



Aan de gemeenteraad

Documentnummer 2016.0.062.473

Zaaknummer 2016-12-00257

ONDERWERP: "Mise-en-Place, de Arnhemse horecavisie 2017"

Voorstel

1. Bijgevoegde horecavisie "Mise-en-place, de Arnhemse horecavisie 2017" vast te stellen (*bijlage 1*).

Inleiding

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

We doen dit door:

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

Beoogd effect

Het stimuleren van een evenwichtige horecaontwikkeling die bijdraagt aan de kwaliteit en identiteit van Arnhem.

Argumenten

1.1 De huidige nota "Gastvrij Arnhem" dateert uit 2005 en biedt onvoldoende handvatten om in te spelen op nieuwe marktontwikkelingen.

De horeca is de laatste tijd snel en structureel veranderd onder invloed van onder andere technologische en economische ontwikkelingen en een veranderende samenstelling van de bevolking. De wensen en het koopgedrag van consumenten zijn gewijzigd. Veel bezoekers hebben een meervoudig bezoekmotief: zij

komen én om te winkelen, én voor het cultuuraanbod, én voor een hapje en een drankje. Tegelijk stellen ze andere eisen aan fysieke horecagelegenheden die meer gericht zijn op experience en consumentenbeleving. Deze visie geeft handvatten om in te spelen op deze nieuwe behoeften.

1.2 De kwantitatieve analyse en het daarmee samenhangende uitbreidingspotentieel vraagt om nieuw beleid.

Uit de analyse blijkt dat Arnhem relatief veel horecabedrijven en veel vierkante meters horeca heeft. Economisch gezien lijkt in sommige segmenten het uitbreidingsplafond bereikt. Dit vraagt om nieuw beleid waarbij we niet optreden als marktmeester, maar kiezen voor horecaontwikkelingen die bijdragen aan de kwaliteit en identiteit van de stad. Onbeperkte toevoeging van horeca is ongewenst, omdat dit zal leiden tot verschraling van het aanbod. De gewenste horecaontwikkeling definiëren we per focusgebied in ontwikkelen, consolideren of terugdringen.

1.3 We een kwaliteitsslag beogen voor zowel bestaande als nieuwe horeca die aansluit bij de identiteit van de stad.

We presenteren in de horecavisie per focusgebied welke horeca in welk gebied het meest kansrijk is en het beste past bij het “DNA van een gebied”. Dit is vertaald in de toekomstvisie voor het betreffende focusgebied. Daarna worden deze in de relevante nieuwe bestemmingsplannen opgenomen. We kiezen daarmee voor een gebiedsgericht beleid waarbij we een kwaliteitsbeeld van de gewenste horeca schetsen die de meeste toegevoegde waarde heeft voor (de gebruikers van) het gebied, mede gezien de functies in de omgeving.

1.4 Dit geeft helderheid aan ondernemers, bewoners en vastgoedeigenaren

De richtinggevende kaders, ambities en de gemaakte keuzes laten zien waar we als stad naar toe willen, op welke manier we dit willen bereiken en welke acties we wanneer willen uitvoeren en met wie.

1.5 Arnhem heeft de ambitie om te behoren tot de Top 10 van meest aantrekkelijke binnensteden.

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

1.6 Er moet te allen tijde ruimte zijn voor innovatieve en kwalitatieve concepten (grand cru-beleid).

Er moet altijd ruimte zijn om innovatieve concepten, die een autonome vraag realiseren en het verzorgingsgebied vergroten, te vestigen in onze stad. Deze bijzondere concepten die een speciale toevoeging bieden op het bestaande horeca-aanbod in de stad worden samengevat in een set spelregels.

1.7 Arnhem wil mengvormen (blurring) stimuleren die een bijdrage leveren aan consumentenbeleving.

Blurring, het vermengen van functies, is een ontwikkeling van deze tijd. Winkeliers, dienstverleners en horecaondernemers maken steeds vaker de combinatie met horeca en andersom. Ook bij culturele instellingen en attracties zijn in toenemende mate horeca-activiteiten te vinden. Het draagt positief bij aan het vestigingsklimaat voor ondernemers. Het maakt de winkel aantrekkelijker voor de consument en een langere verblijftijd in een winkel zorgt voor een toename van het aantal koopmomenten. In de visie worden meetbare (en handhaafbare) spelregels opgenomen op basis waarvan blurring vergunningsvrij is toegestaan. Hiermee wordt aansluiting gezocht met de detailhandelsvisie die mengvormen tussen detailhandel en andere functies meer mogelijk wil maken in de (binnen)stad.

1.8 Het hotelbeleid uit 2011 is verouderd.

Het groeipotentieel, volgens onderzoek uit 2011, van het aantal hotelkamers in Arnhem voor de periode 2011-2015 is niet geheel ingevuld. Daarnaast vraagt de economische- en toeristische groei ook om nieuw perspectief. Nieuw onderzoek toont aan dat onder de huidige omstandigheden ruimte is voor groei. We zetten in op hotelontwikkelingen die een autonome vraag met zich meebrengen; (boetiek)hotels met een eigen signatuur en hotelontwikkelingen die qua concept en sterclassificatie een aanvulling zijn op het bestaande hotelaanbod. Het groeipotentieel van circa 160 kamers is daarmee een indicatief aantal.

1.9 Stakeholders vragen om nieuw beleid.

Uitbreiding van horeca ligt gevoelig. Om te komen tot een werkbaar nieuw horecabeleid is breed draagvlak onontbeerlijk. Er is daarom gekozen voor intensieve samenwerking met de stakeholders. Bij de totstandkoming van de horecavisie is gedurende het hele traject nauw samengewerkt met o.a. Koninklijke Horeca Nederland afdeling Arnhem, Hotel Overleg Regio Arnhem, Platform Binnenstad Arnhem en de ondernemersverenigingen van de Korenmarkt, Jansplaats en Rijnkade.

Kanttekeningen

1.1 Het economische uitbreidingsplafond is bereikt, maar toch wordt horeca-ontwikkeling toegestaan.

Uit de kwantitatieve analyse lijkt voor een aantal segmenten de economische ruimte te zijn opgesoupeerd. We kiezen echter niet voor een horeca-stop. Ondernemers zijn zelf aan zet om invulling te geven aan ontwikkelingen in de markt. Daarnaast is een saldobenadering niet passend, omdat een lunchroom in stadsdeelcentrum Kronenburg niet 1 op 1 concurreert met een lunchroom in de binnenstad. Ook mogen we het ruimtelijk ordeningsbeleid niet inzetten om concurrentieverhoudingen te reguleren. Tot slot blijft investeringsbereidheid van ondernemers achter wanneer geen extra concurrentie meer te verwachten is.

1.2 Uitvoering van de horecavisie is een traject van de lange adem.

Het zal enige tijd duren voordat de doelen uit de visie effect sorteren. De uitgangspunten worden in de verschillende bestemmingsplannen verankerd wanneer deze aan herziening toe zijn. De visie vraagt van sommige percelen en bouwwerken dat de horecafunctie in zijn geheel of gedeeltelijk (een bepaalde horecacategorie) wordt wegbestemd. Om dit traject zonder planschade te doorlopen zal voorzienbaarheid moeten worden gecreëerd, hetgeen geruime tijd in beslag neemt. Daarnaast verleiden we ondernemers om in te spelen op de visie per focusgebied. We verwachten dat de effecten op de lange termijn (5 tot 10 jaar) zichtbaar zijn.

1.4 De Grand cru regels bieden geen objectief toetsingskader.

Anders dan afwijkingsregels zijn de grand cru regels niet objectief. Deze flexibiliteit is van belang om een integrale afweging te maken of toevoeging van een horecaconcept wenselijk is en een bijdrage levert aan de identiteit en kwaliteit van de stad. Uit de gesprekken met de initiatiefnemers en ingediende stukken moet blijken dat de gewenste ontwikkeling een grand cru is.

1.5 Blurring vraagt om handhaving.

Ondernemers vragen niet zozeer om minder regels, maar vragen om een consequente toepassing en handhaving van bestaande regels. Ook op blurring is handhaving van toepassing.

1.6 Het uitbreidingspotentieel van 160 hotelkamers is indicatief.

De berekening van de te verwachten groei is geen wiskundige zekerheid en afhankelijk van verschillende parameters. Ook leert de markt dat veel geplande hotelontwikkelingen uiteindelijk geen doorgang vinden. Daarnaast genereren nieuwe concepten die een toevoeging bieden op het bestaande aanbod ook een

nieuwe (autonome) vraag. We beoordelen daarom op basis van het initiatief hoeveel hotelkamers kunnen worden toegevoegd.

Financiën

Geen beroep op extra financiële middelen.

De voorgestelde uitvoeringsagenda wordt met stakeholders opgepakt. De EZ- activiteiten kunnen binnen de bestaande middelen worden uitgevoerd. Het nader te ontwikkelen handhavingsbeleid vraagt om prioritering van de (handhaving)activiteiten om dit binnen de bestaande middelen uit te voeren.

Uitvoering

Conform uitvoeringsagenda welke is opgenomen in de horecavisie.

Communicatie

De stakeholders worden geïnformeerd over de besluitvorming in de gemeenteraad.

Bijlagen

Bijlage 1 "Mise-en-Place, Arnhemse horecavisie 2017"

Stukken voor gemeenteraad

n.v.t.

Ter inzage stukken voor gemeenteraad

n.v.t.

Besluit van

Documentnummer

2016.0.061.786

Zaaknummer

2016-12-00257

DE RAAD VAN DE GEMEENTE ARNHEM;

gelezen het voorstel van burgemeester en wethouders van 20 december 2016, Cluster Beleid en regie nummer: 2016.0.061.774;

gelet op artikel 147 van de Gemeentewet;

besluit:

1. De horecavisie "Mise-en-place, de Arnhemse horecavisie 2017" vast te stellen.

De griffier,

De voorzitter,