Gemeente Assen

# Horecavisie gemeente Assen




Conceptrapport / 4 april 2024

# INHOUD


## Inleiding 1

1.1 Aanleiding en doel 2
1.2 Participatie 4

## Ambitie en visie 5

2.1 De basis op orde 6
2.2 Ambitie en visie 9
2.3 Match huidig aanbod met ambitie 11
2.4 Uitwerkingen deelgebieden binnenstad 16

## Beleidsregels 19

3.1 Ruimtelijk beleid 20
3.2 Beleidsregels en sturingsinstrumenten 21

# Samenvatting

Voorliggende horecavisie beschrijft op welke locaties in de gemeente wordt ingezet op een versterking van het horeca-aanbod en hoe de horeca in de gemeente een kwaliteitsslag kan maken. Deze horecavisie wordt verder geconcretiseerd in een actieplan.

## Waarom deze visie?

In ieder stadscentrum zorgt horeca voor aantrekkende werking. Horeca bepaalt voor een belangrijk deel de sfeer in de binnenstad door plekken te bieden waar onder meer mensen ontspannen, elkaar ontmoeten en winkelen. Behalve voor dynamiek in het stadcentrum, heeft de horeca ook een belangrijke functie in de wijken daarbuiten. Horeca op de juiste locaties kan zorgen voor levendigheid, sfeer en gezelligheid. Tegelijkertijd moet mogelijke hinder of overlast  op andere plekken worden voorkomen. Sturing op horeca is daarom gewenst.

De horecavisie biedt ondernemers (investerings) zekerheid en perspectief in economisch onzekere tijden. Ondernemers krijgen dankzij een horecavisie direct duidelijkheid of een bepaald horeca-initiatief beleidsmatig ondersteund wordt. Anderzijds is een visie voor de gemeente het noodzakelijk toetsingskader om te zorgen voor een florerende horecasector in Assen, die beter aansluit bij de wensen vanuit de bevolking en de toerist. Deze horecavisie is een concrete sectorale doorvertaling van gemeentelijke ambities uit onder andere de Omgevingsvisie, Binnenstadsvisie, Actieplan Vrijetijdseconomie, de Asser Ambitie Agenda en de Economische Agenda.

## Huidig horeca-aanbod

De Asser horeca concentreert zich in belangrijke mate in de binnenstad en de verschillende buurt- en wijkcentra. Daarbuiten vindt men horeca bijvoorbeeld langs doorgaande verkeersroutes of op recreatieve locaties. Horecazaken in het hoofdcentrum zijn veelal kleinschalig, daarbuiten juist relatief grootschalig (bijvoorbeeld zalencentra). Het aanbod wordt, zeker in de binnenstad, gekenmerkt door het grote aandeel lokale zelfstandigen (weinig ketens). In vergelijking met benchmarkgemeenten zijn er in Assen relatief veel restaurants en weinig café's en uitgaansgelegenheden, waarmee het horeca-aanbod voor de jeugd beperkt is.

## Doelgroepen

Inwoners uit de eigen gemeente en omliggende kernen en toeristen 'van buitenaf' vormen de belangrijkste doelgroepen voor de horeca in Assen. De verschillen per buurt zijn groot, maar over de gehele linie kent Assen een ouder wordende bevolking die uit steeds kleinere huishoudens zal bestaan. De gemiddelde Assenaar heeft een kleinere beurs en is middelbaar opgeleid.

## Kwantitatieve behoefte

De markruimteberekening, benchmarkanalyse en blik op de trends in de horecasector laten zien dat er geen kwantitatieve behoefte is aan bijkomende horeca(locaties) in de gemeente. Er zal dus binnen de bestaande omvang van het aanbod gewerkt moeten worden aan een kwalitatief betere aanbodmix.

## Visie: de basis op orde

Een goed ondernemersklimaat is voor elke ondernemer belangrijk. De basis, een stad die schoon, heel en veilig is om te bezoeken, moet daarom op orde zijn. Een gebied dat 'schoon, veilig en heel' is, leidt tot een langere verblijfsduur en hogere omzet voor ondernemers. Een schone, goed verlichte en groene omgeving

# Samenvatting

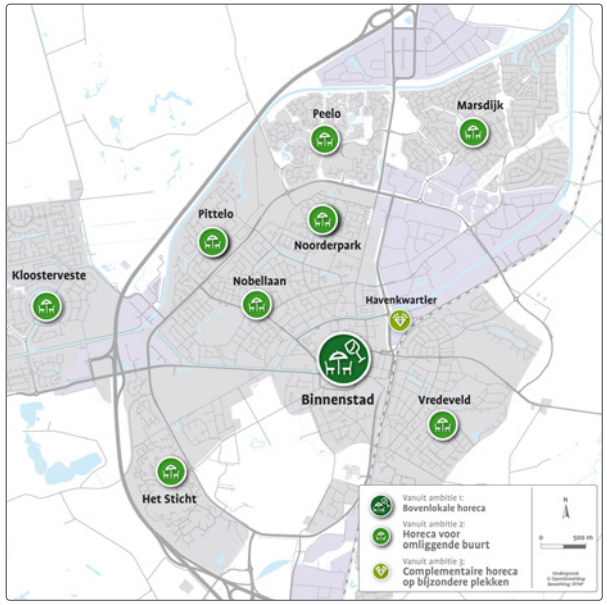
nodigt uit tot wenselijk gedrag en bevordert sociale controle.

## Visie: versterking horeca in centrumgebieden

Horeca heeft een sterke wisselwerking met andere voorzieningen zoals winkels en culturele functies, en is van toegevoegde waarde bij bijzondere, recreatieve locaties. Daarom zet de visie in op horeca in centrumgebieden, met een divers en compleet horeca-aanbod in de binnenstad en behoud van een laagdrempelig aanbod in de buurten. Buiten deze hoofdstructuur is een passend aanbod op bijzondere locaties met een eigen doelgroep mogelijk, dit vraagt steeds om maatwerk. Het betreft hier bijvoorbeeld horeca op evenementen- of recreatielocaties of in monumentale panden waarbij horeca onderdeel kan zijn van het erfgoedbeheer. Aan horeca-initiatieven buiten de te versterken hoofdstructuur verleend de gemeente in principe geen medewerking, bestaande planologische rechten blijven echter behouden. Het omgevingsplan met horeca-categorisering is het sterkste instrument voor de gemeente om te sturen op deze beoogde horecastructuur.

## Visie: kwaliteitsslag op de juiste locaties

In Assen is met name vraag naar toegankelijke, betaalbare horeca-concepten met een moderne look. Voor de gezonde snack, het aanbod voor jongeren en specifiek studenten, of doelgroepspecifieke horeca liggen er kansen voor toevoeging: dit aanbod is nu weinig aanwezig. De visie koppelt typen horeca-aanbod aan kansrijke locaties in de binnenstad: De Markt als plek voor ontmoeting en gezien worden, winkelondersteunende horeca aan het Koopmansplein en ruimte voor beleving en kwaliteit aan De Brink. Met de horecavisie kan de gemeente in gesprek met bestaande en nieuwe horeca-ondernemers om een beoogd horeca-concept op de juiste plek te laten vestigen, waardoor deelgebieden in de binnenstad zich onderscheidend kunnen ontwikkelen.




Hoofdstructuur: horeca in centrumgebieden



Ontmoeting en gezien worden op De Markt

# Inleiding



## 1.1 Aanleiding en doel

Op dit moment ligt er een ‘oude’ visie - de Ontwikkelvisie Detailhandel en Horeca uit 2009. Deze is echter, gezien alle ontwikkelingen die hebben plaatsgevonden in de sector en nieuw vastgesteld beleid, niet meer up-to-date. Het is tijd voor een nieuwe horecavisie Assen. Een visie die inspeelt op de toekomst van de horeca in Assen.

### Waarom deze visie?

In ieder stadscentrum zorgt horeca voor aantrekkende werking. Horeca bepaalt voor een belangrijk deel de sfeer in de binnenstad door plekken te bieden waar mensen ontspannen, elkaar ontmoeten en winkelen. Behalve voor dynamiek in het stadcentrum, heeft de horeca ook een belangrijke functie in de wijken daarbuiten. Horeca op de juiste locaties kan zorgen voor levendigheid, sfeer en gezelligheid. Tegelijkertijd moet mogelijke hinder of overlast op andere plekken worden voorkomen. Sturing op horeca is daarom gewenst. Horeca-ondernemers hebben behoefte aan duidelijkheid en investeringszekerheid.

### Een gemeente met ambitie

De laatste visie die specifiek en diepgaand inging op de horeca in Assen dateert uit 2009: de Ontwikkelvisie Detailhandel en Horeca. Sindsdien stelde de gemeente in 2021 de Omgevingsvisie ‘Assen nog mooier’ vast, en in datzelfde jaar werd de Binnenstadsvisie opgeleverd. In beide visies staan ook belangrijke uitgangspunten en ambities voor de horeca. Zo is opgenomen dat Assen haar ‘ontspannen stedelijkheid’, gebaseerd op de drie kernwaarden groen, dynamisch en verbonden, wil versterken en dat deelgebieden in de binnenstad een eigen onderscheidend profiel krijgen. Tevens is in de Asser Ambitie Agenda uitgesproken van Assen een bruisende studentenstad te maken. Deze horecavisie geeft specifiek voor de horecasector nader invulling aan de bredere gemeentelijke ambities.



## Verbeteren ondernemersklimaat

Het ondernemersklimaat is een belangrijke basis om goed te kunnen ondernemen. Om het ondernemersklimaat op het gewenste niveau te krijgen en houden, is het belangrijk dat alle betrokken partijen hierop investeren. Hoewel veel zaken goed gaan, zijn er in Assen een aantal punten die bijdragen aan het verbeteren van het ondernemersklimaat in de stad. Denk hierbij aan participatie van ondernemers bij ontwikkelingen, samenwerking tussen (horeca-) ondernemers onderling en met vastgoedeigenaren, veiligheid en communicatie.

## Snelle veranderingen in de sector

Er komt veel op horeca-ondernemers af de laatste jaren. Eerst was er de corona-pandemie met meerdere lockdowns en al snel daarna volgde het onzekere economische klimaat van vandaag de dag. Horeca-ondernemers zien hun kosten sterk toenemen, terwijl de consument juist minder te besteden krijgt. Meer op de achtergrond spelen er diverse meerjarige trends, zoals de toegenomen oriëntatie op bezorghoreca.

## Kwaliteitsslag nodig

Om de onzekere tijden het hoofd te bieden, is er behoefte aan duidelijk gemeentelijk beleid en stimulering van kwaliteit. Er lijkt niet voor alle (potentiële) doelgroepen in de gemeente voldoende aantrekkelijk aanbod aanwezig.

## Doel horecavisie

Horeca op de juiste locaties kan zorgen voor levendigheid, sfeer en gezelligheid. Op een aantal plekken liggen kansen voor vernieuwende concepten. Ook zijn er kansen voor specifieke doelgroepen. Het belangrijkste instrument waarmee de gemeente kan sturen op horeca is het omgevingsplan. Hieraan worden initiatieven getoetst. Op basis van de visie kan gemotiveerd worden afgeweken wanneer initiatieven niet passen binnen het omgevingsplan.

Het doel van de visie is om kwaliteit en vernieuwing toe te voegen. Kwaliteit in de zin van de juiste concepten op de juiste plek. Vernieuwing in de zin van creativiteit, innovatie en aantrekkingskracht voor bestaande én potentiële doelgroepen. De Horecavisie zorgt uiteindelijk voor:

1. Een kwalitatief wensbeeld waarbij zowel ondernemers, eigenaren als gemeente worden uitgenodigd om het horeca aanbod een positieve wending te geven en te durven investeren. Dit resulteert in de gewenste ontwikkelrichting voor het aanbod aan eet- en drinkgelegenheden in Assen.
2. Een actuele kader voor horeca, specifiek eet- en drinkgelegenheden, opstellen voor de hele gemeente. Daarmee is er weer een actueel planologisch-juridisch toetsingskader om aanvragen voor horeca-ontwikkelingen te beoordelen.

De voorliggende visie richt zich op de eet- en drink gelegenheden. De ontwikkelingen in de verblijfsrecreatie, waaronder de hotels en B&B's vallen, zijn opgenomen in de rapportage "Marktperspectief verblijfsrecreatie Assen". Hieruit blijkt dat voor de hotels, rekening houdend met de plancapaciteit, er nog marktruimte is voor een kleinschalig, kwalitatief goed binnenstadshotel en voor een combinatie-hotel met groepsverblijven, voorzien van privé sanitair en gemeenschappelijke ruimten. Voor B&B's is er marktperspectief voor enkele kwalitatief hoogstaande B&B's.

## 1.2 Participatie

Voorliggende horecavisie is tot stand gekomen middels een intensief participatieproces, waarbij alle belanghebbenden meermaals zijn betrokken.

### Zelfstandige horecavisie

In eerste instantie werd het nieuwe horecabeleid gezamenlijk opgesteld met het nieuwe detailhandelsbeleid. Op uitdrukkelijk verzoek van de horecasector zijn deze beleiddstukken losgetrokken. Hierdoor kan in deze horecavisie meer diepgaand worden ingegaan op de doelgroepen, het kwalitatieve streefbeeld en de uitwerking van kansrijke horeca-concepten in relatie tot specifieke locaties.

### Vaste werkgroep

Op verscheidene momenten heeft overleg op het Stadhuis plaatsgevonden met een vaste werkgroep. Deze werkgroep bestond uit betrokken lokale horeca-ondernemers en een vertegenwoordiging van Koninklijke Horeca Nederland (KHN). Met hen is regelmatig de inhoud en het proces van de visie afgestemd en zijn de uitgevoerde enquêtes voorbesproken.

### Enquêtes

Om de mening en wensen bij belanghebbenden op te halen zijn een aantal enquêtes uitgezet. In de binnenstad zijn de bezoekers op een donderdag en zaterdag gevraagd naar hun mening over de horeca door twee enquêteurs van DTNP. Inwoners zijn in dezelfde periode geraadpleegd via het inwonerpanel van de gemeente. Horeca-ondernemers hebben twee keer online een enquête in kunnen vullen. Ook is een vragenlijst uitgezet bij bezoekers van recreatieparken, maar hierop kwam helaas onvoldoende respons.

De enquête onder bezoekers van de binnenstad leverde ruim 200 respondenten op. Vanuit het inwonerpanel reageerden maar liefst 1.850 inwoners. De ondernemersenquête werd beide keren door circa 20 ondernemers ingevuld. De uitkomsten van deze enquêtes zijn verwerkt in deze rapportage (zie ook bijlagenboek, bijlagen 5-7).

### Plenaire presentatie en website

Een eerste conceptversie van de nieuwe horecavisie is gepresenteerd op het gemeentehuis. Hiervoor waren alle ondernemers uit de gemeente uitgenodigd. Met circa 30 ondernemers werd na de presentatie een levendig gesprek gevoerd over de voorlopige visie. Ook waren er enkele gemeenteraadsleden aanwezig. De presentatie die op deze bijeenkomst door DTNP werd gegeven, is geplaatst op een specifiek voor de horecavisie ingerichte website: horeca-assen.dtnp.nl. Hier is ook de mogelijkheid om te reageren geboden, wat door een drietal ook gedaan is. Later is ook het eindconcept van de horecavisie met reactiemogelijkheid op deze website geplaatst.



Enquête onder bezoekers van de binnenstad

# Ambitie en visie



## 2.1 De basis op orde

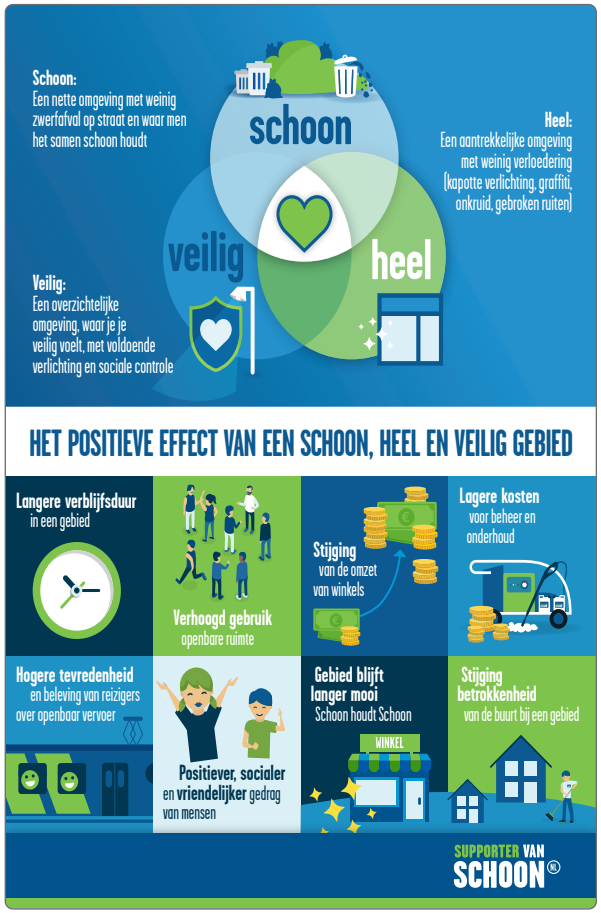
De tijden van horeca als groeimarkt liggen achter ons. Landelijk is er een terugloop in horeca met consumptie ter plaatse. Het woelige economische klimaat brengt hoge kosten voor ondernemers en een lagere koopkracht bij consumenten. Voor het creëren van een vitale horecasector in Assen is het daarom van levensbelang dat eerst 'de basis op orde' is, met een goed ondernemersklimaat voor zowel bestaande als potentieel nieuwe horeca-ondernemers. Een goed ondernemersklimaat is dan ook één van de pijlers uit de Economische Agenda 2020-2025.

### Schoon, heel en veilig

Een gebied dat 'schoon, veilig en heel' is leidt tot een langere verblijfsduur en hogere omzet voor ondernemers. Een schone, goed verlichte en groene omgeving nodigt uit tot wenselijk gedrag en bevordert sociale controle. Sociale veiligheid blijft daarbij een aandachtspunt. Het is belangrijk dat (horeca-)bezoekers zich veilig kunnen voelen, niet alleen in de horecagelegenheid zelf, maar ook op straat. Bij de inrichting en het onderhoud van de publieke ruimte wordt hiermee rekening gehouden. Er zijn door de gemeente verschillende maatregelen genomen om overlast (zoals van bezorgvoertuigen, geluidsoverlast en onveilige verkeerssituaties) terug te dringen en te voorkomen. Voor een veilige omgeving is het van belang om nauw toe te zien op overlastgevend gedrag. In aanvulling hierop worden afspraken gemaakt over de openbare orde en veiligheid in het convenant Veilig Assen. Tot slot is er regelmatig overleg tussen ondernemers, gemeente en politie over de veiligheid in de (binnen)stad.

### Meedenkende gemeente

Een positieve grondhouding bij de gemeente (beleidsmakers, vergunningverleners) tegenover initiatieven is belangrijk voor ondernemers. Van belang is dat ondernemers, uiteraard binnen een duidelijk sturend beleidskader zoals de binnenstadsvisie of deze horecavisie, een 'ja, mits-principe' ervaren wanneer zij met plannen komen, in plaats van een 'nee, tenzij-houding'. Hierbij past een heldere communicatie en snelle afhandeling van vergunningsaanvragen. In dit kader is begin 2022 de 'mkb-dienstverlening - rode loper aanpak' voor ondernemers opgesteld en aangenomen door de gemeenteraad. Doel van deze aanpak is onder meer een betere procescommunicatie vanuit de gemeente, inleven in de betekenis van Ondernemerschap bij de ambtelijke organisatie, verwachtingen managen en het bestendigen van overleggen en het stimuleren en optimaliseren van vooroverleg. Concrete actie is om de gemeentelijke website te vernieuwen met een overzichtelijke en vindbare pagina voor horeca-ondernemers. Hierop komt bijvoorbeeld uitleg over de stappen die doorlopen moeten worden bij het oprichten van nieuwe horecazaak: welke vergunnin-




Infographic Nederland Schoon

gen zijn er nodig, wat moet een ondernemer daar precies voor aanleveren en bij wie moet men daarvoor zijn? Ook bijvoorbeeld relevante beleidsstukken en verwijzingen naar het omgevingsplan kunnen op deze pagina een plek krijgen. De concrete uitvoering hiervan komt terug in het actieplan.

## Meedenkende ondernemers

Niet alleen de gemeente heeft een faciliterende taak, ondernemers kunnen ook elkaar helpen. Dit geldt zeker voor nieuwe horeca-ondernemers. In ondernemend Assen bestaat er een schat aan ervaring en kennis bij lokale zelfstandigen. Zij kennen de stad als geen ander en weten goed waar wel of geen kansen liggen. Het is dan ook interessant een buddy-systeem op te zetten, waarbij nieuwe ondernemers worden gekoppeld aan ervaren bestaande ondernemers. Zo worden zij geholpen bij het opstarten van hun zaak en geven ondernemers samen kleur aan de stad.

## Verbeteren samenwerking

Zowel tussen horeca-ondernemers onderling, als met overige ondernemers en vastgoedeigenaren is samenwerking een belangrijk verbeterpunt. Collectief wordt steeds meer invulling gegeven aan het in de markt zetten van Assen als 'Hoofdstad met Charme'. Op de website DitIsAssen.nl staat al een mooi overzicht van alles wat er in Assen te doen en te beleven valt. In de stad zelf is het thema echter nog nauwelijks zichtbaar of voelbaar. Dit kan beter, door openingstijden op elkaar af te stemmen en bijvoorbeeld samen op te trekken in de uitstraling van terrassen of reclame-uitingen. Evenementen zijn belangrijk voor de stad, waarin de onderlinge samenwerking van belang is en op punten  verbeterd kan worden. In dat kader wordt ook gewerkt aan nieuw evenementenbeleid. Een andere concrete actie is bijvoorbeeld afstemming tussen horeca en taxibedrijven, zodat ook de nachtelijke horecabezoeker prettig thuisgebracht kan worden.

Een belangrijke stap op het vlak van samenwerking is gezet met de komst van de bedrijveninvesteringszone (BIZ) in de binnenstad. Binnenstadsorganisatie Vaart in Assen heeft namens de binnenstad een BIZ-plan gemaakt. Het plan bevat het organiseren van evenementen en acties, aankleding van de stad, marketing en meer samenwerking op ruimtelijke projecten.

## Parkeren

Voor de gehele binnenstad geldt betaald parkeren, waarbij voor het parkeren op straat een maximale parkeerduur geldt. Dit parkeerregime wordt in de enquêtes door een ruim aantal inwoners en bezoekers benoemd als belangrijkste minpunt bij een bezoek aan de horeca in Assen. Overigens geven inwoners en binnenstadsbezoekers aan dat de parkeercapaciteit van de verschillende terreinen en garages in de binnenstad doorgaans afdoende is.

Gezamenlijk kan nagedacht worden over combinatieacties bij het parkeren in parkeergarages, zoals het aanbieden van een gratis kop koffie op het parkeerkaartje of een korting op het tarief bij een kaartje voor een culturele activiteit. Hiermee kan de drempel voor een bezoek aan (de horeca in) de binnenstad worden verlaagd. Tevens worden hiermee de bezoekers die met de auto naar de binnenstad komen, gestimuleerd om te parkeren in de parkeergarages.

Daarnaast verdient het parkeren van fietsen in de binnenstad de aandacht.

## Bevoorrading

Horecalokaliteiten worden zo duurzaam mogelijk van waren voorzien binnen de venstertijden voor laden en lossen. Door in te zetten op slim inkopen en of gebruik te maken van nieuwe concepten wordt geprobeerd het aantal bewegingen tot een minimum te beperken.

## 2.2 Ambitie en visie hoofdstructuur

De komende jaren ontwikkelt Assen zich verder als hoofdstad met charme. Hoofddoel is een compleet horeca-aanbod in de binnenstad, aangevuld met toegankelijke horeca in de buurten en aantrekkelijke horeca op recreatie- en verblijfslocaties.

### Uitgangspunt: kwaliteitsslag binnen huidige omvang

Uit de analyse (zie bijlagenboek, bijlage 2) blijkt er zowel nu als in de toekomst geen kwantitatieve aanleiding te zijn voor de uitbreiding van het aantal horecalocaties of -vestigingen in Assen. De huidige omvang van het horeca-aanbod in de gemeente is daarom het uitgangspunt. Tegelijkertijd is er wel een kwaliteitsslag gewenst naar een moderner en opgefrist aanbod dat beter aansluit bij de wensen vanuit de verschillende doelgroepen. Zo gaat de uitstraling van Assen als horecastad erop vooruit.

### Ambitie 1: compleet aanbod in levendige binnenstad

Horeca brengt reuring en levendigheid in centrumgebieden en werkt zowel ondersteunend als versterkend voor andere voorzieningen, zoals winkels en culturele voorzieningen. Daarom is horeca primair van toegevoegde waarde in de binnenstad. Met jaarlijks meer dan vijf miljoen bezoekers is het hoofdcentrum van Assen de belangrijkste aankooplocatie van Drenthe[a]. Daarom is dit ook de aangewezen plek voor het meest diverse en complete horeca-aanbod. Hier moet een toegankelijk en kwalitatief aanbod te vinden zijn voor zowel inwoners van Assen en omgeving als toeristen.

### Ambitie 2: horeca voor de buurt in de verbonden stad

De Omgevingsvisie ‘Assen nog mooier’ zet in op sterke buurten met ruimte voor ontmoeting en dagelijkse voorzieningen dicht bij huis. Een (afhaal)restaurant, buurtcafé of cafetaria draagt bij aan een prettig woonklimaat. Inzet is daarom deze horecavestigingen te behouden. Een verfraaiing van de uitstraling van het vastgoed en van de aantrekkelijkheid van de publieke ruimte is in verscheidene buurtcentra gewenst.

### Ambitie 3: complementaire horeca op bijzondere locaties

Buiten de binnenstad en buurtcentra zijn er verscheidene locaties in de gemeente waar horeca een ondersteunende rol kan vervullen of een bijzondere bestemming kan bieden met zelfstandige aantrekkingskracht. Denk hierbij bijvoorbeeld aan traffic-locaties zoals het station, een trouwlocatie in de natuur, recreatielocaties, of horeca bij evenemententerreinen, maar ook horeca bij het Havenkwartier. Aan horeca op dergelijke locaties kan in beperkte mate ruimte worden geboden zolang deze horeca-voorzieningen een eigen doelgroep aantrekken en niet concurrerend werken voor horecabedrijven in de centra.

a Assen, hoofdstad met charme. Dit = Assen, 2022

## Hoofdstructuur

De hoofdstructuur zet in op versterking van horeca in de binnenstad en behoud van horeca in de buurtcentra. In centrumgebieden heeft horeca immers de meeste meerwaarde voor de consument en voor de andere aanwezige voorzieningen.

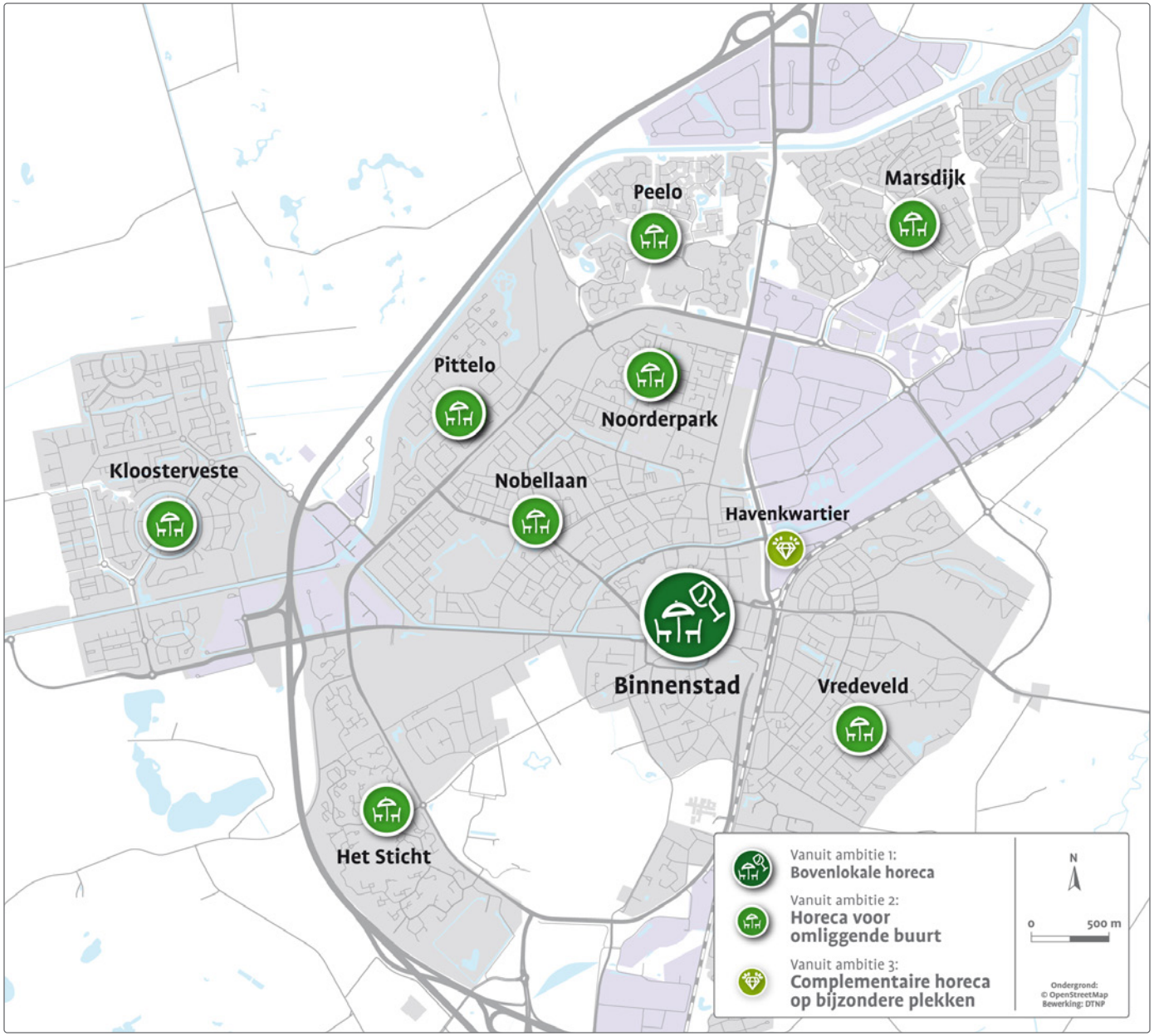
- In de binnenstad wordt binnen het compacte publiekshart ingezet op versterking van het horeca-aanbod, waarbij alle soorten horeca een plek krijgen. Om ervoor te zorgen dat het juiste type horeca op de juiste plek komt, wordt binnen het centrum onderscheid gemaakt in verschillende deelgebieden (zie paragraaf 3.2).
- In de buurtcentra Marsdijk, Vredeveld, Het Sticht, Kloosterveste, Nobellaan en Peelo wordt ingezet op consolidatie van het aanwezige horeca-aanbod, binnen de bestaande contouren van de centra. Het bieden van nieuwe planologische ruimte voor horeca buiten deze contouren is niet gewenst. In de buurten Pittelo en Nobellaan is dergelijke 'buurthoreca' nu nog niet gevestigd. Hier is nabij de aanwezige supermarkt of het wijkcentrum de komst van een enkele nieuwe horecazaak van lichte categorie gewenst. Zo draagt de horeca ook in deze buurten bij aan de lokale ontmoetingsfunctie. Het aanbod in de buurtcentra richt zich op inwoners uit de omliggende woonbuurt en betreft daarom geen horeca uit de zwaarste categorie.

## Buiten de hoofdstructuur

Aan horeca-initiatieven buiten de te versterken hoofdstructuur verleend de gemeente in principe geen medewerking, bestaande planologische rechten blijven echter behouden. Wel zijn er uitzonderingen op de regel dat geen medewerking wordt verleend aan nieuwe horeca buiten de hoofdstructuur:

- Wanneer een horecabedrijf duidelijk een eigen, complementaire doelgroep bedient en van toegevoegde waarde is op een bijzondere plek kan de gemeente bij wijze van uitzondering medewerking verlenen aan nieuwe horeca buiten de hoofdstructuur. Dit vraagt altijd om maatwerk. Concepten dienen te passen bij andere vastgestelde beleidsvisies zoals onder andere de agenda en het actieplan VTE en de evenementenvisie.
- Ondergeschikt aan een andere hoofdactiviteit of in paracommerciële vorm bij maatschappelijke functies kan horeca in beperkte mate een plek krijgen. In hoofdstuk 3 worden hiervoor de kaders gesteld.

Visiekaart horecastructuur gemeente Assen



## 2.3 Match huidig aanbod met ambitie

Versterking van het horeca-aanbod zal in Assen moeten komen van kwalitatieve ingrepen en niet van een significante uitbreiding van het aantal horecavestigingen. Daarom is het van belang kritisch te kijken in hoeverre het huidige horeca-aanbod compleet is en aansluit bij de (toekomstige) vraag vanuit de verschillende doelgroepen in Assen.

### Het is 'aan de markt' om kansen te pakken

Deze paragraaf biedt een uitnodigend wensbeeld waarin horeca-concepten benoemd worden die kansrijk zijn in de gemeente. Het is vervolgens aan ondernemers om de benoemde kansen te pakken en in te spelen op de behoeften vanuit de doelgroepen. De gemeente kan niet sturen op het niveau van specifieke horeca-concepten.

### Inwoners eigen streek primaire doelgroep

De primaire doelgroep voor de horeca in Assen bestaat uit de inwoners van de eigen gemeente en de omliggende streek. De huishoudensstijlen Volks en Uitgesproken, Gewoon Gemiddeld, Bescheiden Ouderen en Gezellige Emptynesters komen het meest voor in Assen (zie bijlagen 3 en 4). Hierbij zijn er duidelijke verschillen per buurt, waarbij huishoudensstijlen Jong en Hoopvol en Plannen en Rennen nadrukkelijk naar voren komen in respectievelijk de binnenstad en Kloosterveen.

Jongeren, met name onder de 18 jaar en studenten, vormen een specifieke subdoelgroep. Horeca is voor hen een belangrijk thema. Jongeren zijn via het Jongerenpanel actief betrokken bij de vraag hoe zij tegen horeca aankijken. Ook gaan er gesprekken plaatsvinden tussen de gemeente, jongeren en horecaondernemers om eventuele kansen en de gewenste richting in beeld te brengen. Jongeren vinden het belangrijk om elkaar te ontmoeten en hebben behoefte aan plekken waar dat mogelijk is. Het is belangrijk voor jongeren in Assen om meer aanbod te creëren, wellicht in een publiek-pribaatrechtelijke samenwerking.

### Recreant secundaire doelgroep

Recreanten vormen een belangrijke tweede doelgroep voor Assen als dynamische hoofdstad van de toeristische provincie Drenthe. Deze doelgroep bezoekt met name de binnenstad en horecagelegenheden op recreatieve locaties. Kenmerkend voor de toeristische bezoeker is dat deze de tijd heeft en graag bij horecagelegenheden komt die uniek zijn in Assen. Lokale zelfstandigen hebben daarmee voor deze doelgroep een streepje voor.

### Criteria complete aanbodmix

Rekening houdend met de doelgroepen in Assen en de voorkeuren van de hedendaagse consument wordt gekeken in hoeverre het bestaande aanbod compleet is. Een complete aanbodmix voorziet in de volgende bezoekdoelen en wensen voor horeca van de consument:

1. Gemakkelijk en snel te bezoeken;
2. Toegankelijk, betaalbaar en bij de tijd;
3. Beleving en kwaliteit;
4. Ontmoeting en gezien worden;
5. Doelgroepspecifiek.

## Gemakkelijk en snel te bezoeken

### Kenmerken

Na een lange werkdag, tussen het winkelen, als afsluiting van een avondje uit of juist onderweg naar kantoor bezoekt de consument graag horeca met een snelle service. Hier weet je wat je krijgt, en krijg je het snel. Het kan daarbij gaan om een traditionele snack bij de cafetaria, de dönertent of het fastfood-restaurant, maar ook om hippere of gezondere varianten zoals frozen yoghurt, sushi, pokébowl of falafel. Ketens als Bakker Bart, Delifrance, Backwerk en Poképerfect spelen in op de behoefte van de consument om gemakkelijk en snel iets te eten.

### Voldoende aanwezig?

Dit ‘fastservice’-aanbod wordt door iedereen bezocht, maar richt zich met name op de Asser bevolking en minder op de recreant van buiten. Cafetaria’s en Chinese restaurants, zoals Cafetaria ‘t Trefpunt bij de Nobellaan, voorzien in de meeste buurten van Assen al in de behoefte. Langs de snelweg zijn er verscheidene fastfoodrestaurants, zoals McDonald’s en KFC en bij het station is er de Stationshuiskamer. In de binnenstad is er een ruim aanbod aan met name grillrooms, sushizaken en pizzeria’s. Hier blijft het aanbod aan gezondere of ‘verantwoor-de’ snacks, gericht op de jongere doelgroep die bewuster eet, nog wel achter. Falafelzaak Cicero in Meppel kan wat dit betreft een voorbeeld zijn.



Afhaalhoreca in de wijken



De Stationshuiskamer in Assen


Gezonde snack kansrijke toevoeging



Weinig ‘verantwoord’ aanbod, zoals bij Cicero in Meppel

## Toegankelijk, betaalbaar en bij de tijd

### Kenmerken

Deze restaurants, lunchrooms en eetcafés zijn gericht op een brede doelgroep, bestaande uit gezinnen, vriendengroepen, ouderen en stellen met een gemiddelde of kleinere beurs. In Assen is deze doelgroep ruim aanwezig en ook de recreant strijkt graag neer bij dergelijke horecabedrijven. Hier vindt men betrouwbare kwaliteit in een moderne setting en ruim eten voor een toegankelijke prijs. Sterke concepten binnen dit segment betrekken vaak een groot pand en hebben een herkenbare uitstraling, met een eigen sfeer en service.

### Voldoende aanwezig?

In Assen spelen verschillende horecazaken al in op deze ruim aanwezige doelgroep, zoals LIFF, Manolitos, La Sorella di Isolabella, Plein 10, Dapper, De Bakker en de Schenker, Villa Tapas en het Pannenkoekenschip. Dit type aanbod is daarmee voor alle doelgroepen voldoende te vinden. Assen is onderscheidend ten opzichte van vergelijkbare steden met een sterk lokaal aanbod. Concepten van ketens uit het laagdrempelige segment die het in die steden goed doen, zoals La Cubanita, De Beren, 't Zusje, De Pizzabakkers en Salsa Shop, zouden ook in Assen goed kunnen functioneren.



## Beleving en kwaliteit

### Kenmerken

Deze eet- en drinkgelegenheden zetten in op een bijzondere en luxe beleving. Op de menukaart prijken hoogwaardige gerechten die unieke ingrediënten op een originele manier combineren, aangevuld met een goed glas wijn, hippe cocktail of speciaalbiertje. Met kleinere, zorgvuldig opgemaakte porties kan men proeven van diverse rijke smaken. Het personeel is hier goed opgeleid en kan veel vertellen over hetgeen zij uitserveren. Aan dit alles kleeft natuurlijk een prijskaartje. De meeste gasten komen naar deze horeca voor een bijzondere gelegenheid of simpelweg omdat zij voldoende te besteden hebben.

### Voldoende aanwezig?

Dit horecasegment richt zich op bezoekers met een grotere portemonnee die de tijd hebben. Onder de eigen inwoners in Assen is deze doelgroep relatief klein, het toerisme brengt enige aanvullende vraag. Zaken als The Black Tie en Apricot spelen met hun concept al in op de behoefte van de consument aan een luxe avond uit en bijvoorbeeld Liff biedt een cocktailbar. Gezien de bescheiden vraag naar horeca uit dit hogere segment vanuit de eigen inwoners als primaire doelgroep, lijkt er reeds voldoende aanwezig in Assen. Tegelijkertijd is er altijd ruimte voor een écht hoogwaardig concept, waarvoor mensen speciaal naar Assen komen.



## Ontmoeting en gezien worden

### Kenmerken

In deze horecagelegenheden vier je het leven en luid je het weekend in. Hier faciliteren ze gezelligheid en spontane ontmoeting op een populaire en drukbezochte plek, een plek die past bij je eigen identiteit en waar je dus graag gezien wilt worden. Het kan gaan om het karakteristieke café, de hippe koffiebar, de discotheek of het zonovergoten terras aan het water. Ook vernieuwende blurring-concepten passen hierbij. Deze horeca richt zich met name op de leeftijdsgroep van 18 tot 40 jaar zonder kinderen.

### Voldoende aanwezig?

In Assen kan men ‘s avonds proosten bij cafés zoals de Koppelpaarden, Lodewijk Napoleon, Zusjes de Boer of Bar Autentieq. Overdag bieden LIFF en Annie’s een fijne plek om bij te praten, die het (digitaal) delen waard is. In Assen ontbreekt echter het aanbod voor jongeren, met name qua uitgaanshoreca. Groepen jongeren hebben in de binnenstad eigenlijk geen plek om naartoe te gaan en voelen zich gedwongen uit te wijken naar Groningen of op straat te gaan hangen. Voor de wat oudere doelgroep mist met name een gezellige kroeg met regelmatig livemuziek.



## Doelgroepspecifiek

### Kenmerken

Horecabezoekers herkennen graag iets van zichzelf in het horeca-concept dat ze bezoeken. Horecabedrijven kunnen hier slim op inspelen door zich te richten op een specifieke hobby, interesse, levenswijze of ideologie. Denk hierbij bijvoorbeeld aan vega(nistische) gerechten, biologische- of streekproducten, het wielercafé, thuiswerkcafé, de uitgebreide speciaalbierkroeg of maatschappelijke ondernemingen. Dergelijke horecazaken vertellen echt een verhaal of geven een sociale boodschap mee. Met name de jongere en/of hoger opgeleide doelgroep is hier ontvankelijk voor.

### Voldoende aanwezig?

Vanuit de karakteristieken en omvang van de Asser bevolking bestaat er niet veel vraag naar horeca met een zeer specifieke doelgroep. Met Wielercafé Cours, Brownies&Downies en kunstcafé Schurer is er al enig aanbod uit dit segment te vinden. Een nieuwe horecazaak in de binnenstad met een sterk duurzaam concept, zoals De Herbivoor, Anne&Max of de Vegitalian heeft kans van slagen. Ook voor een (meer toeristische) gelegenheid, waar het verhaal van Assen als ‘Oer-Drentse hoofdstad met charme’ verteld wordt, is er potentie.



## Overzichtstabel kwalitatieve marktpotenties horeca in Assen

| | Gemakkelijk en snel | Toegankelijk en betaalbaar | Beleving en kwaliteit | Ontmoeting en gezien worden | Doelgroepspecifiek |
|---|---|---|---|---|---|
| **De Assenaar (en omgeving)** | Voldoende aanbod in meeste buurten, toevoeging lichte horeca in Pittelo en Noorderpark gewenst. Kans voor toevoeging gezonde snack in binnenstad. | Gelet op de aanwezige huishoudensstijlen is hier veel vraag naar bij de Assenaar. Voldoende aanbod in binnenstad, maar toevoeging van een toegankelijke restaurantketen heeft meerwaarde. | Gelet op de aanwezige huishoudensstijlen is hier relatief weinig vraag naar bij de Assenaar. Het huidige aanbod in de binnenstad voldoet aan de behoefte. | Aanbod voldoet, behalve voor jongeren. Zij hebben sterk behoefte aan eigen avond- en nachthoreca. Oudere doelgroep ziet graag meer live-muziek. | Toereikend aanbod voor de gemiddelde Assenaar. De groep 'jonge en hoopvolle' inwoners in de binnenstad ziet graag een nieuw sterk duurzaam/vegetarisch concept komen. |
| **De recreant** | Minder behoefte bij recreanten dan bij Assenaar. Huidig aanbod is toereikend. | Toereikend aanbod. In tegenstelling tot de Assenaar geen behoefte aan een nieuwe keten, bezoekt juist graag horeca die uniek is voor Assen. | Het huidige aanbod in de binnenstad en daarbuiten voldoet. | Het huidige aanbod in de binnenstad en daarbuiten voldoet. | Kans voor toevoeging horecazaak die het verhaal van Assen verteld. Oer-DNA, stad met charme. |
| **Trends** | Bezorg- en afhaalhoreca groeit door! | Let op! Traditionele horeca heeft het lastig, blijf onderscheidend. | Kansrijk! Eet- en drinkgelegenheden met een unieke beleving zijn populair. | Let op! Traditionele horeca heeft het lastig, blijf onderscheidend. | Kansrijk! Eet- en drinkgelegenheden met een sterk eigen verhaal (storytelling) doen het goed. Consument steeds bewuster bezig met voeding en milieu. |

| | Gemakkelijk en snel | Toegankelijk en betaalbaar | Beleving en kwaliteit | Ontmoeting en gezien worden | Doelgroepspecifiek |
|---|---|---|---|---|---|
| **Conclusie** | **- Ruim voldoende**<br><br>Aanbod aan grillrooms en bezorg en afhaal in de binnenstad is aan de ruime kant. Enkel toevoeging van gezonde snack gewenst. | **+ Ja, mits**<br><br>Grote vraag vanuit de Assenaar, maar ook een ruim aanbod. Toevoeging van een bekende toegankelijke restaurantketen heeft wél toegevoegde waarde. | **+/- Voldoende**<br><br>Afdoende aanbod gelet op de aanwezige doelgroepen. | **++ Ja!**<br><br>Toevoeging sfeervolle (uitgaans)horeca voor jongeren in de binnenstad nadrukkelijk gewenst. | **+/- Voldoende**<br><br>Enkel toevoeging duurzaam/vegetarisch concept of storytelling rondom Assen als stad met charme gewenst. |

## 2.4 Uitwerkingen deelgebieden binnenstad

In de binnenstad wordt gestreefd naar een zo divers en compleet mogelijk horeca-aanbod, waarbij alle typen horeca welkom zijn. In de Binnenstadsvisie zijn deelgebieden met complementaire centrummilieus omschreven. In deze paragraaf worden de beschreven bezoekdoelen voor horeca uit §2.3 gekoppeld aan die centrummilieus van de Binnenstadsvisie. Wat willen we waar?

### Compact publiekshart

Door de jaren heen is het centrum van Assen, door het bijbouwen van nieuwe passages en winkelcentra, steeds verder opgerekt. Hierdoor zijn bezoekersstromen dun en profiteren voorzieningen te weinig van de toevallige passant. Om passanten weer meer te bundelen in een levendig centrum wordt gestreefd naar een compacter publiekshart. Dit publiekshart wordt grofweg afgebakend door de ingekleurde gebieden op het kaartbeeld rechts.

### Huiskamer van de stad: Koopmansplein, Kruisstraat en Mercuriusplein

Passende horeca: Gemakkelijk en snel en Toegankelijk en betaalbaar

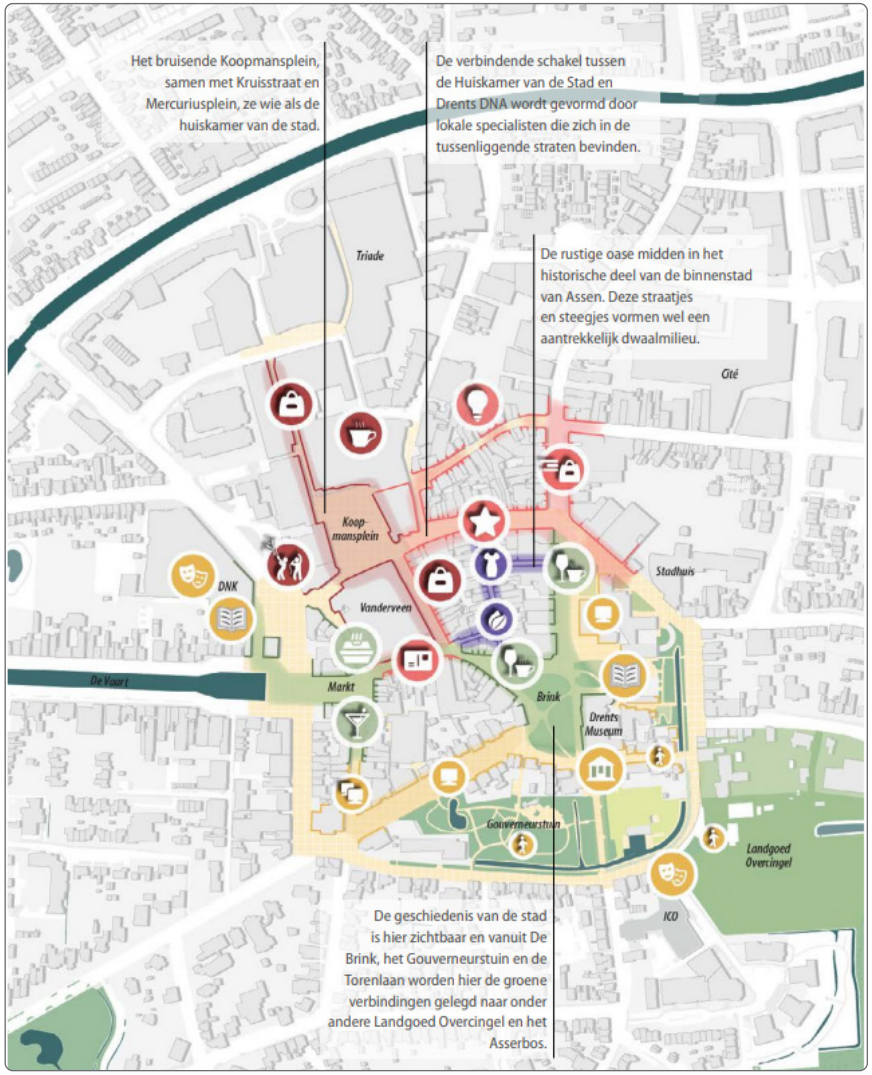
Het gebied rondom het Koopmansplein is hét commerciële hart van Assen. Dit is het A-milieu voor grote winkelketens in een hoofdstedelijke omgeving. In dit gebied is met name daghoreca gewenst die de winkelfunctie ondersteunt, overlopend in de vroege avond.

### Lokaal en speciaal: Oudestraat, Gedempte Singel en Nieuwehuizen

Passende horeca: Beleving en kwaliteit , Toegankelijk en betaalbaar en doelgroepspecifiek.

Dit verbindende gebied tussen het Koopmansplein en de Brink wordt gevormd door lokale specialisten. In dit gebied vindt men ontspannen stedelijkheid, met naast winkels ook andere publieksfuncties. Hier wordt vanuit service en kwaliteit een totaalbeleving gecreëerd. In dit gebied is met name daghoreca gewenst, overlopend in de vroege avond.

De verschillende gebiedsprofielen in het compacte publiekshart van de binnenstad



## Dwalen in de luwte: Kleine Marktstraat, Singelpassage en Mulderstraat

Passende horeca: Beleving en kwaliteit

Het geschetste wensbeeld voor dit gebied uit de Binnenstadsvisie is dat het de rustige oase in het historische deel van de binnenstad wordt. De intieme straten en stegen liggen hier uit de loop, maar vormen samen in potentie wel een aantrekkelijk dwaalmilieu. Her en der zal nog een creatieve ondernemer de deuren open hebben staan, maar verder is het hier vooral rustig wonen. Hierbij past eigenlijk alleen kwaliteitshoreca uit het hogere segment, die inzet op beleving, overdag of 's avonds. Doordat bezoekers gericht op deze horeca afkomen maakt het niet uit dat er verder weinig passanten zijn.

## Drents DNA: de Brink en de Brinkstraat

Passende horeca: Beleving en kwaliteit, Toegankelijk en betaalbaar en Doelgroepspecifiek

De geschiedenis van de stad is hier zichtbaar en vanuit De Brink, de Gouverneurstuin en de Torenlaan worden hier de groene verbindingen gelegd naar onder andere Landgoed Overcingel en het Asserbos. Hier kan je na het shoppen, tijdens de lunchpauze of gewoon op een zonnige weekenddag even uitrusten op een bankje in het groen of juist neerstrijken op een bruisend terras. De Brink/De Brinkstraat is de horecaconcentratie die vooral gericht is op overdag en de vroege avond, waar je op het terras of voor het raam een gebakje eet of een wijntje pakt. Het prachtige uitzicht op de Brink en de bebouwing van het Drents Archief maken dit de plek waar je als toeristische of recreatieve bezoeker sowieso even neerstrijkt.

## Drents DNA: de Markt, noordelijke Kerkstraat en Weiersloop

Passende horeca: Ontmoeting en gezien Worden, Gemakkelijk en snel

Rondom de Markt zijn nu diverse meer op de avond georiënteerde horecagelegenheden gevestigd. Dit is de plek in de binnenstad voor uitgebreider avond- en nachthorecaprogramma, juist ook voor jongeren. Denk hierbij aan uitgaanshoreca, (bruin of grand) café, lounge of cocktailbar, gecombineerd met eventueel een mogelijkheid om 's nachts of in de vroege ochtend een hapje te eten. Het aanbieden van livemuziek in de avonduren kan dit gebied nog meer doen bruisen. Streven daarbij is kwaliteit met een continue aandacht voor mogelijke overlast.



Lokaal en speciaal



Dwalen in de luwte



Drents DNA

## Drents DNA: Torenlaan

Passende horeca: Beleving en kwaliteit en Doelgroepspecifiek

Bezoekers van buiten die niet met het openbaar vervoer naar de stad komen, worden op statige wijze in de Torenlaan welkom geheten. “Welkom in onze stad”, geheel passend bij de cultuurminnende bezoeker die – op weg naar het Drents Museum – de auto in de parkeergarage parkeert. Nieuwe planologische ruimte voor horeca is in deze straat niet gewenst, maar de bestaande horecapanden bieden wel een uitstekend vestigingsmilieu voor meer luxe eetgelegenheden of juist doelgroepspecifieke concepten. Horeca hier kan zich op de dag of de (vroege) avond richten.

## Drents DNA: Zuidelijk deel Kerkstraat

Passende horeca: Toegankelijk en betaalbaar en Gemakkelijk en snel

Het zuidelijk deel van de Kerkstraat ligt meer aan de rand van het publiekshart en kan daardoor geschikt worden ingericht voor bezorg- en afhaalhoreca. Dit is een passend vestigingsmilieu voor horeca die gemakkelijk en snel te bezoeken is of een toegankelijk en betaalbaar concept heeft. Bovendien sluit afhaalhoreca goed aan bij de beoogde uitgaanshoreca aan de Markt.



Het Koopmansplein: huiskamer van de stad



Wonen en werken in de schil

# Beleidsregels




3

## 3.1 Ruimtelijk beleid

Met de ruimtelijke visie geeft de gemeente duidelijkheid aan marktpartijen. Voor de gemeente biedt de visie op de horeca(structuur) een toetsingskader voor nieuwe ontwikkelingen.

### Dynamiek door beleid

Het voeren van een duidelijk, consequent ruimtelijk horecabeleid zorgt voor investeringen en dynamiek waar die wenselijk zijn en daarmee voor een duurzame en vitale horecastructuur voor inwoners en bezoekers. Binnen heldere kaders denkt de gemeente graag mee met initiatieven. Mocht een initiatief passen in de structuurvisie dan wordt de ruimtelijke inpasbaarheid op de locatie getoetst (o.a. fysieke ruimte, overlast voor omgeving etc.).

### De basisregel: horeca in centrumgebieden

Horeca heeft voor zowel de consument als voor de andere voorzieningen de meeste meerwaarde in centrumgebieden. Daarom worden er in de basis geen horecaontwikkelingen toegestaan buiten de binnenstad en de aangewezen wijk- en buurtcentra (zie paragraaf 2.2). Een te grote verspreiding en/of vergroting van het horeca-aanbod buiten deze gebieden draagt niet bij aan het behalen van de gemeentelijke ambities: een compleet en divers horeca-aanbod in een levendige binnenstad en een toegankelijk horeca-aanbod in de buurten.

Binnenstad: een versterking van horeca in het compacte publiekshart, met een verdere onderverdeling naar type horeca per deelgebied (zie paragraaf 2.4). In de binnenstad als geheel zijn alle typen horeca toegestaan.

Wijk- en buurtcentra: Consolidatie van het bestaande horeca-aanbod in de buurten. Bijkomende planologische ruimte voor horeca is hier niet gewenst, met uitzondering van de buurten waar nog geen horeca aanwezig is (Pittelo en Noorderpark). In de buurten wordt enkel lichtere horeca toegestaan, zodat er geen overlast ontstaat voor omwonenden.

Buitengebied en overige locaties: Aan horeca-initiatieven buiten de te versterken hoofdstructuur verleend de gemeente in principe geen medewerking, bestaande planologische rechten blijven echter behouden. Buiten deze hoofdstructuur is een passend aanbod op bijzondere locaties met een eigen doelgroep mogelijk. Dit vraagt altijd om maatwerk. Concepten dienen te passen bij andere vastgestelde beleidsvisies zoals o.a. de agenda en actieplan VTE en de evenementenvisie.



Uitzonderingslocaties voor horeca



Basisregel: horeca in centrumgebieden

## 3.2 Beleidsregels en sturingsinstrumenten

Om de visie op de beoogde horecastructuur te doen slagen, zijn niet alleen de ‘basis op orde’-acties nodig, maar is het ook van belang dit beleid door te vertalen in concrete regels in het omgevingsplan of verordeningen. Het betreft hier enkel de beleidsregels die noodzakelijk zijn voor het waarborgen van de hoofdstructuur, en dus geen totaalbeeld voor de dagelijkse uitvoeringspraktijk (vergunningverlening).

### Knoppen om aan te draaien als gemeente

De gemeente toetst horeca-initiatieven aan het geldende omgevingsplan. Het omgevingsplan is het meest krachtige instrument dat de gemeente tot haar beschikking heeft om ruimtelijk beleid te voeren. In het omgevingsplan wordt bepaald waar wel of geen horeca is toegestaan. De gemeente kan door middel van horeca-categorisering in het omgevingsplan bepalen welk type horeca zich mag vestigen in de verschillende gebieden en in welke gebieden geen (uitbreiding van) horeca is toegestaan. Om succesvol ruimtelijk horecabeleid te kunnen voeren, is het dan ook van belang dat de visie bij de eerstvolgende herziening van het omgevingsplan wordt verwerkt. Bij de uiteindelijke uitwerking van het omgevingsplan geldt de visie als leidraad. Het huidige omgevingsplan is het geldende ruimtelijke kader.

Direct na vaststelling is deze visie richtingsgevend bij nieuwe initiatieven en/of initiatieven die niet passen binnen het huidige omgevingsplan, waarbij overigens bestaande rechten van ondernemers gehandhaafd blijven. De visie kan als motivering dienen om af te wijken van het (nog niet herziene) omgevingsplan indien een initiatief wél past binnen deze visie. Ook fungeert deze visie aanvullend op het huidige omgevingsplan, met beleidsregels over bijvoorbeeld ‘blurring’ en paracommeriële activiteiten. Deze gelden voor de gehele gemeente en kunnen dus bij een herziening van het omgevingsplan voor het hele gebied worden opgenomen.

Naast het omgevingsplan kan de gemeente ook op zachtere wijzen sturen op horeca, door bijvoorbeeld met ondernemers het gesprek aan te gaan waar een bepaald nieuwe horecaconcept volgens deze visie het best tot zijn recht zou komen. Ook met investeringen in de publieke ruimte kan de gemeente op zachtere wijze sturen op bepaalde horeca: de inrichting van een uitgaansgebied vraagt om andere keuzes dan een plein voor daghoreca. De gemeente is vervolgens ook direct betrokken bij handhaving en veiligheid.

### Horeca-categorieën

Met een horeca-categorisering in het omgevingsplan kan de gemeente per locatie sturen op welk type horeca daar gewenst en passend is. Vanuit overlast is het bijvoorbeeld logisch in een woonwijk alleen lichtere horeca toe te staan. Door een horeca-categorisering op te nemen in het omgevingsplan kan mogelijke hinder door horeca dus worden beperkt tot bepaalde gebieden en uitgesloten op andere locaties, wat handhaving vervolgens weer vergemakkelijkt.

In Assen geldt nu een omgevingsplan dat van rechtswege bestaat uit diverse (gedateerde) bestemmingsplannen zonder consistente horeca-categorisering. Bij vaststelling van een nieuw omgevingsplan is het van belang een horeca-categorisering op te nemen die voor de gehele gemeente toepasbaar is. Per te versterken horecalocatie in de gemeente kan vervolgens (gemotiveerd) onderscheid worden gemaakt tussen welke categorieën ter plaatse gewenst zijn.

Het kader op de volgende pagina doet een voorstel voor de toekomstige horeca-categorisering in de gemeente Assen. Dit voorstel is geïnspireerd op het bestemmingsplan Binnenstad Noordoost (vastgesteld op 17-02-2022) en houdt rekening met de mogelijke mate van hinder die verschillende typen horeca kunnen veroorzaken op de omgeving en op de manier waarop horeca zich verhoudt tot andere functies. Er is een extra onderscheid gemaakt tussen ‘reguliere’ horeca categorie 3(a) en bezorghoreca (nieuwe categorie 3b).

## Denkrichting horeca-categorieën (geïnspireerd op Bestemmingsplan Binnenstad Noordoost, vastgesteld op 17-02-2022)

**Horeca:** een bedrijf, waar bedrijfsmatig dranken en/of etenswaren voor gebruik ter plaatse worden verstrekt en/of waarin bedrijfsmatig logies worden verstrekt, een en ander al dan niet in combinatie met een vermaaksfunctie, met uitzondering van een erotisch getinte vermaaksfunctie. Een en ander te onderscheiden in:

### Categorie 1:

Een (complementair) horecabedrijf dat is gericht op het hoofdzakelijk overdag bereiden en verstrekken van (zwak of niet-alcoholhoudende) dranken en eenvoudige etenswaren aan bezoekers van andere functies, met name functies als centrumvoorzieningen en dagrecreatie, zoals een broodjeszaak, croissanterie, koffiebar, lunchroom, ijssalon en/of een naar de aard en invloed op de omgeving daarmee gelijk te stellen horecabedrijf.

### Categorie 2:

Een horecabedrijf gericht op het verstrekken van maaltijden voor consumptie ter plaatse met als nevenactiviteit het verstrekken van alcoholische en niet-alcoholische dranken voor consumptie ter plaatse, zoals restaurants, bistro's en daarmee vergelijkbare horecabedrijven, met uitzondering van horecabedrijven die hoofdzakelijk maaltijden bezorgen dan wel maaltijden verstrekken die niet ter plaatse worden genuttigd.

### Categorie 3a:

Een horecabedrijf dat is gericht op het verstrekken van alcoholische en niet-alcoholische dranken voor consumptie ter plaatse, met eventueel daaraan ondergeschikt het verstrekken van etenswaren of maaltijden voor gebruik ter plaatse, zoals (eet)cafés, (grand)cafés met uitzondering van discotheken en nachtclubs en/of een naar de aard en invloed op de omgeving daarmee gelijk te stellen horecabedrijf.

### Categorie 3b:

Een horecabedrijf gericht op het bezorgen van maaltijden dan wel het verstrekken van maaltijden die niet ter plaatse worden genuttigd.

### Categorie 4:

Een horecabedrijf dat is gericht op het 's avonds en/of 's nachts verstrekken van (alcoholische) dranken al dan niet met de verstrekking van kleine etenswaren en waar tevens gelegenheid wordt geboden tot dansen of vergelijkbaar vermaak, zoals een bar-/dancing, discotheek, nachtclub (uitgezonderd erotisch getinte nachtclubs), zalencentrum en/of een naar de aard en invloed op de omgeving daarmee gelijk te stellen horecabedrijf, alsmede horecabedrijven gericht op het voornamelijk 's avonds en 's nachts verstrekken van dranken en kleine etenswaren voor gebruik ter plaatse, zoals automatieken.

In het geval een horecabedrijf in meerdere categorieën valt, dan is de hoogste/zwaardere categorie leidend.

| Denkrichting locatie | | categorieën |
|---|---|---|
| Binnenstad | Huiskamer van de stad: Koopmansplein, Kruisstraat en Mercuriusplein | 1 t/m 2 |
| | Lokaal en speciaal: Oudestraat, Gedempte Singel en Nieuwehuizen | 1 t/m 2 |
| | Dwalen in de luwte: Kleine Marktstraat, Singelpassage en Mulderstraat | 1 t/m 2 |
| | Drents DNA: Brink en Brinkstraat | 1 t/m 3a |
| | Drents DNA: Markt, noordelijk deel Kerkstraat en Weiersloop | 1 t/m 4 |
| | Drents DNA: Torenlaan | 1 t/m 3a |
| | Drents DNA: Zuidelijk deel Kerkstraat | 1 t/m 3b |
| | Rand binnenstad | 3b |
| Buurt- en wijkcentra | | 1 t/m 3b |
| Buitengebied en overige locaties | | -* |

* In beginsel niet mogelijk, maar wel met maatwerkafweging (zie p. 20).

## Randvoorwaarden bezorghoreca

Bezorghoreca is in de voorgestelde horeca-categorisering als aparte categorie opgenomen vanwege de vele verkeersbewegingen en het ruimtebeslag van bezorgvoertuigen (fietsen, scooters, auto's) ter plaatse. Vanwege de vele verkeersbewegingen (en de weinig publieke uitstraling) is dit type horeca minder geschikt in voetgangersgebieden. Bezorghoreca kan het beste gesitueerd worden aan de rand van centrumgebieden, waar in de straat ruimte gereserveerd kan worden voor het stallen van bezorgfietsen/scooters of het parkeren van bezorgauto's. In de tabel op de vorige pagina is dit nader geconcretieerd. Middels een geleidelijk proces van ruimtelijke ordening kunnen daar bezorghorecaconcentraties, wanneer de ruimte zich aandient, ontstaan.

Horecalokaliteiten bezorgen duurzaam binnen en buiten Assen. Lokaliteiten die een bezorgdienst hebben, dragen zorg voor een goede locatie van hun wagenpark (tweewielers en of auto's). Dit om een levendige en leefbare binnenstad te bevorderen. Afhaalhoreca vormt overigens bewust géén aparte horecacategorie. Sturen op de afhaalfunctie zou namelijk voor een ongelijk speelveld zorgen voor detailhandel en horeca. Het uitsluiten van afhaalhoreca op een locatie zou er in de praktijk bijvoorbeeld toe leiden dat de consument wél een belegd broodje kan afhalen bij de slager, maar géén frietje bij de snackbar. De afhaalfunctie van horeca leidt bovendien tot minder overlast voor de omgeving dan de bezorgfunctie.

## Terrassen bij horeca

Terrassen zijn een verlengstuk van horecaondernemingen. Met de juiste kwaliteit en uitstraling zijn het echte publiekstrekkers in Assen. Voor ondernemers is het belangrijk dat binnen- en buitenruimte goed op elkaar aansluiten. Regels en afspraken zijn nodig om terrassen een goede plek in de openbare ruimte te geven. Daarmee regelt de gemeente samen met ondernemers dat terrassen een aanwinst zijn en blijven voor Assen.

Vertrekpunt voor de aanpak van het terrassenbeleid zijn een drietal doelen: duidelijke regels en een gelijk speelveld, veilig en toegankelijk, en realiseren van kwaliteit. Deze doelen zijn doorgevoerd in de regels van het terrassenbeleid.

In het actieplan bij deze horecavisie wordt met het project schoon, heel & veilig een begin gemaakt met het vertalen van regels naar resultaten. Daarmee brengen we samen met ondernemers de basis op orde.

## Branchevervaging

De afgelopen jaren is branchevervaging tussen horeca en andere bedrijfsactiviteiten steeds vaker aanwezig. Vaak wordt horeca gecombineerd met detailhandel, maar ook steeds meer met bijvoorbeeld dienstverlening en ambachten. Dit wordt ook wel blurring genoemd.

### *Branchevervaging in centra meestal niet problematisch*

In centrumgebieden leidt branchevervaging in beginsel niet tot problemen, doordat daar meestal de afzondelijke activiteiten ook mogelijk zijn volgens het bestemmingsplan.[a] Branchevervaging is daar voor ondernemers een goede mogelijkheid om onderscheidende concepten neer te zetten en in te spelen op veranderende consumentenvoorkeuren.

a Indien horeca deel uitmaakt van het concept, is relevant of er sprake is van horeca als ondergeschikte nevenactiviteit of dat horeca een substantieel onderdeel is van de bedrijfsactiviteit. Bedrijven waar horeca een substantieel onderdeel van de bedrijfsvoering vormt, dienen zich te houden aan alle regels die gelden voor horeca.

Op locaties buiten centrumgebieden of daar waar niet alle afzonderlijke activiteiten zijn toegestaan, kan branchevervaging tot ongewenste activiteiten leiden.

*Blurring: een gelijk speelveld met reguliere horeca*

Horeca kan een belangrijke toegevoegde waarde hebben als aanvullende en gelijkwaardige functie bij andere (recreatieve) activiteiten. Wanneer sprake is van een mengconcept waar horeca een substantieel deel van uitmaakt, is het van belang dat er sprake is van een gelijk speelveld met reguliere horeca. Dit mengconcept dient dan aan dezelfde wet- en regelgeving te voldoen als reguliere horeca, bijvoorbeeld wat betreft scholing van personeel, hygiëne en aanwezigheid van een toilet voor gasten. Wanneer horeca een substantieel onderdeel is van de bedrijfsactiviteit dient horeca ook volgens het bestemmingsplan te zijn toegestaan.

*Horeca als ondergeschikte nevenactiviteit*

Alleen wanneer horeca duidelijk een ondergeschikte nevenactiviteit is van de hoofdactiviteit, hoeft het uitoefenen van de horeca-activiteit niet aan dezelfde wet- en regelgeving te voldoen als reguliere horeca. De vraag die zich daarbij voordoet, is in hoeverre de horeca-activiteit ondergeschikt is en/of deze noodzakelijk en/of gebruikelijk is voor de hoofdactiviteit. Denk bijvoorbeeld aan een koffiehoek bij de boekhandel of de kapper, of de verkoop van broodjes bij een kantoorpand. Voor de planologische vertaling in omgevingsplannen zijn vooral de ruimtelijke effecten en de verschijningsvorm relevant. Of de horeca-activiteit als ondergeschikt kan worden beschouwd wordt ingekaderd door de volgende regels:

- Voor horeca als ondergeschikte nevenactiviteit wordt een oppervlakte gehanteerd van maximaal 10% van het openbaar toegankelijke vloeroppervlak, met een maximum van 20 m² wvo voor de afzonderlijke activiteit. Dit is een goed meetbare en transparante maat die de ondergeschiktheid van de horeca-activiteit waarborgt.
- Horeca als ondergeschikte nevenactiviteit dient uiterlijk om 19.00 uur gesloten te zijn (of eerder indien de hoofdactiviteit al eerder sluit).
- Het schenken van alcohol bij horeca als ondergeschikte nevenactiviteit is niet toegestaan (Alcoholwet).

*Horeca op trafficlocaties*

Op trafficlocaties, zoals een tankstation of het treinstation, is ondergeschikte horeca mogelijk indien het aanbod zich richt op afhalen of een korte verblijfs-




Duidelijke kaders voor blurring concepten (referentiebeeld Wasbar)




Beleidsregels voor horeca op trafficlocaties

duur. Dit betekent dus bijvoorbeeld wel het aanbieden van een flesje drinken, kopje koffie of een belegd broodje, maar geen driegangendiner. Om te voorkomen dat horeca op trafficlocaties een zelfstandige aantrekkingskracht krijgt op 'niet-reizigers' geldt voor deze horeca een maximum oppervlakte van 50 m² wvo.

## Horeca bij maatschappelijke functies

De horeca-activiteit bij een paracommerciële instelling (bijvoorbeeld een sportvereniging, een dorpshuis of een museum) hoort ondersteunend aan en gericht op de hoofdactiviteit te zijn. Als horeca-activiteiten echter commercieel worden uitgebaat en externe commerciële trekkracht krijgen, ontstaat er oneerlijke concurrentie met de reguliere horeca. Dit wordt en blijft niet toegestaan.

*Regels paracommerciële horeca huidige APV*

In de huidige Algemene Plaatselijke Verordening (APV) van de gemeente Assen zijn al regels opgenomen voor paracommerciële horeca:

- Bij paracommerciële instellingen wordt alleen alcohol geschonken gedurende de periode beginnende een uur voor aanvang en eindigende een uur na beëindiging van de activiteiten die passen binnen de statutaire doelstelling van de desbetreffende paracommerciële instelling, waarbij de maximale eindtijd op 24.00 uur ligt.
- Paracommerciële instellingen verstrekken geen alcoholhoudende drank tijdens bijeenkomsten van persoonlijke aard en tijdens bijeenkomsten die gericht zijn op personen die niet of niet rechtstreeks bij activiteiten van de paracommerciële instelling betrokken zijn.
- Zolang er geen alcohol wordt geschonken is het toegestaan om buiten de reguliere openingstijden bijeenkomsten te organiseren die geen direct verband houden met de statutaire doelstelling van de paracommerciële instelling. Ook is het mogelijk om de ruimte (kantine, buurthuis e.d.) te verhuren voor bijeenkomsten van derden, waardoor de exploitatiemogelijkheden van het vastgoed toenemen.

## Instrumenten Alcoholwet

Sinds 1 juli 2021 is de nieuwe Alcoholwet in werking, als vervanger van de Drank- en Horecawet. De Alcoholwet biedt gemeenten de mogelijkheid om bij gemeentelijke verordening een alcohol-overlastgebied aan te wijzen. Daarnaast kan de leeftijdsgrens voor de horeca worden verhoogd tot 21 jaar en kunnen prijsacties (happy hours) worden verboden. Ook kunnen er extra eisen (weigeringsgronden) gelden voor de Alcoholwetvergunning. Dit zijn ingrijpende bevoegdheden. De aanwijzing moet dan ook goed worden onderbouwd. Er moet concreet en aantoonbaar sprake zijn van ernstige overlast. Het ligt dan ook voor de hand om een alcohol-overlastgebied voor bepaalde tijd aan te wijzen.

## Convenant Veilig Assen

Bij het opstellen van dit document is een Convenant Veilig Assen in de maak. Een onderdeel hiervan is de mogelijke invoering van een Collectieve Horeca Ontzegging (CHO). Horeca-ondernemers kunnen overlastgevers met een individuele horecaontzegging (IHO) uit hun zaak weren. Met een CHO kunnen horecaondernemers overlastgevers niet alleen uit hun zaak weren, maar ook bij alle aangesloten horecagelegenheden. Op dit moment onderzoekt de gemeente Assen samen met KHN afdeling Assen of er onder Asser horecaondernemers draagvlak is voor een CHO.

Gemeente Assen

dtnp




**Contactpersonen gemeente**
De heer R. de Haan
Mevrouw A.E. Talens

**Projectteam DTNP**
De heer W. Frielink
De heer P. Bos

Droogh Trommelen en Partners (DTNP) - Adviseurs voor Ruimte en Strategie
Graafseweg 109, 6512 BS Nijmegen | T 024 - 379 20 83 | E info@dtnp.nl | W www.dtnp.nl