

## Horecabeleidsnota 2016-2019

### Inhoudsopgave

Voorwoord

0. Samenvatting en leeswijzer
1. Aanleiding
2. Naar een nieuw horecabeleid
3. Uitgangspunten en doelstellingen
4. Resultaten evaluatie 2012
5. Agenda uit de evaluatie
6. Ontwikkelingen en trends
7. Horecabeleid 2016 en verder
8. Horeca en bewoners
9. Organisatie gemeente
10. Relevante aspecten
11. Bijlagen

## **Horecabeleidsnota 2016-2019**

### **Kwaliteit, Gastvrijheid en Vernieuwing**

#### **Voorwoord**

Het nieuwe horecabeleid van de gemeente Maastricht heeft voor de komende vier jaar als motto kwaliteit, gastvrijheid en vernieuwing. Voor dit motto is gekozen omdat steeds meer mensen erop uit trekken en steden als Maastricht bezoeken. Kwaliteit in het aanbod vormt een belangrijk deel van de keuze voor een bezoek aan Maastricht. Die kwaliteit moet ook doorklinken in de manier van ontvangst van de bezoeker. De mate van gastvrijheid staat daarbij centraal. Vernieuwing moet tot uitdrukking komen in een meer gedifferentieerd horecalandschap in Maastricht door de start van andere nog niet in Maastricht voorkomende horecaconcepten, die iets toevoegen aan de stad.

Vergeleken met het beleid uit de vorige periode wordt er in dit horecabeleid meer ruimte geboden voor maatwerk. Maatwerk bij nieuwvestiging van concepten met toegevoegde waarde voor Maastricht, maar ook bij vervanging en /of uitbreiding. Daarbij speelt het karakter van de buurt een belangrijke rol bij de beoordeling van de mate waarin een initiatief in een buurt past. Wel willen we bij vernieuwende concepten vaker de grens opzoeken, als dat in het belang van de stad is. De omwonenden krijgen daarin een belangrijke rol, samen met zowel de aanvragende ondernemer als zijn collega's.

Ik wens u en de stad Maastricht veel succes bij de realisatie van het in deze nota verwoord beleid.

Jack Gerats,

Wethouder WMO, Welzijn, Buurten, Burgerparticipatie en Vergunningen.

## Horecabeleidsnota 2016-2019

### Kwaliteit, Gastvrijheid en Vernieuwing

#### *0. Samenvatting*

Na de horecanota van 2008 en de evaluatie van die nota in 2012 heeft Maastricht met de voor u liggende nota haar horecabeleid weer up to date gebracht. Deze horecanota 2016-2019 bevat naast voortgezet bestaand beleid ook onderstaand weergegeven nieuwe elementen.

#### *Meer maatwerk*

De mogelijkheid om nieuwe concepten te introduceren, die iets toevoegen aan de stad wordt ruimer. Aan de relatie met de plaats van vestiging wordt meer aandacht gegeven, in die zin dat de horecagelegenheid moet passen in de buurt, waar zij zich wil vestigen. Daartoe is aangesloten bij de buurttypering van de Visie op de Binnenstad. Bewoners worden daarbij actief betrokken. Dit speelt vooral in de buurten rond het centrum maar binnen de singels.

In de Boschstraat, de Platielstraat, Vrijthof Noord en de Markt zal terughoudend enige ruimte worden geboden aan vernieuwende horeca-initiatieven, die passen in het desbetreffende gebied (via een toets). Het publiek zoekt steeds meer een omgeving, waar diversiteit in functies bestaat. Horecaondernemers volgen die ontwikkeling, willen ook in die omgeving zitten en zoeken in die straten naar vestigingslocaties. Afweging blijft geboden, onder meer gerelateerd aan de impact van het initiatief op de omgeving. De besluitvorming verloopt via het college van Burgemeester en wethouders.

#### *Versnelling*

Ontwikkelingen gaan heel snel. Daarom heeft deze nota ook ruimere mogelijkheden voor maatwerk. Concepten worden daarbij op hun meerwaarde voor de stad beoordeeld in relatie tot hun omgeving.

Met behulp van het principe “Eerst willen dan kunnen” wordt een versnelling in de afhandeling van een aanvraag beoogd. Bedoeld wordt dat eerst wordt bepaald of een initiatief gewild is op basis van het belang voor de stad en of het concept iets toevoegt aan het horecalandschap. Als dat antwoord ja is, wordt in stap 2 gekeken hoe en onder welke voorwaarden realisatie mogelijk is. Omdat je weet wat je wilt, is de verwachting dat procedures sneller verlopen. Daarnaast heeft een ondernemer snel duidelijkheid over de kansen van zijn initiatief.

#### *Kansen voor winkelgebonden horeca*

In de winkelzone worden kansen voor (winkelgebonden) horeca gecreëerd, op de verdieping uitsluitend samen met detailhandel. Daarvoor is een getoetste ontheffing noodzakelijk. Hierdoor wordt beperkt tegemoet gekomen aan de in winkelzones gewenste beleving.

#### *Experimenteergebieden*

De nota voorziet in het benoemen van experimenteergebieden om nieuwe concepten uit te proberen, in combinatie met (culturele) evenementen, waardoor meer en andere

doelgroepen naar de stad worden getrokken. Hier zal een relatie worden gelegd met het komende evenementenbeleid.

*Voortzetting bestaand beleid*

Voor de woongebieden, de periferie en de industriegebieden blijft het terughoudende beleid van kracht. Het college van Burgemeester en Wethouders kan hiervan in uitzonderlijke gevallen afwijken.

*Leeswijzer*

Deze nota is als volgt opgebouwd.

In de eerste hoofdstukken wordt ingegaan op de aanleiding voor deze nota en de doelstellingen, die er mee worden beoogd.

In de hoofdstukken vier en vijf vindt u de resultaten van de evaluatie van de horecanota 2008 die eind 2012 het licht zag en de agendapunten voor deze nota die daaruit zijn gedestilleerd.

Hoofdstuk zes schetst de ontwikkelingen en trends.

In hoofdstuk zeven volgt dan een overzicht van het voorgestelde beleid tot en met 2018.

Hoofdstuk acht handelt over de bewoners in relatie tot horeca.

De nota wordt afgesloten met de hoofdstukken negen en tien, waarin de gemeentelijke organisatie aan de orde komt en nog wordt ingegaan op relevante reacties uit de stad.

## 1. Aanleiding

De horecanota 2008 is geëvalueerd in 2012. Deze evaluatie heeft geleid tot een aantal conclusies en aanbevelingen, die onderstaand zijn samengevat.

Citaat uit de evaluatienota 2012:

“Hoofddlijn was dat de huidige Horecanota een goed instrument is gebleken voor het beleidsveld horeca. Zo is de positie van de Maastrichtse horeca, zowel in regionaal als nationaal opzicht, in de afgelopen jaren onveranderd hoog gebleven. Daarnaast is de overlast van de horeca (met min of meer hetzelfde horeca-aanbod) flink gedaald.

Ondanks dat de Horecanota op onderdelen haar waarde heeft bewezen, heeft ze niet geleid tot veel nieuwe (kwalitatief sterke) horeca-initiatieven in de stad. Er zijn wel enkele vernieuwingen mogelijk geworden door het horecabeleid, zoals onder meer winkelondersteunende horeca, maar dit heeft geen ‘boost’ aan de horecakwaliteit in Maastricht gegeven. Er is dan ook nog ruimte voor optimalisatie.”

Een aantal vooral operationele zaken is al uitgevoerd zoals de gewenste verbetering van het terrassenbeleid of is geformaliseerd zoals, meer in lijn met wensen van de (nachtzaak)ondernemers, enige wijzigingen in de sluitingstijden.

Daarnaast speelt de wens tot actualisering van de nota. Er zijn nieuwe ontwikkelingen in winkelondersteunende horeca en op het gebied van detailhandel in horecagelegenheden. Daarnaast wordt de concurrentie uit het ons omringende buitenland meer en meer voelbaar. Daarop moeten antwoorden worden gegeven. Kwaliteit staat daarbij centraal.

## 2. Naar een nieuwe beleidsnota

Als gezegd is het horecabeleid in 2012 uitgebreid geëvalueerd. Daaruit is gebleken dat het beleid op hoofdlijnen heeft gewerkt. Toch bevat deze horecanota vernieuwende beleidsonderdelen. Dat is logisch omdat er meer en meer vernieuwende initiatieven worden ingediend, die een aanwinst voor de stad betekenen, maar op basis van het vigerend beleid moeten worden geweigerd. Centraal staat het motto Kwaliteit, Gastvrijheid en Vernieuwing, dat voortgekomen is uit de evaluatie van de Horecanota 2008-2012 uit 2013. Toen bleek dat het proces van de visie op de Binnenstad te vroeg kwam voor deze nieuwe horecanota, is gekozen voor een kleine gemeentelijke projectgroep. Daarbij is overleg gevoerd met meerdere verenigingen en belanghebbenden, zoals Koninklijke Horeca Nederland, afdeling Maastricht Heuvelland, klankbordgroep Horeca, diverse horecaondernemers, de Vereniging van Eigenaren Binnenstad Maastricht, ondernemers uit Wijck, Jekerkwartier, de Markt en het Vrijthof, bewonersverenigingen als Vrienden van de Binnenstad, Vrijthof Binnenste Buiten en individuele bewoners. Ook zijn beleidsaccenten besproken bij gelegenheid van de stadsbrede voorlichtingsbijeenkomst voor de horecaondernemers in november 2014.

Het hotelbeleid is bijgevoegd bij deze nota. Het beleid voor dat onderdeel is in een aparte nota beschreven, die inmiddels door de gemeenteraad is vastgesteld in februari 2015. Het terrassenbeleid is begin 2015 vastgesteld en eveneens als bijlage bijgevoegd. Daarmee is tegemoetgekomen aan breed gedragen wens deze drie nota's samen te voegen.

De horecanota is daarmee de gewenste paraplunota geworden voor de gehele sector. Daarmee is nog geen sprake van een integrale nota. Daarvoor zouden de onderliggende nota's ineen gevlochten moeten worden, maar dat is nog toekomstmuziek. Het evenementenbeleid wordt binnen enkele maanden vastgesteld, maar maakt nog geen onderdeel uit van deze nota.

### 3. *Uitgangspunten en doelstellingen*

Als vervolg op de nota economische speerpunten uit 2005 is in 2012 een nieuwe economische visie 2020 opgesteld, getiteld Made in Maastricht. In deze visie worden de economische piketpalen voor de toekomst geslagen. Maastricht ambieert een duurzame, internationaal georiënteerde kenniseconomie, waarin voor burgers voldoende banen op alle niveaus bereikbaar zijn. De gemeente creëert in haar rol van verbinder en aanjager daarvoor de goede randvoorwaarden, zorgt voor een goed vestigingsklimaat en legt verbindingen tussen cultuurstad, kennisstad en internationale ontmoetingsstad, samen met onze partners in Zuid-Limburg en de (Eu)regio. Made in Maastricht wordt daarbij ingezet als kwaliteitslabel en als identiteit. We zijn ons ervan bewust hoe belangrijk het is om ondernemers optimaal te faciliteren en te ondersteunen.

Deze visie markeert een overgang naar een tijdperk waarin flexibiliteit, ondernemersgerichtheid, proactiviteit en trots op het ondernemerschap centraal staan. Daarbij is gekozen voor drie prioriteiten van de economische visie Made in Maastricht, waar kansen liggen, namelijk op het gebied van kennis en innovatie, het versterken van de relatie tussen economie en cultuur via het bevorderen van de creatieve industrie en het versterken van Maastricht als ontmoetingsstad.

Service en gastvrijheid zit in het DNA van Maastricht en passen bij Maastricht als ontmoetingsstad. Maastricht is nationaal een topwinkelstad en wil in de top-3 van Nederlandse winkelsteden blijven. Daarom zal worden gestreefd naar het faciliteren van nieuwe functies en combinaties van functies in de binnenstad. Daarnaast wil de stad meer en langer verblijf in Maastricht stimuleren en ontmoetingsmogelijkheden voor jongeren, studenten en internationals initiëren.

Maastricht wil meer verblijvende bezoekers trekken om op die manier een duurzame basis te creëren voor het fors uitgebreide aantal vierkante meters winkelvloeroppervlakte in het centrum, de culturele activiteiten in de stad en de aanwezige horecavoorzieningen. Daarmee wordt aangesloten bij de ambities neergelegd in de economische visie. Het voorzieningenniveau van de horeca moet op die ambities worden afgestemd, en natuurlijk ook op de behoefte van de eigen Maastrichtse bevolking en haar directe omgeving.

Het horecabeleid zal hiermee rekening dienen te houden. Daarom zal het horecabeleid op onderdelen flexibeler moeten worden om beter te kunnen inspelen op de vraag van de klant en van de ondernemer. Dit mag echter niet ten koste gaan van het welbevinden van bewoners. Het woonklimaat in delen van de stad staat volgens sommigen onder druk door de vele activiteiten die in Maastricht worden georganiseerd. Ook de groei van het aantal terrassen in de afgelopen jaren draagt bij aan dit beeld van onrust en gevoelde overlast. Het is de uitdaging in dit voorliggend horecabeleid om de balans tussen ruimte voor een

kwalitatief hoogstaande horeca en anderzijds een aantrekkelijke bezoekersstad en leefbare woonstad te bewaren.

Dat kunnen we niet alleen. Die balans zal telkens moeten worden gezocht in samenwerking en overleg tussen ondernemers, bewoners en gemeente.

Samengevat moet het nieuwe horecabeleid er toe bijdragen dat:

- nieuwe ontwikkelingen een kans krijgen, vooral ontwikkelingen die passen bij het imago van de stad die Maastricht wil zijn en die bijdragen aan een hogere kwaliteit van de horeca;
- er een spannender aanbod voor jongeren en studenten komt;
- het horeca-aanbod gedifferentieerd is en kwantitatief en kwalitatief mede voorziet in de behoefte van de doelgroepen uit de economische visie.
- er zoveel mogelijk werkgelegenheid behouden blijft in de horeca;
- er geen ongeoorloofde hinder door horeca-inrichtingen ontstaat en een goede balans gecreëerd wordt tussen horeca en leefmilieu, o.a. door informatieverstrekking, overleg, bemiddeling en, als sluitstuk, een goede handhaving;

Dat betekent overigens niet dat er persé meer horecazaken bij moeten komen. In het voorbije decennium is het aantal vestigingen in Maastricht gegroeid naar ca 500.

Binnen deze horeca heeft zich de afgelopen jaren een stevige verschuiving voorgedaan. Het aantal cafés is de afgelopen jaren meer dan gehalveerd. Veel cafés zijn omgevormd in eetcafé of restaurant, als het ware van drinken naar eten.

Voorts is een trend ontstaan om thuis te koken, voor vrienden en familie of zelfs voor andere belangstellenden (Air D&D). Het lijkt logisch te veronderstellen, dat deze ontwikkelingen invloed hebben op de horeca. De vele kookprogramma's, thuishapjes, bier- en wijnproefavonden, kookclubs etc. waren er zo'n 10 jaar geleden nog niet. Hoe groot die invloed is valt niet te zeggen. De in deze periode toegenomen welvaart heeft in ieder geval tot meer restaurantbezoek geleid.

De horecaondernemers staan daarom voor een grote uitdaging om de branche aantrekkelijk te houden voor de bezoekers. Dit beleid moet die uitdaging ondersteunen en faciliteren.

#### 4. Resultaten evaluatie 2012 in kort bestek

In de evaluatie van de horecanota van 2008 die eind 2012 het licht zag, zijn de beleidsmatige doelstellingen uit de horecanota getoetst. Daarnaast is ook samen met het veld gekeken naar de dagelijkse praktijk.

##### *Toetsing beleidsdoelstellingen*

##### a. Voorkomen ongeoorloofde hinder en balans tussen horeca en leefmilieu

Met behulp van maatregelen als controles en sancties, registratie van overlast en samenwerking met politie is het aantal klachten ten opzichte van 2010 gehalveerd. Gezien het grote aanbod mag worden gesteld dat de horeca in Maastricht nauwelijks ongeoorloofde hinder veroorzaakt en dat er een goede balans is tussen horeca en het leefmilieu. Voor een beperkt aantal probleemcafés blijft handhaving prioriteit hebben. Als zo'n probleemcafé de problemen aan zichzelf heeft te wijten, zou verplaatsing of verandering van concept een te overwegen optie zijn, als handhaving geen soelaas meer biedt. Overigens is, door de groei van het aantal terrassen en het nationale rookbeleid, waardoor bezoekers meer tijd buiten doorbrengen, toename van enige overlast buiten de inrichtingen niet uit te sluiten. Zie ook paragraaf 8 Bewoners en horeca.

##### b. Positie van Maastricht in de regio behouden en versterken

Met behulp van indicatoren als ondermeer culinaire diversiteit en kwaliteit, aantal hotels, restaurants en cafés per 10.000 inwoners is de positie van Maastricht in beeld gebracht. Daaruit is gebleken, dat de positie van de Maastrichtse horeca in het algemeen is geconsolideerd en soms zelfs versterkt. Landelijk blijft de horeca in deze stad tot de top behoren. Ten opzichte van gemeenten in de Randstad is op het gebied van culinaire diversiteit de positie van de Maastrichtse horeca wat teruggelopen. De grotere multiculturaliteit in die regio lijkt daarvoor een reden. Het restaurantniveau in Maastricht is nog altijd hoog, zij het dat de top wat is afgevlakt, getuige het dalend aantal Michelinsterren in de stad en de regio.

##### c. Toename werkgelegenheid

Deze doelstelling is niet gehaald. Ondanks inspanningen als het aanbieden van arbeidsmarkttrajecten is de reële werkgelegenheid zelfs gedaald, tegen de landelijke ontwikkeling in, ook door de kleinschaligheid van nieuwe ondernemingen. De economische crisis en demografische factoren spelen daarbij een rol.

##### d. Nieuwe ontwikkelingen bevorderen

Met het nieuwe horecabeleid wilde Maastricht nieuwe ontwikkelingen een kans bieden. Een voorbeeld daarvan is het toestaan van winkelgebonden horeca, wat een aantal nieuwe, kwalitatief hoogwaardige initiatieven heeft opgeleverd. Toch zijn dit soort initiatieven beperkt gebleven in de geëvalueerde periode. Als oorzaak wordt onder meer gewezen op de relatief strenge vestigingseisen, vooral buiten het horecaconcentratiegebied. Daarnaast hanteren pandeigenaren als brouwerijen veelal graag vertrouwde concepten, om hun omzet te vergroten. Toch is ook de bestaande horeca niet altijd geneigd tot vernieuwing. Men is traditioneel en houdt vaak vast aan de bekende concepten. Het is zaak die bestaande ondernemers te mobiliseren en uit te dagen met nieuwe concepten te komen. Er is elan genoeg in de stad.



e. Een gedifferentieerd aanbod naar doelgroep

Het horeca-aanbod in Maastricht is relatief uniform en voorziet zowel kwantitatief als kwalitatief niet (geheel) aan de behoeftes van bepaalde doelgroepen die zijn genoemd in de Stadsvisie 2030. Hoewel de vraag groeiend is, heeft de markt hier (nog) niet op ingespeeld. De economische crisis zou daar een reden voor kunnen zijn. De in het horecabeleid opgenomen instrumenten om deze doelstelling te bereiken (o.a. gebiedsdifferentiatie) hebben uiteindelijk niet (geheel) het gewenste resultaat gehad.

*De praktijk geëvalueerd*

Deze signalen zijn benoemd in de evaluatie van 2012 en zijn alle inmiddels opgepakt.

a. Terrassen en terrasvergunningen

Uit de evaluatie kwam vanuit de ondernemers de vraag naar voren naar minder regels en meer mogelijkheden als verlenging van het terrasseizoen, toepassing van duurzame verwarming en gedifferentieerde precarioheffing. Onder meer bewoners vonden de grenzen van de terrasmogelijkheden wel bereikt.

Het op 6 maart 2015 vastgestelde terrassenbeleid geeft antwoorden op deze dilemma's en vragen. (zie bijlage).

b. De sluitingstijden

In overleg met de nachtzaakondernemers en de politie zijn de sluitingstijden in de praktijk aangepast gericht op de wensen van de ondernemers om langer open te blijven en overlast zoveel mogelijk te beperken (zie verderop in deze nota).

c. De gebiedsindeling

Ruimte voor meer of andere horeca zou per deelgebied moeten kunnen worden afgewogen. Nu is de bestaande indeling nogal star. In de bijlagen treft u een schematisch overzicht aan van de mogelijkheden en kansen die er ruimtelijk aan de horeca kunnen worden geboden. Past een initiatief daar niet in, maar is dat wel een verrijking voor de stad, dan kan het maken van een uitzondering mogelijk zijn of wordt naar een andere locatie uitgeweken.

d. De relatie met de gemeente

Deze wordt als redelijk positief ervaren, ook door de inzet van een casemanager Horeca. Regelmatig overleg wordt op prijs gesteld. De administratieve last, bijvoorbeeld de aanvraagprocedures voor vergunningen, werd in 2012 als te ingewikkeld, te tijdrovend en te duur beoordeeld.

Daarom is inmiddels gestart met het project digitaal ondernemersdossier, dat veel heeft verbeterd. Ook de organisatorische verbeteringen via de zogenaamde leanaanpak heeft voor een versnelling in de af te geven vergunningen zorg gedragen. Het Digitaal Ondernemersdossier heeft nog niet de werking die men ermee heeft beoogd, er doet een beperkt aantal ondernemers mee. Er moeten teveel stappen worden doorlopen, waardoor ondernemers zelf snel afhaken. Bovendien is het systeem niet eenvoudig genoeg. Daarom blijven ondernemers van mening dat de communicatie vanuit de gemeente aan snelheid en duidelijkheid kan winnen. Ook de bewoners hebben hun zorgen hierover. Voor bewoners is het lastig om op de hoogte te raken van actuele evenementen in hun buurt. Bijvoorbeeld een te ontwikkelen app zou op dit punt kunnen helpen.

e. Geluid

Volgens ondernemers moet de gemeenten vaker meer en harder geluid toestaan. De bewoners vinden dat het wel wat stiller en rustiger mag.

f. Overig

Hieronder werden genoemd het toch wel uniforme aanbod in Maastricht, vooral voor jongeren en studenten, die van mening zijn dat het horecavoorzieningsniveau niet goed

aansluit bij hun belevingswens.

Inmiddels is door de openstelling van ondermeer de Muziekgieterij en het organiseren van meer festivals gericht op jongeren, het klimaat zeker verbeterd. Toch is er ruimte voor meer op doelgroepen gerichte vernieuwing binnen de horeca.

Op operationeel niveau gaf de evaluatie nog een aantal verder uit te werken punten aan, onder meer op het gebied van horecagerelateerde overlast in brede zin en vereenvoudiging van de BIBOB-procedure. Deze punten zijn inmiddels allemaal opgepakt.

In de bijlagen zal na vaststelling van het beleid een kort overzicht van de stand van zaken per beleidsonderdeel worden opgenomen, dat kan worden gebruikt als een handboek horecabeleid.

5. *Agenda uit de evaluatie*

Uit de evaluatie nota blijkt dat het horecabeleid in zijn algemeenheid als instrument goed heeft gewerkt. Beleidsmatig zijn de doelstellingen veelal gehaald, in de praktijk is veel verbeterd. Op drie thema's is een verbeteringslag wenselijk. Deze drie zijn onderstaand nog eens weergegeven met citaten van de belangrijkste constatering uit de evaluatie 2012. Daarnaast zijn reacties uit de stad van bewoners, ondernemers en belangengroepen gecollecteerd, waarop het beleid een antwoord moet formuleren.

a. Vernieuwing en maatwerk

Alle partijen zijn het erover eens dat het vestigingsbeleid en de gebiedszonering erop gericht moeten zijn echt nieuwe ontwikkelingen mogelijk te maken om zo variëteit in de horeca aan te kunnen brengen / te behouden in de stad.

b. Differentiatie aanbod

Er is behoefte aan meer diversiteit, aansluitend bij de behoeften van alle partijen. Zo zal bijvoorbeeld bezien moeten worden of het mogelijk is om het horeca-aanbod specifiek voor doelgroepen van beleid (o.a. jongeren, studenten, senioren) te stimuleren om ervoor te zorgen dat deze groepen zich in Maastricht thuis blijven voelen en niet meer in de stad uit eten gaan, maar naar andere steden gaan om hun vertier te zoeken.

c. Kwalitatieve impuls

Kwaliteit moet de norm blijven. Bezien moet worden in hoeverre het mogelijk is om de kwaliteit van zowel de bestaande als eventuele nieuwe horeca te vergroten. Moet er bijvoorbeeld gericht en actief naar bedrijven worden gezocht die zich als hoogwaardige concepten in de stad kunnen vestigen? Kan er ruimte worden geschapen voor vernieuwing van bestaande horeca en zijn de zittende ondernemers daartoe in staat?

d. Geluiden uit de diverse gevoerde overleggen

- Winkeltijden
- Evenementen
- Aandacht voor paracommercie
- Nachtzaken
- Jeugd en alcohol
- Toegankelijkheid voor mindervaliden
- Duurzaamheid

Deze onderwerpen zullen in het nieuwe horecabeleid worden meegenomen, voor zover voor dit beleid relevant.

## 6. *Ontwikkelingen en trends*

Ook in de horeca staat de ontwikkeling niet stil. De bruine kroeg als synoniem voor het café heeft het moeilijk. Naast een drankje bieden steeds meer cafés nu ook eten aan, waardoor de positie van het café-restaurant en het restaurant als pure eetgelegenheid onder druk komt te staan. Nieuwe concepten als loungegelegenheden, brasseries, foodcourts en totale all you can eat- belevingen vechten vaker om dezelfde gast, die in de periode 2008 tot 2013 als gevolg van de economische crisis toch al minder uit eten is gegaan, blijkens signalen van ondernemers. Ook hier is beleving het toverwoord. Pop-up restaurants duiken vaker op, tot ongenoegen van de zittende ondernemers, die wel het gehele jaar door de vaste lasten betalen.

Nieuwe doelgroepen worden in Maastricht niet echt bereikt. Bijvoorbeeld jongeren vinden in Maastricht maar moeilijk de gelegenheid die bij hen past. Dat geldt ook voor de congres- of beursbezoeker, die later op de avond is aangewezen op een café.

Door KHN gesignaleerde trends in de horeca zijn in Maastricht nog niet altijd geland. KHN onderscheidt de volgende zes trends vanuit de klant/gast.

### *Trend 1: Puur*

De gast gaat steeds bewuster om met wat hij eet en drinkt. Er is een toenemende vraag naar eerlijke en pure ingrediënten, met respect voor de afkomst, de bijproducten en het afval dat hiermee geproduceerd wordt. Hoge kwaliteit en ambachtelijkheid worden zeer gewaardeerd. Duurzaamheid is een steeds belangrijker onderwerp voor gasten. Consumptie mag niet nadelig zijn voor de maatschappij en dient waar mogelijk maatschappelijk verantwoord zijn. De gast wil een goed gevoel overhouden aan horecabezoek. We zien een groeiende aandacht voor authenticiteit, oorsprong en eenvoud.

### *Trend 2: Persoonlijk*

Gasten willen hun geld niet meer aan “een instantie” geven, maar verwachten ‘iemand’ met persoonlijkheid en karakter. Ze verkiezen het verhaal boven het product. Producten en diensten worden niet langer alleen als functioneel gezien; een gast wil er een waardevolle herinnering aan overhouden. Dit vraagt innovatie en vernieuwing van horecaondernemers, om gasten te blijven verrassen. Onderscheidend is hier het sleutelwoord: de gast zoekt een unieke ervaring en wil hiervoor betalen. We zien een groeiend belang van onderscheidend vermogen voor bedrijven.

### *Trend 3: Peer-2-Peer*

Consumenten keren zich af van instanties zoals banken, grootbedrijven, leveranciers en de overheid. Men doet het liever samen of zelf. Er vindt een omslag plaats richting de economie van de participatiemaatschappij, waarin consumenten meer zelf produceren en ruilen en delen met elkaar. De tijd van massaconsumptie is definitief voorbij. Goederen zijn toegankelijk voor iedereen in plaats van in eigendom en ook investeren vindt steeds vaker

plaats via crowdfunding

#### *Trend 4. Hyperactieve levensstijl*

Tijdens de dag schakelen mensen meerdere keren om van activiteit. Werken, leren, ondernemen en vrije tijd wisselen elkaar af en lopen door elkaar heen. Deze diverse momenten vinden vaak plaats in de horeca waar de gast met telefoon, tablet of laptop 24/7 iedereen kan bereiken en alles kan bestellen en kopen. Gasten willen niet meer wachten, ze verwachten dat zij in hun mobiliteit gefaciliteerd worden. De gast is altijd bezig, altijd mobiel en altijd onderweg. We zien dit sterker terugkomen in de nieuwe generaties die met nieuwe technologieën zijn opgegroeid. We zien dat in consumentengedrag een grotere rol is weggelegd voor sociaal, lokaal en mobiel.

#### *Trend 5. Samenwerken – los van tijd en plaats*

Auto's, treinen en stations worden werk-, woon- en winkelplekken nu de gast steeds mobieler wordt en meer tijd 'onderweg' besteedt. De scheidslijn tussen de online- en de offlinewereld verdwijnt: een gast gaat een website net zo belangrijk en relevant vinden als de locatie zelf. Met de verkleining van de detailhandel wordt horeca de plaats waar consumentenmerken hun merk kunnen laden. We zien een groeiend belang van samenwerken in plaats van concurreren. Ook tussen ondernemers.

#### *Trend 6. Gezondheid*

Consumenten vinden een gezonde levensstijl steeds belangrijker en zij vinden dat de horeca hier een belangrijke rol in speelt. Gasten hebben steeds minder tijd en meer stress en drukte. Zij hebben in toenemende mate behoefte aan ontstressen, relaxen, ontgiften. Gasten zijn op zoek naar balans, zingeving en inhoud. Technologie maakt het mogelijk om constant rekening te houden met gezondheid en ervoor te zorgen dat lichaam, omgeving, kinderen en zelfs planten gezond blijven. We zien gezondheid als belangrijke consumentendriver de komende jaren.

#### *Trends in de branche zelf*

De Rabobank signaleert in haar branche-informatie (Rabobank Cijfers en Trends, 30 april 2015) voor de horeca een aantal ontwikkelingen binnen de branche zelf. Genoemd worden:

- Schaalvergroting; toenemende verkoopoppervlakte en ketenvorming
- Ver gaande branchevervaging tussen horeca en retailconcepten
- Ontwikkeling van concepten, gericht op speciale doelgroepen of leeftijdsklassen
- Beleving wordt steeds belangrijker; toename van unieke concepten als themacafés in monumentale panden, benutten van industriële concepten voor horeca, het brouwen van eigen bier of organisatie van eigen festivals.

### *Kansen en bedreigingen*

De bank onderscheidt voor de sector als geheel onderstaande kansen en bedreigingen.

#### Kansen

- Toename eenpersoonshuishoudens en buitenhuisconsumptie
- Vergrijzing en opkomst van kapitaalkrachtige senioren
- Toenemende behoefte aan maximale beleving en unieke concepten
- “One size fits all” past niet meer, de consument zoekt een uniek voor hem gemaakt product, bier of wijncafé bijvoorbeeld.
- Inkooprijks kan dalen onder invloed van toenemende concurrentie tussen drankleveranciers.

#### Bedreigingen

- Kosten zijn fors gestegen, margebehoud moeilijk te realiseren
- Verkooprijks heeft kritische grens bereikt, waardoor consument afhaakt
- Traditionele cafés kennen een structureel dalende vraag
- Branchevervaging zorgt voor groeiende concurrentie.
- Festivals en evenementen zorgen daar ook voor
- Structurele mismatch tussen aanbod (te veel) en vraag.

### *Perspectief*

Moeizame marktomstandigheden blijven. Er wordt nog een kleine krimp verwacht, maar ook kan worden geprofiteerd van stijgende consumentenbestedingen. Daling van het aanbod leidt tot minder gespannen marktsituatie. De structurele kostenstijging lijkt te stagneren, maar de consument blijft kritisch ten aanzien van zijn uitgaven. Hij wil waar voor zijn geld en bewust genieten. Een uniek concept, goed gastheerschap, service en belevingswaarde zijn hierbij belangrijk.

Desalniettemin is de prognose voor de komende jaren negatief. Aanbod en vraag sluiten niet altijd meer op elkaar aan. Cafés bieden meestal een standaardproduct tegen een hoge prijs. Zo'n café zal langzaam uit het straatbeeld verdwijnen. De consument zal kiezen voor strandcafés, speciale biercafés, clubs met eigen festivals of sterk gethematiseerde cafés met bijvoorbeeld cabaretvoorstellingen of voor thuis eten en drinken, met vrienden of in de vorm van een eetclub.

### *Conclusie*

Er dienen zich een aantal conclusies aan op basis van deze trends. Het traditionele café staat als horecaonderdeel onder druk. Hun aantal zal afnemen. Het horecalandschap zal zich moeten aanpassen aan de sterk veranderende wensen van de consument. Unicité van concept, goed gastheerschap en service staan centraal bij de horecaondernemers van de toekomst. Alleen dan heeft de horeca in het algemeen kansen op een goede toekomst, en kan Maastricht zijn goede naam op het gebied van de horeca behouden en versterken.

## 7. *Het horecabeleid 2016 – 2019*

### 7.1. *Vernieuwing en Maatwerk*

In de horecanota 2008 is ten aanzien van de vestiging van horeca uitgegaan van een gebiedszonering in de stad op basis waarvan de mogelijkheden tot vestiging vooraf in beeld waren gebracht. De stad werd daartoe in zes gebieden onderverdeeld, te weten :

- de winkelzone,
- horecaconcentratiegebieden ,
- overig centrum binnen de singels ,
- woongebieden,
- de periferie en
- Industriegebieden en kantoorparken

Daarbij zijn de horecaconcentratiegebieden gelegen in deels de winkelzone en deels in overig centrum.

De in het bestaande beleid gehanteerde gebiedsindeling heeft veel goeds gebracht. De bestaande markt heeft een zekere bescherming genoten, waardoor er niet veel dezelfde soort bedrijven is bijgekomen. Dat die beschermende maatregelen nodig zijn geweest blijkt ook uit geluiden van ondernemers. Velen zeggen dat de horecasector misschien wel gezond oogt, maar dat over de volle breedte niet is. Het water staat veel ondernemers aan de lippen. Ongecensureerde toevoegingen van horecaconcepten worden daarom niet overwogen. Anderzijds kun je concluderen, dat de mogelijkheid om nieuwe concepten aan te trekken en daarvoor ruimte te bieden ook niet echt heeft gewerkt. Wat gaan we aan deze toch enigszins tegengestelde problemen doen?

Aanpassing van de gebiedsindeling in brede zin wordt niet overwogen. Gekozen wordt voor voortzetting van het restrictieve beleid. Dat wil zeggen dat er een terughoudend beleid wordt gevoerd, waarbij niet veel nieuwe horeca meer zal worden toegestaan op nieuwe locaties. Geconstateerd is namelijk, dat als een pand eenmaal een horecabestemming heeft gekregen, die bestemming er in de praktijk nooit meer af gaat. Dat leidt tot uitbreiding van het aantal horecavestigingsmogelijkheden en daarmee tot verdunning in de markt, waar er in principe al meer dan genoeg horeca is. Bezien wordt dan ook of een concept een horecavergunning kan krijgen die aan dat specifiek concept is gekoppeld. Stopt het concept, dan stopt tegelijkertijd de horecabestemming.

#### *Maatwerk en buurtkarakters*

Gaat de stad dan op slot voor nieuwe initiatieven? Dat is niet de bedoeling. Maatwerk moet centraal komen te staan. Daarbij wordt gekeken naar uniciteit van het initiatief, de plaats van vestiging en de omgeving, de buurt en het karakter van die buurt waar het initiatief gaat landen. Daarbij zal de buurttypering en -karakterisering van de Visie op de Binnenstad worden gebruikt, om op die manier te kunnen beoordelen of het mogelijk van kleur verschieten van locaties (bijv. van detailhandel naar meer horeca) in zo'n buurt moet kunnen of niet. Andere overwegingen betreffen de relatie tussen het initiatief en de (positie van) bewoners, die meestal alleen de mogelijke overlast op zich af zien komen en zich machteloos

voelen. Zij moeten een duidelijke rol spelen bij de beoordeling van nieuwe initiatieven. Daarmee wordt bereikt dat beide partijen door het college worden gehoord bij de besluitvorming. Zie ook bijlage 2.

Vooraf in het gebied “overig centrum” zal dat maatwerk worden gevraagd. Daarbij kan een nieuw initiatief strijdig zijn met de vigerende bestemming (het bestemmingsplan centrum). Als daarvan sprake is, moet die strijdigheid worden opgelost bij de feitelijke realisatie via afwijkingsbesluit van het college. Op voorhand aanpassen van het bestemmingsplan is niet aan de orde, want zou mogelijk te veel ruimte geven.

#### *7.1.1. De horecagebiedszonering*

De in de horecanota 2008 aangegeven zonering kent per zone verschillen in de vestigingsmogelijkheden. Per gebied wordt een overzicht geboden van de huidige situatie en de voorgestelde beperkte aanpassingen. De mogelijkheden zijn weergegeven in een tabel aan het einde van dit hoofdstuk. Daarin is snel te zien welke horeca op welke plek zou kunnen landen. Het ligt in de bedoeling dergelijke tabellen voor elke buurt binnen de categorie “overig centrum” te ontwikkelen en in overleg met de buurt (platforms) vast te stellen. De grenzen tussen de verschillende zoneringen zullen zo worden gekozen, dat aan beide zijden van een straat in principe dezelfde vestigingsmogelijkheden kunnen bestaan.

#### *7.1.2. De Winkelzone*

De aanwezige horeca is gericht op het winkelend publiek en draagt bij aan het multifunctionele karakter van de binnenstad. Nieuwe vestiging van horeca in dit gebied (m.u.v. “droge” horeca) wordt in het algemeen nu niet toegestaan, omdat omzetting van detailhandel naar een horecafunctie in strijd is met het gemeentelijk detailhandelsbeleid. De horeca moet zijn gericht op het winkelend publiek (aansluiten bij de openingstijden) en aanvullend zijn op het huidige aanbod. Het college van B&W kan in uitzonderingsgevallen in afwijking van het bovenstaande een horecafunctie aan een pand toekennen. In de winkelzone kan horeca onder voorwaarden worden toegestaan. Horeca-exploitatie mag in de winkelzone op de begane grond en in de kelders voor zover passend binnen de overige gerelateerde regelgeving. Op de andere verdiepingen van de horecapanden mogen ondergeschikte horeca-activiteiten plaatsvinden, zoals garderobe, toiletten, keuken, opslag of vergaderfaciliteiten. Deze activiteiten mogen niet leiden tot overlast voor de bewoners van belendende percelen. Uitzondering op deze regelgeving zijn bestaande horecagelegenheden met een al vóór dit beleid vergunde horeca-exploitatie op de verdieping. Een dergelijke vergunning is overdraagbaar.

In principe voldoet bovenstaand beleid in de winkelzone. Toch is meer flexibiliteit gewenst. Immers, ondernemers kiezen vaker voor een pand dan voor een gebied en willen in dat pand hun droom realiseren. Er komen dan ook meer aanvragen binnen voor concepten, die meer willen zijn dan een kopje koffie bij de aankoop van bijvoorbeeld kleding of meubels. Een afweging of een dergelijk concept iets toevoegt aan de stad Maastricht, moet kunnen worden gemaakt. Daarom wordt in die gevallen voorgesteld te komen tot maatwerk, gebaseerd op de in de Visie op de Binnenstad aangegeven vestigingscriteria met betrekking



tot de mogelijkheden in deze zone.

De in het bestemmingsplan geformuleerde randvoorwaarden zullen in eerste instantie niet worden aangepast om deze gewenste flexibiliteit mogelijk te maken. Gekozen wordt voor een afwijkingbesluit van het college op basis van beleid binnen de kaders van de vigerende bestemming.

Naast de winkelgebonden horeca zou in dit gebied meer ruimte moeten kunnen worden geboden aan horecaconcepten met verkoop van producten (zgn. blurring, zie verderop). Dit is nu wettelijk nog niet toegestaan.

#### 7.1.3. *Horecaconcentratiegebieden*

In horecaconcentratiegebieden voldoet aan het bestaande beleid. Naar de mening van de zittende ondernemers is in die gebieden voldoende horeca aanwezig. Toevoegingen zouden leiden tot vershraling. Er zullen dan zeker zaken omvallen. Dat kan niet de bedoeling van het beleid zijn, maar aan de andere kant, mocht zo'n ontwikkeling plaatsvinden, dan biedt dat kansen omdat er ruimte ontstaat voor andere concepten. Op de wenselijkheid van zich aandienende initiatieven moet dan snel kunnen worden gereageerd (maatwerk in marktwerking). Ook in de horeca is er natuurlijk een normaal ondernemersrisico.

In sommige stadsdelen is uitbreiding van de vestigingsmogelijkheden wel zeker gewenst, bijvoorbeeld omdat de bestaande functies of bestemmingen geen toekomst meer hebben. Suggesties daarvoor zijn de theaterzijde van het Vrijthof en delen van de Markt, waar de kantoorfunctie vrijwel is verdwenen. Daar is de horecaontwikkeling al dusdanig dat ook in de nog resterende panden horeca mogelijk moet zijn. In overleg met de ondernemers en de omwonenden moeten de mogelijke opties worden benoemd. Want de omwonenden hebben te respecteren rechten en verwachtingen. Verandering van functie zal dus zorgvuldig en met oog voor de omgeving moeten worden geregeld. Daarbij zal de politie zeker worden betrokken, vanwege de nachtcafés, de drugscene en -koeriers

Ook in nieuw te ontwikkelen gebieden als Sphinxkwartier is toevoeging van horecaconcepten aan de orde, binnen het beleid van deze nota.

#### 7.1.4. *Overig centrum*

Nieuwvestiging van horeca is in deze zone niet direct mogelijk. Uitzonderingen zijn nu nog beperkt mogelijk en onder bepaalde voorwaarden. Deze voorwaarden worden op dit moment als te rigide ervaren. Het is bijvoorbeeld feitelijk niet of nauwelijks aan te tonen dat een concept niet is te realiseren binnen bestaande horecapanden in het centrum. Ook is het criterium om Wonen als hoofdfunctie te definiëren (criterium: meer dan 50% van de vloeroppervlakte in een straat wordt bewoond) voor meerdere uitleg vatbaar. Het lijkt daar duidelijker om uit te gaan van straten, panden of adressen.

De Platielstraat, het Amorsplein en de Boschstraat zijn straten waar inmiddels een mix van detailhandel en horeca is ontstaan. Daar is een voor het publiek aantrekkelijke omgeving ontstaan met veel diversiteit. Horecaondernemers willen aansluiting zoeken bij hun publiek en zoeken dus ruimte in dergelijke straten. Dat blijkt ook uit de ingediende initiatieven.

Daarom zal voor die ontwikkeling beperkt ruimte worden geboden in het licht van de wens een gevarieerder horecalandschap te bereiken.

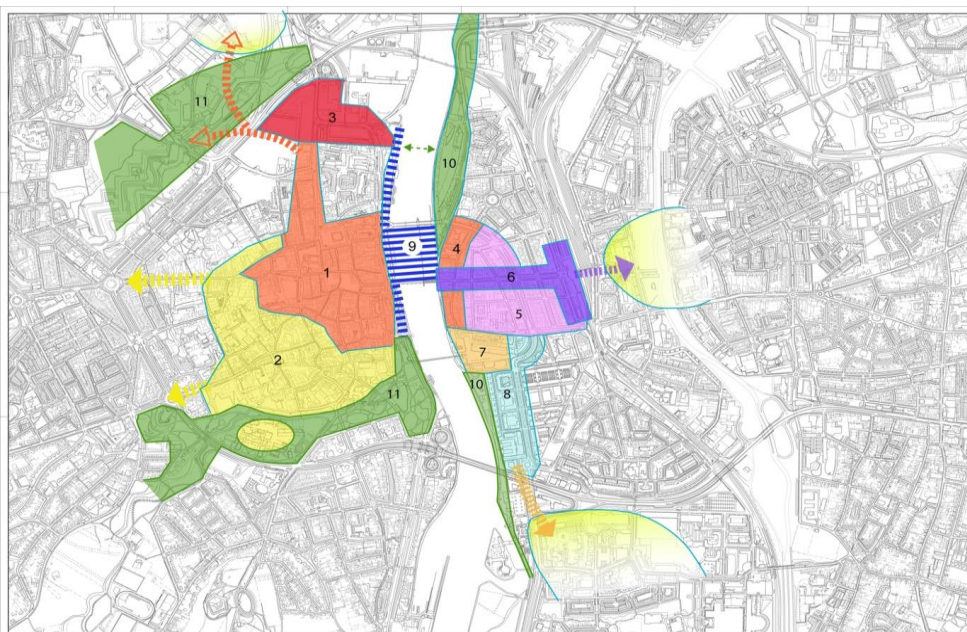
Er zal streng op moeten worden toegezien, via vergunningverlening en handhaving dat er geen functiewisseling zal plaatsvinden (van rustige naar minder rustige horeca). Horeca, die reeds gevestigd is middels vergunde exploitatie bij het vaststellen van dit beleid, kan worden gecontinueerd (en kan worden overgedragen).

Aan de andere kant is het aantal aanvragen voor vestiging in deze wijken groeiende. De wijken hebben een aantrekkelijk karakter en eigenheid, waar bepaalde horecaconcepten prima een plaats kunnen vinden. In de discussie rond de totstandkoming van deze nota is door ondernemers en bewoners herhaaldelijk gewezen op een andere manier van omgaan met dergelijke initiatieven. Daarbij worden de buurtkarakters als beschreven in de Visie op de Binnenstad als leidraad gebruikt, Indien een gewild initiatief niet direct past binnen het karakter van de buurt, wordt in overleg met bewoners en ondernemers een advies opgesteld. Het college van burgemeester en wethouders kan dan vervolgens een besluit over de voorgenomen vestiging nemen.

In de Visie op de Binnenstad is onderstaande doelstelling opgenomen over het omgaan met buurtkarakters.

“In 2030 worden de verschillende buurtkarakters in de binnenstad optimaal benut. Buurtkarakters die verder tot ontwikkeling gekomen zijn, niet door sturing van bovenaf, maar door het geleiden van de dynamiek die er is. De buurten bieden ruimte aan initiatieven die daar qua karakter het beste bij passen. De gebieden Hartje binnenstad, Bassin/Sphinx, Percée en Maas (1, 3, 6 en 9) zijn het meest aantrekkelijk voor (grotere) initiatieven op het gebied van detailhandel, horeca, leisure en evenementen; ook die van grotere omvang. De gebieden Binnenstad zuidwest, Wyck-Rechtstraatkwartier, Wyck-Singelkwartier, Plein 1992, Avenue Céramique, Oostelijke maasoever en Parken (2, 4, 5, 7, 8, 10 en 11) hebben een rustiger karakter.”

Bron: Visie op de binnenstad (2015)



De nummers verwijzen via de toelichting boven de kaart naar de onderscheiden gebieden, die naar typering een eigen kleur hebben

De kaart is op A3 formaat ook in de bijlagen opgenomen, ter wille van de leesbaarheid.

Een en ander is in de Visie op de Binnenstad uitgewerkt in een karakterisering van de beschreven buurten in de vorm van een gebruikstypering. Deze typering is onderstaand verkort opgenomen.

Op de hoofdwinkelroute (Boschstraat, Markt, Grote Staat, Kleine Staat, Maastrichter/Wycker Brugstraat en Stationsplein) staat beleving voorop. Beleving van de binnenstad in het algemeen en beleving van de winkelfunctie. Omdat de detailhandel steeds dynamischer wordt, moeten de winkels kunnen inspelen op ontwikkelingen. In dit kader moet de hoofdwinkelroute ook ruimte kunnen bieden voor winkelformules van grote omvang, eventueel door panden en/of verdiepingen samen te voegen. Dit mag echter niet ten koste gaan van de monumentaliteit en identiteit: monumenten mogen niet onomkeerbaar verbouwd worden en het historische karakter moet behouden blijven. De beleving blijft voorop staan. De exacte ligging en fysieke constructie van de panden zullen dan ook in dit verband bepalend zijn. Woonfuncties op verdiepingen, zeker de bestaande, blijven belangrijk voor de leefbaarheid, ook op de hoofdwinkelroute.

In de overige straten alsmede in gebied 4 (Wyck-Rechtstraatkwartier) is er vooral ruimte voor kleinere winkeltjes en horeca. Hier blijft, ook om verhoging van huurniveaus te voorkomen, grootschalige uitbreiding of uitbreiding naar de verdiepingen in principe niet toegestaan.

Gebied 2 (Binnenstad-zuidwest) heeft een ander, rustiger karakter waar de woonfunctie en het onderwijs met de bijbehorende levendigheid duidelijker aanwezig zijn. Ook hier is er ruimte voor initiatieven, maar dan wel voor een minder omvangrijk publiek dan in de gebieden 1, 3, 6 en 9.

Gebied 3 (Bassin/Sphinxkwartier) moet een gebied worden met een mix van grootschalige cultuur-, leisure- en detailhandel, in combinatie met creatieve, innovatieve en ambachtelijke bedrijven en ruimte voor zzp'ers. Dit gebied maakt tevens deel uit van het kralensnoer binnenstad-grootschalige detailhandel-perifere detailhandel Belvédère.

Gebied 5 (Wyck-Singelkwartier) blijft voornamelijk voorbehouden voor rustig wonen met bedrijven en kantoren. Plein 1992 kent als gebied 7 een levendigheid in de vorm van ontmoetingsplek voor de inwoners van Maastricht en regio, maar ook voor (toeristische) bezoekers. In gebied 8 (Avenue Céramique) zien we voornamelijk grootschaligheid in publieke gebouwen en wonen. Winkels, horeca, leisure en evenementen zijn niet uitgesloten, maar dienen op een specifiek publiek gericht te zijn. Bovendien vormt gebied 8 de schakel naar het gebied Randwyck.

Gebied 9 (Maas) biedt ruimte voor meer relatie tussen stedelijkheid, recreatie en evenementen (bv. licht- en watershows). In de groene gebieden 10 en 11 (Oostelijke maasoever en Parken) kan gerecreëerd worden en is er ruimte voor horeca. Het Frontenpark is in ontwikkeling en biedt daardoor meer ruimte voor experimenten en sluit qua karakter en mogelijkheden meer aan bij gebied 3 Bassin/Sphinx.

Om deze beschrijvingen en typering in de praktijk makkelijker te kunnen gebruiken is deze vertaald in een tabel, waarin de gebruikelijke horeca-indeling is afgezet tegen de buurten uit de binnenstadvisie. Deze tabel treft u onderstaand aan.

Daarbij is Hartje Binnenstad opgenomen ter wille van de volledigheid . De andere gebieden behoren tot de horecazonering "Overig Centrum".

Type horeca	Cat	Toelichting	Hartje Binnenstad	BinnenStad Zuid-west	Bassin Sphinx	Wyck Rechtstraat	Wyck Singelkw artier	Percee	Plein 1992	Avenue Cerami que	Maas
Discotheek	4	≥ 200 bezoeker	X		X						X
Dancing	4	≤ 199 bezoekers	X		X						X
Poppodium	4	grootschalig			X						X
Theater	4	Publiekstrek kend	X		X						
Congres	4	Publiekstrek kend			X						
Café	3	+ Live + terras	X		X						X
Café	3	+ Live	X		X						X
Café	3	+ Terras	X		X				X	X	X
Café	3		X		X			X	X	X	X
Restaurant	3	+ Terras	X		X	X	X	X	X	X	X
Restaurant	3		X	X	X	X	X	X	X	X	X
Fastfood	3	Met DHW	X		X	X					
Restaurant	2		X	X	X	X	X	X	X	X	X
Lunchroom	2		X	X		X	X	X	X	X	X
Fastfood	2	Frituur, grilroom	X		X	X					
Broodjes	2		X	X	X	X			X	X	X
Koffiebar	2		X	X	X	X	X	X	X	X	X
Winkel	1	Winkelonder steunend	X	X	X	X		X	X	X	X
Frituur/ afhaal	0	Detailhandel	X		X	X		X			
Broodjes	0	Detailhandel	X		X	X		X	X		X
Overig	0	Detailhandel	X		X	X		X			

Wit = horeca uitgesloten, tenzij specifieke uitzondering  
Cijfers 0 tm 4 = horecacategorie uit bestemmingplan

X = in overweging, te toetsen op uniciteit, plaats en buurt  
2 = jaarlijks checken op actualiteit

De indeling is ook op straatniveau bruikbaar. Zie daartoe bijgaande voorbeeldtabel van de Platielstraat. Deze treft u onderstaand aan.

Voorbeeld Platielstraat (niet uitputtend)

Type horeca	Cat	Toelichting	Platielstraat	Toelichting
Discotheek	4	≥ 200 bezoeker		
Dancing	4	≤ 199 bezoekers		
Poppodium	4	grootschalig		
Theater	4	Publiekstrekend		
Congres	4	Publiekstrekend		
Café	3	+ Live + terras		
Café	3	+ Live	X	
Café	3	+ Terras		
Café	3		X	
Restaurant	3	+ Terras		
Restaurant	3		X	
Fastfood	3	Met DHW	X	
Restaurant	2	Zonder DHW	X	
Lunchroom	2		X	
Fastfood	2	Frituur, grilroom	X	
Broodjes	2		X	
Koffiebar	2		X	
Winkel	1	Winkelondersteunend	X	
Frituur	0	Detailhandel	X	
Broodjes	0	Detailhandel	X	
Overig	0	Detailhandel	X	

Wit = horeca uitgesloten, tenzij specifieke uitzondering X = in overweging, te toetsen op uniciteit, plaats en buurt  
Cijfers 0 tm 4 = horecacategorie uit bestemmingsplan 2 = jaarlijks checken op actualiteit

Een verzoek om vestiging in deze straat in een pand met een andere bestemming dan horeca wordt afgewogen op de mate van uniciteit (wat voegt dit concept toe aan het horecalandschap van Maastricht) en de gevraagde locatie in de straat. De passendheid in de buurt is in deze tabel aangegeven. Een wit vak geeft aan, dat de betreffende categorie horeca daar niet mag landen. In de Platielstraat is dus geen ruimte meer voor een café met terras.

Deze tabellen zullen met de buurten worden afgestemd en dienen dan als richtlijn. Dan kunnen initiatieven die binnen de tabel en de bestemming passen relatief snel worden afgehandeld. Initiatieven die erbuiten vallen kunnen dan met de buurt worden besproken, zodat er geen zaken tussen wal en schip vallen. Daarna beslist het college. De normale vergunningsprocedure blijft natuurlijk gelden.

#### *Praktijkvoorbeeld*

Vooraf:

- Er wordt getoetst aan het nieuwe horecabeleid en het vigerende bestemmingsplan;
- De toetsing vindt plaats door de ambtelijke toetsgroep horeca (samenstelling op basis van nader te bepalen competenties). Deze ambtelijke groep toetst uitsluitend het aspect horeca, met name de toets of het horecaconcept of wijziging past in de omgeving;

- De toetsgroep toetst, afhankelijk van het soort initiatief, aan de hand van een profiel van een wijk of straat, opgesteld door de gemeente in nauw overleg met de buurtkaders en de aanwezige horeca. In het profiel wordt per categorie horeca aangegeven of er mogelijkheden zijn voor uitbreiding in de betreffende categorie. Er wordt ook een inzicht gegeven in de aanwezige horeca (zie fictief voorbeeld van de Platielstraat). De profielschets zal uiteindelijk door het college van burgemeester en wethouders worden vastgesteld. De profielschets wordt herzien op basis van de actuele ontwikkelingen.

Hoe werkt dat nu in de praktijk? Er zijn drie mogelijke initiatieven.

1. Aanvraag voor wijziging bestaande horecazaak
2. Aanvraag voor nieuw initiatief in een bestaande horecazaak
3. Aanvraag voor nieuw initiatief in een niet horecapand

De laatste aangegeven mogelijkheid wordt hier als illustratie besproken. De volledige procesgang kunt u lezen in de bijlage.

*Een aanvraag voor een nieuw initiatief in een niet horecapand.*

Een dergelijk nieuw initiatief vestigen in een niet horecapand ligt moeilijker en is eigenlijk niet de bedoeling. In principe zal de aanvrager een leegstaand bestaand horecapand moeten zoeken. Uitgangspunt is dat het horeca-aanbod van Maastricht in totaal niet wordt uitgebreid maar kwalitatief wordt verbeterd binnen de bestaande horecaruimte. Alleen een nieuw verzoek met een bijzonder gewild concept maakt een kans in een niet-horecapand. De profielschets is hierbij wederom het uitgangspunt. Past het initiatief in het profiel, is het concept vernieuwend en een aanwinst voor de stad én past het initiatief op deze plaats dan kan in principe worden meegewerkt aan het initiatief. Is het initiatief niet vernieuwend dan zal worden verwezen naar een andere plek in de stad in een bestaand horecapand. Past het initiatief niet in het profiel dan kan worden gekeken naar panden in wijken of straten waar dit wel past in het profiel. Past het initiatief niet in het pand dan wordt eveneens gezocht naar andere mogelijkheden.

Indien een initiatief gewenst is (we willen het initiatief een kans geven in de stad) en niet past in het profiel, dan wordt met de buurt overlegd of dit initiatief een kans maakt. De buurt kan dan meegeven of het initiatief uit het oogpunt van de buurt gewenst is óf dat medewerking kan worden verleend onder bepaalde voorwaarden (geen terras, vervroegde sluitingstijd). Het is dan vervolgens aan het college om af te wijken van de regels.

De toetsing zal het moeilijkste worden op het aspect vernieuwend, gewild in het geval het een niet bestaand horecapand betreft. Waar wordt dan aan getoetst:

- Unicitéit : Hebben we dit al in de stad of zijn er al te veel?
- Gewild : Is er behoefte aan in de stad (bijv. voor studenten)?
- Kwaliteit : Stijgt de kwaliteit van het aanbod (bijv. verzoek van een sterrenkok)?
- Bijzonder: Trekt het initiatief nieuwe bezoekers aan?

Deze werkwijze wordt na 1 jaar geëvalueerd en waar nodig aangepast.

#### 7.1.5. *Woongebieden*

In de woongebieden is vestiging van horecazaken alleen mogelijk in de ontmoetingzones van de woongebieden. Deze zijn beschreven in de uitwerking van de structuurvisie die handelt over ondernemen in de buurt. Daarin is het streven beschreven naar gebieden van clustering, ontmoeting en groei van de (basis)-voorzieningen, gericht op vermindering van de werkloosheid in de wijken. Om dit te bereiken staat de vraag centraal hoe de gemeente Maastricht burgers kan helpen van hun onderneming een succes te maken. Dit ligt niet in het ondernemen zelf, want daar zijn ondernemers zelf verantwoordelijk voor. Wel kan een gemeente faciliteren door snel en duidelijk antwoord te geven op de vraag: Waar kan ik ondernemen? In de ontmoetingsgebieden wordt ruimte geboden aan diverse initiatieven, waaronder ook horecaconcepten. Daarbij is het begrip "minimale voorzieningenniveau in een buurt" niet losgelaten. Dat niveau geldt voor elke buurt. Dat betekent, dat in elke buurt een café, een frituur of een buurthuis/gemeenschapshuis gevestigd mag zijn. De ontmoetingsgebieden bieden wat meer ruimte, maar initiatieven zullen daar ook moeten worden afgewogen.

#### 7.1.6. *Periferie gebieden*

Het gebied buiten de stad en woonwijken kent het zogenaamde buitengebied (het landelijke deel van de stad) en de "stadspoorten" (de stadsentrees). Voor beide gebieden geldt dat de nieuwe horecavestigingen ondersteunend moeten zijn aan het daarbij behorende functioneel gebruik. Bij de entrees van de stad, zoals de Geusselt en Randwijck, geldt dit met name voor de zakelijke markt of het betreft initiatieven waarvoor in het centrum geen ruimte is. De nieuw te vestigen horecavoorzieningen zullen in deze gebieden veelal grootschalig van aard zijn vanwege de ondermeer veronderstelde ruimtebehoefte. Voorbeelden zijn concert- of feestzaal of discotheek. Kleinschalige ontwikkelingen kunnen in de ontmoetingsplekken beperkt worden toegelaten.

Voor het buitengebied moet er een relatie zijn met de landschapswaarden en/of het hoogwaardig toeristisch medegebruik (Hoge Weert, Vaeshartelt, Buitengoed Geul en Maas). De voorzieningen zullen veelal kleinschalig dan wel thematisch zijn. Er zal een binding moeten zijn met natuur- en landschapswaarden van de omgeving.

#### 7.1.7. *Industriegebieden/kantoorparken*

Voor deze gebieden geldt dat nieuwe vestiging van horeca alleen gericht moet zijn op de gebruikers en bezoekers van deze gebieden. De horeca mag niet leiden tot extra bezoekersstromen naar deze gebieden. De openingstijden zijn dan ook hierop aangepast.

Voor eventuele in ontwikkeling zijnde retailclusters als Belvedere is maatwerk nodig om deze ontwikkeling te faciliteren zonder andere horecaontwikkelingen in de weg te zitten.

Vestiging van discotheeken op bedrijfsterreinen is niet mogelijk. Dat zou de vestigings- en exploitatiemogelijkheden voor bedrijven in de zwaardere milieucategorie te veel beperken of onmogelijk maken.

### 7.1.8. Conclusie

Het vestigingsbeleid voldoet, maar nieuwe concepten vinden maar moeilijk toegang tot de Maastrichtse horeca. Echt nieuwe concepten voegen iets toe en trekken andere doelgroepen naar de stad. Daarbij is een grote rol weggelegd voor de gevestigde ondernemers. Vernieuwing kan ook en misschien vooral ontstaan door verandering van concept bij en door bestaande ondernemers. Dat gebeurt nu nog te weinig. Dergelijke initiatieven zouden zeker worden omarmd. Wel moet ook in die gevallen duidelijk worden beoordeeld, waarom zo'n concept onderscheidend is en of daardoor andere doelgroepen worden bediend, die dat nu nog niet worden. Dan wordt het horecalandschap verrijkt met nieuwe concepten en – zaken en neemt de verscheidenheid toe. Voorbeelden daarvan zijn concepten, die zich richten op het thema gezondheid met producten als smoothies en fruitsappen etcetera, gebruik maken van sterke iconen van de stad als de bijvoorbeeld de Maas, of aansluiting zoeken bij een cultureel ontwikkelde omgeving. Maastricht wordt daarmee aantrekkelijker om te bezoeken. Maatwerk is nodig. Daarbij moet vooral gekeken worden naar doelgroepen van beleid zoals jongeren en studenten. Wat zijn hun behoeften? Hoe kan daarop worden ingespeeld? De laatste jaren is op dat gebied al veel gebeurd. Verwezen kan worden naar de oude brandweerkazerne en de Timmerfabriek/Muziekgieterij. Maar de studerende jeugd voelt zich nog niet erg goed bediend in Maastricht. Dat geldt zeker voor de international students. Zij missen een ruimte om bij elkaar te zijn en ervaringen uit te wisselen en te feesten. Gebieden met een experimenteel karakter zoals bijvoorbeeld de Tapijnkazerne, de Gashouder en andere delen van Belvédère kunnen ruimte bieden voor activiteiten voor die doelgroepen. Het feit dat een dergelijk gebied ruimte biedt aan allerlei ontwikkelingen, zorgt ervoor dat een aantal van die ontwikkelingen ook daadwerkelijk gaat plaatsvinden, vanuit het veel gehoorde principe "Ieder aanbod schept zijn eigen vraag". De inrichting van die gebieden moet flexibel zijn om in te spelen op de kansen. Dat geldt ook voor zich daar vestigende en misschien afwijkende horecaconcepten.

#### **Beleidswijzigingen samengevat:**

- **In de winkelzone een afweging mogelijk maken betreffende winkelgebonden/winkelondersteunende horeca, desgewenst ook op de verdieping, alleen samen met detailhandel plaatsvindt, via getoetste ontheffing.**
- **In de Boschstraat, de Platielstraat, Vrijthof Noord en de Markt waar dat kan enige ruimte bieden aan vernieuwende horeca-initiatieven, die passen in het desbetreffende gebied (via getoetste ontheffing).**
- **Nieuwe initiatieven in relatie tot het karakter van de buurt beschouwen . Toets op basis van tabel. Bij afwijkingen beoordelen met bewoners, daarna besluit college.**
- **Op zoek te gaan naar experimenteergebieden om nieuwe concepten uit te proberen, in combinatie met (culturele) evenementen, waardoor meer en andere doelgroepen naar de stad worden getrokken (bijv. Gashouder/ Sphinx-kwartier).**
- **In de andere onderscheiden gebieden blijft het terughoudende beleid van kracht (in principe geen nieuwe vestiging anders dan in bestaande horecapanden). Voor aparte concepten bezien of vergunning te koppelen is aan dat specifieke concept/ondernemer.**



### 7.2. Differentiatie in de horeca.

Op dit moment is het horecalandschap van Maastricht aan de eenzijdige kant. Pogingen om andere concepten te realiseren zijn niet gelukt of na enige tijd weer gesloten. Ondernemers vinden dat zij in de vestiging van nieuwe concepten het voortouw hebben, maar stellen tegelijkertijd, dat zij de markt kennen en weten wat die markt wil. Dat heeft geleid tot het huidige horecalandschap van Maastricht. Ondernemers hebben aangegeven dat de gemeente niet op hun stoel moet gaan zitten. Toch moeten we als gemeente blijven in de ontwikkelingen en trends, om te voorkomen dat Maastricht voornamelijk achterhaalde concepten huisvest. Foodcourttontwikkelingen zijn er nog niet in Maastricht, terwijl dergelijke concepten in de ons omringende steden een begrip zijn geworden. Veel studenten maken ervan gebruik, omdat de prijs-kwaliteitverhouding goed is. Er zijn enige gelijksoortige concepten ingediend, maar die zijn op niets uitgelopen.

Het faciliteren van nieuwe ontwikkelingen blijft dus belangrijk. Uitdagen van de zittende ondernemers kan helpen, maar acquisitie ook. De gemeente zal, wanneer er zich een interessant concept aandient, daarover snel moeten aangeven of dat concept een toevoeging is, zodat daarna de vraag “waar?” makkelijker kan worden beantwoord.

#### **Beleidswijziging**

**Ondernemers uit te dagen om met nieuwe concepten te komen.**

**De gemeente zal zich vervolgens inspannen dergelijke concepten, mits voldoende onderscheidend ook te faciliteren. Oftewel, de gemeente legt de rode loper uit, maar de ondernemers moeten daaroverheen willen lopen.**

**De gemeente zal snel reageren op marktontwikkelingen, die ondernemers aangeven en actief acteren om het ontstaan van nieuwe concepten te bevorderen.**

**Regelmatig overleg hierover met de ondernemers is wenselijk (klankbordgroep)**

### 7.3. Kwaliteitsimpuls

Aan de kwaliteit van de omgeving rond de horecazaken is veel aandacht besteed. Uit de evaluatie komt naar voren dat het met de omgevingskwaliteit van de Maastrichtse horeca niet slecht is gesteld. De kwaliteit van de openbare ruimte is hoog, de stad ziet er heel goed uit en dat wordt zeer gewaardeerd.

Over de kwaliteit van de horecaondernemingen zelf wordt veel gezegd, maar niet tegen elkaar. Ondernemers zelf zouden elkaar moeten aanspreken op een slechte uitstraling of exploitatie. Een slechte zaak doet afbreuk aan het beeld van meerdere goede zaken. De indruk bestaat, dat daarin nog ruimte voor verbetering is. Dat geldt ook voor de gastvrijheid.

Als eerder gesteld bepaalt de ondernemer hoe een bezoeker van Maastricht zich ontvangen voelt. Die goede ondernemer is gastvrij naar de gast, biedt service en draagt zorg voor een goed product. Alleen dan voelt een gast van Maastricht zich welkom en komt hij ook weer terug. Deze houding geldt in principe voor alle ondernemers in de stad, niet alleen de horeca.

Gastvrijheid is daarmee een van de hoekstenen van de bezoekersstad, die Maastricht wil zijn. Gastvrijheid dient centraal te staan in ieders handelen. Omdat niet iedereen dat van nature heeft, wordt er via het project gastvrijheid al veel gedaan om de gast zich thuis te laten voelen in Maastricht en in de Maastrichtse horeca. Gezamenlijk dragen gemeente, VVV, Centrummanagement en Maastricht Bereikbaar instrumenten aan als talencursussen en gastvrijheidstrainingen. Er is eenduidige communicatie via een flyer, die de bezoekers/gasten voorziet van praktische informatie op het gebied van parkeren, veiligheid en locaties in/om de stad (plattegrond). Maastricht Bereikbaar draagt bij aan een bereikbare stad, zodat onze bezoekers in een goede stemming de stad binnenkomen. Er zijn hospitalityguides die bezoekers kunnen informeren over evenementen en activiteiten in de stad. Kortom, er gebeurt veel op dit terrein. Daarom moeten we gezamenlijk ook doorgaan op deze ingeslagen weg.

Overigens geldt die gastvrijheid ook voor de eigen inwoners. Immers, veel inwoners zijn tevens mogelijke gasten van de eigen horeca. Ook naar die inwoner heeft de horecaondernemer een verantwoordelijkheid. Gastvrij zijn maar ook het schoonhouden van de ruimte voor zijn zaak, het voorkomen van geluidsoverlast en met de omwonenden goed en tijdig communiceren over evenementen en activiteiten in zijn zaak.

#### **Beleidswijziging**

**Actief inzetten op het betrekken van meer ondernemers bij de versterking van gastvrije ontvangst van de gast in Maastricht, onder meer door het project gastvrij Maastricht te ondersteunen en uit te dragen.**

#### *7.4. Blurring ofwel mengvormen horeca en detailhandel*

Verschillende gemeenten hebben de wens om zowel horecagelegenheden als lunchrooms en de detailhandel, ruimte te bieden om in combinatie met alcohol niet alleen dienstverlenend te zijn maar daarnaast ook de mogelijkheid te geven om producten te verkopen en vice versa. Dit is echter binnen het huidige wettelijke kader, de drank en horecawet (DHW) niet toegestaan. Minister Plasterk (BZK) heeft aangekondigd in 2015 met een Experimentenwet te komen, die gemeenten in staat stelt soepeler om te gaan met wet- en regelgeving. De DHW zal daar echter niet onder vallen. Om die reden is VNG op verzoek van een aantal gemeenten een aparte pilot gestart voor het opzetten van een constructie op dit gebied. De uitkomsten van de pilot worden gebruikt bij de evaluatie van de DHW in 2017.

Voorbeelden zijn een restaurant dat olijfolie verkoopt aan de klanten of een kledingwinkel die een modeshow organiseert voor vaste klanten en hen tegen betaling een glaasje Prosecco aanbiedt. Een ander voorbeeld is een horecagelegenheid die de kunst aan de muur of het meubilair te koop aanbiedt. Genoemde voorbeelden zijn in strijd met de Drank- en Horecawet. De wet staat toe dat alcohol verstrekt wordt in horecagelegenheden in het kader van dienstverlening, maar dat verkoop van goederen tijdens alcoholverstrekking uit den boze is. Dit verbod dateert nog uit begin vorige eeuw waarin destijds uitgegaan werd van de stelling dat klanten beschermd moesten worden tegen zichzelf. Het was toen waarschijnlijk nodig omdat het salaris in een enveloppe in de kroeg werd verstrekt. De vrees was dat

werknemers onmiddellijk het volledig salaris uitgaven en ter bescherming is destijds de scheidslijn ingevoerd.

De VNG-pilot start op 1 april 2016 en loopt 1 jaar door. Doel ervan is om in de praktijk ervaring op te doen met verkoop van producten in horecagelegenheden en drankverkoop in niet-horecazaken en allerlei tussenvarianten. Daarvoor worden ondernemers en bedrijven aangezocht, die mee willen doen. Gedurende de pilot worden er door Bureau Berenschot interviews gehouden en cijfers verzameld onder meer over omzetten. Aan het einde van de pilot worden de resultaten door Berenschot gebundeld en door de VNG aangeboden aan de Tweede Kamer rond de behandeling van de evaluatie van de Drank en Horecawet.

Maastricht heeft behoefte aan meer speelruimte binnen de drank en horecawet. Immers, bezoekers van steden als Maastricht zijn uit op beleving.

Door de grensligging is er bij evenementen als bijvoorbeeld Magisch Maastricht veel concurrentie, omdat men in België en Duitsland in de marktkraampjes tegen betaling bijvoorbeeld streekproducten mag verkopen die ter plaatse mogen worden gegeten waarbij een alcoholhoudende drank mag worden verkocht.

#### **Beleidswijziging**

**Het mogelijk maken van verkoop van branchevreemde maar ook branche-eigen producten in horecagelegenheden, via deelname aan het VNG-project. Daarbij zoveel als mogelijk is zorg dragen voor een level playing field en gelijkwaardige bedrijfsvoering.**

#### 8. *Horeca en Bewoners*

Voorkomen van onnodige overlast staat centraal. We wonen in een stad die veel horeca heeft en waar veel evenementen worden georganiseerd. Het is van groot belang, dat iedereen in een dergelijke omgeving zich aan afspraken houdt. In de participatiemaatschappij van nu is er sprake van een gedeelde verantwoordelijkheid, voor omwonenden en ondernemers. Het regelen van goed en tijdig overleg tussen horecaondernemers en de omwonenden is daarbij van groot belang. Maar het is ook van groot belang dat de horecaondernemer zich houdt aan zijn vergunning. Bijvoorbeeld, het toch maar weghalen van de limiter op de geluidsinstallatie heeft meer hinder aan omwonenden, maar vergroot ook de kans op gehoorschade bij de klanten.

Kortom, het is in ieders belang dat er een nieuwe balans wordt gevonden tussen woongenot in het stadscentrum en een gezonde exploitatie van een horecagelegenheid. Alle betrokken partijen dragen daarvoor een gedeelde verantwoordelijkheid. Ondernemers en omwonenden moeten elkaar daarin willen opzoeken. Goede communicatie en het managen van verwachtingen zijn daarbij noodzakelijk. Heldere beelden over ieders verantwoordelijkheden horen daarbij. De ingestelde Klankbordgroep Horeca kan een adviserende rol spelen in het bij elkaar brengen van bewoners- en ondernemers(belangen). In deze breed samengestelde klankbordgroep, die de wethouder van advies dient, hebben onder meer (horeca)ondernemers, bewoners en studenten zitting.

Welke opmerkingen zijn er door bewoners aangegeven in relatie tot de horeca?

- Een belangrijke en vaker gehoorde opmerking van bewoners betreft het veranderen van harde voorwaarden in zachtere criteria in relatie tot nieuw vestiging van horeca. De voorliggende nota is restrictief, maar kent voor nieuwe initiatieven zachtere criteria, te weten uniciteit, behoefte van de stad, kwaliteit en aantrekkingskracht voor bezoekers. Zij zouden graag zien dat een harde randvoorwaarde wordt geformuleerd, die nieuwe vestiging van horeca naast woningen niet toelaat. In het gebied Overig Centrum is zo'n voorwaarde niet vast te leggen. De nieuwe benadering van maatwerk, het opstellen van buurtprofielen, waar door vooraf duidelijk wordt wat niet meer kan en wat nog wel, in combinatie met een heldere rol voor bewoners moet nieuwe vestiging beperkt mogelijk maken, uitsluitend als aan de criteria wordt voldaan. Er worden overigens weinig nieuwe concepten aangeboden, die ook daadwerkelijk tot vestiging leiden. In het Jekerkwartier waren er drie nieuwe vestigingen in de laatste tien jaar. Buiten het centrum wordt vooral gekoerst op vestiging van horeca in de zogenaamde ontmoetingsgebieden. Daarmee draagt nieuwe vestiging bij aan het versterken van dat ontmoetingsgebied en daarmee aan de leefbaarheid van de buurt. Bij aanvragen/initiatieven in woonbuurten met grondgebonden woningen wordt de grootste zorgvuldigheid betracht.
- Men heeft last van geluidsoverlast, die ontstaat als horecazaken hun deuren niet of niet goed sluiten. In het geval dat dan ook de toegestane volumes worden overschreden wordt het effect nog versterkt.

De toegestane geluidsnormen zijn in Maastricht afhankelijk van de geluidsisolatie van de inrichting, waarvoor deze normen gelden. Dat betekent dat met dichte deuren en ramen er buiten de inrichting geen geluidsoverlast kan plaatsvinden. Als men deur of raam open laat staan is het een andere zaak. In de vergunning is geregeld dat de deur niet open mag blijven staan ter voorkoming van overlast. Hier is duidelijk de ondernemer aan zet. Hij/zij zal moeten worden aangesproken. Werkt hij niet mee, is handhaving aan de orde. Meer en beter contact tussen ondernemer en omwonenden kan helpen de gevoelde overlast te beperken.

- Ook worden genoemd de groei van de terrassen, zowel naar aantal als naar omvang. Er lijken geen grenzen te zijn gesteld aan openingstijden en de omvang van de terrassen.  
In het terrassenbeleid is aangegeven, dat in het kernwinkelgebied geen uitbreiding meer plaatsvindt (bestendiginggebied). Zie ook het kaartje dat is opgenomen in het terrassenbeleid. Daarin is een beperking opgenomen van het aantal en de omvang van terrassen. De sluitingstijden van de terrassen zijn gekoppeld aan de reguliere sluitingstijden van de café's. Uiterlijk om 02.00 uur of soms eerder moet het terras zijn gesloten en opgeruimd ofwel een uur voor sluitingstijd van het exploiterende café. Blijft overlast van een specifiek terras aanhouden, blijkens geregistreerde klachten, dan moet worden bezien of aan de exploitant van dat terras aanvullende eisen moeten worden opgelegd.
- In combinatie voorkomend of afzonderlijk worden buitenhangers, rokers, drinkers en grotere groepen als overlastgevend aangegeven.  
Vindt deze overlast plaats naast of bij een café is de uitbater/ondernemer degene, die in eerste instantie zo'n groep moet aanspreken. Blijft de overlast zich voordoen, dan moet een klacht worden ingediend (zie ook klachtenmelding), die ook moet worden geregistreerd. Dit kan eventueel met behulp van de ondernemer in kwestie. Die is immers gebaat bij een goede bedrijfsvoering en dito klachtafhandeling..
- De gesignaleerde verantwoordelijkheid van de uitbaters om hun klanten binnen te houden, wordt niet herkend. Wel is er sprake van verantwoordelijkheid van de uitbater, als zijn bezoekers buiten te luidruchtig zijn.
- Een totale herziening van meldings-/klachtenprocedure en de handhaving, die op dit moment nauwelijks tot niet functioneert.  
Er komen niet veel klachten bij de gemeente binnen. Dat kan liggen aan het ontbreken van overlast maar ook aan een niet goed werkende meldings/klachtenprocedure. Nu is het zo, dat klachten kunnen worden ingediend bij de milieulijn 14043 over (geluids)overlast worden ingediend. Dat nummer is 24 uur per dag bereikbaar. In die gevallen dat er een storing is of de bereikbaarheid anderszins niet goed is, dan moet daarvan per mail melding worden gedaan aan de gemeente, zodat gericht nader onderzoek kan volgen.  
De werking van de klachtenprocedure en de handhaving zal intussen worden

doorgelicht om te bezien of en waar er verbeterlagen kunnen worden gemaakt. Daarbij zal de vraag naar meer transparantie worden meegenomen, met de terugkoppeling naar de melder.

- Er wordt bij bewoners niet gevoeld, dat hun klachten serieus worden benaderd. Het kost veel moeite om hiervoor de vereiste aandacht te verkrijgen. In deze horecanota, hoewel een sectorale nota, is veel meer aandacht voor de bewoner dan in eerdere nota's. Dat uit zich in de aanwezigheid van deze paragraaf, maar ook en met name in de geformaliseerde rol, die bewoners bij de beoordeling van nieuwe en onderscheidende initiatieven zullen spelen. Zie ook de opmerking over de doorlichting van de klachtenprocedure hiervoor. Tijdige terugkoppeling naar de melder is daarvan een onderdeel.

## 9. *Consequenties Gemeentelijke organisatie*

### a. Voorlichting en communicatie

Snellere communicatie staat bij ondernemers voorop. Bij evenementen willen ondernemers graag tijdig worden geïnformeerd over de gevolgen voor de locatie en de mogelijkheden voor hun bedrijf.

De voorlichtingsbijeenkomsten worden gewaardeerd, maar worden door een kleine groep bezocht. Over de wijze waarop andere ondernemers worden bereikt en de snelheid waarmee, zijn stappen in de goede richting zeker mogelijk.

Ook bij de aanvraag voor een vergunning is snelle en duidelijke communicatie gevraagd. Het gaat vooral over de termijn waarop de vergunning zal worden verstrekt.

Bij communicatie moeten ook de bewoners niet worden vergeten. Bij afgifte van vergunningen voor evenementen of andere activiteiten binnen een horecagelegenheid is het ook voor de ondernemer van belang dat er in de buurt draagvlak dan wel acceptatie is voor zijn activiteit. Tijdige communicatie naar bewoners is sleutel voor succes. Te laat wordt niet meer ingehaald.

#### **Beleid**

**Tijdige en goede communicatie naar horecaondernemers en omwonenden is een essentieel onderdeel bij de organisatie van een evenement of van de aanvraag voor een vergunning. Dat geldt voor alle betrokken partijen, gemeente, organisator, (horeca)ondernemer en omwonenden. Communicatie is geen sluitstuk, maar een essentieel onderdeel van een evenement of activiteit.**

**Onderzocht zal worden of via bijvoorbeeld een breed toegankelijke app, waarin horecavergunningen, evenementen en activiteiten kunnen worden aangegeven of gemeld, de communicatie kan worden ondersteund.**

### b. Casemanagement

Met het casemanagement voor horecaondernemers zijn goede ervaringen opgedaan. De ondernemers zijn er tevreden over. De toegankelijkheid is goed evenals de relatie met het bedrijvencontactpunt, dat het eerstelijns contactpunt is binnen de gemeente voor ondernemers met vragen over vestiging, benodigde vergunningen enzovoort binnen de gemeente. Men vraagt daarbij om snellere reactie op initiatieven en nieuwe concepten. Door de beoordeling van de toelating van dergelijke concepten te leggen bij een ambtelijke toetsgroep, is een degelijk en afgewogen advies binnen een relatief korte periode beschikbaar, vanwege de heldere criteria ("Willen gaat voor kunnen", buurttabellen). Een feitelijke aanvraag kan dan ook sneller worden afgehandeld. Deze toetsgroep komt regelmatig bij elkaar en wordt administratief ondersteund.

#### **Beleid**

**Instellen van een ambtelijke horecatoetsgroep om initiatieven sneller te beoordelen. Bij die beoordeling is de eerst te beantwoorden vraag: Wil Maastricht een dergelijk**

**initiatief huisvesten. Vraag 2 is dan: Kan het initiatief worden gerealiseerd op de gevraagde plek. Dus eerst het willen beoordelen, dan het kunnen.**

**De bestaande klankbordgroep Horeca komt ca. éénmaal per kwartaal bijeen, om de wethouder te adviseren.**

c. Vergunningverlening

Het organisatieonderdeel dat de aangevraagde vergunningen afgeeft, is in het afgelopen jaar bezig geweest om de vergunningverlening te stroomlijnen. Daartoe is een nieuw systeem geïntroduceerd, dat alle betrokken ambtenaren in staat stelt tijdig een deeladvies uit te brengen. Door toepassing van Lean-principes en een geautomatiseerde vergunningenstraat worden vergunningen sneller verstrekt.

Dat wil zeggen, als de aanvragende ondernemer de vergunningsaanvraag tijdig en volledig heeft ingediend. Daaraan schort het nog al eens. Ook al worden vooraf ingevulde formulieren naar de ondernemer ter ondertekening toegezonden, dan nog komt te late indiening vaker voor dan wenselijk is. Daardoor komt de afhandeling van andere vergunningen in de knel, waardoor de aanvragers daarvan mogelijk worden gedupeerd. Te late indieners zitten dus hun collega's in de weg. Daarom is tijdig indienen van de vergunningsaanvraag noodzaak.

Tot dusverre wordt te late indiening vaak door de vingers gezien, vanwege het belang van de ondernemer of het belang van de stad. Daarmee wordt ongewenst gedrag als het ware beloond. Dat kan niet de bedoeling zijn.

Toiletvoorzieningen

Nieuw in de vestigingseisen is de koppeling tussen het bieden van zitgelegenheid in of buiten de betreffende zaak en de beschikbaarheid van toiletten. Als men binnen in de zaak of buiten op een terras gelegenheid biedt om eet-of drinkwaren ter plaatste te nuttigen, dient er in de zaak toiletgelegenheid beschikbaar te zijn.

Waar dat nu niet het geval is maken gasten mogelijk gebruik van de toiletgelegenheid van de aanliggende gelegenheid. Dat kan reden geven tot klachten

**Beleidsgevolgen**

**De gemeente streeft naar een snelle vergunningverlening bij vroegtijdig aanvragen.**

**Er wordt strakker toegezien op tijdige indiening van vergunningen vanaf 2016. Bij herhaling worden sancties opgelegd. Dat kan zover gaan als het niet verstrekken van de gevraagde vergunning.**

**Voortaan dient in alle horecagelegenheden, die gelegenheid bieden om ter plaatse eet- en drinkwaren te nuttigen, een toiletvoorziening aanwezig te zijn. Of dat beleid ook met terugwerkende kracht kan worden ingevoerd, wordt onderzocht.**

d. Handhaving

In 2015 is er een meerjarenbeleid handhaving geformuleerd. Daarin is beschreven, hoe



om te gaan met de prioritering van de handhaving op verschillende taakvelden binnen het gehele spectrum van de handhaving.

Voor de handhaving in de openbare ruimte rond de horeca is het volgende te lezen:

Hoge prioriteit wordt gegeven aan grote evenementen, drugsoverlast, fietsparkeren, toezicht vergunning/ontheffen APV, wildplassen en terrassen;

Gemiddelde prioriteit wordt gegeven aan geluid, alcohol 18 min en DHW;

Lage prioriteit wordt onder meer gegeven aan kleinschalige evenementen.

Uit de evaluatie 2012 bleek dat de horeca in Maastricht nauwelijks ongeoorloofde hinder veroorzaakt binnen een goede balans tussen horeca en leefmilieu. Bewoners geven aan, dat melden van ervaren hinder niet leidt tot actie. Zij denken dat er meldingsmoeheid optreedt. Het indienen van klachten over overlast wordt ook als lastig ervaren,.

Momenteel wordt gewerkt aan een speciale Handhavingsstrategie Horeca om gericht en vooraf helder te bepalen op welke onderdelen van de horeca de handhaving zich richt.

Deze Handhavingsstrategie Horeca wordt een richtsnoer voor handhavers. De mogelijke overtredingen binnen de horeca zijn gerangschikt en op waarde geschat (kans x risico). Bij elke constatering is het handhavingstraject en de sanctie aangegeven alsmede de wijze waarop eventueel communicatie plaats vindt.

De strategie wordt vooraf gecommuniceerd met horecaondernemers en andere belanghebbenden zoals bewoners. De verantwoordelijkheid van gemeente, handhavers, horecaondernemers, bewoners en andere belanghebbenden worden daarbij duidelijk in beeld gebracht.

### **Beleidsgevolg**

**Actief volgen van de ontwikkelingen op dit punt. Zodra de handhavingsstrategie beschikbaar is, zal deze worden gedeeld in de klankbordgroep en andere belanghebbenden als bewoners.**

**De mogelijkheid om klachten in de horeca te melden wordt als slecht ervaren, zowel door bewoners als ondernemers. Onderzocht zal worden of en op welke punten de klachtenbehandeling niet voldoet en hoe dat kan worden verbeterd.**

#### e. Procesversnelling

Om te komen tot deregulering en vermindering van administratieve lasten is landelijk besloten een Digitaal Ondernemersdossier in te richten. Dat dossier staat voor de branche open. Aanvragen of wijzigingen van de horecaverunningen kunnen via dit systeem snel en veilig worden ingediend en door betrokken partijen overheid en ondernemer worden beheerd. De ondernemer kan te allen tijde zien welke vergunningen er op zijn zaak van toepassing zijn en de actuele stand van zaken. De communicatie over de inhoud van het dossier verloopt nu soepeler en eenvoudiger. Wij zullen het gebruik van dit dossier komend jaar met de horecaondernemers evalueren. Daarnaast zijn alle processen in de behandeling geanalyseerd en ontdaan van dubbele activiteiten en meervoudige invoer. Alle behandelaars voeren hun informatie in in het zelfde systeem, waarover iedereen de

beschikking heeft. Alle informatie is direct toegankelijk. Resultaat is minder fouten en snellere afhandeling (Lean-procesbenadering).

#### 10. Relevante aspecten

##### *Winkelopeningstijden*

De feitelijke zondagopenstelling heeft voor de horeca een positief effect gehad op de omzetten. Genoemd worden plussen van 10 a 20% of nog hoger in het weekeinde. De gemeente is gestart met de evaluatie van de winkelopeningstijden en de effecten van de koopzondagen. In het najaar van 2015 was de evaluatie afgerond. Uitkomst daarvan was dat veel ondernemers voor continuering van de mogelijkheid tot zondagsopenstelling zijn. De gemeenteraad heeft daarop besloten de mogelijkheid tot zondagsopenstelling te faciliteren. Over het open mogen zijn op 2<sup>e</sup> kerstdag vindt aparte besluitvorming plaats in de eerste helft van 2016.

##### *Evenementen*

De georganiseerde evenementen worden afhankelijk van evenement en de plaats nogal verschillend ontvangen. Er zijn ondernemers, die de meerwaarde voor de stad erkennen en de bezoekersstromen die dergelijke evenementen oproepen hartelijk ontvangen. Op andere plaatsen vreest men omzetschade en wil men datzelfde evenement niet voor de deur.

Overleg over synergiemogelijkheden wordt meer en meer gevoerd. Sommige horecaondernemers zien daarbij ook een rol voor zich zelf. Anderen zien die rol niet en wijzen naar gemeente of organisator. Vroegtijdig overleg vanuit de gemeente kan helpen gevoeligheden tijdig te ontdekken.

Daarnaast is het wenselijk om vooral het tijdig aanleveren van de voor vergunningen noodzakelijke gegevens goed te communiceren. Anders kan een vergunningsverzoek niet met de nodige zorgvuldigheid worden behandeld. Vaak wordt hier met de nodige souplesse op gereageerd, maar dat is niet altijd mogelijk. De indruk bestaat dat veel aanvragers pas op een laat moment aandacht voor de vergunningsprocedure hebben en dan pas gaan indienen. Ook aan ondernemerskant moet duidelijk zijn, dat een vergunningsprocedure onderdeel uitmaakt van een goede organisatie van een evenement.

Steeds meer worden tijdens grote evenementen zogenaamde side-events door horecaondernemers georganiseerd. Deze leveren met regelmaat extra overlast op. De vraag is gerechtvaardigd of er stadsbreed moet worden gekeken naar de impact van side-events in relatie tot andere grotere events op datzelfde tijdstip. Dat kan betekenen dat er beperkingen of voorwaarden kunnen worden opgelegd aan deze side-events.

##### **Beleidswijziging**

**Onderzoek doen naar de impact van side-events in overleg met buurtnetwerken en ondernemersverenigingen. De resultaten daarvan verwerken in aanbevelingen voor het college.**

### *Horeca C en paracommercie*

Commerciële verkoop van horecagerelateerde producten rond evenementen komt meer en meer voor. Bijvoorbeeld bij gelegenheden als grootschalige inrichtingen met een bovenstedelijke functie, die naast horeca-activiteiten ook activiteiten ontplooiën op het gebied van cultuur (bijv. MECC, Maastricht Music Hal voorheen Platte Zaol, La Bonbonnière, Timmerfabriek en AINSI), die ook een nachtelijke component kennen.

Het 'oude' idee van een 'cultuurtempel sec' is niet meer van deze tijd. We zien dat culturele instellingen steeds meer (moeten) inspelen op een breder pakket, willen zij aantrekkelijk blijven voor de huidige consument. Het service-aanbod is dus verruimd. De combinatie van museumbezoek met een maaltijd in het museumrestaurant, na in de museumwinkel geshopt te hebben, is steeds vanzelfsprekender.

Culturele instellingen stellen zich, in het kader van die klantenbinding en als ontmoetingsplaats, ook steeds breder op: het Rijksmuseum verzorgt een diner van buitenlandse staatshoofden in de Nachtwachtzaal, in het Theater aan het Vrijthof kun je trouwen, de Amsterdamse Schouwburg is sinds jaren gastheer van het jaarlijkse Nationale Boekenbal en vanuit datzelfde theater kun je begraven worden.

De noodzaak, om zich uitdrukkelijk te richten op nieuwe publieksgroepen, wordt steeds urgenter, wil de culturele wereld het contact met toekomstige generaties niet verliezen. Jongeren vragen (in de bestaande culturele instellingen) een op maat gesneden aanbod in een eigentijdse ambiance. Opvallend is dat in Maastricht (en dat is niet vreemd voor een onderwijsstad) geïnvesteerd wordt in jongerencultuur en in culturele instellingen, die zich voor een groot deel op jongeren richten. Het huidige college van B&W heeft daarvan een speerpunt gemaakt. Het is evident dat, willen deze culturele instellingen succesvol zijn en attractief voor een internationaal samengesteld publiek, ze zich op een eigentijdse wijze moeten kunnen presenteren in een breed aanbod van services met kunst en cultuur (uiteraard) als 'hoofdschotel'.

Er ontstaan dus andere verdienmodellen. We wezen hiervoor al op een bredere serviceopstelling. De eerder ingezette trend van een breed service-aanbod wordt daarom steeds meer 'uitgebuut'. Culturele instellingen komen daarbij steeds dichterbij het Amerikaanse model, waarbij culturele instellingen – mede met hulp van een aantal grote sponsors – 'hun eigen broek ophouden' door zich te begeven op de 'para-commerciële' markt.

Daarmee ontstaat een aparte bestemmingsaanduiding Horeca C ofwel horeca in een culturele instelling. In die situaties speelt de horeca-activiteit zich hoofdzakelijk af gedurende de uren dat de culturele instelling geopend is voor het culturele doel. Bijvoorbeeld gedurende de voorstelling en in de pauze(s) en eventueel aansluitend nog een beperkte periode.

Voor het gebied Sphinx-kwartier (de Timmerfabriek, Muziekgieterij, Lumiere e.a.) geldt bovenstaande niet. Omdat het plangebied Timmerfabriek zich moet ontwikkelen tot een publieksaantrekkende internationaal georiënteerde culturele hotspot, wordt hier ingezet op commerciële horecavergunningen. Duidelijk moet zijn dat de nagestreefde normale horeca-exploitatie en de verstrekte subsidies geen relatie met elkaar hebben.

### *Paracommercie*

Hiermee worden horeca-activiteiten aangeduid, die zich voornamelijk afspelen rond sportvelden of verenigingslokalen en buurthuizen. Men dient daarvoor een drank- en horecaverunning aan te vragen voor paracommerciële instellingen. Daarin wordt geregeld aan welke eisen de ondernemer/onderneming moet voldoen om alcohol te mogen schenken. De horeca-activiteiten dienen te passen binnen de statutaire doelstellingen van de instelling of vereniging. Feesten van particuliere aard zijn daar in algemene zin verboden op basis van de hiervoor geldende verordening.

### *Sluitingstijden*

In Maastricht wordt gewerkt met vaste sluitingstijden. Inrichtingen met een permanente nachtontheffing hebben een toestemming van de burgemeester om van deze sluitingstijd af te wijken (zie ook onder 'Nachtzaken').

Op zondag- tot en met donderdagnacht is de sluitingstijd van inrichtingen uiterlijk om 02.00 uur. Op vrijdag- en zaterdagnacht is dit tijdstip 03.00 uur.

In juli 2013 is een proef gestart om een rustig en beheersbaar vertrek van bezoekers in het uitgaansgebied verdergaand te waarborgen. Deze proef is tweeledig.

Op de eerste plaats is besloten het 'uitlooptje' voor de nachtzaken te verkorten naar een half uur. Nachtzaken die tot 06:00 uur geopend mogen zijn hadden als voorwaarde dat van 05.00 uur tot 06.00 uur geen nieuwe klanten mochten worden toegelaten.

In de praktijk blijkt dat rond 05.00 uur de meeste horecabezoekers zich opmaken om huiswaarts te keren. Een kleine groep bezoekers 'zwerft' daarna nog door het centrum om te zien in welke zaak nog het meest te doen is. Door het voor deze groep mogelijk te maken om tot half zes een nachtzaak in te komen, wordt deze groep (in tijd) gescheiden van de grote groep die rond 05.00 uur huiswaarts keert. Dat draagt bij aan een rustiger en beter beheersbaar vertrek van bezoekers in het uitgaansgebied.

Verder is bij wijze van proef het gebied waarbinnen de droge horeca langer geopend mocht zijn vergroot. Waar eerst slechts de droge horeca binnen het horecaconcentratiegebied (ruwweg Vrijthof, Markt en Kesselskade) een half uur langer geopend mocht zijn, is dat in de proef uitgebreid naar alle droge horeca binnen de singels (dit gebied wordt globaal begrensd door de binnenkant van de singels. Het gebied tussen de Wilhelminasingel en het Station en een deel van de Spoorweglaan wordt eveneens tot dit gebied gerekend).

Ook buiten het horecaconcentratiegebied zijn horeca hotspots ontstaan (bv. Platielstraat/St. Amorsplein, Wyck). Ook op deze plekken is de mogelijkheid ontstaan om na sluitingstijd iets te eten, en hoeven de bezoekers niet meer allemaal naar dezelfde plekken in het centrum. Door deze grotere spreiding van de bezoekers is er ook minder kans op confrontaties. Ook dit draagt bij aan een rustiger en beter beheersbaar vertrek van de bezoekers in het gehele uitgaansgebied.

Na een periode van ruim een jaar is beoordeeld of de proef het gewenste effect heeft gehad. Daartoe hebben gesprekken plaatsgevonden met o.a. ondernemers, bewoners en studenten (vertegenwoordigd in o.a. het nachtzakenoverleg en de klankbordgroep horeca) en Koninklijke Horeca Nederland. Daarnaast is met name de politie gevraagd naar hun ervaringen tijdens deze proef.

De proef is over de gehele linie als positief beoordeeld. De maatregelen die in de proef zijn getroffen hebben in elk geval niet geleid tot meer overlast en klachten en uitgaansgeweld, maar dragen bij aan een beheersbaar vertrek van bezoekers in het uitgaansgebied. Vandaar dat de maatregelen definitief zijn ingevoerd.

De burgemeester heeft de bevoegdheid om in geval van bijzondere festiviteiten tijdelijk een collectieve ontheffing te verlenen van het reguliere sluitingsuur. In Maastricht zijn de laatste jaren de carnavalszondag- en -maandagnacht en de nacht van oud en nieuw collectief vastgesteld.

### **Beleidsgevolg**

**In de APV is nog geen bevoegdheid opgenomen om incidenteel of per inrichting ontheffing te kunnen verlenen van de genoemde sluitingstijden. Met de vaststelling van deze nota zijn bovengenoemde beleidskeuzen vastgelegd. Formele aanpassing van de APV volgt na de vaststelling.**

### *Nachtzaken*

In het vorige beleid was ruimte voor uitbreiding van het aantal nachtzaken in de horecaconcentratiegebieden. Deze uitbreidingsmogelijkheid blijft in het nieuwe beleid aanwezig met een maximum van 16 nachtzaken (excl. studentensociëteiten) in het horecaconcentratiegebied. Er zijn 12 vergunningen actief. In het nieuwe beleid wordt ook de mogelijkheid geboden voor vestiging van grootschalige horeca (bv. discotheken) bij de entrees van de stad.

Met de ondernemers van nachtzaken wordt regelmatig overlegd over maatregelen ter bescherming van de veiligheid, sluitingstijden en toezicht.

Gelet op de recente ontwikkelingen wordt aanpassing van het nachtzakenregime overwogen. Als dat leidt tot wijzigingen, zal deze nota worden aangepast.

### *Studentensociëteiten*

De gemeente Maastricht wil graag een studentenstad zijn. Maastricht zal dan ook faciliteiten moeten bieden aan de studenten om haar positie als aantrekkelijke studentenstad te handhaven.

Voor wat betreft de sluitingstijden van de studentensociëteiten sluit de gemeente Maastricht aan bij de andere horecAZaken. Een drietal sociëteiten bezit een nachtvergunning. Met de Internationale Studentclub wordt momenteel gezocht naar een locatie waar zij hun activiteiten kunnen uitoefenen met een nachtvergunning. Afwijkend t.a.v. het nachtzakenbeleid is de situering van de sociëteiten. Deze kunnen ook buiten de horecaconcentratiegebieden gelegen zijn.

Voor nieuwe aanvragen zal per locatie worden onderzocht of vestiging mogelijk is, waarbij de voorkeur uit gaat naar de horecaconcentratiegebieden of de perifere gebieden waar wonen

niet de hoofdfunctie is. Bij een dergelijke aanvraag wordt een zorgvuldige afweging van belangen gemaakt en worden voorwaarden opgelegd die mogelijke overlast tot een minimum beperken.

#### *Geluid in de horeca*

Wat betreft het (muziek)geluid in horeca-inrichtingen kan het college van B&W een aantal collectieve dagen vaststellen dat mag worden afgeweken van de normaal voor inrichtingen geldende geluidsvoorwaarden. Dit betekent dat tijdens zo'n collectief aangewezen dag onder bepaalde voorwaarden (bijv. gesloten houden van ramen en deuren) beperkte geluidsoverlast naar de omgeving mag worden veroorzaakt. E.e.a. is geregeld in een verordening gebaseerd op de milieuregelgeving (Besluit Algemene regels voor inrichtingen milieubeheer / BARIM).

Vanaf 2014 is het aantal vastgestelde collectieve dagen voor de horeca in de Binnenstad 8 (binnen de singels) , voor Wijk 11 (binnen de singels) en voor de overige delen van de stad 6. Naast de collectief aangewezen ontheffingsdagen voor geluid hebben ondernemers nog de mogelijkheid om individueel een aantal incidentele festiviteiten (maximaal 12 per jaar) in hun zaak te organiseren. Tijdens zo'n festiviteit mag de inrichting evenals bij een collectieve dag afwijken van de normaal voor de inrichting geldende geluidsvoorwaarden. Aanvullende voorwaarden die aan een melding incidentele festiviteit verbonden zijn:

- dat minimaal 5 werkdagen voorafgaand aan de festiviteit een schriftelijke of digitale melding, via het ondernemersdossier, bij de gemeente gedaan wordt;
- dat 1 maal per jaar maximaal twee dagen achter elkaar een individuele melding mag worden gedaan;
- dat de ramen en deuren van de horecagelegenheid tijdens de incidentele en collectieve festiviteiten gesloten blijven (behalve tijdens de collectieve festiviteiten die voor de carnavalsperiode zijn afgegeven) ;
- dat de directe omgeving van de horecagelegenheid minimaal vijf dagen voorafgaand aan een incidentele festiviteit schriftelijk op de hoogte wordt gesteld van deze festiviteit. Het begrip "directe omgeving" is bewust gebruikt. Hier is geen sprake van wiskunde. Bij de horecaondernemer en bewoner moet een gevoel ontstaan hoe ver de impact van een specifieke horecavestiging reikt. Daarop moet de berichtgeving worden afgestemd;
- dat omwonenden naast de ondernemers en de handhaving een eigen verantwoordelijkheid hebben en zich actief kunnen melden bij in hun buurt gevestigde horecagelegenheden. Niet op elkaar gaan zitten wachten!! Daarbij dienen de verantwoordelijkheden van alle partijen helder te zijn.

Uit een oogpunt van uniformiteit van regelgeving en maximale flexibiliteit voor ondernemers wordt voorgesteld om alle horecabedrijven in de stad te laten beschikken over 12 incidentele ontheffingsmogelijkheden. Dat betekent feitelijk dat er zes dagen overblijven voor collectieve festiviteiten.

Daarvoor dient de Verordening te worden aangepast zodat deze in overeenstemming wordt gebracht met vorengenoemd beleidsvoorstel. Het onderscheid tussen de binnenstad en de

rest van Maastricht, zoals dat nu nog in de Verordening staat, komt daarmee te vervallen en alle inrichtingen kunnen dan beschikken over 12 incidentele ontheffingen.

Omdat het totaal aantal ontheffingsmogelijkheden gelijk blijft zal de overlast voor omwonenden van horecagelegenheden naar verwachting niet toenemen. Uiteraard zal hierop worden toegezien.

Momenteel heeft elke horecaondernemer de mogelijkheid een Ondernemingsdossier voor zijn zaak aan te maken. Via dit (digitale) dossier kan hij zijn incidentele festiviteiten bij de gemeente melden en kan hij ook andere voor zijn zaak relevante vergunningen digitaal aanvragen. Een aantal administratieve lasten voor ondernemers wordt hierdoor verder verlaagd.

### **Formele aanpassing van de desbetreffende verordening volgt na vaststelling van deze nota.**

#### *Jeugd en alcohol*

Het beleid is erop gericht alcoholgebruik onder jongeren onder de 18 jaar te ontmoedigen. Meerdere onderzoeken geven aan, dat alcoholgebruik hersenschade kan opleveren, vooral als die hersenen nog in de groei zijn. Daarom heeft een aantal Zuid-Limburgse gemeenten de handen ineen geslagen en een integraal beleidsplan opgesteld.

De Zuid-Limburgse jeugd begint op zeer jonge leeftijd met het drinken van het eerste glas alcohol. Uit onderzoek in 2013 onder 13-14 jarigen bleek dat de beginleeftijd (het eerste glas alcohol) gemiddeld ligt op 11,1 jaar. Landelijk is dit 11,8 jaar (figuur 1). Sinds 2005 is er wel een lichte daling te zien in het drinkgedrag van jongeren, maar een beginleeftijd van 11,1 jaar ligt nog steeds erg ver af van de nieuwe norm van 18 jaar. Uit onderzoek blijkt verder dat jongeren na de eerste kennismaking met alcohol gemiddeld binnen 1,5 jaar voor de eerste keer dronken zijn (Zwart e.a., 2000). Jongeren drinken jong en veel. Van de 13-jarigen heeft in 2013 bijna 16% de afgelopen vier weken alcohol gedronken. Jongeren van het VMBO drinken vaker alcohol dan jongeren van de Havo/VWO. Indien er alcohol gedronken wordt drinkt 11% zelfs meer dan vijf glazen per gelegenheid. We spreken dan van "binge drinking". Bij de 15-jarigen is dit respectievelijk 52% en 33%. Binge drinkers zijn vaker geneigd tot experimenteergedrag in vergelijking met jongeren die niet (binge) drinken.

#### Gevolgen van op jonge leeftijd veel drinken

Alcoholgebruik kan ongunstig zijn voor de ontwikkeling van de hersenstructuren. Als er in de puberjaren veel wordt gedronken (veel alcohol in korte tijd) ontwikkelt het brein zich minder goed. Dit geldt met name voor de frontale cortex, waardoor functies zoals geheugen, leer- en concentratievermogen zich minder goed ontwikkelen. Door op jonge leeftijd al met alcohol te beginnen wordt de kans op problematisch drinken en afhankelijkheid op latere leeftijd verviervoudigd (Gilligan 2012). Onderzoek laat zien dat er een causaal verband is tussen alcoholgebruik op 16-jarige leeftijd en agressief gedrag vijf tot tien jaar later. Dit verband bleek sterker naarmate er op 16-jarige leeftijd meer alcohol werd gedronken (Memorie van toelichting DHW, 2011-2012, 33 341, nr.3). Overmatig alcoholgebruik vergroot de kans op verkeersongevallen, letselschade, geweld, spijbelen en vroegtijdig schoolverlaten. Alcohol

speelt een rol in 8,7% van de door de politie geregistreerde incidenten met jongeren. Ook vergroot alcohol de kans op seksueel geweld en onveilig vrijen. (SENSE, GGDZL, 2012).

#### Integrale aanpak

De samenwerkende gemeenten hebben gekozen voor een integrale aanpak van preventie en handhaving. Men streeft naar bewustwording van alcoholgebruik bij jongeren en vermindering van de beschikbaarheid van alcoholhoudende drank. Handhaving is daarbij aanvullend aan preventie.

Wat betekent deze aanpak voor de horeca? De horeca moet vooral de deur open blijven houden voor de groep 16 tot 18 jarigen. Een horecagelegenheid of het op stap gaan moet niet synoniem zijn met alcoholgebruik. In die omgeving moet een 18 minner iets kunnen drinken, zonder alcohol. Daarnaast worden initiatieven als Nix onder 18 ook toegejuicht. Het is belangrijk om dergelijke activiteiten te blijven steunen. Het zou aanbevelenswaardig zijn als de reguliere horeca meer alcoholvrije evenementen zou organiseren voor de groep 18 minners.

#### *Toegankelijkheid voor mensen met een beperking*

Voor mensen met een beperking moeten de horecagelegenheden natuurlijk zoveel als mogelijk is toegankelijk zijn. Dat is nu niet altijd het geval. Zowel de ingangen als de toiletvoorzieningen vormen soms onoverkomelijke hindernissen. Samen met de werkgroep toegankelijkheid zal de gemeente bezien welke mogelijkheden er zijn om die toegankelijkheid daadwerkelijk te verbeteren. De website [www.ongehinderd.nl](http://www.ongehinderd.nl) kan daarvoor het platform zijn.

#### *Duurzaamheid*

Dit staat bij de gemeente hoog in het vaandel. De ambitie van Maastricht is om in 2030 klimaatneutraal te zijn. Dit kan worden bereikt door reductie van de uitstoot van broeikasgassen, over te stappen op het gebruik van duurzame energiebronnen en compensatie van de resterende uitstoot.

In het terrassenbeleid is hieraan inhoud te geven door vrijstaande verwarming (gaspaddestoelen) niet toe te staan en vooral gebruik van elektrische of infrarood verwarming te bevorderen. Daarbij wordt gebruik van groene stroom en het inzetten van bewegingsmelders of aan- en uitschakeling sterk aanbevolen.

Daarnaast blijven we met de horecaondernemers in overleg om te bezien waar energietechnisch nog winst valt te behalen. Dat kan bijvoorbeeld door aan te sluiten bij het Greenkey-principe. Dat is een internationaal kenmerk voor duurzame bedrijven in de recreatie en vrijetijdsbranche. Bedrijven met een Green Key keurmerk doen er alles aan om het milieu te sparen, zonder dat hun gasten inleveren op comfort en kwaliteit. Zij gaan daarbij een stap verder dan de normale wet- en regelgeving vereist. Zo zal een Green Key accommodatie altijd zuinig omgaan met energie en water. Denk hierbij aan het gebruik van zonnepanelen, spaarlampen, lichtsensoren en timers voor airconditioning en verwarming. Er wordt niet meer gewassen dan nodig is en er worden bijvoorbeeld milieuvriendelijke



schoonmaakmiddelen gebruikt. En dit allemaal met een bijzondere aandacht die niet alleen uw comfortgevoel bevordert, maar dus ook de status van natuur en milieu.

In het uitwerkingsplan Maastrichts Energie Akkoord is besloten om via vijf verschillende actielijnen samen met de samenleving acties te ontwikkelen. In de actielijn industrie wordt in de uitwerking MKB meegenomen en dus ook de horeca. Afhankelijk van de resultaten van de inventarisatie van kansen en mogelijkheden, die momenteel plaatsvindt en samen met de doelgroep wordt gemaakt, wordt een mogelijk ontwikkeltraject energietransitie voor deze doelgroep ingezet.

*Bijlagen*

B-1 Terrassenbeleid 2015 (bijgevoegd)

B-2 Hotelbeleid (bijgevoegd)

B-3 Kaartbeeld uit Visie op de Binnenstad (bijgevoegd)

B-4 Tabel Karakterisering buurten uit Visie op de Binnenstad

B-5 Procedure aanvraag nieuwe horecavestiging

B-6 Begrippenlijst Horeca

B-7 Handboek uitvoering horecabeleid (volgt na vaststelling beleid door gemeenteraad)

**B-4 Karakterisering buurten vgl. Visie op de Binnenstad**

Buurt	globaal gebied	sfeer	fysieke ruimte	functies	Streefbeeld en typologie horeca
1 Hartje binnenstad	hart binnenstad-west	levendigheid, gezelligheid, sfeervol, kleurrijk	grote en kleine schaal, historie (Middeleeuwen en Vroegmodern)	winkel- en uitgaansgebied, wonen op de verdiepingen	Droog en nat, eten met drinken, proeflokaal, veel "moet kunnen" retailondersteunend,
2 Binnenstad zuidwest	binnenstad zuidwest, o.a. delen van Jekerkwartier en Kommelkwartier	"Urban campus": rustig, dromerig, sfeervol, onderwijs met bijbehorende levendigheid	historie	instituten, wonen, studenten	Kleinschalig, zeer beperkt ruimte voor meer zaken, toets uniciteit concept, overleg bewoners en ondernemers
3. Bassin/Sphinx	Bassin, Sphinx, Timmerfabriek, Boschstraat-Noord	dynamisch, ruw, robuust, onaf, kansrijk voor innovatie en ontwikkeling	grote schaal, historie 19e eeuw, industrie, water	cultuur, leisure, horeca, creatieve en innovatieve ambachtelijkheid, plaatselijk wonen op verdiepingen	Accent op eten en drinken, aparte concepten in/op aparte locaties, grootschaliger, muziekcentrum met nachtvergunning, poppodium
4. Wyck-Rechtstraat-kwartier	Rechtstraat, Stenenwal, Cörversplein, Oeverwal	aanloopmilieu	kleine schaal, historie (Middeleeuwen en 19e /20e eeuw)	winkels, horeca, wonen op verdiepingen	Droog en nat, eten met drinken, proeflokaal, veel "moet kunnen" retailondersteunend
5. Wyck-Singelkwartier	Wyck ten oosten en westen van de Wilhelminasingel	rustig	straten en bomenlanen	wonen met bedrijven en kantoren	Kleinschalig, zeer beperkt ruimte voor meer zaken, toets uniciteit concept, overleg bewoners en ondernemers
6. Percée	Wycker Brugstraat, Stationstraat en Stationsplein	statisch, levendigheid, gezelligheid, sfeervol, kleurrijk	kleine en grote schaal, 19e eeuw	winkels, horeca, wonen op verdiepingen	Droog en nat, eten met drinken, proeflokaal, veel "moet kunnen" retailondersteunend
7. Plein 1992	omgeving Plein 1992	modern, levendig	grote schaal, architectuur	ontmoetingsplek, horeca, buurtwinkels, wonen	Droog en nat, eten met drinken, lunch proeflokaal, veel "moet kunnen", zakelijk
8. Avenue Céramique	Avenue Céramique	stedelijk, modern-monumentaal, voortzetting Wilhelminasingel	grote schaal, architectuur	mix van kantoren, cultuur en wonen	Kleinschalig, zeer beperkt ruimte voor meer zaken, toets uniciteit concept, overleg bewoners en ondernemers
9. Maas	Maas en westoever	verblijfsgebied met stedelijk waterplein	rivier, oevers, kades, groen	recreatie en verblijf, horeca	Stedelijk schaal, binnen en buiten, eten, terrassen

*B-5 Procedure aanvraag nieuwe horecavestiging*

Als het nieuwe horecabeleid is vastgesteld zal het worden toegepast bij wijzigingen in het concept en bij nieuwe horecaconcepten.

Vooraf:

- Er wordt getoetst aan het nieuwe horecabeleid en het vigerende bestemmingsplan;
- De toetsing vindt plaats door de ambtelijke toetsgroep horeca (samenstelling op basis van nader te bepalen competenties. Deze toetsgroep toetst uitsluitend het aspect horeca (met name de toets of het horecaconcept of wijziging past in de omgeving);
- Er wordt een profiel gemaakt van een wijk of straat door de gemeente in nauw overleg met de buurtkaders en de aanwezige horeca. In het profiel wordt per categorie horeca aangegeven of er mogelijkheden zijn voor uitbreiding in de betreffende categorie. Er wordt ook een inzicht gegeven in de aanwezige horeca (zie fictief voorbeeld van de Sint Pieterstraat). De profielschets zal uiteindelijk door het college van burgemeester en wethouders worden vastgesteld. De profielschets wordt met regelmaat herzien zeker als er veel bewegingen zijn geweest in het horecalandschap.

## Sint Pieterstraat

Type horeca	Cat	Toelichting	Aanwezig	Mogelijk	Toelichting
Discotheek	4	≥ 200 bezoeker			
Dancing	4	≤ 199 bezoekers			
Poppodium	4	grootschalig			
Theater	4	Publiekstrekend			
Congres	4	Publiekstrekend			
Café	3	+ Live + terras	2		
Café	3	+ Live			
Café	3	+ Terras	1		
Café	3				
Restaurant	3	+ Terras	3		
Restaurant	3		1	X	
Fastfood	3	Met DHW			
Restaurant	2	Zonder DHW		X	
Lunchroom	2		1	X	
Fastfood	2	Frituur, grilroom	1		
Broodjes	2			X	
Koffiebar	2			X	
Winkel	1	Winkelondersteunend		X	
Frituur	0	Detailhandel			
Broodjes	0	Detailhandel		X	
Overig	0	Detailhandel		X	

Welke aanvragen kunnen tot de gemeente worden gericht?

1. Aanvraag voor wijziging bestaande horecazaak
2. Aanvraag voor nieuw initiatief in een bestaande horecazaak
3. Aanvraag voor nieuw initiatief in een niet horecapand

Ad 1.

Een aanvraag voor het wijzigen van een bestaande horecazaak zal in de praktijk weinig problemen opleveren. Zeker als de aanvraag is gericht op een soortgelijke bedrijfsvoering of een bedrijfsvoering die tot minder overlast leidt voor de omgeving (bijv. het omzetten van een café naar een restaurant). Leidt het verzoek echter tot een verzwaring van de belasting voor de omgeving dan zal de profielschets uitwijzen of deze uitbreiding gewenst is. Hetzelfde geldt wanneer een café wil overgaan tot een andere bedrijfsvoering (bijv. een terras wil toevoegen). Als uit de profielschets blijkt dat de categorie niet gewenst is in de omgeving zal de toetsing zwaarder zijn en het verzoek wellicht worden afgewezen. De omgeving zal daarbij worden betrokken.

Ad 2.

Een aanvraag voor een nieuw initiatief in een bestaande horecazaak zal meestal ook niet tot problemen leiden, behalve als daarmee de belasting voor de omgeving wordt vergroot. De profielschets geeft aan wat er gewenst is in de straat of wijk. Zo zal in een straat waar geen cafés gewenst zijn het omzetten van een restaurantfunctie naar een caféfunctie niet gemakkelijk te realiseren zijn. Als er echter sprake is van een bijzonder concept kan van deze regel worden afgeweken. Een uitzondering hierop zijn horecavestigingen in de zogenaamde horecaconcentratiegebieden. In deze gebieden is elke vorm van horeca toegestaan ook op de verdiepingen en kelders (binnen de overige van toepassing zijnde regelgeving).

In de overige delen van Maastricht zijn alleen nevenfuncties zoals garderobe, vergaderlocatie, keuken, toiletten en opslag toegestaan.

Ad 3.

Een aanvraag voor een nieuw initiatief in een niet horecapand ligt moeilijker. In principe zal de aanvrager een leegstaand bestaand horecapand moeten zoeken. Uitgangspunt is dat het horeca-aanbod van Maastricht totaal niet wordt uitgebreid maar wordt verbeterd binnen de aanwezige sector. Alleen een nieuw verzoek met een bijzonder gewild concept maakt een kans in een niet-horecapand. De profielschets is hierbij wederom het uitgangspunt. Past het initiatief in het profiel, is het concept vernieuwend en een aanwinst voor de stad én past het initiatief op deze plaats dan kan in principe worden meegewerkt aan het initiatief. Is het initiatief niet vernieuwend dan zal worden verwezen naar een andere plek in de stad in een bestaand horecapand. Past het initiatief niet in het profiel dan kan worden gekeken naar panden in wijken of straten waar dit wel past in het profiel. Past het initiatief niet in het pand dan wordt eveneens gezocht naar andere mogelijkheden.

Indien een initiatief gewenst is (we willen het initiatief een kans geven in de stad) en dit niet in het profiel past, dan wordt met de buurt overlegd of en onder welke voorwaarden dit initiatief een kans maakt. De buurt kan dan meegeven of het initiatief uit het oogpunt van de buurt gewenst is óf dat medewerking kan worden verleend onder bepaalde voorwaarden (geen terras, vervroegde sluitingstijd). Het is dan vervolgens aan het college om af te wijken van de regels (via MT).

De toetsing zal het moeilijkste worden op het aspect vernieuwend, gewild in het geval het een niet bestaand horecapand betreft. Waar wordt dan aan getoetst:

- Unicitéit : Hebben we dit al in de stad of zijn er al te veel?
- Gewild : Is er behoefte aan in de stad (bijv. voor studenten)?
- Kwaliteit : Stijgt de kwaliteit van het aanbod (bijv. verzoek van een sterrenkok)?
- Bijzonder: Trekt het initiatief nieuwe bezoekers aan?

De werkwijze wordt na 1 jaar geëvalueerd en waar nodig aangepast.

*B-6 Begrippenlijst Horecabeleid 2016-2019*

Uit onze bestemmingsplannen (aangepast)

horeca categorie 1

een detailhandel die qua exploitatievorm aansluit bij winkelvoorzieningen en waar voor maximaal 25% van het vloeroppervlak overwegend niet ter plaatse bereide kleinere etenswaren en niet alcoholische drank wordt verstrekt, zonder terrasvoorziening;

horeca categorie 2

een inrichting die geheel of in overwegende mate gericht is op het verstrekken van maaltijden of etenswaren die ter plaatse genuttigd plegen te worden. Daaronder worden begrepen: cafetaria/snackbar, fastfood en broodjeszaken, lunchroom, konditorei, ijsalon/ijswinkel, koffie en/of theeschenkerij, afhaalcentrum, eetwinkels, restaurant (zonder alcohol).

horeca categorie 3

een inrichting die geheel of in overwegende mate gericht is op het verstrekken van (alcoholische) dranken voor consumptie ter plaatse, alsmede het verstrekken van maaltijden of etenswaren die ter plaatse genuttigd plegen te worden, alsmede (in sommige gevallen) de gelegenheid biedt tot dansen. Daaronder worden begrepen: café, bar, grand-café, eetcafé, danscafé, pubs, restaurant met alcohol, juice- en healthbar;

horeca categorie 4

een inrichting die geheel of in overwegende mate gericht is op het bieden van vermaak en ontspanning (niet zijnde een recreatieve voorziening) en/of het geven van gelegenheid tot de dansbeoefening, al dan niet met levende muziek en al dan niet met de verstrekking van dranken en kleine etenswaren.

Daaronder worden begrepen: discotheek/dancing, nachtcafé en een zalencentrum (met nachtvergunning);

horeca categorie 5

een inrichting die geheel of in overwegende mate is gericht op het verstrekken van nachtverblijf. Daaronder worden begrepen: hotel, motel, hostel, pension en overige logiesverstrekkers.

droge horeca

Een inrichting die geheel of overwegend gericht is op het verstrekken van maaltijden en dranken zonder alcohol. Er wordt geen onderscheid gemaakt tussen het al dan niet ter plaatse nuttigen. Voor deze vorm van horeca is een exploitatievergunning op basis van de Algemene plaatselijke Verordening vereist (zie categorie horeca 2).

natte horeca

Een inrichting die geheel of overwegend gericht is op het verstrekken van maaltijden en dranken met alcohol. Voor deze vorm van horeca is een Drank- en Horecawetvergunning op basis van de Drank- en Horecawet vereist (zie categorie horeca 3 en 4).

winkelondersteunende horeca

Een detailhandel die overwegend gericht is op de verkoop van non-food producten die ter plaatse genuttigd kunnen worden. Bij deze vorm van mag 25% van het totale winkelvloeroppervlak voor horeca worden gebruikt. Echter zonder terras, zonder alcohol en zonder reclame voor het horecadeel. Er is geen exploitatievergunning vereist (zie categorie horeca1).



*B-7 Handboek uitvoering horecabeleid*

In dit bijlagenboek worden alle regels betreffende de uitvoering van het horecabeleid op hoofdlijnen samengevat. De bedoeling ervan is dat de horecaondernemer snel een antwoord op een uitvoeringsvraagstuk kan vinden. Daarnaast worden links opgenomen naar relevante internetsites. Zo gezien wordt de bijlage beschouwd als een handboek voor de horecaondernemers

Dit bijlageboek is nog in bewerking, want is afhankelijk van de acceptatie van de beleidsvoorstellen die in deze horecanota zijn opgenomen.