

Horecavisie Amstelveen 2023-2027

2023-R-015/1008

4 juli 2023

Gemeente Amstelveen



Samenstellers

Hans van Spronsen
Leonie van Spronsen
Niek Timmermans

Inleiding & inhoudsopgave

Inleiding

Er bestaat behoefte aan een actuele visie op de horeca in Amstelveen. Dit trajectvoorstel bestaat uit twee fases:

- Fase A: inventarisatie en marktonderzoek huidige horeca-aanbod: inventarisatie van huidige horeca aanbod (restaurants, drankensector en fastservicesector) en analyse van de huidige concentratiegebieden.
- Fase B: analyse toekomstige situatie: inventarisatie van ontwikkelingen ten aanzien van vraag (particulier, zakelijk en toeristisch), het bepalen van het al dan niet aanwezige uitbreidingspotentieel op basis van een gezonde balans in de markt en het formuleren van gebiedsvisies om het karakter van diverse gebieden middels afgestemd horeca-aanbod te versterken.

Voor een actuele horecavisie heeft de gemeente Amstelveen Van Spronsen & Partners horeca-advies benaderd.

Inleiding & Inhoudsopgave

1. Horeca aanbod

1.1 Inleiding	4
1.2 Aanbod gemeente Amstelveen	5
1.3 Horeca clusters Amstelveen	6
1.4 Aanbod horeca Amstelveen buiten clusters	24
1.5 Blurringconcepten	29
1.6 Retail/horeca	30

2. Analyse horecavraag

2.1 Inleiding	32
2.2 Particuliere vraag	33
2.3 Zakelijke vraag	34
2.4 Toeristische vraag	35

3. Ruimtelijke economische visie

3.1 Inleiding	37
3.2 Omvang huidige horecamarkt	38
3.3 Omvang toekomstige horecamarkt	40
3.4 Uitbreidingspotentieel	42
3.5 Visie per gebied	44

Bijlagen

I Benchmark	56
II Trends en ontwikkelingen	67
III Ketenvorming	89
IV Dichtheid wijkhoreca	90

1. Horeca aanbod

1. Horeca aanbod

1.1 Inleiding

In dit hoofdstuk vindt de analyse van het huidig horeca aanbod plaats (peildatum april 2023). De uitkomsten bieden input voor de toekomstvisie om de tekortkomingen en kansen naar de toekomst in beeld te brengen, karakters van horecaconcentratiegebieden te versterken en het horecanetwerk binnen de stad te verbeteren.

Hier wordt nader gekeken naar de profielen van de verschillende gebieden van Amstelveen, het horeca aanbod en de horecadichtheid (aantal inwoners per bedrijf).

Voor de gebieden buiten het centrum van Amstelveen is tevens een analyse gedaan, waarbij het buitengebied is opgedeeld aan de hand van geografische ligging.

Voor het volledig inzicht in het horeca aanbod is het hotelaanbod wel meegenomen in de aanbodanalyse, hier zijn soms ook restaurants in gevestigd.



1. Horeca aanbod

1.2 Aanbod gemeente Amstelveen

Amstelveen - Horecaprofiel

Horecasector	2023	2020	2018	Ontwikkeling 2018-2023
Restaurant	63	52	46	37%
Drank	19	35	35	-46%
Fastservice	57	43	37	54%
Hotel	11	9	5	120%
Totaal	150	139	123	22%

Bevindingen

- Het aantal hotels in Amstelveen is meer dan verdubbeld sinds 2018.
- De fastservice sector en restaurants hebben sinds 2018 ook een sterke groei (van respectievelijk 54% en 37%) meegemaakt.
- Het drankaanbod is tussen 2018 en 2023 juist flink gedaald met 46%.

Drankensector

Met name in de drankensector zien we een grote daling van het aantal bedrijven. Dit kent een aantal redenen die soms direct en soms indirect te maken hebben met de afgelopen corona crisis.

- Een deel van de drankbedrijven is ook maaltijden gaan serveren, dit was een oplossing die hen meer vrijheid gaf tijdens de coronajaren zowel qua openstelling wanneer dat kon als met afhalen & bezorgen. Bedrijven die voormalig als café (drankverstrekker) stonden ingeschreven verstrekken in praktijk tegenwoordig ook maaltijden. Dergelijke grand-café's en eetcafé's tellen we nu in het restaurantaanbod.
- Daarbij komt dat er bedrijven zijn die het niet hebben gered door de aanhoudende moeilijkheden voor de horeca gedurende de jaren 2020, 2021 en 2022.
- Een andere oorzaak is dat in de actuele stand paracommerciële bedrijven, wijkcentra en een groot deel van horeca bij sportvoorzieningen uit het aanbod zijn gehaald.

1. Horeca aanbod

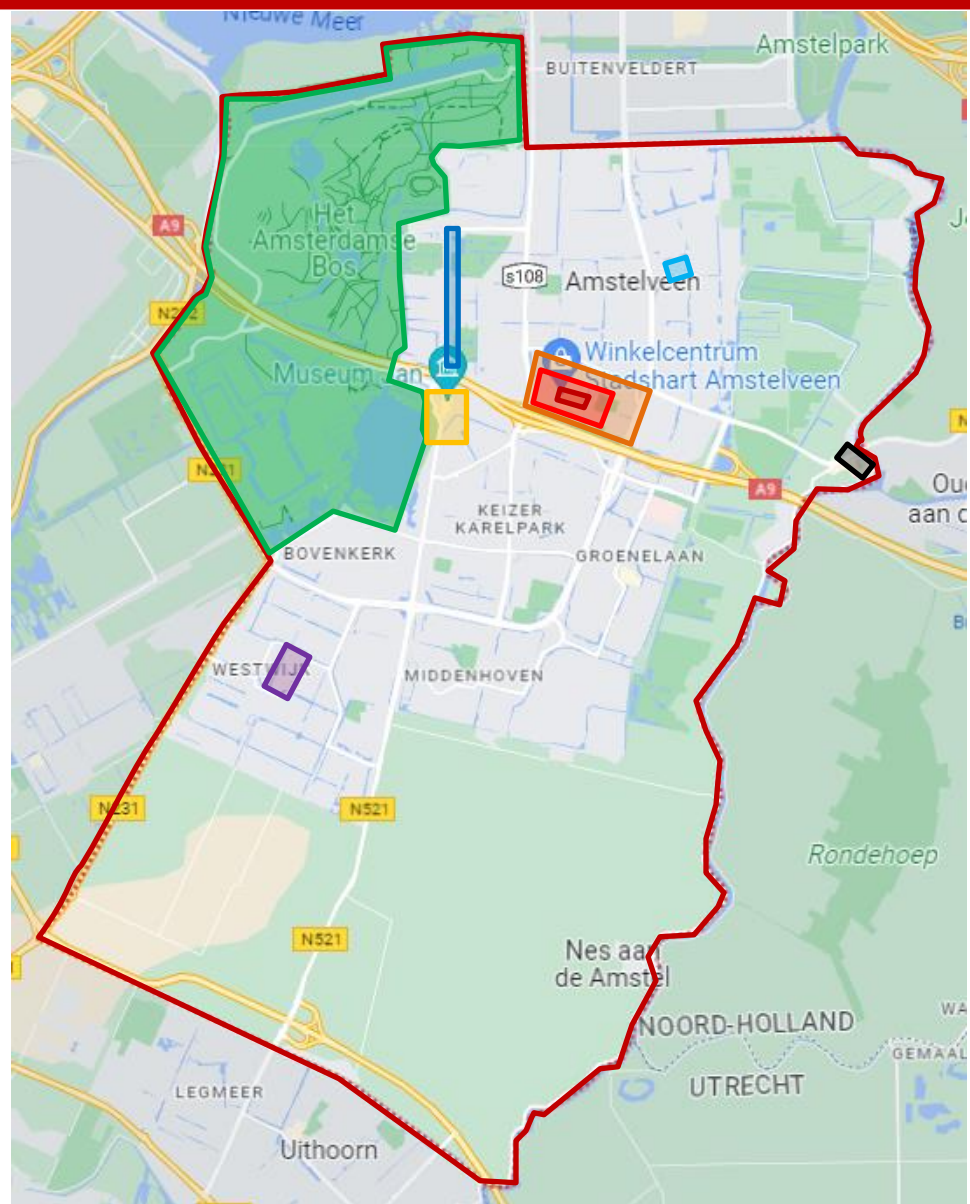
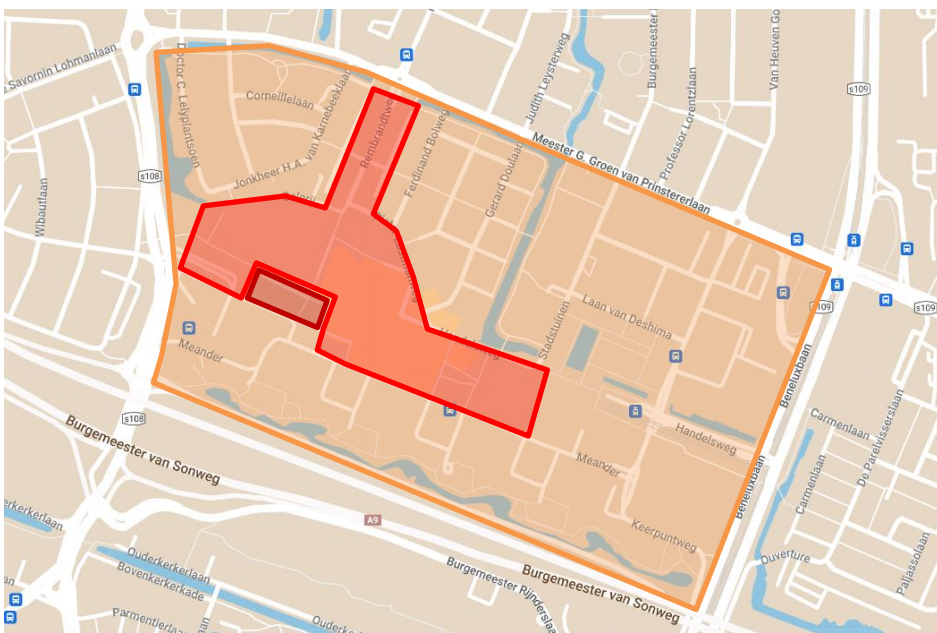
1.3 Horeca clusters Amstelveen

Horecaclusters in Amstelveen

Binnen Amstelveen wordt onderscheid gemaakt tussen een aantal verschillende horecaclusters. Deze clusters worden per gebied in detail per gebied geanalyseerd qua karakter en bijbehorend horeca-aanbod.

We onderscheiden de volgende concentratiegebieden:

- Stadshart – Stadsplein
- Stadshart – Winkelgebied
- Stadshart – Overig
- Oude Dorp
- Kostverlorenhof
- Amstelzijde
- Amsterdamseweg
- Westwijk
- Amsterdamse Bos



1. Horeca aanbod

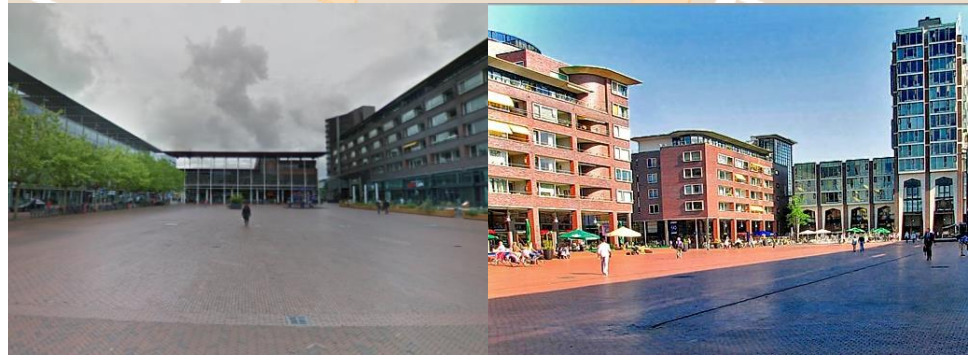
1.3 Horeca clusters Amstelveen: Stadshart - Stadsplein

Stadsplein - Horecaprofiel

Bedrijfssector	Aantal	Oppervlakte	Aandeel Opp.	Amstelveen %
Restaurant	6	735	60%	9%
Drank	2	145	12%	7%
Fastservice	2	341	28%	8%
Hotel	0	0	0%	0%
Totaal:	10	1.221	100%	8%

Bevindingen:

- Het centrum gebied van Amstelveen is onderverdeeld in het Stadsplein en winkelgebied hieromheen (volgende dia).
- Het Stadsplein is een centrale plek, met een grote, minimaal aangeklede open ruimte. De zuidzijde van het plein is de gevel van de culturele voorzieningen aan het stadsplein, hierdoor zijn hier geen horecazaken, geen terrassen en is dat ook in de toekomst niet mogelijk.
- Elke vrijdag is er van 09:00 uur tot 17:00 uur weekmarkt op het plein.
- Het plein kent zes restaurants, twee fastservice en twee drankverstrekkers, verder zijn er rondom het plein voornamelijk winkels, een bibliotheek en de cultuurinstelling Platform C (theater, bioscoop, poppodium).
- Alle restaurants serveren zowel lunch als diner, alle restaurants hebben een terras aan het plein. Ook de fastservicebedrijven hebben een terras. Alle terrassen samen zorgen voor een positieve sfeer op het plein.



1. Horeca aanbod

1.3 Aanbod horecagebieden Amstelveen cluster: Stadshart - Stadsplein



Stadsplein



Day Foodbar



P60 Café



Zorgeloos Eten & Drinken

1. Horeca aanbod

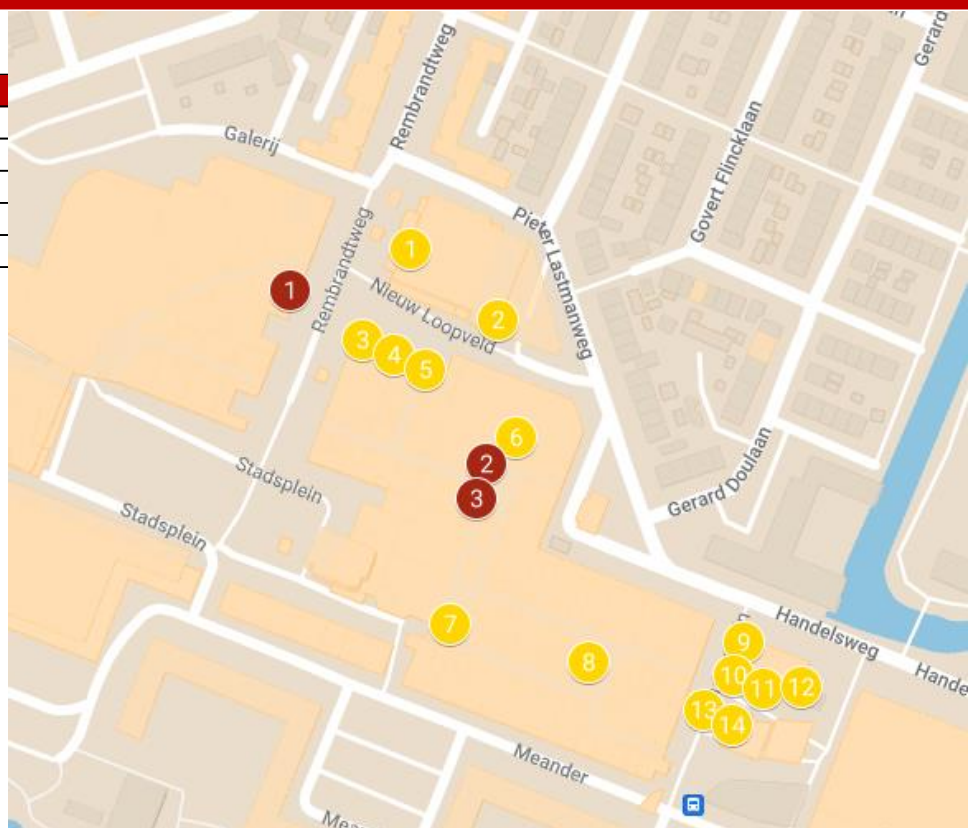
1.3 Horeca clusters Amstelveen: Stadshart - Winkelgebied

Stadshart – Winkelgebied - Horecaprofiel

Bedrijfssector	Aantal	Oppervlakte	Aandeel Opp.	Amstelveen %
Restaurant	0	0	0%	0%
Drank	3	212	13%	10%
Fastservice	14	1.412	87%	33%
Hotel	0	0	0%	0%
Totaal:	17	1.624	100%	10%

Bevindingen:

- Het winkelgebied van het Amstelveens Stadshart is een groot overdekt winkelcentrum. De horeca in dit gebied ligt in en rondom het winkelcentrum. Daarnaast behoort ook de Rembrandtweg tot het gebied aangezien deze winkelstraat direct aansluit op het winkelcentrum.
- Rondom het winkelgebied bevinden zich veel fastservice bedrijven.
- Het fastservice aanbod heeft veelal openingstijden tot 18:00 of 21:30 (met uitzondering van McDonalds tot 00:00). Het enige restaurant in dit gebied is tot 21:45 geopend. Het horeca aanbod is hier voornamelijk gefocust op de dag.
- Het Stadshart heeft drie drankverstrekkers, dit zijn alle drie koffieconcepten.
- In het winkelgebied onderscheiden Le Pain Quotidien, Strada en Anne & Max zich met een terras. Ook fastservice met counterverkoop zoals McDonalds, Tahoor streetfood en Anatolisch eetcafé hebben een terras.



1. Horeca aanbod

1.3 Horeca clusters Amstelveen: Stadshart - Winkelgebied



Dunkin' Donuts



Anatolisch Eetcafé



Anne & Max



Joe & The Juice

1. Horeca aanbod

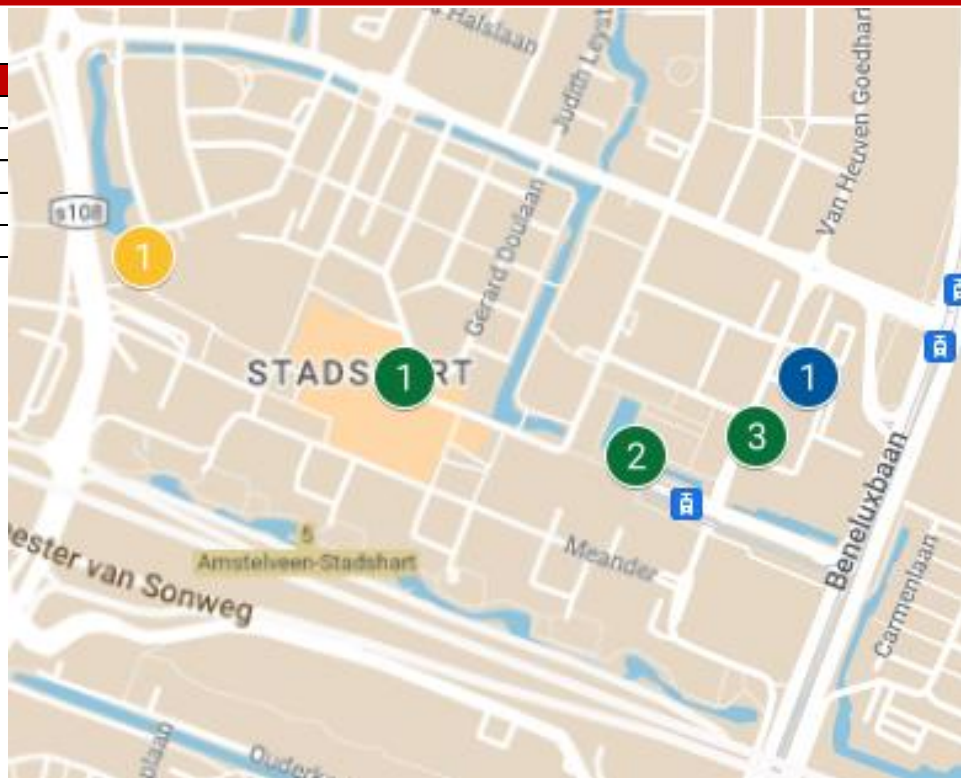
1.3 Horeca clusters Amstelveen: Stadshart - Overig

Stadshart – Overig - Horecaprofiel

Bedrijfssector	Aantal	Oppervlakte	Aandeel Opp.	Amstelveen %
Restaurant	3	672	70%	9%
Drank	0	0	0%	0%
Fastservice	1	90	9%	2%
Hotel	1	200	21%	24%
Totaal:	5	962	100%	6%

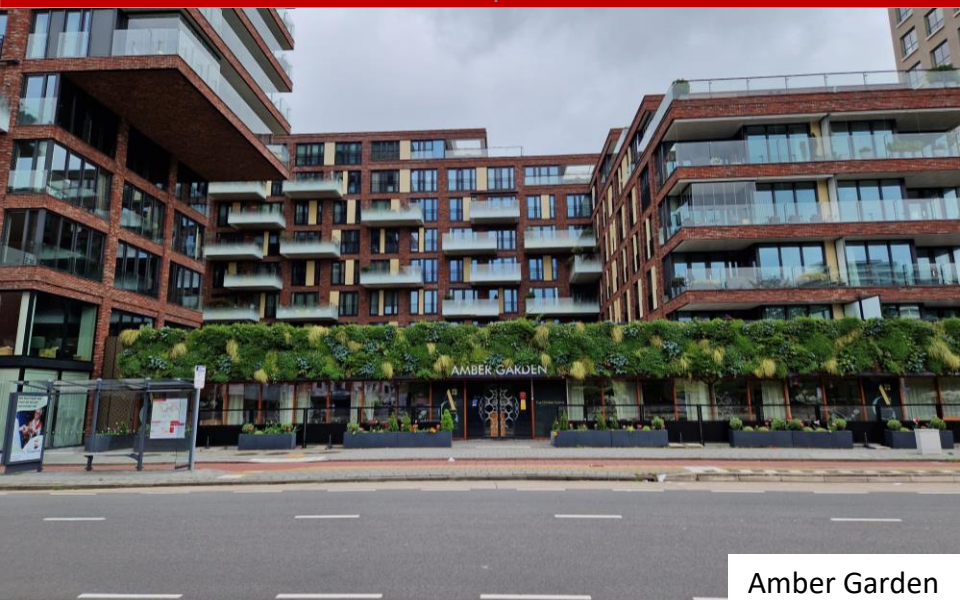
Bevindingen:

- Buiten het winkelgebied Stadshart en het Stadsplein ligt er in het Stadshart nog een aantal horecazaken.
- De restaurants sluiten om 22:00 uur, twee van deze restaurants serveren ook lunch.
- Het Cobra Museumcafé, een fastservicebedrijf, sluit om 17:00 uur.
- Al deze bedrijven hebben een terras, echter doordat deze bedrijven relatief ver uit elkaar liggen ontstaat er maar beperkt een gezellige sfeer in het gebied.
- In het hotel, Cityden Stadshart, bevindt zich ook een restaurant, deze sluit om 23:00 uur.



1. Horeca aanbod

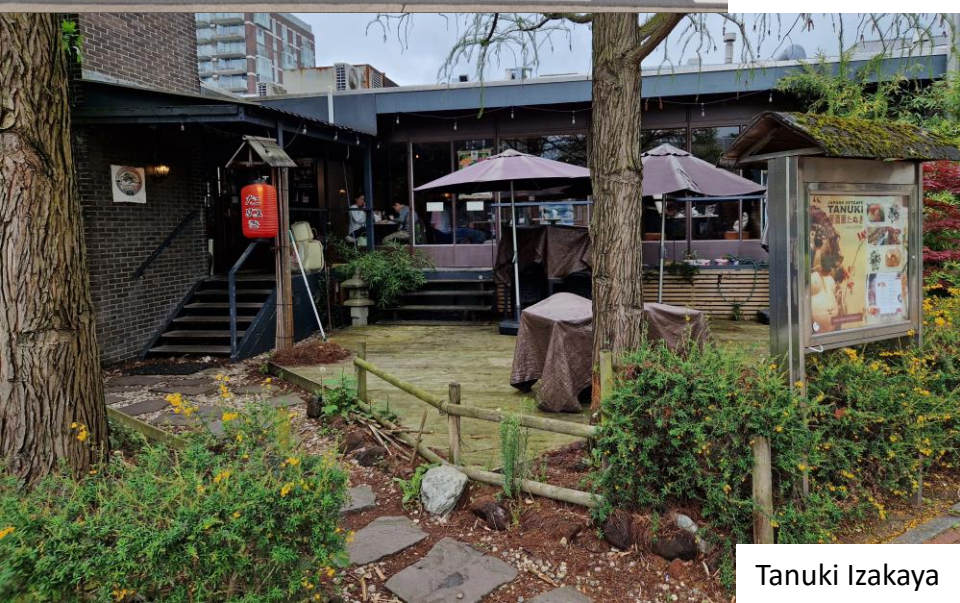
1.3 Horeca clusters Amstelveen: Stadshart - Overig



Amber Garden



Kokusai



Tanuki Izakaya



Cobra Museumcafé

1. Horeca aanbod

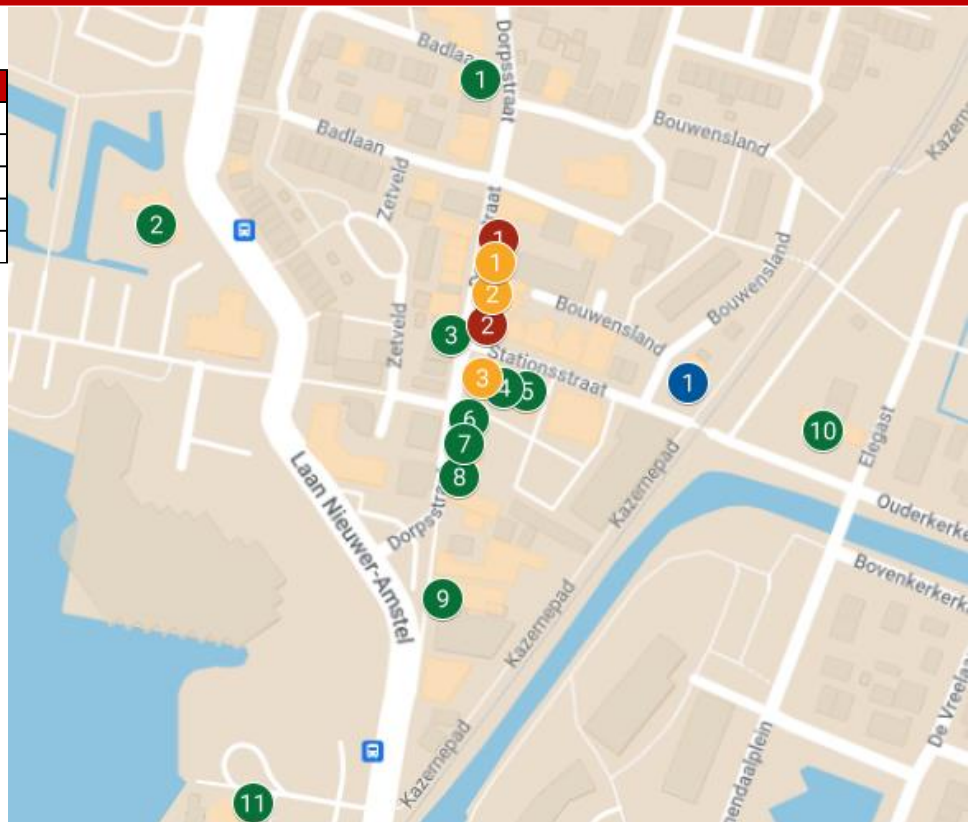
1.3 Horeca clusters Amstelveen: Oude Dorp

Oude Dorp - Horecaprofiel

Bedrijfssector	Aantal	Oppervlakte	Aandeel Opp.	Amstelveen %
Restaurant	11	1.376	85%	17%
Drank	2	102	6%	5%
Fastservice	3	133	8%	3%
Hotel	1	0	0%	0%
Totaal:	17	1.611	100%	10%

Bevindingen:

- Het Oude Dorp ligt naast het Amsterdamse Bos en heeft een kleine winkelstraat door het dorp heen. Het gebied wordt getypeerd door kleine oude huizen in het centrum gebied met nieuwbouw eromheen.
- De horeca in het Oude Dorp bestaat voornamelijk uit restaurants die aan en rondom de winkelstraat liggen.
- Van de acht restaurants die in de winkelstraat liggen is de helft Aziatisch.
- De fastservicebedrijven en de helft van de restaurants zijn overdag geopend, de cafés en de andere helft van de restaurants hebben een avondfunctie. De horeca in het Oude Dorp sluit over het algemeen om 23:00 uur, de cafés hebben ook een uitgaansfunctie en zijn tot later open (weekend tot 02.00 uur).



1. Horeca aanbod

1.3 Horeca clusters Amstelveen: Oude Dorp



Oude Dorp



Het Wapen van Amstelveen



Hotel Station Amstelveen



The Winekitchen at Sea

1. Horeca aanbod

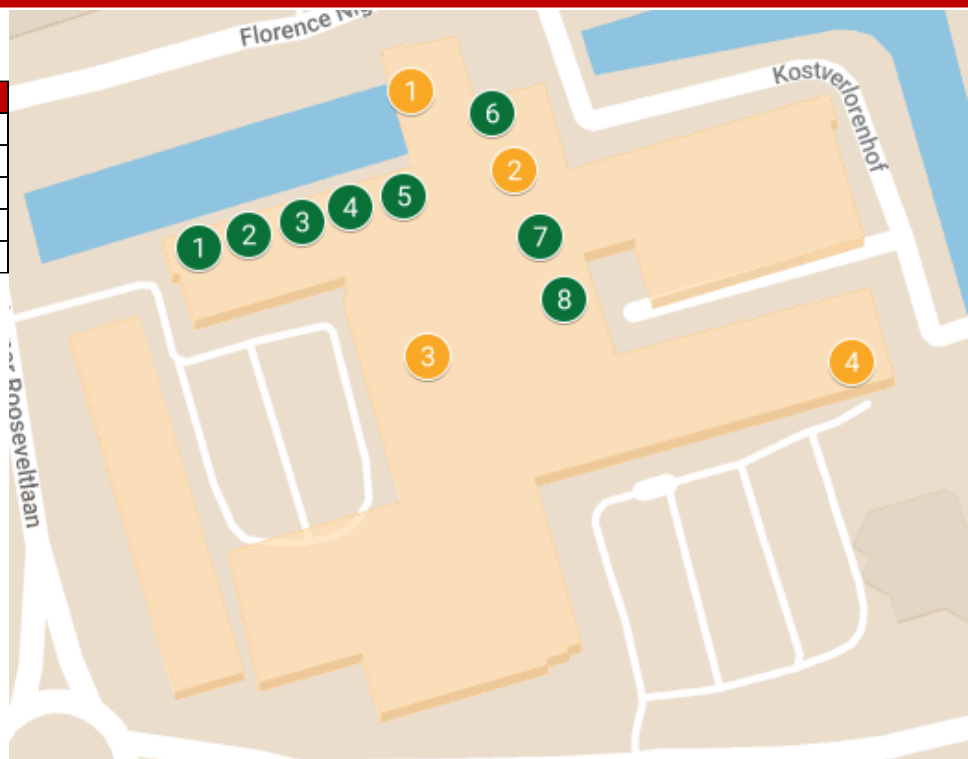
1.3 Horeca clusters Amstelveen: Kostverlorenhof

Kostverlorenhof - Horecaprofiel

Bedrijfssector	Aantal	Oppervlakte	Aandeel Opp.	Amstelveen %
Restaurant	8	693	81%	9%
Drank	0	0	0%	0%
Fastservice	4	162	19%	4%
Hotel	0	0	0%	0%
Totaal:	12	855	100%	5%

Bevindingen:

- In de wijk boven het stadshart bevindt zich het Kostverlorenhof, een kleiner winkelcentrum met verschillende supermarkten en winkels.
- Het horeca aanbod bestaat uit restaurants en fastservice, de fastservice gelegenheden zijn gevestigd in het winkelcentrum.
- De restaurants zijn over het algemeen tot 22:00 uur open, de fastservice tot 20:00 uur. Het grootste gedeelte van de bedrijven is overdag geopend. Voor horecabezoek kan men hier zowel overdag als 's avonds terecht.
- De meeste restaurants hebben een (overdekt) terras. Katsuri en Thai from Sky hebben een terras in het winkelcentrum met een klein aantal couverts, alleen Nagomi heeft geen terras.

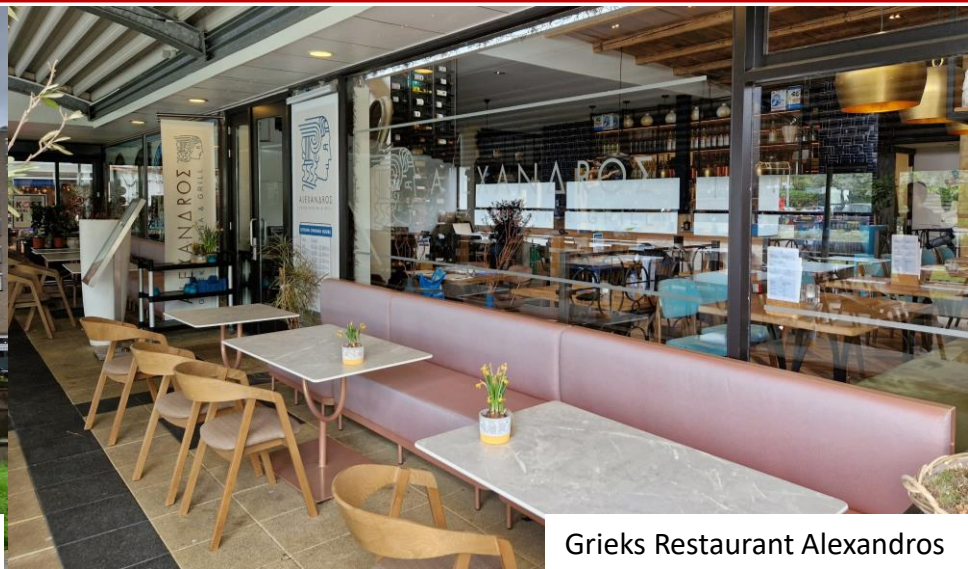


1. Horeca aanbod

1.3 Horeca clusters Amstelveen: Kostverlorenhof



Kostverlorenhof



Grieks Restaurant Alexandros



Kostverlorenhof



Thai from Sky

1. Horeca aanbod

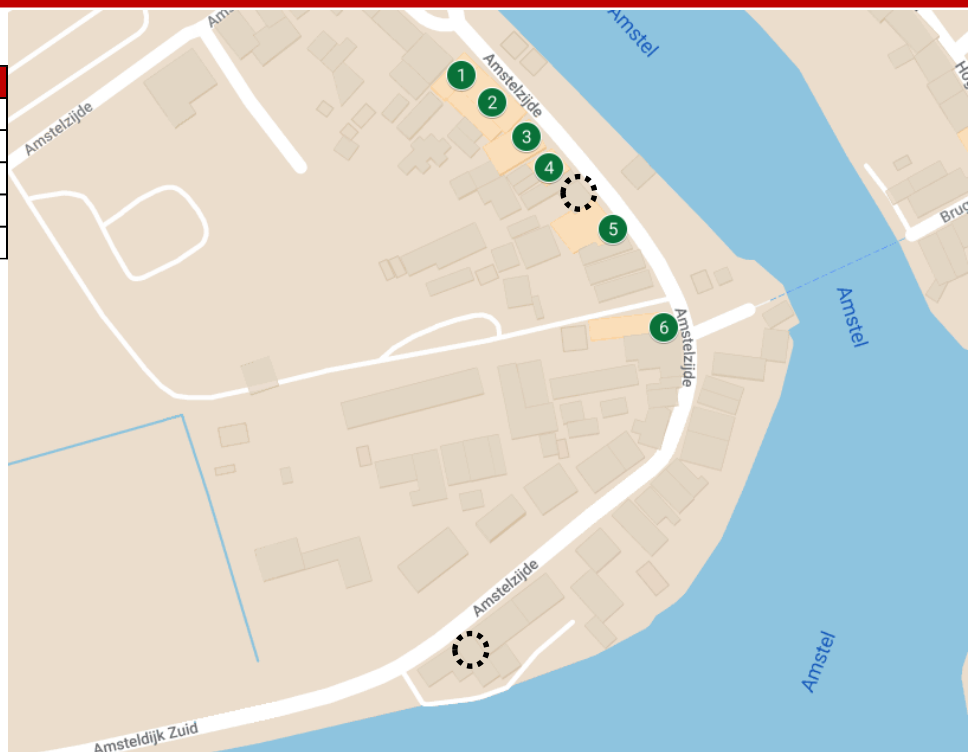
1.3 Horeca clusters Amstelveen: Amstelzijde

Aan de Amstel - Horecaprofiel

Bedrijfssector	Aantal	Oppervlakte	Aandeel Opp.	Amstelveen %
Restaurant	6	1.057	100%	13%
Drank	0	0	0%	0%
Fastservice	0	0	0%	0%
Hotel	0	0	0%	0%
Totaal:	6	1.057	100%	7%

Bevindingen:

- De Amstelzijde is een straat in de wijk Buurt over Oudekerk, aan de Amstel. Er bevindt zich een aantal restaurants op een rij aan de Amstel.
- Alle restaurants hebben een terras aan het water.
- Het horeca aanbod aan de Amstelzijde bestaat enkel uit restaurants.
- SAAM Restaurant en Restaurant India Port zijn alleen 's avonds geopend, bij de rest van de restaurants kan lunch genuttigd worden. De restaurants sluiten over het algemeen om 23:00 uur.
- Er zat een ijssalon aan de Amstelzijde, deze is permanent gesloten.
- 't Jagershuis, een pand aan de Amstelzijde met horecabestemming, staat momenteel leeg. Hier kan in de toekomst echter horeca in komen.
- De hierboven genoemde leegstaande panden zijn met zwart omcirkeld. De bovenste is de ijssalon, de onderste is 't Jagershuis.



1. Horeca aanbod

1.3 Horeca clusters Amstelveen: Amstelzijde



1. Horeca aanbod

1.3 Horeca clusters Amstelveen: Amsterdamseweg

Amsterdamseweg - Horecaprofiel

Bedrijfssector	Aantal	Oppervlakte	Aandeel Opp.	Amstelveen %
Restaurant	4	450	38%	6%
Drank	2	459	39%	22%
Fastservice	3	105	9%	2%
Hotel	1	170	14%	20%
Totaal:	10	1.184	100%	7%

Bevindingen:

- De Amsterdamseweg heeft veel winkels en horeca, voor dit clustergebied is er gefocust op de wijk Patrimonium. De straat heeft supermarkten, winkelaanbod en een hotel.
- Het gebied kent een aantal fastservice bedrijven met voornamelijk een Aziatische keuken.
- Van de restaurants in dit cluster hebben drie een terras, ook het restaurant van Hotel Abina heeft een terras.
- De horeca in het gebied heeft vooral een avondfunctie, de meeste horecabedrijven in dit cluster openen na 15:00 uur. Restaurants zijn over het algemeen tot 22:00 uur open, de fastservice tot 21:00 uur, de dranklocaties tot 23:30.



1. Horeca aanbod

1.3 Horeca clusters Amstelveen: Amsterdamseweg



Amsterdamseweg



Toko Madjoe



Hotel Abina



Restaurant De Jonge Dikkert

1. Horeca aanbod

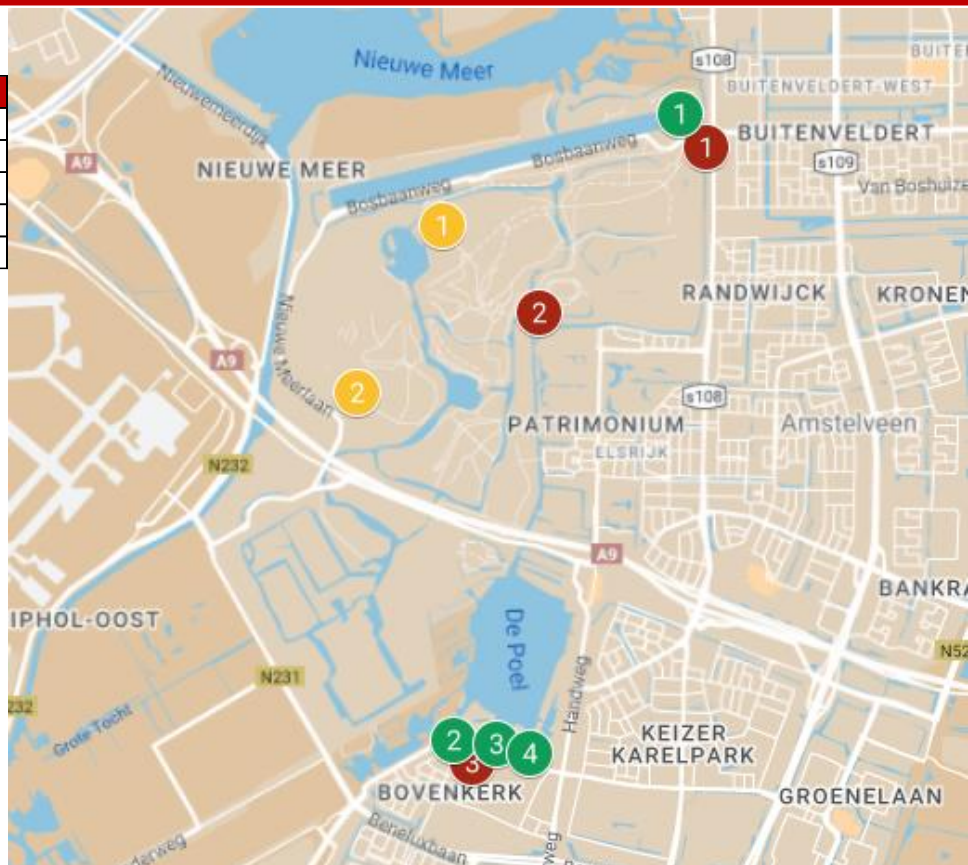
1.3 Horeca clusters Amstelveen: Amsterdamse Bos

Amsterdamse Bos - Horecaprofiel

Bedrijfssector	Aantal	Oppervlakte	Aandeel Opp.	Amstelveen %
Restaurant	4	645	66%	8%
Drank	3	237	24%	11%
Fastservice	2	98	10%	2%
Hotel	0	0	0%	0%
Totaal:	9	980	100%	6%

Bevindingen:

- Het Amsterdamse Bos is een groot gebied, met enkele horeca zaken in het park zelf. Voor dit cluster is ook gekeken naar de horeca bij het Amsterdamse Bos in de wijk Bovenkerk.
- De zaken aan de Noorddammerlaan grenzen aan het bos. Het bos is vanuit deze locatie toegankelijk via wandelpaden.
- De zaken in het bos liggen in de natuur verspreid over de noordelijke kant van het bos. Deze hebben allemaal een terras omringd door natuur.
- De horeca in het Amsterdamse bos heeft een dag functie, de bedrijven zijn om 18:00 uur allemaal gesloten.
- De restaurants aan de rand van het bos zijn open tot 23:00 uur, twee hiervan serveren lunch, verder is er hier een zalencentrum gevestigd.



1. Horeca aanbod

1.3 Horeca clusters Amstelveen: Amsterdamse Bos



Geitenboerderij Ridammerhoeve



Paviljoen Chez Favié



Silversant



Restaurant De Bosbaan

1. Horeca aanbod

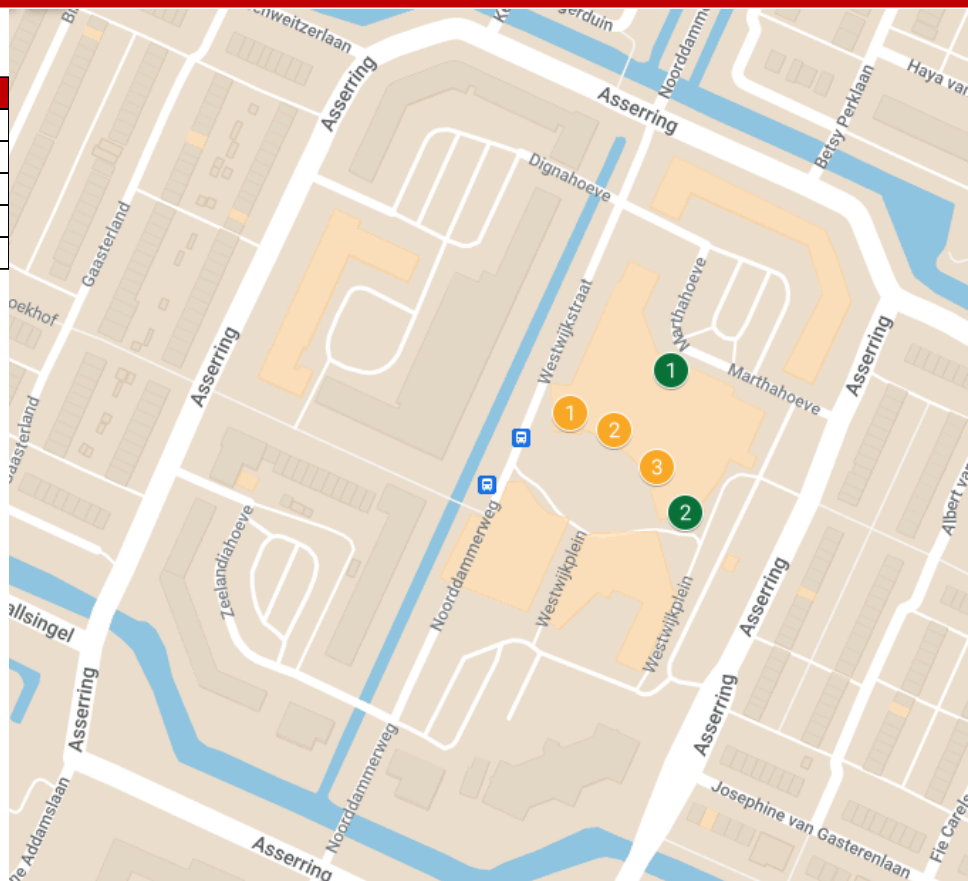
1.3 Horeca clusters Amstelveen: Westwijk

Westwijk - Horecaprofiel

Bedrijfssector	Aantal	Oppervlakte	Aandeel Opp.	Amstelveen %
Restaurant	2	204	50%	3%
Drank	0	0	0%	0%
Fastservice	3	202	50%	5%
Hotel	0	0	0%	0%
Totaal:	5	406	100%	3%

Bevindingen:

- Westwijk is een overdekt winkelcentrum, de wijk eromheen bestaat verder uit een scholengemeenschap en woningen.
- Het horeca aanbod bestaat uit vijf bedrijven. Dit zijn twee restaurants en drie fastservice bedrijven.
- De fastservice op het plein bestaat uit een cafetaria, een Aziatische formule en een lunchroom.
- Op het plein bevindt zich een terras van lunchroom Puur & Lekker wat een positieve invloed heeft op het aanzicht van het plein.
- De restaurants zijn open tot 22:00 uur maar niet verbonden aan het plein, het plein heeft dus geen avondfunctie.



1. Horeca aanbod

1.4 Aanbod horeca Amstelveen buiten clusters

Horecagebieden buiten horeca clusters

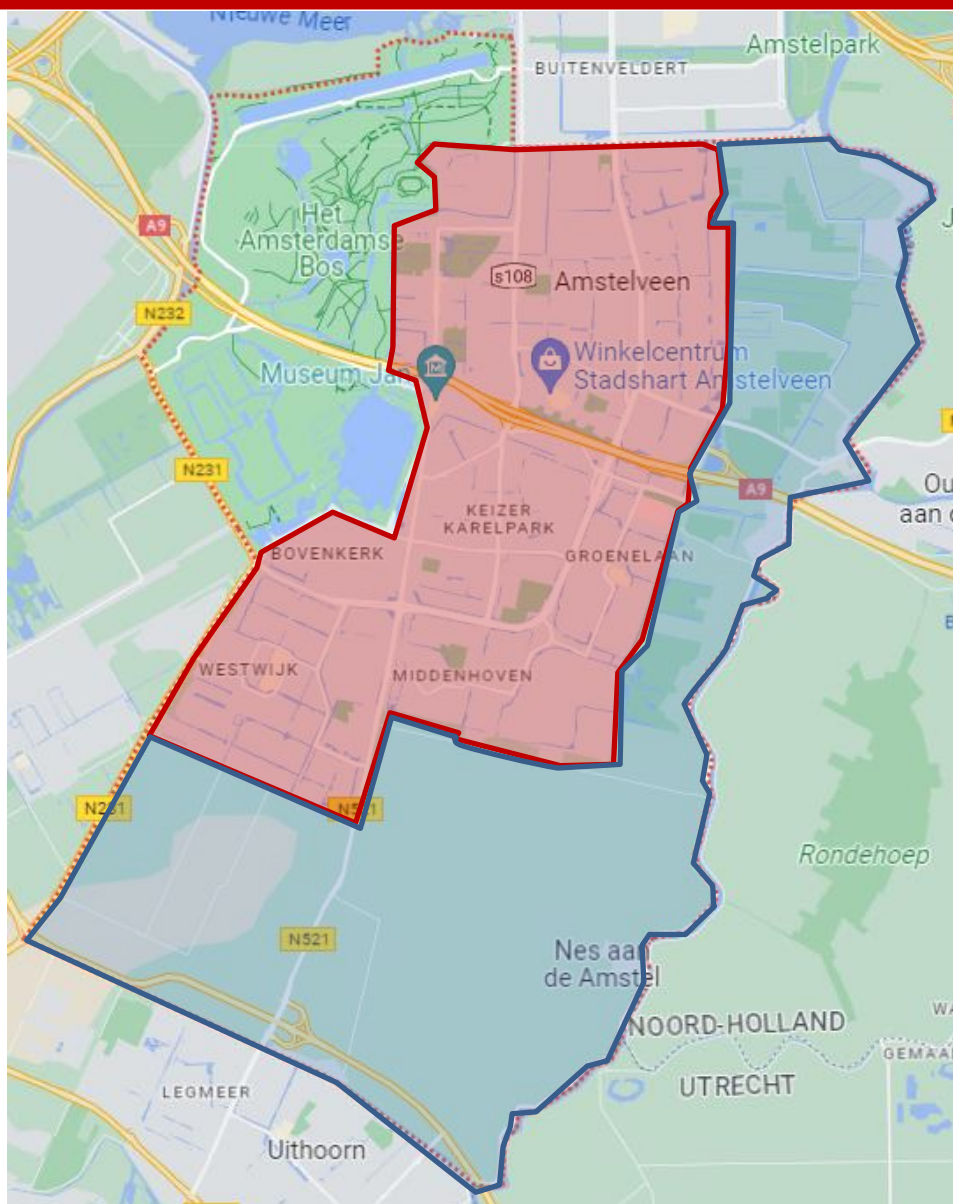
De overige horecagebieden zijn op de volgende pagina's verdeeld in twee gebieden: er is onderscheid gemaakt tussen horeca in woonwijken en het buitengebied.

Horeca in woonwijken

Deze bestaan uit horeca gelegenheden in woonwijken buiten de grotere horeca clusters. De woonwijken bevinden zich in het rood gekleurde gebied op de kaart.

Buitengebied

Het buitengebied bestaat uit vrijstaande horecagelegenheden zonder aanvullende activiteiten. Het buitengebied is blauw gekleurd op de kaart.



1. Horeca aanbod

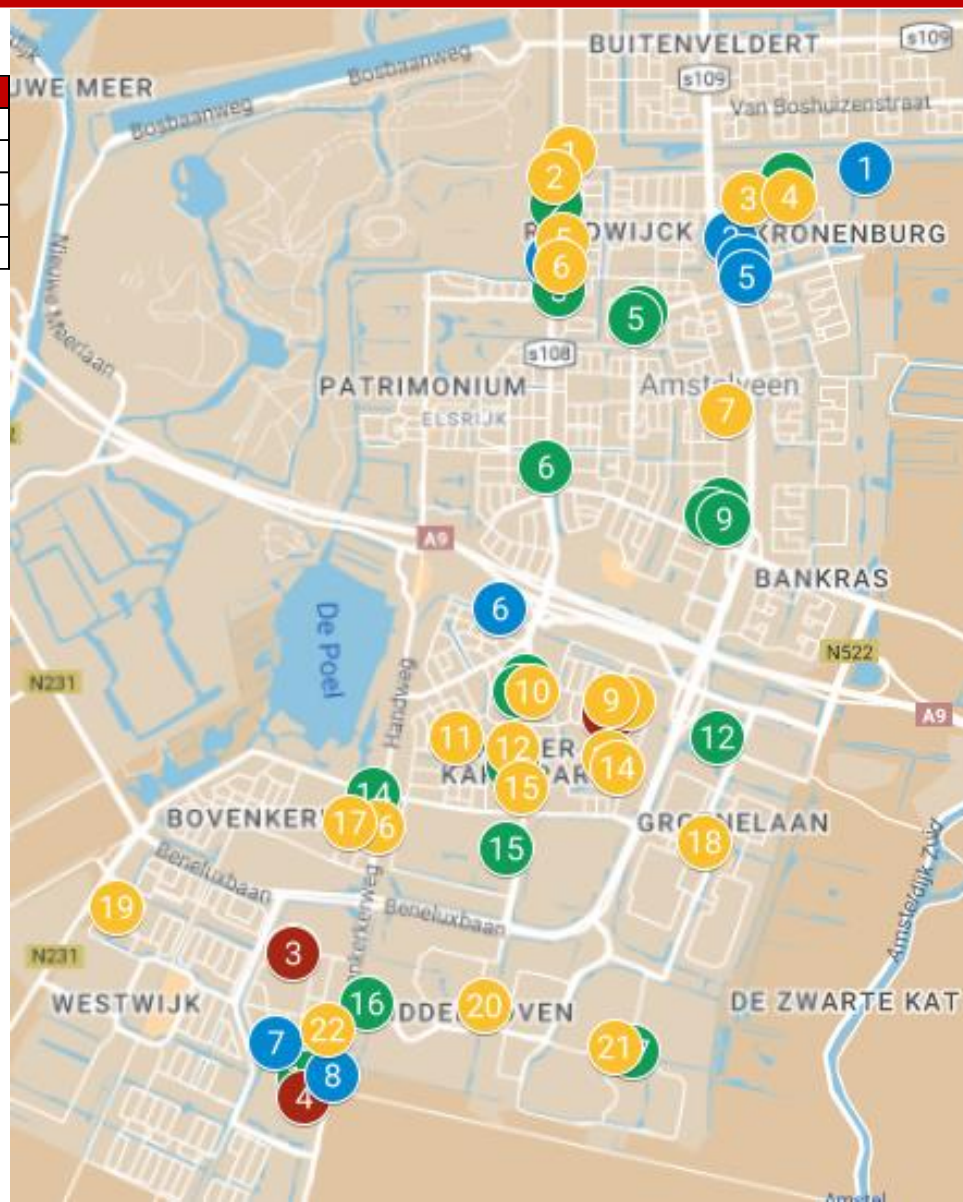
1.4 Aanbod horeca Amstelveen buiten clusters: Wijkhoreca

Woonwijken - Horecaprofiel

Bedrijfssector	Aantal	Oppervlakte	Aandeel Opp.	Amstelveen %
Restaurant	18	2.556	48%	32%
Drank	4	906	17%	44%
Fastservice	23	1.200	23%	28%
Hotel	8	670	13%	80%
Totaal:	53	5.333	100%	33%

Bevindingen

- Circa 30% van de horeca in Amstelveen bevindt zich in woonwijken, dat wil zeggen niet geclusterd in een uitgebreid horeca concentratiegebied.
- Er is een aantal kleine kernen gevestigd in wijk winkelcentra, dit zijn niet meer dan drie horecagelegenheden per kern.
- Buiten de kleine wijkclusters zijn de horecazaken verspreid over de gemeente.
- De meeste horecazaken zijn ook 's avonds geopend.



1. Horeca aanbod

1.4 Aanbod horeca Amstelveen buiten clusters: Wijkhoreca



Bistro Nice!



Fussia



Grillroom Kibboets



Indian Street Food & Co

1. Horeca aanbod

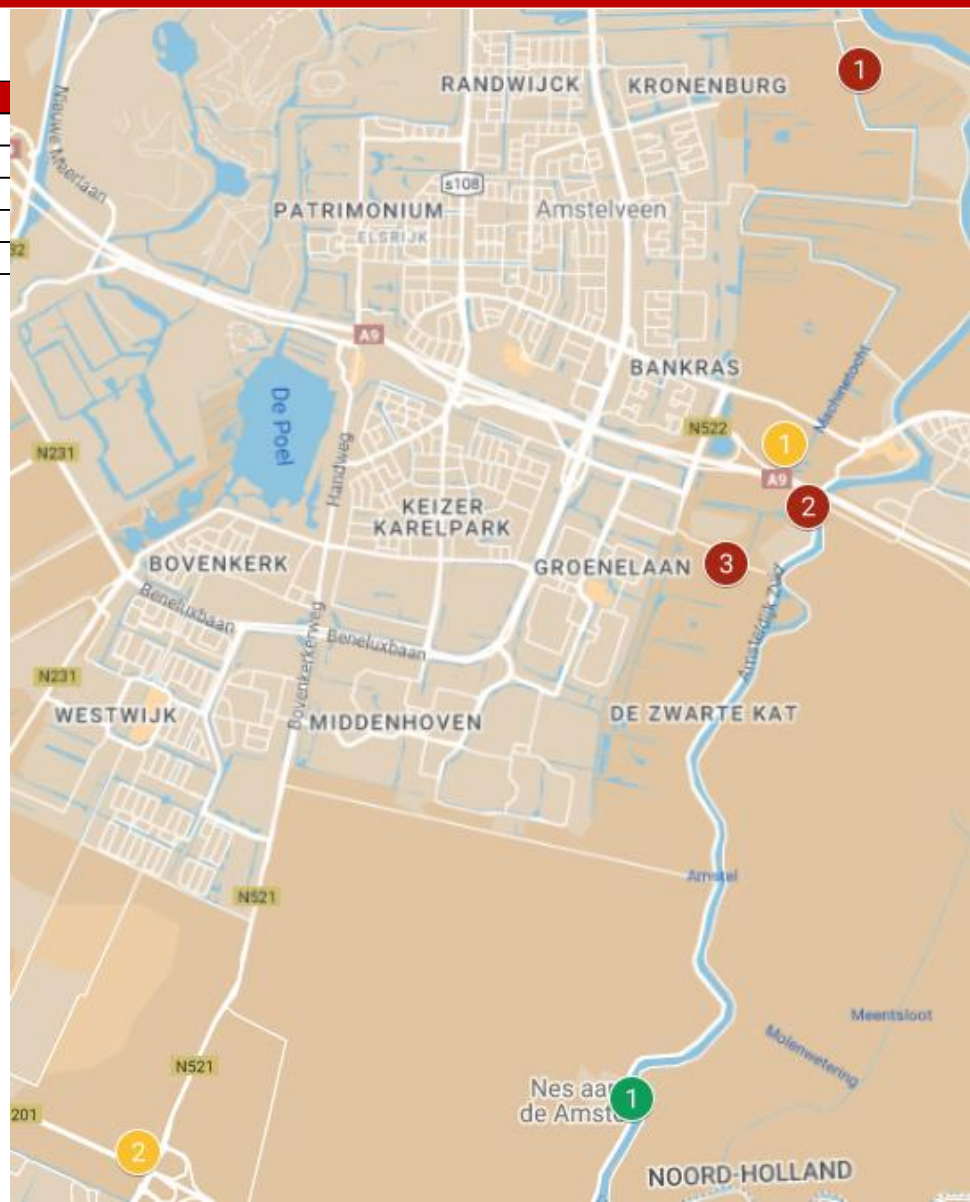
1.4 Aanbod horeca Amstelveen buiten clusters: Buitengebied

Buitengebied - Horecaprofiel

Bedrijfssector	Aantal	Oppervlakte	Aandeel Opp.	Amstelveen %
Restaurant	1	180	24%	2%
Drank	3	0	0%	0%
Fastservice	2	580	76%	14%
Hotel	0	0	0%	0%
Totaal:	6	760	100%	5%

Bevindingen

- Er liggen relatief weinig horecazaken in het buitengebied in de gemeente Amstelveen.
- Horeca in het buitengebied concentreert zich met name aan of nabij de Amstel. Dit is een recreatieve route voor fietsers en wandelaars, waar de horeca de functie van pleisterplaats voor recreatieve passanten heeft.
- Een aantal concepten in het buitengebied is meer gericht op doelbezoek en gebruikt de natuurrijke omgeving voor een aantrekkelijke locatie.



1. Horeca aanbod

1.4 Aanbod horeca Amstelveen buiten clusters: Buitengebied



Wijngaard de Amsteltuin



tHuis op Elsenhove



De Kruidfabriek by LUTE

1. Horeca aanbod

1.5 Blurring concepten



Volwaardige horeca

- Café Venstra: een koffieconcept aan het Stadsplein wat gevestigd is in boekhandel Libris.



Ondersteunend bij recreatie

- Poel's Up: een plek aan De Poel waar onder andere gezwommen en gesuip kan worden, met ondersteunende horeca.



Ondersteunend aan retail functie

- Brood en Banketbakkerij Vink: een bakker in het Kostverlorenhof die buiten de zaak een klein terras heeft.



Ondersteunend aan retail functie

- Koning de Visspecialist: een viswinkel in het Stadshart die buiten een klein terras heeft.

1. Horeca aanbod

1.6 Retail/horeca



Retail/horeca

- Blond & Brown: een sapjesbar in het Stadshart met drie krukken, wordt niet meegeteld als horeca omdat het geen volwaardige zitplekken heeft.

Retail/horeca

- Breaxx: een kleine consumptiekiosk bij busstation Amstelveen met twee krukken voor de deur, geen volwaardige horeca.



Retail/horeca

- Frozy: gevestigd in het Stadshart met een paar krukken, deze frozen yoghurt bar wordt niet gezien als volwaardige horeca.

Retail/horeca

- YoYo: een bubble tea shop met een aantal krukken maar geen zitplekken, dit wordt ook niet gezien als volwaardige horeca.

2. Analyse horecavraag

2. Analyse horecavraag

2.1 Inleiding

Inleiding

In dit hoofdstuk vindt de analyse van de vraag naar horeca in de gemeente Amstelveen plaats. Per doelgroep zijn de subsegmenten, omvang en toekomstige ontwikkelingen in beeld gebracht.

De uitkomsten worden in het hoofdstuk van de ruimtelijk economische visie toegepast om te bepalen wat de potentiële horeca omzet is. Dit wordt vervolgens vertaald naar eventuele uitbreidingsruimte per horecasector.

De segmenten zijn op hoofdlijnen ingedeeld in drie categorieën:

- Particuliere vraag
- Zakelijke vraag
- Toeristische vraag

Er is rekening gehouden met dubbeltellingen. Voorbeeld: de doelgroep scholieren valt voor een groot deel ook in de groep gezinnen met oudere kinderen. Er is vastgesteld hoeveel horecabezoeken een scholier doet vanuit deze specifieke hoedanigheid en hoeveel bezoeken er plaatsvinden vanuit de thuissituatie met het gezin.



2. Analyse horecavraag

2.2 Particuliere vraag

Bevindingen particuliere vraag

- Amstelveen telde in 2022 circa 95.000 inwoners. Op basis van prognoses van het CBS zal dit de komende vijf jaar met 4% toenemen, naar 98.800 inwoners.
- De CBS prognoses gaan uit van de bestaande demografie en gaan voorbij aan de visie vanuit de gemeente op woningbouw. De monitor plancapaciteit woningen voor de gemeente Amstelveen geeft aan dat er tot 2039 plannen zijn voor meer dan 13.000 nieuwe woningen.
- Op basis van de fasering voor de beoogde nieuwbouw gaan we voor de komende vijf jaar uit van circa 5.000 nieuwe woningen. Met gemiddeld 2,3 inwoners per huishouden in Amstelveen, betreft het circa 11.500 inwoners.
- Demografische gegevens van toekomstige inwoners zijn niet bekend, dit aantal is evenredig verdeeld over de verschillende leeftijdscategorieën.
- De gezinnen vertegenwoordigen nu en in de toekomst het grootste aandeel binnen de bevolking.
- We gaan uit van een gelijkblijvend aantal studenten en scholieren in de toekomst.
- Het gemiddeld besteedbaar inkomen (gemiddeld € 45.600,= per persoon versus € 34.117,= in Nederland) ligt in Amstelveen ruim boven het gemiddelde niveau in Nederland.
- Inwoners met een niet westerse migratieachtergrond (circa 27% in Amstelveen versus 14% in Nederland) besteden over het algemeen minder in de horeca. Een hoog aandeel hiervan binnen de bevolking zou normaliter een negatief effect hebben op de horecavraag in een gemeente. In Amstelveen bestaat deze groep echter vooral uit expats uit Japan & India. Amstelveen heeft zowel de grootste gemeenschap van mensen uit Japan als India in Nederland. Deze groep expats heeft juist een positieve impact op de horecavraag in de gemeente.

Conclusies

- De particuliere vraag ontwikkelt zich positief.
- Voorwaarde voor deze ontwikkeling is het realiseren van de woningbouwambitie van de gemeente, anders neemt het inwonersaantal komende jaren minder snel toe en vergrijst de bevolking relatief harder.

Omvang doelgroep	Huidig (2022)	Groei	Toekomstig (2027)
Particuliere segmenten			
Studenten	3.424	8,6%	3.717
Eenpersoonshuishoudens	10.151	12,7%	11.437
Tweepersoonshuishoudens laag opgeleid	6.883	11,4%	7.666
Tweepersoonshuishoudens hoog opgeleid	5.632	11,4%	6.272
Gezinnen met jongere kinderen	20.030	15,9%	23.205
Gezinnen met oudere kinderen	24.350	11,1%	27.056
Empty nesters (kinderen uit huis)	6.730	10,4%	7.427
Actieve senioren (65+)	9.000	18,0%	10.620
Passieve senioren (75+)	8.800	43,2%	12.600
Subtotaal	95.000	15,8%	110.000
Aanvullende segmenten			
Scholieren (VO & MBO)	21.566	0,0%	21.566
Subtotaal	21.566	0,0%	21.566
Grand totaal Particulier	116.566	12,9%	131.566

2. Analyse horecavraag

2.3 Zakelijke vraag

Bevindingen zakelijke vraag

- Amstelveen heeft in verhouding tot Nederland een gemiddelde werkgelegenheid (arbeidsplaatsen ten opzichte van inwoners) en ook de ontwikkeling van deze werkgelegenheid ontwikkelt zich op het zelfde tempo als in de rest van Nederland.
- Amstelveen telde in totaal in 2022 circa 39.700 werkplekken. Op basis van de regionale arbeidsmarktgegevens, historische ontwikkelingen en een prognose per sector is de verwachting dat dit aantal tot 2027 met 4,5% zal stijgen.
- De grootste wijziging in werkgelegenheid is een afname van industrie en bouw en een toename van overheid, onderwijs en zorg. Binnen de overige sectoren zijn wijzigingen relatief beperkt.
- Het topsegment is de bovenste 4% van de arbeidsmarkt en beweegt mee met de ontwikkeling van de totale werkgelegenheid.
- De werkloosheid in Amstelveen in 2022 ligt met 3,9% van de totale beroepsbevolking (CBS) iets hoger dan het landelijk gemiddelde van 3,5% (CBS).

Conclusies

- De zakelijke vraag ontwikkelt zich positief. Het aantal arbeidsplaatsen groeit van 39.700 huidige naar circa 41.500 in de toekomst.

Omvang doelgroep	Huidig (2022)	Groei	Toekomstig (2027)
Zakelijke segmenten			
Industrie en bouw	472	-7,7%	436
Horeca en handel	11.954	2,5%	12.247
Zakelijke dienstverlening	17.975	3,7%	18.649
Overheid, onderwijs en zorg	7.733	10,2%	8.523
Topsegment	1.589	4,5%	1.661
Totaal zakelijk	39.723	4,5%	41.516

Toelichting segmenten

- Industrie en bouw: productie sector, bouwnijverheid, energie en water.
- Horeca en handel: horeca, detail- tussen- en groothandel.
- Zakelijke dienstverlening: financiële instellingen, verhuur en handel van onroerend goed en specialistische zakelijke diensten.
- Overheid, onderwijs en zorg: openbaar bestuur, onderwijs, gezondheids- en welzijnszorg,
- Topsegment werkenden: diverse sectoren, 4% van het totaal aantal arbeidsplaatsen.

2. Analyse horecavraag

2.4 Toeristische- en hotelvraag

Bevindingen toeristische vraag

Overnachtingen

- Het aantal hotelovernachtingen is op basis van het gemiddelde percentage zakelijke overnachtingen over de jaren 2019-2022 (informatie van VisitorData) verdeeld naar het zakelijke en toeristische segment, respectievelijk 20%-80%.
- De toekomstverwachtingen ten aanzien van het aantal overnachtingen is gebaseerd op algemene beschouwingen op de ontwikkeling van de Nederlandse markt, waarbij eerst herstel plaatsvindt in 2023 tot het niveau van 2019 en daarna lichte groei zal plaatsvinden. Dit betekent dat het aantal overnachtingen de komende jaren dus niet explosief zal groeien maar na herstel rustig ontwikkelt.
- De camping in het Amsterdamse Bos is in 2020 overgenomen door EuroParcs en is daarmee veel meer in gaan zetten op bungalow verblijven, deze overnachtingen zijn flink toegenomen in 2022. We verwachten dat hier nog wel groei plaats zal vinden maar op een gelijkmatige manier.
- Het kampeerdeel van dit park is onder de EuroParcs vlag niet veranderd, vandaar dat we prognosticeren dat dit gelijk blijft.

Conclusie

Verblijfstoerisme herstelt naar het niveau pre-covid en zal zich de komende jaren naar verwachting positief blijven ontwikkelen.

Dagtoeristen

- Gemeente Amstelveen heeft geen concrete informatie over het aantal inkomende dagtoeristen in de gemeente. Het Amsterdamse Bos trekt op jaarbasis meer dan 6 miljoen bezoekers, wij schatten in dat het circa 6,25 miljoen bezoekers zijn. Onderzoek van de gemeente Amsterdam wees uit dat ongeveer een derde van deze bezoekers uit Amstelveen zelf komen. Dat betekent dat het bos circa 4 miljoen dagbezoekers van buiten de gemeente trekt. De bezoekers uit de gemeente Amstelveen en hun eventuele horecabesteding valt onder de particuliere vraag. Naar de toekomst toe verwachten wij dat dit aantal bezoekers gelijk blijft.

Omvang doelgroep	Huidig (2022)	Groei	Toekomst (2027)
Overnachtingen - Amstelveen			
Hotel toeristisch	393.600	7,9%	424.545
Hotel zakelijk	86.400	22,8%	106.136
Bungalowpark	34.534	27,6%	44.075
Camping	10.214	0,0%	10.214
Totaal overnachtingen	524.748	11,5%	584.971
Dagtoeristen			
Amsterdamse Bos	4.000.000	0,0%	4.000.000
Stadshart Amstelveen	5.000.000	0,0%	5.000.000
Cobra Museum	83.382	0,0%	83.382
Totaal dagtoeristen	9.083.382	0,0%	9.083.382

- Stadshart Amstelveen trekt op jaarbasis circa 6 miljoen bezoekers. Cijfers van het CBS, meest recent uit 2018, laten zien dat de gemiddelde Nederlander circa 24 keer per jaar recreatief ging winkelen. Mede door online shoppen zal dit zeker terug zijn gelopen, wij doen de aanname dat de gemiddelde Nederlander nu circa 18 keer per jaar gaat winkelen. In Amstelveen zal ongeveer de helft van deze recreatieve winkeltochten in Amsterdam of tijdens stadsbezoek aan andere steden plaatsvinden. Dat betekent dat inwoners uit de gemeente zelf circa 1 miljoen bezoeken aan het Stadshart brengen (horecabestedingen van dit aandeel zitten reeds in de particuliere vraag). Hiermee trekt het Stadshart jaarlijks circa 5 miljoen dagtoeristen naar Amstelveen. De afgelopen jaren liepen de bezoekersaantallen flink terug, maar de gemeente gaat nu investeren om dit aantal gelijk te houden.
- We gaan er vanuit dat bezoekers aan het Cobra Museum grotendeels van buiten Amstelveen komen, daarmee trekt dit museum circa 83.000 bezoekers per jaar. Wij verwachten dat dit aantal stabiel blijft.

Conclusie

Per saldo verwachten we dat er jaarlijks circa 9 miljoen dagbezoeken aan de gemeente Amstelveen worden gebracht.

3. Ruimtelijke economische visie

3. Ruimtelijke economische visie

3.1 Inleiding

Methodiek

- In dit hoofdstuk is het ruimtelijk economisch advies uitgewerkt. Op basis van het horecagedrag van de vraagsegmenten (bezoekfrequentie en besteding), is de omzet van de horecamarkt in Amstelveen bepaald.
- De omzet bepaalt de potentiële horecacapaciteit (aantal m² en bedrijven).
- Indien de capaciteit hoger ligt dan het huidige aanbod is er ruimte voor **ontwikkeling**. In dat geval worden gebieden aangewezen waar deze uitbreiding bij voorkeur plaatsvindt. Hierbij wordt gekeken naar versterking van de signatuur van een gebied.
- Indien de capaciteit gelijk of lager ligt dan het huidige aanbod, is **consolidatie** of **terugdringen** het advies. Bij consolidatie sluit het huidige aanbod reeds aan bij de toekomstige vraag. Bij terugdringen dient binnen instrumentarium en regelgeving gekeken te worden naar (lange termijn) mogelijkheden.
- Indien gemeente breed ingezet wordt op terugdringen of consolideren, is het mogelijk dat in bepaalde gebieden wel ingezet wordt op ontwikkeling. Het advies ten aanzien van capaciteit geldt per saldo voor de gehele gemeente.
- Het kader geeft inzicht in de ruimte in de markt bij verwachte vraagontwikkeling. Omdat de toekomstige behoefte niet exact voorspelbaar is, wordt een bandbreedte voor het uitbreidingspotentieel vastgesteld. Het is raadzaam de uitbreiding frequent te monitoren en eens in de 2-3 jaar te herijken.

Richtinggevend kader vs. vrije markt

Er wordt een richtinggevend kader geadviseerd in plaats van het vrijgeven van de markt voor horeca initiatieven, omdat het vrijgeven van de markt in onze optiek schadelijk is voor de kwaliteit van het aanbod op lange termijn:

- Door overaanbod komt het rendement van bedrijven onder druk te staan.
- Een gevolg hiervan is dat goedkoper personeel wordt aangetrokken, de kwaliteit onder druk komt te staan en concepten 'uithollen'.
- Er komt steeds minder ruimte voor vervangingsinvesteringen.

Het is derhalve niet realistisch te veronderstellen dat het vrijgeven van de markt leidt tot kwaliteitsverbetering, echter eerder het tegenovergestelde.

3. Ruimtelijke economische visie

3.2 Omvang huidige horecamarkt

Omvang doelgroep

- De omvang van de doelgroepen in 2022 is gebaseerd op de kenmerken zoals aangegeven in de vraaganalyse.

Bezoekfrequentie

- In de tabel is per segment de gemiddelde bezoekfrequentie per jaar weergegeven aan de verschillende horecasectoren.
- Dit is gebaseerd op gemiddelde cijfers voor Nederland (een macro analyse van de totale horeca sector), waarbij correcties zijn gemaakt op basis van de specifieke kenmerken van de gemeente, ligging, bevolking en kenmerken van de horecamarkt.
- Het betreft bezoek en bestedingen in reguliere horecabedrijven. Bezoek en bestedingen in paracommerciële horeca en sociëteiten, buurthuizen en wijkcentra zijn hier niet in meegenomen.

Besteding

- Per segment is de gemiddelde besteding per bezoek per persoon aangegeven, gespecificeerd naar de verschillende horecasectoren.
- Dit is gebaseerd op gemiddelde cijfers voor Nederland (een macro analyse van de totale horeca sector), waarbij ook hier correcties zijn gemaakt op basis van specifieke kenmerken van de bevolking (zoals gemiddeld besteedbaar inkomen) en kenmerken van de horecamarkt.

Omvang doelgroep	Huidig	Bezoekfrequentie per persoon jaar, overnachting of bezoek			Besteding per bezoek		
Particuliere segmenten	Omvang	Restaurant	Fastservice	Dranken	Restaurant	Fastservice	Dranken
Studenten	3.424	16	52	32	€ 40,00	€ 8,00	€ 18,00
Eenpersoonshuishoudens	10.151	12	30	18	€ 40,00	€ 7,00	€ 14,00
Tweepersoonshuishoudens laag inkomen	6.883	10	32	20	€ 35,00	€ 7,00	€ 18,00
Tweepersoonshuishoudens hoog inkomen	5.632	18	24	20	€ 75,00	€ 7,00	€ 18,00
Gezinnen met jongere kinderen	20.030	10	24	6	€ 40,00	€ 8,00	€ 10,00
Gezinnen met oudere kinderen	24.350	12	24	8	€ 50,00	€ 8,00	€ 10,00
Empty nesters	6.730	14	16	12	€ 75,00	€ 7,00	€ 12,00
Actieve senioren	9.000	12	14	6	€ 60,00	€ 6,00	€ 10,00
Passieve senioren	8.800	4	4	2	€ 50,00	€ 6,00	€ 6,00
Subtotaal	95.000						
Verblijfstoerisme (overnachtingen)	Omvang	Restaurant	Fastservice	Dranken	Restaurant	Fastservice	Dranken
Hotel toeristisch	393.600	0,5	0,75	0,5	€ 40,00	€ 7,00	€ 12,00
Hotel zakelijk	86.400	0,5	0,25	0,2	€ 40,00	€ 7,00	€ 10,00
Bungalowparken	34.534	0,5	0,75	0,2	€ 30,00	€ 7,00	€ 8,00
Camping	10.214	0,5	0,5	0,2	€ 30,00	€ 7,00	€ 8,00
Subtotaal	524.748						
Dagbezoek	Omvang	Restaurant	Fastservice	Dranken	Restaurant	Fastservice	Dranken
Amsterdamse Bos	4.000.000	0,01	0,01	0,01	€ 35,00	€ 12,00	€ 10,00
Stadshart Amstelveen	5.000.000	0,02	0,25	0,02	€ 35,00	€ 8,00	€ 10,00
Cobramuseum	83.382	0,1	0,5	0,15	€ 35,00	€ 8,00	€ 10,00
Studenten van buiten de stad	21.566	0,0	0,75	0,00	€ 40,00	€ 8,00	€ 10,00
Subtotaal	9.104.948						
Zakelijke segmenten	Omvang	Restaurant	Fastservice	Dranken	Restaurant	Fastservice	Dranken
Industrie en bouw	472	2	24	6	€ 30,00	€ 8,00	€ 16,00
Horeca en handel	11.954	2	12	8	€ 35,00	€ 8,00	€ 16,00
Zakelijke dienstverlening	17.975	4	12	8	€ 40,00	€ 8,00	€ 12,00
Overheid, onderwijs en zorg	7.733	4	12	4	€ 30,00	€ 8,00	€ 10,00
Topsegment	1.589	6	6	6	€ 75,00	€ 8,00	€ 16,00
Subtotaal	39.723						

3. Ruimtelijke economische visie

3.2 Omvang huidige horecamarkt

Toelichting omzetprognose

- Op basis van de omvang de doelgroepen, bezoekfrequentie en gemiddelde besteding per sector (zoals weergegeven op voorgaande pagina) is de omzetspotentie van de horecasectoren bepaald.
- Door de ligging van Amstelveen direct aan Amsterdam en tevens goede bereikbaarheid met de rest van de randstad, vloeit een aandeel van de bezoeken per saldo af. Deze afvloeit verschilt per vraagsegment en per deelsector van de horeca.
- Op basis van deze analyse berekenen wij dat de omzet voor de horeca in Amstelveen afgelopen jaar circa 88 miljoen euro bedroeg.
- De particuliere markt zorgt voor het grootste omzetaandeel van 64%, met name door gezinnen met kinderen, eenpersoonshuishoudens en tweepersoonshuishoudens met een hoog inkomen.
- Het toeristisch segment heeft een omzetaandeel van circa 24%, met name door de dagtoerist.
- Het zakelijke segment is goed voor een aandeel van circa 15%. Met name de sectoren die het best vertegenwoordigd zijn zoals de zakelijke dienstverlening en horeca & handel hebben een groot omzetaandeel.

	Omzet huidig			
Particuliere segmenten	Restaurant	Fastservice	Dranken	Totaal
Studenten	€ 2.191.360	€ 1.424.384	€ 1.972.224	€ 5.587.968
Eenpersoonshuishoudens	€ 4.872.480	€ 2.131.710	€ 2.558.052	€ 9.562.242
Tweepersoonshuishoudens laag inkomen	€ 2.409.138	€ 1.541.848	€ 2.477.970	€ 6.428.956
Tweepersoonshuishoudens hoog inkomen	€ 7.602.863	€ 946.134	€ 2.027.430	€ 10.576.427
Gezinnen met jongere kinderen	€ 8.012.000	€ 3.845.760	€ 1.201.800	€ 13.059.560
Gezinnen met oudere kinderen	€ 14.610.000	€ 4.675.200	€ 1.948.000	€ 21.233.200
Empty nesters	€ 7.066.500	€ 753.760	€ 969.120	€ 8.789.380
Actieve senioren	€ 6.480.000	€ 756.000	€ 540.000	€ 7.776.000
Passieve senioren	€ 1.760.000	€ 211.200	€ 105.600	€ 2.076.800
Subtotaal	€ 55.004.340	€ 16.285.996	€ 13.800.196	€ 85.090.532
Afvloei Amsterdam & Randstad %	-25%	-25%	-75%	-33%
Omzetaandeel in Amstelveen	€ 41.253.255	€ 12.214.497	€ 3.450.049	€ 56.917.801
Verblijfstoerisme (overnachtingen)	Restaurant	Fastservice	Dranken	Totaal
Hotel toeristisch	€ 7.872.000	€ 2.066.400	€ 2.361.600	€ 12.300.000
Hotel zakelijk	€ 1.728.000	€ 151.200	€ 172.800	€ 2.052.000
Bungalowparken	€ 518.010	€ 181.304	€ 55.254	€ 754.568
Camping	€ 153.216	€ 35.750	€ 16.343	€ 205.309
Subtotaal	€ 10.271.226	€ 2.434.654	€ 2.605.997	€ 15.311.877
Afvloei Amsterdam & Randstad %	-75%	-80%	-90%	-78%
Omzetaandeel in Amstelveen	€ 2.567.807	€ 486.931	€ 260.600	€ 3.315.337
Dagbezoek	Restaurant	Fastservice	Dranken	Totaal
Amsterdamse Bos	€ 1.400.000	€ 480.000	€ 400.000	€ 2.280.000
Stadshart Amstelveen	€ 3.500.000	€ 10.000.000	€ 1.000.000	€ 14.500.000
Cobramuseum	€ 291.837	€ 333.528	€ 125.073	€ 750.438
Studenten van buiten de stad	€ 0	€ 129.396	€ 0	€ 129.396
Subtotaal	€ 5.191.837	€ 10.942.924	€ 1.525.073	€ 17.659.834
Zakelijke segmenten	Restaurant	Fastservice	Dranken	Totaal
Industrie en bouw	€ 28.339	€ 90.685	€ 45.343	€ 164.367
Horeca en handel	€ 836.797	€ 1.147.607	€ 1.530.143	€ 3.514.547
Zakelijke dienstverlening	€ 2.876.030	€ 1.725.618	€ 1.725.618	€ 6.327.265
Overheid, onderwijs en zorg	€ 927.902	€ 742.321	€ 309.301	€ 1.979.524
Topsegment	€ 715.017	€ 76.269	€ 152.537	€ 943.823
Subtotaal	€ 5.384.085	€ 3.782.500	€ 3.762.941	€ 12.929.526
Afvloei Amsterdam & Randstad %	-10%	-10%	-50%	-22%
Omzetaandeel in Amstelveen	€ 4.845.676	€ 3.404.250	€ 1.881.470	€ 10.131.397
Totaal horecaomzet Amstelveen	€ 53.858.575	€ 27.048.602	€ 7.117.192	€ 88.024.369

3. Ruimtelijke economische visie

3.3 Omvang toekomstige horecamarkt

Omvang doelgroep

- De omvang van de doelgroepen in 2027 is gebaseerd op demografische, economische en stedelijke ontwikkelingen, zoals bepaald bij de vraag.

Bezoekfrequentie

- In de tabel is per segment de gemiddelde bezoekfrequentie per jaar weergegeven aan de verschillende horecasectoren.
- Dit is gebaseerd op gemiddelde cijfers voor Nederland (een macro analyse van de totale horeca sector), waarbij correcties zijn gemaakt op basis van de specifieke kenmerken van de gemeente, ligging, bevolking en kenmerken van de horecamarkt.
- Het betreft bezoek en bestedingen in reguliere horecabedrijven. Bezoek en bestedingen in paracommerciële horeca en sociëteiten, buurthuizen en wijkcentra zijn hier niet in meegenomen.

Besteding

- Per segment is de gemiddelde besteding per bezoek per persoon aangegeven, gespecificeerd naar de verschillende horecasectoren.
- Dit is gebaseerd op gemiddelde cijfers voor Nederland (een macro analyse van de totale horeca sector), waarbij ook hier correcties zijn gemaakt op basis van specifieke kenmerken van de bevolking (zoals gemiddeld besteedbaar inkomen) en kenmerken van de horecamarkt.

Omvang doelgroep	2027	Bezoekfrequentie per persoon jaar, overnachting of bezoek			Besteding per bezoek		
		Restaurant	Fastservice	Dranken	Restaurant	Fastservice	Dranken
Particuliere segmenten	Omvang						
Studenten	3.717	16	52	32	€ 40,00	€ 8,00	€ 18,00
Eenpersoonshuishoudens	11.437	12	30	18	€ 40,00	€ 7,00	€ 14,00
Tweepersoonshuishoudens laag inkomen	7.666	10	32	20	€ 35,00	€ 7,00	€ 18,00
Tweepersoonshuishoudens hoog inkomen	6.272	18	24	20	€ 75,00	€ 7,00	€ 18,00
Gezinnen met jongere kinderen	23.205	10	24	6	€ 40,00	€ 8,00	€ 10,00
Gezinnen met oudere kinderen	27.056	12	24	8	€ 50,00	€ 8,00	€ 10,00
Empty nesters	7.427	14	16	12	€ 75,00	€ 7,00	€ 12,00
Actieve senioren	10.620	12	14	6	€ 60,00	€ 6,00	€ 10,00
Passieve senioren	12.600	4	4	2	€ 50,00	€ 6,00	€ 6,00
Subtotaal	110.000						
Verblijfstoerisme (overnachtingen)	Omvang	Restaurant	Fastservice	Dranken	Restaurant	Fastservice	Dranken
Hotel toeristisch	429.852	0,5	0,75	0,5	€ 40,00	€ 7,00	€ 12,00
Hotel zakelijk	100.830	0,5	0,25	0,2	€ 40,00	€ 7,00	€ 10,00
Vakantieparken	44.075	0,5	0,75	0,2	€ 30,00	€ 7,00	€ 8,00
Kampeerterreinen	10.214	0,5	0,5	0,2	€ 30,00	€ 7,00	€ 8,00
Subtotaal	584.971						
Dagbezoek	Omvang	Restaurant	Fastservice	Dranken	Restaurant	Fastservice	Dranken
Amsterdamse Bos	4.000.000	0,01	0,01	0,01	€ 35,00	€ 12,00	€ 10,00
Stadshart Amstelveen	5.000.000	0,02	0,25	0,02	€ 35,00	€ 8,00	€ 10,00
Cobramuseum	83.382	0,1	0,5	0,15	€ 35,00	€ 8,00	€ 10,00
Studenten van buiten de stad	21.566	0	0,75	0	€ 40,00	€ 8,00	€ 10,00
Subtotaal	9.104.948						
Zakelijke segmenten	Omvang	Restaurant	Fastservice	Dranken	Restaurant	Fastservice	Dranken
Industrie en bouw	436	2	24	6	€ 30,00	€ 8,00	€ 16,00
Horeca en handel	12.247	2	12	8	€ 35,00	€ 8,00	€ 16,00
Zakelijke dienstverlening	18.649	4	12	8	€ 40,00	€ 8,00	€ 12,00
Overheid, onderwijs en zorg	8.523	4	12	4	€ 30,00	€ 8,00	€ 10,00
Topsegment	1.661	6	6	6	€ 75,00	€ 8,00	€ 16,00
Subtotaal	41.516						

3. Ruimtelijke economische visie

3.3 Omvang toekomstige horecamarkt

Toelichting omzetprognose

- Op basis van de omvang de doelgroepen, bezoekfrequentie en gemiddelde besteding per sector (zoals weergegeven op voorgaande pagina) is de omzetspotentie van de horecasectoren bepaald.
- Door de ligging van Amstelveen direct aan Amsterdam en in de randstad vloeit er een groot deel van de bezoeken af, dit geldt voor inwoners, bezoekers en mensen die in de gemeente werken. Deze afvloeit verschilt per vraagsegment en per deelsector van de horeca.
- Op basis van deze berekening prognosticeren wij de horecaomzet in Amstelveen in 2027 op circa 96,5 miljoen euro.
- De particuliere markt zorgt voor het grootste omzetaandeel van 67%, met name door gezinnen met kinderen, eenpersoonshuishoudens en empty nesters.
- Het toeristisch segment heeft een omzetaandeel van circa 22%, met name door de dagtoerist.
- Het zakelijke segment is goed voor een aandeel van circa 11%, met name de sectoren die het best vertegenwoordigd zijn zoals de zakelijke dienstverlening en horeca & handel hebben een groot omzetaandeel.

	Omzet 2027			
Particuliere segmenten	Restaurant	Fastservice	Dranken	Totaal
Studenten	€ 2.379.007	€ 1.546.354	€ 2.141.106	€ 6.066.468
Eenpersoonshuishoudens	€ 5.489.661	€ 2.401.727	€ 2.882.072	€ 10.773.460
Tweepersoonshuishoudens laag inkomen	€ 2.683.064	€ 1.717.161	€ 2.759.723	€ 7.159.947
Tweepersoonshuishoudens hoog inkomen	€ 8.467.331	€ 1.053.712	€ 2.257.955	€ 11.778.998
Gezinnen met jongere kinderen	€ 9.281.995	€ 4.455.358	€ 1.392.299	€ 15.129.653
Gezinnen met oudere kinderen	€ 16.233.592	€ 5.194.749	€ 2.164.479	€ 23.592.820
Empty nesters	€ 7.798.346	€ 831.824	€ 1.069.487	€ 9.699.657
Actieve senioren	€ 7.646.395	€ 892.079	€ 637.200	€ 9.175.674
Passieve senioren	€ 2.519.997	€ 302.400	€ 151.200	€ 2.973.596
Subtotaal	€ 62.499.387	€ 18.395.364	€ 15.455.521	€ 96.350.272
Afvloei Amsterdam & Randstad %	-25%	-25%	-75%	-33%
Omzetaandeel in Amstelveen	€ 46.874.541	€ 13.796.523	€ 3.863.880	€ 64.534.944
Verblijfstoerisme (overnachtingen)	Restaurant	Fastservice	Dranken	Totaal
Hotel toeristisch	€ 8.597.045	€ 2.256.724	€ 2.579.113	€ 13.432.882
Hotel zakelijk	€ 2.016.591	€ 176.452	€ 201.659	€ 2.394.702
Vakantieparken	€ 661.127	€ 231.394	€ 70.520	€ 963.041
Kampeertreinen	€ 153.216	€ 35.750	€ 16.343	€ 205.309
Subtotaal	€ 11.427.978	€ 2.700.321	€ 2.867.636	€ 16.995.934
Afvloei Amsterdam & Randstad %	-75%	-80%	-90%	-78%
Omzetaandeel in Amstelveen	€ 2.856.995	€ 540.064	€ 286.764	€ 3.683.822
Dagbezoek	Restaurant	Fastservice	Dranken	Totaal
Amsterdamse Bos	€ 1.400.000	€ 480.000	€ 400.000	€ 2.280.000
Stadshart Amstelveen	€ 3.500.000	€ 10.000.000	€ 1.000.000	€ 14.500.000
Cobramuseum	€ 291.837	€ 333.528	€ 125.073	€ 750.438
Studenten van buiten de stad	€ 0	€ 129.396	€ 0	€ 129.396
Subtotaal	€ 5.191.837	€ 10.942.924	€ 1.525.073	€ 17.659.834
Zakelijke segmenten	Restaurant	Fastservice	Dranken	Totaal
Industrie en bouw	€ 26.170	€ 83.743	€ 41.872	€ 151.785
Horeca en handel	€ 857.312	€ 1.175.742	€ 1.567.656	€ 3.600.711
Zakelijke dienstverlening	€ 2.983.792	€ 1.790.275	€ 1.790.275	€ 6.564.343
Overheid, onderwijs en zorg	€ 1.022.790	€ 818.232	€ 340.930	€ 2.181.953
Topsegment	€ 747.289	€ 79.711	€ 159.422	€ 986.422
Subtotaal	€ 5.637.354	€ 3.947.704	€ 3.900.155	€ 13.485.213
Afvloei Amsterdam & Randstad %	-10%	-10%	-50%	-22%
Omzetaandeel in Amstelveen	€ 5.073.619	€ 3.552.934	€ 1.950.078	€ 10.576.630
Totaal horecaomzet Amstelveen	€ 59.996.991	€ 28.832.445	€ 7.625.794	€ 96.455.230

3. Ruimtelijke economische visie

3.4 Uitbreidingspotentieel

Uitbreidingspotentieel

- In hoofdstuk 1 (horeca aanbod) is de huidige oppervlakte vastgesteld.
- De normomzet per m² verkoopoppervlakte is gebaseerd op een macro analyse van de landelijke horecamarkt en ervaringscijfers voor horecabedrijven in Amstelveen of andere gemeenten die qua omvang, samenstelling, ligging en karakter vergelijkbaar zijn.
- Door een normomzet te hanteren wordt uitgegaan van een gemiddeld bedrijfseconomisch gezonde exploitatie (individuele bedrijven kunnen daarbij boven of ondermaats presteren).
- Op basis van het toekomstig omzetpotentieel en de normomzet per m² is per sector het oppervlakteplafond voor 2027 bepaald.
- Het oppervlakteplafond minus de huidige oppervlakte bepaalt de uitbreidingsruimte.
- Op basis van de uitkomsten is er de komende vijf jaar ruimte voor uitbreiding van 1.706m² VVO (+8%) Dit komt neer op circa 2.625m² BVO.
- Op basis van de huidige gemiddelde oppervlakte is de uitbreidingsruimte vertaald naar een indicatief aantal bedrijven (11,7). De vierkante meters zijn meer leidend, aangezien bijvoorbeeld een groot wereldrestaurant meer invloed heeft op de markt dan twee kleine bistro's.
- Deze uitbreidingsruimte is afhankelijk van de realisatie van de geplande woningen die er de komende jaren moeten gaan komen. Mochten deze woningen niet gebouwd worden dan is deze uitbreidingsruimte niet meer accuraat.

Uitbreidingsruimte Amstelveen	Restaurant	Fastservice	Drank	Totaal
Omzetpotentieel 2027	€ 59.996.991	€ 28.832.445	€ 7.625.794	€ 96.455.230
Normomzet per m ²	€ 4.700	€ 6.000	€ 1.300	€ 4.000
Oppervlakteplafond (m ² VVO)	12.765	4.805	5.866	23.437
Huidige oppervlakte	11.693	4.464	5.574	21.731
Uitbreidingsruimte (m ² VVO)	1.072	341	292	1.706
Vertaling naar aantal bedrijven				
Gemiddelde oppervlakte	167	78	310	150
Uitbreidingsruimte (aantal bedrijven)	6,4	4,4	0,9	11,7
Huidig aantal bedrijven	70	57	18	145
Toekomstig aantal bedrijven	76,4	61,4	18,9	156,7
Groei 2023-2027	9%	8%	5%	8%

3. Ruimtelijke economische visie

3.4 Uitbreidingspotentieel

Lopende horeca-ontwikkelingen

- Bij de gemeente zijn geen horecaontwikkelingen bekend die gedurende dit traject nieuw zijn vergund ten aanzien van het in beeld gebrachte aanbod.

Toelichting uitbreidingspotentieel

- De uitbreiding betreft de ontwikkeling per saldo. Faillissementen of andere stakingen van horecaexploitaties leiden tot toename van het uitbreidingspotentieel en ook overnames bieden ruimte voor verdere beweging in de markt.
- Berekeningen van het omzetpotentieel zijn gebaseerd op gemiddelde bezoekfrequentie en bestedingen en daarmee geen exacte wetenschap. Wij adviseren een bandbreedte van circa 10% ten aanzien van de berekende uitbreidingsruimte.
- Horeca uitbreiding op verdiepingen dient voor 50% meegerekend te worden, aangezien hier doorgaans lagere omzetten per m² worden gerealiseerd.

Overschrijden van plafond

- Indien het plafond (bovenmatig) wordt overschreden, wat een politieke keuze kan zijn, kan dit op termijn impliceren dat horecabedrijven op locaties met minder traffic de deuren moeten sluiten vanwege bedrijfseconomische redenen.
- Met het oog op versterken van specifieke gebieden kan dit een bewuste keuze zijn. Uitbreiding dient echter gedoseerd plaats te vinden met oog op de uitbreidingsruimte.

3. Ruimtelijke economische visie

3.5 Visie per gebied – Overzicht ontwikkelstrategie

Toelichting & randvoorwaarden

- In de tabel is de ontwikkelstrategie per gebied weergegeven, waarbij wordt ingezet op ontwikkelen, consolideren of terugdringen.
- Indien een sector in een gebied op 'terugdringen' staat, betekent dit niet dat de huidige aanwezige horeca moet verdwijnen. Het impliceert juist dat gevestigde ondernemers gewezen kunnen worden op de voorkeurslocaties van de gemeente en dat indien een ondernemer zijn activiteiten op de desbetreffende locatie staakt mogelijk een nieuwe bestemming gezocht kan worden.
- De gedachte bij de verschillende ontwikkelingsstrategieën ligt mede in het feit dat wordt ingezet op concentratie van bepaalde type horeca, passende bij het vastgestelde karakter van het gebied. Gezien het feit dat er beperkt ruimte is voor uitbreiding zullen er keuzes gemaakt moeten worden die duidelijkheid verschaffen aan de markt (ondernemers/ontwikkelaars), bewoners en de gemeente.
- Op de volgende pagina's zijn per concentratiegebied verdere actielijnen uitgewerkt. Tevens is aangegeven waar, in geval van ontwikkelen, conceptueel de focus op dient te liggen. Deze focus is niet altijd bruikbaar om initiatieven te toetsen, echter geeft het een handvat bij actieve acquisitie op type formules die gewenst zijn.

Horecagebieden Amstelveen	Restaurant	Fastservice	Drank
Stadshart - Stadsplein	●	●	●
Stadshart - Winkelgebied	●	●	●
Stadshart - Overig	●	●	●
Oude Dorp	●	●	●
Kostverlorenhof	●	●	●
Amstelzijde	●	●	●
Amsterdamseweg	●	●	●
Westwijk	●	●	●
Amsterdamse Bos	●	●	●
Horeca in woonwijken	● ●	● ●	● ●
Ontwikkelgebied Legmeer	●	●	●
Buitengebied	●	●	●

Legenda	
Ontwikkelen	●
Consolideren	●
Terugdringen	●

3. Ruimtelijke economische visie

3.5 Visie per gebied – Stadshart - Stadsplein

Ontwikkelstrategie

Stadshart - Stadsplein	Restaurant	Fastservice	Drank
Aantal horecabedrijven	6	2	2
Ontwikkelstrategie	●	●	●

Advies

- Voornaamste horecaconcentratie en terraslocatie van de stad. Met uitzondering van Platform C en de Bibliotheek is de gevelinvulling op de begane grond aan het plein volledig ingevuld met horeca.
- Eventuele nieuwe concepten kunnen zich alleen vestigen bij staking van één van de huidige exploitaties.
- Beeldkwaliteit van terrassen is reeds op goed niveau. Uitstralingsniveau is goed en vormt één geheel. Binnen de richtlijnen hebben bedrijven nog de mogelijkheid om eigen identiteit te behouden.
- Waar mogelijk fastservice vervangen voor restaurant of fast casual concepten en bij nieuwe concepten inzetten op diversiteit van keukenrichtingen ten aanzien van het bestaande aanbod.

Concepten

- Restaurant: toename van restaurantconcepten toestaan (overdag open en bij voorkeur meegaan in uitgaanssfeer in avonden).
- Fast casual: concepten die nog niet bestaan in het huidige straatbeeld waar lekker & relatief gezond eten kan worden gegeten, waardoor het plein aantrekkelijk is voor meerdere sociaaleconomische lagen van de bevolking.



3. Ruimtelijke economische visie

3.5 Visie per gebied – Stadshart - Winkelgebied

Ontwikkelstrategie

Stadshart - Winkelgebied	Restaurant	Fastservice	Drank
Aantal horecabedrijven	0	14	3
Ontwikkelstrategie	●	●	●

Advies

- Voornaamste winkelgebied van Amstelveen. Aanwezige horeca dient zich te richten op winkelend publiek en is ondersteunend aan deze primaire functie van het gebied.
- Inzetten op verbetering van uitstraling terrassen nabij de entreegebieden. Behouden eigen identiteit maar wel verbeteren beeldkwaliteit.
- Nieuwe horeca binnen het winkelgebied dient overdag geopend te zijn.
- Daghoreca is aanwezig, en reeds redelijk gevarieerd. Waar mogelijk blijvend sturen op differentiatie binnen daghoreca met sterke fastservice formules gericht op gezond (sandwiches, sappen, salades, pasta's), maar ook ruimte voor formules met een meer ongezond imago.
- Drankverstrekkers in de vorm van koffie & thee formules of specialisaties kunnen worden toegevoegd als aanvulling. Geen café/bar concepten in het winkelgebied.
- Leegstaande panden in het centrum geven een onderbreking voor de bezoeker. De rol van horeca is echter niet het opvullen van lege panden. Eventuele leegstand opvullen met tijdelijke concepten, pop-up, of (kunst)expositie in etalages.

Concepten

- Healthy: inspelen op healthy-trend (sla-concepten of pokebowls bijvoorbeeld).
- Fastservice/drank: ijssalons, koffie & thee formules, specifieke nicheformules mogelijk maken.



3. Ruimtelijke economische visie

3.5 Visie per gebied – Stadshart - Overig

Ontwikkelstrategie

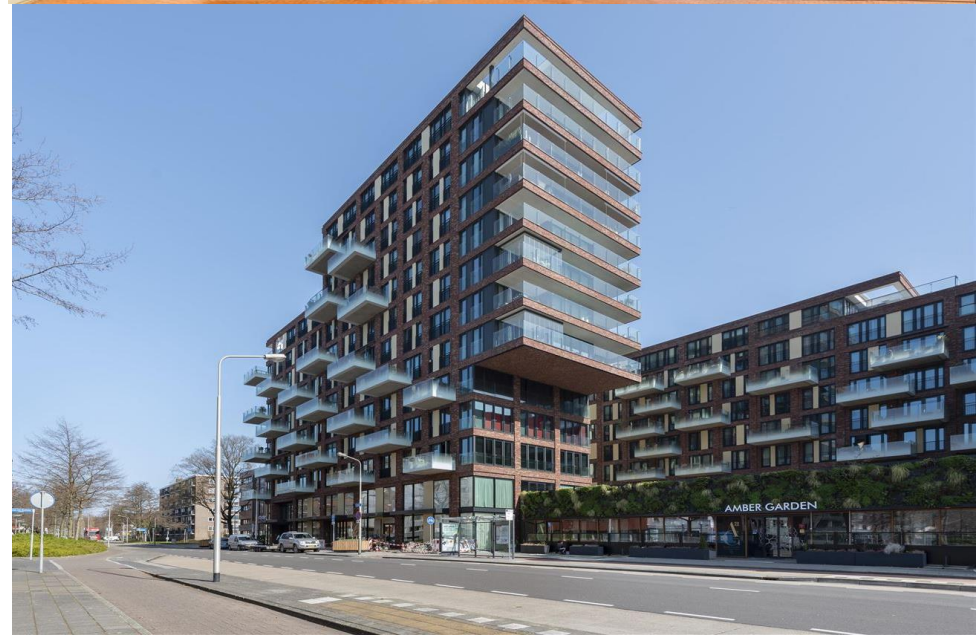
Stadshart - Overig	Restaurant	Fastservice	Drank
Aantal horecabedrijven	3	1	0
Ontwikkelstrategie	●	●	●

Advies

- Inzetten op uitnodigende entree van de stad richting het winkelgebied en stadsplein.
- Verbindingen: de verbinding met het winkelgebied Stadshart en het stadsplein verbeteren.
- Doelstelling: dynamiek met afwisseling winkel, wonen, werken en horeca moet in toekomst zorgen voor goede kwaliteitsbeleving en leefbaarheid.
- Inzetten op horeca die zowel overdag als 's avonds geopend is.
- Ontwikkeling restaurants of fast casual formules.
- Uitbreiding van terrassen is gewenst om het verblijf van bezoekers te veraangamen en te verlengen, maar ook om de levendigheid en aantrekkelijkheid van het gebied te verhogen.
- Er zijn reeds plannen voor Handelsplein/Stadstuinen voor een meer levendig entreegebied aan de oostkant. Initiatieven zijn nog niet concreet qua invulling.

Concepten

- Algemeen: midden en hoog segment restaurants en cafés, grandcafé formules en restaurants met diversiteit in keukenrichtingen. Focus op aantrekkelijke, open locaties die de bezoeker uitnodigen.



3. Ruimtelijke economische visie

3.5 Visie per gebied – Oude Dorp

Ontwikkelstrategie

Oude Dorp	Restaurant	Fastservice	Drank
Aantal horecabedrijven	11	3	2
Ontwikkelstrategie	●	●	●

Advies

- Doelstelling: dynamiek met afwisseling winkel, wonen, werken en horeca moet in toekomst zorgen voor goede kwaliteitsbeleving en leefbaarheid.
- Inzetten op horeca die zowel overdag als 's avonds geopend is.
- Ontwikkeling restaurants & drankverstrekkers.
- Groei van avondhoreca (drank) toestaan, aan de Dorpsstraat en Stationsstraat. Concepten met oog op specialisatie en ambacht.
- Uitbreiding van terrassen is gewenst om het verblijf van bezoekers te veraangename en te verlengen.
- Groei van restaurants toestaan aan de Dorpsstraat en Stationsstraat.

Concepten

- Restaurants: midden en hoog segment restaurants, grandcafé formules en restaurants met diversiteit in keukenrichtingen.
- Cafés/bars: aantrekkelijke (eet)cafés met een interessante specialisatie zoals bijvoorbeeld speciaal bier of een grote variëteit aan wijnen per glas.



3. Ruimtelijke economische visie

3.5 Visie per gebied – Kostverlorenhof

Ontwikkelstrategie

Kostverlorenhof	Restaurant	Fastservice	Drank
Aantal horecabedrijven	8	4	0
Ontwikkelstrategie	●	●	●

Advies

- Relatief sterke restaurantsignatuur voor een wijkwinkelcentrum. Cluster van restaurants heeft een wijkoverstijgende aantrekkingskracht. Kracht zit in cluster van restaurants waardoor de aantrekkingskracht groter wordt. Aanbod dient behouden te blijven om ook de wijkoverstijgende aantrekkingskracht te behouden.
- Consolideren van huidig aanbod.
- Locatie voor afhaal- en bezorgconcepten.



3. Ruimtelijke economische visie

3.5 Visie per gebied – Amstelzijde

Ontwikkelstrategie

Amstelzijde	Restaurant	Fastservice	Drank
Aantal horecabedrijven	6	0	0
Ontwikkelstrategie	●	●	●

Advies

- Bekende restaurantboulevard aan de rand van in de gemeente. Aanwezige horeca trekken doelbezoek als cluster of als individuele formule.
- Restaurants richten zich daarbij op recreatieve doelgroepen (bezoekers van de woonkern en passerende wandelaars en fietsers).
- Omwonenden geven aan dat de grens van horeca in het gebied wel is bereikt in verband met overlast.
- 't Jagershuis en een ijssalon staan momenteel leeg en zijn wel horecapanden. Hier kan wederom een horeca-invulling in komen, maar overige uitbreiding in dit gebied is ongewenst.



3. Ruimtelijke economische visie

3.5 Visie per gebied – Amsterdamseweg

Ontwikkelstrategie

Amsterdamseweg	Restaurant	Fastservice	Drank
Aantal horecabedrijven	4	3	2
Ontwikkelstrategie	●	●	●

Advies

- Doelstelling: dynamiek met afwisseling winkel, wonen, werken en horeca moet in toekomst zorgen voor goede kwaliteitsbeleving en leefbaarheid.
- In dit gebied dienen geen horecabedrijven toegevoegd te worden, aangezien de focus voor uitbreiding dient te liggen op het Stadshart en Oude Dorp.
- Enkel vernieuwing van aanbod bij staking van één van de huidige horecabedrijven.



3. Ruimtelijke economische visie

3.5 Visie per gebied – Westwijk

Ontwikkelstrategie

Westwijk	Restaurant	Fastservice	Drank
Aantal horecabedrijven	2	3	0
Ontwikkelstrategie	●	●	●

Advies

- Consolideren van huidig aanbod in het winkelcentrum.
- Locatie voor afhaal- en bezorgconcepten.



3. Ruimtelijke economische visie

3.5 Visie per gebied – Amsterdamse Bos

Ontwikkelstrategie

Amsterdamse Bos	Restaurant	Fastservice	Drank
Aantal horecabedrijven	4	2	3
Ontwikkelstrategie	●	●	●

Advies

- Aanbod consolideren: ondanks hoge bezoekersaantallen is afgeleide vraag naar horeca beperkt. Dat zal ook bij lichte stijging van bezoekersaantallen zo blijven.
- Bij forse stijging van bezoekersaantallen uitbreidingspotentieel in het gebied her-beoordelen.
- Geen ruimte voor aanvullende zelfstandige horeca in het Amsterdamse Bos. Eventuele ondergeschikte horeca bij bijvoorbeeld initiatieven voor kunst, cultuur of recreatie zijn mogelijk, maar zijn altijd ondergeschikt aan de hoofdfunctie.



3. Ruimtelijke economische visie

3.5 Visie per gebied – Woonwijken en Buitengebied

Ontwikkelstrategie

Horeca in woonwijken	Restaurant	Fastservice	Drank
Aantal horecabedrijven	18	23	4
Ontwikkelstrategie woonwijken	● ●	● ●	● ●
Ontwikkelstrategie Legmeer	●	●	●

Buitengebied	Restaurant	Fastservice	Drank
Aantal horecabedrijven	1	2	2
Ontwikkelstrategie	●	●	●

Advies

- Horecabedrijven in de woonwijken: consolideren en bij wijziging kijken naar mogelijke verplaatsing van aanwezige horeca naar huidige concentraties, hier moet de focus komen te liggen.
- Legmeer wordt getransformeerd van bedrijventerrein naar nieuwe woonwerk wijk. Er komen circa 3.000 woningen en er is ruimte voor circa 2.400 werkplekken. In de nieuwe wijk kan wijkondersteunende horeca worden ontwikkeld in diverse varianten (restaurant, fastservice en/of drank).
- Buitengebied: consolideren huidige aanbod horeca voor recreatieve doelgroepen (bezoekers van de woonkernen en passerende wandelaars en fietsers).



Bijlagen

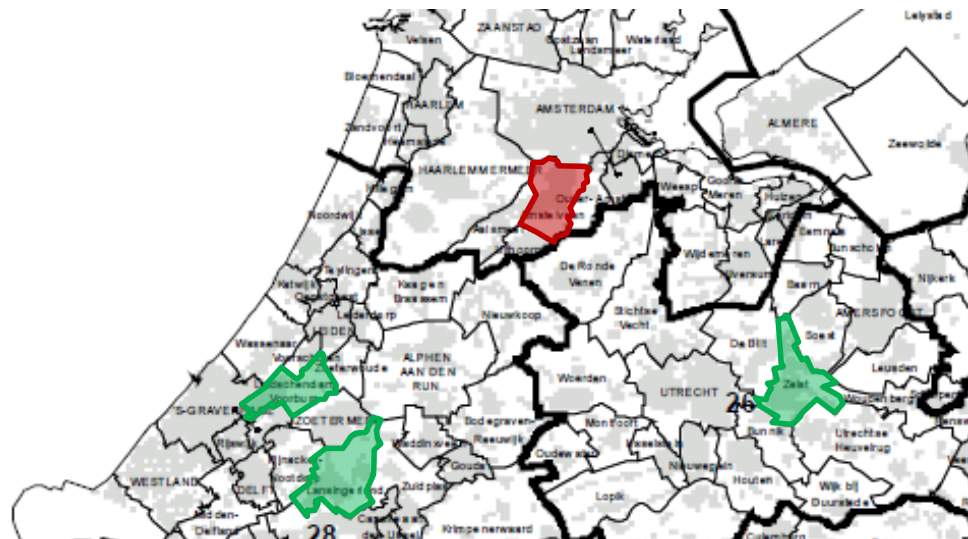
I. Benchmark

Inleiding

Inleiding

De benchmark heeft als doel om het horeca aanbod in Amstelveen in kwantitatieve zin in perspectief te plaatsen. We onderscheiden de volgende gebieden:

- Amstelveen (rood in de kaart) met circa 91.000 inwoners.
- Vergelijkbare gemeenten (groen in de kaart): Lansingerland (circa 63.000 inwoners), Leidschendam-Voorburg (circa 76.000 inwoners) en Zeist (circa 65.000 inwoners).
- In de benchmark is een splitsing gemaakt naar de verschillende subsectoren binnen de horeca: restaurant-, fastservice- en drankensector.
- De data in deze benchmark is uitsluitend gebaseerd op de database van Van Spronsen & Partners horeca-advies (2023).
- In de benchmark kijken we naar dichtheid, dit betekent het aantal inwoners per restaurant.
- De oppervlakedichtheid is het aantal inwoners per m² van de horeca.



I. Benchmark

Horeca aanbod restaurantsector

Restaurantaanbod	Amstelveen		Leidschendam-Voorburg		Zeist		Lansingerland	
Aanbod en dichtheid								
Aantal Inwoners	90.829		76.433		65.043		63.363	
Restaurants	63		61		47		32	
Restaurants bij hotels	7		4		5		0	
Restaurants totaal	70		65		52		32	
Restaurantdichtheid	1.298		1.176		1.251		1.980	
Oppervlakte restaurants	9.608		9.618		7.777		4.410	
Oppervlaktedichtheid	9,5		7,9		8,4		14,4	
Bedrijfstype	Aanbod	Dichtheid	Aanbod	Dichtheid	Aanbod	Dichtheid	Aanbod	Dichtheid
Nederlands-Frans	19	4.780	16	4.777	23	2.828	12	5.280
Italiaans	6	15.138	12	6.369	4	16.261	5	12.673
Zuid-europees	3	30.276	2	38.217	4	16.261	2	31.682
Chinees-Indisch	7	12.976	10	7.643	4	16.261	3	21.121
Overig Aziatisch	24	3.785	9	8.493	6	10.841	2	31.682
Overige keukenrichtingen	11	8.257	16	4.777	11	5.913	8	7.920
Totaal restaurantsector	70	1.298	65	1.176	52	1.251	32	1.980

Restaurants 2018	46	53	35	18
Ontwikkeling	37%	15%	34%	78%
m² restaurants 2018	6.601	6.101	5.397	3.107
Ontwikkeling m²	46%	58%	44%	42%

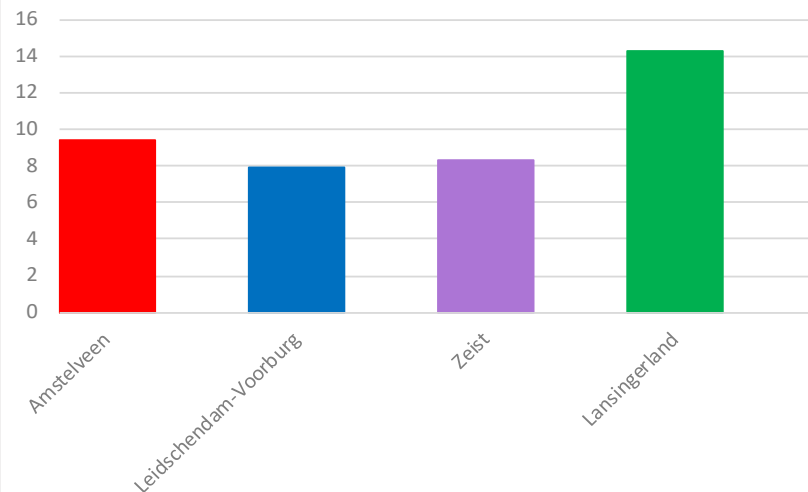
I. Benchmark

Horeca aanbod restaurantsector

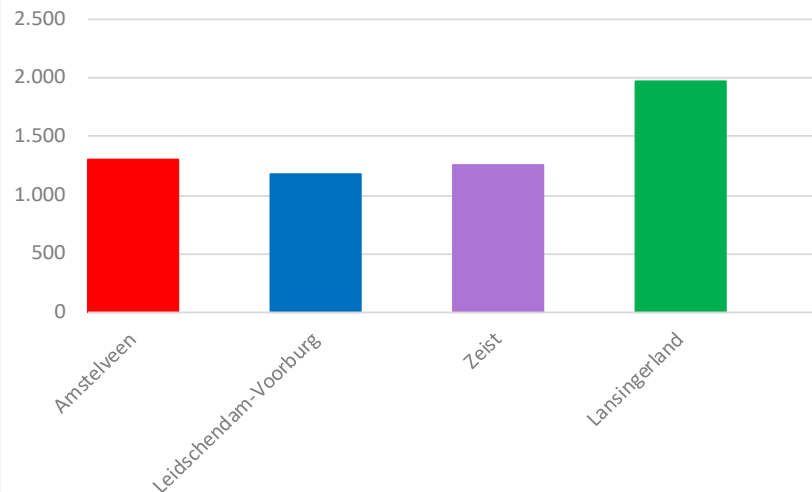
Dichtheid en ontwikkeling restaurants

- Met uitzondering van Lansingerland is de dichtheid in de referentiegemeenten vergelijkbaar.
- De oppervlakedichtheid ligt ongeveer tussen de referentiegemeenten in. Leidschendam-Voorburg en Zeist hebben een relatief hoge dichtheid.
- De afgelopen vijf jaar steeg het aanbod sterk (37%), dit komt mede doordat er vanwege corona meer cafés eten gaan serveren. Deze (eet)cafés of grandcafés worden nu geïdentificeerd als restaurant. In vergelijking met de referentiegemeenten is de stijging gemiddeld.

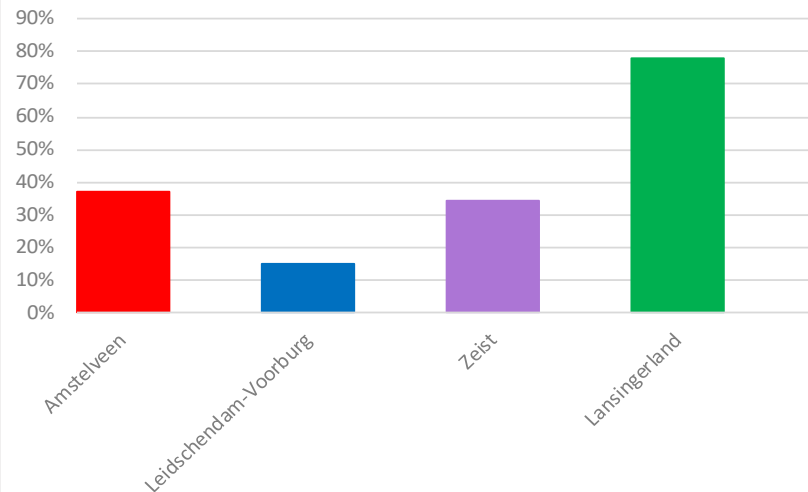
Oppervlakedichtheid Restaurants



Dichtheid Restaurants



Ontwikkeling restaurantaanbod



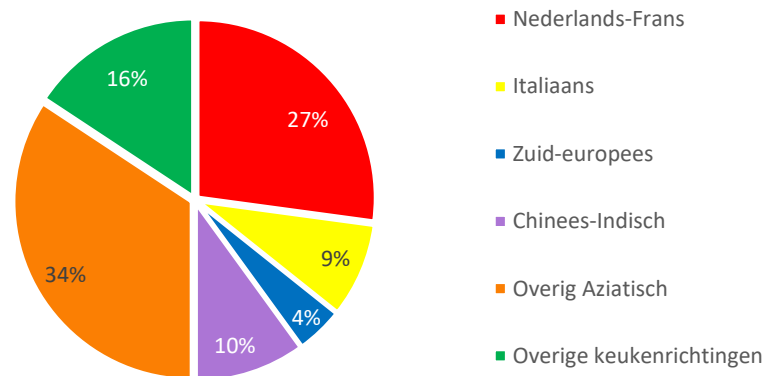
I. Benchmark

Horeca aanbod restaurantsector

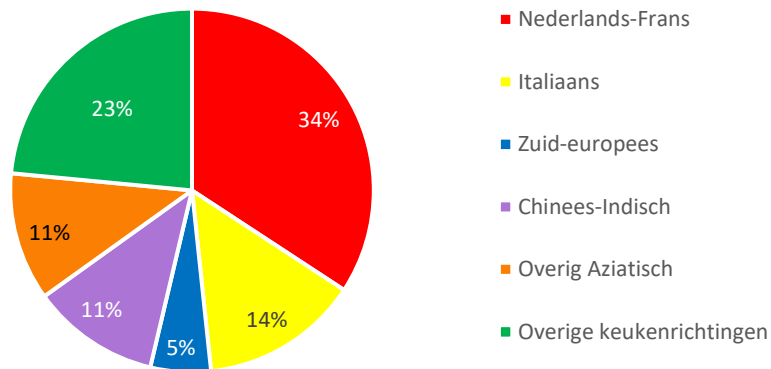
Diversiteit aan keukenrichtingen

- Amstelveen heeft een sterke vertegenwoordiging van overig Aziatische restaurants en heeft in vergelijking tot de referentiegemeenten een beperkt aanbod van restaurants met Europese keukenrichtingen, dit komt mogelijk doordat Amstelveen relatief veel inwoners met een Aziatische migratieachtergrond heeft.
- De vergelijkbare gemeenten hebben een meer traditionele verdeling van restaurants, met een sterke vertegenwoordiging van de Nederlands-Franse keukenrichting.

Amstelveen restaurantaanbod



Vergelijkbare gemeenten restaurantaanbod



I. Benchmark

Horeca aanbod fastservicesector

Fastserviceaanbod	Amstelveen		Leidschendam-Voorburg		Zeist		Lansingerland	
Aanbod en dichtheid								
Aantal Inwoners	90.829		76.433		65.043		63.363	
Fastservicebedrijven	57		63		43		24	
Fastservicedichtheid	1.593		1.213		1.513		2.640	
Fastserviceoppervlakte	4.116		4.370		2.957		2.845	
Oppervlaktedichtheid	22		17		22		22	
Bedrijfstype	Aanbod	Dichtheid	Aanbod	Dichtheid	Aanbod	Dichtheid	Aanbod	Dichtheid
Cafetaria	11	8.257	11	6.948	14	4.646	8	7.920
Ijssalon	5	18.166	7	10.919	2	32.522	2	31.682
Fastfoodrestaurant	2	45.415	4	19.108	1	65.043	4	15.841
Shoarmazaak	9	10.092	6	12.739	3	21.681	3	21.121
Lunchroom	17	5.343	13	5.879	17	3.826	4	15.841
Pannenkoekenrestaurant	1	90.829	1	76.433	1	65.043	3	21.121
Overige spijsverstrekkers	12	7.569	21	3.640	5	13.009	0	0
Totaal fastservicesector	57	1.593	63	1.213	43	1.513	24	2.640

Fastservice 2018	37	36	40	18
Ontwikkeling	54%	75%	8%	33%
m² fastservice 2018	2.814	2.516	3.064	1.938
Ontwikkeling m²	46%	74%	-3%	47%

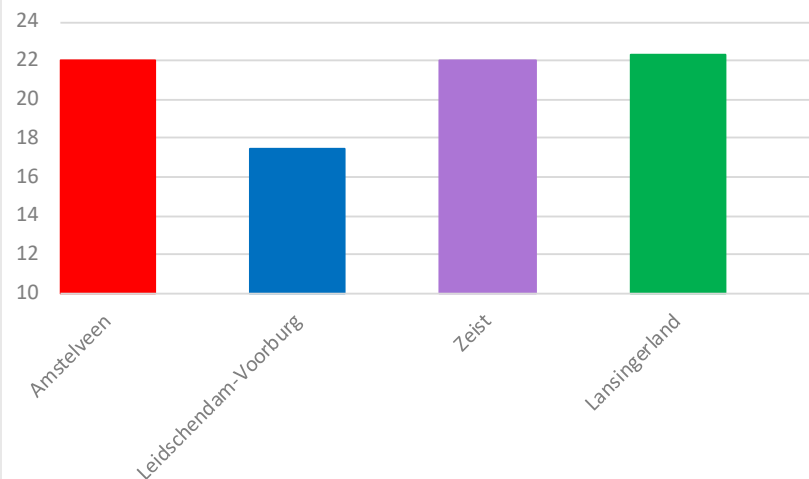
I. Benchmark

Horeca aanbod fastservicesector

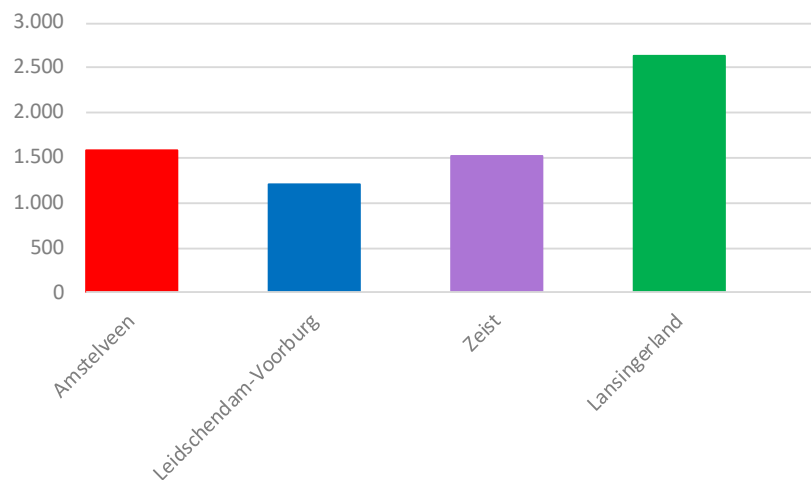
Dichtheid en ontwikkeling fastservice:

- De fastservicedichtheid ligt op een gemiddeld niveau, Leidschendam-Voorburg en Zeist hebben een hogere dichtheid.
- De oppervlakedichtheid van het fastserviceaanbod is in Lansingerland en Amstelveen het laagst vergeleken met Leidschendam-Voorburg en Zeist. Amstelveen heeft meer drankverstrekkers, maar deze zijn kleinschalig.
- De ontwikkeling van het fastserviceaanbod in Amstelveen van de afgelopen vijf jaar is vergeleken met de referentiegemeenten relatief hoog. De sterke stijging van Leidschendam-Voorburg is voor een groot deel te wijten aan de opening van de Westfield Mall of the Netherlands.

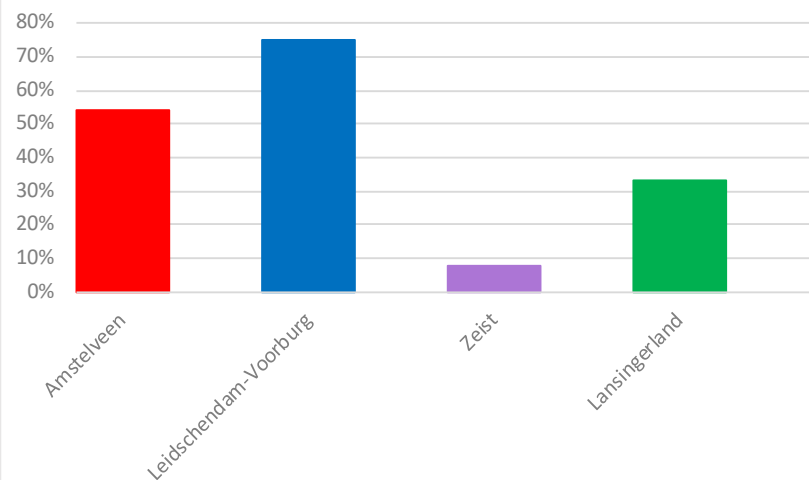
Oppervlakedichtheid fastserviceaanbod



Dichtheid fastserviceaanbod



Ontwikkeling fastserviceaanbod



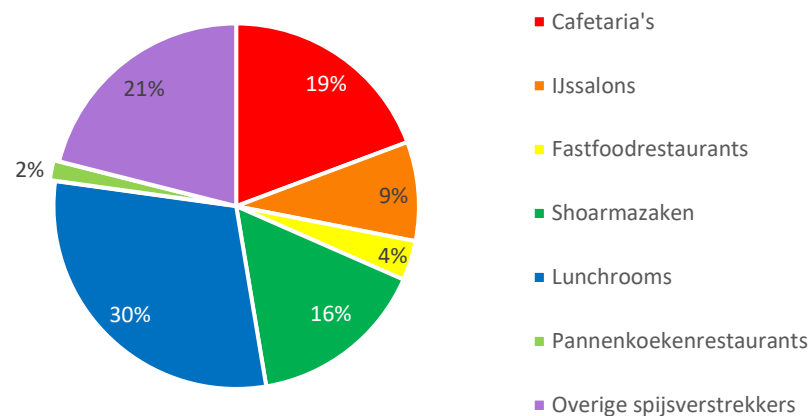
I. Benchmark

Horeca aanbod fastservicesector

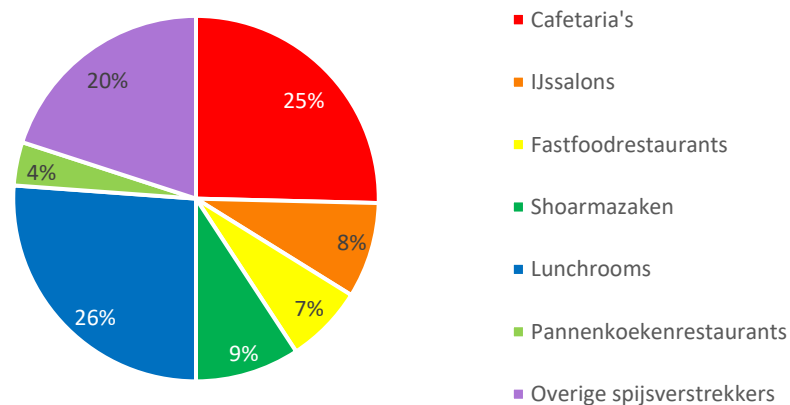
Diversiteit aan fastservice concepten

- Amstelveen heeft relatief veel aanbod van shoarmazaken en relatief weinig pannenkoekenrestaurants.
- IJssalons, cafetaria's en lunchrooms zijn relatief gelijkwaardig vertegenwoordigd in vergelijking tot de referentiegemeenten.

Amstelveen fastservice



Vergelijkbare gemeenten fastservice



I. Benchmark

Horeca aanbod drankverstrekkers

Aanbod drankverstrekkers	Amstelveen		Leidschendam-Voorburg		Zeist		Lansingerland	
Aanbod en dichtheid								
Aantal Inwoners	90.829		76.433		65.043		63.363	
Drankverstrekkers	19		15		12		8	
Dichtheid drankverstrekkers	4.780		5.096		5.420		7.920	
Oppervlakte dranken	2.061		1.018		1.802		575	
Oppervlaktedichtheid	44		75		36		110	
Bedrijfstype	Aanbod	Dichtheid	Aanbod	Dichtheid	Aanbod	Dichtheid	Aanbod	Dichtheid
Cafe/Bar	5	18.166	8	9.554	7	9.292	1	63.363
Discotheek	1	90.829	0	0	1	65.043	0	0
Koffieconcept	5	18.166	6	12.739	1	65.043	3	21.121
Zalencentrum	6	15.138	1	76.433	3	21.681	3	21.121
Overige drankverstrekkers	2	45.415	0	0	0	0	1	63.363
Totaal drankensector	19	4.780	15	5.096	12	5.420	8	7.920

Drankverstrekkers 2018	35	28	34	21
Ontwikkeling	-46%	-46%	-65%	-62%
m² drankverstrekkers 2018	3.784	2.218	3.888	1.670
Ontwikkeling m²	-46%	-54%	-54%	-66%

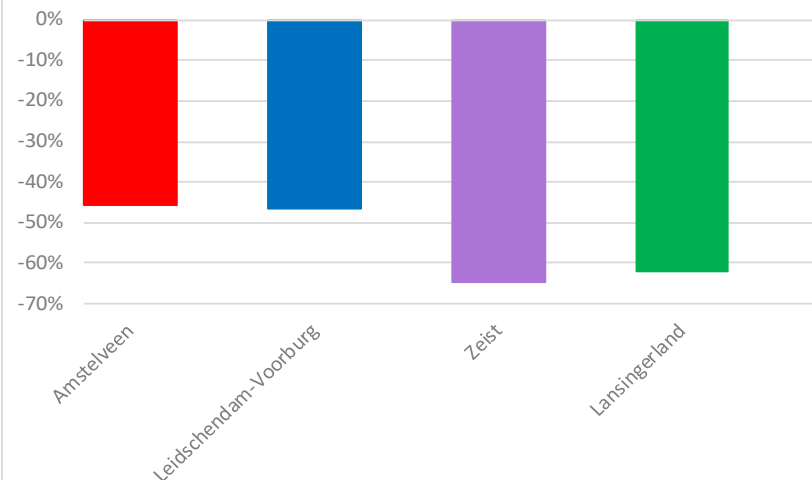
I. Benchmark

Horeca aanbod drankverstrekkers

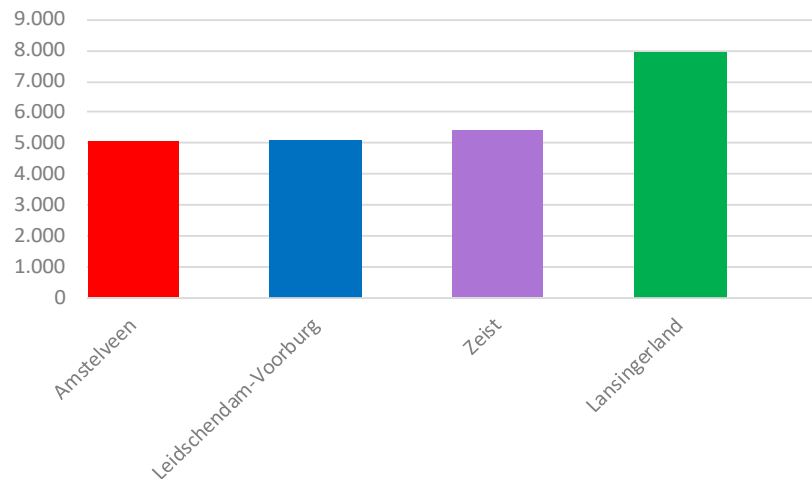
Dichtheid en ontwikkeling drankverstrekkers:

- De dichtheid aan drankverstrekkers in Amstelveen ligt op een gemiddeld niveau in vergelijking met de referentiegemeenten.
- De oppervlakedichtheid van drankverstrekkers ligt zeer hoog in Amstelveen ten opzichte Leidschendam-Voorburg en Lansingerland. Dit komt doordat Amstelveen meer zalencentra en een discotheek heeft.
- In alle gemeenten is sterke terugloop zien in drankverstrekkers. Hoewel er enige verschillen zijn per gemeente, ligt de daling in Amstelveen in lijn met de vergelijkbare gemeenten.

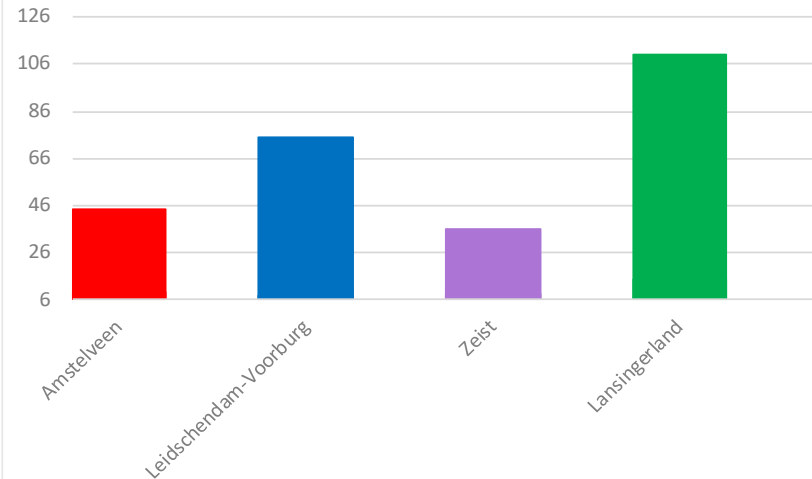
Ontwikkeling drankverstrekkers



Dichtheid drankverstrekkers



Oppervlakedichtheid drankverstrekkers



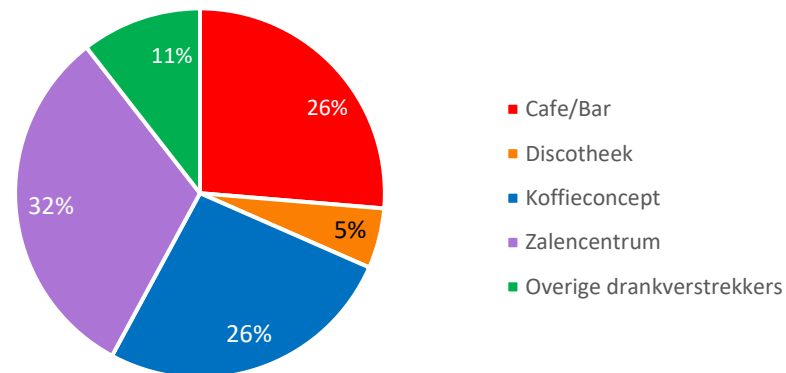
I. Benchmark

Horeca aanbod drankverstrekkers

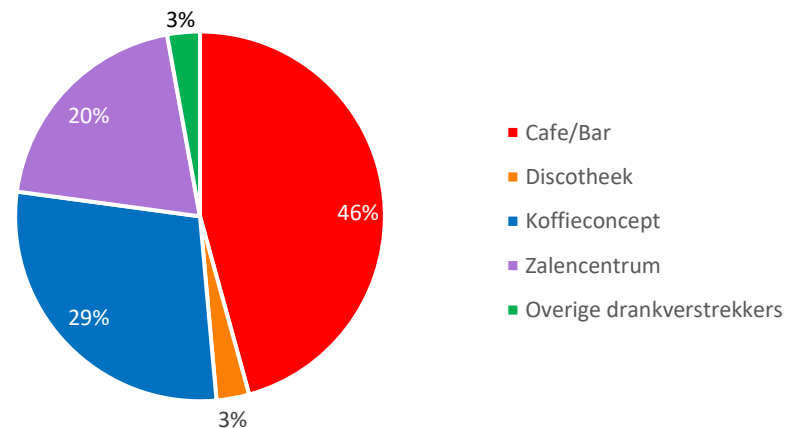
Diversiteit aan concepten

- Amstelveen telt significant minder cafés/bars dan de vergelijkbare gemeenten.
- De koffieconcepten zijn vergelijkbaar vertegenwoordigd in Amstelveen, in vergelijking met de andere gemeenten.

Amstelveen drankverstrekkers



Vergelijkbare gemeenten drankverstrekkers



I. Benchmark

Zalen

Zalen

- Zalen komen voor bij restaurants, bij hotels en bij bedrijven in de drankensector (met name bij cafés en zaalbedrijven).
- In totaal telt Amstelveen circa 6.000m² aan zalen bij horeca. De grootste bijdragers van het totaal zijn Bowling de Kegel (1.200m²), Club Nouvelle (600m²) en Diamant Partycentrum (500m²)
- Zeist telt de meeste meters en hoogste dichtheid. In Zeist zijn er vier (conferentie)hotels die veel bijdragen aan deze meters (gemiddeld 1.400 m²). Ook zalencentrum Slot Zeist heeft circa 1.700m² aan zalen.

Oppervlakte en dichtheid zalen	Amstelveen	Leidschendam-Voorburg	Zeist	Lansingerland
Zalen bij restaurants (m ²)	2.085	1.059	570	610
Zalen bij hotels (m ²)	238	983	6.101	0
Zalen bij drankensector (m ²)	3.699	135	2.111	1.130
Zalen totaal (m ²)	6.022	2.177	8.782	1.740
Inwoners	90.829	76.433	65.043	63.363
Zaaldichtheid	15	35	7	36

II. Trends & Ontwikkelingen

Horeca aanbod - Belevingseconomie

Trend: Unieke ervaringen

- Restaurants proberen zich op steeds meer manieren te onderscheiden, er ontstaat een steeds groter aanbod van restaurants die een unieke beleving bieden aan gasten.
- Dit diverse aanbod komt voort uit de vraag naar meer unieke ervaringen, dit wordt ook wel de belevingseconomie genoemd.
- Deze beleving kan worden gecreëerd door de locatie, presentatie van de gerechten of door een activiteit tijdens de maaltijd.

De belevingseconomie is voorlopig here to stay, zeker door invloed van social media geldt voor veel mensen dat ze zo veel mogelijk willen beleven.



Restaurant Alinea is een driesterrenrestaurant in Chicago waar gerechten op een bijzondere manier gepresenteerd worden. Bijvoorbeeld een eetbare heliumballon als dessert.



Dinner in Motion presenteert een diner van meerdere gangen in een ruimte waarin gasten omringd worden door beelden op de muren, plafond en tafel.



Hoftramm is een restaurant in een tram die door Den Haag rijdt. Terwijl gasten van een diner genieten, rijden ze langs een toeristische route door de hofstad.

II. Trends & Ontwikkelingen

Horeca aanbod - Prethoreca

Trend: Prethoreca

- In de afgelopen jaren is er aanbod aan prethoreca ontstaan. Naast eten en drinken bieden deze concepten leisure activiteiten aan.
- Chefs binden zich aan deze concepten, zoals bijvoorbeeld bij Mooie Boules, waar Ron Blaauw streetfood serveert.

Een aantal voorbeelden van dit type concept:

- Mooie boules (begonnen in 2013) heeft inmiddels vijf vestigingen.
- De TonTon Club opende ook in 2013, daar zijn nu twee vestigingen van.
- O'Learys begon in 1988 in Zweden. Het concept is snel uitgegroeid en heeft nu meer 130 locaties (waaronder franchises) in 15 landen, waaronder ook in Nederland.

Deze trend is niet nieuw maar is wel bezig nu echt een vaste plek in het horecalandschap te veroveren.



Bij spelletjescafé TonTon Club mag je je als volwassene weer even kind voelen en je vermaken met arcade spellen uit Japan. Daarnaast biedt de keuken kleine bites aan met een Japanse twist.



Mooie Boules is een concept waar met een drankje en een hapje jeu de boules gespeeld kan worden. Mooie Boules heeft locaties in Rotterdam, Eindhoven, Haarlem, Amsterdam en Delft.



O'Learys is een sports bar concept met veel spellen. Naast het kijken van sport op grote schermen zijn er veel activiteiten zoals bowlen, shuffleboards, pool en arcades.

II. Trends & Ontwikkelingen

Horeca aanbod - Design

Trend: Belang van interieur

Het wordt steeds belangrijker voor restaurants om een aantrekkelijk en opvallend interieur te hebben om op te vallen. Dit zorgt voor:

- Dat de gast lekker kan zitten en er graag verblijft.
- Een onderscheidend vermogen, wat zeker belangrijk is op social media en in het beslissingsproces/aankoopproces van de gemiddelde bezoeker.
- Een groep gasten die hun ervaring online of offline met anderen gaan delen.

Voorlopig lijkt het dat alleen geweldig eten & drinken niet genoeg is voor "hotspot" status en blijft een indrukwekkend interieur een voorwaarde.



De Streetfood Club in Utrecht straalt een mix van luxe en het straatbeeld uit. Het restaurant biedt verschillende soorten streetfood onder het genot van een cocktail en oldschool hiphop op de achtergrond.



Secret Garden in Amsterdam is een restaurant met een uniek, opvallend en onderscheidend interieur en daarmee zeer populair op Instagram. Op het menu staat Nikkei Cuisine, een blend van traditionele Peruaanse en Japanse gerechten.

The Harbour Club heeft status als het gaat om uitstraling. Alle locaties zien er hip uit met oog voor detail. Het biedt een mix van luxe en entertainment. The Harbour Club heeft een gevarieerde menukaart met veel opties.

II. Trends & Ontwikkelingen

Horeca aanbod - Design

Trend: Belang F&B uitstraling

De uitstraling van eten en drinken wordt steeds belangrijker. Spectaculaire presentatie van eten & drinken is van belang om je te onderscheiden.

Dit zorgt voor:

- Een onderscheidend vermogen, wat versterkt wordt door social media aandacht, creëert naamsbekendheid door mond-tot-mond reclame en online zichtbaarheid.
- De mogelijkheid om een premium prijs te vragen voor de totaal ervaring.

Voorlopig is het zo dat de presentatie van eten & drinken een onderscheidende factor is voor restaurants & bars.



Bar The Tailor serveert cocktails met door rook omringde garnering. De cocktail wordt in het bijzijn van de gast gegarneerd, de rook zorgt voor een dramatisch effect.



By Ami in Rotterdam serveert kleurrijke gerechten met bijzondere twists zoals deze avocado-injectie bij een kip sandwich.



Pavarotti Dolce serveert "Freakshakes", dit zijn milkshakes met extravagante toppings zoals donuts en snoep.

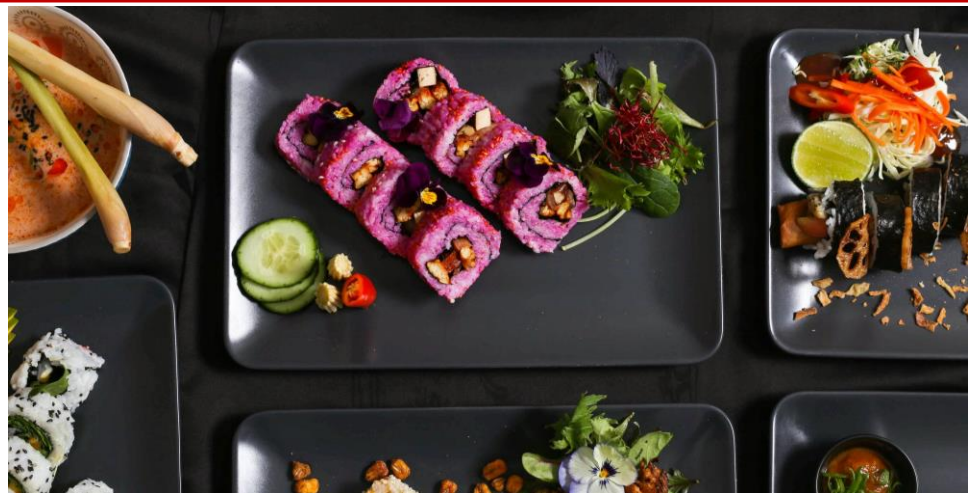
II. Trends & Ontwikkelingen

Horeca aanbod - Vegan/Vegetarisch

Trend: Vegan/Vegetarisch

- Steeds meer mensen zijn bewust bezig met wat ze eten. Verschillende restaurants anticiperen op de groeiende vraag voor vega/vegan en komen met originele concepten en gerechten.
- Ook de culinaire wereld focust steeds meer op groente.
- Het aantal veganisten, vegetariërs & flexitariërs neemt toe de afgelopen jaren maar het meest recente onderzoek van CBS liet zien dat slechts 5% van de Nederlandse bevolking geen vlees eet, 3% eet wel nog vis. Hiermee is circa 2% van de Nederlandse bevolking vegetarisch, 0,4% van de bevolking eet compleet plantaardig.

Vega/vegan is een blijvende ontwikkeling en er wordt steeds meer horeca geopend die hier op inspeelt. Realistisch gezien is dit marktaandeel echter nog steeds marginaal.



Steeds meer concepten krijgen ook een vegan variant. Bijvoorbeeld Plant Based Sushi, een restaurant dat alleen vegan sushi maakt. Eerst was het alleen een pop-up maar Plant Based Sushi heeft nu zijn eigen locatie in Amsterdam-West.



Fastfood ketens introduceren steeds meer vegetarische en veganistische varianten van de normale producten. McDonalds en Burger King hebben al meerdere vegetarische en veganistische opties op het menu.



Restaurant De Nieuwe Winkel in Nijmegen is bekroond met 2 Michelin sterren en een groene ster en kookt met planten als centraal ingrediënt in het hele menu.

II. Trends & Ontwikkelingen

Horeca aanbod - “Verluxing” fastfood

Trend: “Verluxing” van fastfood

- Door een luxe twist te geven aan fastfood gerechten proberen restaurants nieuwe concepten te ontwikkelen, dit heet “haute friture”.
- Ladybird Fried Chicken in Amsterdam combineert gefrituurde kip met luxe producten als kaviaar en champagne en opende in november 2022.
- De Vegan Junk Food Bar opende in 2017 de eerste locatie, inmiddels zijn er acht locaties in Nederland met nog één op de planning.

De “verluxing” van fastfood is een trend die door lijkt te zetten.



Karma Kebab is een 100% plantaardige kebab op basis van knolselderij. Het bedrijf stond op meer dan 300 festivals en heeft inmiddels een restaurant geopend in Utrecht. Het product is ook in supermarkten te verkrijgen.



De Vegan Junk Food bar is een vegan fastfood restaurant. Het restaurant heeft klassieke fastfood gerechten in een vegan jasje gestoken. De Vegan Junk Food bar heeft acht locaties waarvan zes in Nederland.



Ladybird Fried Chicken serveert ambachtelijke gefrituurde kip in combinatie met cocktails, champagne en zelfs kaviaar voor de liefhebber.

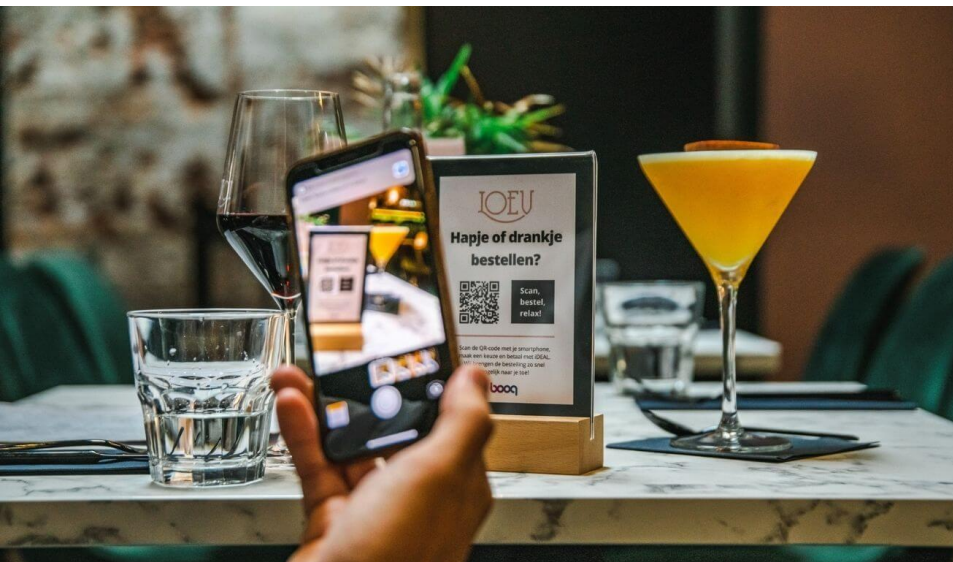
II. Trends & Ontwikkelingen

Horeca aanbod - Digitalisering

Trend: Technologie/digitalisering

- Technologie/digitalisering wordt steeds meer zichtbaar in de horeca.
- De QR-code heeft een comeback gemaakt door de coronacrisis, het gebruik van deze code voor het menu is inmiddels volledig ingeburgerd in en om grote steden.
- De meeste recent toegevoegde technologie is vooral bedoeld om de (moeilijkste) technische & zware handelingen weg te nemen voor het personeel. In tijden van tekorten aan (gekwalficeerd) personeel is dit onderdeel van de oplossing.
- De digitalisering van de horeca is zo belangrijk geworden door de coronacrisis dat sommige gemeenten er zelfs voor hebben gekozen om subsidie te verstrekken om dit proces te stimuleren, bijvoorbeeld zoals in de gemeente Zoetermeer.

De digitalisering van de wereld en ook de horeca lijkt niet meer te stoppen.



Door de coronacrisis verdwenen in veel restaurants en op terrassen de menukaarten die werden vervangen door QR-codes. Bovendien werd het mogelijk om ook via de QR-codes te bestellen en meteen af te rekenen.



Robo-Bar in Amsterdam serveert cocktails gemaakt door een cocktailrobot.



In het Aziatische restaurant Dadawan in Maastricht zijn het geen obers, maar robots die je bestelling komen brengen. Inspiratie hiervoor kwam uit restaurants in Azië, waar de horeca al veel ervaring heeft met robots.

II. Trends & Ontwikkelingen

Horeca aanbod - Social media hype

Trend: Social media hype

- De invloed van social media brengt horecabedrijven in de belangstelling van de massa.
- Invloed van prominente personen en accounts op social media zorgt voor lange rijen bij speciale maar vooral "instagrammable" producten.

Hype op social media zorgt niet langer alleen voor rijen bij toeristische locaties maar ook bij verschillende horecalocaties.



Chun Café in Amsterdam serveert hun beroemde gevulde broodjes en bubble tea en heeft dagelijks een rij die de straat blokkeert (door instagram).



Saint-Jean in Amsterdam is een veganistische banketbakker die op sociale media veel hoge ogen gooit en snel uitverkoopt tot teleurstelling van veel wachtenden.



Fabel Friet in Amsterdam is bekend geworden op TikTok als beste frietzaak van Amsterdam en heeft dagelijks eindeloze rijen voor de deur.

II. Trends & Ontwikkelingen

Horeca aanbod - Drank specialisatie

Trend: Bar specialisatie

- De bar is allang niet meer de enige plek waar drank wordt verkocht. De markt verschuift en er komt steeds meer vraag naar andere typen dranken zoals sappen, bubbletea of koffie. Dit zijn bedrijfstypes die zich bewegen op het snijvlak van horeca & retail.
- Om je te onderscheiden als je nog wel een “traditionele” bar bent wordt er ook steeds meer georganiseerd in thema’s, zoals een pop-up kerstbar.

Vernieuwing in aanbod is van alle tijden en het bar aanbod zal zich ook zeker blijven ontwikkelen.



Blond & Brown in Leidschendam en Amstelveen is een bar waar je onder andere koudgeperste sappen, smoothies en detox-sapkuren kunt halen.



Leave Your Sword is een kombucha brouwerij in Amsterdam met een eigen taproom waar alle smaken geproefd kunnen worden.



De eerste bubble tea shop in Nederland werd in 2012 geopend door YoYo Fresh Tea, dit concept is inmiddels uitgegroeid tot 12 filialen. In januari 2023 telde Nederland 206 locaties die bubble tea verkopen.

II. Trends & Ontwikkelingen

Horeca aanbod - Alcoholarm

Trend: Alcohol arm/vrij

- Steeds meer mensen in Nederland genieten van alcoholarme of alcoholvrije alternatieve dranken.
- De groei van de verkoop van alcoholvrij bier neemt sinds 2010 jaar op jaar toe. Tussen 2010 en 2022 is verkoop van alcoholvrij bier 560% toegenomen.
- Daar staat tegenover dat het nog altijd zo is dat maar 1 op de 15 bieren die verkocht worden alcoholvrij is, oftewel circa 7%.

Deze trend van alcoholarme dranken zet door, maar de vraag van alcoholvrije bier en dranken is nog altijd een marginaal aandeel van het totaal.



Thrive is een alcoholvrij bier speciaal voor na het sporten. Met natuurlijke koolhydraten en eiwitten helpt het bier met herstellen na het sporten.



Er is steeds meer vraag naar alcoholarme bieren en het aanbod wordt ook steeds uitgebreider. Brouwerijen besteden er meer aandacht waardoor de smaak ook steeds beter wordt.



Mocktails zijn cocktails die geen alcohol bevatten. Tegenwoordig hebben restaurants die cocktails bieden ook een (uitgebreide) keuze aan mocktails.

II. Trends & Ontwikkelingen

Horeca aanbod - Ketenvorming

Trend: Ketenvorming

- In Nederland openen steeds meer ketenrestaurants.
- Al sinds 2010 groeit het aantal horecazaken dat onderdeel is van een keten, echter is het percentage ketenrestaurants nog altijd circa 4,3% van de totale markt. De groei van ketenvorming is vooral terug te zien in de lunchrooms (nu 18,3%), bezorg/afhaal locaties (27,3%) en traditioneel fastfood (20,6%).

Deze keten is voorlopig niet weg te denken uit het landschap, maar de invloed is nog beperkt.



Loetje is een keten die bekend staat om de biefstukken. Het bedrijf maakt onderdeel uit van Restaurant Company Europe (RCE). Het bedrijf is gegroeid van 8 locaties in 2016 naar 32 in 2023.



Bagels & Beans is de grootste lunchroomketen van Nederland, begonnen in 1996 in Amsterdam. In 2023 telt de keten 79 vestigingen.



De Beren is een keten die al langere tijd bestaat maar de laatste jaren hard is gegroeid. Het bedrijf heeft nu ook uitsluitend afhaal/bezorg locaties wat zorgt voor een explosieve groei. In 2016 had De Beren 28 locaties, in 2023 zijn dat er wel 86.

II. Trends & Ontwikkelingen

Horeca aanbod - Blurring

Trend: Blurring

- Tegenwoordig zijn er steeds meer winkels en andere zaken die horeca toevoegen aan hun concept. Bijvoorbeeld modewinkels die een horecagelegenheid toevoegen of andersom, waar een horecagelegenheid zich gaat verdiepen in mode.
- Inbreiden van een concept zien we na corona ook steeds meer. Restaurants die voorheen alleen diner aanboden bieden bijvoorbeeld tegenwoordig ook lunch in de middag en/of een bezorgdienst voor hun gerechten.

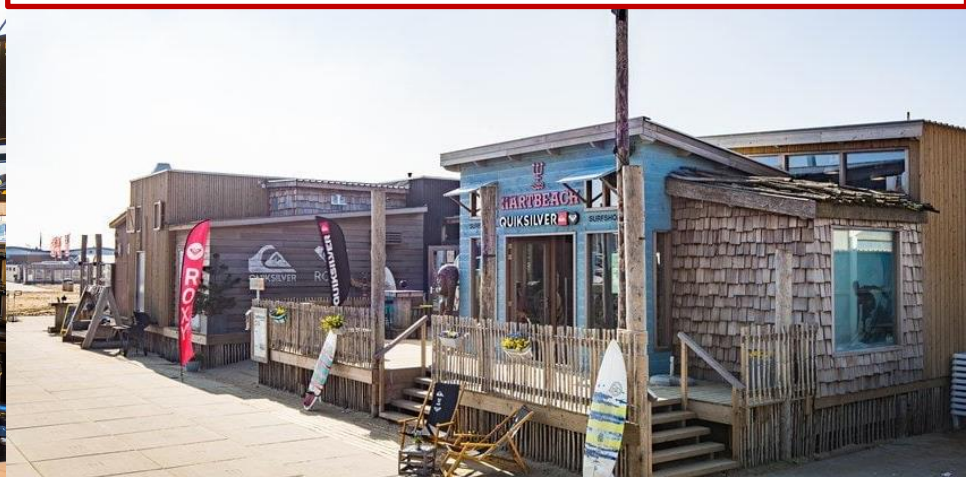
Deze trend is inmiddels al bijna ingeburgerd in het horecalandschap en dat gaat niet gauw veranderen.



Café Venstra is een koffiezaak in Boekhandel Libris in Amstelveen. In het café kunnen mensen genieten van koffie en iets lekkers terwijl ze nieuwe boeken lezen.



Gastrovino La Liguria heeft een aantal locaties waar een wijnwinkels samenkomen met horeca. Hier kan men wijn en hapjes proeven en kopen voor thuis.



Hart Beach aan de kust van Scheveningen is ooit begonnen als kleine surfschool maar is door de jaren heen ontwikkeld tot een surfschool met surfwinkel en volwaardige horeca.

II. Trends & Ontwikkelingen

Horeca aanbod – Pop-up

Trend: Pop-up

- Pop-ups worden vaak gebruikt om een nieuw concept of idee te testen. In geval van succes is het mogelijk dat de ondernemer op zoek gaat naar een vaste locatie voor een restaurant.
- Er zijn steeds meer pop-up concepten die voor onbepaalde en vaak lange tijd ergens gevestigd zijn.

Met de steeds groter wordende leegstand in binnensteden lijkt het einde van het pop-up tijdperk nog niet in zicht.



Restaurant SterkWater is een pop-up restaurant op de traditionele manier. Het team van SterkWater creëert een unieke ervaring in oude kastelen, forten en bunkers van de Hollandse Waterlinie. SterkWater is een paar weken op elke locatie.



Restaurant BAUT begon in 2012 aan de Amsterdamse Wibautstraat als een pop-up die steeds van locatie veranderde. Na 6 jaar lang verhuizen vestigde het concept zich op de Stadionweg en sinds kort is er ook een tweede locatie in Oost.



Zirkus in Leiden is geopend in december 2022 in een leegstaand winkelpand in het centrum van de stad. Het is onduidelijk hoelang het concept zal blijven.

II. Trends & Ontwikkelingen

Horeca aanbod – Design van binnen naar buiten

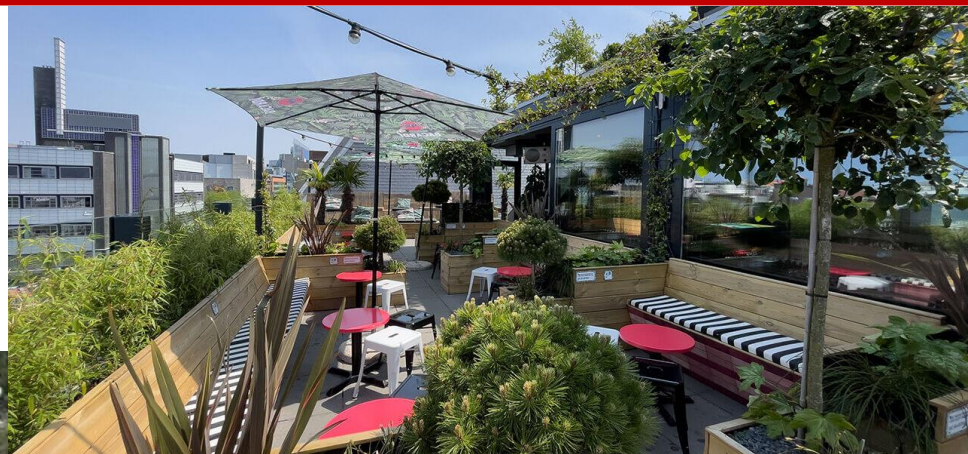
Trend: Design terrassen

- In stroomversnelling geraakt door de coronacrisis wordt er steeds meer aandacht gegeven aan het design van terrassen op straat. Een manier om je als ondernemer zowel online als in het straatbeeld te onderscheiden.
- In veel internationale steden is dit aan de orde en de verwachting is dat dit ook gaat overwaaien naar Nederland.

Terrassen blijven belangrijk en zullen steeds meer een wezenlijk onderdeel van het concept zijn.



Lola Taverna, een populair Grieks restaurant in New York, besloot bij het heropenen na de lange 2020 lockdown het restaurant naar buiten te halen. Het terras design werd zo goed ontvangen dat nu alles allang weer open is, het design buiten blijft.



De Rooftopbar van Bleyenbergh in Den Haag heeft een hippe combinatie van zithoecken en banken met een mooi uitzicht over de stad. Hoewel internationale voorbeelden meer tot de verbeelding spreken wordt hier een stap in de juiste richting gezet.



Het winterterras is terug van weggeweest, wederom ingegeven door de coronacrisis, restaurants maar ook cafés hebben veel geïnvesteerd in mooie, overkapte terrassen met heaters. Een goed voorbeeld is *De Plantage* in Amsterdam.

II. Trends & Ontwikkelingen

Horeca aanbod – Bewuste voedselkeuzes

Trend: Bewuste voedselkeuzes

- Duurzamere, bewuste voedselkeuzes worden steeds belangrijker voor de Nederlander. Buiten de eerder genoemde trend Vega/Vegan komen daar andere zaken bij kijken.
- Biologisch eten wordt steeds meer norm, er is inmiddels een horeca keurmerk voor (EKO). Ook reikt Michelin nu de groene ster uit, een onderscheiding voor restaurants en chefs die zich inzetten voor duurzaamheid in hun bevoorrading en bedrijfsvoering.
- Restaurants kiezen vaker voor een eigen watertap, minder vervuiling in transport en uiteraard een betere marge. Ook worden er steeds vaker ingrediënten uit eigen moestuinen geserveerd.
- Lokale producten van de boer of een lokaal gemaakt biertje zijn populair en hele concepten zijn er tegenwoordig op gestoeld.

Deze trend zet door en zal zich in steeds nieuwe initiatieven manifesteren.



Restaurants bieden steeds vaker water van de eigen tap, dit scheelt veel transport, verpakking en daarmee vervuiling.



Het belang van biologisch voedsel voor de Nederlander neemt al jaren toe, dat zien we zowel in de supermarkt als in de horeca. Restaurants openen met biologische concepten en er zijn zelfs al biologische horeca keurmerken.



Lokale producten die de voedselkilometers beperken is ook een trend die blijvend is. Een goed voorbeeld hiervan is de Jopenkerk in Haarlem. Dit is een grandcafé van Jopen waar hun eigen bier wordt geserveerd, een lokaal, duurzaam gemaakt biertje.

II. Trends & Ontwikkelingen

Horeca aanbod – Duurzame bouw

Trend: Duurzame bouw

- Duurzaamheid wordt op steeds meer manieren toegepast in de horeca, er zijn bouwkeurmerken en het komt terug in het interieur.
- Hierin is nog wel heel veel te winnen in de horeca Nederland (en de wereld).
- Verduurzaming van bestaande gebouwen kan ook een belangrijke stap zijn.

Dit zullen we veel terugzien in nieuwbouw de komende jaren maar met het grote prijsverschil (extra kosten voor isolering en duurzame technieken) in bouwen zal daar stimulans vanuit de overheid voor nodig zijn.



Chipotle heeft 2 restaurants in Amerika geopend die volledig elektrisch zijn en draaien op 100% duurzame energie. De keten wil meer van deze restaurants openen om uitstoot te verminderen met 50% ten opzichte van 2019.



Café restaurant Soesterdal is een goed voorbeeld van een duurzaam restaurant. Windgesteldheid, zon-oriëntatie en materiaalkeuze waren bepalend in het realiseren van comfort en energiebesparing.



Restaurant The Green House in Utrecht heeft een eigen Urban farm. Het restaurant kweekt daar eigen groenten en kruiden. Verder gebruikt het restaurant alleen maar lokale producten uit de omgeving.

II. Trends & Ontwikkelingen

Horeca aanbod – Duurzame gebruiksvoorwerpen

Trend: Duurzame gebruiksvoorwerpen

- Duurzaamheid komt in steeds meer facetten van ons leven terug, de horeca kan daarin een steentje bijdragen en doet dat ook.
- Vooral in de gebruiksvoorwerpen wordt er veel gewonnen, denk aan de snelle transitie van rietjes, de parasols die buiten staan en het inventaris..
- Door Europese wetgeving wordt steeds meer wegwerp plastic verboden. Zo worden vanaf juli 2023 gratis wegwerpbekers en maaltijd verpakkingen verboden.

De horeca is bij uitstek een branche waar veel verschillende (wegwerp) voorwerpen worden gebruikt, dat gaat de komende jaren alleen maar meer verduurzamen, grotendeels door wettelijke ontwikkelingen.



Sinds 3 juli 2021 is het plastic rietje door heel Europa verboden. De aanpassing in de Nederlandse horeca was al eerder ingezet en is relatief makkelijk verlopen, een goed voorbeeld van hoe makkelijk een dergelijke transitie kan zijn



Ecopoon produceert eetbare lepels in verschillende varianten voor verschillende doeleinden.



Bij een aantal zaken krijgen gasten korting als ze een eigen herbruikbare beker gebruiken. Dit zijn vooral zaken waar veel koffie afgehaald wordt zoals op stations. Dit initiatief wordt ook geleid door de NS die partners op stations stimuleert.

II. Trends & Ontwikkelingen

Consumentengedrag - Gemak

Trend: Gemak

- De bevolking in Nederland is steeds meer gewend aan gemak. De coronacrisis heeft daar ook een bijdrage aan geleverd, aangezien er veel online werd besteld.
- Een tijd leek het alsof flitsbezorging een belangrijk onderdeel van de bezorgmarkt zou gaan zijn in Nederland, echter na de pandemie is het aantal bestellingen via flitsbezorgers met 40% afgenomen tot juli 2022, in de tweede helft van 2022 is het gestabiliseerd. Dit is mede te verklaren door prijsstijgingen en inflatie. Daarbij concurreren de flitsbezorgers elkaar de markt uit, Zapp is al weg uit Nederland en Getir heeft Gorillas overgenomen.
- Bezorgservices als Thuisbezorgd hebben in het eerste kwartaal van 2023 een daling gezien van 8 procent van het aantal bestellingen ten opzichte van vorig jaar. Echter het volume van de markt is nog altijd ruimschoots groter dan in 2019.

De komende jaren verwachten we dat deze markt zal stabiliseren.



De bezorgmarkt krimpt na de pandemie, Thuisbezorgd ziet 8% minder bestellingen wereldwijd. Dit is te verklaren door het heropenen van de reguliere horeca en inflatie. Wel is Thuisbezorgd twee keer zo groot als in 2019.



Naast maaltijd- en flits bezorgd zijn er ook diensten zoals Sous die maaltijd boxen van hoogstaande restaurant bezorgen waar klanten zelf de laatste handeling doen.



Tijdens de coronacrisis boden bijna alle restaurants een bezorg/afhaal service aan om gasten toch te kunnen laten genieten van de restaurant gerechten. Dit is nu niet meer noodzakelijk maar heeft een erfenis nagelaten.

II. Trends & Ontwikkelingen

Consumentengedrag - Vergrijzing

Trend: Vergrijzing

- De bevolking van Nederland vergrijst in rap tempo, dit houdt in dat het aandeel van de bevolking dat 65+ is steeds hoger wordt. CBS meldt dat de groep 65+ in 1990 circa 12,8% van de bevolking was, in 2022 was dit al 20,0%.
- Daarbij komt dat we steeds langer leven, dus de groep 80+ wordt ook steeds groter. In diezelfde periode (1990-2022) is het percentage 80+ jarigen bijna verdubbeld. In 1990 was dit 2,9%, in 2022 was dit al 4,9%.
- Amstelveen ligt in lijn met het nationaal niveau, hier is de 65+ groep tegenwoordig circa 19,6% en ook hier vindt de vergrijzing op grote schaal plaats.
- De 65+ groep representeert een interessante doelgroep voor de horeca en toerisme. Corendon rapporteert dat het aandeel van reizigers boven de 65 tussen 2013 en 2019 met 50% is toegenomen. Zij geven ook aan dat deze groep vooral langere reizen boeken, dat betekent meer dagen dat zij steden en hun horeca bezoeken.
- Marketingonderzoeken wijzen uit dat de 65-plusser van de komende jaren van plan is om het gewende (hogere) bestedingspatroon vanuit hun carrière door te zetten tijdens hun pensioen. Dit zijn "actieve senioren".

Deze groep is hiermee dan ook een groeimarkt.



II. Trends & Ontwikkelingen

Consumentengedrag - Inflatie

Trend: Inflatie

- Door verschillende macro-economische factoren zijn de prijzen van energie en voedsel sterk toegenomen.
- De sterke prijsstijgingen worden ook gevoeld in de horeca. Mensen houden minder geld over om uit te geven aan horeca. Mede door deze inflatie is de groei van de totale horecaomzet in Nederland gestagneerd in het vierde kwartaal van 2022 en was er een minimale daling in het volume te zien in het eerste kwartaal van 2023 (CBS).
- Dit betekent dat met prijsstijgingen het aantal horecabezoeken afneemt, of gasten per bezoek minder uitgeven.
- Opvallend is dat fastfoodrestaurants in het vierde kwartaal van 2022 ten opzichte van het derde kwartaal, een omzetstijging zagen van 4,8%. Mensen willen nog wel buiten de deur eten, maar kiezen sneller voor een goedkopere optie.
- Horecaondernemers zoeken naar oplossingen om de kosten te drukken. Er wordt strenger gelet op het inkoop- en voorraadbeheer. Daarnaast maken ondernemers steeds meer gebruik van digitale tools om bepaalde bedrijfsprocessen te automatiseren, zoals bijvoorbeeld de QR-code.

In perioden van inflatie zien we dat het consumentengedrag in de horeca verandert, men gaat minder uit eten of op zoek gaat naar goedkopere opties als zij uit eten gaan.



II. Trends & Ontwikkelingen

Gevolgen coronapandemie - horeca

Gevolgen coronapandemie: Horeca

De impact van de coronapandemie heeft verschillende gevolgen voor de horeca. Deze twee onderwerpen staan centraal als gevolg van de coronapandemie;

1. **Schuldenlast** – Door extra kredieten van banken, de steunpakketten van de overheid en het niet hoeven te betalen van belasting hebben ondernemers schulden opgebouwd. Met name de horeca is buitenproportioneel getroffen, 36,7% heeft dragelijke maar hogere schulden dan voor de pandemie en 13,9% heeft problematisch hogere schulden volgens het CBS (in april 2022).
2. **Personeelstekort** - Tijdens de coronacrisis is veel horecapersoneel elders gaan werken. Dit bevalt goed waardoor zij niet terugkeren naar de horeca. Hoger salaris, zekerheid vanwege contracten en werk-privébalans zijn de grootste drijfveren om de horeca te verlaten en niet terug te keren.



Schuldenlast – Veel horeca heeft meer schulden dan voor de pandemie, voor 13,9% is dit problematisch.



Personeelstekort - De horeca is op dit moment een sector met een zeer groot personeelstekort.

II. Trends & Ontwikkelingen

Gevolgen coronapandemie - consumentengedrag

Gevolgen coronapandemie: Consumentengedrag horeca

De impact van de coronapandemie heeft verschillende gevolgen voor het consumentengedrag. Deze drie staan centraal als gevolg van de coronapandemie;

1. **Zakelijk reisverkeer na corona** – De verwachting dat er minder zakelijke reizen gemaakt zouden worden na de pandemie, blijkt mee te vallen. Volgens CBS lag het aantal zakelijke hotelovernachtingen in 2022 op circa 75% van het aantal zakelijke overnachtingen van 2019. Het herstel ziet er positief uit maar andere externe factoren zullen ook invloed hebben in de toekomst.
2. **Ontwikkeling in de markt van bijeenkomsten** – Het aantal zakelijke beurzen is hersteld naar niveau voor corona, publieke beurzen blijven achter met 85,6% van het aantal beurzen van 2019. Dit komt wellicht ook omdat veel contracten voor grote beurzen voor 2022, 2023 en 2024 al getekend waren. Na 2024 moet dit opnieuw geanalyseerd worden.
3. **Effect thuiswerken op het horecagedrag** - Het Nederlands kantoorpersoneel verwacht ná corona gemiddeld twee dagen per week thuis te gaan werken, voor corona was dat één dag.



Bijeenkomsten – Er zijn na de pandemie minder publieke beurzen maar de zakelijke markt is op het niveau van voor de covid-crisis.



Internationaal zakelijk reisverkeer – Het totaal aantal zakelijke overnachtingen in Nederland is van 1,7 miljoen in 2019, gedaald naar 1,2 miljoen in 2022, blijkt uit de gegevens van het CBS. CBS verwacht dat in 2023 het niveau stijgt naar 1,5 miljoen.



Thuiswerken effect horecagedrag - Een dag extra thuiswerken zal leiden tot meer/andere concentratiegebieden van cateraars, gemakswinkels en broodjeszaken, niet meer alleen rondom kantoorgebouwen.

III. Ketenvorming

Ketens binnen horeca Amstelveen

Ketens in de horeca	Restaurant	Fastservice	Drank	Hotel	Totaal
Totaal aantal bedrijven	63	57	19	11	150
Aantal van ketens	6	13	3	5	27
Aantal individueel	57	44	16	6	123
Aandeel ketens	10%	23%	16%	45%	18%
Aandeel individueel	90%	77%	84%	55%	82%

Ketens binnen de horeca van Amstelveen			
Restaurant	Fastservice	Drank	Hotel
Loetje	Anne&Max	Coffeecompany	Cityden
Diwali Palace	Dunkin' Donuts	Joe & The Juice	BWH Hotels
India Port	Febo	Starbucks	Cityden
Saigon Caphé	Frites Affairs		Accor Ibis Budget
Tokyo Ramen Take	Hema		Radisson
Ron Gastrobar	IJscuypje		
	Le Pain Quotidien		
	Maza		
	McDonald's (2x)		
	Patagonias (2x)		
	Strada		

III. Wijkhoreca

Dichtheid wijkhoreca

Dichtheid wijkhoreca

- Binnen de gemeente Amstelveen ligt ene omvangrijke woningbouw-ambitie voor circa 5.000 woningen voor de komende vijf jaar. Veel van de nieuwe woningen worden ingebreed binnen de bestaande stedelijke structuur.
- Belangrijke concentratie voor de nieuwe woningbouw is Legmeer. Dit bedrijventerrein wordt getransformeerd naar nieuwe woon-werk wijk, er komen circa 3.000 nieuwe woningen.
- In de visie adviseren we mogelijke uitbreiding van wijkondersteunende horeca, met mogelijkheden voor diverse varianten (restaurant, fastservice en/of drank).
- Om inzicht te geven in de hoeveelheid horeca die kan worden toegevoegd in nieuwe wijken en of binnen bestaande wijken waar aanzienlijke woningbouw plaatsvindt, is een analyse gemaakt van de dichtheid van wijkhoreca in de gemeente.
- Een aantal concentraties van horeca binnen de gemeente heeft een bovenregionale aantrekkingskracht en/of draait hoofdzakelijk op dagtoerisme. Dit betreft Stadshart, Amstelzijde en Amsterdamse Bos. Om inzicht te geven in de dichtheid van wijkhoreca zijn deze gebieden buiten beschouwing gelaten. Wat resteert is 44 restaurants, 38 fastservicebedrijven en 11 bedrijven in de drankensector.
- De dichtheid is het gemiddeld aantal inwoners per bedrijf. Bij toevoeging van circa 2.200 inwoners kan een additioneel restaurant worden toegevoegd, bij 2.500 inwoners een fastservice bedrijf en bij 9.000 inwoners een bedrijf in de drankensector.
- De oppervlakedichtheid is het gemiddeld aantal inwoners per m² horeca. Er is marktruimte voor één vierkante meter restaurant, fastservice of drankensector bij respectievelijk 20, 41 en 65 nieuwe inwoners. De oppervlakte betreft verkoop vloeroppervlakte (VVO), dit is doorgaans circa 65% van de bruto vloeroppervlakte (BVO).

Dichtheid wijkhoreca	Restaurant	Fastservice	Drank
Totaal aantal bedrijven	63	57	19
Stadshart	9	17	5
Amstelzijde	6	0	0
Amsterdamse Bos	4	2	3
Resterend	44	38	11
Inwoners	95.000	95.000	95.000
Dichtheid bedrijven	2.159	2.500	8.636
Totale oppervlakte	7.896	4.234	2.061
Stadshart	1.407	1.843	357
Amstelzijde	1.057	0	0
Amsterdamse Bos	645	98	237
Resterend	4.787	2.293	1.467
Inwoners	95.000	95.000	95.000
Oppervlakedichtheid	20	41	65

- De toevoeging van nieuwe horeca in Legmeer is onderdeel van het totale uitbreidingspotentieel zoals berekend in de visie. De forse inwonersgroei van onder andere deze wijk leidt ook tot uitbreidingsruimte van horeca in andere concentraties, zoals het Stadshart en Oude Dorp. De uitbreidingsruimte door de inwonersgroei van Legmeer dient derhalve niet enkel binnen de wijk ingevuld te worden, maar ook in andere reeds bestaande horecaconcentraties met een wijk overstijgende aantrekkingskracht.