Huis van de Stad

Meest geëigende horecaconcept met Programma van Eisen



** **CONCEPT** **

Natascha Boerkamp | Tom Rietveld | Iris Wagner | Ilse Donkervoort

17.1474
7 november 2017

HTC ADVIES
Foodservice & Hospitality

Inhoudsopgave

Inleiding 3

Conclusie 4

1. Conceptkaders 5
2. Marktanalyse 6
3. Concept 10
4. Beheervorm 14
5. Globale businesscase 15
6. Bijlagen 17

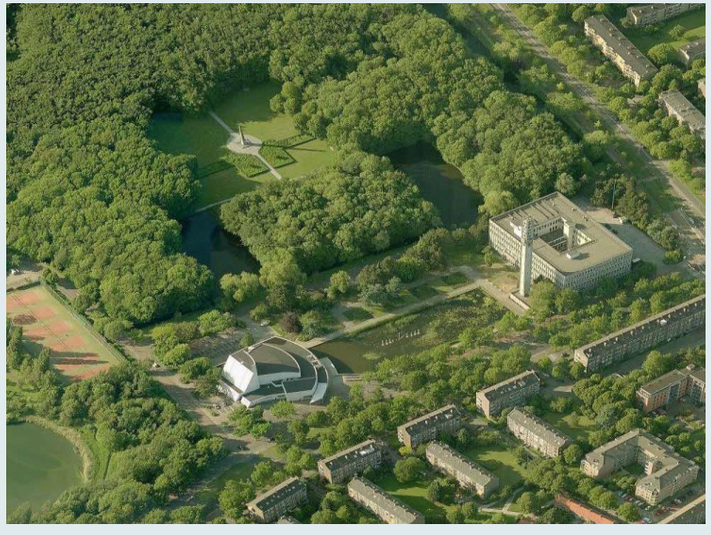
Inleiding

Introductie

In het oude stadhuis van Rijswijk komt per voorjaar 2021 het nieuwe Huis van de Stad. Hier kunnen gasten een bezoek brengen aan de gemeente, de bibliotheek, het Centrum voor de kunsten Trias, welzijnsorganisatie Welzijn Rijswijk en Sociaal Domein. De multifunctionele raadzaal/theaterzaal is uniek in Nederland. De horecavlek van circa 180 m^2 is gesitueerd op de begane grond en is verbonden met een café/bibliotheek van circa 250 m^2. Drie jaar later zal het ambtenarenapparaat zich op de etages 1, 2 en 3 vestigen.

De gemeente Rijswijk wenst een sterk merk van het Huis van de stad te bouwen en onderkent de cruciale rol van aantrekkelijke horeca hierin. Levendige centrale stadvoorzieningen in het Huis van de Stad zorgen voor verbinding van gebruikers, trekken bezoekers aan en verlengen de verblijfsduur van gasten.

De gemeente Rijswijk wenst een onderscheidend horecaconcept te realiseren binnen de mogelijkheden van het Huis van de Stad dat draagvlak heeft bij de toekomstige interne gebruikers en eventuele kansen uit de externe omgeving benut. Ook de beheervorm is relevant. De nabijgelegen schouwburg heeft al interesse getoond in exploitatie en/of samenwerking qua horeca.



Opdrachtformulering

Identificeer het meest geëigende horecaconcept inclusief Programma van Eisen voor het Huis van de Stad in Rijswijk.
Adviseer over de meest geëigende exploitatievorm en bepaal de bedrijfseconomische haalbaarheid voor dit concept.

Opbouw rapportage

Dit rapport start met de conclusie en samenvatting, waarin de resultaten van de opdracht kort en bondig zijn verwoord. In de daarna volgende hoofdstukken wordt ingegaan op de conceptkaders (hoofdstuk 1), de marktanalyse (hoofdstuk 2), het concept (hoofdstuk 3), de beheervorm (hoofdstuk 4) en de globale businesscase (hoofdstuk 5). In de bijlagen is achtergrondinformatie opgenomen.

Bronnen

Er is voor deze rapportage gebruik gemaakt van door betrokken partijen verstrekte informatie vanuit interviews en documenten. Tevens is gebruik gemaakt van (statistische) gegevens van onder andere SAMR, het Centraal Bureau voor Statistiek, Kenniscentrum Horeca, Koninklijk Horeca Nederland, de Kamer van Koophandel en de gemeente Rijswijk. Naast vertegenwoordigers van de betrokkenen partijen zijn ook lokale horecaondernemers geïnterviewd. Deze rapportage is daarnaast gebaseerd op bij HTC Advies (verder te noemen als HTC) beschikbare gegevens en kennis inzake soortgelijke vraagstukken.



Conclusie

Het meest geëigende horecaconcept voor het Huis van de Stad te Rijswijk is een laagdrempelig, eigentijds en duurzaam ontmoetingscafé dat wordt uitbesteed aan een professionele, ideëel georiënteerde partij, zoals de naastgelegen schouwburg. Het concept draait om verbinding en richt zich voornamelijk op de interne markt.

1. Conceptkaders

Gezamenlijke partijen beogen met het Huis van de Stad een sterk en gastvrij merk te maken van het monumentale voormalige gemeentehuis aan de Generaal Spoorlaan.

2. Marktanalyse

In de huidige marktsituatie worden de kansen voor een horecaconcept in het Huis van de Stad als matig tot voldoende beoordeeld. Een onderscheidend horecaconcept dat zich richt op verbinding van de interne markt is kansrijker dan een commercieel concept dat zich richt op de beperkte en moeilijke externe markt.

- De decentrale vestigingslocatie zonder passanten wordt als matig tot voldoende beoordeeld. Het pand is groots, maar weinig uitnodigend.
- Het verzorgingsgebied is voldoende groot. Rijswijk telt circa 50.000 inwoners.
- De vraag komt vooral uit de interne markt ofwel medewerkers en bezoekers. De externe markt is minimaal door de nabijheid van veelkleurige buren Den Haag en Delft. De zakelijke markt is voldoende en biedt voornamelijk lunchkansen.
- Het aanbod in de horeca is weinig onderscheidend. Er is geen horecacultuur.
- De dominante leefstijlen ‘Rustig Groen’ en ‘Ingetogen Aqua’ vormen een goede basis voor het ontwikkelen van een cultureel concept.
- Qua trends zijn ‘duurzaamheid’ en ‘third placing’ relevante conceptbepalers.
- Best practices zijn Chocoladefabriek Gouda, Mediatheek Delft en Rozet Arnhem.
- De SWOT laat zien dat de sterkte van samenwerkende partners de zwaktes van de locatie onvoldoende compenseert om een aantrekkelijke horecalocatie voor de externe markt te zijn. De grootste marktkans van een third place wordt overschaduwd door bedreigingen van een Rijswijk zonder horecacultuur.

3. Concept

Het meest geëigende concept heeft in het hart een eigentijds ontmoetingscafé dat duurzaam verbindt.

- Kenmerken zijn een budgetneutrale exploitatie met een sterk groen lokaal merk en een laagdrempelig karakter, voornamelijk bedoeld voor de interne markt.
- In het horecahart op de begane grond bevindt zich het 300 m2 grote ontmoetingscafé in dagexploitatie met 155 zitplaatsen en terras.
- Horecafuncties elders zijn bar/banqueting bij raads/theaterzaal, vergaderruimtes en werkcafé; automaten in publiekshal, ouderplein en op etages; warme maaltijdbezorging in ontmoetingscentrum en banqueting binnen en buiten.

4. Beheervorm

De meest geëigende beheervorm is uitbesteden aan een ideëel georiënteerde partij.

- De situatie in eigen beheer nemen heeft een hoog risicoprofiel en vraagt om professionaliteit die bij de samenwerkende partijen niet voorhanden is. Bij uitbesteden is het risico beperkt en wordt professionaliteit ingekocht .
- De meest geëigende partij is een professionele, ideëel georiënteerde partij, zoals de naastgelegen schouwburg. Deze buurman is gericht op de verbinding en is een ervaren professionele horeca-exploitant.

5. Globale businesscase

Een bedrijfseconomisch verantwoorde exploitatie van de horeca is mogelijk.

- Op basis van het verwachte aantal interne gebruikers en bezoekers wordt de omzet in de eindsituatie ingeschat op jaarlijks circa € 500.000.
- De omzet-kostenstructuur mondt naar verwachting jaarlijks uit in een positief resultaat van circa € 50.000 ofwel 10% van de omzet.

Referentiebeeld



1. Conceptkaders

1.1 Doelstellingen, uitgangspunten en randvoorwaarden

Gezamenlijke partijen beogen van het Huis van de Stad een sterk en gastvrij merk te maken. De doelstellingen, uitgangspunten en randvoorwaarden zijn als volgt verwoord:

Doelstellingen

Kwalitatief

- Sterk merk bouwen van het Huis van de Stad
- Horeca een cruciale rol laten vervullen
- Het Rijswijk van Burgemeester Archibald Boogaardt laden: van 'Kijk' naar 'Doe' Groen

Financieel

- Budget neutrale exploitatie neerzetten
    - Huur om niet
    - Keuken voor rekening van de partijen
    - Inventaris en inrichting voor rekening van de ondernemer

Sociaal

- Maximaal doelgroepen blenden via ontmoeting en programmering
- Maatschappelijke doelen als toegepaste innovatie dienen
- Kwetsbare doelgroepen waar mogelijk betrekken, maar het sterke merk staat voorop
    - Mensen met een afstand tot de arbeidsmarkt inzetten, mensen zelf laten koken, vrijwilligerscentrale inzetten

Uitgangspunten

- Primair de interne markt bedienen
    - 60.000 jaarlijkse loketbezoekers
    - 133.000 jaarlijkse bibliotheekbezoekers
    - 3.000 wekelijkse Trias bezoekers (ca. 45 weken)
    - 350 werkplekken van gemeenteambtenaren
    - Van nu 200 naar straks 300 bruiloften jaarlijks met 80 bezoekers
    - 26 raadsvergaderingen op dinsdag en donderdag
    - 20 personen elke werkdag €5 warme maaltijd lunch in Ontmoetingscentrum
    - Sociaal domein (aanname: verwaarloosbaar aantal)
- Ruime openingstijden hanteren: vanaf 8.30 uur tot P.M.
- Commerciële horeca met gereduceerd tarief voor medewerkers
- Consumptie niet verplichten
- Laagdrempelig, betaalbaar en gelaagd concept neerzetten
    - Gratis slobberkoffie zelf pakken of automaten in de publiekshal
    - Automaten op de etages en op het ouderplein
    - Horecavoorziening met luxe koffie
    - Werkcafé
    - Banqueting bij de raadszaal en vergaderzalen
    - Mobiele catering tijdens evenementen op de terreinen en in de open lucht

Randvoorwaarden

- Vigerende wet- en regelgeving
    - Horecabestemmingswijziging naar categorie 2 aan te vragen
    - Geen marktverstoring en niet kannibaliseren op het huidige aanbod

1.2 Analyse van de huidige situatie

Het voormalige gemeentehuis van Rijswijk aan de Generaal Spoorlaan is gebouwd in 1967 naar een ontwerp van de Eindhovense architect J.C. van Buijtenen uit 1953-55. Het gemeentelijke monument is tot 2003 in gebruik geweest en gered van de sloop. Het gebouw wordt gekenmerkt door de klokkentoren met 47 klokken van 63,5 meter hoog en een grote generator. Het gebouw zelf is 64 bij 32 meter groot en 17,75 meter hoog en volledig met natuursteen bekleed. Dit is wellicht mogelijk gemaakt door de goede bouwconnecties van toenmalig burgemeester Archibald Bogaardt.

Samenwerkende partijen beogen gezamenlijk met het Huis van de Stad een nieuwe bestemming aan het gebouw te geven. Toekomstige gebouwbewoners zijn medewerkers en bezoekers van zijn:

- Gemeente Rijswijk
- Bibliotheek
- Centrum voor de kunsten Trias
- Welzijnsorganisatie Welzijn Rijswijk
- Sociaal Domein

In het voorlopig ontwerp van architect Inbo is een horecavlek opgenomen van 300 m^2. Ten aanzien van de uitwerking qua horeca valt een aantal zaken direct op:

- De routing van aangeleverde goederen. Deze vindt bij voorkeur dicht bij de keuken en opslag van de goederen plaats en niet door het gebouw heen. De huidige situering is ongewenst.
- De opslagruimte voor koeling, vriezer en droog magazijn ligt bij voorkeur zo dicht mogelijk bij de bereidingskeuken. De huidige situering is ongewenst.
- De routing van de keuken naar het terras, en de routing van drankenuitgifte naar het terras dient geen functies in de routing tegen te komen (zoals nu de Herenkamer). Een directe lijn naar het terras dient vrij te zijn van andere functies.
- Functies voor keuken en opslag bevinden zich bij voorkeur op 1 verdieping. Een horecalift leidt veelal tot operationele problemen en vertraging tijdens de exploitatie. Als het echt niet anders kan is iets beter dan niets.
- Het is nog niet met zekerheid te bepalen, maar de verwachting is dat er maximaal 8.000 m3/u afgezogen dient te worden. Dit betreft conventionele afzuigapparatuur, waarbij de oven uitgevoerd is met een recirculatiekap en de vaatwasmachine met een Warmte terugwininstallatie.
- De Raadszaal/theaterzaal dient te beschikken over een eenvoudige barfunctie met koelingen, water aan – en afvoer, en een volautomatische koffiemachine.



2. Marktanalyse

Samenvatting

In de huidige marktsituatie worden de kansen voor een horecaconcept in het Huis van de Stad als matig tot voldoende beoordeeld. Een onderscheidend horecaconcept dat zich richt op verbinding van de interne markt is kansrijker dan een commercieel concept dat zich richt op de beperkte en moeilijke externe markt.

- De decentrale vestigingslocatie zonder passanten wordt als matig tot voldoende beoordeeld. Het pand is groots, maar weinig uitnodigend.
- Het verzorgingsgebied is voldoende groot. Rijswijk telt circa 50.000 inwoners.
- De vraag komt vooral uit de interne markt ofwel medewerkers en bezoekers. De externe markt is minimaal door de nabijheid van veelkleurige buren Den Haag en Delft. De zakelijke markt is voldoende en biedt voornamelijk lunchkansen.
- Het aanbod in de horeca is weinig onderscheidend. Er is geen horecacultuur.
- De dominante leefstijlen 'Rustig Groen' en 'Ingetogen Aqua' vormen een goede basis voor het ontwikkelen van een cultureel concept.
- Qua trends zijn 'duurzaamheid' en 'third placing' relevante conceptbepalers.
- Best practices zijn Chocoladefabriek Gouda, Mediatheek Delft en Rozet Arnhem.
- De SWOT laat zien dat de sterkte van samenwerkende partners de zwaktes van de locatie onvoldoende compenseert om een aantrekkelijke horecalocatie voor de externe markt te zijn. De grootste marktkans van een third place wordt overschaduwd door bedreigingen van een Rijswijk zonder horecacultuur.



2.1 Deskresearch

Vestigingslocatie

HTC beoordeelt de vestigingslocatie als matig tot voldoende.

Geografische ligging
Het Huis van de Stad is gesitueerd in het noorden van de stad Rijswijk. Het pand ligt aan een doorgaande weg en aan de rand van het Rijswijkse bos. Dichtbij ligt een pleintje en een straat met een aantal kleinere winkeltjes. Daarnaast is het grote winkelcentrum De Bogaard 20 minuten lopen.

Bereikbaarheid
De bereikbaarheid met de auto en het OV is goed. De locatie is binnen 8 minuten bereikbaar met de auto vanaf de A4. Voor het pand bevindt zich een tramhalte en in de nabije omgeving is een busstation. Het treinstation van Rijswijk ligt op 15 minuten loopafstand.

Zichtbaarheid van het pand
Het pand ligt op een zichtlocatie en valt op door de omvang. Het pand is 64 bij 32 meter en 17,75 meter hoog. Daarnaast bevindt zich voor het pand een opvallende klokkentoren met 47 klokken van 63,5 meter hoog.

Passanten
Er is geen grote stroom van passanten langs het pand.

Parkeergelegenheid
In de directe omgeving is voldoende parkeergelegenheid.

Omgeving
De ligging aan het water en park is prettig. De Stadsschouwburg is een aantrekkelijke buurman.

Vraag interne markt

De interne markt van Het huis van de Stad bestaat uit medewerkers en bezoekers van:

- Gemeentehuis
- Bibliotheek
- Centrum voor de kunsten Trias
- Welzijnsorganisatie Welzijn Rijswijk
- Sociaal Domein

Kengetallen zijn:

- 60.000 jaarlijkse loketbezoekers
- 133.000 jaarlijkse bibliotheekbezoekers
- 3.000 wekelijkse Trias bezoekers (ca. 45 weken)
- 350 werkplekken van gemeenteambtenaren
- Van nu 200 naar straks 300 bruiloften jaarlijks met 80 bezoekers
- 26 raadsvergaderingen op dinsdag en donderdag
- 20 personen elke werkdag €5 warme maaltijd lunch in Ontmoetingscentrum
- Sociaal domein (aanname: verwaarloosbaar aantal)

Vraag externe markt

De externe marktvraag komt voort vanuit de particuliere, zakelijke en toeristische deelmarkten. De vraag vanuit de particuliere en zakelijke markt biedt de meeste aanknopingspunten. De vraag vanuit de toeristische markt is minimaal.

Particuliere markt

- De gemeente Rijswijk telt circa 50.000 inwoners en kent een hoge inwonerdichtheid.
- 26% van de inwoners valt in de leeftijdscategorie 30-49 jaar.
- Het inkomensniveau per inwoner ligt 6% hoger dan het landelijk gemiddelde.
- Het aantal eenpersoonshuishoudens ligt 7% hoger dan het landelijk gemiddelde.

Leefstijlen

Rijswijk wordt, meer dan in Zuid-Holland en in de rest van Nederland, gekenmerkt door de leefstijlen Rustig Groen en Ingetogen Aqua. Tevens is Gezellig Lime relatief veel aanwezig in Rijswijk.

<u>Rustig Groen</u>

- Kenmerken zijn rustig, nuchter en serieus.
- Eén- en tweepersoonshuishoudens in de hogere leeftijdsklassen zijn relatief oververtegenwoordigd.
- Vinden dat de huidige maatschappij erg verandert en dat het vroeger beter was.

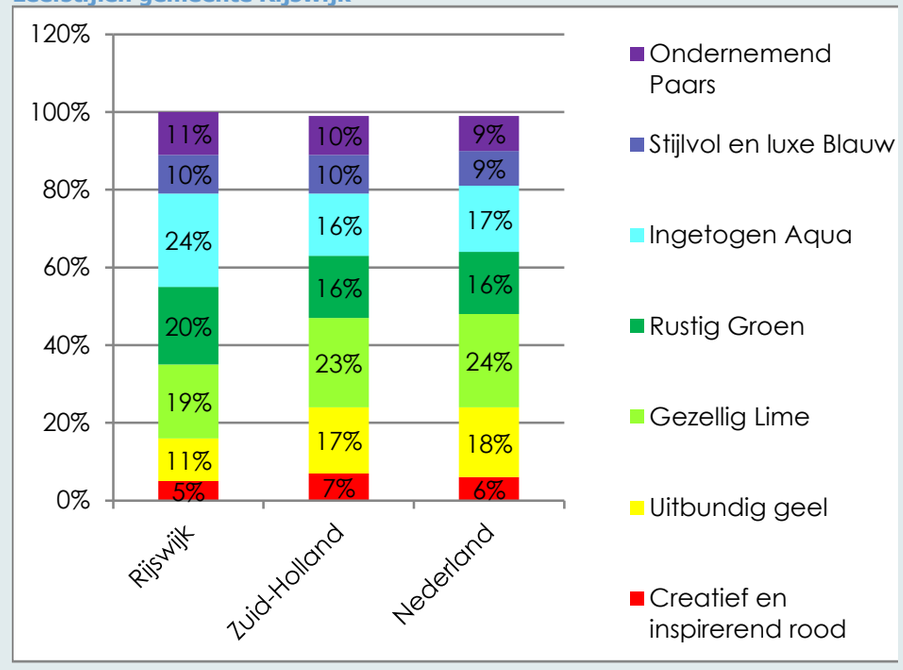
<u>Ingetogen Aqua</u>

- Kenmerken zijn bedachtzaam en op zoek naar verdieping.
- Ze zijn geïnteresseerd in de natuur en cultuur.
- Men houdt van inspirerende gerechten, streekproducten en vergeten groenten.

<u>Gezellig Lime</u>

- Vrij zijn, rust en doen waar je op dat moment zin in hebt, dat telt voor de recreanten uit de lime belevingswereld.
- Gewone, gezellige mensen die samen recreëren om even weg te zijn van de dagelijkse beslommeringen.

Leefstijlen gemeente Rijswijk



Bron: SAMR

Een gedetailleerde beschrijving van de leefstijlen is opgenomen in de bijlagen.

Zakelijke markt
De zakelijke markt in Rijswijk is voldoende.
- Er is een lage bedrijvendichtheid maar de bedrijven zijn relatief groot.
- Er zijn relatief veel contactintensieve bedrijven.
- In een straal van 4 km afstand liggen 5 bedrijventerreinen: Hoornwijck, Vrijenban, Broekpolder, Heulweg en Plaspoelpolder.

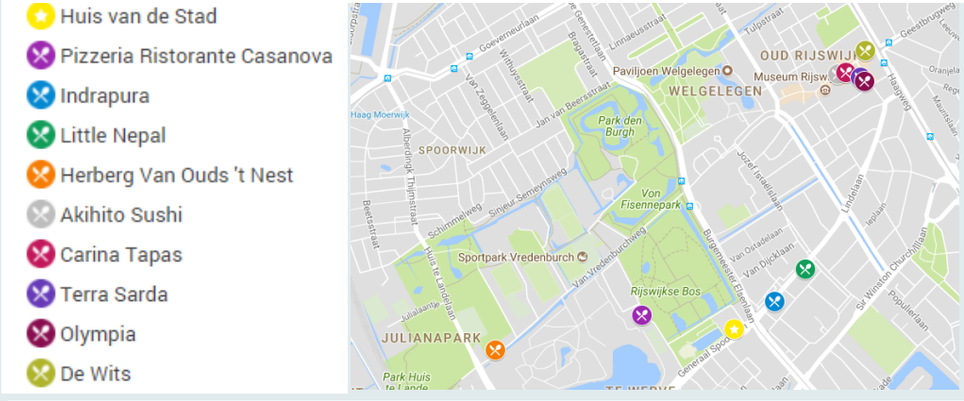
Toeristische markt
De toeristische markt is klein. Jaarlijks trekt Rijswijk 26.000 bezoekers. In de nabije omgeving van het Huis van de Stad zijn geen hotels. Het aantal hotels per 10.000 inwoners ligt 50% lager dan het landelijk gemiddelde.

Aanbod
De mate van concurrentie in het verzorgingsgebied Rijswijk is laag. Er zijn weinig horecagelegenheden met een onderscheidend concept in de nabije omgeving. Alleen een uniek concept met een eigen attractie en magnetisme kan van het Huis van de Stad een destinatielocatie maken.

Mate van concurrentie
- Lage horecadichtheid in de drank- en restaurantsector.
- Hoge horecadichtheid in de fastservicesector.

Concurrentieanalyse
De voornaamste concurrenten qua locatie van het pand in Rijswijk zijn weergegeven in onderstaande afbeelding. De concepten en de keukens van deze horecagelegenheden zijn voornamelijk traditioneel..

Concurrenten op locatie



Best scorend in Rijswijk op restaurantwebsite Iens zijn: Bij Floor (industrieterreinrestaurant), Niven (Michelinster) en Idz Heerlijk (centrumbrasserie). Deze top 3 van uitersten weerspiegelt het gebrek aan eigen eetcultuur in Rijswijk. Den Haag en Delft zijn te dichtbij voor een sterk aanbod in Rijswijk zelf.

2.2 Trendanalyse
Lokale trends en ontwikkelingen
- Rijswijk groeit, PBL voorspelt een groei van 50.000 naar 65.000 inwoners in 2040.
- In Rijswijk wonen meer ouderen dan in andere gemeentes. De gemeente Rijswijk voorspelt een groei van 6.000 naar 12.000 ouderenhuishoudens in 2040.
- De verschillen in inkomens zijn al nadrukkelijk zichtbaar, maar men voorspelt nog grotere verschillen per 2030.
- Rijswijk is bekend om haar groen: 167,6 per 1.000 hectare aan parken en plantsoenen.
- Het plan 'Visie horeca en uitvoeringskader terrassen in de Bogaard' wil van het monotone winkelcentrum een levendig en onderscheidend centrum maken. Hierin zal horeca een grote rol gaan spelen.
- Rijswijk behoort tot de 'Metropoolregio': grote steden, goede bereikbaarheid, aantrekkelijke woonmogelijkheden, culturele voorzieningen en recreatiemogelijkheden.
- De werkloosheid ligt hoger dan gemiddeld landelijk.

Trends en ontwikkelingen op het gebied van horeca
- De horeca groeit mee met het BNP en profiteert van de gunstige economische situatie. De omzet in restaurants is in het tweede kwartaal van 2017 met 9,5% gestegen ten opzichte van hetzelfde kwartaal in 2016.
- Grenzen tussen horeca en retail vervagen, beter bekend als blurring.
- Kwaliteit, gastvrijheid en beleving worden steeds belangrijker.
- De gast heeft een voorkeur voor verse, biologische en streekproducten.
- Samenwerking met regionale ondernemers biedt kansen om gasten te trekken.
- De gast is bereid een meerprijs te betalen voor een uniek product of ervaring met een unieke ligging, concept of bijzondere voorzieningen.
- Minder tafels voor vier door toename van eenpersoonshuishoudens.
- Third placing, een plek waar mensen naast het werk en de woning naar toe gaan om te ontspannen en waar men deel uitmaakt van een sociaal leven.

2.3 Expertinterviews
In interviews met vertegenwoordigers van bekende Rijswijkse horecamarktpartijen wordt Rijswijk bestempeld als een moeilijke markt, zeker voor het hogere segment. Rijswijk is net niks en er is geen toerisme. De zakelijke markt is interessant vanwege de Plaspoelpolder en Binckhorst. De locatie van het Huis van de Stad kent weinig passanten en dan vooral Hoogvliet en geen AH publiek. Horeca speciaal naar die locatie trekken is lastig, net als alles in Rijswijk. Laagdrempelig voor lunch en vergaderen met een schouwburgmenu en een koopavondopenstelling zou iets kunnen zijn. Niet chique of heftig. Met laagdrempelige scherpe prijsconcepten inspelen op de behoefte aan een goede prijs/kwaliteit verhouding en beleving slaat hopelijk aan bij de echte Rijswijkenaren.

2.4 Best Practices

Hieronder is een aantal best practices weergegeven van horecaconcepten in vergelijkbare omgevingen.

Chocoladefabriek Gouda



- Het horecaconcept Kruim – eten en drinken is een All-day concept met verse producten.
- De locatie is iedere dag geopend van 09:00-21:00 uur.
- In het pand zitten vergelijkbare bewoners zoals de Stadsbibliotheek Gouda, Streekarchief Midden-Nederland en drukkerswerkplaats Gouda.
- De externe aantrekkingskracht van de chocoladefabriek is de aanwezigheid van verschillende bewoners waardoor interactie ontstaat.

Mediatheek Delft



- Het horecaconcept is een coffee corner waar ook food to go wordt aangeboden.
- De locatie is maandag geopend van 14:00-18:00 uur. Dinsdag tot en met vrijdag van 10:00-18:00 uur en zaterdag van 11:00 -17:00 uur.
- Medepandbewoners zijn winkels en woningen
- Unique sellingpoint is mate waarin toegankelijkheid voor jong en oud is doorgewerkt. Aan iedereen wordt gedacht.
- Doelstelling van het gebouw is om de huiskamer van Delft te zijn.

Rozet Arnhem



- Het horecaconcept Momento is restauratieve voorziening waar wereldgerechten te verkrijgen zijn.
- De openingstijden van deze locatie zijn maandag t/m zaterdag van 10:00-24:00 uur en zondag van 11:00 – 22:00 uur.
- Mede pandbewoners zijn onder andere de bibliotheek van Arnhem, de Volksuniversiteit, Kunstbedrijf Arnhem en de muziekmakerij.
- De doelstelling van Rozet is het middelpunt zijn voor cultuur, kennis en educatie in Arnhem.

Naast bovengenoemde best practices zijn ook Oba van der Pek en OBA De Hallen in Amsterdam goede voorbeelden waar horeca met een bibliotheekfunctie wordt gecombineerd.

2.5 SWOT analyse

Voorgaande bevindingen zijn vertaald naar een SWOT matrix met de sterktes en zwaktes alsmede de kansen en bedreigingen. De SWOT laat zien dat de sterkte van samenwerkende partners de zwaktes van de locatie onvoldoende compenseert om een aantrekkelijke horecalocatie voor de externe markt te zijn. De grootste marktkans voor een third place wordt overschaduwd door bedreigingen van een Rijswijk zonder horecacultuur.

SWOT-analyse

Sterktes

1. Goed zichtbaarheid van het pand.
2. Goede bereikbaarheid met de auto en het openbaar vervoer.
3. Ligging in de metropoolregio.
4. Samenwerking tussen pandbewoners (en de schouwburg) biedt de mogelijkheid een geheel nieuw ontmoetingsconcept tussen sociale en culturele partners en hun bezoekers te ontwikkelen.

Zwaktes

1. Geen uitnodigende fysieke uitstraling.
2. Geen grote stroom van passanten.
3. De pandbewoners bedienen een beperkt verzorgingsgebied.

Kansen

1. Inwoners van Rijswijk hebben een relatief hoog inkomen per inwoner.
2. De zakelijke en financiële bedrijvigheid is groter dan het landelijk gemiddelde.
3. In de nabije omgeving is een beperkt horeca aanbod.
4. Door het verschil in inkomsten en de komst van nieuwe culturen wordt de sociale samenhang belangrijker voor de gemeente, het Huis van de Stad is een goed voorbeeld van een sociale ontmoetingsplek.
5. Trends als Maatschappelijk verantwoord ondernemen, Duurzaamheid en Third Placing.

Bedreigingen

1. Rijswijk heeft geen horecacultuur en/of levendig centrum
2. Relatief weinig inwoners in de leeftijdscategorie van 15 t/m 29 jaar.
3. Weinig groen en veel grijs; in Rijswijk wonen relatief veel ouderen en weinig jongeren.
4. Het plan voor De Bogaard tot een levendige ontmoetingsplek met horeca en terrassen betekent directe concurrentie in de nabije omgeving.
5. Een kwart van de kantoren in Rijswijk staat leeg en hierdoor is er dus minder vraag vanuit de zakelijke doelgroep.

3. Concept

Het meest geëigende concept heeft in het hart een eigentijds ontmoetingscafé dat duurzaam verbindt.

- Kenmerken zijn een budgetneutrale exploitatie met een sterk groen lokaal merk en een laagdrempelig karakter, voornamelijk bedoeld voor de interne markt.
- In het horecahart op de begane grond bevindt zich het 300 m^2 grote ontmoetingscafé in dagexploitatie met 155 zitplaatsen en terras.
- Horecafuncties elders zijn bar/banqueting bij raads/theaterzaal, vergaderruimtes en werkcafé; automaten in publiekshal, ouderplein en op etages; warme maaltijdbezorging in ontmoetingscentrum en banqueting binnen en buiten.

3.1 Conceptanalyse

Het horecaconcept dient in ieder geval te voldoen aan de volgende randvoorwaarden: sterk merk, aantrekkelijk voor medewerkers en bezoekers, kostenneutraal, laagdrempelig, duurzaam en verbindend.

	Criteria	Randvoorwaarden
Concept-kaders	• Huur om niet • Delen van kosten met betrokken partijen en horecaondernemer	Budgetneutrale exploitatie
	• Toegankelijk voor interne en externe bezoekers	Sterk merk Huis van de Stad
	• Laagdrempelig en betaalbaar • Fungeren als dé plek van Rijswijk voor ontmoeten en verbinden. • Nauw samenwerken met verschillende partijen en organisaties • Doelgroepen blenden • Duurzaamheid en 'doe' groen	Laagdrempelig karakter
Marktanalyse	• Weinig potentie externe markt • Relatief veel ouderen en weinig jongeren. • Voornaamste leefstijlen Ingetogen Aqua en Rustig Groen	Doelgroep voornamelijk de interne gebruikers van het pand.
	• Weinig concurrentie • Best practices tonen succesvolle combinaties van horecafaciliteit met bibliotheek	Ontmoetingscafé met extra horecafuncties voor interne gebruikers en bezoekers van samenwerkende partijen.

Op basis van uitgangspunten uit de conceptkaders en resultaten van de marktanalyse inclusief best practices zijn belangrijke randvoorwaarden voor het concept verwoord. Deze randvoorwaarden luiden als volgt: een budgetneutrale exploitatie, bouwen aan een sterk merk voor het Huis van de Stad, met een laagdrempelig karakter, voornamelijk bedoeld voor de interne markt, via de exploitatie van een unieke eigentijds ontmoetingscafé met aanvullende horecafuncties in het pand. Omdat de horecagelegenheid grenst aan de bibliotheek liggen hier kansen om elkaar te versterken.

Het horecaconcept is een laagdrempelige, verrassend vertrouwde plek waar iedereen graag samenkomt. Het horecahart wordt gevormd door het ontmoetingscafé, dat wordt ondersteund door aanvullende horecafuncties in het pand.

Doordeweeks vergaderingen en bruiloften, 's avonds en in het weekend openstelling voor evenementen. Door deze combinatie bedient de horeca verschillende doelgroepen en kan deze putten uit diverse inkomstenbronnen.

Gedurende de dag kunnen bezoekers van het stadhuis, de bibliotheek, het centrum voor de kunsten en sociaal domein langskomen voor een goede kop (fair trade) koffie, een lekker ontbijt of een gezonde lunch en eventueel een vroeg diner. Naast de dagelijkse bezoekers maken vooral de medewerkers van samenwerkende partijen gebruik van deze faciliteit, wat bijdraagt aan de doelstelling van ontmoeten en verbinden.

De horecagelegenheid werkt nauw samen met lokale ondernemers door bijvoorbeeld de afname van producten. Ook kunnen deze producten verkocht worden om de samenwerking te versterken.



3.2 Conceptomschrijving

Hieronder volgt een beknopte omschrijving van de horeca van het Huis van de Stad.

Horecaconcept	
Aspect	*Invulling*
Concept	Ontmoetingscafé
Faciliteiten en functies	-Ontmoeting/lunch voor pandgebruikers op begane grond -Tegelijkertijd ontmoet/werk/leescafé voor bezoekers van stadhuis, bibliotheek, centrum voor de kunsten en welzijn. -Terras -Bar/banqueting bij de raadszaal/theaterzaal, vergaderruimtes en werkcafé op etages 1 en 2. -Automaten in Publiekshal op BG en Ouderplein in souterrain -Warme maaltijdbezorging in Ontmoetingscentrum in souterrain -Automaten op de etages -Banqueting van bruiloften en evenementen binnen en buiten
Samenhang tussen faciliteiten	Grenzeloos ontmoeten. Je luxe koffie neem je lekker mee. Synergie vooral tussen de horeca en de bibliotheek.
Doelgroepen	Interne pandgebruikers, bezoekers uit de gemeente Rijswijk en zakelijke bezoekers.
Gebruiksmogelijkheden	Daghoreca (luxe koffie/ thee, ontbijt, lunch en diner), Vergaderingen, bruiloften, partijen en evenementen.
Gebruikersaantallen	○ 60.000 jaarlijkse loketbezoekers ○ 133.000 jaarlijkse bibliotheekbezoekers ○ 3.000 wekelijkse Trias bezoekers (ca. 45 weken) ○ 350 werkplekken van gemeenteambtenaren ○ 300 bruiloften jaarlijks met 80 bezoekers ○ (26x Raads)Vergaderingen ○ 5000 warme maaltijden Ontmoetingscentrum
Uitstraling, sfeer en stijl	Veel groen en gebruik van natuurlijke materialen met hier en daar een link naar de jaren ‘50.
Assortiment	-Ambachtelijk en biologisch -Koffie/thee/ Ontbijt/Lunch (stay in or take out) en wisselende daghap. -De hele dag door zelfgemaakte limonades en gezonde snacks -Bij de Raadszaal koffiemachine en koelingen met frisdranken -In openbare ruimtes als de publiekshal en het ouderplein koffiemachines
Prijsstelling	Commerciële prijzen voor bezoekers. Gereduceerd tarief voor medewerkers.
Openingstijden	Volgend aan de openingstijden van het gebouw. Denkbaar is maandag t/m vrijdag van 8:30 tot 20:00 uur, zaterdag van 10.00 tot 16.00 uur, vaste ‘koopavonden’ en bij evenementen.

1
1

3.3 Programma van Eisen

3.3.1. Benodigd oppervlak

De restauratieve voorziening telt circa 155 zitplaatsen en meet 300 m^2 in totaal voor keuken en ontmoetingscafé.

Theoretische benodigde ruimte	**Benodigd m2**
Zitgedeelte betalende en niet-betalende gasten	168
Keukengedeelte, opslag, bereiding, uitgifte en afval	83
Totaal restauratieve voorzieningen	**251**
Zitgedeelte ontmoeten en niet-betalende gasten	49
Totaal restauratieve voorzieningen	**300**

Het theoretisch benodigd oppervlak voor de restauratieve voorzieningen bedraagt **251 m^2**. Voor de restauratieve voorzieningen en het faciliteren van ontmoetingen en gelegenheid geven om eigen lunch te nuttigen is in theorie een oppervlakte van **300 m^2** nodig.

Zitplaatsen

Op basis van de cijfers en ervaring zijn in de restauratieve voorzieningen circa 155 zitplaatsen vereist.

In de dagelijkse praktijk eten naar verwachting circa 175 medewerkers (bij 350 werkplekken) in het ontmoetingscafé. Daarbij bezoekt tijdens het piekmoment, 70%, ofwel 120 van de 175 medewerkers tegelijkertijd het restaurant. Vanwege de functie als hoogwaardige ontmoetingsplaats dient de restauratieve voorziening over voldoende zitplaatsen te beschikken. Er dient ook zitruimte te worden geboden aan medewerkers die hun eigen lunch meenemen. De verwachting is dat circa 10% van de medewerkers zelf lunch meebrengt en gebruik van het restaurantzitgebied maakt ofwel 35 medewerkers.

De 175 dagelijkse lunchgebruikers en de 35 medewerkers met eigen lunch maken gebruik van de restauratieve voorzieningen tussen 12.00 en 13:30 uur. De gemiddelde zittijd van de bezoeker wordt op 30 minuten gesteld. Het aantal personen dat op enig tijdstip het ontmoetingscafé bezoekt, zal dat gemiddeld in hetzelfde aantal, na de gemiddelde zittijd weer verlaten.

De restauratieve voorziening heeft een zitcapaciteit nodig van circa **155** zitplaatsen.

Theoretisch niet-verdienend oppervlak
Voor de bepaling van de oppervlakte van de keuken, uitgifteruimte, opslag, spoelkeuken en vuil- en emballageruimte, ofwel het niet-verdienend oppervlak, hanteren wij een formule op basis van het soort restaurant en het aantal gebruikers.

Formule: Type restaurant X √ aantal gelijktijdige gebruikers = niet-verdienend oppervlak

Alle soorten restaurants hebben een waarde waarbij de capaciteit wordt bepaald ten opzichte van de verwachte piekperiode. Het theoretische niet-verdienend oppervlak heeft capaciteitswaarde 7,5.

Volgens formule: 7,5 X √ 120 = **83 m²** niet-verdienend oppervlak

Theoretisch totaal oppervlak
Het verdienend oppervlak dient circa 120 + 35 = 155 a 1,4 m2 =**217 m²** te zijn.
Het niet-verdienend oppervlak dient circa **83 m²** te zijn.

De totale oppervlakte van het restaurant en keuken dient minimaal 217 + 83 = circa **300 m²** te zijn.

3.3.2. Benodigde ruimtes

Verdienend oppervlak

Restaurant
De totale oppervlakte van het zitgebied van het restaurant, inclusief loopruimte is, na de door HTC uitgevoerde berekeningen, circa **217 m²** (het verdienend oppervlak).

Niet-verdienend oppervlak
Het totale niet-verdienend oppervlak van de restauratieve voorzieningen is circa **83 m²** in het restaurantgebied. De ontvangst van de goederen, de opslag, de bereidingskeuken, de uitgifte, de spoelkeuken en de afvalverwerking dienen bij voorkeur gescheiden te zijn.

Ontvangst goederen
De goederenontvangst en de leveranciersingang dienen van buitenaf goed bereikbaar te zijn voor bestelauto's. De ingang dient nabij het magazijn en de koelingen gesitueerd te zijn.

Een roestvrijstalen uitpaktafel is gewenst om de goederen uit te pakken en te kunnen controleren.
Een handenwasgelegenheid is niet noodzakelijk, maar wel bevorderlijk voor het waarborgen van HACCP. De leveringsfrequentie is marktconform.
Het benodigde oppervlak bedraagt circa **2 m².**

Opslag goederen
In totaal dient er voor gekoelde opslag en diepvries circa **12 m²** opslagruimte beschikbaar te zijn. Circa **10 m²** voor het ongekoelde magazijn**.** De opslag van de goederen dient zo dicht mogelijk bij de bereidingskeuken gelegen te zijn. Voor opslag gereed product en maaltijden is extra koeling opgenomen.

Voor reinigingsmiddelen e.d. wordt in de nabijheid van de spoelkeuken een zogenaamde chemicaliënruimte ingericht. Vanuit de opslagruimten worden de producten naar de bereidingskeuken getransporteerd.

Bereidingsruimte
Het minimaal benodigde oppervlak voor de bereiding
is circa **16m²**. De bereidingsapparatuur wordt bij de warme uitgifte geplaatst. Bij de keuze van de kook-, bak- en frituurapparatuur moet rekening gehouden worden met de aanrakingsveiligheid, ergonomie, schoonmaakgemak, de wijze van opstellen en de capaciteit. De verwacht is dat er maximaal 8.000 m3/u afgezogen dient te worden. Dit betreft conventionele afzuigapparatuur, waarbij de over uitgevoerd is met een recirculatiekap.

Uitgiftegebied
Voor de uitgifte is een minimale oppervlakte noodzakelijk van **16 m².**

Spoelkeuken
Het benodigde oppervlak voor de spoelkeuken en serviesopslag is **12 m².**

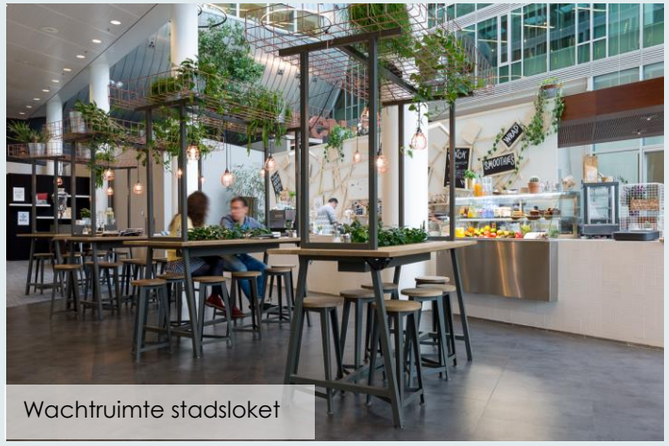
Afruimruimte
Het benodigde oppervlak voor de afruimruimte, met gebruik van 2 afruimstations, is circa **4 m²**

Emballage en afvalverwerking
De ruimte voor emballage en vuilopslag dient minimaal **4 m²** te zijn. De emballage wordt gesorteerd en het afval wordt gescheiden (plastic/papier/restafval) en in etappes naar de centrale afvalruimte. De frequentie van de vuilophaaldienst wordt gesteld op een dagelijkse afname per afvalcategorie (plastic, oud papier/archiefvernietiging, klein chemisch afval en restvuil).

Personele ruimten
Ten behoeve van de medewerkers is **4 m²** personeelsruimte gewenst. De ruimte is voorzien van opbergmogelijkheden voor kleding van het personeel. Deze kleedruimte hoeft niet noodzakelijkerwijs aan de horecavoorziening te grenzen.

Kantoor
Het benodigde oppervlak voor een kantoor is circa **3 m².** Deze ruimte hoeft niet noodzakelijkerwijs aan de horecavoorziening te grenzen.

3.4 Moodboard


Wachtruimte stadsloket

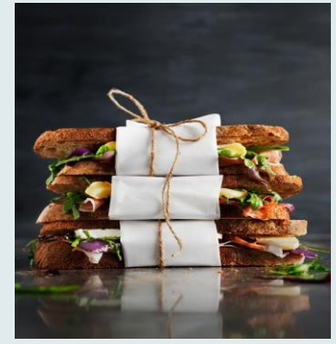

Groen


Kas


Gezond


To Go


Kwaliteitskoffie



Circulair




Duurzaam

Zelfgemaakte limonade




Open en toegankelijk

4. Beheervorm

De meest geëigende beheervorm is uitbesteden aan een ideëel georiënteerde partij.

- De situatie in eigen beheer nemen heeft een hoog risicoprofiel en vraagt om professionaliteit die bij de samenwerkende partijen niet voorhanden is. Bij uitbesteden is het risico beperkt en wordt professionaliteit ingekocht .
- De meest geëigende partij is een professionele, ideëel georiënteerde partij, zoals de naastgelegen schouwburg. Deze buurman is gericht op de verbinding en is een ervaren professionele horeca-exploitant.

4.1 Meest geëigende beheervorm

Voor de exploitatie zijn twee beheervormen mogelijk: eigen beheer en uitbesteden:

Eigen beheer

Voordelen	*Nadelen*
• Volledige zeggenschap over exploitatie	• Investering vereist
• Grip op exploitatie	• Kwaliteit afhankelijk van horecamanager
• Volledige zeggenschap over de kwaliteit	• Horecakennis vereist
• Volledig inzicht in totale administratie	• Overheadbelasting
• Kans op extra opbrengsten	• Belast met personeelsproblematiek
• Combinaties van personele functies mogelijk	• Minder flexibele personeelskosten mogelijk
• Eventuele winst naar eigen organisatie	• Ondernemersrisico en personele risico's
• Ruimte voor commerciële activiteiten	• Professionaliteit en bedrijfsbeheer complex
• Visie het Huis van de Stad door vertalen naar totaal concept	

Uitbesteden

Voordelen	*Nadelen*
• Geen ondernemersrisico en personele risico's	• Géén tot beperkte zeggenschap over de exploitatie
• Synergie voordelen naamsbekendheid	• Geen mogelijkheden tot additionele opbrengsten
• Geen belasting eigen overhead organisatie (personeelszaken en administratie)	• Kwaliteit afhankelijk van geselecteerde opdrachtnemer
• Delen van investeringen onderbrengen bij huurder	• Commerciële partij en Huis van de Stad hebben verschillende doelstellingen
• Eventuele inkomsten uit verhuur/pacht	• Risico op discontinuïteit (verhuur failliet naam, concept en inrichting horeca weg)

Op basis van de geschetste voor- en nadelen is de best passende vorm het uitbesteden van de locatie. De situatie in eigen beheer nemen heeft een te hoog risico en vraagt om professionaliteit die bij de samenwerkende partijen niet voorhanden is. Bij uitbesteden is het risico lager en wordt professionaliteit ingekocht .

4.2 Meest geëigende partij

Voor het uitbesteden komen in principe twee soorten partijen in aanmerking: een commerciële en een ideële partij. Een commerciële horeca-exploitant is mogelijk bereid huur te betalen als deze zijn eigen gang kan gaan en relatief hoge prijzen kan hanteren om een positief resultaat te behalen. Gezien de kostenneutrale doelstelling en de wens om de locatie juist voor interne gebruikers aantrekkelijk te maken adviseert HTC de exploitatie niet commercieel uit te besteden. Een (meer) ideële partij onderschrijft de doelstelling van duurzame verbinding en is op zoek naar haalbare mogelijkheden binnen gestelde randvoorwaarden.

De naastgelegen schouwburg is een mogelijke partij om de exploitatie ter hand te nemen. Door de combinatie van enerzijds inhoudelijk focus op verbinding en anderzijds de horeca ervaring en professionaliteit van deze partij past deze samenwerking goed bij de doelstellingen en uitgangspunten van het Huis van de Stad.

De schouwburg kan inhoudelijk bijdragen aan de ontmoetingsfunctie door een stadsfoyer te creëren met kaartverkoop in het bibliotheekcafé en door in en rondom de horeca voor de gebruikers ontmoeting te faciliteren. Denk aan debatten, inleidingen, boekenclubs, infopunt voor alle cultuur.

Daarbij is de schouwburg bedreven in het zelfstandig verzorgen van jaarlijks 200 activiteiten op maat in eigen huis: recepties, congressen, theaterrestaurant (keuzemenu Rang23, high tea, tapas), klassieke muziek events, kinderarrangementen, verjaardagen, et cetera.

In een stichting kunnen afspraken worden gemaakt over bijvoorbeeld de inbreng van investeringen en personeelsinzet van in de horeca samenwerkende partijen en een sleutel voor opbrengstverdeling.

5. Globale Businesscase

Een bedrijfseconomisch verantwoorde exploitatie van het Huis van de Stad is mogelijk.

- Op basis van het verwachte aantal interne gebruikers en bezoekers wordt de omzet in de eindsituatie ingeschat op jaarlijks circa € 500.000.
- De omzet-kostenstructuur mondt naar verwachting jaarlijks uit in een positief resultaat van circa € 50.000 ofwel 10% van de omzet.

5.1 Indicatieve omzetverwachting

Onderstaand is per moment van de dag en activiteit de gemiddelde besteding per gast weergegeven. De verwachte omzet bedraagt in totaal circa € 500.000.

Omzet* per activiteit

Restaurant	*Gemiddelde besteding*	*Bezoekers per dag*	*Aantal dagen*	*Omzet*
Ontbijt	€ 3,00	20	260	€ 15.600
Lunch intern	€ 3,50	175	260	€ 159.250
Lunch extern	€ 7,50	20	260	€ 39.000
Tussendoor	€ 2,50	80	260	€ 52.000
Subtotaal				**€ 265.850**
Banqueting	*Gemiddelde besteding*	*Aantal personen*	*Aantal per jaar*	*Omzet*
Vergaderingen	€ 7,50	10	200	€ 15.000
Bruiloften	€ 7,50	60	300	€ 135.000
Evenementen	€ 10,00	80	104	€ 83.200
Subtotaal				**€ 233.200**
Totaal				**€ 499.050**

*Excl. btw

Uitgangspunt is openingstijden volgens de openingstijden van het gebouw; in principe van maandag tot en met vrijdag van 08:30 tot 20:00 uur, zaterdag van 10.00 tot 16.00 uur, vaste 'koopavonden' en bij evenementen.

N.B. De maximaal 100 wekelijkse warme lunchmaaltijden voor Welzijn Rijswijk zijn niet meegenomen aangezien deze tegen kostprijs van € 5 worden verzorgd.

5.2 Indicatieve omzet-kostenstructuur

Na aftrek van de kosten bedraagt het resultaat jaarlijks circa € 50.000.

Winst- en verliesrekening

Omzet	**€**	**499.050**	**100,0%**
Inkoopkosten	**€**	**159.646**	**32,0%**
Personeelskosten	**€**	**194.630**	**39,0%**
-Huisvestingskosten	€	39.924	8,0%
-Verkoopkosten	€	14.972	3,0%
-Algemene kosten	€	39.924	8,0%
Overige exploitatiekosten	**€**	**94.820**	**19,0%**
Kapitaalslasten		P.M.	P.M.
Resultaat*	**€**	**49.955**	**10,0%**

*Excl. btw

<u>Uitgangspunten exploitatieprognose</u>

- Omzet conform indicatieve jaaromzet
- Omzetverdeling gebaseerd op branchegemiddelde.
- Inkoopverdeling gelijk aan soortgelijke restauratieve voorzieningen met een vergelijkbare omzet.
- Personeelskosten aan de bovenkant van het branchegemiddelde gesteld vanwege het piekmoment tijdens de lunch.
- Overige exploitatiekosten gelijk aan soortgelijke restauratieve voorzieningen met een vergelijkbare omzet.

Een toelichting op de overige exploitatiekosten is opgenomen in de bijlagen.

Bijlagen

HTC ADVIES
Foodservice & Hospitality

Bijlage 1: Interviews

In oktober 2017 zijn face-to-face en telefonische interviews afgenomen met vertegenwoordigers van de betrokken partijen.

Partijen

Frans Troost	Gemeente Rijswijk – Opgave Huis van de Stad
Frank Gosens	Gemeente Rijswijk – Opgave Huis van de Stad
Edith vd Boogaard	Gemeente Rijswijk – Opgavemanager Facilitaire Taken
Patty Jacobs	Trias
Harm Smit	Bibliotheek
Marc Schultheis	Schouwburg
Miriam Bryson	Welzijn Rijswijk
Jos Hartman	Sociaal domein
Jaco de Wildt	BBN
Jan Lankelma	BBN
Jeroen Simons	INBO

Tevens is op woensdag 11 oktober 2017 kennis genomen van de marketing propositie van het Huis van de Stad in relatie tot de horeca tijdens de Pressure Cooker van The Alignment House.

Bijlage 2: Leefstijlen

Ondernemend Paars
Recreanten uit de paarse belevingswereld laten zich graag verrassen en inspireren, met name door cultuur. Nieuwe dingen zien, ontdekken en beleven. Het gewone is vaak niet goed genoeg voor ondernemend paars ingestelde recreanten. Zij zijn op zoek naar een bijzondere ervaring. Centraal staat cultuur, daarnaast sportiviteit en activiteit. Toch zien we dat deze recreanten, na een drukke (werk)periode, ook erg kunnen genieten van een sauna of wellness arrangement. Tot de ondernemend paarse recreanten behoren relatief veel jonge één- of tweepersoonshuishoudens.

Creatief en Inspirerend Rood
Recreanten uit de rode belevingswereld zijn in het algemeen creatief en op zoek naar uitdagingen en inspirerende ervaringen. Ze gaan graag buiten de gebaande paden. Karakterkenmerken als onafhankelijk, intelligent, zelfbewust, artistiek en ruimdenkend passen goed bij deze recreanten. Het onbekende is juist spannend en prikkelend. Recreatie betekent, naast sport en ontspanning, ook het zoeken naar vernieuwende stromingen, moderne kunst en andere culturen.

Uitbundig Geel
Recreanten in de gele belevingswereld zijn levensgenieters die graag samen met anderen actief en sportief recreëren. Recreatie is voor deze groep genieten, uitgaan en lekker eten. Actief, sportief, gezellig en verrassend zijn de kernwoorden bij de vormen van recreatie die zij kiezen. Contact met anderen – familie, vrienden of kennissen – is belangrijk. Zij gaan regelmatig met een grotere groep dan alleen het eigen gezin op pad. Ze zijn energiek en enthousiast en letten er bij het uitkiezen van een activiteit op dat iedereen het naar zijn zin kan hebben. Recreatief winkelen behoort tot hun favoriete bezigheden. Deze recreanten beschikken vaak over iets meer budget dan gemiddeld.

Gezellig lime
Gezellig lime recreanten zijn gewone, gezellige mensen die recreëren om even weg te zijn van de dagelijkse beslommeringen. Recreëren is “even lekker weg met elkaar”. Daarbij staat samen zijn, gezelligheid en (sportieve) ontspanning centraal. De lime recreanten stellen daarbij geen bijzondere eisen. Vrij zijn, rust en doen waar je op dat moment zin in hebt, dat telt voor de recreanten uit de lime belevingswereld. Daarbij wordt wel een beetje op de kosten gelet, je kunt tenslotte je geld maar één keer uitgeven.

Rustig Groen
Recreanten uit de groene belevingswereld zijn over het algemeen rustig, nuchter, en serieus. Recreëren is voor hen niets anders dan uitrusten, ontspannen en tijd hebben voor je hobby’s. Even rust nemen in eigen omgeving en niets aan je hoofd hebben. Daar is genoeg moois te zien en te ontdekken, en je hoeft er niet ver voor te reizen. Groene recreanten omschrijven zichzelf relatief vaker als gewoon, bedachtzaam en kalm. Zij gaan graag hun eigen gang en vinden dat de maatschappij van vandaag wel erg aan het veranderen is. Hun gevoel is dat het “vroeger vaak beter was”. De dagrecreatieactiviteiten die zij kiezen, passen vaak goed bij deze beleving. Eén- en tweepersoonshuishoudens in de oudere leeftijdsklassen zijn in deze groep relatief oververtegenwoordigd.

Ingetogen aqua
Recreanten uit de aqua belevingswereld zijn evenwichtig en bedachtzaam, op zoek naar verdieping. Zij zijn geïnteresseerd in natuur en cultuur en op zoek naar betekenisvol deelnemen aan de maatschappij. Deze belevingswereld komt overeen met de groene belevingswereld. De recreanten doen veel aan wandelen, fietsen en nordic walking. Men houdt daarnaast van inspirerende gerechten, streekproducten, vergeten groenten maar het liefst wel van Hollandse bodem. Niet te moeilijk.

Stijlvol en Luxe Blauw
Recreanten uit de blauwe belevingswereld zijn zelfverzekerd en leiden vaak een druk en dynamisch leven. Daarom vinden ze dat ze in hun vrije tijd wat luxe en stijlvol ontspannen verdienen. Daar werken zij immers hard genoeg voor. Ze zijn zakelijk en intelligent. Ze houden van stijl en klasse en zijn wat meer gericht op de exclusievere vormen van recreatie. Recreëren betekent voor hen zich even ontspannen en afstand nemen van de dynamiek van alledag. Dit doen zij door actief te sporten maar ook door aandacht te besteden aan het ‘social network’. In hun vrije tijd zoeken zij graag “ons soort mensen”. Meer exclusieve vrijetijdsbestedingen, zoals wellness en bijeenkomsten met VIP arrangementen, zijn populair bij deze belevingswereld.

Bron: SAMR

Bijlage 3: Marktgegevens vraagzijde | particuliere markt

Inwoneraantal

	Absoluut
Primair	
Rijswijk	49.328
Totaal	**49.328**

Leeftijdsopbouw

	Primair	*Verschil*	*Landelijk*
0 t/m 14 jaar	15%	-2%	16,5%
15 t/m 29 jaar	16%	-3%	18,6%
30 t/m 49 jaar	26%	0%	26,1%
50 t/m 64 jaar	21%	0%	20,6%
65 jaar en ouder	23%	5%	18,2%

Bron: Feiten en Cijfers, Kenniscentrum Horeca, 2017

Inkomensverdeling

	Primair	*Verschil*	*Landelijk*
Inkomen per inwoner	€ 21.800	6%	€ 20.600
Inkomen per huishouden	€ 33.200	-5%	€ 34.800

Bron: Feiten en Cijfers, Kenniscentrum Horeca, 2017

Huishoudenssamenstelling

	Primair	*Verschil*	*Landelijk*
Eenpersoons	44%	7%	37%
Tweepersoons	28%	-1%	29%
Meerpersoons	29%	-5%	34%

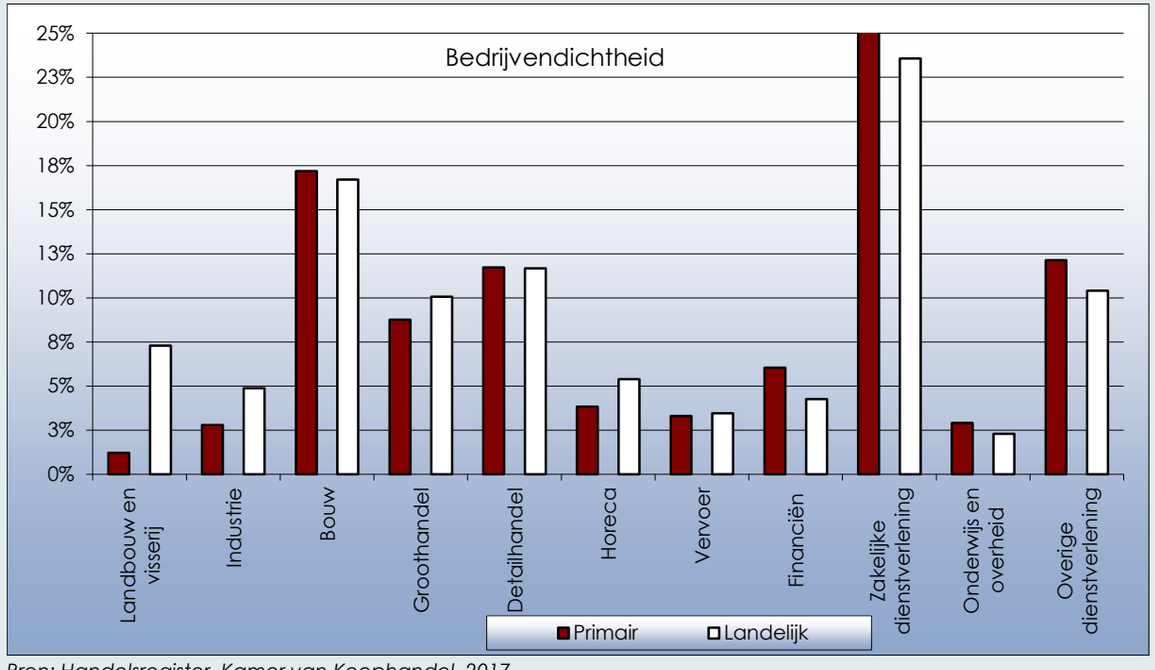
Bron: Feiten en Cijfers, Kenniscentrum Horeca, 2017

Bijlage 4: Marktgegevens vraagzijde | zakelijke markt

Marktdichtheid

	Primair	*Landelijk*
Bedrijvendichtheid	349	359
Percentage bedrijven >10 per.	11%	8%

Bron: Handelsregister, Kamer van Koophandel, 2017



Bron: Handelsregister, Kamer van Koophandel, 2017

Bijlage 5: Marktgegevens aanbodzijde

Horecadichtheid*

	Primair	*Verschil*	*Landelijk*
Drankensector	5,8	-43%	10
Fastservicesector	6,6	7%	6
Restaurantsector	5,8	-12%	7
Hotelsector	0,9	-52%	2

* gemeten in aanbod per 10.000 inwoners

Bron: Feiten en Cijfers, Kenniscentrum Horeca, 2017

Gemiddelde verkoopoppervlakte

	Primair	*Verschil*	*Landelijk*
Drankensector	611,9	178%	220
Fastservicesector	61,8	-8%	67
Restaurantsector	130,8	-20%	163
Hotelsector	205,3	-36%	319

Bron: Feiten en Cijfers, Kenniscentrum Horeca, 2017

Bijlage 6: Toelichting overige exploitatiekosten

Huisvestings- en inventariskosten
Niet meerekenen huur/pacht gebouwen, afschrijvingen en interest (deze vallen onder kapitaalslasten).
Onder huisvestings- en inventariskosten vallen:
a) Kosten energieverbruik;
b) Kosten onderhoud en reparatie gebouwen, terreinen, tuinen, alsmede inventaris. Dit is inclusief gehuurde of geleaste inventaris en kleine uitgaven voor regelmatig voorkomende aanschaf van glaswerk, porselein, aardewerk, bestek en linnengoed voor zover niet op de balans zijn geactiveerd;
c) Reinigingsmiddelen, schoonmaak- en wasserijkosten;
d) Overige huisvestings- en inventariskosten, waaronder water, afvoer huisvuil, verpakkingsmateriaal, wegwerpservies en -bestek.

Verkoopkosten
Uitgaven, zoals reclame- en representatiekosten (bloemen en folders), provisies en overige verkoopkosten (waaronder kosten samenwerkingsverbanden), muziek (cd's) en kosten voor levende muziek (exclusief BUMA en SENA, heffingen vallen namelijk onder Algemene kosten).

Algemene kosten
Alle overige niet genoemde kosten (minus baten):
a) Administratie- en kantoorkosten, waaronder accountant, kantoorbenodigdheden, telefoon, porti, extern advies en overhead/beheer;
b) Assurantiekosten;
c) Kosten heffingen, contributies en belastingen;
d) Kosten vervoermiddelen;
e) Overige niet-genoemde kosten minus baten, excl. incidentele baten en lasten.

Bron: Kenniscentrum Horeca, 2017