Gemeente Assen

Bijlagen bij Horecavisie gemeente Assen



Conceptrapport / 5 maart 2024

INHOUD

Bijlage 1	Vigerend beleid	1
Bijlage 2	Feiten en cijfers	4
Bijlage 3	De Assenaar en horeca in 2023	15
Bijlage 4	Whize leefstijlen van huishoudens	20
Bijlage 5	Enquête stadspanel Assen	27
Bijlage 6	Enquête bezoekers binnenstad	32
Bijlage 7	Ondernemersenquête	35

Bijlage 1 Vigerend beleid

In de Ontwikkelvisie Detailhandel en Horeca (2009) en de recent vastgestelde Omgevingsvisie (2021) en Binnenstadsvisie (2021) staan uitgangspunten en ambities die relevant zijn voor het nieuwe horecabeleid.

"Ontspannen stedelijkheid verenigt het beste van twee werelden – het is de perfecte tussenmaat. Een bruisende stad met alle voorzieningen die je mag verwachten, zonder de nadelen die zich voordoen als het te groot, te druk en te veel wordt."

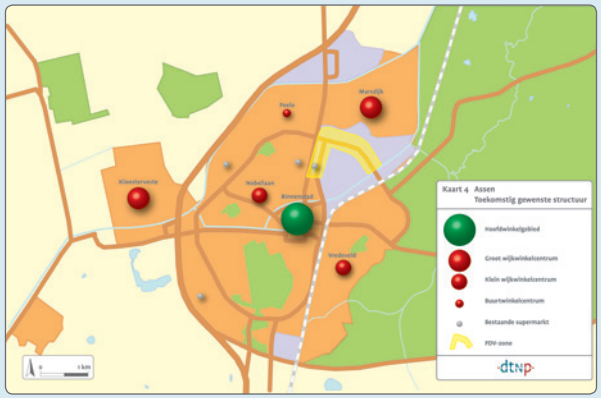
- Omgevingsvisie 'Assen nog mooier' (2021)

Ontwikkelvisie Detailhandel en Horeca (2009)

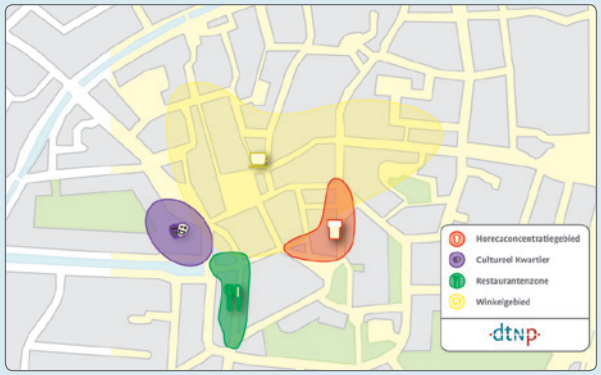
Deze voorloper van voorliggende horecavisie betreft een gezamenlijke ontwikkelvisie voor horeca en detailhandel uit 2009. In de destijds beoogde winkel- en horecastructuur wordt ingezet op een sterke binnenstad met een regionale verzorgingsfunctie op het gebied van winkelen, horeca, warenmarkt en uitgaan. Binnen de binnenstad zijn er voor horeca verschillende deelgebieden aangewezen:

- Winkelondersteunende horeca in het winkelgebied.
- Horecaconcentratiegebieden Markt/Kerkstraat en Brink/Brinkstraat, met een nadruk op restaurants en cafés.
- Uitgaansgebied Cultureel Kwartier rondom De Nieuwe Kolk, met ruimte voor alle soorten horeca.

Daarnaast bestaat het streefbeeld uit een kwalitatief goed boodschappenaanbod in de buurtcentra, met daarbij op beperkte schaal ruimte voor winkelondersteunende horeca die geen druk op de omgeving veroorzaakt.



Beoogde structuur detailhandel en horeca



Uitwerking horeca per deelgebied binnenstad



Ruimte voor winkelondersteunende horeca in buurtcentra



Horecaconcentratiegebied in de binnenstad

Omgevingsvisie Assen nog mooier (2021)

De Omgevingsvisie poneert voor Assen in 2040 één centrale ambitie: ‘Ontspannen Stedelijkheid’. Deze centrale ambitie valt uiteen in drie richtinggevende principes: Groene stad van het Noorden, Dynamische Hoofdstad en Verbonden Stad.

- De Groene stad van het Noorden werkt aan een klimaatadaptieve stad met veel ruimte voor groen en duurzame energie op de juiste plek.
- In de Dynamische Hoofdstad hoeven de inwoners van Assen niet naar een andere gemeente voor hun belangrijkste aankopen, zorg, sport, onderwijs of cultuur. Assen heeft een compleet voorzieningenaanbod. Een dynamische stad kan niet zonder haar toekomst: jongeren van 16-24 jaar. Voor deze groep moet er in 2040 een uitdagend aanbod zijn aan onderwijs-, sport- en uitgaansvoorzieningen.
- In de Verbonden Stad doet iedereen mee en is er in de directe woonomgeving ruimte voor ontmoeting en dagelijkse voorzieningen. Voor de meer speciale aankopen of bezoeken kan je terecht in een compacte en levendige binnenstad. Inzet is de stad te verbinden middels verplaatsingen te voet en per fiets. De auto wordt minder dominant.



De verbonden stad

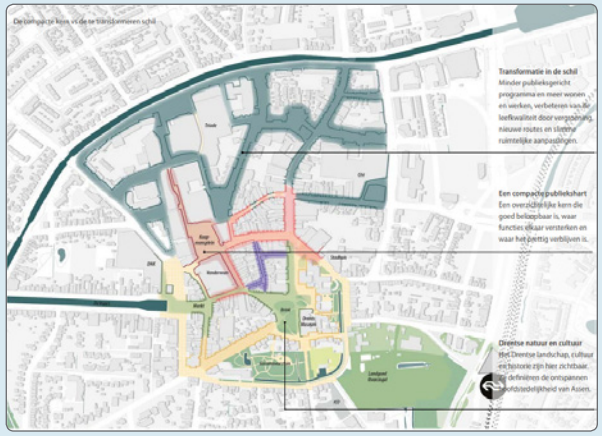
Binnenstadsvisie (2021)

Voor de ontwikkeling van de kwaliteit, identiteit en eigenheid van de binnenstad is het Drents DNA het leidende principe. Drents DNA geeft een naam aan een sfeer en beleving die uniek zijn voor Assen.

In de binnenstadsvisie wordt gestreefd naar een compact publiekshart met commerciële en culturele functies rond de Brink, het Koopmansplein, de Kop van de Vaart en het tussenliggende gebied. Binnen dit publiekshart is weer een onderscheid gemaakt tussen deelgebieden, met ieder een eigen profiel en sfeer.

Horeca aan de Brink is in de Binnenstadsvisie vooral gericht op overdag en de vroege avond. Rondom de Markt is er plek voor avond- en nachthoreca.

In de overige straten van het publiekshart is horeca vooral ondersteunend aan het winkelaanbod of aan de culturele voorzieningen.


Op naar een compact publiekshart

Agenda en Actieplan vrijetijdseconomie (2022-2027)

De agenda vrijetijdseconomie vormt een uitvloeisel van de Economische Agenda Assen 2020-2025, waarin het streven is om Assen op de kaart te zetten als beleefstad met een sterker vrijetijdsaanbod (zoals horeca).

Het dagrecreatieve aanbod in de gemeente Assen is zeer divers. Er is ruimte om uitgebreid te wandelen en fietsen, maar ook aanbieders als het Drents Museum, DNK, De Drentsche Golf en Country Club en Podium Zuidhaege maken de sector voor inwoners en bezoekers aantrekkelijk. Daarnaast vervult de binnenstad een belangrijke locatie voor recreatief winkelen en een bezoek aan de horeca. Ook worden er vele evenementen georganiseerd, zoals het TT-festival en het Preuvenement. In 2019 leverde 4,4 miljoen bezoeken aan het dagrecreatieve aanbod in de gemeente ruim 116 miljoen euro aan bestedingen op.

De gemeente Assen kent voor een stedelijke gemeente ook een zeer divers verblijfsaanbod met enkele grootschalige hotels (o.a. De Bonte Wever, hotel Van der Valk en City Hotel de Jonge) en vakantieparken (waarvan camping Witterzomer de grootste is). De economische betekenis van de verblijfssector bedroeg in 2019 ruim 29,9 miljoen euro, waarmee de waarde van de totale vrijetijdseconomie op 146,2 miljoen uitkomt. Behalve de economische betekenis is de vrijetijdssector ook van grote sociaal-maatschappelijke waarde. De sector biedt ruimte voor ontspanning en verhoogt de leefbaarheid en levendigheid voor de inwoners van Assen.

De gemeente heeft de ambitie de vrijetijdseconomie in Assen te versterken. Dit kan door een heldere positionering uit te werken en goed samen te werken en door het huidige aanbod goed onder de aandacht te brengen en waar nodig aanbod toe te voegen. Assen is een levendige hoofdstad met charme, die dankzij een goede bereikbaarheid een uitstekende basis is voor een bezoek aan de regio. Behalve economische groei is het streven ook meer mensen te laten profiteren van toerisme en recreatie. Daarom wordt er ingezet op drie strategische lijnen:

1. Herkenbaar profiel en gezamenlijk vermarkten. Door middel van stadsmarketing Assen als ‘hoofdstad met charme’ sterker positioneren.

2. Actief samenwerken. Ondernemerschap versterken, aansluiten bij regionale acties en voldoende banen creëren en behouden. Het aanbieden van gezamenlijke arrangementen behoort tot de mogelijkheden.

3. Aanbod op orde. Bestaand aanbod beter onder de aandacht brengen en hiaten opvullen, met bijvoorbeeld meer dagrecreatie voor gezinnen en aanbod voor (jonge) kinderen en jeugd.

De vrijetijdssector staat door onder andere personeelstekorten, hoge energieprijzen en een dalende koopkracht bij consumenten voor uitdagende tijden. Tegelijkertijd bieden de groei in korte binnenlandse vakanties en de gestage toename van het aantal ‘actieve ouderen’ juist kansen.



Horeca op recreatielocaties

Bijlage 2 Feiten en cijfers

Assen in de regio

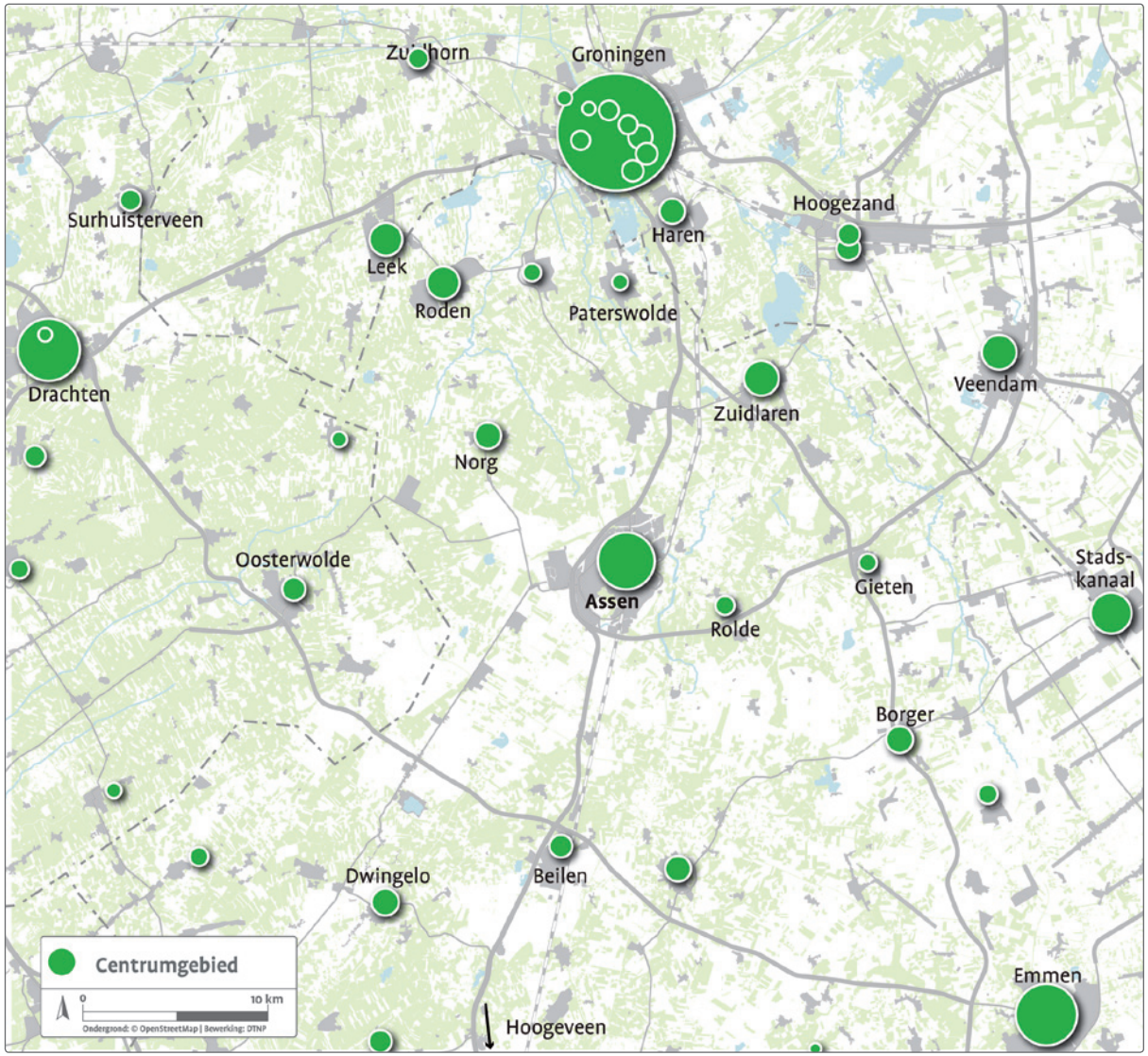
Assen is de trotse hoofdstad van de provincie Drenthe, met circa 69.500 inwoners.[a] Met zo'n 90 horecazaken en 170 winkels is er in de binnenstad een ruim voorzieningenaanbod aanwezig.

Dankzij het rijke voorzieningenaanbod vervult Assen een streekfunctie voor omliggende kernen. Inwoners van bijvoorbeeld Norg, Gieten, Rolde en Beilen zijn in belangrijke mate op Assen georiënteerd. Daar waar het inwonertal in Assen zelf de komende jaren nog licht zal toenemen, naar ruim 70.000 inwoners, daar neemt de bevolking in de directe omgeving juist licht af.

Dankzij de toeristische kwaliteiten van Drenthe voorziet de horeca in Assen ook in een behoefte van bezoekers van buiten de eigen streek. Horeca-ondernemers uit de gemeente Assen geven aan dat ongeveer 21% van hun omzet afkomstig is uit binnenlands toerisme, en nog eens 6% van buitenlandse toeristen[b].

Via het spoor en de A28 is Assen direct verbonden met Groningen. Dit is de dichtstbijzijnde grotere stad met een significant ruimer horeca-aanbod (ca. 460 horecazaken). Hier is een aanzienlijk groter aanbod aan bijvoorbeeld uitgaanshoreca voor de jeugd en horeca gericht op meer specifieke doelgroepen te vinden.

Centrumgebieden in Assen en de regio geschaald naar omvang van het horeca-aanbod. Bron: Locatus



a Assen in Cijfers, nov. 2022
b Enquête onder horeca-ondernemers uit de gemeente Assen, uitgevoerd in december 2022 t/m januari 2023 (DTNP)

Aanwezig horeca-aanbod

Het horeca-aanbod in de gemeente Assen is in belangrijke mate geclusterd in de binnenstad en in de verschillende buurt- en wijkcentra. Verspreid buiten deze centra bevinden zich vooral grotere horeca-gelegenheden in de vorm van zalencentra, fastfoodrestaurants of een hotel.

In de totale gemeente bevinden zich circa 140 horecazaken, nagenoeg allemaal gelegen binnen de stad Assen. De binnenstad is met zo'n 90 horecazaken duidelijk het sterkste cluster. *Onderstaande aanbodbeschrijving betreft een momentopname en is niet uitputtend.*

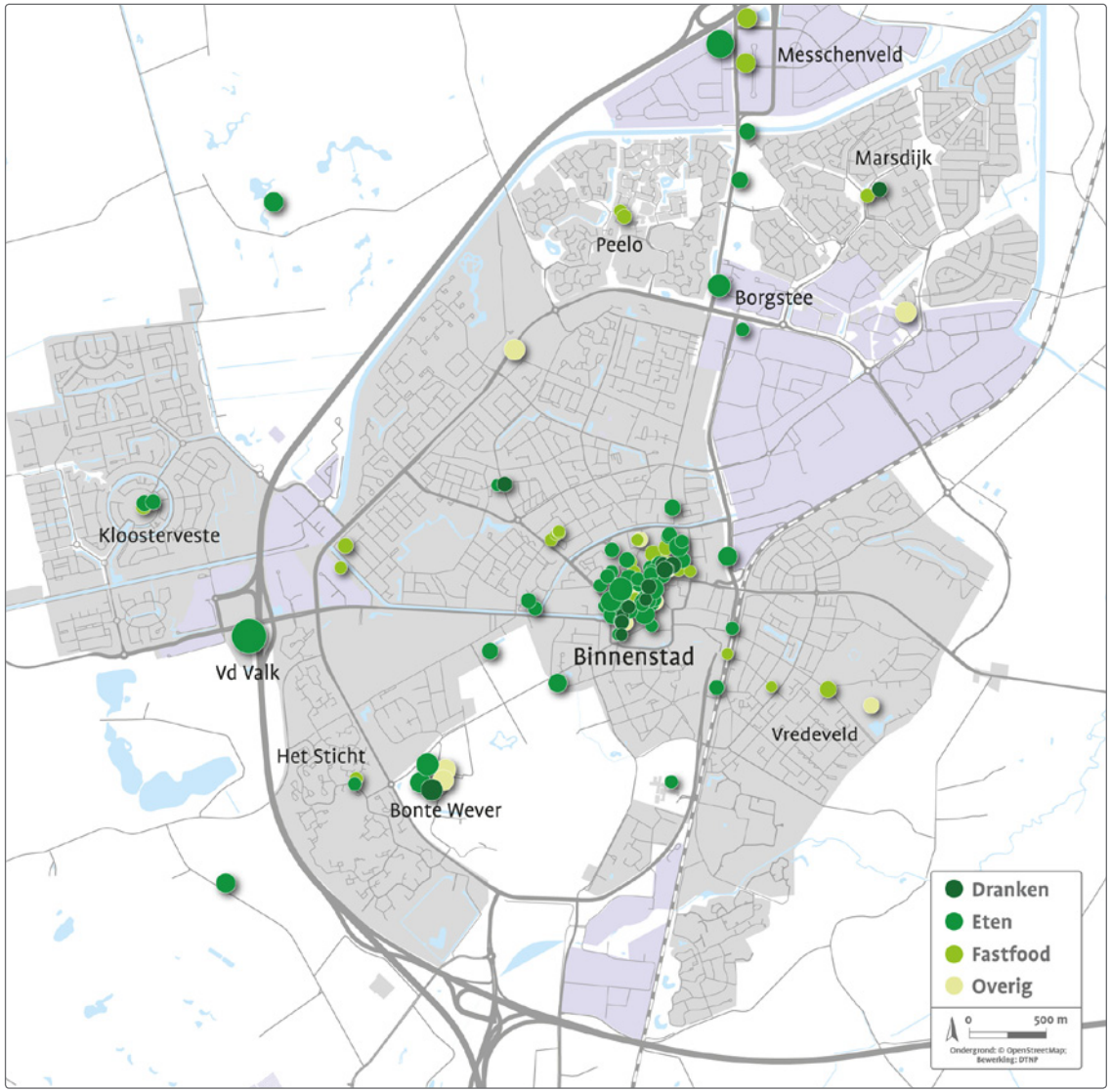
Omvangrijk en gemêleerd aanbod binnenstad

In de binnenstad is het meest ruime en diverse horeca-aanbod van de gemeente te vinden. De circa 90 horecazaken bevinden zich verspreid over het hele centrum, maar daarbinnen zijn clusters waarneembaar met een eigen karakteristiek.

De Brink en de Brinkstraat

Het horeca-aanbod aan de historische Brink bestaat met name uit lunchrooms en uit restaurants die aan het begin van de avond geopend zijn. De zon staat hier al vroeg op het terras en er is een sterke wisselwerking met de winkels en het Drents Museum. Liff, De Bakker & De Schenker en brasserie De Kroon zijn hier bekende namen, Prugel is recent geopend en ijssalon Toscana wordt op warmere dagen drukbezocht. In de Brinkstraat kent City Hotel de Jonge, gelegen naast Annnie's, een rijke historie.

Horeca-aanbod gemeente Assen geschaald naar omvang in m² wvo



De Markt en Kop van de Vaart

Later op de dag verplaatst met de zon de drukte bij de horeca naar De Markt en Kop van de Vaart. De meeste horecagelegenheden hier gaan pas eind van de middag open, maar sluiten ook pas op de late avond. De Koppelpaarden, Autentieq, Lodewijk Napoleon, Manolitos en Zusjes de Boer zijn in dit cluster voorbeelden van gevestigde namen in het Assense. Aan het water is Villa Tapas een grote horecazaak. Daarnaast is het pannenkoekenschip een fenomeen.

Koopmansplein en Ceresplein

Het Koopmansplein wordt in de binnenstadsvisie gepositioneerd als 'huiskamer van de stad'. De horecafunctie is op dit plein momenteel niet dominant. Plein 10 heeft er als enige horecagelegenheid een volwaardig terras. Wel is er om de hoek, aan de Weierspoort, enige dag- en avondhoreca gesitueerd, zoals De Poort van Assen en Burger Queen. Even verderop aan het Ceresplein vindt men Grand Café Goud.

Rolderstraat

Het aanbod in de Rolderstraat wordt gedomineerd door grillrooms en bezorg- en afhaalhoreca, aangevuld met enkele restaurants en uitgaansgelegenheden. Overdag is de meeste horeca hier gesloten.



Dag- en avondhoreca aan De Brink



Avond- en nachthoreca aan De Markt



Alleen Plein 10 heeft terras op vernieuwde Koopmansplein



Buitenlandse keukens in de Rolderstraat

De aanwezige restaurants hebben veelal een buitenlandse keuken, zoals Mexicaans restaurant Bramigo en Portugees restaurant Porto. De Dependance en New Café Image zijn bekende namen in het uitgaansleven van Assen.

Kerkstraat

Het horeca-aanbod in de Kerkstraat wordt gekenmerkt door de vele grillrooms met bezorg- en afhaalfunctie. Voorbeelden zijn De Nijl en El Karnak II. Ook is er onder meer een sportsbar en een klassiek café te vinden.

Tussenliggende centrumstraten

In de overige centrumstraten is het horeca-aanbod veelal gericht op het winkelende publiek. Het kan hierbij gaan om een snelle hap bij Subway, maar ook om lunchrooms zoals Brownies & Downies.

Wijk- en buurtcentra

In verschillende wijk- en buurtcentra is ook enig horeca-aanbod aanwezig. Het aanwezige horeca-aanbod is veelal ofwel ondersteunend aan de dagelijkse winkelfunctie, ofwel duidelijk gericht op de omliggende buurt in de vorm van een cafetaria of afhaalrestaurant. Voorbeelden zijn Chinees restaurant Happy Garden in buurtcentrum Het Sticht, cafetaria 't Trefpunt in buurtcentrum Nobellaan en pizzeria La Venezia in buurtcentrum Peelo.

Verspreid gelegen horeca

Het verspreid gelegen horeca-aanbod is aanmerkelijk grootschaliger dan het aanbod in de centra. Dit aanbod bestaat bijvoorbeeld uit vestigingen van fastfoodketens gericht op de reiziger, zoals McDonald's en KFC op Messchenveld en all-you-can-eatconcepten, zoals Jasmijn Garden en Happy World aan de weg Peelo.

Ook is er regelmatig horeca te vinden bij recreatielocaties, zoals bij de Drentsche Golf & Country Club, De Hertenkamp in het Asser Bos, Paddock Restaurant bij het circuit en eetgelegenheden bij huisjesparken en campings.

Daarnaast kent de gemeente Assen verspreid gelegen zalencentra en feestlocaties, zoals Plaza Sportz Assen. Onder deze categorie valt ook De Bonte Wever, het grootste hotel van Nederland. Hier zijn diverse horecavestigingen onderdeel van het aanwezige leisure-aanbod. Van der Valk Hotel trekt tot slot een eigen, voornamelijk zakelijke doelgroep op een hoogbereikbare locatie.



De Bonte Wever



Verspreid gelegen horeca op bedrijventerreinen

Ontwikkeling van het horeca-aanbod

De ontwikkeling in de samenstelling van het horeca-aanbod in de gemeente Assen sluit aan bij de landelijke trend. De pure drankensector levert in ten faveure van eetinclusieve concepten en bezorg-/afhaalhoreca.

Horeca niet langer een groeimarkt

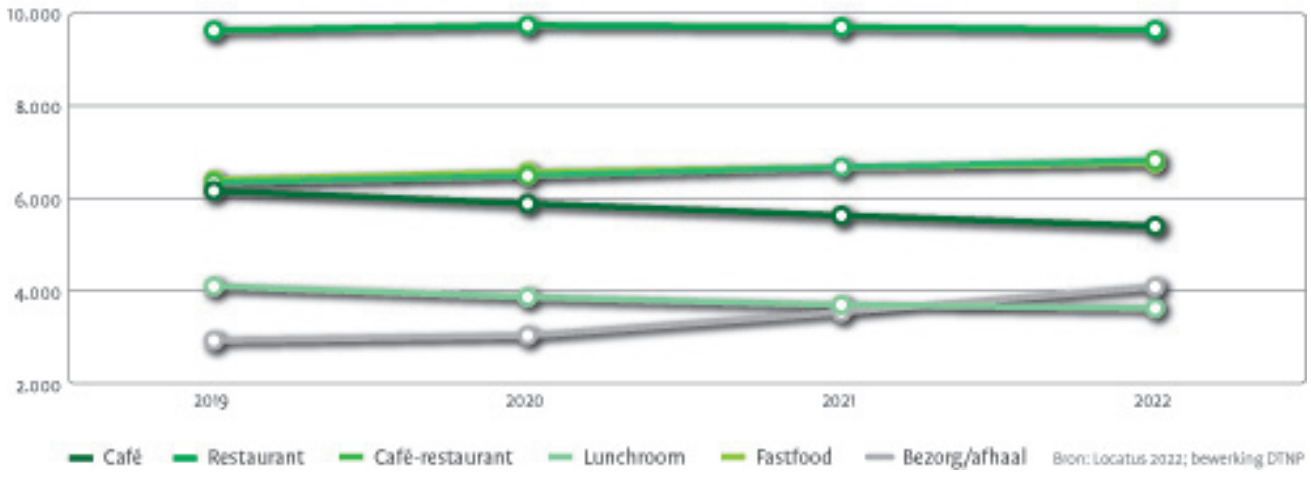
Vanaf de financiële crisis bleek horeca lange tijd een groeisector. Nieuwe horecazaken leken overal als paddestoelen uit de grond te schieten. Deze groei is echter niet in iedere branche waarneembaar, en momenteel lijkt de gehele sector op een kantelpunt te staan.

De bruine kroeg van weleer verliest landelijk al jaren terrein. Ook afgelopen jaar is het aantal cafés in Nederland met ruim 200 afgenomen, de sterkste krimp van alle branches in de horeca.[a] Daarnaast valt op dat ook het aanbod aan 'pure' eetgelegenheden terugloopt: het aantal lunchrooms neemt al meerdere jaren gestaag af en ook het aantal restaurants daalt sinds 2020[b]. Het totale horeca-aanbod groeit echter nog steeds. Dit wordt nagenoeg volledig verklaard door de zeer sterke groei in bezorg- en afhaalhoreca (700 vestigingen erbij afgelopen jaar). Ook is er nog groei waarneembaar in het aantal koffiebars en eetcafés.



Landelijk sterke groei in bezorg- en afhaalhoreca

Ontwikkeling aantal horecazaken naar branche



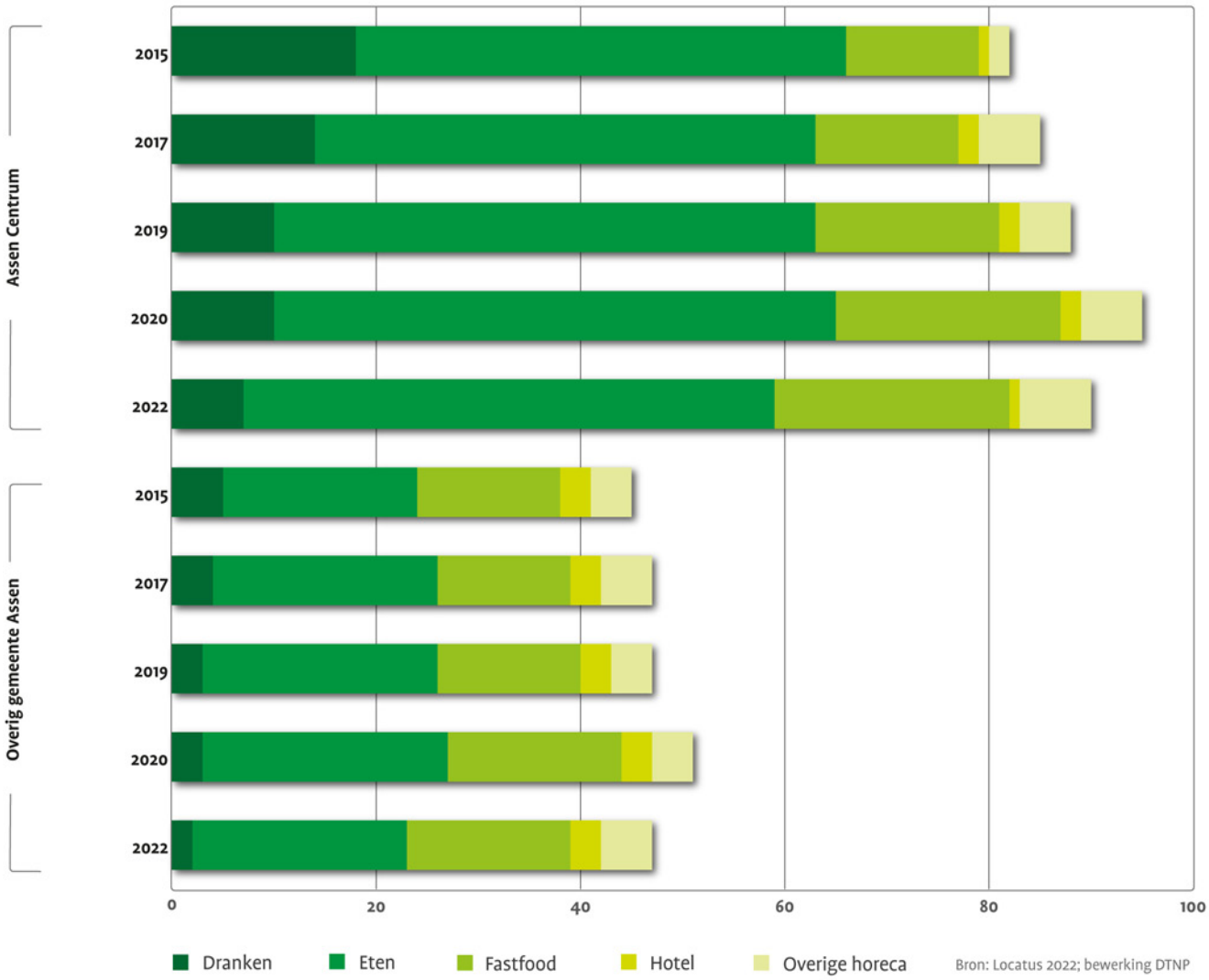
a Rabobank, oktober 2022. Cafés lijden het meest onder recessie, fastfood groeit door.
b ABN Amro, februari 2022. Cafés en restaurants maken plaats voor bezorgers.

Aanbodontwikkeling Assen deels trendvolgend

Het aantal drankenzaken in zowel de binnenstad als de totale gemeente is sinds 2015 sterk teruggelopen. Daarmee sluit Assen aan bij de landelijke tendens. De eetsector (o.a. lunchrooms en restaurants) bleek in Assen tussen 2015 en 2020 een groeisector voor de binnenstad, maar is sindsdien weer licht gekrompen. Het fastfood-aanbod toont zich stabiel.

Uit bovenstaande ontwikkelingen kan worden opgemaakt horecagast van vandaag minder op zoek naar functionele, traditionele horeca, maar meer naar beleving en een bijzonder concept. De sterke groei in bezorg-/afhaalhoreca laat zien dat ook de behoefte aan het gemak van online toeneemt.

Ontwikkeling horeca-aanbod in Assen-Centrum en in overige gemeente Assen



Trends in de horecasector

Naast cijfermatige trends zoals schaalvergroting en filialisering spelen er ook zachtere trends met een duidelijke impact op het horecalandschap en consumentengedrag.

Filialisering

Nederland is van oudsher het land van de lokale zelfstandige horeca-ondernemers. Filialen krijgen in vergelijking met het buitenland maar moeilijk voet aan de grond. In de bezorg-/afhaalhoreca bedraagt de filialiseringsgraad zo'n 20%, maar in de restaurantsector is dit landelijk slechts 3%. Ook in Assen is het aantal horecazaken dat tot een keten behoort erg laag. Filialisering is in Assen nagenoeg alleen zichtbaar bij fastfoodzaken en bij de grote hotels.

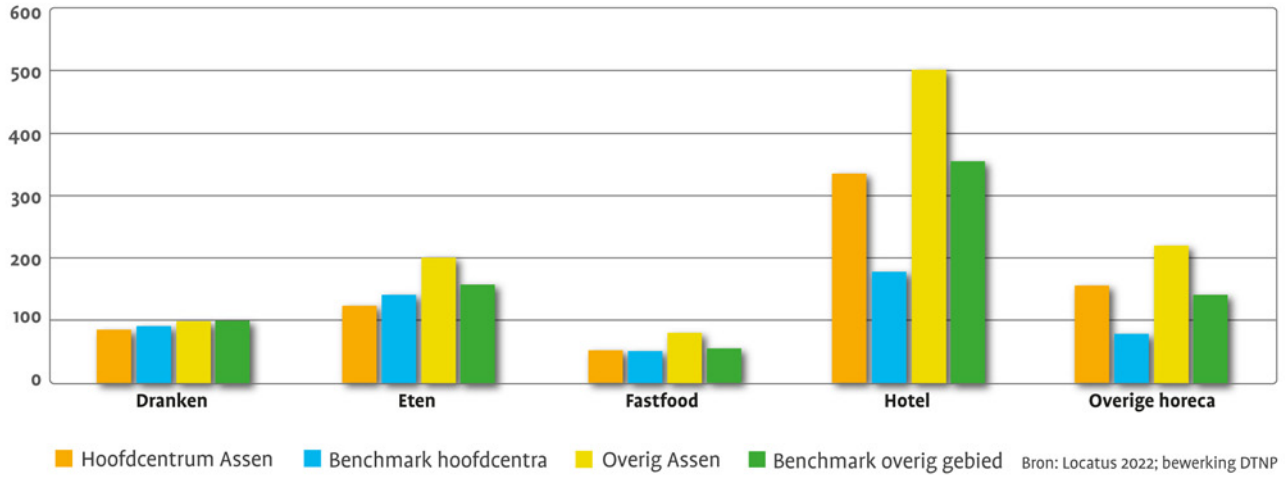
Verwachting is wel dat het aandeel filiaalbedrijven in de Nederlandse horeca de komende jaren zal groeien. In 2012 behoorden 7 op de 100 horecalocaties tot een keten, nu is dit 11 op de 100. Sinds 2019 steeg het aantal 'ketenlocaties' met ruim 900, terwijl het aantal zelfstandigen met 475 steeg.

Schaalvergroting

Wat (deels) samenhangt met filialisering is de schaalvergroting in de Nederlandse horeca. Horecaketens zijn vaker op zoek naar een groot pand dan de gemiddelde zelfstandige horeca-ondernemer. Met 107 m² wvo is een gemiddelde horecazaak in Nederland nu nog relatief klein, maar de oppervlakte groeit in gelijke tred met de filialiseringsgraad. In Assen is een gemiddelde horecazaak groter dan het landelijk gemiddelde: 132 m² wvo.

Een groot hotel als Van der Valk en solitair gelegen grootschalige all-you-can-eatrestaurants dragen hier in belangrijke mate aan bij. De benchmarkanalyse met de vergelijkbare gemeenten leert dat inderdaad met name de eetgelegenheden, zalencentra en hotels buiten het hoofdcentrum in Assen relatief grootschalig zijn. Sinds 2019 is de schaalgrootte van de Asser horeca overigens constant.

Gemiddelde omvang horecazaken in Assen en in benchmarkgemeenten



Bron: Locatus 2022; bewerking DTNP

Digitalisering

Vindbaarheid en zichtbaarheid online wordt steeds belangrijker. Consumenten oriënteren zich steeds vaker eerst online op review websites en social media alvorens een bezoek te brengen aan een fysieke horeca locatie. Online treft de consument een haast oneindig aanbod, waardoor het voor ondernemers steeds belangrijker wordt om ook online op te vallen met een onderscheidend verhaal, hippe uitstraling en vernieuwend concept. De sterke groei in bezorg- en afhaalhoreca die in Nederland waarneembaar is hangt ook duidelijk samen met de digitalisering.

Festivalisering, beleving en ontmoeting

Consumenten bezoeken de horeca steeds minder functioneel voor een eenvoudige maaltijd of drankje. Men is op zoek naar een unieke ervaring die zij ook graag (al dan niet online) met anderen willen delen. Festivals profiteren van de toenemende behoefte aan 'dat bijzondere feestje' in plaats van steeds diezelfde bruine stamkroeg. In tijden van individualisering heeft de horeca als ontmoetingsplek en plek 'om gezien te worden' aan belang gewonnen.

Duurzaamheid en gezondheid

De aandacht voor 'wat we eten' is groot. Zeer specifieke (unieke) en authentieke concepten accommoderen dit door een onderscheidende beleving in smaak, verhaal ('streekproduct') en service. De aandacht voor gezondheid en ethiek wil de consument ook terugzien tijdens de lunch of koffie (bijv. Brownies en Downies) en tijdens het snackmoment. Snelle service staat niet langer gelijk aan ongezond: de consument heeft ook oog voor de salade-/sap-/yoghurtbar.

Kansen op het snijvlak van sectoren

Consumenten zijn op zoek naar 'eigen' concepten, en kansen hiervoor liggen op het snijvlak van sectoren Grenzen tussen horeca, detailhandel en diensten vervagen. Voorbeelden hiervan zijn de boekwinkel met een uitgebreide koffiehoek, het lokale café waar ook streekproducten voor thuis verkocht worden, en het organiseren van een wijnproeverij in de tuin van de slijter. Mits er duidelijke kaders gesteld worden (bijv. met betrekking tot het schenken van alcohol) waarbinnen blurring is toegestaan, biedt het kansen voor ondernemers om in te spelen op de veranderende behoefte van de consument.



Kansen op het snijvlak van sectoren



Liever een festival dan naar de kroeg

Longcovid voor de horeca

Door de coronapandemie, met meerdere lockdowns, heeft de horeca een flinke tik gekregen. Restaurants, cafés en hotels kregen de grootste klappen. Doordat bezorgen en afhalen ook tijdens de strengste corona-maatregelen mogelijk bleef, wist de fastservicesector het beste overeind te blijven.

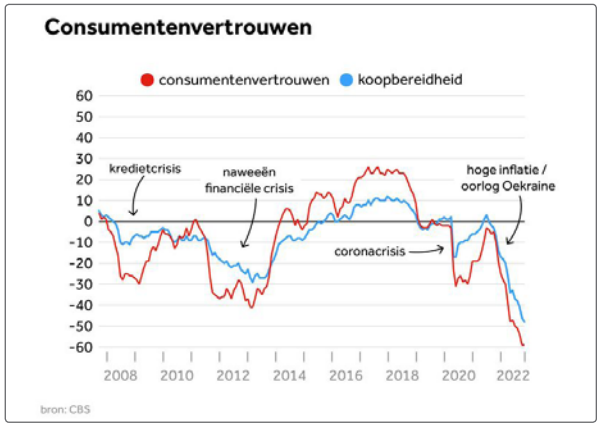
Het aantal faillissementen in de horeca was door de steunmaatregelen vanuit de overheid tijdens de pandemie historisch laag. De verwachting is echter dat het aantal faillissementen in de komende jaren sterk zal toenemen, nu horecazaken zijn begonnen met het terugbetalen van hun belastingschuld. 45% van de horecabedrijven geeft aan er na de coronacrisis financieel slecht voor te staan.[a] Daar komt bij dat er een sterk tekort is aan personeel; bijna de helft van de ondernemers ziet dit tekort als een belemmering voor hun activiteiten[b]. De sterke inflatie zorgt daarnaast voor hogere inkoopkosten en een verminderde koopkracht bij de consument. Voor die consument zijn niet-essentiële uitgaven, zoals bij de horeca, vaak het eerste waar op bezuinigd wordt. Desondanks heeft de horeca in 2022 een sterke inhaalslag gemaakt; in het derde kwartaal lag het omzetvolume zelfs boven het niveau van voor corona[b]. Het lijkt voorlopig echter nog niet voldoende om de hogere kosten te compenseren.

Onzeker economisch tijdperk

Als gevolg van de hoge energieprijzen en de daarmee gepaard gaande inflatie is het consumentenvertrouwen (historisch) laag. De koopkracht van vrijwel alle huishoudens is er sterk op achteruitgegaan afgelopen jaar. Gevolg is dat consumenten het eerst zullen bezuinigen op niet-essentiële uitgaven, zoals een bezoek aan de horeca. Hoe lang de hoge inflatie en lagere koopkracht zullen aanhouden is op dit moment echter lastig te voorspellen.



Bron: ING, 2022



Bron: NOS, 2022

a ING (2022), Horeca op volle kracht vooruit.

b CBS (2022), Omzet horeca stijgt met bijna 3% in derde kwartaal

Kwantitatieve behoefte

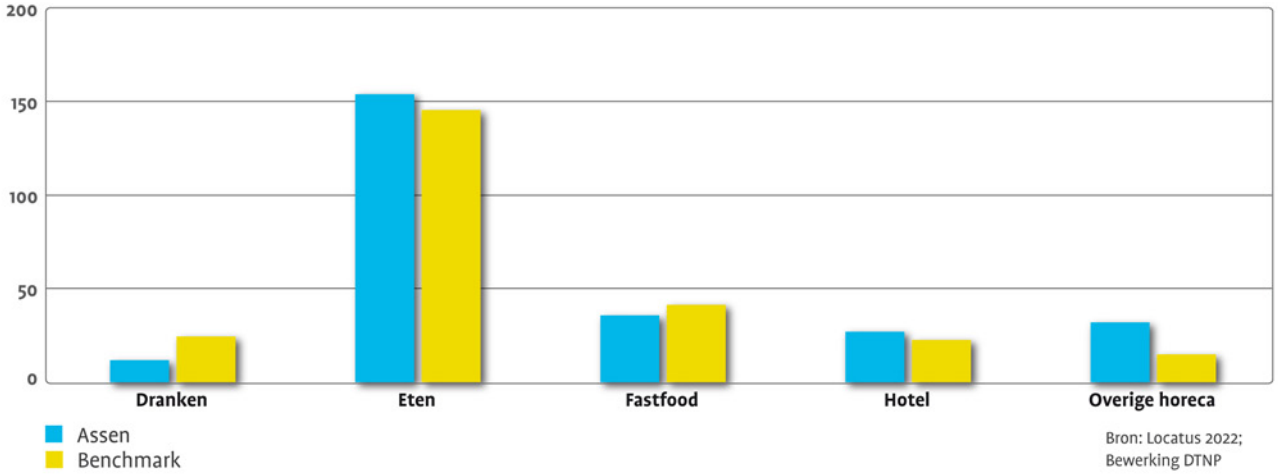
Naast het in ogenschouw nemen van trends en ontwikkelingen geven een benchmark-analyse en marktruimteberekening een indicatie van de kwantitatieve behoefte aan uitbreiding van horeca in de gemeente. Hierbij kan een onderscheid worden gemaakt tussen verschillende subbranches.

Assen biedt voldoende te eten maar minder te drinken. In vergelijking met gelijksoortige gemeenten als Almelo, Meppel, Hoorn, Hoogeveen, Doetinchem en Emmen is er in Assen en relatief ruim aanbod aan eetgelegenheden en 'overige horeca' (o.a. feestzalen, koffiebars, ijssalons). De drankensector, waaronder uitgaanshoreca, blijft duidelijk achter bij deze benchmarkgemeenten. Het aanbod aan fastfoodzaken en hotels kan in aantal m² per inwoner als gemiddeld worden beschouwd, in aantal verkooppunten is er relatief weinig fastfood.

Marktruimteberekening

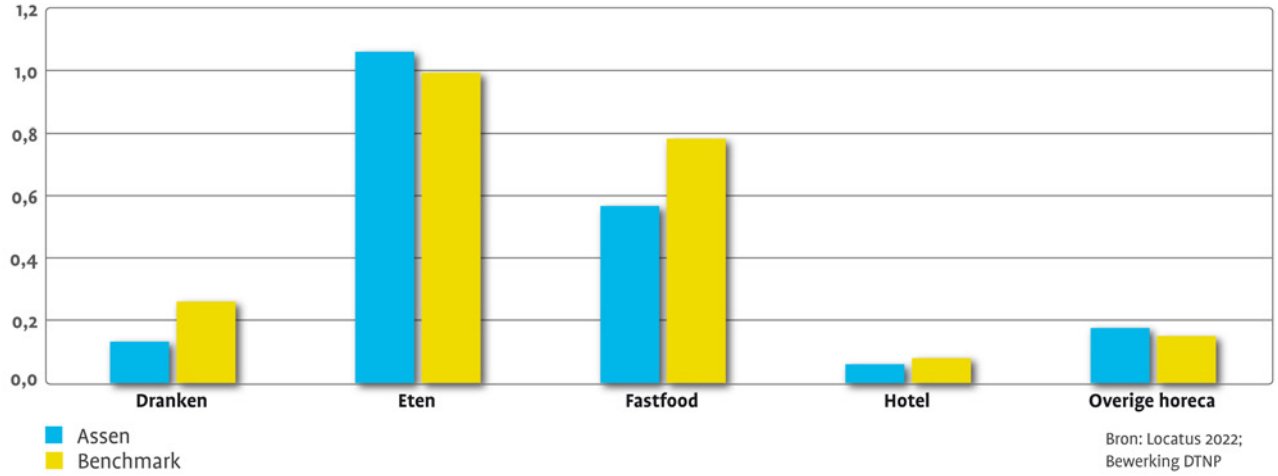
In aanvulling op de benchmarkanalyse is ook een kwantitatieve marktruimteberekening gemaakt voor de horeca in Assen. Hierbij is rekening gehouden met de inwonerontwikkeling in Assen en omgeving, het

Aantal m² horeca-aanbod per 1.000 inwoners in Assen en in benchmarkgemeenten



Bron: Locatus 2022; Bewerking DTNP

Aantal horecazaken per 1.000 inwoners in Assen en in benchmarkgemeenten



Bron: Locatus 2022; Bewerking DTNP

koopkrachtniveau (7% onder het landelijke gemiddelde) en de regionale koopstromen.

Uit de berekening komt naar voren dat de potentie voor restaurants en fastservice ongeveer in evenwicht is met het huidige aanbod. Voor de drankensector lijkt op dit moment enige uitbreidingsruimte aanwezig, maar hierbij dient vermeld dat de vraag naar dit aanbod (landelijk gezien) terugloopt. De uitkomsten van de marktruimteberekening bevestigen daarmee het beeld dat ontstond uit de benchmarkanalyse.

Geen aanleiding tot uitbreiding horeca-aanbod

Op basis van de trends en ontwikkelingen in de sector, de benchmarkanalyse en de marktruimteberekening wordt geconcludeerd dat er geen kwantitatieve aanleiding is tot een uitbreiding van het aantal horecazaken of horecalocaties in Assen. Wél lijkt er behoefte aan een kwalitatieve aanscherping van de aanbodmix, om het binnen de bestaande omvang van het horeca-aanbod te zoeken naar een betere aansluiting bij de doelgroepen en actuele trends. Hierover meer in hoofdstuk 2.

Uitleg marktruimteberekening

Een marktruimteberekening maakt op basis van (de ontwikkeling van) het inwonertal en het gemiddelde inkomensniveau een inschatting van het bestedingspotentieel voor horeca van de eigen inwoners. Vervolgens wordt een inschatting gemaakt welk deel van dit bestedingspotentieel ook daadwerkelijk in de eigen gemeente uitgegeven wordt (koopkrachtbinding). Deze potentiële omzet wordt aangevuld met bestedingen die bezoekers van buiten de gemeente in Assen doen (toevloeiing). De toevloeiing wordt uitgedrukt in een percentage van de totale horeca-omzet. Op basis van de ingeschatte benodigde vloerproductiviteit per m² kan voor de verschillende subbranches in de horeca vervolgens een indicatie worden gegeven van het marktpotentieel.



Relatief veel eetgelegenheden in Assen



Geen kwantitatieve aanleiding tot uitbreiding horeca-aanbod

Bijlage 3 De Assenaar en horeca in 2023

Karakteristieken Asser bevolking

De Assenaren vormen de primaire doelgroep voor het leeuwendeel van de horeca in de gemeente. Maar wat typeert precies deze doelgroep? En wat zijn hun wensen?

Duidelijke verschillen per wijk

Assen is een stad waar men graag woont en werkt. Hierbij vervult Assen als hoofdstad van Drenthe een streekfunctie. Over de gehele linie kent Assen een ouder wordende bevolking die uit steeds kleinere huishoudens zal bestaan. Het vertrek van jongeren naar universiteitsstad Groningen is hierbij zichtbaar. De gemiddelde Assenaar heeft een kleinere beurs en is middelbaar opgeleid. Binnen de huishoudens[a] in de gemeente komen de leefstijlen Gewoon Gemiddeld, Volks en Uitgesproken, Gezellige Emptynesters en Bescheiden Ouderen dan ook relatief veel voor. De verschillen per wijk in de gemeente zijn echter sterk.

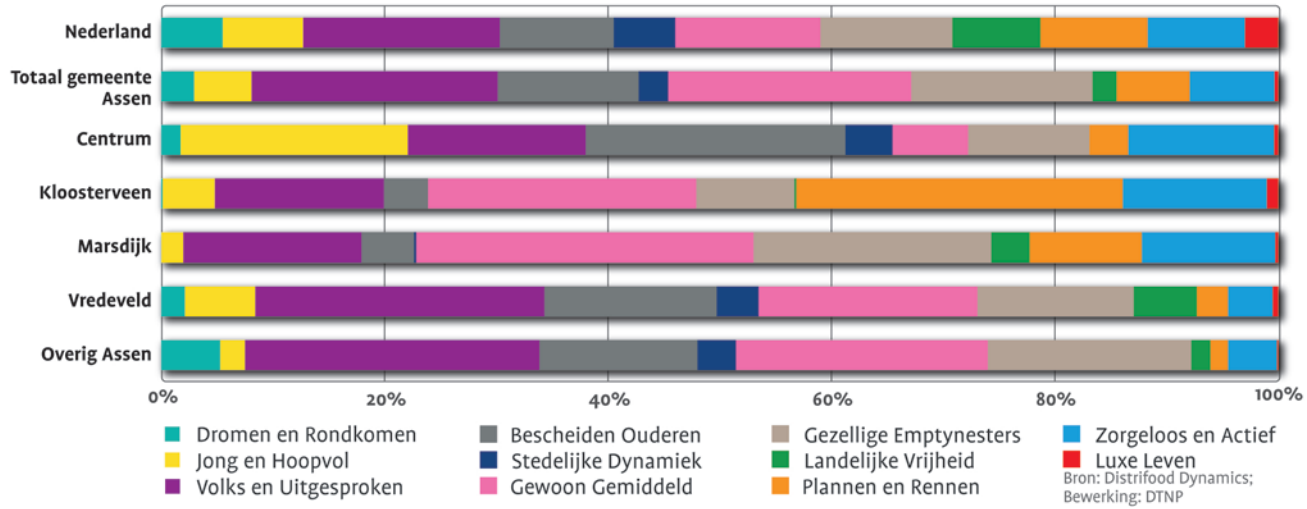
Binnenstad: Jong en Hoopvol

Inwoners van de binnenstad zijn overwegend theoretisch opgeleid en hebben een hoog inkomen. Er wonen vooral veel welvarende ouderen, maar in buurten als het Brinkkwartier zijn er ook veel jonge inwoners tot 45 jaar. De leefstijl Jong en Hoopvol is hier, zeker voor Assense begrippen, relatief sterk aanwezig. Dit zijn alleenstaande, sportieve, jonge mensen, die studeren of net aan hun eerste baan begonnen zijn. Hun inkomen is nu nog beneden modaal, maar ze zijn hoopvol voor de toekomst. Deze doelgroep is vaak bewust bezig met gezondheid en het klimaat. Omdat de mensen in deze groep vaak alleenstaand zijn, maken ze relatief veel gebruik van de horeca voor het ontmoeten van vrienden en nieuwe mensen.

Kloosterveen: Plannen en Rennen

In nieuwbouwwijk Kloosterveen is de leefstijl Plannen en Rennen sterk vertegenwoordigd. Deze leefstijl bestaat uit relatief welvarende gezinnen. De ouders zijn veelal hoogopgeleid, werken vaak allebei en combineren hun werk met een druk gezinsleven. Gedurende de week is het vaak hollen tussen sport, school, werk en uitstapjes. Deze doelgroep heeft meer te besteden en staat open voor horeca uit het hogere segment, mits deze geschikt is voor het hele gezin. Het afhalen van een snelle hap in de buurt,

Gemiddelde leefstijlen huishoudens in Nederland, in gemeente Assen en in de verschillende wijken



Bron: Distrifood Dynamics; Bewerking: DTNP

a Whize consumentensegmentatie waarbij huishoudens worden gegroepeerd op basis van gemeenschappelijke kenmerken, voorkeuren en gedrag. Een toelichting per leefstijl staat in bijlage 4.

zodat er een avond niet gekookt hoeft te worden, is ook populair.

Marsdijk: Gewoon Gemiddeld

In Marsdijk is de leefstijl Gewoon Gemiddeld het grootst. Er wonen in deze wijk veel tweeverdieners met een modaal inkomen en (oudere) kinderen thuis. Zij bezitten veelal een betaalbare koopwoning. Deze groep bezoekt de horeca vooral tijdens het winkelen of na het sporten.

Overige wijken: Volks en Uitgesproken

In buurten als Peelo, Pittelo, Baggelhuizen en Vredeveld heeft de leefstijl Volks en Uitgesproken de overhand. Het inkomen ligt hier lager dan gemiddeld en men is vaak praktisch opgeleid. Inwoners hebben een duidelijke mening en vermaken zich vooral met gezellige buren en sociaal vertier met familie. “Doe maar gewoon, dan doe je al gek genoeg” is een uitspraak die bij Volks en Uitgesproken past. Deze doelgroep bezoekt graag afhaalhoreca in de buurt of toegankelijke en betaalbare horeca in de binnenstad.

Beoordeling Asser horeca door inwoner

In mei 2022 is een enquête uitgezet over de horecavisie bij het inwonerpanel van de gemeente Assen. Met bijna 1.800 ingevulde enquêtes was er een zeer goede respons.

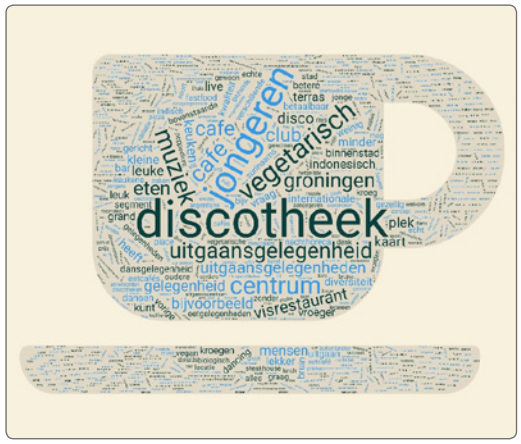
Kenmerken respondenten

Het oudere deel van de Asser bevolking is in het panel sterker vertegenwoordigd dan de jongeren. 43% van de respondenten uit het inwonerpanel is 65 jaar of ouder, 6% is 35 jaar of jonger. Uit nagenoeg alle wijken reageerden meer dan 100 respondenten.

Overwegend positief beeld

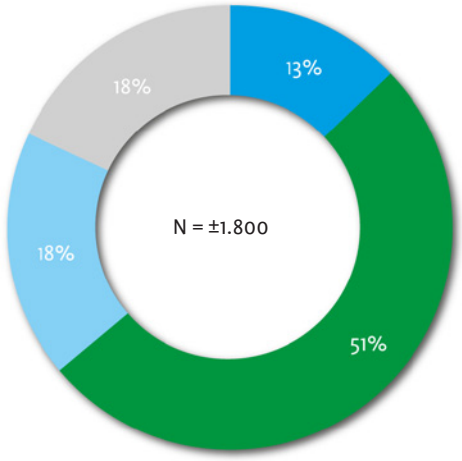
Circa 60% van de inwoners vindt de kwaliteit van de horeca in Assen 'goed' tot 'zeer goed' en ruim de helft vindt het aantal horecazaken 'precies genoeg'. Jongeren vinden het aanbod vaker 'te weinig' dan ouderen. Bereikbaarheid, uitstraling en toegankelijkheid zijn volgens de Assenaar de sterkste punten van de horeca in Assen. Parkeerplaatsen en fietsenstallingen in de buurt zijn de belangrijkste aandachtspunten.

Horeca-aanbod voor jongeren (o.a. discotheek) wordt het meest gemist bij de respondenten. Ook live-muziek, een vegetarisch restaurant en cafés worden in dit kader frequent genoemd.



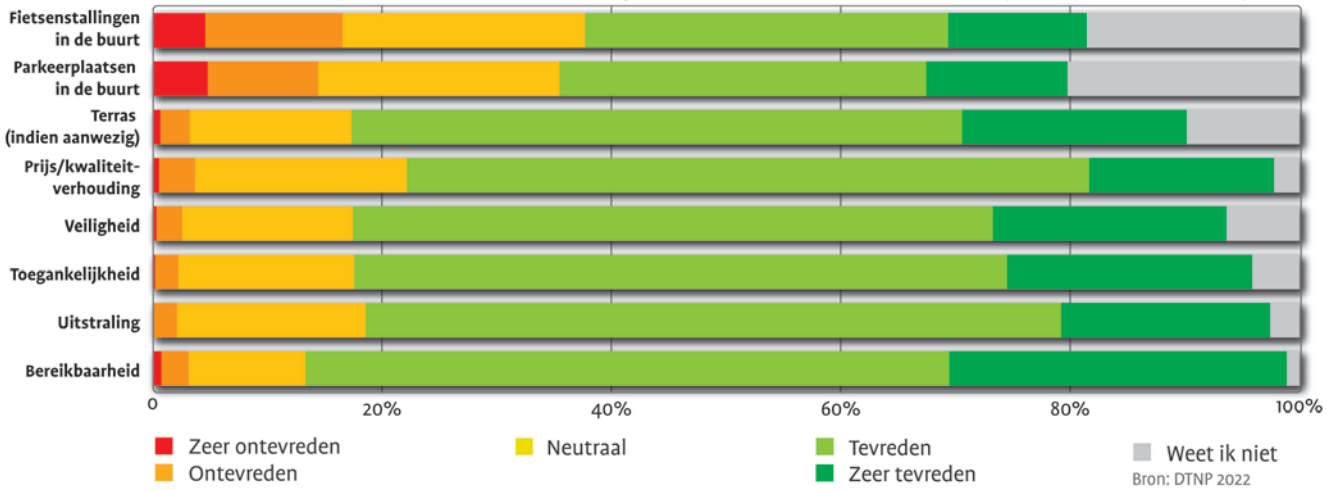
Wat mist u bij de horeca in Assen?

Beoordeling inwonerpanel aantal horecazaken



Bron: DTNP, april 2022

Beoordeling horeca binnenstad Assen door inwonerpanel op verschillende aspecten



Bron: DTNP 2022

Beoordeling horeca binnenstad door bezoeker

Begin mei 2022 is op een donderdag en een zaterdag een enquête gehouden onder bezoekers van de binnenstad van Assen. In totaal werd de vragenlijst ruim 200 keer ingevuld.

Kenmerken en bezoekgedrag respondenten

De respons is gelijkmatig verdeeld over de verschillende leeftijdsgroepen en ook de man-vrouwverhouding is nagenoeg gelijk. 80% van de ondervraagden komt uit de eigen gemeente. Ruim 60% komt minimaal 2x per maand, circa 10% komt 2x per week of vaker. Ruim de helft bezoekt gericht een specifieke horecazaak, waarbij 'gezelligheid' de meest gehoorde bezoekreden is.

Positief totaalbeeld

Bezoekers geven de kwaliteit van de horeca in de Asser binnenstad een 4,1 op 5. Daarnaast geeft 75% van de respondenten aan het aantal horecazaken op dit moment 'precies genoeg' te vinden, 17% vindt het 'te weinig'.

Wisselende beoordeling horecalocaties

Net als bij inwonerpanel is (auto)parkeren het meest gehoorde pijnpunt, maar wordt de algehele bereikbaarheid wel als positief ervaren. Per horecalocatie in de binnenstad zijn er ook duidelijk verschillen. De Rolderstraat en de Kerkstraat worden aanmerkelijk slechter beoordeeld dan de overige locaties. Een gebrek aan sfeer en goede uitstraling, in combinatie met overlast, zijn veelgehoorde pijnpunten. De Brink scoort goed op alle aspecten, maar de sfeer is volgens de bezoekers het best op de Markt. In gesprekken met bezoekers werd de toegankelijkheid voor ouderen en mindervaliden op de Markt vaak als verbeterpunt genoemd.

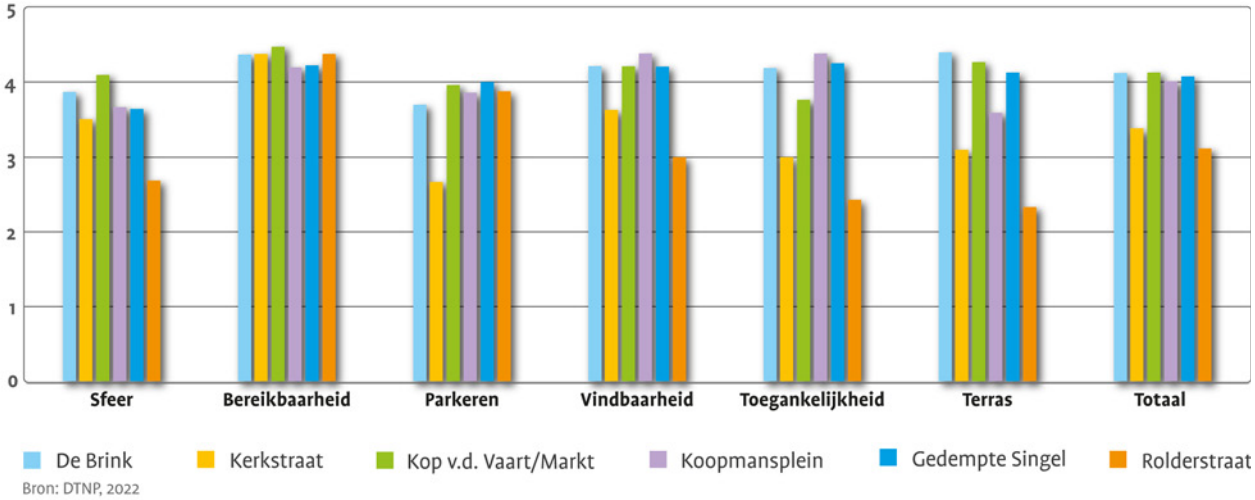
Aanbod jongeren mist

Nog meer dan het inwonerpanel noemden bezoekers het gebrek aan uitgaanshoreca voor jongeren. Ook signaleren respondenten een gebrek aan variatie in het aanbod, en is betaalbare horeca met ontmoetingsfunctie een veelgehoorde wens.

Inmiddels denkt de gemeenteraad van Assen actief na over manieren om jongeren meer te betrekken. Bijvoorbeeld doormiddel van een jongerenraad, jongerenambassadeurs, een jongerenpanel of maandelijks speeddaten met raadsleden over onderwerpen die jongeren aangaan[a]. Er bestaat reeds een Raadswerkgroep Jongeren.

a RTV Drenthe, 2023. Asser raadsleden gaan stad in voor onderzoek jongerenparticipatie

Beoordeling horecalocaties binnenstad Assen door bezoekers op verschillende aspecten



Bron: DTNP, 2022

Signalen vanuit horeca-ondernemers

Onder alle horeca-ondernemers uit de gemeente Assen is twee keer een digitale enquête uitgezet: eerst in mei 2022 en later een update in december 2022/januari 2023.

Kenmerken respondenten

Circa 150 ondernemers werden zowel schriftelijk als digitaal voor de enquête uitgenodigd. De eerste enquête werd door ongeveer 30 ondernemers volledig ingevuld, de tweede door circa 20. De resultaten zijn daarmee slechts indicatief, maar worden wel breed herkend door de leden van de vaste werkgroep voor deze horecavisie.

Uitdagende tijden voor de horeca

Uit de vragenlijst blijkt duidelijk dat het rendement van horecabedrijven door de hoge kosten aan inkoop, energie en huur onder druk staat. 93% van de respondenten geeft aan de stijgende kosten deels door te berekenen aan de consument. Ook blijft het personeelstekort nijpend en vrezen ondernemers dat gasten zullen wegblijven nu zij minder te besteden hebben. Desondanks verwacht de helft van de ondernemers de komende vijf jaar een voldoende of goed rendement te draaien en is er nog bereidheid tot investeren, met name in verduurzaming.

Zorgwekkend is wel dat slechts 7% van de ondernemers aangeeft zeker een opvolger te hebben klaarstaan; maar liefst 72% heeft dit niet.

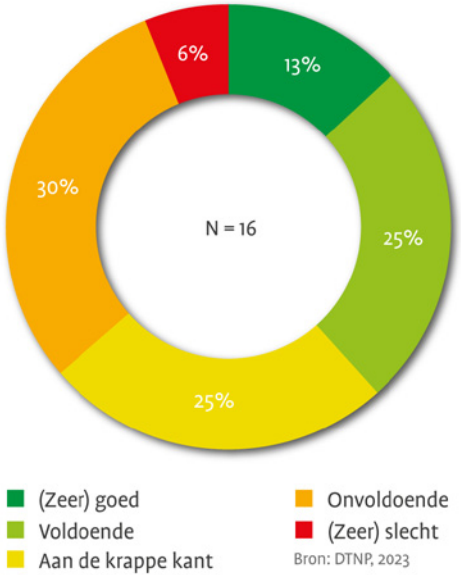
Assenaren en toerist belangrijkste doelgroepen

Inwoners uit de eigen gemeente en omliggende gemeenten zijn samen goed voor circa 65% van de horecaomzet bij de respondenten. Daarna speelt, met circa 20%, de binnenlandse toerist een belangrijke rol. Zakelijke bezoekers en buitenlandse toeristen zorgen volgens de respondenten slechts voor een klein deel van de totale omzet.

Belang van samenwerking

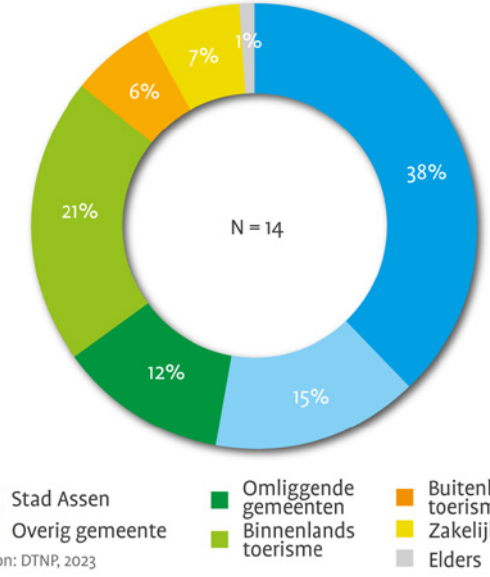
Een verdergaande samenwerking tussen zowel horeca-ondernemers onderling als samen met winkeliers wordt door velen gewenst. Bijvoorbeeld in het collectief vermarkten van Assen als 'hoofdstad met charme', gezamenlijke aankleding van het centrum, eenduidige uitstraling van terrassen en onderlinge afstemming van openingstijden. Ook de gemeente zou ondernemers

Beoordeling huidig rendement onderneming



Bron: DTNP, 2023

Omzetverdeling naar herkomst horecabezoekers



Bron: DTNP, 2023

Bijlage 4 Whize leefstijlen van huishoudens

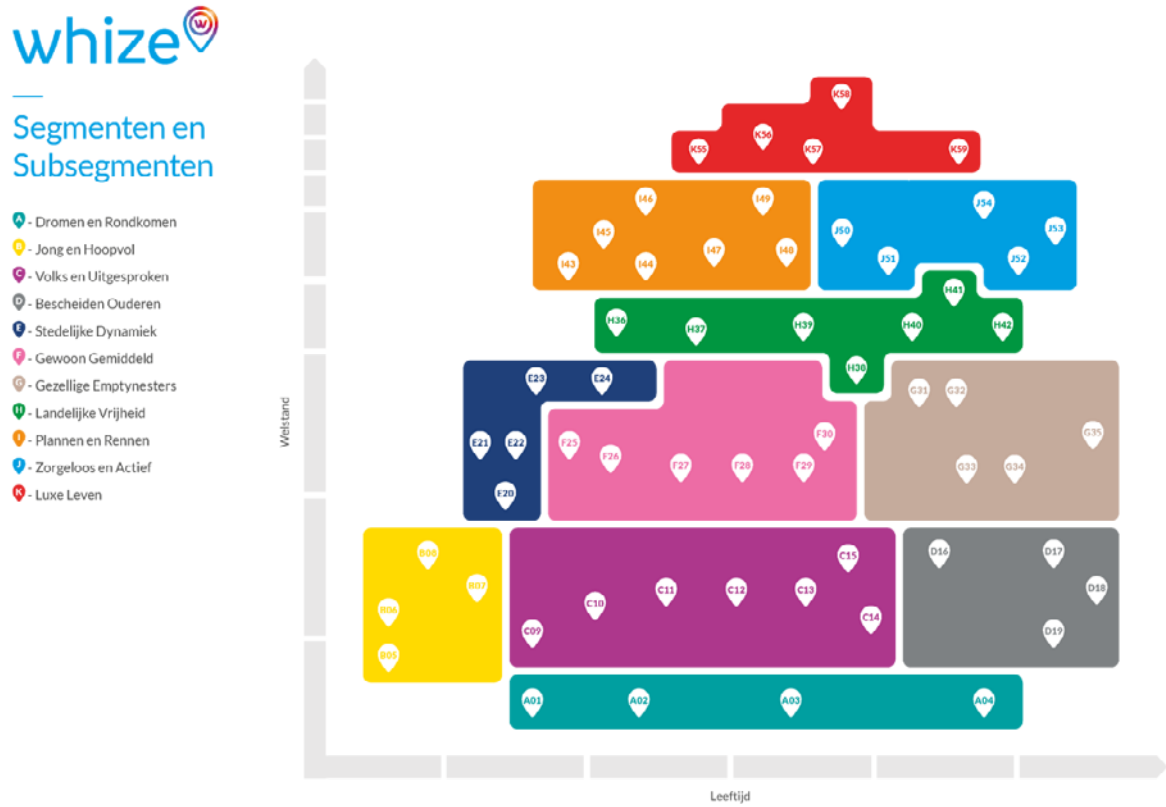
Het Whize-huishoudenssegmentatiemodel van Whooz (www.whooz.nl) bestaat uit elf leefstijlen die zijn samengesteld op basis van onder andere welstandsniveau (inkomen), leeftijd, omvang van het huishouden, opleidingsniveau, woonsituatie, etc.

De verschillende leefstijlen worden, geordend naar leeftijd en welstand, weergegeven in de figuur rechts.

Ieder van de huishoudenssegmenten heeft andere behoeftes en interesses wanneer het gaat om het voorzieningenaanbod.

In de gemeente Assen komen o.a. de leefstijlen 'Volks en Uitgesproken', 'Gewoon Gemiddeld, 'Gezellige Emptynesters' en 'Bescheiden Ouderen' bovengemiddeld veel voor.

Op de volgende pagina's worden de verschillende leefstijlen nader toegelicht.



A Dromen en Rondkomen

Dromers en Rondkomers variëren sterk in leeftijd, maar het merendeel is tussen de 30 en de 50 jaar. Veelal zijn het alleenstaanden of eenoudergezinnen. Ze hebben meestal een VMBO-opleiding en vervullen een eenvoudige functie, of zitten in de bijstand of ontvangen een andere uitkering. Er staat geen auto voor de deur; meestal reizen ze met het openbaar vervoer.

Dromers en Rondkomers wonen in stedelijke gebieden, voornamelijk in de Randstad. Ze huren meestal een eenvoudig appartement van maximaal 90 m², dat vlak na de oorlog gebouwd is. Ze doen de boodschappen dichtbij of bij een relatief betaalbare supermarkt. In hun vrije tijd zoeken ze makkelijk en goedkoop vertier: darten in de kroeg of naar de bioscoop.

"Ik hou alle aanbiedingen in de gaten en krijg gelukkig toeslagen, daardoor kan ik rondkomen."

B Jong en Hoopvol

Veel mensen binnen Jong en Hoopvol zijn onder de 30 jaar, al komen 35'ers ook nog voor. Ze wonen vaak alleen en hebben nog geen kinderen. Deze groep gaat dagelijks naar hun opleiding of is bezig een bachelor of master te behalen. Het kan ook zijn dat ze al werken als zzp'er of in een dienstverlenende functie. Het inkomen is benedenmodaal tot modaal, maar de twintigers en dertigers weten dat hierin later verandering komt. Als hun studie is afgerond of als ze de volgende tree op de maatschappelijke ladder zetten, stijgt hun inkomen. Kortom, ze zijn nog volop in ontwikkeling.

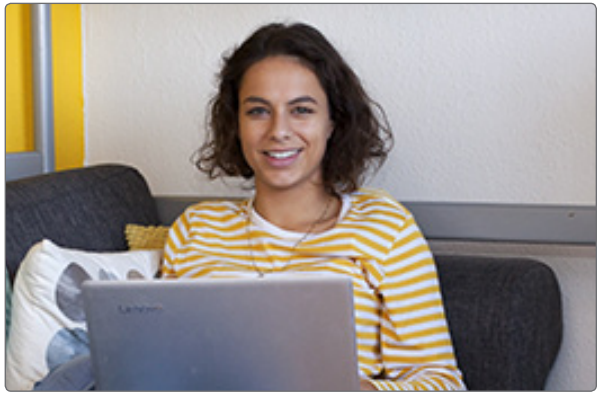
Jong en Hoopvollen huren meestal nog: een klein tot gemiddeld appartement in de buurt van hogescholen en universiteiten. Ze gaan veel naar festivals en sporten veel, waarbij ze graag nieuwe dingen proberen.

"Ik woon nog prima in mijn huidige appartement: niet te duur en ruimte genoeg. Eerst maar eens een tijdje sparen"



Dromen en Rondkomen

Jong en Hoopvol



C Volks en Uitgesproken

De mensen van Volks en Uitgesproken zijn tussen de 18 en 60 jaar oud, met het zwaartepunt tussen de 45 en 60. Ze zijn zowel alleenstaand als samenwonend, overwegend zonder kinderen. Gezinnen komen wel voor, met kinderen uit alle leeftijden. De kostwinner heeft een beroepsgerichte vmbo-opleiding of een mbo-opleiding niveau 1 afgerond. Meestal werken ze bijvoorbeeld als chauffeur, automonteur, staalbewerker, bouwvakker of horecamedewerker of ze zitten zonder werk thuis. Ondanks de toeslagen die ze vaak ontvangen is er wel eens moeite om een rekening te voldoen.

De groep Volks en Uitgesproken woont meestal in een goedkope rijtjeshuurwoning. Ze shoppen bij de goedkopere ketens en gaan niet vaak op vakantie. Een dagje dierentuin of pretpark is ook prima.

"Het leven is gewoon goed, niks te klagen, toch? Maar in Den Haag zou het wel anders gaan als wij het voor het zeggen hadden."

D Bescheiden Ouderen

De 65-plussers zijn logischerwijs al veelal met (pre) pensioen en slijten hun dagen alleen of met hun partner thuis. Hun kinderen zijn zelf inmiddels lang en breed volwassen. Ze hebben hun werkend leven al achter de rug en vervulden eenvoudige banen of waren thuis voor hun gezin. De Bescheiden Ouderen hebben nu een relatief laag inkomen en soms hebben ze moeite de eindjes aan elkaar te knopen.

Bescheiden Ouderen wonen vaak in een appartement of een rijtjeswoning. Ze zullen niet snel meer verhuizen, hooguit nog naar een verzorgings- of verpleeghuis. Ze zijn niet meer heel actief in de samenleving en ook reisjes of uitstapjes maken ze niet vaak meer. Hun kleding kopen ze bij de goedkopere ketens en verder komen ze in winkels voor een bril of hoortoestel.

"We blijven het liefst dicht bij huis, altijd gedaan ook. We geven niet veel uit; dure kleding of meubels hebben we niet nodig"



Volks en Uitgesproken

Bescheiden Ouderen



E Stedelijke Dynamiek

Stedelijke Dynamiek bestaat veelal uit hoger opgeleide 20'ers, 30'ers en 40'ers. Een groot deel is alleenstaand, maar er zijn ook een- en tweeoudergezinnen met vaak jonge kinderen tot en met 11 jaar. De groep is druk aan het studeren aan de universiteit of al aan het werk met een bachelor of master op zak. Bijvoorbeeld als arts, bij een bank, in de geestelijke gezondheidszorg of in de IT.

De mensen van deze groep wonen vaak in de grote steden of in naastgelegen stedelijke plaatsen, in een vooroorlogs appartement. Ze verhuizen meer dan gemiddeld. Boodschappen doen ze bij de goedkopere of juist de biologische supermarkten. Winkelen doen ze bij de betere ketens. Ze hebben een rijk sociaal leven en maken graag culturele trips.

"Ik ben erg gehecht aan alle voorzieningen op loopafstand van mijn huis. In het weekend naar musea of festivals."

F Gewoon Gemiddeld

De mensen van Gewoon Gemiddeld zijn tussen de 30 en 55 jaar. Er zijn maximaal drie, meestal al iets oudere, thuiswonende kinderen. De kostwinner heeft een mbo-diploma en meestal een vast contract. Ze werken vooral in de gezondheidszorg, de ambachtelijke hoek of bij de overheid.

Gewoon Gemiddeld bezit een koopwoning, meestal een rijtjeshuis. De kinderen kunnen er op straat spelen en de winkels voor de dagelijkse boodschappen zijn dichtbij. Het gezinsleven en kinderactiviteiten bepalen vaak de agenda. De mensen van deze groep sporten veel, ze maken uitstapjes naar een pretpark of knutselen met de kinderen. Kleding wordt vaak online besteld, bij betaalbare grote ketens.

"We hebben een fijne koopwoning, een leuke tuin en aan de voorzijde een speelterrein. In het weekend doen we leuke dingen."



Stedelijke Dynamiek

Gewoon Gemiddeld



G Gezellige Emptynesters

De actieve 60-plussers van Gezellige Emptynesters wonen vaak samen, waarbij eventuele kinderen al het huis uit zijn. Ze hebben het rijk alleen en werken vaak ook niet meer. Na een lange dienstperiode in middelbare functies zijn ze nu met (pre)pensioen. Ze zijn nog regelmatig actief als vrijwilliger in bijvoorbeeld de kerk, het wijkcentrum of als mantelzorger. Ook hebben ze vaak een opa- of omadag. Ze hebben het niet bijzonder breed, maar omdat hun huis vaak al is afbetaald, kunnen ze toch leuke dingen doen!

Gezellige Emptynesters wonen in een rijtjeshuis of twee-onder-een-kapwoning in kleinere dorpen en steden. Ze wandelen, fietsen, tuinieren en gaan regelmatig op reis. Ze komen in winkels voor brillen en hoortoestellen en kleding kopen ze bij gevestigde modezaken, echt alleen in de winkel.

"We hebben nu volop tijd voor onszelf; we werken veel in de tuin, gaan naar een gezellige beurs of fietsen door het land."

H Landelijke Vrijheid

De meeste mensen van Landelijke Vrijheid zijn tussen de 45 en 80 jaar. Een deel is alleenstaand, anderen wonen samen. Eventuele kinderen zijn er in alle leeftijden. De opleidingsachtergrond verschilt sterk. De mensen van deze groep die werken doen dat in de landbouw, bosbouw of als schilder of hovenier. Een groot deel heeft een bedrijf aan huis.

Landelijke Vrijheid heeft veelal een vooroorlogse, vrijstaande koopwoning met veel grond eromheen, in plaatsen in de landelijke provincies. Ze houden van natuur en dieren. Boodschappen halen ze wekelijks bij de dichtstbijzijnde supermarkt. Af en toe gaan ze naar een winkelcentrum in de buurt om kleding te kopen, maar ze bestellen ook online of maken de kleding zelf. In de vakantie trekken ze erop uit met hun kampeerwagen, vaak naar de bergen.

"We zijn blij met dit vrij leven, de kinderen groeien in alle rust op. We zouden niet aan de drukte van de stad kunnen wennen."



Gezellige Emptynesters

Landelijke vrijheid



I Plannen en Rennen

Deze stellen (gemiddeld 30 tot 55 jaar) met kinderen in alle leeftijden hebben een druk leven. Ze zijn veelal tweeverdieners, hebben meestal minimaal een hbo- of universitair diploma behaald en zijn een mooie carrière aan het maken. Met het oog op de kinderen werkt één van beiden vaak deeltijd. Het inkomen is dan ook ruim bovenmodaal.

De mensen van Plannen en Rennen vertoeven vooral in een relatief nieuwe, gekochte rijtjeswoning, twee-onder-een-kapper of vrijstaande woning van gemiddeld net geen 4 ton. Ze kiezen daarbij voor een dorp of kleine stad, zodat alle voorzieningen wel in de buurt zijn. Ze sporten veel en doen leuke dingen met elkaar en vrienden. Kleding kopen ze vaak online, bij de grotere webwinkels.

"We hebben een volle agenda. We zijn gewend in de hoogste versnelling te leven met werk, kinderen, sporten en vrienden."

J Zorgeloos en Actief

Deze actieve genieters zijn veelal de 50 gepasseerd en wonen overwegend samen. Als er kinderen zijn, dan wonen die inmiddels op zichzelf. De kostwinner is goed opgeleid, minimaal hbo- of universitair niveau. Sommige mensen van Zorgeloos en Actief werken nog, vaak in het hoger management. Een flink deel is al met (pre)pensioen of rentenierend. Ze doen vaak nog vrijwilligerswerk.

De Zorgeloos Actieven wonen vaak in een ruime koopwoning, met een bovengemiddelde waarde, in kleinere dorpen of grote steden. Ze sporten graag en maken regelmatig culturele reizen met het vliegtuig. Shoppen doen ze alleen in echte winkels in het hogere segment. Voor de dagelijkse, biologische boodschappen gaan ze naar de plaatselijke verswinkel.

"We hebben lang uitgekeken naar dit moment: de kinderen de deur uit en de zaak verkocht. Nu hebben we tijd om te genieten."



Plannen en Rennen

Zorgeloos en Actief



K Luxe Leven

Luxe Leven heeft een gemiddelde leeftijd van 45 tot 75 jaar en bestaat vaak uit stellen. Als er kinderen zijn, dan zijn die vaak al iets ouder, minimaal 12 jaar. De kostwinner is hooggeschoold en heeft een hbo- of universitair diploma aan de muur hangen. De groep die nog werkt, is ondernemer of functioneert op het hoogste managementniveau. Een deel is met (pre) pensioen of rentenierend.

De happy few van Luxe Leven wonen in huizen waar anderen alleen van kunnen dromen. Het gaat om prachtige historische panden en luxe moderne woningen, veelal vrijstaand. Ze gaan graag naar klassieke concerten of naar musea en gaan op wintersport of maken verre reizen. Ze shoppen in de betere winkelstraten of kopen hun merkkleding online.

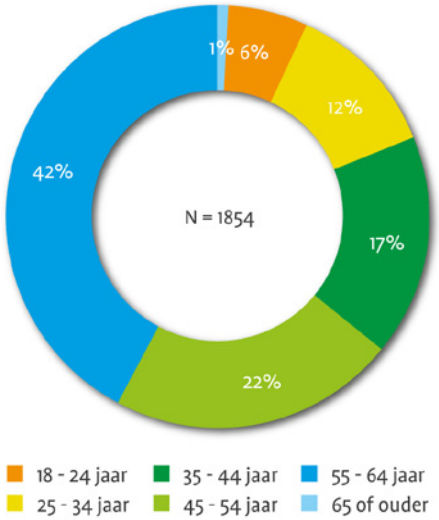
"We hebben het bijzonder goed samen in onze prachtige villa, met zwembad in de tuin,daarvan zijn we ons zeer bewust.

Luxe Leven



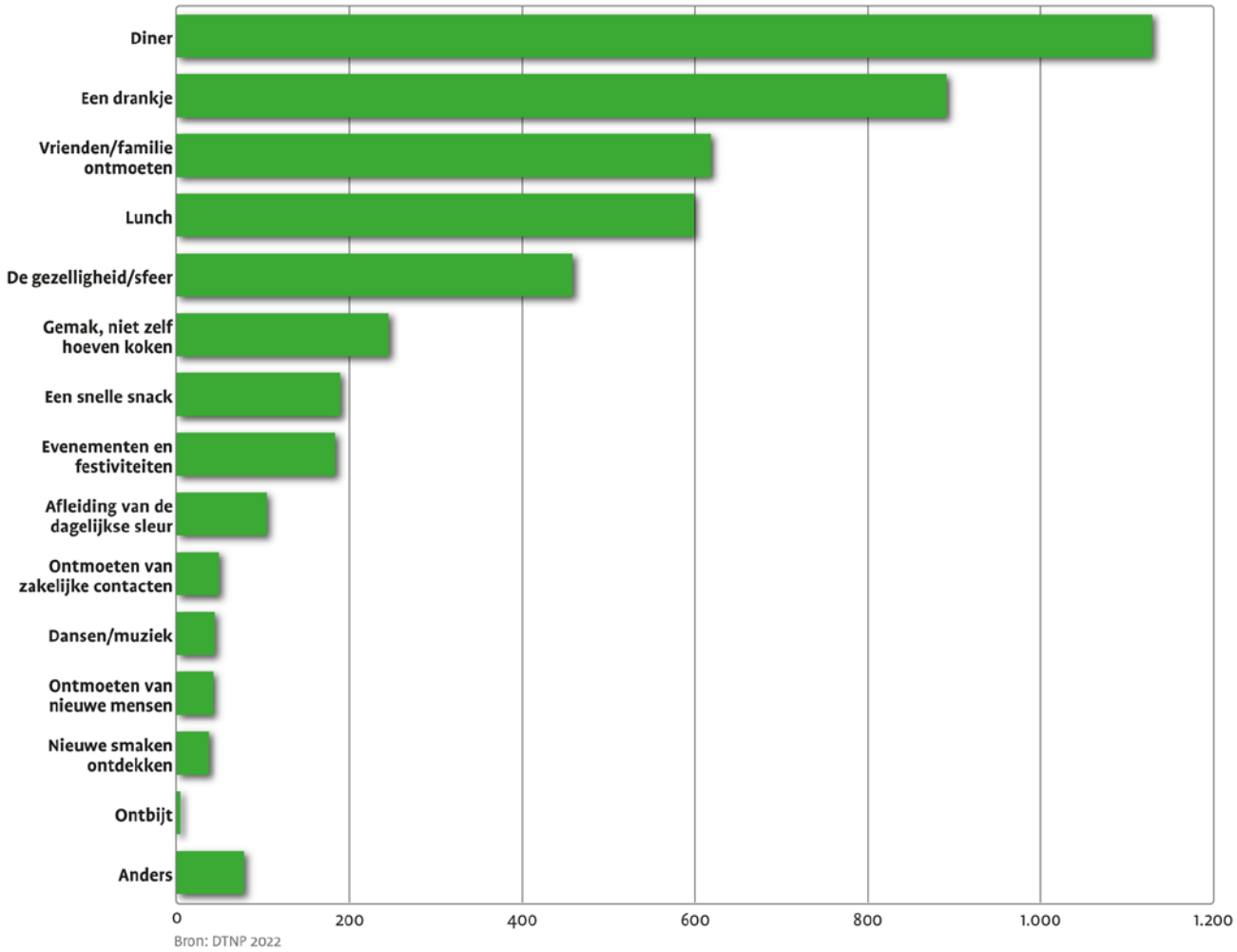
Bijlage 5 Enquête stadspanel Assen

In mei 2022 is het stadspanel van de gemeente Assen ingeschakeld om middels een digitale enquête hun mening op te halen over de horeca in de gemeente. De vragenlijst werd 1.854 keer ingevuld. De oudere bevolking is oververtegenwoordigd in het inwonerpanel, waardoor de resultaten niet volledig representatief zijn. Op de komende pagina's volgen de resultaten.



Bron: DTNP

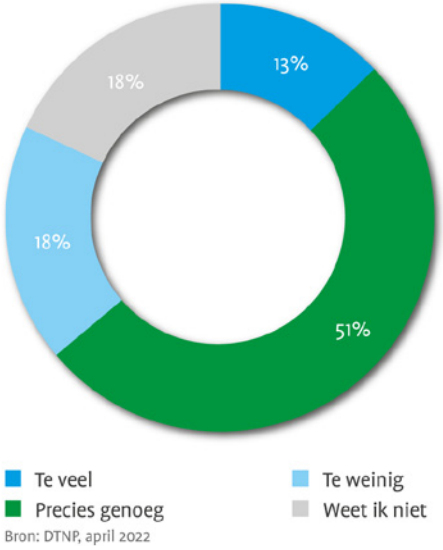
Wat is je leeftijd?



Bron: DTNP 2022

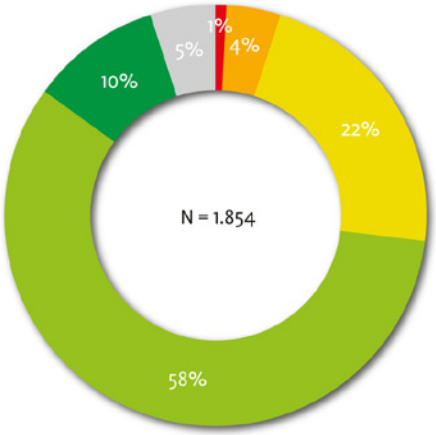
Wat is voor jou de belangrijkste reden om de horeca te bezoeken?

Wat vind je van het aantal horecazaken in de gemeente Assen?

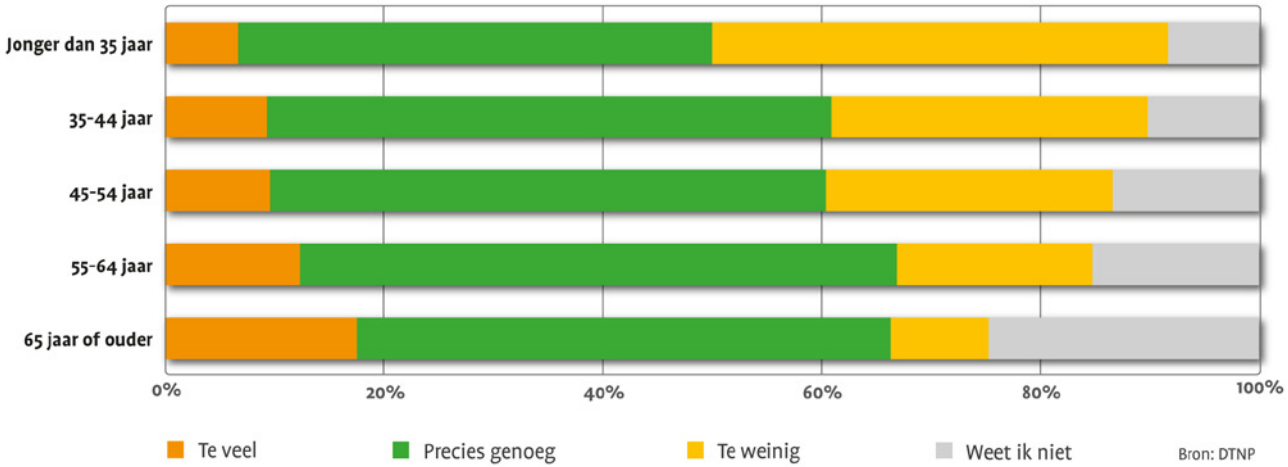


Bron: DTNP, april 2022

Hoe tevreden ben je over de kwaliteit van de horeca in Assen?



Bron: DTNP 2022

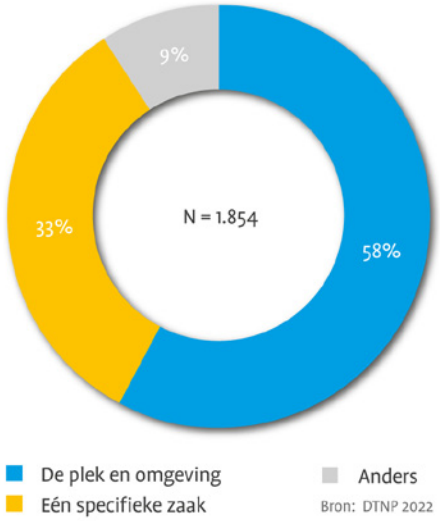


Bron: DTNP

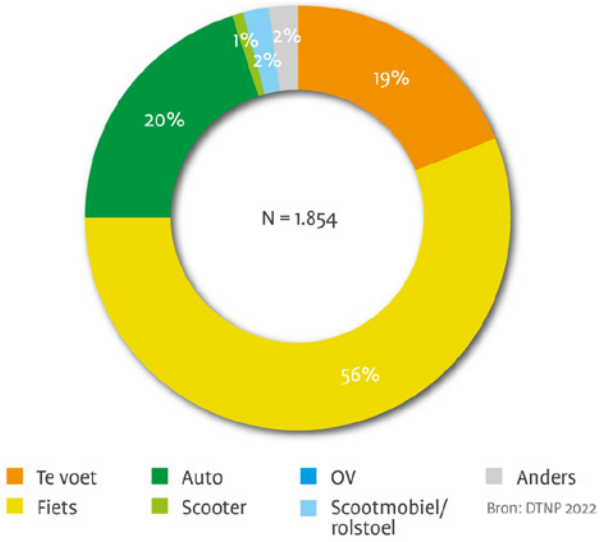
Beoordeling aantal horecagelegenheden naar leeftijd



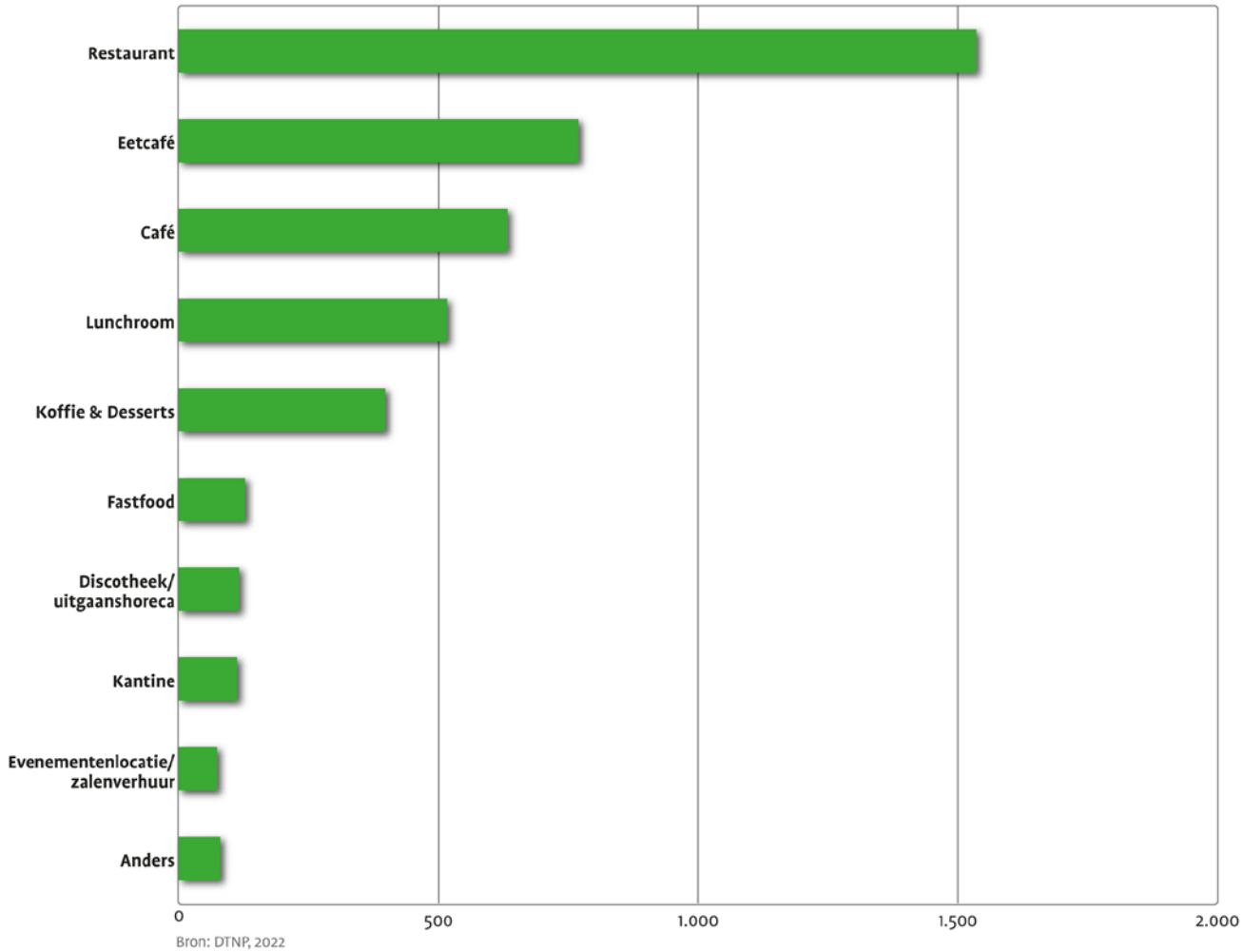
Waar ligt de horeca binnen de gemeente waar je het liefst komt?



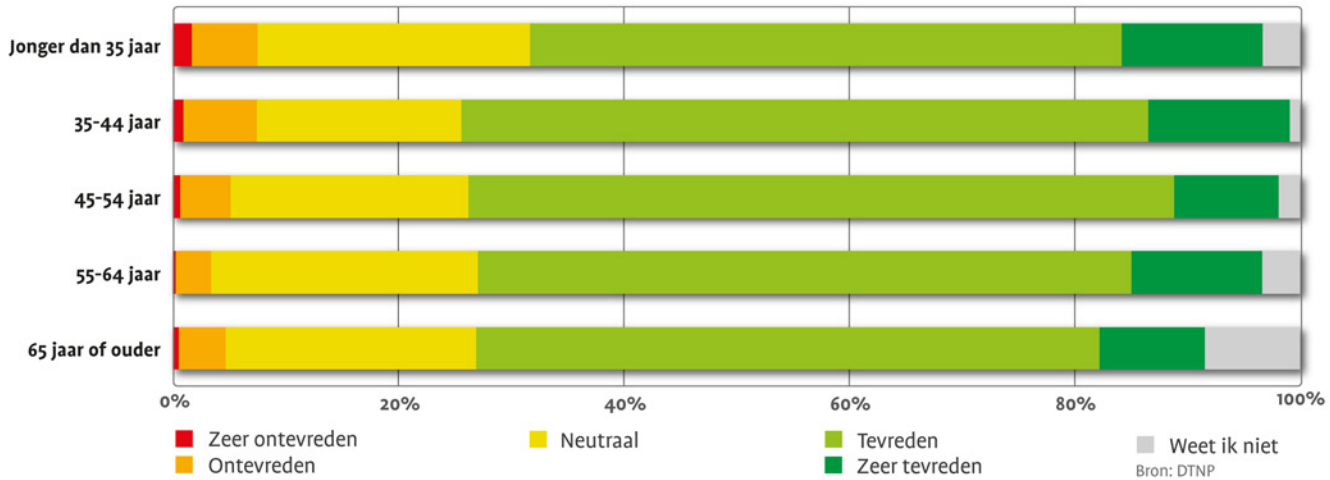
Ga je naar deze horeca vanwege de plek of juist vanwege één horecazaak?



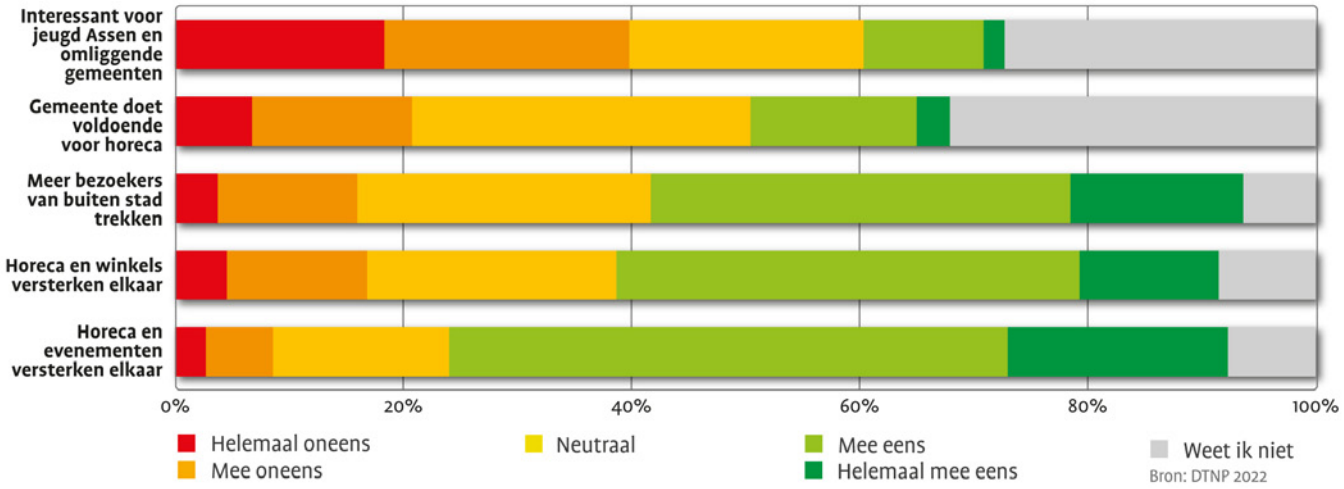
Hoe kom je meestal naar de horeca op deze plek?



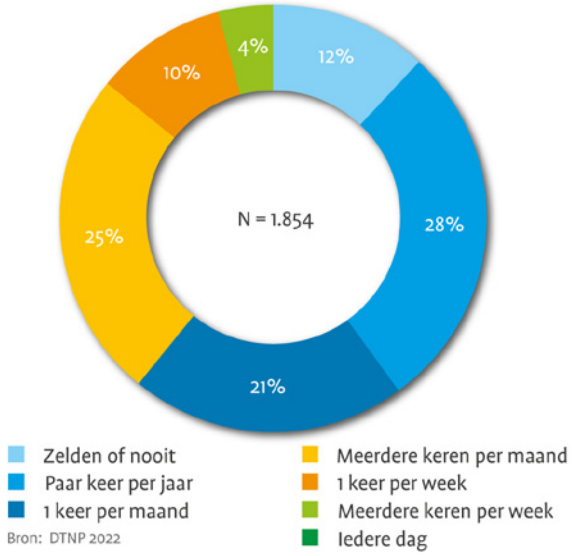
In wat voor soort horeca kom je het liefst?



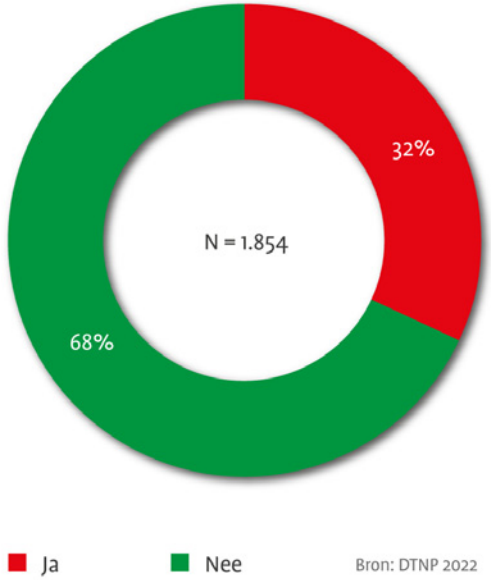
Hoe tevreden ben je over de kwaliteit van het horeca-aanbod in Assen? Verdelig naar leeftijdsgroep.



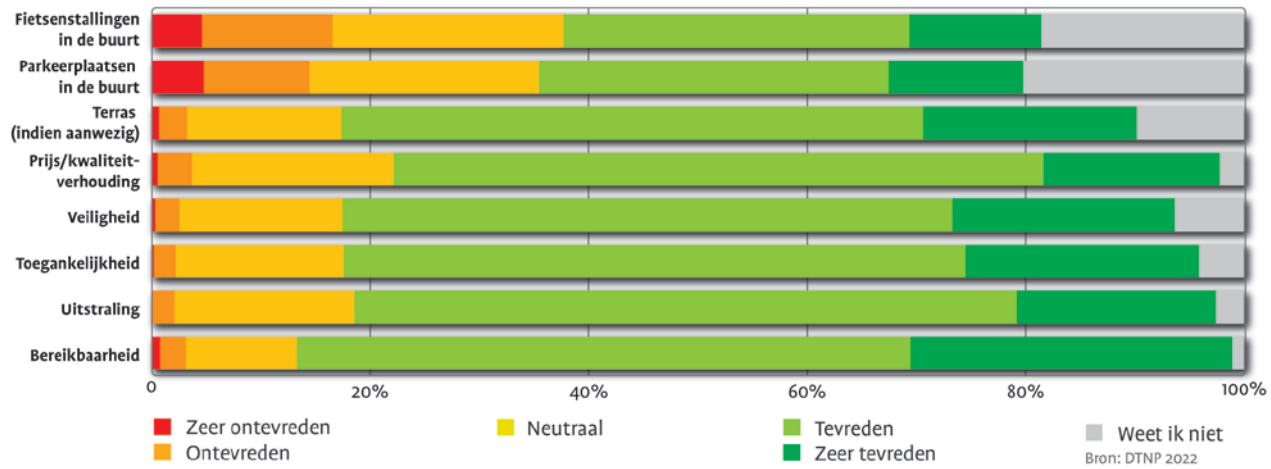
Afsluitende stellingen



Hoe vaak kom je bij de horeca in Assen?



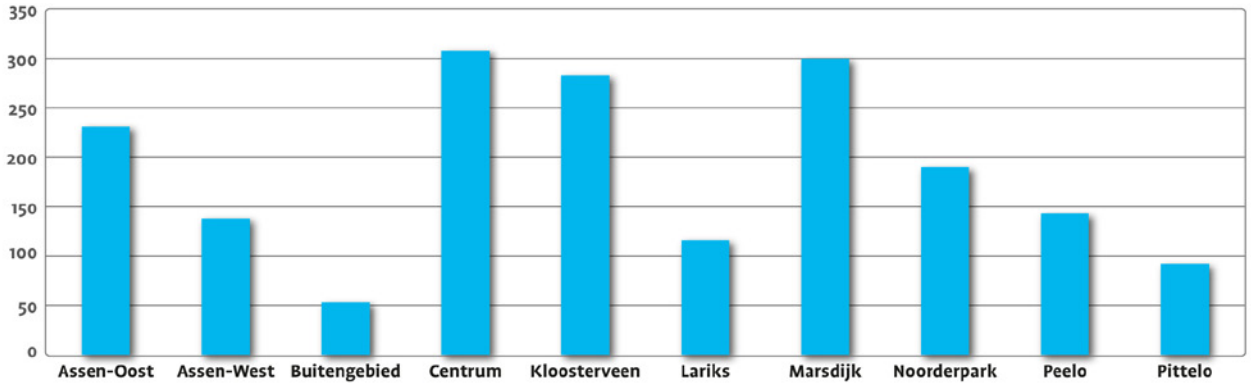
Mis je een bepaalde soort horeca in de gemeente Assen?



Hoe tevreden ben je over de horeca op deze plek (de binnenstad)?

Welk horeca-aanbod mis je in de gemeente Assen?





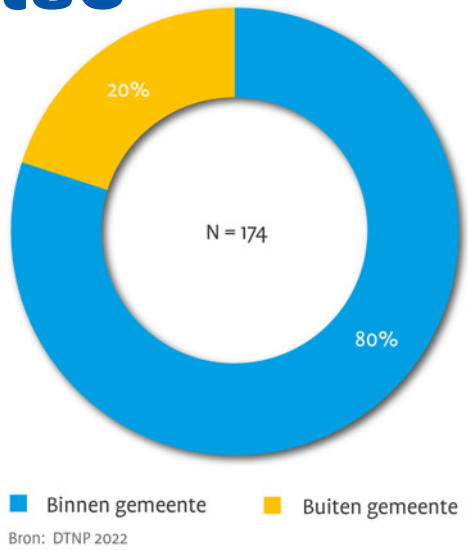
In welke wijk woon je?



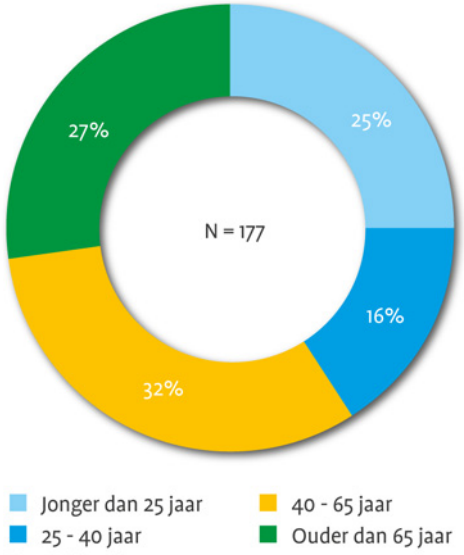
Welke wensen heb je voor terrassen?

Bijlage 6 Enquête bezoekers binnenstad

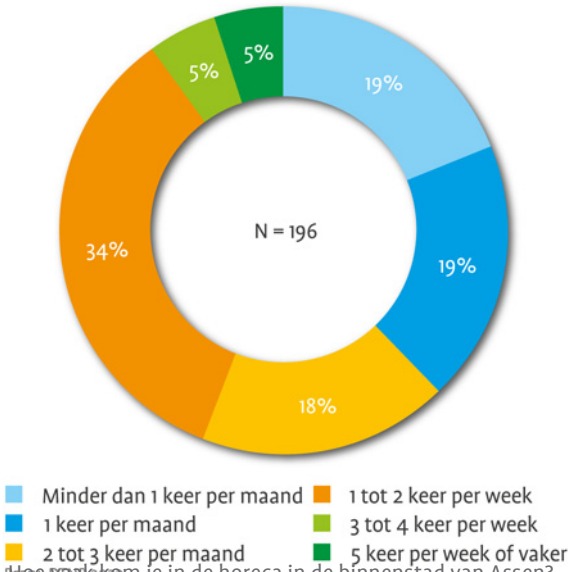
Op zaterdag 7 mei en donderdag 12 mei 2022 is een enquête gehouden in de binnenstad van Assen onder bezoekers van de binnenstad. Verdeeld over deze twee dagen is bij 202 respondenten de vragenlijst afgenomen, met een representatieve verdeling naar leeftijd en geslacht. Op de komende pagina's volgen de resultaten.



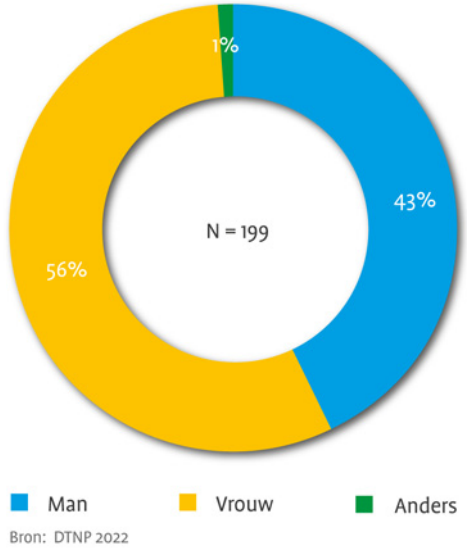
Wat zijn de vier cijfers van je postcode?



Wat is je leeftijd?



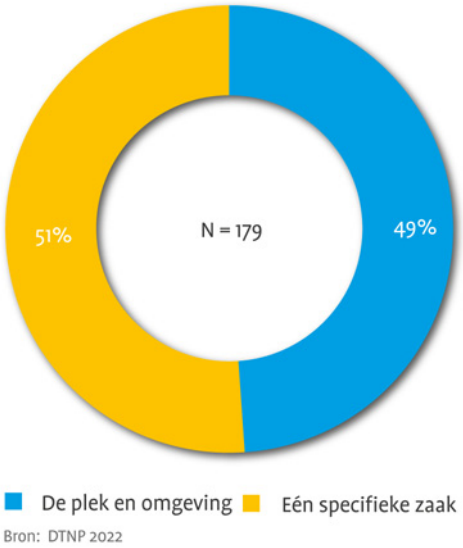
Hoe vaak kom je in de horeca in de binnenstad van Assen?



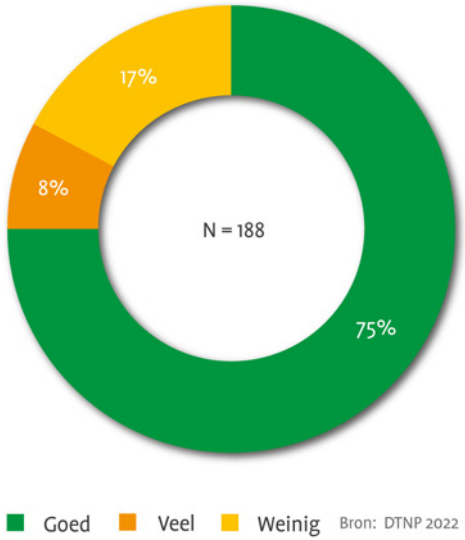
Wat is je geslacht?

Wat vind je van de kwaliteit van de horeca in de binnenstad van Assen?

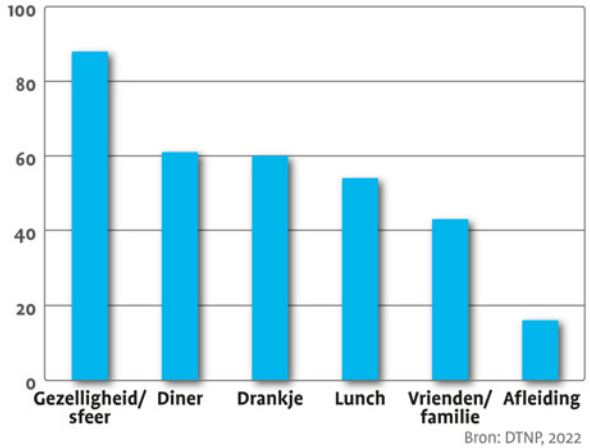
Resultaat: Gemiddeld 4,1 op 5.



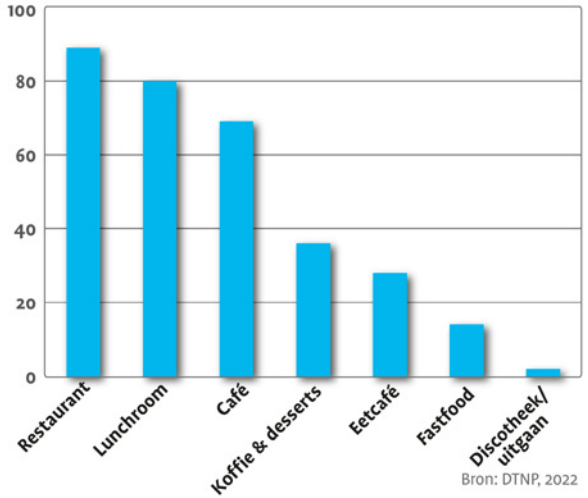
Bezoek je je meest bezochte horecagebied vanwege de plek en de omgeving of vanwege één specifieke horecazaak?



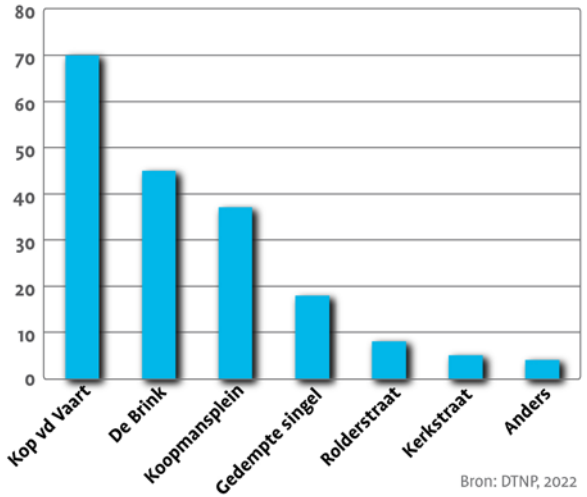
Wat vind je van het aantal horecazaken in de binnenstad?



Wat zijn voor jou de belangrijkste drie redenen om de horeca in de binnenstad te bezoeken?

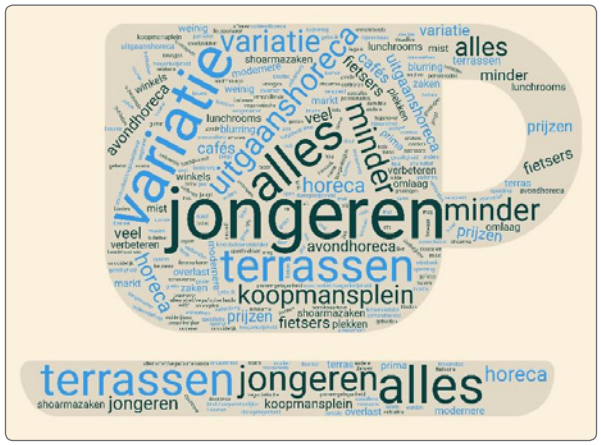


In wat voor soort horecagelegenheid kom je het vaakst in de binnenstad?



Bron: DTNP, 2022

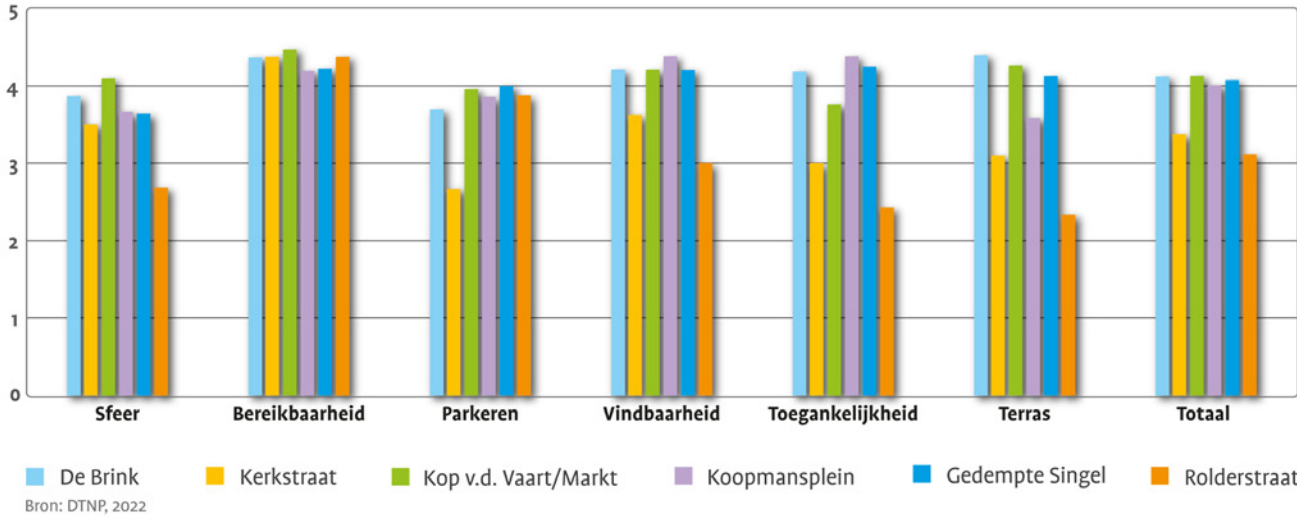
Welk horecagebied in de binnenstad bezoek je het vaakst?



Wat zou je graag anders zien bij de horeca in de binnenstad van Assen?



Mis je nog een bepaald type horeca in de binnenstad van Assen?

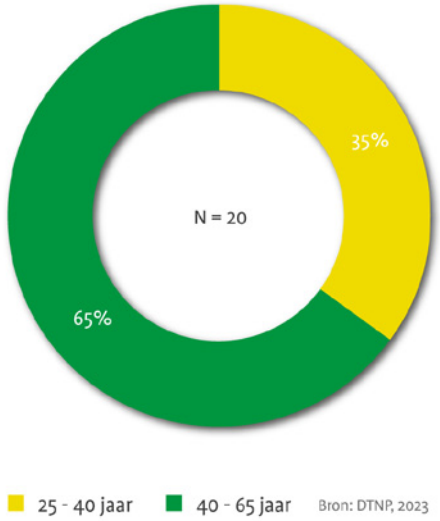


Bron: DTNP, 2022

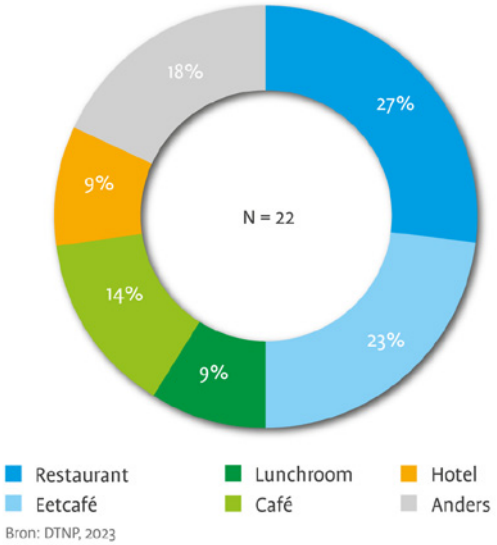
Hoe beoordeel je het horecagebied dat je het vaakst bezoekt op de volgende aspecten?

Bijlage 7 Ondernemersenquête

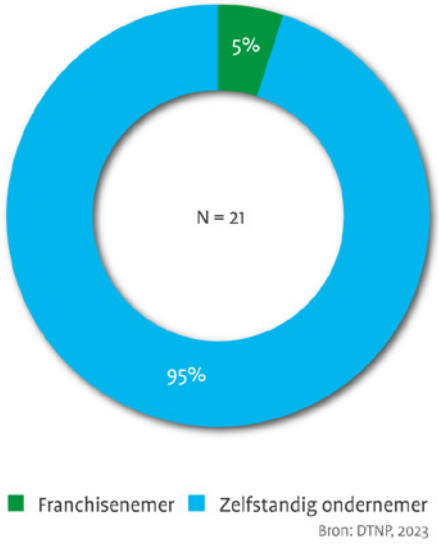
In december 2022/januari 2023 is een digitale enquête uitgezet onder alle horeca-ondernemers uit de gemeente Assen. Dit betrof een update van de ondernemersenquête die eerder in mei 2022 is uitgezet. Zo is opnieuw een actueel inzicht verkregen in het functioneren van de Asser horeca in economisch woelige tijden. De vragenlijst is door ruim 20 ondernemers ingevuld, onvoldoende voor een representatief beeld van alle horeca-ondernemers. De resultaten worden echter wel breed herkend door de horecasector in Assen. Op de komende pagina's volgen de uitkomsten van deze hernieuwde enquête.



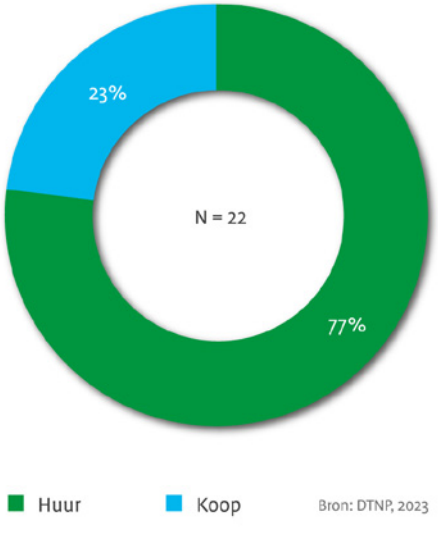
Leeftijd



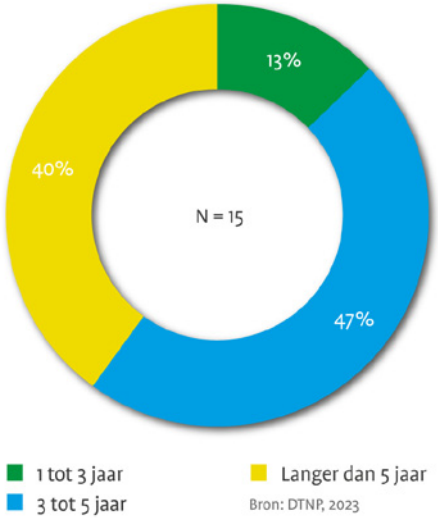
Soort horecabedrijf



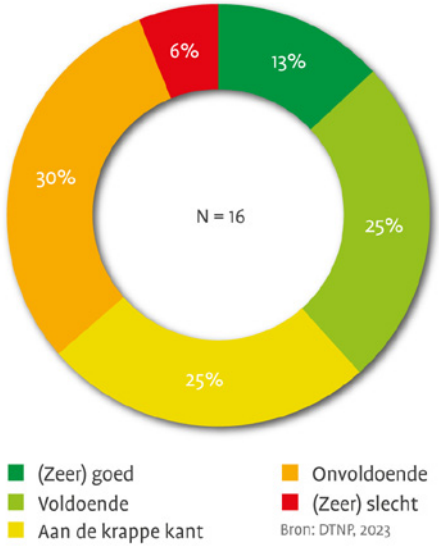
Bedrijfsvorm



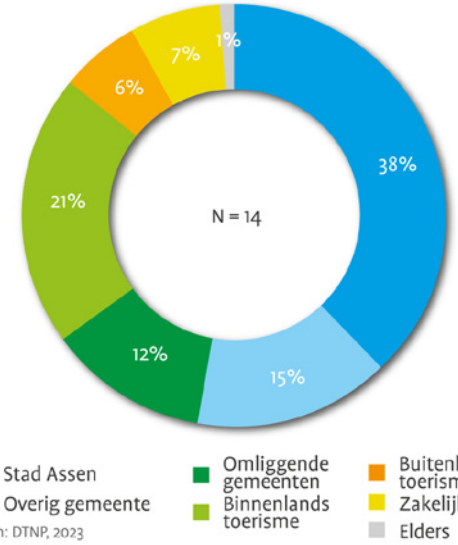
Eigendomssituatie



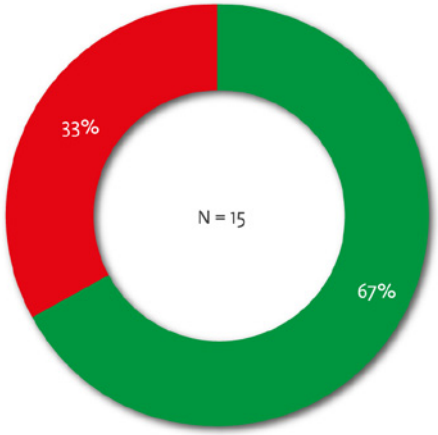
Looptijd huurcontract



Hoe beoordeel je het huidige rendement van jouw onderneming (verhouding omzet t.o.v. kosten)?

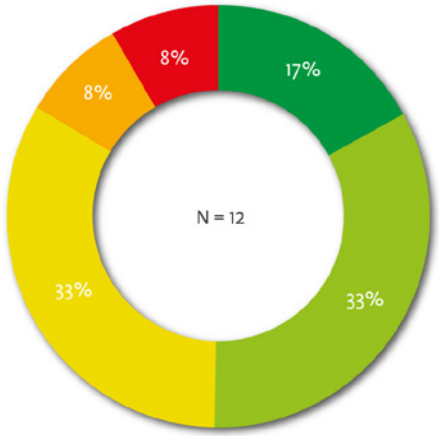


Kun je inschatten waar jouw omzet op dit moment vandaag komt?

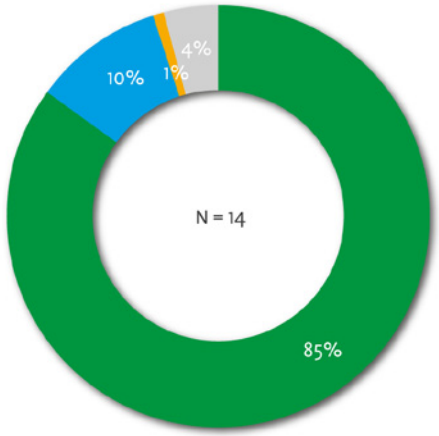


Gemiddelde huurverhoging: 8,75% (N = 9)

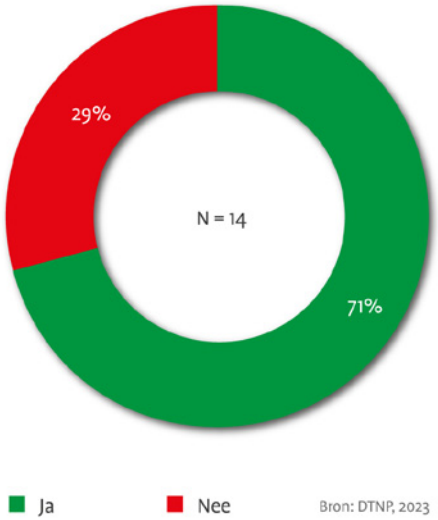
Heeft jouw onderneming het afgelopen jaar te maken gehad met een huurverhoging?



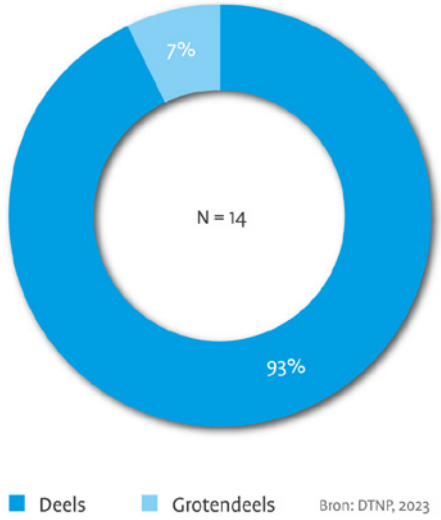
Hoe verwacht je dat het rendement van jouw onderneming de komende vijf jaar zal zijn?



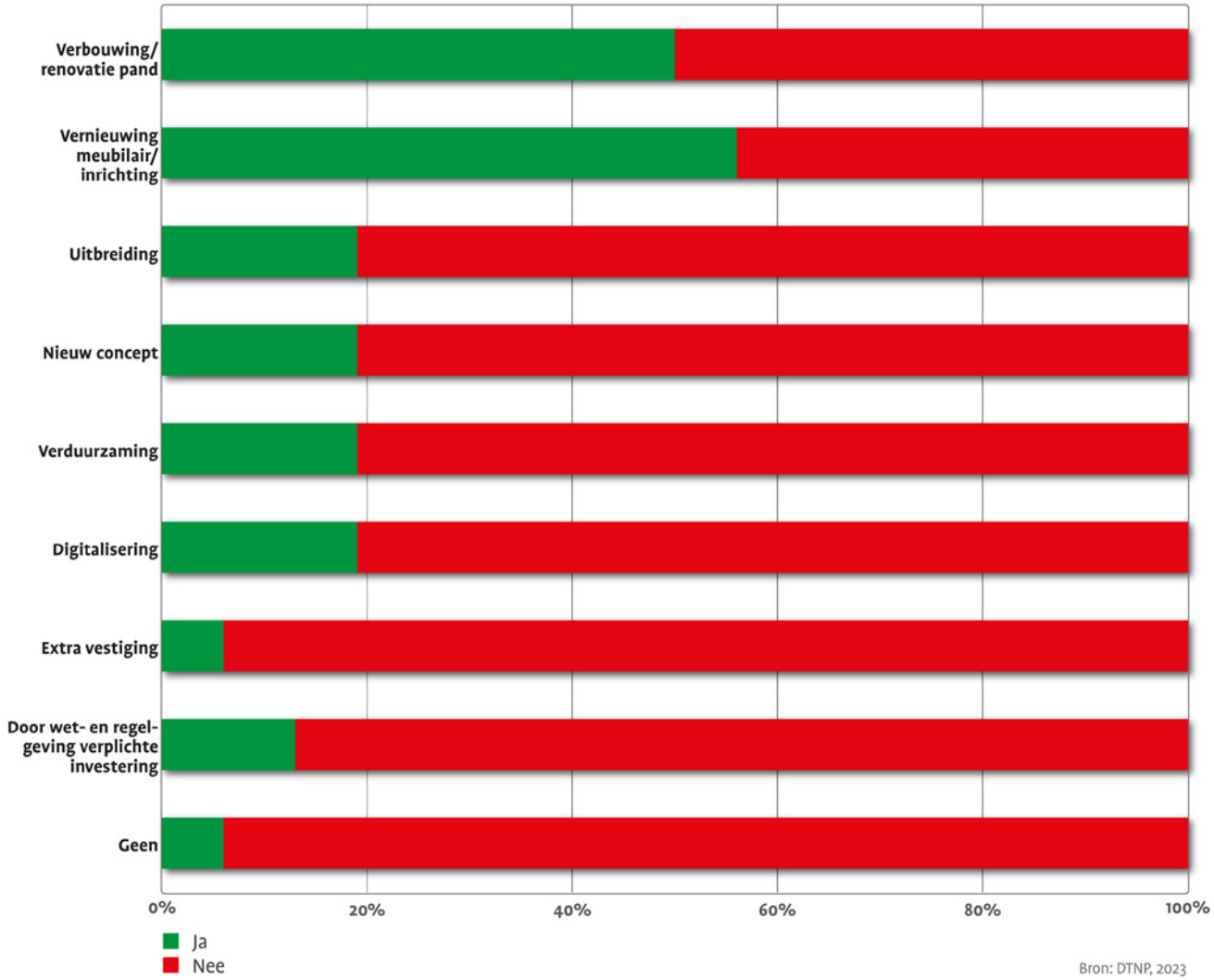
Kun je inschatten waar jouw omzet op dit moment vandaag komt?



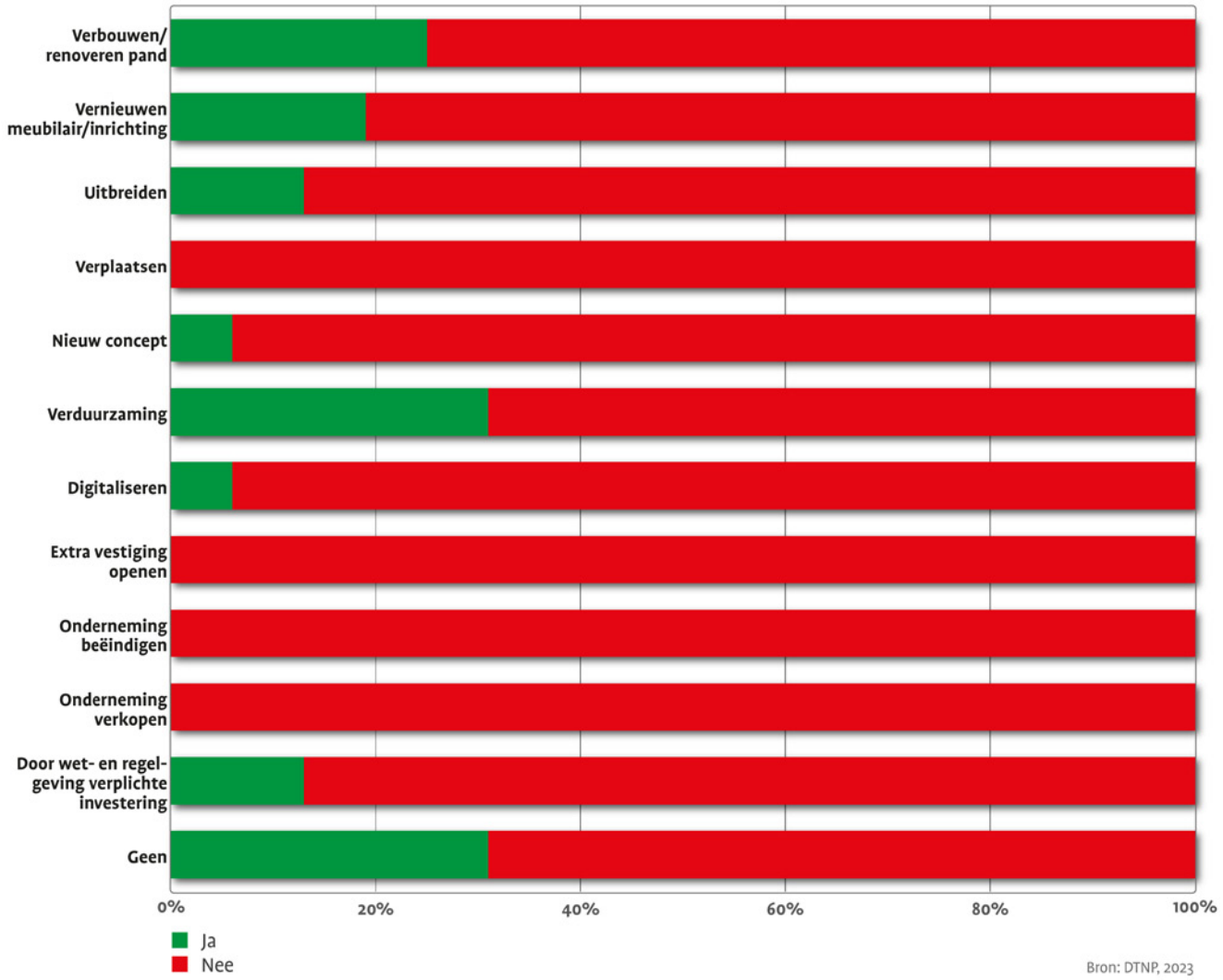
Heeft jouw onderneming op dit moment een vast energiecontract?



In hoeverre bereken je de stijgende kosten door in de prijs voor jouw bezoekers?

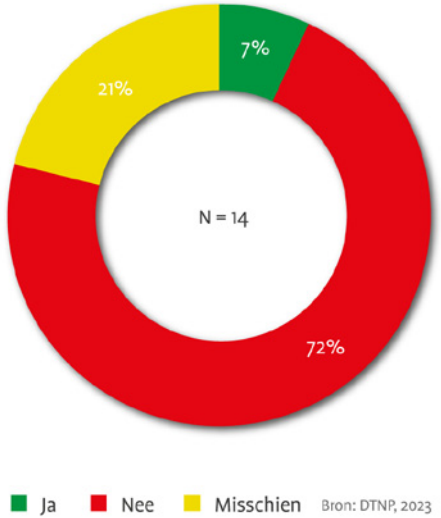


Wat is de laatste grote investering die je hebt gedaan in je bedrijf?



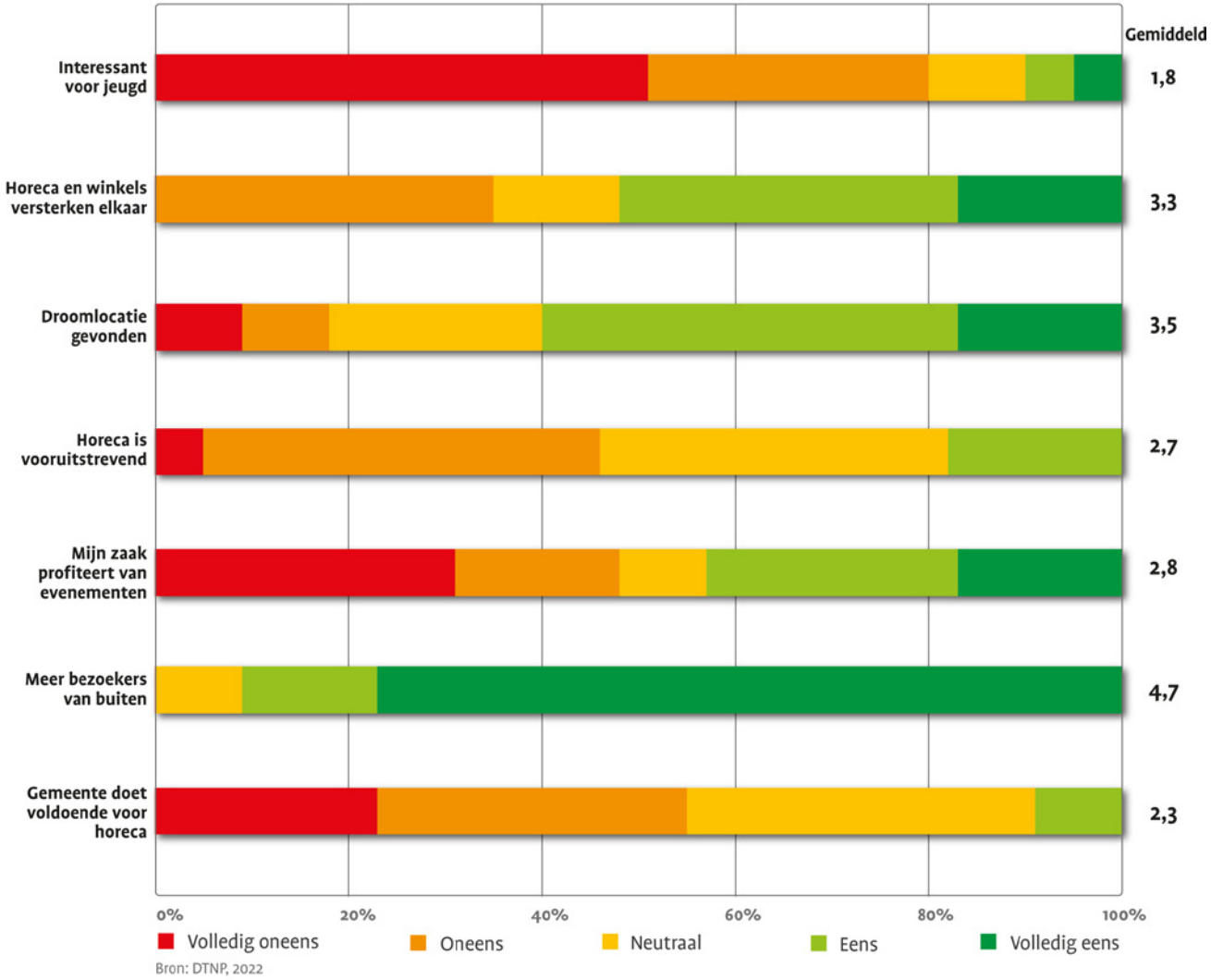
Bron: DTNP, 2023

Heb je de komende drie jaar plannen/ambities voor jouw onderneming?



Bron: DTNP, 2023

Heb je al een opvolger klaar staan indien je zou stoppen met je bedrijf?



Bron: DTNP, 2022

Afsluitende stellingen

Gemeente Assen

dtnp



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

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

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