

Euroscop Arnhem

Analyse 'ladder voor duurzame verstedelijking'



Rapportage in opdracht van
Euroscop

December 2015

Projectnummer
15.070



ZKA *Consultants & Planners*

Biesbosweg 16C
5145 PZ Waalwijk
tel.: 088-2100 250
fax: 088-2100 210
e-mail: info@zka.nl
www.zka.nl

INHOUDSOPGAVE

1.	INLEIDING	1
1.1.	Aanleiding	1
1.2.	Doel- en vraagstelling	1
1.3.	Leeswijzer	1
2.	LADDER VOOR DUURZAME VERSTEDELIJING	2
3.	LOCATIE EN CONCEPT	4
3.1.	Inleiding	4
3.2.	Planlocatie	4
3.3.	Concept Euroscoop	5
3.4.	Geïntegreerde gebiedsontwikkeling	7
4.	TREDE 1: ACTUELE REGIONALE BEHOEFTE (BIOSCOOP)	8
4.1.	Inleiding	8
4.2.	Landelijke marktcijfers	9
4.3.	Kwalitatieve trends en ontwikkelingen	11
4.4.	Relevante regionale markt	13
4.5.	Raming regionale marktruimte	17
4.6.	Benchmark	22
4.7.	Conclusies regionale behoefte	24
5.	TREDE 2: LOCATIE (BIOSCOOP)	26
5.1.	Inleiding	26
5.2.	Aanbod kwantiteit	27
5.3.	(Financieel) haalbaar aanbod	29
5.4.	Ruimteaanbod	31
5.5.	Match vraag en aanbod	32
6.	HORECA	33
6.1.	Inleiding	33
6.2.	Uitgangspunten uitpandige/zelfstandige horeca	33
6.3.	Horecabeleid en -aanbod gemeente Arnhem	33
6.4.	Potentieel vanuit bioscoopbezoek	34
6.5.	Conclusies trede 1: actuele regionale behoefte	35
6.6.	Trede 2: locatie	36

1. INLEIDING

1.1. Aanleiding

In Arnhem heeft Euroscop plannen voor de ontwikkeling van een nieuwe multiplex bioscoop op het huidige Rijnhal-/Olympusterrein (10 zalen, 2.300 stoelen). Bij de bioscoop wordt voorzien in 1.050 tot 1.200 m² Bruto Vloeroppervlakte (BVO) aan zelfstandige horeca. De ontwikkeling van bioscoop en horeca is in strijd met het vigerende bestemmingsplan. De planologische inpassing daarvan vereist derhalve een onderzoek conform de 'ladder voor duurzame verstedelijking', zoals die is opgenomen in artikel 3.1.6. lid 2 van het Besluit ruimtelijke ordening (Bro). Om hierin te voorzien heeft **ZKA Consultants**, in samenwerking met Seinpost Adviesbureau, onderhavig onderzoek uitgevoerd.

1.2. Doel- en vraagstelling

De studie geeft, aan de hand van de treden uit artikel 3.1.6. lid 2 Bro, antwoord op de volgende vragen:

- Is er een actuele regionale behoefte voor de beoogde plannen van Euroscop?
- Is deze regionale behoefte (voor een deel) op te vangen binnen het bestaand stedelijk gebied?

1.3. Leeswijzer

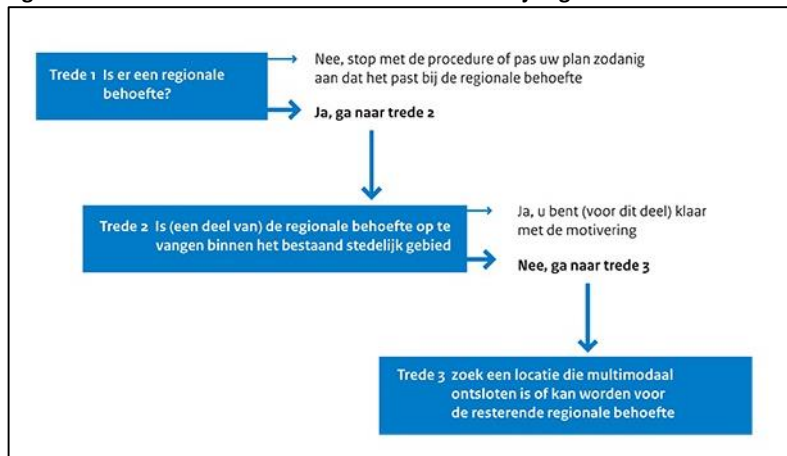
Deze rapportage is als volgt opgebouwd:

- Hoofdstuk 2 gaat in op het wettelijk kader van de 'ladder voor duurzame verstedelijking';
- Vervolgens wordt het plan van Euroscop Arnhem en de planlocatie beschreven (hoofdstuk 3);
- In hoofdstuk 4 wordt ingegaan op de toekomstige regionale marktruimte (kwantitatief en kwalitatief). Dit is de eerste trede van de 'ladder voor duurzame verstedelijking';
- De tweede trede van de 'ladder voor duurzame verstedelijking' – de vertaling van de actuele regionale behoefte naar het bestaand stedelijk gebied – is vervolgens uitgewerkt in hoofdstuk 5;
- Het plan voor Euroscop bestaat uit onzelfstandige horeca (onderdeel Euroscop) en uitpandige/zelfstandige horeca. Voor de zelfstandige horeca is de 'ladder voor duurzame verstedelijking' in hoofdstuk 6 doorlopen;
- Afgesloten wordt met conclusies en aanbevelingen (hoofdstuk 7).

2. LADDER VOOR DUURZAME VERSTEDELIJING

De beoogde ontwikkeling van de Euroscop multiplex bioscoop betreft een nieuwe stedelijke ontwikkeling waarvoor een bestemmingsplanwijziging noodzakelijk is. Gelet op artikel 3.1.6. van het Besluit ruimtelijke ordening (Bro) dient de 'ladder voor duurzame verstedelijking' te worden doorlopen.

Figuur 2.1. Ladder voor duurzame verstedelijking



Artikel 3.1.6. lid 2 tot en met 4 Bro luiden als volgt:

“2. De toelichting bij een bestemmingsplan dat een nieuwe stedelijke ontwikkeling mogelijk maakt, voldoet aan de volgende voorwaarden:

- a. er wordt beschreven dat de voorgenomen stedelijke ontwikkeling voorziet in een actuele regionale behoefte;*
- b. indien uit de beschrijving, bedoeld in onderdeel a, blijkt dat sprake is van een actuele regionale behoefte, wordt beschreven in hoeverre in die behoefte binnen het bestaand stedelijk gebied van de betreffende regio kan worden voorzien door benutting van beschikbare gronden door herstructurering, transformatie of anderszins, en;*
- c. indien uit de beschrijving, bedoeld in onderdeel b, blijkt dat de stedelijke ontwikkeling niet binnen het bestaand stedelijk gebied van de betreffende regio kan plaatsvinden, wordt beschreven in hoeverre wordt voorzien in die behoefte op locaties die, gebruikmakend van verschillende middelen van vervoer, passend ontsloten zijn of als zodanig worden ontwikkeld.*

3. Het tweede lid is van overeenkomstige toepassing op een provinciale verordening die een locatie voor stedelijke ontwikkeling aanwijst.

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

In artikel 1.1.1. onder h en i Bro zijn definities opgenomen voor ‘bestaand stedelijk gebied’ en ‘stedelijke ontwikkeling’:

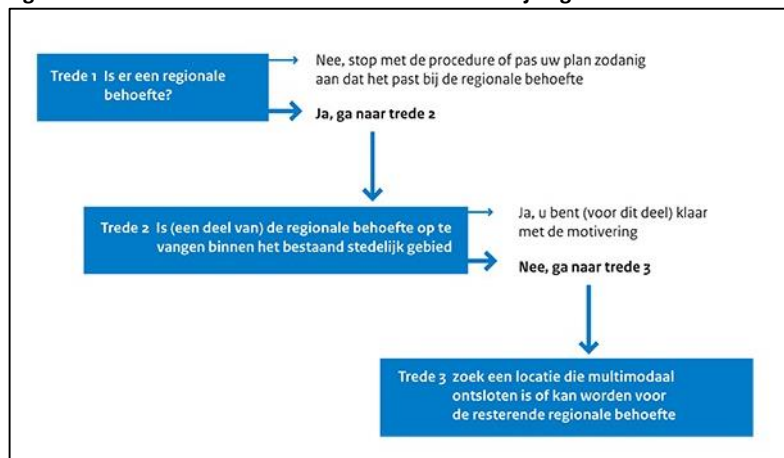
“h. bestaand stedelijk gebied: bestaand stedenbouwkundig samenstel van bebouwing ten behoeve van wonen, dienstverlening, bedrijvigheid, detailhandel of horeca, alsmede de daarbij behorende openbare of sociaal culturele voorzieningen, stedelijk groen en infrastructuur;

i. stedelijke ontwikkeling: ruimtelijke ontwikkeling van een bedrijventerrein of zeehaventerrein, of van kantoren, detailhandel, woningbouwlocaties of andere stedelijke voorzieningen.”

Ten behoeve van het toepassen van de ladder voor duurzame verstedelijking heeft het Ministerie van Infrastructuur en Milieu een handreiking opgesteld: <http://ladderverstedelijking.minienm.nl/#ladder>

Onderstaande figuur 2.1 is afkomstig uit de handreiking.

Figuur 2.1. Ladder voor duurzame verstedelijking



3. LOCATIE EN CONCEPT

3.1. Inleiding

In dit hoofdstuk worden de planlocatie en het concept beschreven. Allereerst komt de locatie aan de orde (3.2.), gevolgd door het concept (3.3.).

3.2. Planlocatie

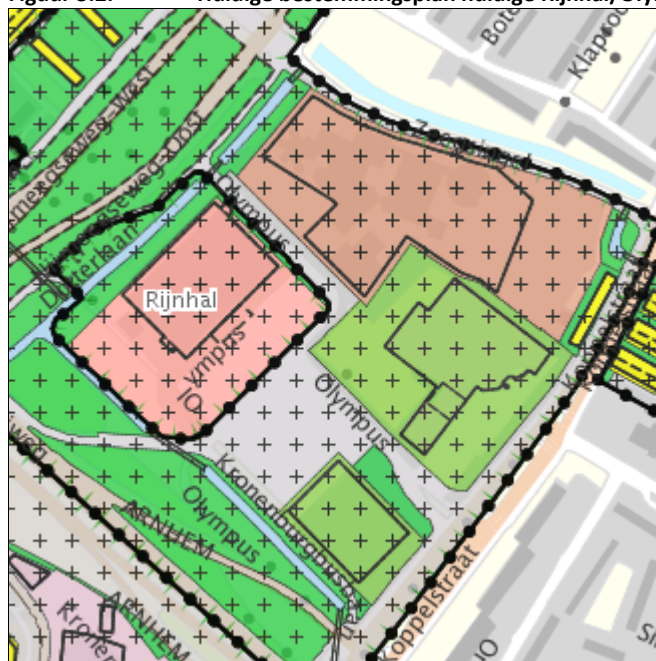
De planlocatie is het huidige Rijnhal-/Olympusterrein in Arnhem. Deze locatie ligt aan de rand van de stad en is goed ontsloten via de A325 in zuidelijke richting, via de N325 richting Achterhoek en via twee routes naar de binnenstad (via John Frostbrug en Nelson Mandelabrug). De locatie is een sterke zichtlocatie en beschikt over een ruim aanbod aan (gratis) parkeervoorzieningen. In onderstaande figuren¹ zijn de planlocatie en omgeving weergegeven. Figuur 3.1. toont de locatie op macroniveau, figuur 3.2. toont de verbeelding behorende bij het huidige bestemmingsplan en figuur 3.3. geeft de planlocatie op microniveau weer inclusief de ontwikkelingslocatie op microniveau.

Figuur 3.1. Planlocatie macroniveau

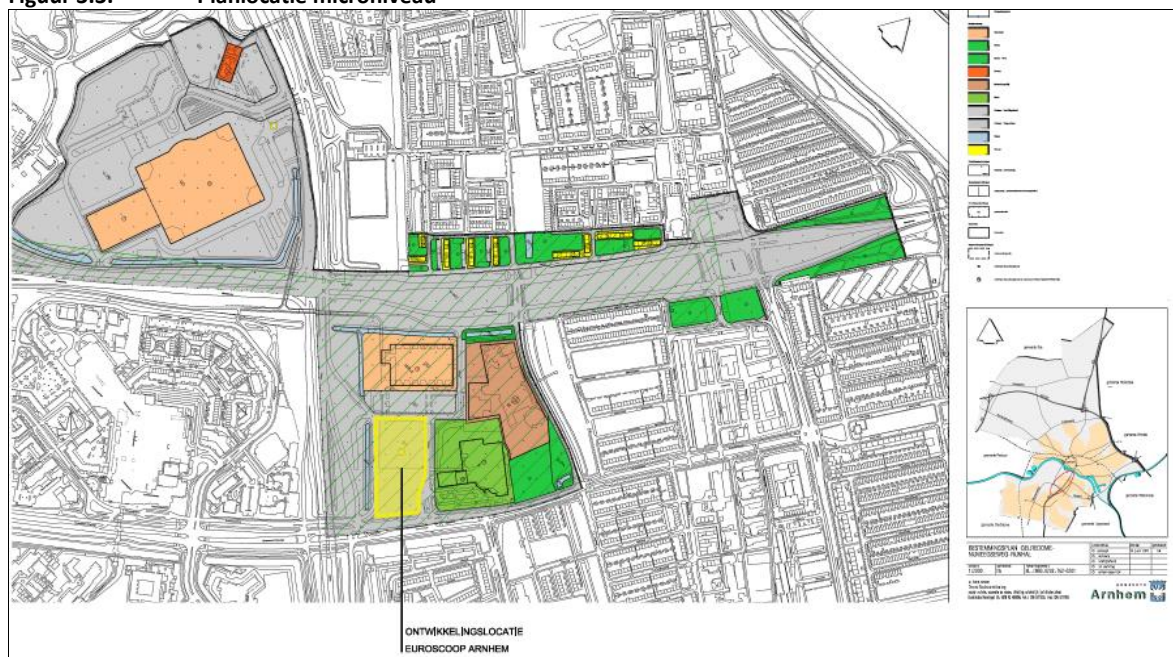


¹ Bron: Forum Architecten & Planners.

Figuur 3.2. Huidige bestemmingsplan huidige Rijnhal/Olympus terrein



Figuur 3.3. Planlocatie microniveau



3.3. Concept Euroscop

Het plan voor de Euroscop bioscoop omvat 10 zalen en 2.300 stoelen met een breed spectrum aan films, technisch hoogwaardige voorzieningen en veel (zit- en kijk)comfort. De bioscoop heeft naast de reguliere bioscoopfunctie ook de mogelijkheid om congressen/grote bijeenkomsten te organiseren, om 'live' grote sport- en muziek events te tonen voor een groot publiek en biedt daarnaast een ondersteunende ruimte aan onderwijsinstellingen.

Verder zijn verschillende horecavoorzieningen onderdeel van het concept. Hierbij gaat het om inpandige/'onzelfstandige' en om zelfstandige horeca. De inpandige horeca wordt bezocht als onderdeel van het bioscoopbezoek. Voor de zelfstandige horeca worden drie verschillende typen formules beoogd die allen een ander publiek trekken:

- Eetcafé (400-450 m² BVO), waarbij gedacht wordt aan een formule als de 'Beren eetcafés';
- Fastfoodrestaurant/lunchroom (200-250 m² BVO), waarbij gedacht wordt aan een formule als Subway;
- Fastfoodrestaurant (450-500 m² BVO) waarbij gedacht wordt aan een formule als McDonald's (incl. McDrive).

Deze zelfstandige horeca wordt enerzijds bezocht door bioscoopbezoekers (voorafgaand aan of na afloop van bioscoopbezoek), maar trekt anderzijds ook andere bezoekers aan, zoals bezoekers aan de andere voorzieningen rondom de Rijnhal, passanten en lokaal publiek uit de directe omgeving/omliggende wijken. De 'ladder voor duurzame verstedelijking' is separaat doorlopen voor deze zelfstandige/reguliere horeca (hoofdstuk 6);

Euroscop kent een flexibele opzet en structuur. De bioscoopzalen zijn bouwtechnisch geen onderdeel van het gebouw. Dit betekent dat de zalen 'demonteerbaar' zijn zonder dat dit gevolgen heeft voor het gebouw (exterieur). Vanuit oogpunt van de alternatieve aanwendbaarheid beoordelen wij dit als positief. Door deze flexibele opzet is het gebouw zonder grote ingrepen te transformeren tot gebouw voor andere retail- en/of leisure functies met een relatief groot ruimtebeslag gelegen buiten stadscentra.

Het ruimtebeslag van Euroscop, inclusief de naastgelegen parkeergarage, bedraagt indicatief circa 1 hectare (uitgaande van vijf lagen voor de parkeergarage). De volgende figuren verschaffen een visuele weergave van de plannen en tonen de plattegrond alsmede het aanzicht².

Figuur 3.4. Inpassing concept in omgeving



² Bron: Forum Architecten & Planners.

Figuur 3.5. Gevels en aanzicht Euroscop



3.4. Geïntegreerde gebiedsontwikkeling

Het plan voor de Euroscop bioscoop maakt onderdeel uit van een geïntegreerde gebiedsontwikkeling van en rond de Rijnhal in Arnhem met een mix van leisure-, retail- en onderwijsfuncties³. Het gaat hierbij om een nieuwe stedelijke ontwikkeling (zie wettelijk kader 'ladder voor duurzame verstedelijking', hoofdstuk 2). Naast Euroscop zijn in de eindfase de volgende functies voorzien:

- Een Decathlon vestiging met een breed assortiment aan sportartikelen en een sterk regionale aantrekkingskracht. De Decathlon vestiging draagt bij aan de transformatie van het Rijnhal gebied tot een cluster van leisure- en sportvoorzieningen (zie ook de onderstaande voorzieningen en de onderstaande omkaderde passage);
- Sport- en vrijetijdsvoorzieningen als een zwembad, klimcentrum (beide bestaand) en fitness (beoogd);
- Olympus college (een bestaande grote scholengemeenschap, middelbare school met bijna 1.500 leerlingen).

Van deze functies is het bestemmingsplan van Decathlon onherroepelijk. De overige initiatieven bevinden zich nog in de ideefase.

Deze geïntegreerde gebiedsontwikkeling moet het gebied van en rond de Rijnhal ontwikkelen en transformeren tot een volwaardig leisuregebied, zie ook onderstaand kader. De beoogde Euroscop met horeca past goed in deze ontwikkeling en het bijbehorende gemeentelijke beleid.

Voor het Rijnhal gebied wordt een programma voorgesteld van leisure met daaraan gerelateerde functies. Het toe te voegen programma moet aanvullend zijn op het bestaande in Arnhem en omgeving. Toevoeging van aanvullende leisurefuncties zal een positief effect hebben op het functioneren van de bestaande voorzieningen. Gedacht wordt aan: aanvullende zwem- en wateraccommodaties, indoorsport, evenementen, een wellness voorziening, kinderattracties, enz.
Bron: Leisurepark Olympus, Nota van Randvoorwaarden, 27 maart 2012

Voor de verschillende (beoogde) functies worden afzonderlijke planologische trajecten doorlopen. De verwachting is dat deze gebiedsontwikkeling het gebied weer op de kaart zet, een impuls geeft aan de omliggende wijken (uitstraling, werkgelegenheid, meer ondersteunende voorzieningen) en de positie van Arnhem Zuid (waar ook Gelredome en Kronenburg gelegen zijn) regionaal versterkt.

³ Deze geïntegreerde gebiedsontwikkeling is onder andere beschreven in 'Leisurepark Olympus – Nota van randvoorwaarden, gemeente Arnhem, 2012' en in 'Structuurvisie Arnhem 2020 | doorkijk 2040, gemeente Arnhem, 2012'.

4. TREDE 1: ACTUELE REGIONALE BEHOEFTE (BIOSCOOP)

4.1. Inleiding

Voor leisure ontwikkelingen is geen standaard methodiek geschikt of zijn geen standaard kengetallen voorhanden om de actuele regionale behoefte te bepalen. Per leisurefunctie en -ontwikkeling is een specifieke aanpak nodig en is maatwerk op lokaal/regionaal niveau vereist om de marktruimte te bepalen. **ZKA Consultants** paste deze methodiek de afgelopen 10-15 jaar vaak toe voor het bepalen van de toekomstige marktruimte en actuele regionale behoefte voor dag- en verblijfsrecreatieve voorzieningen.

De volgende aanpak wordt gevolgd om de regionale bioscoopbehoefte te bepalen:

- Analyse van de bioscoopmarkt, hierbij onderscheid makend tussen reguliere ('mainstream') bioscopen en filmtheaters⁴. Deze analyse heeft zowel een kwantitatief als een kwalitatief karakter. Kwantitatief wordt ingegaan op de omvang van het bioscoopaanbod en -vraag. Kwalitatief wordt gekeken naar overige relevante trends en ontwikkelingen en wordt, indien van toepassing, aangegeven in hoeverre de beoogde Euroscoop Arnhem hierop inspeelt. Dit is uitgewerkt in paragraaf 4.2. en 4.3.;
- De analyse van de bioscoopmarkt is allereerst verricht op landelijk niveau. Vervolgens wordt deze naar de relevante regio vertaald. Deze relevante regio wordt afgebakend/ingedeeld met statistische gegevens als basis (ContinuVrijeTijdsOnderzoek (CVTO)⁵). Deze basis wordt vervolgens vertaald naar de specifieke regio (welke gemeenten wel/niet) op basis van factoren als de ligging van de planlocatie, het (huidige en toekomstige) regionale bioscoopaanbod en de aantrekkingskracht (kwaliteit en onderscheidend vermogen) van het beoogde concept. Voor deze regio wordt de omvang en ontwikkeling van het bioscoopaanbod en -vraag inzichtelijk gemaakt (inclusief relevante concurrerende plannen), zie paragraaf 4.4.;
- Bovenstaande levert een eerste beeld van de markt- en afzetkansen van Euroscoop Arnhem op. Deze afzetkansen worden vervolgens op maat gekwantificeerd en uitgedrukt in termen van aantal bezoeken. Hierbij is onderscheid gemaakt tussen de locatie Euroscoop Arnhem, de Arnhemse binnenstad en overige bioscoopbezoeken in de relevante regio (inclusief gemeenten grenzend aan dit marktgebied). Deze vertaling naar aantal bezoeken vindt voor de bioscoopsector plaats door middel van een reken/spreadsheetmodel, waarbij rekening wordt gehouden met aspecten als bevolkingsprognoses, verschillende type locaties/aanbieders (huidig en gepland), groeivoeten (bijv. stijgende bezoekfrequentie door aanbodsimpulsen als multiplexen) en de regionale oriëntatie/afstemming. Met deze kwantificering wordt het aantal bezoeken geprognosticeerd. Daarnaast worden de markt- en afzetkansen ook kwalitatief uitgedrukt (planlocatie in relatie tot doelgroepen en bezoekmotieven). Op basis van het geprognosticeerde aantal bezoeken op de planlocatie en de kwalitatieve analyse wordt geconcludeerd in hoeverre er voldoende marktruimte is voor Euroscoop Arnhem en hiermee voorzien wordt in een actuele regionale behoefte. Dit is uitgewerkt in paragraaf 4.5., 4.6. en 4.7.

⁴ Een filmtheater (ook wel filmhuis of arthouse genoemd) is een publieksvoorziening die zich toelegt op het vertonen van films buiten het reguliere commerciële aanbod. Dit betreft kleinere films met vaak een artistiek karakter (ook wel aangeduid als 'arthouse films').

⁵ Het ContinuVrijeTijdsOnderzoek (CVTO) van NBTC-NIPO Research vraagt wekelijks naar het vrijetijdsgedrag van Nederlanders (ondernomen activiteiten) de afgelopen week en gaat hierbij in op aspecten als de reistijdsbereidheid, bestedingen, reisgezelschap, etc.. Daarnaast vindt een jaarmeting/ijkonderzoek plaats.

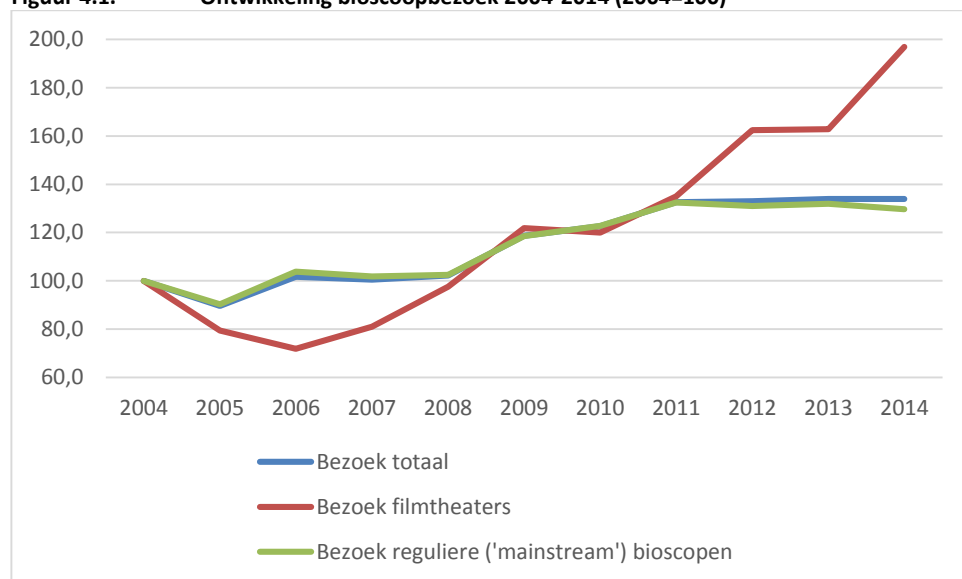
4.2. Landelijke marktcijfers

In deze paragraaf wordt ingegaan op de ontwikkeling van de vraag en het aanbod in de nationale bioscoopmarkt⁶.

Vraag

In onderstaande figuur is de ontwikkeling van de bioscoopvraag weergegeven tussen 2004 en 2014 in de vorm van indexcijfers, waarbij het bezoekersaantal in 2004 gelijkgesteld is aan 100. In deze figuur wordt onderscheid gemaakt tussen de vraag bij de reguliere ('mainstream') bioscopen (groene lijn) en de vraag bij filmtheaters (rode lijn). De reguliere ('mainstream') bioscopen vormen samen met de filmtheaters de totale bioscoopmarkt (blauwe lijn).

Figuur 4.1. Ontwikkeling bioscoopbezoek 2004-2014 (2004=100)



Uit deze figuur blijkt dat het totale bezoek aan Nederlandse bioscopen en filmtheaters de laatste jaren stabiel is (blauwe lijn). Deze totale markt had in 2014 een omvang van circa 30,8 miljoen bezoeken. Circa 27,9 miljoen bezoeken (ofwel circa 91%) betreffen reguliere ('mainstream') bioscoopbezoeken (exclusief reis- en openluchtbioscopen). Circa 2,9 miljoen bezoeken (circa 9%) zijn bezoeken aan filmtheaters (met en zonder dagprogrammering).

Op de langere termijn is er in de afgelopen periode sprake van een duidelijke groei die grotendeels werd veroorzaakt door product-/aanbodimpulsen in gebieden waar tekorten waren en/of kwalitatief mager aanbod was. Op de effecten van deze product-/aanbodimpulsen wordt later in deze rapportage meer diepgaand ingegaan. Ten opzichte van 2004 steeg het aantal reguliere bioscoopbezoeken met circa 6,5 miljoen (stijging van circa 30%, indexcijfer reguliere bioscopen 2014: circa 130). De toename van het aantal bezoeken aan filmtheaters was in deze periode naar verhouding zelfs nog groter (circa 1,4 miljoen, ofwel vrijwel een verdubbeling sinds 2004; indexcijfer filmtheater 2014: circa 197). Vanwege het grote volume (circa 91%) van reguliere ('mainstream') bioscoopbezoeken vertoont de ontwikkeling hiervan (zie groene lijn) nagenoeg dezelfde ontwikkeling als de ontwikkeling van het totale aantal bezoeken aan Nederlandse bioscopen en filmtheaters (zie blauwe lijn).

⁶ Bron: Jaarverslag 2014 Nederlandse Vereniging van Bioscoopexploitanten en Nederlandse Vereniging van Filmdistributeurs (NVB/NVF).

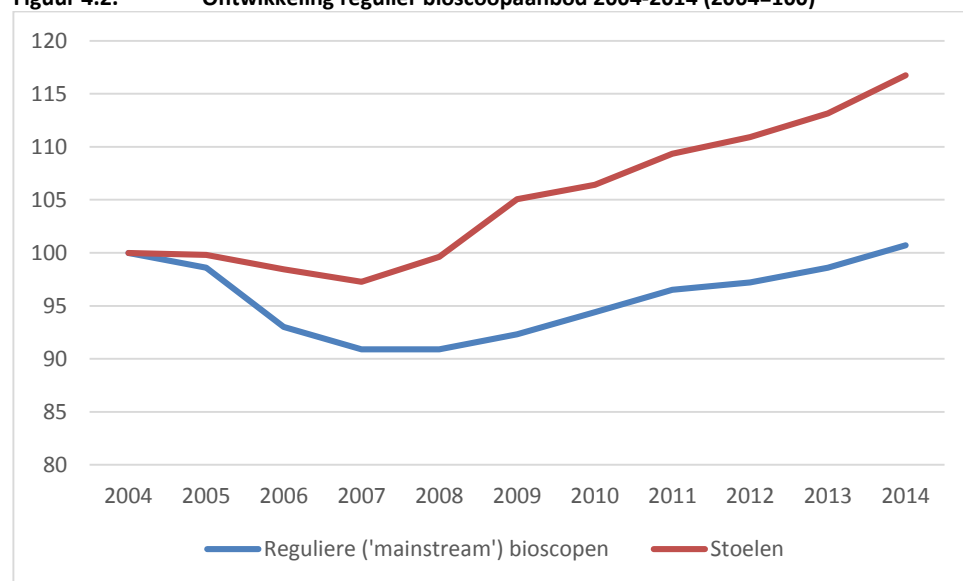
Naast de marktontwikkeling gedurende de afgelopen jaren zijn de eerste berichten over de bioscoopmarkt in 2015 relevant. Deze spreken van een positieve ontwikkeling dat de inkomsten en bezoekersaantallen met ruim 10% zijn gestegen vergeleken met dezelfde periode in 2014⁷.

Aanbod

In 2014 waren er in Nederland 144 reguliere ('mainstream') bioscopen (exclusief reis- en openluchtbioscopen) gevestigd met in totaal 677 zalen (gemiddeld 4,7 zalen per bioscoop) en bijna 120.000 stoelen (gemiddeld ruim 175 stoelen per zaal). Het aantal filmtheaters komt uit op 106 theaters die samen 182 zalen (gemiddeld 1,7 zalen per filmtheater) en ruim 20.700 stoelen (gemiddeld circa 114 stoelen per zaal) hebben.

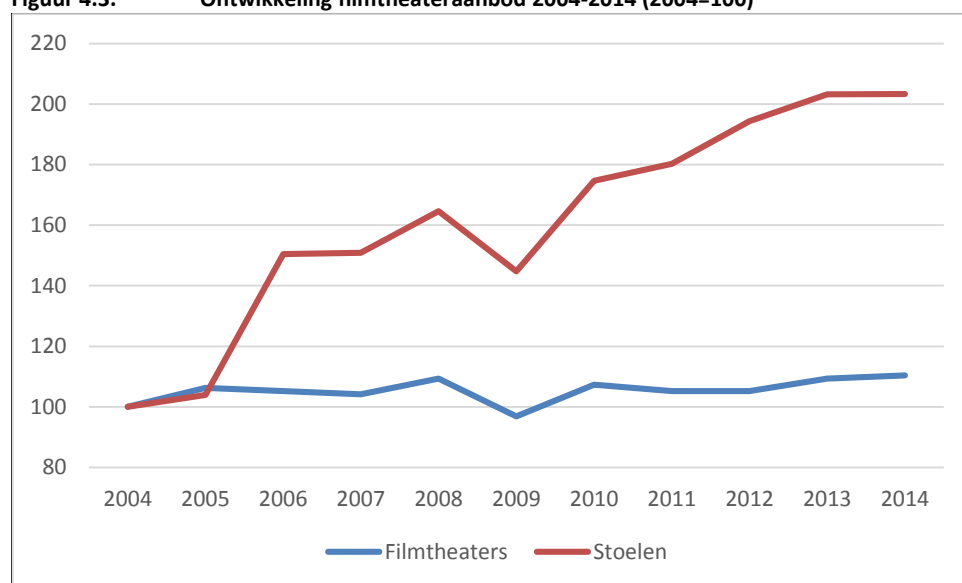
In onderstaande figuren is de ontwikkeling van het reguliere bioscoop- en filmtheateraanbod (in aantal aanbieders en aantal stoelen) te vinden.

Figuur 4.2. Ontwikkeling regulier bioscoopaanbod 2004-2014 (2004=100)



⁷ Bron: deskresearch (onder andere de websites <http://www.filmistributeurs.nl> en <http://www.filmonderzoek.nl>)

Figuur 4.3. Ontwikkeling filmtheateraanbod 2004-2014 (2004=100)



Uit de voorgaande figuren wordt duidelijk dat het aantal aanbieders, zowel de reguliere bioscopen als filmtheaters, de afgelopen tien jaren per saldo nagenoeg constant is gebleven. Het aantal stoelen is echter fors toegenomen. Hieruit kan geconstateerd worden dat het aantal stoelen per bioscoop is gestegen (forse schaalvergroting, opkomst van multiplexen (zie ook de kwalitatieve trends/ontwikkelingen in de volgende paragraaf)). Conform de bezoekenontwikkeling is vooral de toename van het aantal stoelen vanaf 2008/2009 groot (aanbod schept vraag). Doordat de schaal van de bioscopen is toegenomen, is er meer keuze per bioscoop, wordt de doorstroming van films bevorderd en wordt de bezoeker eerder verleid (door nieuwe films) sneller weer terug te komen.

4.3. Kwalitatieve trends en ontwikkelingen

Aanvullend op de cijfermatige ontwikkelingen zijn de laatste jaren de volgende kwalitatieve trends en ontwikkelingen aan de orde. Deze trends en ontwikkelingen zijn gebaseerd op onze jarenlange ervaringen met de bioscoopsector, waarbij ook gekeken is naar de marktontwikkeling in het buitenland:

- **Schaalvergroting:** Zoals al bleek uit voorgaande paragraaf is de laatste jaren de gemiddelde schaal van de bioscopen toegenomen. De opkomst van multiplexen (bioscopen met minimaal acht zalen) ligt hier (mede) aan ten grondslag. Deze ontwikkeling leidt tot kwaliteitsverhoging, verruiming (meer keuze) en differentiatie van aanbod en een grotere aantrekkingskracht op de regio (sneller 'spontaan een filmpje pakken'). Multiplexen liggen vaak aan de rand van de stad en trekken, ook door de combinatie met een grote parkeercapaciteit en veiligheid, nieuw publiek aan (minder op centrum georiënteerd en woonachtig buiten de stad). Dit heeft in een aantal steden geleid tot een stijging van de bezoekerscijfers. Zo hebben aanbodsimpulsen in Tilburg (Euroscop en Pathé) geleid tot grote toenames in de vraag. In Breda is het effect ook groot geweest (nieuwe Pathé) en zal het aantal bezoeken naar verwachting verder groeien door de nieuwe Kinopolis aan de rand van de stad (deze Kinopolis vestiging is nog niet verwerkt in deze tabel). De volgende tabel⁸ geeft inzicht in de effecten van multiplexen op het bioscoopbezoek. Verder in dit hoofdstuk wordt hier nader ingegaan in relatie tot onze raming van de marktruimte c.q. actuele regionale behoefte.

⁸ Bron: Jaarverslagen Nederlandse Vereniging van Bioscoopexploitanten en Nederlandse Vereniging van Filmdistributeurs (NVB/NVF).

Tabel 4.1. Effect multiplexen op aantal bezoeken

Stad	Jaar van opening nieuwe bioscoop (aantal zalen)	Toename bezoek vanaf jaar van opening (x 1.000)	Procentuele toename bezoek vanaf jaar van opening
Almere	2004 (8)	+ 154	+ 71%
Breda	2008 (7)	+ 371	+ 135% ⁹
Haarlem	2011 (8)	+ 405	+ 125%
Hoofddorp	2012 (8)	+ 142	+ 676%
Tilburg	2007 (7), 2008 (12)	+ 799	+ 233% ¹⁰

- **Diversificatie:** Het ontstaan van verschillende bioscoopproducten, zoals multiplexen (relatief vaak aan de randen van stadscentra of op perifere locaties gevestigd en met 8-16 zalen¹¹), binnenstadbioscopen, arthouses/filmtheaters of servicebioscopen (kleinschalige bioscopen, veelal in kleinere/middelgrote gemeenten met luxe stoelen en hapjes/drankjes tijdens de voorstelling);



V.l.n.r. Pathé De Kuip (multiplex), Luxor Reuver (servicebioscoop) en Chasse cinema (filmtheater).

- **Alternatieve content:** Het product bestaat niet alleen uit filmvertoningen, maar wordt versterkt en uitgebreid met bijvoorbeeld congressen/bijeenkomsten of het doorstralen van (live) sport- en muziekregistraties (denk bijvoorbeeld aan wereldkampioenschappen en concerten). In de plannen van Euroscop Arnhem komt deze alternatieve content ook terug;
- **Integratie met andere leisurefuncties:** Bioscopen zijn vaker onderdeel van een leisurecluster (met bijvoorbeeld theater, bowling, horeca), zie ook de beoogde geïntegreerde gebiedsontwikkeling van en rond de Rijnhal in Arnhem. Met een integratie van verschillende functies kan op meer bezoekmotieven worden ingespeeld en kan een bredere doelgroep worden bereikt;
- **3D films:** De 3D films zijn de laatste jaren in opkomst (zie bijvoorbeeld The Hobbit, Iron Man 3, Godzilla, diverse kinderfilms);
- **Thema avonden:** Avonden gericht op specifieke doelgroepen of marktsegmenten, zoals een 'ladies night', avond voor 50-plussers of een avond voor abonnees (bijv. tonen van een voorpremière in combinatie met een hapje en een drankje);
- **Digitalisering:** Door de omslag naar digitaal opnemen en projecteren worden bioscopen minder afhankelijk van fysieke kopieën (en sec filmvertoning). Dit leidt tot een hogere projectiekwiteit. Tegelijkertijd betekent deze ontwikkeling dat de consument ook thuis hoge kwaliteit films kan bekijken (zie ook de ontwikkeling van 'Video On Demand'). Dit kan in feite als een negatieve ontwikkeling worden gezien, maar roept ook bioscoopvraag op (behoeften aan beleving en een avondje uit, wat thuis niet op deze manier kan worden ingevuld). Hiermee wordt het belang aan onderscheidende producten en nadruk op de belevingscomponenten (zie de 3D films, de thema avonden, maar ook een IMAX zaal) en de bioscoop als avondje uit (eventueel in combinatie met andere functies) verder vergroot.

⁹ In Breda heeft Kinopolis plannen voor een nieuwe bioscoop. Wanneer deze bioscoop (prognose: 450.000 bezoeken) worden verwerkt, zou de toename van de vraag uit komen op + 300% ten opzichte van 2008.

¹⁰ Dit betreft de procentuele toename van het bezoek ten opzichte van 2007. Ten opzichte van 2008 (opening tweede multiplex) is het aantal bezoeken in 2014 met 95% gestegen.

¹¹ Bioscopen met meer dan 16 zalen worden megaplexen genoemd. Deze komen in Nederland niet voor (wel in bijv. Spanje en België).

4.4. Relevante regionale markt

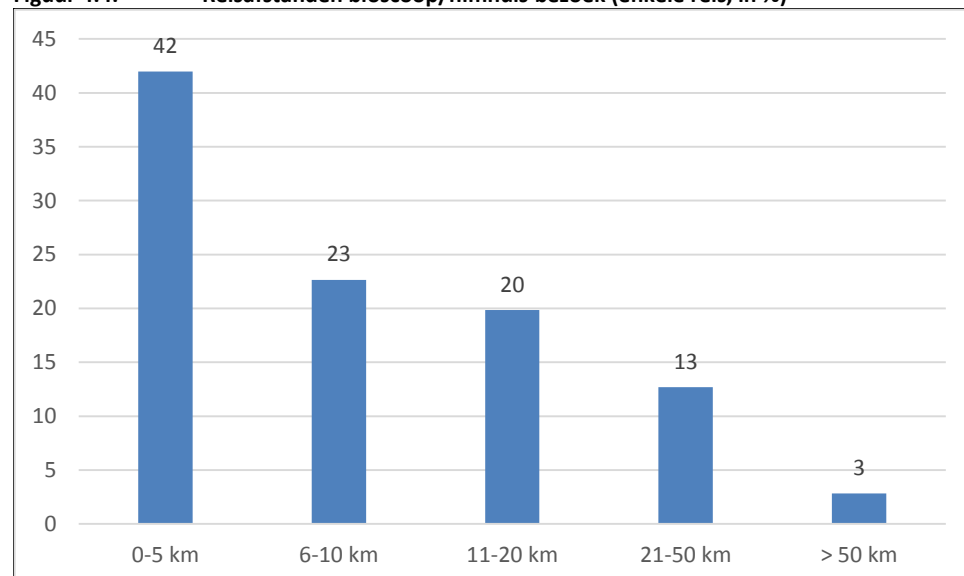
4.4.1. Regionale afbakening

In deze paragraaf wordt de regio afgebakend. Zoals reeds toegelicht zijn statistische gegevens over de reisafstanden/tijden van bioscoop/filmhuisbezoek de basis voor deze afbakening (ContinuVrijeTijdsOnderzoek, CVTO). Met deze basis als uitgangspunt wordt de relevante regio afgebakend. Het huidige en toekomstige bioscoopaanbod ligt hier aan ten grondslag, alsmede de positie van Arnhem in de regio (verzorgingsfunctie, oriëntatie, etc.).

Reistijdbereidheid bezoek bioscopen/filmhuizen

Op basis van het ContinuVrijeTijdsOnderzoek (CVTO) bedraagt de gemiddelde reisafstand (enkele reis) voor bezoek aan een bioscoop/filmhuis circa 13 kilometer. Voor multiplexen en bioscopen met veel en gedifferentieerd aanbod zijn de reisafstanden doorgaans langer. Onderstaand wordt nader ingegaan op de reisafstanden. Hieruit blijkt het merendeel van de bioscoopbezoeken maximaal 10 kilometer (enkele reis) aflegt (samen circa 65% van de bezoeken). 20% van de bioscoop/filmhuisbezoeken legt een afstand van 11 tot 20 kilometer (enkele reis) af, circa 13% legt tussen 21 en 50 kilometer (enkele reis) af.

Figuur 4.4. Reisafstanden bioscoop/filmhuis bezoek (enkele reis, in %)



Huidige bioscoopaanbod

Met de gemiddelde reisafstand als basis is de relevante regio afgebakend op basis van factoren als het (huidige en toekomstige) regionale bioscoopaanbod en de verzorgingsfunctie en oriëntatie binnen de regio. Allereerst wordt onderstaand ingegaan op het huidige bioscoopaanbod¹².

¹² Bron: Jaarverslag 2014 Nederlandse Vereniging van Bioscoopexploitanten en Nederlandse Vereniging van Filmdistributeurs (NVB/NVF), in combinatie met deskresearch.

Tabel 4.2. Huidige regionale bioscoopaanbod

Gemeente	Aantal bioscopen	Aantal stoelen
Apeldoorn	2	1.396
Arnhem	3	2.310
Doetinchem	2	1.141
Ede	1	2.399
Nijmegen	4	1.980
Wageningen	2	380
Zevenaar	2	465
Zutphen	2	644

In de gemeente Arnhem gaat het op dit moment om de volgende drie bioscopen: Eurocinema, Rembrandt en Focus Filmtheater. Dit aanbod is de laatste jaren nauwelijks gewijzigd. De totale capaciteit in 2014/2015 komt uit op 13 zalen en 2.310 stoelen¹³.

Naast bovenstaande reguliere ('mainstream') bioscopen zijn in de regio ook filmhuizen- en theaters gevestigd, namelijk Filmhuis Doesburg (gemeente Doesburg), Filmhuis Didam en Filmhuis 's-Heerenberg (beiden gemeente Montferland), Filmhuis Oosterbeek (gemeente Renkum) en Filmhuis Dieren (gemeente Rheden). Deze filmhuizen hebben een capaciteit van circa 45 tot 120 stoelen. Het bereik van deze filmhuizen is overwegend (boven)lokaal. Deze filmhuizen hebben geen dag- of weekprogrammering en spelen in op een behoefte van vooral de lokale bevolking. Derhalve is dit aanbod relevant voor de bepaling van de regionale behoefte en verwerkt in de raming van de toekomstige marktruimte.

Plannen en ontwikkelingen

Naast het huidige aanbod zijn de plannen voor nieuw aanbod en/of uitbreiding van bestaand aanbod een belangrijk uitgangspunt voor de regionale afbakening en de toekomstige behoefte. Allereerst zijn er in de gemeente Arnhem twee andere plannen en ontwikkelingen in het stedelijk gebied. Naast Euroscop gaat het om de volgende twee plannen (opgave gemeente Arnhem):

- Vestiging van Pathé met 9 zalen en 1.700 stoelen in de binnenstad (onlangs geopend). Het gaat hierbij om vervanging en uitbreiding van het huidige Rembrandt theater. Per saldo betekent dit een uitbreiding van 452 stoelen;
- Uitbreiding/vergroting van het Focus Filmtheater op een nieuwe locatie (beoogde locatie is Kerkplein Arnhem). Voor dit plan wordt uitgegaan van 5 zalen en 380 stoelen. Dit betekent per saldo een toename van 136 stoelen. Er is reeds een uitgebreid bedrijfsplan geschreven voor deze ontwikkeling met onder andere aandacht voor het concept, de organisatie en de exploitatie. Voor Focus is een ontwerp bestemmingsplan ter inzage. De geplande vaststelling hiervan is het eerste kwartaal van 2016;
- Tot slot komt op de locatie van het Rembrandt theater een initiatief voor een nieuw filmhuis. Dit is op basis van de bestaande bestemming mogelijk met uitzondering van een horecacomponent.

Op basis van deskresearch en telefonische interviews met gemeenten in de regio (zowel uit de relevante regio (onderstaand beschreven onder 'regio afbakening') als voor grote gemeenten (Apeldoorn en Nijmegen) grenzend aan de relevante regio) zijn de bioscoopplannen en -ontwikkelingen in de regio geïnventariseerd. Naast Arnhem heeft dit twee plannen/ontwikkelingen in de gemeente Nijmegen aan het licht gebracht. In de raming van de marktruimte wordt met deze plannen rekening gehouden:

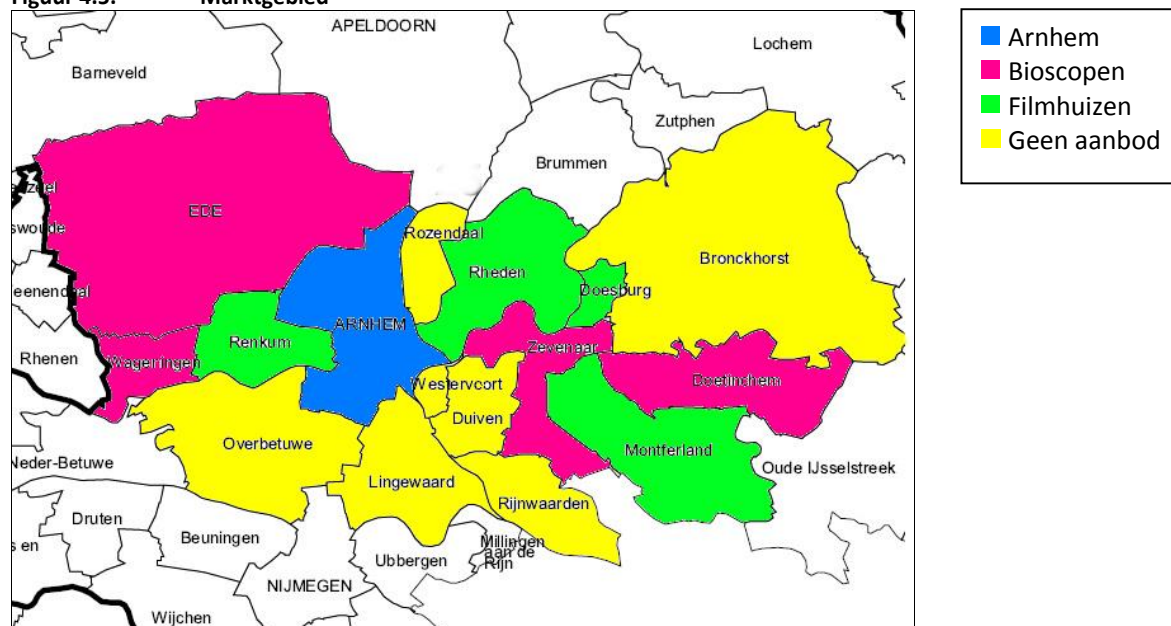
- Ten eerste gaat het om CineMec in Nijmegen-Noord (8 zalen, 2.200 stoelen). Deze nieuwe bioscoop wordt op dit moment gebouwd;
- Ten tweede wordt gedacht aan een nieuwe grootschalige bioscoop in het centrum van Nijmegen. Exploitant en volume van deze binnenstedelijke ontwikkeling zijn vooralsnog niet bekend.

¹³ Bron: Nederlandse Vereniging van Bioscoopexploitanten en Nederlandse Vereniging van Filmdistributeurs (NVB/NVF), in combinatie met deskresearch ZKA.

Regio afbakening

Op basis van de statistieken over reisafstand, het huidige en toekomstige bioscoopaanbod in Arnhem en omgeving is de regio afgebakend. Conform de eerder uitgevoerde bioscoopstudies in Arnhem bestaat deze regio afbakening (het marktgebied) uit 16 gemeenten: Arnhem, Bronckhorst, Doesburg, Doetinchem, Duiven, Ede, Lingewaard, Montferland, Overbetuwe, Renkum, Rheden, Rijnwaarden, Rozendaal, Wageningen, Westervoort en Zevenaar. In onderstaande figuur is dit marktgebied visueel gepresenteerd (de kleuren komen overeen met het eventuele bioscoopaanbod in deze gemeenten, onderstaand nader gespecificeerd).

Figuur 4.5. Marktgebied



Onderstaand relateren we dit marktgebied aan de statistieken voor reisafstanden bij bezoek aan bioscopen en filmhuizen (zie voorgaand):

- De afstand van de aan Arnhem grenzende gemeenten (Rozendaal, Rheden, Westervoort, Lingewaard, Overbetuwe en Renkum) tot de planlocatie is grofweg maximaal gelijk aan de gemiddelde reisafstand voor bioscoopbezoek van 13 kilometer;
- De gemeente Ede grenst ook aan Arnhem. De reisafstand tot de planlocatie voor (een deel) van de gemeente Ede is langer dan het gemiddelde. Desalniettemin behoort Ede tot het marktgebied vanwege de oriëntatie (verzorgingsfunctie) die deels op Arnhem is gericht en het stedelijke voorzieningenniveau in Arnhem. Niet onbelangrijk is dat Ede beschikt over de CineMec bioscoop. Dit is verwerkt in de bezoeking (in de vorm van toedeling van het bezoekpotentieel per gemeente naar locatie);
- De afstand van de overige gemeenten tot de planlocatie varieert van 20 tot bijna 40 kilometer. Ondanks deze bovengemiddelde reisafstand behoren deze gemeenten tot het marktgebied. Deze afstanden worden immers door circa 13% van de bioscoopbezoeken afgelegd (zie voorgaand). Voor deze gemeenten ligt de oriëntatie deels op Arnhem door het voorzieningenniveau, de bereikbaarheid, het onderscheidende bioscoopaanbod (voor Euroscoop geldt specifiek ook de voorzieningen in het gebouw, de omgeving en het Rijnhal gebied (zeker in de toekomst, zie hoofdstuk 3)). Voor sommige gemeenten is deze oriëntatie groter dan voor andere gemeenten, maar alle gemeenten zijn relevant. Dit is verwerkt in de bezoeking (in de vorm van toedeling van het bezoekpotentieel per gemeente naar locatie).

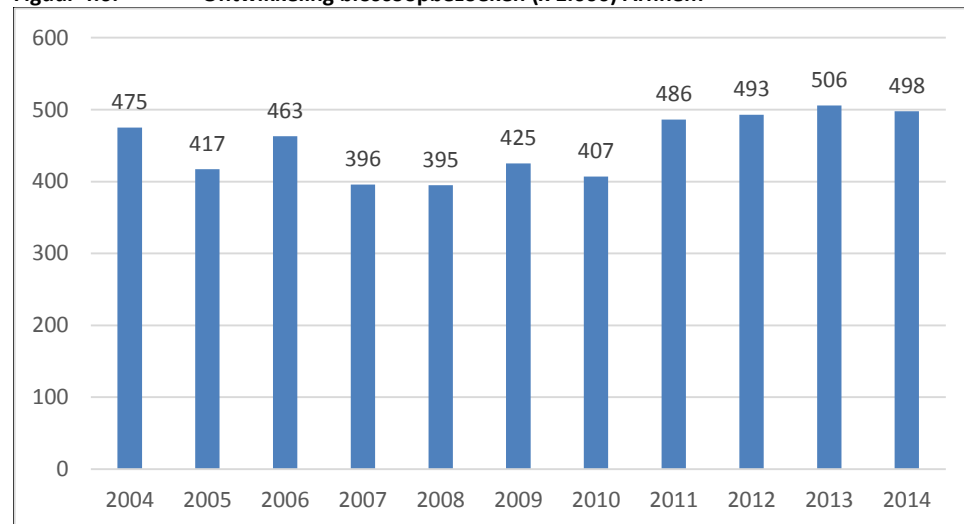
Tot slot merken wij op dat de gemeenten Apeldoorn en Nijmegen geen onderdeel zijn van het marktgebied. Het huidige bioscoopaanbod in deze gemeenten voorziet in de behoefte van de eigen inwoners. In de toekomst wordt dit in Nijmegen verder versterkt door de actuele plannen. Vanuit gemeenten in het marktgebied is het aanbod in beide steden wel interessant. Gemeenten ten zuiden van Arnhem worden, naast door het aanbod in Arnhem, ook aangetrokken door het bioscoopaanbod in Nijmegen. Dit geldt vooral voor de gemeenten Overbetuwe en Lingewaard. Voor deze gemeenten is in de bezoekeraming ook rekening gehouden met het toekomstige aanbod in Nijmegen. Dit geldt ook voor bijvoorbeeld de gemeente Rozendaal met betrekking tot Apeldoorn.

4.4.2. Regionale vraag

Het regionale aanbod is al beschreven in voorgaande paragraaf. In deze paragraaf gaan we in op de bioscoopvraag in de regio.

Het aantal bioscoopbezoeken in Arnhem kwam in 2014 uit op 498.000¹⁴. Dit aantal is de afgelopen jaren relatief stabiel gebleven, zie de volgende figuur.

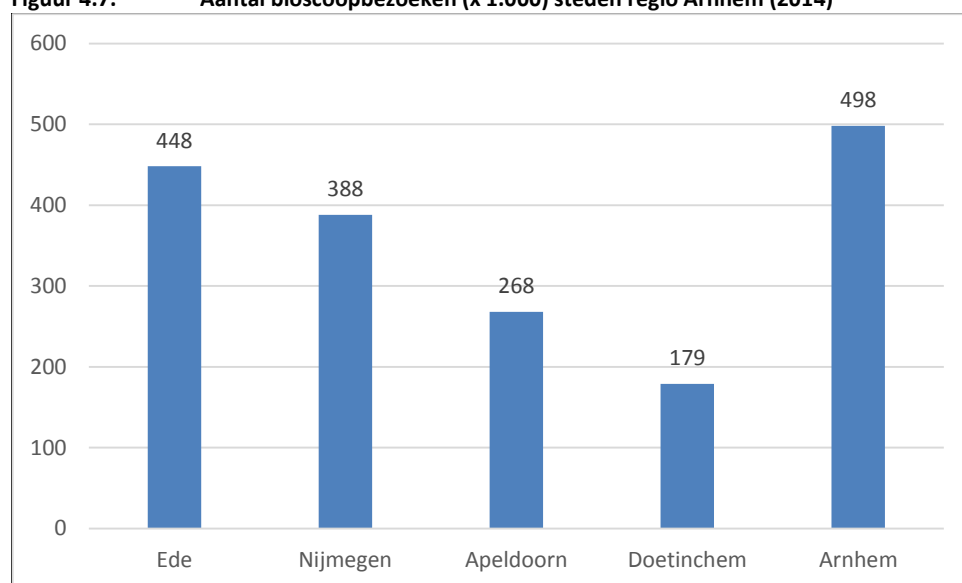
Figuur 4.6. Ontwikkeling bioscoopbezoeken (x 1.000) Arnhem



In de regio trekt Arnhem momenteel de meeste bioscoopbezoeken aan. Het bezoekersaantal in Ede is circa 90% van het aantal bezoeken in Arnhem in 2014. Het aantal bezoeken in de gemeenten Nijmegen, Apeldoorn en Doetinchem is respectievelijk 78%, 54% en 36% van die in Arnhem.

¹⁴ Bron: Jaarverslag 2014 Nederlandse Vereniging van Bioscoopexploitanten en Nederlandse Vereniging van Filmdistributeurs (NVB/NVF).

Figuur 4.7. Aantal bioscoopbezoeken (x 1.000) steden regio Arnhem (2014)



Uit bovenstaande blijkt dat het volgende¹⁵:

- De **bezoekfrequentie**¹⁶ in 2014 in Arnhem komt uit op 3,3. Deze bezoekfrequentie moet niet volledig toegeschreven worden aan de gemeente Arnhem (zie volgende paragraaf). Omdat er de laatste jaren weinig veranderde aan zowel het aanbod als de vraag, was deze de laatste jaren vrij stabiel. De bezoekfrequentie in de provincie Gelderland en Nederland in 2014 bedraagt respectievelijk 1,3 en 1,8;
- De **stoelbezetting**¹⁷ in 2014 in Arnhem komt uit op 216 per jaar. Omdat het aantal bioscoopbezoeken en het aanbod in Arnhem de laatste jaren nauwelijks wijzigde, is deze stoelbezetting de laatste jaren, evenals de bezoekfrequentie, vrijwel stabiel gebleven. De gemiddelde stoelbezetting in de provincie Gelderland en Nederland in 2014 bedraagt respectievelijk 186 en 219 per jaar.

4.5. Raming regionale marktruimte

In deze paragraaf wordt de regionale marktruimte voor de middellange termijn (5-7 jaar) berekend. Allereerst wordt ingegaan op de bevolkingsprognose in het marktgebied (4.5.1.). Vervolgens komen de andere uitgangspunten aan de orde: de bezoekfrequentie (4.5.2.) en de groeifactor (4.5.3.). Dit leidt tot de raming van de marktruimte. De raming is uitgewerkt in 4.5.4. Afgesloten wordt met een resume (4.5.5.).

4.5.1. Marktgebied

Zoals voorgaand gespecificeerd bestaat het relevante marktgebied uit 16 gemeenten. In 2014 tellen deze gemeenten samen circa 691.100 inwoners¹⁸. De toekomstige marktruimte wordt geraamd voor 2021. De

¹⁵ Bron: Jaarverslag 2014 Nederlandse Vereniging van Bioscoopexploitanten en Nederlandse Vereniging van Filmdistributeurs (NVB/NVF).

¹⁶ De bezoekfrequentie is berekend door het aantal bioscoopbezoeken (inclusief filmtheaters) te delen door het aantal inwoners.

¹⁷ De stoelbezetting is berekend door het aantal bioscoopbezoeken (inclusief filmtheaters) te delen door het aantal stoelen.

¹⁸ Bron: Planbureau voor de Leefomgeving (PBL) / Centraal Bureau voor de Statistiek (CBS).

bevolkingsprognose voor het marktgebied voor dit jaar bedraagt naar verwachting 698.100 inwoners. Dit betekent een bevolkingsgroei met circa 7.000 inwoners.

Hierbij is ook gekeken naar de bevolkingsprognose voor een periode van 10 jaar, de termijn waarvoor bestemmingsplannen worden verleend. De bevolkingsprognose voor 2025 voor het marktgebied wijkt echter marginaal af van de bevolkingsprognose (prognose 2025 is minder dan 0,5% hoger dan de prognose voor 2021). De raming van de regionale marktruimte en de regionale behoefte in 2021 is derhalve ook betrouwbaar voor 2025. Feitelijk zal deze voor 2025 iets hoger uit kunnen vallen.

4.5.2. Bezoekfrequentie

De bezoekfrequentie in Arnhem bedraagt 3,3. Dit is fors hoger dan het provinciale en landelijke gemiddelde (respectievelijk 1,3 en 1,8 (2014)¹⁹). Dit verschil wordt verklaard door het feit dat in de gemiddelde bezoekfrequentie van 3,3 in Arnhem alle bioscoopbezoek in Arnhem wordt toegerekend aan de eigen inwoners. In deze gemiddelde bezoekfrequentie wordt derhalve nog geen rekening gehouden met toevloeiing van het bezoek uit omliggende gemeenten, bezoek van buiten de regio (bijv. door verblijfstoeristen) en afvloeiing van het bezoek naar omliggende gemeenten. Het is derhalve niet correct uit te gaan van een bezoekfrequentie van 3,3 voor de gemeente Arnhem, maar er dient rekening te worden gehouden met de toevloeiing uit de regio en door andere delen uit het land. Onderstaand is toegelicht welke uitgangspunten voor de bezoekfrequentie zijn gehanteerd in de bezoeksraming.

De uitgangspunten voor de bezoekfrequentie per gemeente uit het relevante marktgebied zijn benaderd op basis van gegevens over de bevolkingsomvang, specifieke bezoekersaantallen aan de bioscopen in gemeenten in het relevante marktgebied en de provinciale bezoekfrequentie. Het aantal bezoeken aan de bioscopen in het marktgebied (Arnhem, Doetinchem, Ede, Wageningen en Zevenaar) bedraagt momenteel circa 1,25 miljoen²⁰. Op basis van de huidige bevolkingsomvang betekent dit een gemiddelde bezoekfrequentie van 1,8 in de relevante regio. De bezoekfrequentie voor iedere gemeente is echter niet gelijk aan dit gemiddelde voor de relevante regio en onder andere afhankelijk van het bioscoopaanbod per gemeente. Onderstaand zijn de gehanteerde uitgangspunten per gemeente vermeld:

- 2,2 voor Arnhem, Doetinchem en Ede (hoger dan provinciale/landelijke gemiddelden, vanwege het relatief grote aanbod en meer stedelijk publiek (waaronder relatief veel jongeren/studenten in met name Arnhem) dat doorgaans vaker naar de bioscoop gaat, maar lager dan de bezoekfrequentie wanneer het bezoek uitsluitend wordt toegerekend aan de eigen inwoners (zie bovenstaand));
- 1,7 voor Wageningen en Zevenaar (hoger dan provinciale gemiddelde, vanwege aanbod in deze gemeenten en rekening houdend met aanbod in de directe omgeving);
- 1,3 voor Doesburg, Montferland, Renkum en Rheden (provinciaal gemiddelde; gemeenten met een klein filmtheater zonder week/dagprogrammering);
- 1,2 voor de overige gemeenten (iets onder provinciaal gemiddelde; gemeenten zonder bioscoop- of filmtheateraanbod).

Onderstaand worden deze uitgangspunten nader geduid:

- Deze bezoekfrequenties leiden in de huidige situatie (huidige inwonertallen) tot een gemiddelde bezoekfrequentie van circa 1,75 in het marktgebied;
- Dit gemiddelde van circa 1,75 is nagenoeg gelijk aan het huidige gemiddelde van 1,8 (bezoekersaantallen gedeeld bevolkingsomvang). Het is echter niet één op één hetzelfde, omdat deze bioscopen in het marktgebied ook bezocht worden door mensen uit andere regio's

¹⁹ Bron: Jaarverslag 2014 Nederlandse Vereniging van Bioscoopexploitanten en Nederlandse Vereniging van Filmdistributeurs (NVB/NVF).

²⁰ Bron: Nederlandse Vereniging van Bioscoopexploitanten en Nederlandse Vereniging van Filmdistributeurs (NVB/NVF) in combinatie met deskresearch.

(verblijfstoeristen in Arnhem/Veluwe), uit gemeenten net buiten het relevante marktgebied en inwoners uit het marktgebied ook bioscopen buiten het relevante marktgebied bezoeken.

4.5.3. *Groeiperspectief*

Zoals in voorgaande paragraaf reeds getoond hebben aanbodsimpulsen in andere steden tot een forse stijging van de bezoekcijfers geleid. De opkomst van multiplexen ligt hier (mede) aan ten grondslag. De ontwikkeling leidt tot kwaliteitsverhoging, verruiming (meer keuze) en differentiatie van het aanbod en een grotere aantrekkingskracht op de regio (sneller 'spontaan een filmpje pakken').

Het is derhalve een reële verwachting dat Euroscop, samen met de onlangs geopende Pathé, tot een forse stijging van de bezoekfrequentie leidt in het marktgebied. Dit wordt uitgedrukt in een zogenaamde 'groeifactor' (de mate waarin de bezoekfrequentie door aanbodimpulsen omhoog gaat). De duiding van deze groeifactor vindt plaats op basis van de toekomstige bezoekfrequentie (huidige bezoekfrequentie (voorgaande paragraaf) x groeivoet)). Hierbij vindt de vergelijking plaats met de bezoekfrequentie in Nederland (gemiddeld 1,8)²¹, in België (gemiddeld bijna 2)²² en het feit dat de bezoekfrequentie groter wordt indien sprake is van veel en gedifferentieerd aanbod/multiplexen.

Voor de groeifactor wordt de volgende driedeling aangehouden:

- 1,75 voor Arnhem (relatief groot deel van de bezoeken vindt plaats door de eigen inwoners en de verschillende plannen hebben derhalve een grote impact en groeipotentieel);
- 1,3 voor de gemeenten Doesburg, Duiven, Lingewaard, Overbetuwe, Renkum, Rheden, Rijnwaarden, Rozendaal, Westervoort. Arnhem heeft een verzorgingsfunctie voor deze gemeenten en bioscoopbezoek vindt enerzijds gericht plaats als primair bezoekmotief en anderzijds in combinatie met uitgaan, horecabezoek, winkelen, etc. ('dagje uit'). Bioscoopbezoek door inwoners uit deze gemeenten zal naar verwachting stijgen, maar in mindere mate dan de groei die voor de gemeente Arnhem zal optreden;
- 1,1 voor gemeenten met eigen aanbod, een derhalve kleinere aantrekkingskracht van het aanbod in Arnhem (Ede, Doetinchem, Wageningen, Zevenaar) en/of gemeenten op een relatief grote afstand van Arnhem, waarvoor andere gemeenten de verzorgingsfunctie (grotendeels) invullen (Bronckhorst, Montferland). Het plan voor Euroscop in Arnhem beïnvloedt het bioscoopbezoek door inwoners van deze gemeenten naar verwachting nauwelijks en het groeipotentieel is derhalve zeer gering.

De huidige gemiddelde bezoekfrequentie van circa 1,75 in het marktgebied leidt met de bevolkingsprognoses, bovenstaande groeivoeten tot een gemiddelde bezoekfrequentie van 2,3 in de toekomstige situatie. Om deze toekomstige bezoekfrequentie te kunnen plaatsen, is de vergelijking gemaakt met Nederlandse en Belgische gemiddelden (circa 2). De bezoekfrequentie van 2,3 is hoger. Dit is reëel voor Arnhem en omgeving. Enerzijds is de huidige stoelbezetting in Arnhem licht onder gemiddeld (zie voorgaande paragraaf), waardoor een sterkere groei mogelijk is dan in een verzadigde markt. Anderzijds ontstaat in Arnhem een gedifferentieerd aanbod met aanbod in het centrum en aanbod aan de rand van het centrum. Dit speelt op verschillende motieven in en spreekt verschillende doelgroepen aan. Door dit complete en gedifferentieerde bioscoopaanbod is een bovengemiddelde bezoekfrequentie mogelijk. Later in dit hoofdstuk wordt ingegaan op deze doelgroepen en bijbehorende bezoekmotieven.

²¹ Bron: Jaarverslag 2014 Nederlandse Vereniging van Bioscoopexploitanten en Nederlandse Vereniging van Filmdistributeurs (NVB/NVF).

²² Bron: European Cinema Yearbook.

4.5.4. Raming toekomstige marktruimte en conclusies regionale behoefte

Op basis van het voor 2021 geprognosticeerde inwonertal in het relevante marktgebied, voorgaand gespecificeerde bezoekfrequentie en groeivoeten is het totale bezoekpotentieel geraamd (prognose aantal inwoners x bezoekfrequentie x groeivoet). Dit komt uit op 1,62 miljoen bezoeken. Om de toekomstige marktruimte te bepalen wordt dit bezoekpotentieel toebedeeld aan de gemeenten in het marktgebied, waarbij onderscheid gemaakt wordt tussen de volgende (type) locaties:

- Euroscoop Arnhem;
- Centrum Arnhem (huidige Eurocinema, nieuwe Pathé en uitbreiding Focus Filmtheater);
- Het overige aanbod in of grenzend aan het marktgebied.

Voor een specificatie van deze raming wordt verwezen naar bijlage 1. Deze toedeling is gebaseerd op onze regionale inzichten en kennis en is gebaseerd op de volgende drie criteria:

- De attractiewaarde, sterkten en zwakten van de (beoogde) locatie en het concept/type bioscoop;
- De 'natuurlijke' oriëntatie (vanuit regionale verzorgingsfunctie) op steden met bioscoopaanbod in de regio. Wij gaan hierbij uit van de toevoeging van Pathé Arnhem;
- De afstand en bereikbaarheid (of reistijd) vanuit de gemeenten naar Arnhem en andere gemeenten in de regio.

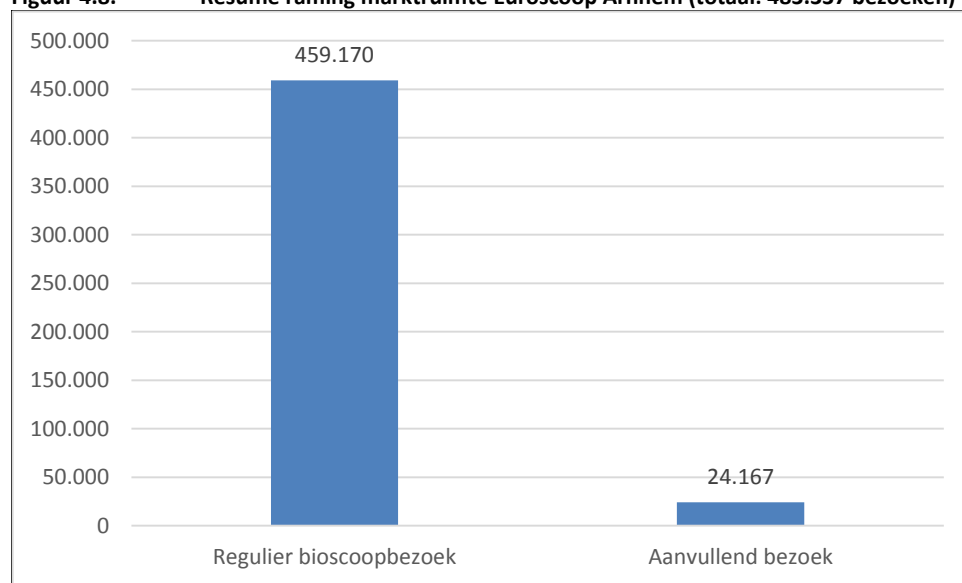
Op basis van deze drie criteria is de regio in vijf 'groepen' onderverdeeld. Onderstaand zijn deze 'groepen' opgesomd en geordend van een hoog aandeel voor Arnhem naar een laag aandeel voor gemeenten aan de buitenkant/grenzen van het relevante marktgebied. Hierbij is aangegeven hoe deze beoordeling en ordening vanuit de drie criteria moet worden gelezen:

- **Arnhem (aandeel Arnhem: 100%):** De inwoners zijn georiënteerd op de eigen gemeente. Alle bioscoopbezoeken vinden in de eigen gemeente plaats, waarbij de bioscopen ook per fiets goed bereikbaar zijn. Meer bezoeken zijn aan het centrum toebedeeld (55%), onder andere door de combinatie met andere activiteiten (uitgaan, winkelen, etc.) en vanwege de keuzemogelijkheid voor regulier bioscoop versus filmtheater;
- **Rozendaal en Westervoort (95-100%):** Voor Westervoort wordt ervan uitgegaan dat alle bezoeken in Arnhem plaatsvinden. Arnhem heeft een grote verzorgingsfunctie voor Westervoort en ligt op (zeer) korte afstand. De inwoners uit Westervoort doen naar verwachting geen beroep op voorzieningen in andere gemeenten/steden. Voor Rozendaal wordt uitgegaan van 95% van de bioscoopbezoeken en dat een zeer beperkt deel elders (vooral Apeldoorn) plaatsvindt;
- **Duiven, Renkum en Rheden (75-90%):** Deze drie gemeenten liggen op korte afstand van Arnhem. Arnhem heeft derhalve een belangrijke verzorgingsfunctie voor deze gemeenten. Inwoners uit Duiven, Renkum en Rheden zijn overwegend op Arnhem georiënteerd;
- **Doesburg, Lingewaard, Overbetuwe en Rijnwaarden (50-60%):** Het aandeel Arnhem voor deze vier gemeente is vastgesteld op minimaal 50%. Inwoners van deze gemeenten zijn gedeeltelijk ook op andere steden gericht (Nijmegen, Doetinchem). Door deze oriëntatie in combinatie met de afstand en kwaliteit van het bioscoopaanbod is de toedeling op 50 à 60% voor Arnhem vastgesteld;
- **Bronckhorst, Doetinchem, Ede, Montferland, Wageningen en Zevenaar (10-50%):** Vanuit deze gemeenten wordt naar verhouding het minste bezoek verwacht voor de bioscopen in Arnhem (zie ook de relatief lage groeivoeten). Dit wordt enerzijds veroorzaakt door de bioscopen in deze gemeenten (Doetinchem, Ede, Wageningen en Zevenaar) en anderzijds door de grote afstand, het bioscoopaanbod in de directe omgeving en daardoor mindere oriëntatie op Arnhem (Bronckhorst en Montferland).

Op basis van het voorgaande komt de raming uit op circa 459.000 reguliere bioscoopbezoeken voor Euroscoop per jaar (in bijlage 1 is de bezoekeraming nader gespecificeerd). Dit geraamde aantal reguliere bioscoopbezoeken voor Euroscoop moet als 'subtotaal' worden geïnterpreteerd. Euroscoop heeft de

aanvullende en – afgezet tegen bioscoop als hoofdactiviteit – ondergeschikte functie als congres- en bijeenkomstenruimte en als ontmoetingsplaats om naar grote sportmanifestaties, concerten, e.d. te kijken die elders plaatsvinden en ‘doorgestraald’ worden (zie ook hoofdstuk 3). Deze aanvullende functies (alternatieve content / event cinema) zijn, evenals bezoek door verblijfgasten in de regio (Veluwe), niet inbegrepen in de bezoekeraming. Dit levert extra bezoeken op. Wij gaan hierbij, mede op basis van overleg met Euroscoop (mede naar aanleiding van ervaringen elders), uit dat deze aanvullende bezoeken circa 5% van het totaal voor Euroscoop vertegenwoordigen. Dit leidt tot circa 483.000 bezoeken voor Euroscoop (zie ook onderstaande figuur). Het is niet uit te sluiten dat deze aanvullende bezoeken een lager aandeel in het totaal vertegenwoordigen (minder dan 5%). Dit verkleint de marktruimte in lichte mate, maar beïnvloedt conclusies ten aanzien van de actuele regionale behoefte niet.

Figuur 4.8. Resume raming marktruimte Euroscoop Arnhem (totaal: 483.337 bezoeken)



4.5.5. Resume raming toekomstige marktruimte

Onderstaand zijn de belangrijkste uitkomsten geresumeerd:

- Het totale aantal bezoeken in Arnhem stijgt van 498.000 (2014) naar 1,045 miljoen bezoeken (+ circa 547.000 bezoeken, ofwel + 110%);
- Het aantal bezoeken aan de nieuwe Euroscoop is, inclusief de aanvullende/ondergeschikte functies, geraamd op circa 483.000 bezoeken per jaar. Uitgaande van 2.300 stoelen betekent dit een stoelbezetting van 210. Dit is lager dan de gemiddelde stoelbezetting in Nederland (circa 220 in 2014)²³. Dit heeft geen gevolgen voor het uitgangspunt voor de capaciteit van 2.300 stoelen. In het algemeen geldt dat het bioscoopbezoek piekmomenten kent (bijv. in de weekends) en op deze momenten voldoende capaciteit en keuzemogelijkheden moet kunnen bieden. Een bepaald volume (kritische massa) zien wij derhalve als belangrijke randvoorwaarde voor succes en uiteindelijk behalen van de geprognosticeerde bezoekersaantallen;
- In het centrum zijn circa 561.500 bezoeken geprognosticeerd. Afgezet tegen het huidige aantal van 498.000 bezoeken betekent dit per saldo ook een toename. Het effect op de binnenstad is derhalve positief, ook omdat een (klein) deel van de bezoeken aan Euroscoop de binnenstad zal bezoeken;

²³ Bron: Jaarverslag 2014 Nederlandse Vereniging van Bioscoopexploitanten en Nederlandse Vereniging van Filmdistributeurs (NVB/NVF).

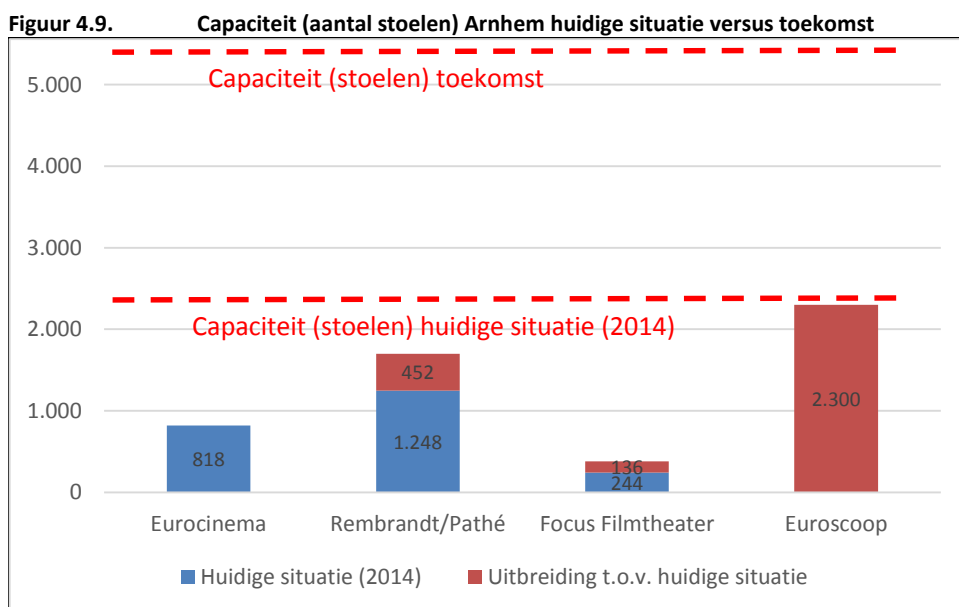
- Uitgaande van de nieuwe capaciteit van Focus Filmtheater en Pathé en behoud van Eurocinema komt de totale capaciteit in het centrum uit op circa 2.900 stoelen in de toekomst. Op basis van bovenstaand bezoekersaantal wordt de gemiddelde stoelbezetting dan circa 195;
- De gemiddelde stoelbezetting voor het totale aanbod in Arnhem (Euroscop en centrum, inclusief Eurocinema) komt in de toekomstige situatie uit op circa 200;
- Voor de regio (overig aanbod in het relevante marktgebied, inclusief de aan het relevante marktgebied grenzende gemeenten), is het aantal bezoeken geraamd op circa 600.000. Het gaat hierbij om de bioscopen in Apeldoorn, Beuningen (service bioscoop), Nijmegen, Wijchen en Zutphen. Dit aanbod trok in 2014 circa 900.000 bezoeken²⁴. Omdat deze bioscopen niet alleen uit het relevante marktgebied worden bezocht, maar ook door gemeenten daarbuiten beschouwen wij de resultaten van onze bezoeken als reëel en betrouwbaar.

4.6. Benchmark

De resultaten van de bezoeken zijn in perspectief geplaatst door deze te vergelijken met de ontwikkeling van de bioscoopmarkt in andere middelgrote steden waar aanbodsimpulsen plaatsvonden. Eerst worden de effecten in Arnhem inzichtelijk gemaakt, waarna de benchmark is uitgewerkt.

4.6.1. Arnhem

Door Pathé en de plannen voor Focus Filmtheater en Euroscop kan het aanbod in Arnhem op termijn groeien naar vier bioscopen die gezamenlijk beschikken over 29 zalen en circa 5.200 stoelen (ervan uitgaande dat de capaciteit van Eurocinema ongewijzigd blijft). Dit betekent meer dan een verdubbeling (+125%) van het huidige aantal stoelen. Onderstaande figuur maakt dit inzichtelijk en toont op bedrijfsniveau de capaciteit (aantal stoelen) in de huidige situatie en de capaciteit van eventuele plannen/ontwikkelingen.



²⁴ Bron: Jaarverslag 2014 Nederlandse Vereniging van Bioscoopexploitanten en Nederlandse Vereniging van Filmdistributeurs (NVB/NVF).

Op basis van onze bezoekraming gaan deze aanbodsimpulsen gepaard met een groei naar 1,045 miljoen bezoeken, ofwel een stijging van 547.000 bezoeken (+110%).

4.6.2. Benchmark

De benchmark bestaat vooral uit de vergelijking met Breda en Tilburg, twee andere middelgrote gemeenten met een ontwikkeling in het centrum en aan de rand van het centrum. Dit zijn in onze optiek de meest vergelijkbare referentiesteden, ook gezien de ligging buiten de Randstad, de omvang van de steden en andere (middelgrote) steden in de nabijheid met Eindhoven, Rotterdam en 's-Hertogenbosch (vgl. Nijmegen en Apeldoorn in relatie tot Arnhem):

- In Breda vestigde zich in 2008 een nieuwe binnenstadbioscoop (Mustsee, nu Pathé) en heeft Kinopolis plannen voor een nieuwe grootschalige ontwikkeling aan de rand van de stad (Bavelse Berg). In onderstaande tabel is deze nieuwe bioscoop verwerkt (circa 1.700 stoelen en de prognose van 450.000 bezoeken²⁵);
- In Tilburg zijn in korte tijd (2007 en 2008) twee grote bioscopen gerealiseerd (Euroscop en Pathé) aan de rand van de stad en in het centrum.

Tabel 4.2. Benchmark Breda en Tilburg (ontwikkeling t.o.v. jaar van opening multiplexen)

	Breda ²⁶	Tilburg	Raming Arnhem
<u>Aanbod</u>			
Aantal stoelen (na uitbreiding aanbod)	3.591	4.167	5.198
Toename (aantal stoelen)	1.898	2.309	2.888
Index (laatste jaar voor uitbreiding = 100) ²⁷	212	224	225
<u>Bezoeken</u>			
Aantal bezoeken (a uitbreiding aanbod, x 1 miljoen)	1,096	1,142	1,045
Toename (aantal bezoeken, x 1.000)	821	799	547
Index (laatste jaar voor uitbreiding = 100)	399	333	210
<u>Stoelbezetting</u>			
Stoelbezetting (2014)	305	274	201

Naast Breda en Tilburg zijn in de Belgische plaatsen Lanaken, Genk, Maasmechelen en Hasselt op relatief korte afstand van elkaar multiplexen geopend die tot aanzienlijke bezoekersaantallen hebben geleid. Dit toont het succes van verschillende aanbodsimpulsen dichtbij elkaar. Verder is een globale vergelijking gemaakt met Almere, Haarlem en Hoofddorp (zie ook tabel 4.1.).²⁸ Het aantal bioscoopbezoeken in deze drie steden is fors gestegen na opening van een grootschalige aanbieder:

- In Almere opende in 2004 Utopolis. Het aantal bezoeken in de gemeente Almere nam toe van 218.000 bezoeken in 2004 naar 372.000 bezoeken, ofwel een stijging van 71%;
- In Haarlem opende Pathé in 2011. Het aantal bezoeken in de gemeente Haarlem steeg van 324.000 bezoeken in 2010 naar 729.000 bezoeken in 2014. Dit correspondeert met een stijging van 125%;
- In Hoofddorp is de stijging van de vraag explosief geweest. Cinemeerse opende in 2012. Het aantal bezoeken in de gemeente Hoofddorp steeg van 45.000 in 2011 naar 349.000 in 2014, ofwel +676%. Hierbij moet aangetekend worden dat het bezoek in 2011 erg laag was, waardoor er sneller een naar verhouding grote sprong gemaakt kan worden.

Uit voorgaande blijkt dat de geplande uitbreiding in Arnhem (incl. de nieuwe Pathé en uitbreiding Focus) qua orde van grootte (indexcijfers) vergelijkbaar is met de gerealiseerde ontwikkeling in Tilburg en de

²⁵ Bron: persbericht Kinopolis Bavelse Berg Breda, BN/DeStem, 2014.

²⁶ De geplande bioscoop aan de rand van de stad (1.700 stoelen en de prognose van 450.000 bezoeken) is verwerkt in dit overzicht. De genoemde stoelbezetting is inclusief deze beoogde bioscoop.

²⁷ Tilburg: 2007 = 100, Breda: 2008 = 100 en Arnhem: 2014 = 100

²⁸ Bron: Jaarverslagen Nederlandse Vereniging van Bioscoopexploitanten en Nederlandse Vereniging van Filmdistributeurs (NVB/NVF).

gerealiseerde en in ontwikkeling zijnde ontwikkeling in Breda. Hierbij valt tevens op dat de absolute omvang in Arnhem (inclusief de nieuwe Pathé, uitbreiding van Focus Filmtheater en behoud van Eurocinema) met circa 5.200 stoelen groter is dan in Breda en Tilburg. Voor Breda geldt hierbij dat de afgelopen jaren het bestaande wat verouderde aanbod gesloten is.

De raming komt uit op een totaal van 1,045 miljoen bezoeken in Arnhem:

- Dit is vergelijkbaar met het huidige niveau in Tilburg (ruim 1,1 miljoen bezoeken). Het aanbod in Tilburg toont verder aan dat twee grote complexen (één in het centrum en één aan de rand van het centrum) naast elkaar kunnen bestaan en derhalve complementair zijn aan elkaar. Omdat dit een forse stijging van het bezoek betekende, moet dit gepaard zijn gegaan met positieve effecten voor het Tilburgse stadscentrum;
- Het niveau in Breda (huidige niveau (2014) plus de prognose voor de nieuwe Euroscop bioscoop komt uit op circa 1,1 miljoen bezoeken)²⁹. Dit is ook vergelijkbaar met de raming voor Arnhem. Verder blijkt uit de berichtgeving dat de bestaande aanbieders in Breda (Pathé en Chassé Cinema) een positieve grondhouding hebben tegenover de plannen van Kinopolis in Breda en deze niet als bedreigend ervaren.

De ramingen laten zien dat de ontwikkeling van Pathé en Euroscop tot een forse toename van de bioscoopvraag in Arnhem leidt. De geraamde stijging is in verhouding minder groot dan de groei in Tilburg en (deels geprognosticeerde) toename in Breda. De praktijk in Almere, Haarlem en Hoofddorp laat tevens zien dat een grote sprong in de vraag mogelijk is. Het gaat hierbij om één nieuwe aanbieder, waardoor het absolute volume minder is dan geprognosticeerd in Arnhem. Echter, een aanbodimpuls heeft hier geleid tot een grote groei van de vraag met – in geval van Haarlem en Hoofddorp – de grote concurrentie van het kwalitatief hoogwaardige en gevarieerde aanbod in Amsterdam in de regio.

4.7. Conclusies regionale behoefte

Op basis van het voorgaande wordt het volgende geconcludeerd over de regionale behoefte. Deze regionale behoefte heeft zowel een kwantitatief als kwalitatief karakter (welke aan elkaar gerelateerd zijn):

- **Kwantitatief:** Op basis van de bezoekraming wordt geconcludeerd dat er marktruimte is voor de ontwikkeling van Euroscop. De benchmark van aanbodsimpulsen in andere steden laat zien dat de geprognosticeerde bezoekgroei realistisch is. De voorgenomen ontwikkeling van Euroscop Arnhem beoordelen wij derhalve positief uit oogpunt van de actuele regionale behoefte. Euroscop kan circa 483.000 bezoeken trekken op jaarbasis. De stoelbezetting van Euroscop is met circa 210 (483.000 bezoeken gedeeld door 2.300 stoelen) iets onder het landelijk gemiddelde. Dit hoeft geen gevolgen te hebben voor het uitgangspunt van 2.300 stoelen. Voldoende kritische massa waardoor op piekmomenten (met name in de weekends) voldoende aanbod en keuze wordt aangeboden is een belangrijke randvoorwaarde;
- **Kwalitatief:** De regionale behoefte is kwantitatief onderbouwd, maar heeft ook een kwalitatief karakter. Door het specifieke concept van Euroscop op een nieuwe type locatie (rand van de stad) wordt in een nieuw bezoekmotief voor Arnhem voorzien. De beoogde ontwikkeling van Euroscop is voor een groot gedeelte complementair aan het huidige aanbod en kan deels nieuwe doelgroepen trekken. Enerzijds zal Euroscop door de ligging aan de rand van de stad sneller het karakter van 'snel een filmpje pakken' krijgen en meer door doelgroepen als gezinnen met kinderen worden bezocht uit suburbane gebieden (minder op centrum georiënteerd, parkeergemak, etc.). Anderzijds heeft een deel van de bezoeken het karakter van een avondje/dagje uit door de mix van leisure-, retail- en horecafuncties in hetzelfde gebied en/of gebouw als gevolg van de voorziene stedelijke

²⁹ Bron: Nederlandse Vereniging van Bioscoopexploitanten en Nederlandse Vereniging van Filmdistributeurs (NVB/NVF).

ontwikkeling. Verder is de verwachting dat Euroscoop een relatief sterke positie heeft om bezoekers uit de randgemeenten/regio te trekken en te 'triggeren' tot bioscoopbezoek, omdat de locatie snel en efficiënt bezocht kan worden met de comfort van gemakkelijk en goedkoop parkeren.

5. TREDE 2: LOCATIE (BIOSCOOP)

5.1. Inleiding

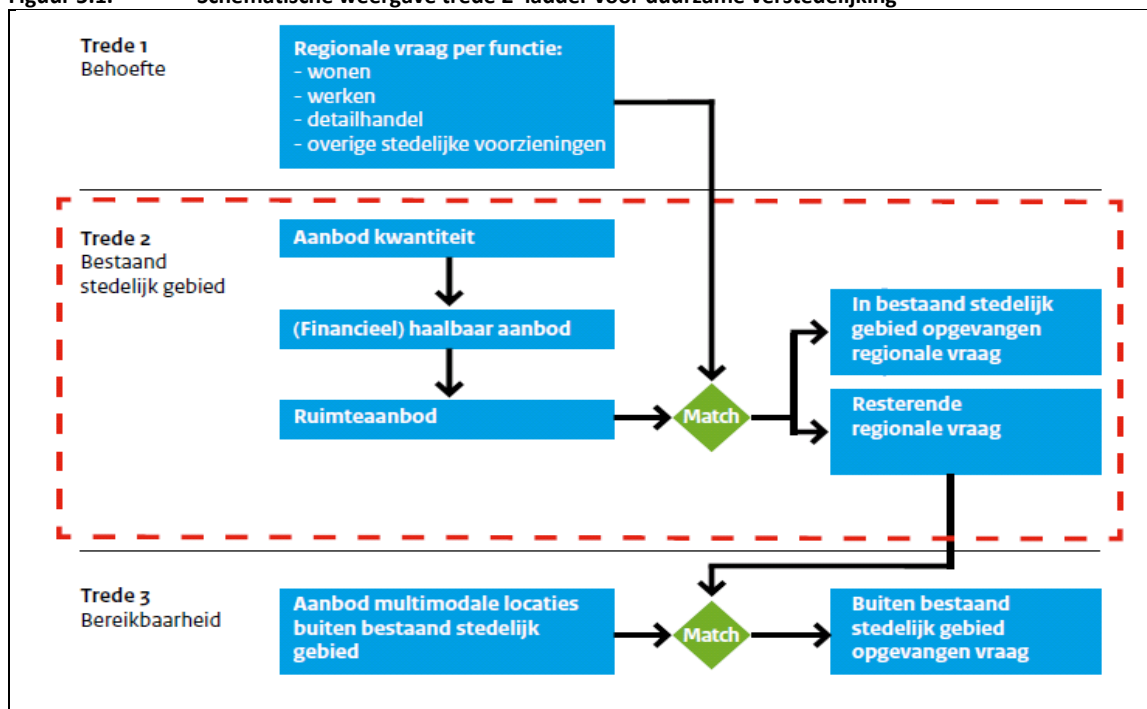
In dit hoofdstuk wordt de tweede trede van de 'ladder voor duurzame verstedelijking' beoordeeld. Volledigheidshalve is de relevante passage uit artikel 3.1.6 lid 2 van het Bro nog herhaald.

b.indien uit de beschrijving, bedoeld in onderdeel a, blijkt dat sprake is van een actuele regionale behoefte, wordt beschreven in hoeverre in die behoefte binnen het bestaand stedelijk gebied van de betreffende regio kan worden voorzien door benutting van beschikbare gronden door herstructurering, transformatie of anderszins

In de tweede trede wordt aldus ingegaan op de vraag in hoeverre de actuele regionale behoefte zoals beoordeeld in voorgaand hoofdstuk binnen het bestaand stedelijk gebied kan worden voorzien door benutting van de beschikbare gronden door herstructurering, transformatie of anderszins. Om deze vraag te beantwoorden worden achtereenvolgens de volgende drie deelstappen doorlopen (zie ook onderstaande figuur zoals opgenomen in de eerder genoemde handreiking van het Ministerie van Infrastructuur en Milieu):

- De beschikbare ruimte (aanbod kwantiteit) (5.2.);
- De (financiële) haalbaarheid (kwaliteit) (5.3.);
- Het ruimteaanbod (5.4.)

Figuur 5.1. Schematische weergave trede 2 'ladder voor duurzame verstedelijking'



Nadat deze drie deelstappen doorlopen zijn worden trede 1 en trede 2 met elkaar in samenhang gebracht en bepaald in hoeverre de regionale behoefte volledig kan worden opgevangen binnen het stedelijk gebied (5.5.).

5.2. Aanbod kwantiteit

De beoogde planlocatie van de Euroscop bioscoop in Arnhem is het huidige Rijnhal/Olympusterrein (zie hoofdstuk 3 voor de beschrijving c.q. beoordeling). In de deelstap ‘aanbod kwantiteit’ onder de tweede trede van de ‘ladder voor duurzame verstedelijking’ wordt geïnventariseerd in hoeverre er in het stedelijk gebied in de actuele regionale behoefte kan worden voorzien door benutting van beschikbare gronden door herstructurering, transformatie of anderszins (zie wettelijk kader ‘ladder voor duurzame verstedelijking’, hoofdstuk 2). Deze inventarisatie kent twee invalshoeken:

- Vanuit gemeentelijk/regionale ambities kunnen bepaalde gebieden of panden in aanmerking komen voor intensivering, herontwikkeling of transformatie (5.2.1.);
- De kansen, problemen of de dynamiek in een gebied kunnen aanleiding bieden tot verandering van het ruimtegebruik (5.2.2.).

Op basis van navraag bij de gemeente Arnhem zijn deze twee invalshoeken beoordeeld. Aanvullende gebieden/panden die op regioniveau in aanmerking komen zijn niet bekend.

5.2.1. Gemeentelijke/regionale ambities

De gemeentelijke ambities ten aanzien van de herontwikkeling, transformatie en intensivering van het stedelijk gebied zijn verwoord in de gemeentelijke ‘visie op transformatie’ (maart 2015). In deze visie zijn prioriteitsgebieden en –panden benoemd. Tegengaan van leegstand en inzetten op transformatie c.q. herontwikkeling in deze gebieden en panden is belangrijker dan elders in het bestaand stedelijk gebied. Deze gebieden en panden moeten als ‘longlist’ worden geïnterpreteerd. In de volgende paragraaf worden deze nader beoordeeld en gewogen met een ‘short list’ van in potentie geschikte gebieden/panden als resultaat.

Prioriteitsgebieden

In overleg met de gemeente Arnhem zijn twee prioriteitsgebieden relevant uit oogpunt van de beoogde ontwikkeling van de Euroscop bioscoop. Dit zijn:

- Winkelcentrum Presikhaaf e.o. met, naast het winkelcentrum, diverse kantoorgebouwen en Hogeschool Arnhem;
- Winkelcentrum Kronenburg e.o. dichtbij het huidige Rijnhal/Olympusterrein.

Prioriteitspanden

Naast prioriteitsgebieden wordt prioriteit gegeven aan de transformatie van beeldbepalende gebouwen in Arnhem die een grote invloed hebben op hun omgeving. Dit zijn de zogenaamde prioriteitspanden, zie onderstaande tabel (dit overzicht moet geïnterpreteerd worden als ‘longlist’)³⁰.

³⁰ Bron: visie op transformatie, gemeente Arnhem, maart 2015.

Tabel 5.1. Overzicht prioriteitspanden

Prioriteitspand	Adres
KPN	Apeldoornsestraat 9
VM Tennet	Arnhems Buiten
Electranet	Arnhems Buiten
MO	Broerenstraat 3
Grote broer	Broerenstraat 39
Eusebiushof	Eusebiusbuitensingel 63-80
Marktstaete	Eusebiusplein 1a
Rijkswaterstaattoren	Gildemeesterplein 1-2
Rijnpoort	Groningensingel 1
Kantoorgebouw IJssellaan	IJssellaan 82
Vesta	Jansbuitensingel 5
Ster polis	Jansbuitensingel 23
CMS	Jansbuitensingel 24
Stadsatelier	Kleine Oord 33
Coberco	Nieuwe Kade 1
Arnhem Building	Nieuwe Oeverstraat 50
VM KvK	Nieuwe Plein 1a
Pels Rijcken	Pels Rijkenstraat 5
Ohra	Rijksweg-West 2
DLG	Velperweg 9
ING	Velperweg 45
Akzo	Velperweg 76
Corus	Westervoortsedijk 65

Naast bovenstaande panden kan het huidige Rembrandt theater in potentie ook in aanmerking komen. Andere geschikte panden en/of gebieden zijn niet geïdentificeerd binnen de relevante regio.

5.2.2. *Kansen, problemen en dynamiek gebied*

De situatie en dynamiek in een gebied kan aanleiding zijn tot herontwikkeling, transformatie of intensivering. Uit dit oogpunt is het gebied IJsseloord 2 een potentiële ontwikkelingslocatie. IJsseloord 2 is een bedrijventerrein ten oosten van het centrum van Arnhem nabij de kernen Velp en Westervoort aan de snel- c.q. provinciale wegen A12, A348 en N325. Op IJsseloord 2 zijn diverse beschikbare kavels te vinden (zie onderstaande kavelkaart³¹). De beschikbare kavels zijn in deze figuur weergegeven in donkerblauw (bedrijfsruimte), rood (kantoorruimte) en paars (kantoor en/of bedrijfsruimte). In de invulling van deze beschikbare kavels wordt niet alleen naar bedrijven/kantoren gekeken, maar ook naar andersoortige functies.

³¹ Bron: www.ijsseloord2.nl

Figuur 5.2. Kavelkaart IJsseloord 2



5.3. (Financieel) haalbaar aanbod

5.3.1. Afwegingscriteria

De vorige deelstap heeft geleid tot een overzicht van de beschikbare ruimte in het bestaand stedelijk gebied (long list). Beschikbare ruimte staat echter niet gelijk aan geschikte ruimte. In de tweede deelstap – ‘(financieel) haalbaar aanbod’ – wordt ingeschat of een locatie geschikt is voor (her)ontwikkeling of transformatie. Met andere woorden, de ‘long list’ wordt teruggebracht tot een ‘short list’. In de volgende tabel zijn de afwegingscriteria vermeld om de ‘long list’ te toetsen³².

Tabel 5.2. Afwegingscriteria ‘(financieel) haalbaar aanbod’

Ruimtelijk	- Een ruimtebeslag van ruim 1 hectare (bioscoop, inclusief parkeergarage) - Voldoende hoogte van 12 tot 16 meter³³
Kenmerken locatie	- Indeling/structuur geschikt voor ontwikkeling 10 bioscoopzalen, inclusief entree, in pandige horeca, ondersteunende/technische ruimte en ruimte voor horeca aan de buitenzijde - Locatie aan de rand van het stadscentrum en daaraan verbonden de duidelijk andere positionering van Euroscop ten opzichte van de binnenstadsbioscopen - Leegstand in bestaande gebouwen: voorkeur grote aansluitende oppervlakten in plaats van versnipperd karakter - Structuur grondeigendom: voorkeur voor één eigenaar in plaats van versnipperd grondeigendom - Urgentie en draagvlak voor (her)ontwikkeling - Aanwezige vrijetijdsstromen in het gebied zijn een pré. Recreanten komen ook vanuit andere aanleidingen/motieven en komen in aanraking met Euroscop

³² In de vaststelling van deze afwegingscriteria is zo veel mogelijk aangesloten bij de drie invalshoeken voor beoordeling van de (financiële) haalbaarheid conform de ‘Handreiking ladder voor duurzame verstedelijking, Ministerie van Infrastructuur en Milieu: wenselijkheid, wet- en regelgeving en financieel.

³³ Opgave Euroscop.

5.3.2. Toets (financiële) haalbaarheid locaties

In deze paragraaf zijn de verschillende ontwikkelingslocaties beoordeeld vanuit bovenstaande afwegingscriteria.

Huidige Rijnhal/Olympusterrein

De planlocatie is reeds geïntroduceerd en beoordeeld in hoofdstuk 3³⁴. Onderstaand is deze locatie beoordeeld op basis van de afwegingscriteria:

- Ruimtelijk: Zoals uit tekeningen en plattegronden blijkt is de Euroscop goed inpasbaar op deze locatie. Omdat het om nieuwbouw gaat, vormen de hoogte en vereiste ruimtelijke indeling ook geen probleem;
- Kenmerken locatie:
 - Deze locatie ligt aan de rand van het stadscentrum;
 - Euroscop maakt, samen met de voorziene ondersteunende horecavoorzieningen, de beoogde Decathlon vestiging en andere bestaande en geplande sport-, vrijetijds- en onderwijsvoorzieningen, onderdeel uit van een geïntegreerde stedelijke ontwikkeling. Deze stedelijke ontwikkeling betekent een impuls voor het gebied, waarvan ook omliggende wijken kunnen meeprofiteren (uitstraling, werkgelegenheid, ondersteunende voorzieningen);
 - Het gebied heeft één eigenaar (gemeente Arnhem), waardoor de ontwikkeling en de urgentie hiervan gedragen wordt. Bovendien heeft het gebied voor de gemeente een hoge prioriteit voor herontwikkeling.

Prioriteitsgebieden Winkelcentrum Presikhaaf e.o. en Winkelcentrum Kronenburg e.o.

- Ruimtelijk: Er is ruimte beschikbaar in beide winkelcentra (leegstand), maar de vrijstaande ruimte ligt versnipperd in de winkelcentra en is (veel) te gering in relatie tot de vereiste metrages. Door herstructurering of transformatie van deze winkelcentra kan niet in de actuele regionale behoefte worden voorzien. Een grondige verbouwing ((deels) nieuwbouw en uitbreiding) is immers noodzakelijk;
- Kenmerken locatie: De locatie ligt aan de rand van de stad, maar kan niet profiteren van aanwezige vrijetijdsstromen.

Beide winkelcentra scoren minder positief op met name de ruimtelijke vereisten en zijn geen onderdeel van de 'short list'.

Prioriteitspanden gemeente Arnhem

De meeste prioriteitspanden (zie tabel 5.1.) liggen in het centrum van Arnhem. Euroscop positioneert zich nadrukkelijk als bioscoop aan de rand van het centrum en boort als gevolg van deze locatie nieuwe doelgroepen aan voor de stad vergeleken met de bioscoop in het centrum. Derhalve vallen de meeste prioriteitspanden af (inclusief het huidige Rembrandt theater). De volgende panden liggen aan de rand van de stad en zijn in potentie kansrijk:

- Rijnpoort (Groningensingel 1);
- Ohra (Rijksweg-West 2);
- ING (Velperweg 45);
- Akzo (Velperweg 76);
- Corus (Westervoortsedijk 65).

In deze panden kan niet worden voorzien in de actuele regionale behoefte door herstructurering, transformatie of anderszins:

³⁴ Zie ook 'Leisurepark Olympus – Nota van randvoorwaarden, gemeente Arnhem, 2012'.

- Ruimtelijk: Deze panden voldoen niet aan de vereiste metrages, hoogtes en/of hebben een dergelijk specifieke opzet en indeling. Euroscoop is niet inpasbaar in deze bestaande panden of gaat gepaard met hoge kosten en (gedeeltelijk) nieuwbouw;
- Locatie kenmerken:
 - In de omgeving van deze panden is weinig synergie mogelijk. Er zijn geen voorzieningen met grote bezoekersstromen in de nabije omgeving, zoals andere leisure en/of retailfuncties. De functionele mogelijkheden tot meeliften met andere voorzieningen zijn derhalve beperkt, waardoor bioscoopbezoek gericht deze locaties moet bezoeken en er niet geprofiteerd kan worden van bestaande traffic en de gebiedsimpulsen relatief klein zijn;
 - Daarnaast liggen een aantal locaties noordelijk van de Rijn (van toepassing op ING, Akzo en Corus). Dit leidt tot weinig extra marktbereik ten opzichte van de bestaande bioscopen in het centrum.

Gebied IJsseloord 2

Het gebied IJsseloord 2 is als volgt beoordeeld:

- Ruimtelijk: Dit gebied voldoet aan de ruimtelijke eisen voor een Euroscoop bioscoop. Verschillende beschikbare kavels voldoen aan het vereiste ruimtebeslag van ruim 1 hectare. Een bioscoop is derhalve inpasbaar binnen dit gebied;
- Locatie kenmerken:
 - De locatie ligt buiten het stadscentrum en is goed bereikbaar per auto;
 - De locatie ten oosten van de stad maakt IJsseloord 2 ten opzichte van Rijnhal/Olympusterrein interessanter voor de gemeenten in het marktgebied ten oosten van Arnhem. Hier staat tegenover dat de afstand tot de binnenstad dermate groot is wat minder uitnodigt tot combinatiebezoeken met horeca/winkelen in de binnenstad;
 - Het gebied is geheel in handen van IJ2 BV;
 - De beoogde ontwikkeling van het gebied vereist een bestemmingsplanwijziging. Voor IJsseloord 2 wordt al jarenlang een nieuw bestemmingsplan voorbereid, omdat het huidige bestemmingsplan ouder dan 10 jaar is;
 - Er zijn nauwelijks mogelijkheden om mee te liften op aanwezige bezoekersstromen op dit moment noch in de toekomst.

5.4. Ruimteaanbod

Na de beoordeling van de (financiële) haalbaarheid wordt in de derde en laatste deelstap ('ruimteaanbod') een schifting in de mogelijke ontwikkelingslocaties gemaakt. Op basis van de beoordeling in de voorgaande paragraaf zijn twee locaties geschikt om in de actuele regionale behoefte voor een nieuwe bioscoop te voorzien: het huidige Rijnhal/ Olympus terrein en het gebied IJsseloord 2. Beide locaties voldoen aan de vereiste ruimtelijke criteria. De locatie specifieke kenmerken beoordelen wij beter voor het Rijnhal/Olympus terrein:

- De afstand tot het stadscentrum is korter, waardoor horeca en detailhandel meer profiteren van de ontwikkeling van Euroscoop;
- In het Rijnhal gebied is reeds veel traffic. Als gevolg van de gebiedsplannen zal dit in de toekomst alleen maar verder toenemen. In hoofdstuk is dit reeds toegelicht. Dit in tegenstelling tot IJsseloord 2, waar een bioscoopontwikkeling een solitaire voorziening lijkt te worden. De mogelijkheden tot meeliften zijn beperkt en worden naar verwachting ook niet aanzienlijk groter in de toekomst.

5.5. Match vraag en aanbod

In hoofdstuk 4 is aangetoond dat de beoogde ontwikkeling van de Euroscoop bioscoop (10 zalen, 2.300 stoelen) voorziet in een actuele regionale behoefte. Deze nieuwe stedelijke ontwikkeling kan volledig worden ingevuld binnen het stedelijk gebied. Er zijn geen bestaande (leegstaande) panden die door transformatie, herstructurering of anderszins kunnen voorzien in deze actuele regionale behoefte. Dit kan wel op de beoogde locatie op het huidige Rijnhal/Olympusterrein en in het gebied IJsseloord 2. Het huidige Rijnhal/Olympusterrein heeft meer potentie dan IJsseloord 2. Het plan is goed inpasbaar in het Rijnhal/Olympusterrein en maakt onderdeel uit van een geïntegreerde stedelijke ontwikkeling. Euroscoop kan meeliften op de bezoekersstromen in het gebied en betekent een impuls voor de verdere ontwikkeling van het gebied. Euroscoop zorgt niet alleen voor economische effecten in het gebied (bestedingen en werkgelegenheid), draagt bij aan de uitstraling en imago van het gebied en zorgt voor positieve effecten op de leefbaarheid waar ook de omliggende wijken van kunnen profiteren.

Omdat Euroscoop in bestaand stedelijk gebied komt, is de derde trede van de 'ladder voor duurzame verstedelijking' niet aan de orde. Dit neemt niet weg dat het Rijnhal/Olympusterrein goed bereikbaar is, zowel per fiets, auto als per OV.

6. HORECA

6.1. Inleiding

Als onderdeel van de beoogde Euroscoop bioscoop worden horecavoorzieningen gerealiseerd. Het gaat hierbij enerzijds om in pandige/onzelfstandige horeca. Deze in pandige horeca wordt bezocht als onderdeel van het filmbezoek voor eten en drinken voorafgaand aan en tijdens de voorstelling. Deze in pandige horeca wordt alleen bezocht door bioscoopbezoekers. De actuele regionale behoefte voor deze in pandige horeca is daarom direct afhankelijk van de bioscoop. Naast deze in pandige horeca zijn ook uit pandige/zelfstandige horecavoorzieningen onderdeel van de plannen. De uitgangspunten voor deze zelfstandige horeca zijn allereerst uiteengezet (6.2.). Vervolgens is de actuele regionale behoefte voor deze zelfstandige horeca beoordeeld. Allereerst wordt ingegaan op het huidige horeca aanbod in Arnhem (6.3.) en wordt gekeken naar het potentieel/impact die vanuit de bioscoopbezoeken te verwachten is (6.4.). Op basis hiervan worden conclusies getrokken over de actuele regionale behoefte (6.5.) en wordt bepaald of in het stedelijk gebied in deze behoefte kan worden voorzien (6.6.).

6.2. Uitgangspunten uit pandige/zelfstandige horeca

Zoals in hoofdstuk 3 reeds kort is uiteengezet worden voor de uit pandige/zelfstandige horeca drie verschillen typen concepten beoogd:

- Eetcafé (400-450 m² BVO), waarbij wordt gedacht aan een formule als de 'Beren eetcafés';
- Fastfoodrestaurant/lunchroom (200-250 m² BVO), waarbij wordt gedacht aan een formule als Subway;
- Fastfoodrestaurant (450-500 m² BVO), waarbij wordt gedacht aan een formule als McDonald's (incl. McDrive).

De totale capaciteit van de zelfstandige horeca bedraagt 1.050 tot 1.200 m² BVO. Dit komt ongeveer overeen met 900 tot 1.025 m² verkoopvloeropervlakte.

Zoals vermeld wordt gedacht aan formules als de 'Beren eetcafés', Subway en McDonald's. Euroscoop heeft goede ervaringen met de 'Beren eetcafés'. Op korte afstand van Euroscoop Tilburg bevindt zich een Beren eetcafé (Bommel Beer). Voorbeelden van andere bioscopen met een Beren eetcafé in de nabijheid zijn Pathé De Kuip en Pathé Schouwburgplein Rotterdam. Daarnaast wordt gedacht aan een tweetal fastfoodconcepten met nadrukkelijk een verschillende positionering die ieder inspelen op eigen bezoeken.

6.3. Horecabeleid en -aanbod gemeente Arnhem

Horecabeleid

In 2005 is de meest recente horecanota in de gemeente Arnhem gepubliceerd. Hierin komt naar voren dat horeca moet zijn afgestemd op de kenmerken en functies van een specifiek gebied/locatie. Het Rijnhal gebied is hierin benoemd als nieuw horecagebied, waarbij het belangrijk is dat de horeca een eigen vraag creëert. Relevant is verder dat in de nota de horecavoorzieningen bij winkelcentra vooral als ondersteunende functies voor detailhandel/winkelen worden gezien.

Horeca aanbod

Op basis van beschikbare databanken (Locatus, Bedrijfschap Horeca & Catering) zijn in Arnhem zo'n 466 tot 476 horecabedrijven gevestigd met in totaal zo'n 82.750 m² verkoopoppervlakte. Dit betekent circa

31-32 bedrijven per 10.000 inwoners. Ten opzichte van nabijgelegen gemeenten als Apeldoorn en Nijmegen beschikt Arnhem over een relatief hoge horecadichtheid. In Apeldoorn en Nijmegen kwam de horecadichtheid uit op respectievelijk circa 23 en 29 bedrijven per 10.000 inwoners³⁵.

Om de actuele regionale behoefte te beoordelen is het relevant te weten waar dit horeca aanbod is gevestigd. In Arnhem-Zuid³⁶ bevinden zich 57 bedrijven³⁷, ofwel 12% van alle bedrijven in de gemeente Arnhem bevindt zich in de directe omgeving van het huidige Rijnhal/Olympus terrein. Hierbij dient te worden opgemerkt dat in Arnhem-Zuid bijna de helft van de inwoners woonachtig zijn. Het aanbod in Arnhem-Zuid heeft grotendeels een lokaal/wijkgebonden karakter. Uitzonderingen hierop vormen de winkelcentra Kronenburg en Drieslag (respectievelijk 9 en 11 horecapunten). Deze aanbieders zijn echter niet of nauwelijks concurrerend met de uitpandige/zelfstandige horeca bij Euroscop. Deze horeca bij de twee winkelcentra is vooral winkelondersteunend. Dat wil zeggen dat deze horeca zeer beperkt wordt bezocht als het winkelcentrum 's avonds gesloten is, zijn er naar verwachting niet of nauwelijks concurrerende effecten voor Euroscop.

Daarnaast moet de bestaande horeca bij het Gelredome genoemd worden (onder andere een McDonald's vestiging). Deze horecavoorzieningen worden vooral op dagen met evenementen en sportwedstrijden gericht bezocht. Voor de horeca bij Euroscop is dit ook niet of nauwelijks concurrerend, aangezien het bezoek een andere achtergrond kent en betrekking heeft op verschillende deelgebieden. Tot slot is de planvorming van Decathlon noemenswaardig. Onderdeel van deze plannen is een horecavoorziening van circa 1.500 m² BVO welke ook autonoom bezocht kan worden. Deze horecavoorziening kan concurrerend zijn voor de uitpandige/zelfstandige horeca bij Euroscop. Echter, omdat zowel Decathlon als Euroscop putten uit hun eigen klandizie (detailhandels- en bioscoopbezoekers) kunnen zij naast elkaar bestaan en gezamenlijk het Rijnhal gebied meer uitstraling geven en op de kaart zetten als (bijzondere/thematische) horecabestemming.

6.4. Potentieel vanuit bioscoopbezoek

Het aantal bioscoopbezoeken is geraamd op circa 483.000 op jaarbasis (inclusief event cinema, zie hoofdstuk 4). Op basis van het ContinuVrijeTijdsOnderzoek (CVTO) is bekend dat de gemiddelde horecabestedingen per bioscoopbezoekers circa € 2,80 bedragen. Dit bestaat voor een groot deel uit de inpandige horeca en voor een klein deel uit autonome bestedingen bij zelfstandige/reguliere horeca. Het totale omzetpotentieel voor de horeca bij Euroscop welke wordt gegenereerd door de bioscoopbezoekers is echter aanzienlijk groter. Op basis van statistieken (CVTO) en ervaringscijfers is dit omzetpotentieel als volgt ingeschat:

- 25-30% van de bioscoopbezoeken bezoekt voorafgaand aan of na afloop van bioscoopbezoek de uitpandige/zelfstandige horeca (op basis van ervaringscijfers en gegevens aangaande combinatiebezoeken van horeca en bioscoopbezoek voor binnenstadsbioscopen en bioscopen aan de rand van steden uit eerdere bioscoopstudies);
- Wanneer de zelfstandige horeca wordt bezocht wordt gemiddeld € 10,50³⁸ per persoon besteed, kijkend naar de gemiddelde bestedingen bij de beoogde formules (2x fastfood, 1x eetcafé en rekening houdend dat 25% van de bezoeken enkel een drankje nuttigt);
- Dit leidt tot een totaal omzetpotentieel van circa € 1,4 miljoen bij de zelfstandige horeca. Wij beschouwen dit omzetpotentieel als een ondergrens (nog exclusief de gemiddelde inpandige) horecabestedingen. Echter, omdat deze berekening gebaseerd is op een aantal aannamen is het

³⁵ Bron: Bedrijfschap Horeca & Catering.

³⁶ Het gaat hierbij om Malburgen, Schuytgraaf, Elderveld, Elden, De Laar, Vredenburg, Kronenburg en Rijkerswoerd.

³⁷ Bron: Locatus.

³⁸ Bron: CVTO.

realistisch van dit potentieel uit te gaan en geeft deze een betrouwbaar beeld van het potentieel bij de uitpandige horeca vanuit de bioscoopbezoekers;

- Om dit omzetspotentieel te vertalen naar vierkante meters is deze gedeeld door het gemiddelde vloerproductiviteit op basis van de gemiddelden in Arnhem (2x fastfood en 1x eetcafé/restaurant)³⁹. Dit gemiddelde komt uit op € 2.740 per m²;

Op basis hiervan komen de metrages die voor de uitpandige/zelfstandige horeca uitsluitend voor de bioscoopbezoekers nodig zijn op minimaal ruim 500 m² verkoopoppervlakte. Dit vertegenwoordigt al 50-55% van de beoogde verkoopoppervlak aan zelfstandige horeca. Dit is nog exclusief andere autonome doelgroepen, waarvoor met de beoogde drie concepten grote aanknopingspunten liggen. De beoogde horeca zal ondersteunend zijn aan de sport- en educatieve functies in het gebied en ook autonoom publiek uit Arnhem en een bredere regio (inclusief passanten) trekken. Daarnaast kan de horeca bij Euroscop een lokale functie invullen voor inwoners in Arnhem-Zuid, een gebied met circa de helft van het aantal inwoners in Arnhem maar met op dit moment een zeer bescheiden horeca aanbod.

6.5. Conclusies trede 1: actuele regionale behoefte

Gezien de kleine toevoeging aan het aanbod in de gemeente (toename van circa 1%) hebben de uitpandige/zelfstandige horecavoorzieningen vooral een marktvergroterend effect. Dit ook mede gezien het feit dat door de bioscoopbezoekers al behoefte is aan ruim de helft van de voorziene metrages en daarnaast ook aanvullende/autonome bezoekers kunnen worden aangetrokken. Hier komt verder bij dat de horecapunten bij de winkelcentra Kronenburg en Drieslag en bij Gelredome niet of nauwelijks concurrerend zijn.

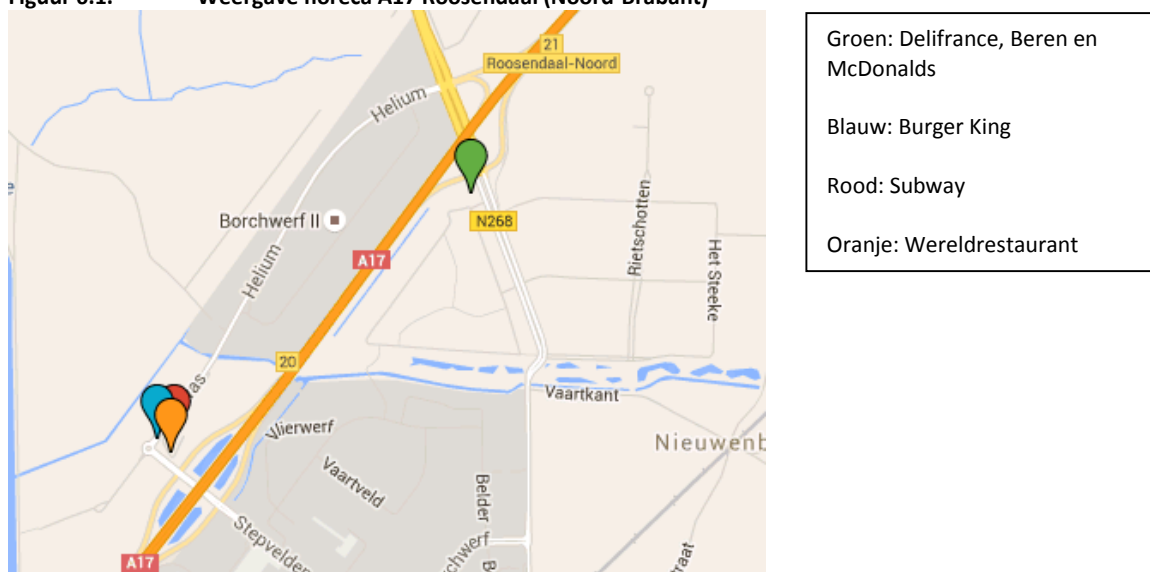
Met andere woorden, de zelfstandige horeca voorziet in een actuele regionale behoefte. In de directe omgeving vinden er eerder marktvergroterende dan –verdringende effecten plaats. Het is niet uit te sluiten dat bepaalde ondernemers hinder ondervinden en dat dit op sommige plaatsen tot leegstand leidt. Dit kan echter ook optreden ongeacht de realisatie van Euroscop en horeca en is ook van andere factoren afhankelijk zoals productvernieuwing, onvoldoende vraaggerichte bedrijfsvoering, etc.

Dat verschillende restaurants cq. fastfoodaanbieders op zeer korte afstand van elkaar kunnen opereren bewijst de huidige situatie langs de A17 bij Roosendaal (Noord-Brabant). Aan weerszijden van de weg zijn hier Delifrance, een Beren eetcafé, Subway, McDonald's, een Wereldrestaurant en Burger King gevestigd (zie ook onderstaande figuur). Andere voorbeelden zijn:

- Langs de A27 bij Meerkerk met een McDonald's, AC restaurant, Starbucks en een tankstation met lunchgelegenheid;
- Langs de A13 bij Delft met een Burger King, HAS Döner, Subway en Hajé Brasserie;
- Langs de A2 bij Amsterdam-Zuidoost met een Kentucky Fried Chicken, Sizzling Wok en McDonald's.

³⁹ Bron: Bedrijfschap Horeca & Catering en Centraal Bureau voor de Statistiek, bewerkt door ZKA.

Figuur 6.1. Weergave horeca A17 Roosendaal (Noord-Brabant)



6.6. Trede 2: locatie

In de directe omgeving is geen leegstaand vastgoed met voldoende ruimte of passende uitstraling en profiel voor vestiging van de beoogde horecaformules die – conform andere bioscoopvestigingen – verbonden zijn met de Euroscop bioscoop. Daarnaast ontbreekt elders de samenhang en synergie met een bioscoopvoorziening, alsmede de potenties van de sport, educatie en leisurecluster. Binnen het bestaand stedelijk gebied zijn aan de rand van het stadscentrum derhalve geen locaties beschikbaar die door herstructurering, transformatie of anderszins kunnen voorzien in de actuele regionale behoefte.

7. CONCLUSIES

Op basis van voorgaande analyses wordt het volgende geconcludeerd:

- Euroscoop heeft plannen voor de ontwikkeling van een nieuwe multiplex bioscoop op het huidige Rijnhal/Olympusterrein in Arnhem. Het plan heeft een omvang van 10 zalen en 2.300 stoelen, inpandige en uitpandige/zelfstandige horeca en maakt onderdeel uit van een geïntegreerde gebiedsontwikkeling van en rond de Rijnhal;
- Omdat de beoogde ontwikkeling een nieuwe stedelijke ontwikkeling betreft waarvoor een bestemmingsplanwijziging noodzakelijk is, is een onderzoek conform de 'ladder voor duurzame verstedelijking' uitgevoerd. Dit onderzoek heeft aangetoond dat er een actuele regionale behoefte is voor de beoogde Euroscoop, alsmede voor de uitpandige/zelfstandige horeca;
- Het aantal bezoeken aan Euroscoop is geprognosticeerd op circa 483.000 per jaar. Naast deze kwantitatieve analyse heeft de regionale behoefte nadrukkelijk een kwalitatief karakter. De locatie aan de rand van de stad is een belangrijk onderdeel van het concept. Het concept richt zich op andere doelgroepen dan binnenstadsbioscopen. Bezoek aan Euroscoop heeft sneller het karakter van 'snel een filmpje pakken' en trekt derhalve in mindere mate op het centrum georiënteerd publiek. De goede bereikbaarheid, het parkeergemak, voorzieningen in het gebied en in het gebouw (horeca) zijn belangrijke bezoekmotieven, waardoor de positionering van Euroscoop anders is dan die van binnenstadsbioscopen. Daarnaast kan Euroscoop bijdragen aan de beoogde ontwikkeling van het huidige Rijnhal/Olympus terrein;
- Er zijn binnen het bestaand stedelijk gebied geen bestaande (leegstaande) locaties waar beter voorzien kan worden in de regionale behoefte voor Euroscoop Arnhem (bioscoop en horeca) dan het huidige Rijnhal/Olympus terrein. Andere in potentie geschikte panden of gebieden scoren minder positief op de verschillende relevante criteria. Euroscoop leidt derhalve niet tot onnodig nieuw ruimtebeslag en heeft geen leegstand tot gevolg dat er uit oogpunt van een goede ruimtelijke ordening onaanvaardbare situatie in de regio ontstaat.

Bijlage 1 Raming toekomstige marktruimte

Gemeente	Bevolkings- prognose	Bezoek- frequentie	Groeivoet	Bezoekpotentieel	%	Euroscop	%	Centrum Arnhem	%	Overig regio
Arnhem	159.600	2,2	1,75	614.460	45,0%	276.507	55,0%	337.953	0%	0
Bronckhorst	34.500	1,2	1,1	45.540	15,0%	6.831	15,0%	6.831	70%	31.878
Doesburg	11.900	1,3	1,3	20.111	30,0%	6.033	30,0%	6.033	40%	8.044
Doetinchem	55.400	2,2	1,1	134.068	10,0%	13.407	10,0%	13.407	80%	107.254
Duiven	24.800	1,2	1,3	38.688	45,0%	17.410	45,0%	17.410	10%	3.869
Ede	112.800	2,2	1,1	272.976	0,0%	0	10,0%	27.298	90%	245.678
Lingewaard	46.100	1,2	1,3	71.916	30,0%	21.575	20,0%	14.383	50%	35.958
Montferland	32.200	1,3	1,1	46.046	20,0%	9.209	20,0%	9.209	60%	27.628
Overbetuwe	47.600	1,2	1,3	74.256	35,0%	25.990	25,0%	18.564	40%	29.702
Renkum	30.800	1,3	1,3	52.052	25,0%	13.013	50,0%	26.026	25%	13.013
Rheden	43.100	1,3	1,3	72.839	40,0%	29.136	50,0%	36.420	10%	7.284
Rijnwaarden	10.900	1,2	1,3	17.004	30,0%	5.101	30,0%	5.101	40%	6.802
Rozendaal	1.500	1,2	1,3	2.340	35,0%	819	60,0%	1.404	5%	117
Wageningen	39.500	1,7	1,1	73.865	10,0%	7.387	20,0%	14.773	70%	51.706
Westervoort	14.700	1,2	1,3	22.932	50,0%	11.466	50,0%	11.466	0%	0
Zevenaar	32.700	1,7	1,1	61.149	25,0%	15.287	25,0%	15.287	50%	30.575
Subtotaal	698.100			1.620.242		459.170		561.565		599.508
Totaal						483.337		561.565		