente. Op basis van deze horecavisie wordt een structuur voorgesteld die in bestemmingsplannen opgenomen kan worden:

Kaatsheuvel

- In het Bruisend Dorpshart is ruimte voor horeca uit categorie 1 en 2. Hier ontstaat een nieuw horecacluster waarin bedrijven elkaar versterken. Een grandcafé, een familierestaurant, kleine kroeg en/of brasserie zijn wenselijke formules. Vanuit categorie 1 is er ruimte voor een kleinschalig hotel in het centrum.
- In het KernWinkelgebied Kaatsheuvel is ruimte voor categorie 1 en 2. Winkelondersteunende horeca is gewenst, maar ook horecaconcepten (zoals koffieconcepten, tapas bar, lunchroom, grandcafé) die op kleine pleintjes terrassen hebben, de belevingswaarde verhogen en de verblijfsduur verlengen. Het gebied op zich is geen horecaconcentratiegebied maar in het hele KWK vinden we verspreid diverse concepten met gevarieerde openingstijden. Thematische horeca passend bij "eten, proeven en beleven". Op de etages is ruimte voor short stay studio's en appartementen. Voorwaarde voor de vestiging van deze horeca is dat het KWK zal worden gerealiseerd. Op beperkte schaal is er ruimte voor categorie 3, bijvoorbeeld een muziekcafé.
- De Hotelzone Horst fungeert als een autonoom hotel- en leisuregebied met horecabedrijven uit categorie 1. De hotels of de bijzondere verblijfsaccommodatie dienen onderscheidend te zijn ten opzichte van elkaar. Ondersteunende en aanvullende leisurevoorzieningen zijn toegestaan.
- Het kruispunt van Haestrechtstraat - Horst ligt in het verlengde van de hotelzone en hier is versterking van de huidige structuur aan de orde met horeca uit categorie 1, 2 en 3.

Op buurtniveau blijft het horeca-aanbod bescheiden. Op bepaalde plaatsen zijn reeds horecabedrijven uit categorie 1 en 2 gevestigd, op de locatie van Chalet Fontaine is ook categorie 3 van toepassing. Het gaat hier om bestaande vestigingen.

Buiten de genoemde horecaconcentratiegebieden wordt vestiging van nieuwe horecabedrijven zoveel mogelijk tegengegaan. Echter uitzonderingen worden gemaakt voor bijzondere locaties en bijzondere gebouwen, zoals bijvoorbeeld de Jozefkerk. Criteria zijn hierbij de bijzondere sfeer

van een gebouw of de goede bereikbaarheid. Maatwerk is noodzakelijk voor nieuwe en bestaande initiatieven.

Loon op Zand

- Horeca in Loon op Zand wordt gestimuleerd in het kleine concentratiegebied Kerkstraat - Oranjeplein. Hier is horeca uit categorie 1 en 2 op zijn plaats, maar moet vooral ingezet worden op verbinding tussen de bestaande ondernemers. Ruimte is er voor een midden/hogere klasse restaurant. In de Wetering zijn evenementen en festiviteiten mogelijk die vallen binnen categorie 3.
- In Het Witte Kasteel is naast horeca in categorie 1 en 2 ook horeca in categorie 3 toegestaan, met name gericht op feesten en evenementen.
- De Natuurpoort bij Herberg - Manage van Loon kan ontwikkeld worden in categorie 1 en op beperkte schaal in categorie 3, met name gericht op bruiloften en besloten feesten en partijen.
- Op overige gebieden in Loon op Zand zal per situatie gekeken moeten worden naar nieuwe initiatieven. Nieuwe initiatieven dienen de bestaande structuren niet te verzwakken, maar op plaatsen waar een autonome markt kan worden gecreëerd met een eigen concept, gericht op toeristisch recreatief verkeer, is horeca in categorie 1 en 2 mogelijk.

De Moer

- In De Moer is beperkt ruimte voor nieuwe horeca. Ingezet moet worden op versterking en ruimte bieden aan bestaande ondernemers. Voor de kern De Moer is het handhaven van de huidige horeca wenselijk.

Het Buitengebied

- In het buitengebied is ruimte voor een beperkt aantal horecabedrijven met een grotere verzorgingsfunctie op bijzondere locaties met toeristisch recreatieve doeleinden, zoals bijvoorbeeld een restaurant bij een golfbaan (zoals in De Moer). Het gaat dan om horeca uit categorie 1, 2 en zeer incidenteel categorie 3. Dit type horeca richt zich op een specifiek marktsegment en specifieke doelgroep. Dergelijke horecabedrijven dienen echt iets toe te voegen op het bestaande aanbod in de kernen en vormen bij voorkeur geen bedreiging voor de horecabedrijven in de kernen. De categorie-indeling is in het buitengebied niet van toepassing. Er moet een onderscheid gemaakt worden tussen nieuwe en bestaande bedrijven en de locatie waar het bedrijf zich wil vestigen (industrieterrein versus natuurgebied).

Nieuwe bedrijven

Voorbeelden van bedrijven die zouden kunnen passen in het buitengebied is bijvoorbeeld een ijssalon, een pannenkoekenrestaurant, een streekrestaurant en een midgetgolfbaan met horeca. Nieuwe vestigingen van (overlastgevende) horeca in categorie 3 bij voorkeur voorkomen, tenzij dit een zeer specifieke aantrekkingskracht heeft en toevoegt op het bestaande aanbod en synergetisch werkt met andere horecabedrijven. Denk hierbij bijvoorbeeld aan een servicebioscoop.

Bestaande bedrijven

Gevestigde bedrijven moeten, waar mogelijk en passend, de mogelijkheid hebben om uit te breiden, waarbij inzetten op kwaliteits-verbetering en versterking het uitgangspunt is.

- De ontwikkeling van een congres- en evenementencentrum (categorie 3) bij Experience Island moet mogelijk gemaakt worden. Hier zien we namelijk een sterke verbinding met het al aanwezige leisueraanbod.

5.3 Tenslotte

De horecavisie Loon op Zand kent een horizon tot en met het jaar 2020. Een periode waarin we kiezen voor “kansen pakken”. Kansen die we zien om bestaande horecabedrijven te versterken,

in te zetten op clustering van horecabedrijven en in te zetten op de groei van onderscheidende verblijfsaccommodaties. De komende jaren kan de regio Hart van Brabant een groei doormaken op het gebied van leisure. De Kansenskaart Leisure geeft immers veel mogelijkheden aan voor intensieve en extensieve leisureontwikkelingen, waar ook Loon op Zand van kan meeprofiteren. Zaak om hiervoor klaar te zijn en ervoor te zorgen dat in beeld is op welke locatie ontwikkelingen wenselijk worden geacht. Een regionale acquireur van Midpoint Brabant kan hier zelfs pro-actief mee aan de slag gaan.

De visie dient richting te geven maar is niet op alle punten bepalend. Er moet vrijheid zijn om in overleg met de gemeente zaken mogelijk te maken, soms ruimer dan in normale regelgeving mogelijk zou zijn. Leisure en horeca mogen speerpunten zijn in de plannen van de gemeente. De visie dient als inspiratiebron te gelden voor bestaande en nieuwe ondernemers en uit te nodigen om de kansen te pakken. Kansen die er in Loon op Zand te over zijn. Een horecabedrijf met louter streekproducten, een leisurecentrum met grandcafé-faciliteiten, een authentiek Brabants bruincafé of een uniek klein Boutique Hotel.

Samenwerking moet gezocht worden om zaken voor elkaar te krijgen. Zo kunnen de SOL (Stichting Ondernemend Loon op Zand), STOKK (Stichting Ontwikkeling Kernwinkelgebied Kaatsheuvel), LTA (Lokaal Toeristische Adviesraad) met daarin organisaties als KHN en Recron, de centrummanager, de parkmanager en de leisuremanager de handen ineenslaan en elkaar op de hoogte houden van relevante ontwikkelingen. Samen werken aan het oplossen van problemen of het vernemen van kansen. Het is dan ook ons advies om een beperkte klankbordgroep horeca in Loon op Zand ook na de totstandkoming van de visie te laten voortbestaan. Samen is men ook sterker in een lobby naar gemeente en provincie. Als het gaat om parkeeroverlast bij de duinen, het ontbreken van goede openbaarvervoervoorzieningen of de benutting van toeristenbelasting, de breed georiënteerde klankbordgroep kan en mag er iets van vinden.

Samen doen past immers enorm goed bij de gemeente Loon op Zand.

Klankbordgroep

Deze horecavisie is tot stand gekomen na intensief overleg met de klankbordgroep, bestaande uit onderstaande personen. Het is het advies van de klankbordgroep om dit document jaarlijks te evalueren en actualiseren onder regie van de Gemeente Loon op Zand.

Mw. Hanny van Kessel, voorzitter KHN Loon op Zand

Mw. Ria Cruijssen, regiomanager KHN Midden- en West-Brabant

Mw. Sandra van Corstanje, RestaurantHotel de Lakei

Dhr. Marco van Corstanje, RestaurantHotel de Lakei

Dhr. Jan van Besouw, bestuurslid Centrum Loon op Zand

Dhr. Frans Goenee, Shoppen in Kaatsheuvel

Dhr. Wim Aussems, Shoppen in Kaatsheuvel en centrummanager Kaatsheuvel

Dhr. Hans van Gompel, KHN en Partycentrum de Hoefstal

Dhr. Erik de Bie, Partycentrum 't Maoske

Dhr. Robert Blok, Brasserie Duinlust en Restaurant Grill-ig

Bronnen

- Structuurvisie Loon op Zand 2030
- Raadsakkoord 2014 Loon op Zand - Koers naar een nieuw evenwicht
- Sociaal Economisch Beleidsplan Loon op Zand 2011 – 2015
- Kansenskaart Leisure 2013 – Regio Hart van Brabant
- Hospitality Benchmark KPMG 2014
- Beleidsmonitor 2014 - FSIN
- NRIT rapportages 2014
- Food Inspiration Jaarboek 2014
- Trendrede 2014
- Horwath onderzoek hotelmarkt Hart van Brabant 2013
- Horecavisie centrum Kaatsheuvel januari 2014
- Verslag terrassenbeleid 4 juni 2014
- Notitie B&B beleid Loon op Zand
- CBS
- Foodstep
- Bedrijfschap Horeca en Catering
- ABF Research-Primos prognose
- Centraal Planbureau
- Raadsvoorstel_Preventie- en Handhavingsplan alcohol Loon op Zand 2014-2018



Gemeentewinkel

**Bezoekadres
Postadres**

Nieuwe Markt 5, Kaatsheuvel
 Postbus 7, 5170 AA Kaatsheuvel
 Telefoon 0416 - 289111
 Fax 0416 - 289289
 Website: www.loonopzand.nl
 E-mail: info@loonopzand.nl
 Open: Maandag, dinsdag, donderdag en vrijdag
 van 8.30 - 12.30 uur
 en woensdag van 13.30 - 19.30 uur.

Gemeentekantoor

**Bezoekadres
Postadres**

Nieuwe Markt 1, Kaatsheuvel
 Postbus 7, 5170 AA Kaatsheuvel
 Telefoon 0416 - 289111
 Fax 0416 - 279150

