

2020-
2024

Horecavisie Valkenswaard



Samenvatting

Beleid

De vigerende horecavisie van de gemeente Valkenswaard is vastgesteld in 2014. Diverse ontwikkelingen vragen om een actualisatie van deze nota. In de actualisatie is rekening gehouden met reeds vastgestelde plannen binnen de gemeente. Daarnaast krijgen de trends en ontwikkelingen in de horeca en het consumentengedrag een vertaalslag in de horecavisie.

Doelstellingen

De Horecavisie Valkenswaard 2020-2024 heeft de volgende doelstellingen:

Doelstelling 1: Vergroten van de diversiteit binnen het aanbod

De horeca in Valkenswaard kent een weinig divers aanbod. Er worden geen keuzes gemaakt en veel concepten zijn gericht op 'voor ieder wat wils'. Daardoor onderscheiden ze zich nauwelijks (van elkaar). Om de diversiteit te vergroten, wordt in ieder geval uitgegaan van een gebiedsgerichte benadering.

Doelstelling II: Kwaliteitsverbetering in de bestaande horeca

Een kwalitatief goed horeca-aanbod is om te beginnen een veilig horeca-aanbod. Daarnaast heeft het verbeteren van de kwaliteit ook direct te maken met de fysieke omgeving, maar ook met de context waarin de horeca van Valkenswaard functioneert.

Doelstelling III: Verbeteren samenwerking

Samenwerking is de basis om de hiervoor genoemde acties zo succesvol mogelijk te laten verlopen. Naast de samenwerking binnen de horeca, is ook de samenwerking met de horeca in de vorm van een ambtelijk en bestuurlijk coördinator /aanspreekpunt van belang. Ook de samenwerking met Centrummanagement, Valkenswaard Marketing, VVV en evenementenorganisatoren kan verder geoptimaliseerd worden.

Visie

Om deze doelstellingen te realiseren zijn een aantal uitgangspunten als visie op hoofdlijnen opgesteld:

- De horeca levert een substantiële bijdrage aan de economische ontwikkeling van Valkenswaard;
- De horeca levert een bijdrage aan de ambities op het gebied van Leisure van Valkenswaard;
- Het functioneren van de horeca in Valkenswaard dient gemiddeld minimaal op het huidige niveau te blijven;
- Er zijn en blijven verschillen tussen de verschillende gebieden in Valkenswaard waar de horeca gevestigd is. Hiervoor wordt gebiedsgericht (op maat) beleid voor gemaakt (zie 4.2, Doelstelling I).
- Uitbreiding van het aantal horecabedrijven en locaties waar horeca-activiteiten plaatsvinden is geen doel;
- Nieuwe horeca dient zich in eerste instantie te vestigen in panden die reeds beschikken over een passende bestemming;
- Nieuwe horecavestigingen en horeca-activiteiten dienen bij voorkeur qua concept en/of verschijningsvorm aanvullend te zijn op het huidige aanbod en dienen de diversiteit binnen het eigen deelgebied te vergroten;
- Nieuwe horecavestigingen en horeca-activiteiten die niet aanvullend zijn op het huidige aanbod binnen het eigen deelgebied, dienen bij voorkeur het onderscheid met het aanbod in de andere kernen van Brainport te versterken;
- Veiligheid is en blijft een speerpunt binnen het kader van de nieuwe horecavisie en in de prioritering van handavingscapaciteit;
- De samenwerking tussen gemeente, horeca en andere partners wordt structureel georganiseerd. Voor specifieke onderwerpen worden werkgroepen gevormd met in ieder geval de horeca en gemeente.

Inhoudsopgave

Hoofdstuk 1: Aanleiding	3
1.1 Aanleiding	3
1.2 Relevant beleid en regelgeving	4
1.3 Leeswijzer	5
Hoofdstuk 2: Trends en ontwikkelingen in de horeca	6
2.1 Inleiding	6
2.2 Trends en ontwikkelingen	6
Hoofdstuk 3: Analyse Horeca Valkenswaard	8
3.1 Inleiding	8
3.2 Kencijfers Horeca Valkenswaard	8
3.3 Algemene Analyse	12
3.3.1 Steeds meer op steeds minder plekken	12
3.3.2 Positionering Valkenswaard ten opzichte van de omgeving	12
3.3.3 Kiezen moet	13
3.4 Kwalitatieve analyse	14
3.4.1 SWOT	14
3.4.2 Kwantiteit	15
3.4.3 Diversiteit	15
3.4.4 Kwaliteit	15
3.4.5 Veiligheid	15
3.4.6 Leefbaarheid versus Levendigheid	15
Hoofdstuk 4: Toekomstvisie en uitwerking	16
4.1 Visie op hoofdlijnen	16
4.2 Doelstellingen	16
Doelstelling I: Vergroten van de diversiteit binnen het aanbod	17
Doelstelling II: Kwaliteitsverbetering in de horeca	24
Doelstelling III: Verbeteren samenwerking	26
Bijlage 1: Categorieën horecabedrijven	27

Hoofdstuk 1: Inleiding

1.1 Aanleiding

We hebben als gemeente Valkenswaard ambities op het gebied van toerisme en recreatie. Daarbij hoort een horecasector die optimaal aansluit bij onze visie en de wensen van de inwoners en bezoekers van Valkenswaard.

De vigerende horecavisie van de gemeente Valkenswaard is vastgesteld in 2014. Inmiddels vragen diverse ontwikkelingen om een actualisatie van deze nota. In de actualisatie dient rekening gehouden te worden met reeds vastgestelde plannen binnen de gemeente. Het is bovendien van belang dat trends en ontwikkelingen in de horeca, het centrum en het consumentengedrag een vertaalslag krijgen in de geactualiseerde horecavisie voor de gemeente Valkenswaard. Na jaren van focus op veiligheid en leefbaarheid zijn in 2014 de volgende aandachtspunten benoemd:

- Vergroten van de diversiteit binnen het aanbod;
- Kwaliteitsverbetering in de bestaande horeca;
- Samenwerking binnen de sector.

Deze aandachtspunten blijven ook voor de komende periode (2020-2024) belangrijk.

De Horecavisie Valkenswaard (2020-2024) beperkt zich niet tot het beschrijven van ambities, maar is nadrukkelijk ook bedoeld als toetsingskader. Hierdoor weten ondernemers, bewoners en andere belanghebbenden waar ze aan toe zijn. Hierin ligt een spanningsveld besloten, namelijk dat tussen flexibiliteit en zekerheid. De behoefte om te kunnen innoveren en om in te kunnen spelen op wijzigende marktomstandigheden vraagt om een flexibel beleid. Anderzijds schept een consistente beleidslijn vertrouwen bij investerende partijen. De langetermijnvisie op de ontwikkeling van de horeca wordt door investeerders vanzelfsprekend gewogen bij hun investeringsbeslissing. Niet alleen ondernemers en investeerders, maar ook bewoners en andere belanghebbenden willen zoveel mogelijk zekerheid over de ontwikkelingen die ze in hun omgeving kunnen verwachten. In deze visie hebben we de balans gezocht tussen flexibiliteit en zekerheid door voor elk gebied uitgangspunten op te stellen.

'Mag ik in dit pand een restaurant vestigen?' of 'Mag ik in dit pand een café starten?' zijn voorbeelden van horecavragen die regelmatig bij de gemeente binnenkomen. Het antwoord hierop zal 'ja' zijn als een aanvraag past in een geldend bestemmingsplan en de horecaondernemer aan de reguliere voorschriften voldoet. Ingewikkelder wordt het als een aanvraag strijdig is met het bestemmingsplan. In dat geval wordt de aanvraag afgewogen tegen andere mogelijke belangen. Omdat er diverse belangen in het geding zijn is er behoefte aan een algemeen toetsingskader voor het beoordelen van horeca-aanvragen die niet in een geldend bestemmingsplan passen.



1.2 Relevant beleid en regelgeving

Op het gebied van horeca is er zowel landelijke, provinciale als gemeentelijke regelgeving van toepassing.

De belangrijkste regeling op landelijk niveau is de *Drank- en Horecawet*. Horecabedrijven die alcoholhoudende dranken verstrekken, moeten in het bezit zijn van een door de gemeente te verstrekken Drank- en Horecawetvergunning, die in beginsel altijd wordt verleend als voldaan wordt aan de eisen uit deze wet zoals de beschikking over Sociale Hygiëne, minimaal 35 m² bruto vloeroppervlak horeca en de aanwezigheid van vrij toegankelijke sanitaire ruimte.

Op provinciaal niveau is met name de *Verordening Ruimte Noord-Brabant (geconsolideerd januari 2019)* relevant. In deze verordening worden "spelregels" gegeven die gemeenten bij het opstellen van (wijzigingen van) bestemmingsplannen in acht moeten nemen. Voor de zonering van het buitengebied (groenblauwe mantel, gemengd landelijk gebied) gelden regels voor uitbreiding en (nieuw)vestiging van een horecabedrijf.

Op gemeentelijk niveau is het belangrijkste instrument het *bestemmingsplan*. Hierin wordt bepaald (dan wel kan door middel van een wijziging worden bepaald) op welke plekken horeca-activiteiten zijn toegestaan. Het bestemmingsplan zal in de nabije toekomst plaats maken voor het bredere *omgevingsplan*.

Daarnaast is op lokaal niveau ook de *Algemene Plaatselijke Verordening* (hierna A.P.V.) van belang. Hierin zijn o.a. de regels m.b.t. geluid, openbare orde en sluitingstijden opgenomen.

Gemeenten zijn verplicht om een verordening op te stellen waarin regels zijn opgenomen voor paracommerciële instellingen. Voor alle duidelijkheid, bij paracommercie betreft het de inrichtingen die als nevenfunctie bij hun sportieve, recreatieve, sociale of culturele activiteiten een horecafunctie aanbieden op basis van een zogenaamde 'artikel 4' vergunning. Om oneerlijke concurrentie te voorkomen zijn in de *Verordening Paracommercie* ten aanzien van para commerciële rechtspersonen voorschriften en beperkingen vastgesteld. Para commerciële instellingen vallen buiten deze nota.

De horeca in Valkenswaard draagt bij aan de ambities van de gemeente Valkenswaard om zich te onderscheiden binnen Brainport als de plek voor Leisure. Naast onderdeel van een bovenliggende 'toekomstvisie' hebben de ambities betreffende de horeca een belangrijke relatie met het 'Masterplan Centrum'. Dit plan geeft een visie op de toekomstige ontwikkeling van het centrum van Valkenswaard. De centrumvisie beschrijft het gewenste toekomstbeeld voor het hart van Valkenswaard. Met de centrumvisie wordt gebouwd aan een gastvrij centrum om te winkelen, te ontspannen en gezellig uit te gaan. Compleet, compact en uitstekend bereikbaar. Gekozen wordt voor een centrum dat authentiek is met méér groen. Kenmerken van het toekomstig hart van Valkenswaard zijn: Brabants, Lommerrijk, Uitnodigend en Hoogwaardig. Het hart van Valkenswaard wordt kleiner en compacter. Als de aanleg van de Westparallel gereed is, ontstaat een nieuwe functie voor de Eindhovenseweg. Minder verkeer en veel meer ruimte voor de voetganger en fietser. De auto is er 'te gast'. Uitgangspunt is wel een goed bereikbaar hart van Valkenswaard met directe en logische looproutes van parkeerterreinen naar winkels en horeca.

Daarnaast hebben de ambities betreffende de horeca een relatie met het 'Programma Dommelland'. Met Dommelland spelen nieuwe en bestaande ontwikkelingen binnen Dommelland in op de verwachte groei van het inkomend toerisme om zo meer nieuwe bezoekers naar Dommelland te trekken en huidige bezoekers beter te faciliteren en langer in het gebied te laten verblijven.

Deze ambities moeten leiden tot een toename van het aantal bedrijven, die direct of indirect gelieerd zijn aan dag- en verblijfsrecreatie. Hieronder vallen ook horecafuncties. Horecabedrijven stimuleren door hun aanbod de komst van toeristen.

1.3 Leeswijzer

Met de voorliggende Horecavisie 2020-2024 is de vigerende nota geactualiseerd en ontwikkelen wij een visie en perspectief op de ontwikkeling van de horeca in onze gemeente, gebaseerd op onze ambitie, maar ook op een aantal trends en cijfers en op de gesprekken die wij met vertegenwoordigers uit de sector hebben gevoerd.

Hoofdstuk 2 richt zich op trends en ontwikkelingen die van toepassing zijn op de horeca in Valkenswaard.

In hoofdstuk 3 volgt een analyse van de horeca in Valkenswaard. In dit hoofdstuk worden kerncijfers over de horeca in Valkenswaard gepresenteerd. Daarnaast is een zogenaamde SWOT-Analyse gemaakt en vindt er een algemene analyse van de horeca plaats.

In hoofdstuk 4 zijn de visie, ambities en doelstellingen te vinden.



Hoofdstuk 2: Algemene trends en ontwikkelingen in de horeca

2.1 Inleiding

Het is van belang om zicht te hebben op enkele belangrijke algemene trends en ontwikkelingen in de horeca als sector. Het is immers niet eenvoudig om als ondernemer in de horeca een bedrijf succesvol en met een goed rendement te exploiteren. In dit hoofdstuk zullen enkele algemene trends en ontwikkelingen in de horeca besproken worden.

2.2 Trends en ontwikkelingen

Blurring: grenzen tussen dienstverlening vervagen

Naast ondergeschikte horeca zien we steeds vaker branchevervaging optreden, oftewel combinaties van activiteiten waarbij horeca een gelijkwaardig of zelfs groter aandeel heeft binnen een bedrijf. In dit geval spreken we van 'Blurring' (vervaging). Het vervagen van grenzen tussen dienstverlening, het zogenaamde 'blurring', zien we overal om ons heen. Van de wasserette waar je ook een maaltijd kan eten, de hotelketen die een eigen supermarkt begint, het restaurant dat zelfgemaakte sausen verkoopt en koffiebarretjes die zich profileren als kantoor voor zzp'ers.

Gasten denken niet in hokjes. Voor iemand die onderweg is, is een kop koffie uit de supermarkt net zo goed als die van een café. Dan telt niet de plaats van consumptie, maar alleen de consumptie. Ze gaan op zoek naar de meest gemakkelijke en meest gunstige optie. En soms zoeken gasten meerwaarde in de vorm van een **totaalbeleving**. Door twee bedrijfsconcepten met elkaar te combineren, ontstaat de mogelijkheid om aan beide behoeften te voldoen. Die behoefte van gasten om verschillende vormen van dienstverlening te combineren, ongeacht plaats of tijdstip, zal in de toekomst nog toenemen.



Specialisatie

De klant van vandaag is lang niet altijd op zoek naar overdreven luxe, maar vraagt originaliteit, specialisatie en beleving. Horeca met focus op een beperkt aantal producten (tournedos, kreeft, kip, burgers) of productgroepen (desserts, salades) onderscheiden zich door specialisatie.

Gemak

Tijd besparen en snelle oplossingen in de foodmarket zijn een trend. Om het gemak van de consumenten te dienen komen er steeds meer restaurants die de mogelijkheid bieden om af te halen of te laten bezorgen. Vooral de vraag naar fast good food groeit. Gasten zijn heel bewust bezig met versheid, kwaliteit en voedingswaarde. Steeds meer mensen kiezen voor gemak. De verandering van de traditionele samenstelling van huishoudens is hierop van grote invloed. Gezinnen hebben tegenwoordig minder tijd waardoor zij steeds vaker kiezen voor een gemakkelijke oplossing. Daarnaast zien we een verschuiving van traditionele huishoudens met vader, moeder en kinderen naar meer tweeverdieners en eenpersoonshuishoudens. Met zo hun eigen behoeften.

De verschuiving naar nieuwe vormen van gemak ontstaat in de eerste plaats door een meer kritische en bewuste consument, maar ook door een toename in keuze. De horeca is niet langer de enige aanbieder van gemakkelijke maaltijden. Ook foodretail (o.a. supermarkten) en online maaltijddiensten en bezorgdiensten bezorgen kwalitatief goede, verse en gezonde gemakkelijke maaltijden.

Tijd blijft kostbaar en gemak blijft een belangrijk keuzemotief voor de consument. De vraag naar kwalitatief hoogwaardige en relatief gezondere gemaksmaltijden blijft toenemen.

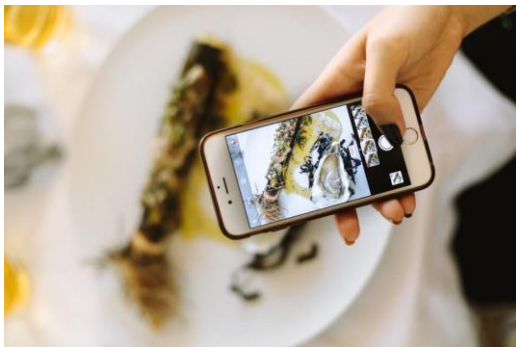
Wij zien ook kansen voor meer groei van de fastservicebedrijven, zoals snackbars, fastfood-restaurants, lunchrooms en bezorgdiensten. Die sector groeide de afgelopen jaren en die groei zal naar verwachting doorgaan. Het eetpatroon van mensen verandert, meer mensen kiezen voor gemak en snelheid en laten vaker eten bezorgen. Dit betekent niet dat er meer traditionele snackbars bij zullen komen. We zien de groei vooral in de continu vernieuwende concepten waarin je naast broodjes ook smoothies, salades en koffie kunt krijgen en waar je gelijktijdig ook op je laptop kunt werken. De nadruk ligt daarbij op gezondheid, authenticiteit en pure smaken. Steeds meer restaurants bezorgen zelf of laten dit doen door bezorgdiensten.

Puur

Een doelgroep gaat voor puur: eerlijke, duurzame en ambachtelijke producten. Hoge kwaliteit zonder schuldgevoel. Er is meer aandacht voor kwaliteit, versheid en de herkomst van producten. Maar ook het proces van bereiding speelt een rol: van de selectie van producten tot het restafval.

Deze gasten zijn bereid extra te betalen voor een hogere kwaliteit, maar willen ook consumeren zonder schuldgevoel. Kortom, gasten willen goed eten zonder negatieve associaties.

Social media



Invloed van social media groeit ieder jaar mee. Een foto zegt meer dan 1000 woorden, en een goede foto op de juiste accounts maakt duidelijk dat jouw gelegenheid eten serveert wat er én goed uit ziet, én goed smaakt. Om je hierin te onderscheiden van eventuele concurrentie kun je opvallende kleurcombinaties doorvoeren, of bepaalde producten extra aandacht geven in de aankleding.

Klanten praten vooral over een restaurant of een café als er iets mis gaat. Hiervoor gebruikt men

ook de sociale media. Vrienden worden op de hoogte gebracht van een onbeschofte bediening, een te koud geserveerd diner of een achteraf te hoog geachte prijs. De ondernemer moet daar direct op kunnen reageren.

Horeca in winkelgebieden

Lege plekken in winkelgebieden worden steeds vaker opgevuld door horecazaken. De leegstand in winkelstraten is het afgelopen jaar landelijk licht gedaald en dat is vooral te danken aan de opmars van onder meer lunchrooms, ijssalons en (fastfood)restaurants. Naast het terugdringen van leegstand zorgen de eet- en drinkgelegenheden er ook voor dat de gebieden aantrekkelijker worden voor bezoekers, waar winkeliers weer van kunnen profiteren.

Uitgaan anno nu

Sinds er aan jongeren onder de 18 jaar geen alcohol meer verkocht mag worden, lijkt het erop dat ook het uitgaansleven is veranderd. Pubers zoeken elkaar vaker dan vroeger thuis op om daar samen een feestje te bouwen. Gaan ze op stap dan gaan jongeren tegenwoordig vaak naar festivals of (dorps)feesten. Cafés zijn tegenwoordig een stuk minder populair onder kinderen onder de 18 jaar.

Hoofdstuk 3: Analyse Horeca Valkenswaard

3.1 Inleiding

In dit hoofdstuk worden kerncijfers over de horeca in de gemeente Valkenswaard gepresenteerd. Daarnaast is een zogenaamde SWOT Analyse gemaakt en vindt er een algemene analyse van de horeca plaats.

3.2 Kerncijfers Horeca Valkenswaard

Aantal horecabedrijven

Tabel 1: Aantal horecabedrijven per sector, 2019

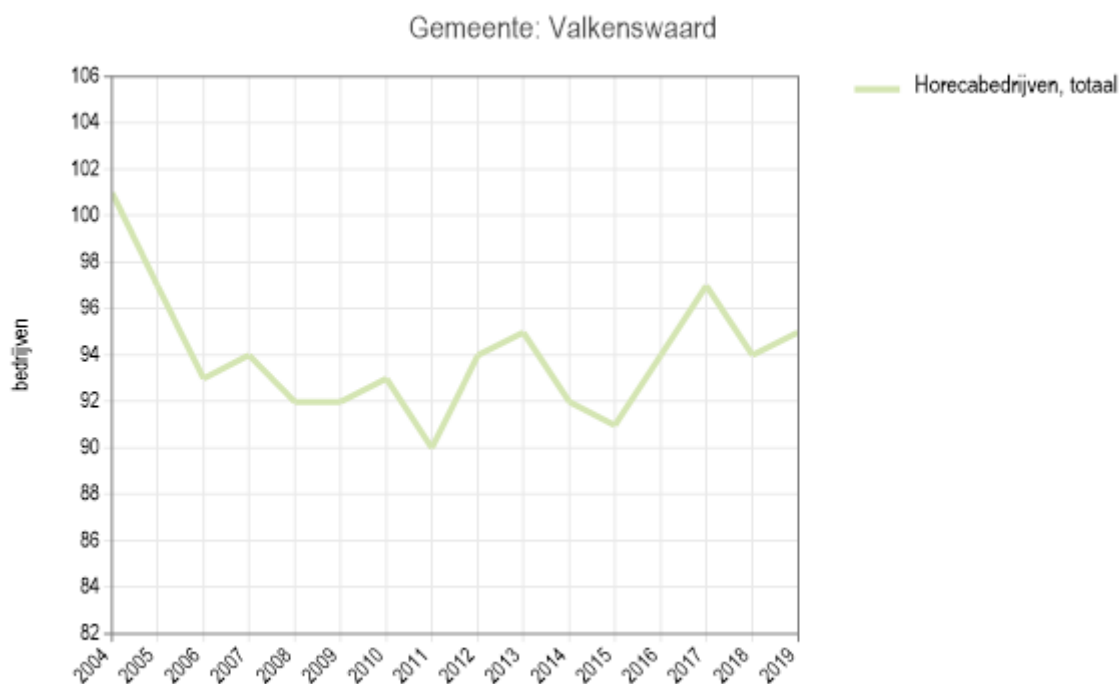
	Gemeente Valkenswaard	Provincie Noord-Brabant	Nederland
<u>Drankensector, totaal [bedrijven]</u>	43	2.533	16.817
<u>Fastservicesector, totaal [bedrijven]</u>	29	1.961	12.871
<u>Restaurantsector, totaal [bedrijven]</u>	19	1.524	11.854
<u>Hotelsector, totaal [bedrijven]</u>	3	366	3.665
<u>Partycatering [bedrijven]</u>	1	358	2.588
<u>Horecabedrijven, totaal [bedrijven]</u>	95	6.742	47.795
<u>Verkoopoppervlakte, totaal [m2]</u>	15.317	1.190.003	7.932.317
<u>Horecabedrijven per 10.000 inwoners [bedrijven]</u>	30,7	26,5	27,7

Bron: HorecaDNA

De Gemeente Valkenswaard telt per 1 juli 2019 in totaal 95 horecabedrijven ofwel 30,7 bedrijven per 10.000 inwoners. In de Provincie Noord-Brabant zijn dit 6.742 horecabedrijven ofwel 26,5 bedrijven per 10.000 inwoners. De Nederlandse horeca kan in een aantal sectoren worden onderverdeeld: de dranken-, de fastservice-, de restaurant- en de hotelsector. Ook de partycatering wordt als een aparte groep beschouwd. In de Gemeente Valkenswaard zijn per 1 juli 2019 bijvoorbeeld 19 restaurantbedrijven. Daarvan zijn ook een aantal grote horecabedrijven (Etenswaard, Onsz, Sirtaki).

Er zitten al diverse aantrekkelijke concepten in Valkenswaard waar veel mensen op af komen en tevens is er een bloeiende daghoreca.

Figuur 1: Ontwikkeling van het aantal horecabedrijven, 2004-2019



Bron: HorecaDNA

De Nederlandse horeca kent een grote dynamiek. Elk jaar registreert HorecaDNA een groot aantal nieuwe horecabedrijven en wordt ook een groot aantal uitgeschreven. Begin juli 2003 telde de Gemeente Valkenswaard in totaal 101 horecabedrijven. In de periode 2004-2019 is dit aantal per saldo afgenomen tot 95 vestigingen per 1 juli 2019.

Tabel 2: Ontwikkeling van het aantal horecabedrijven in Valkenswaard per sector

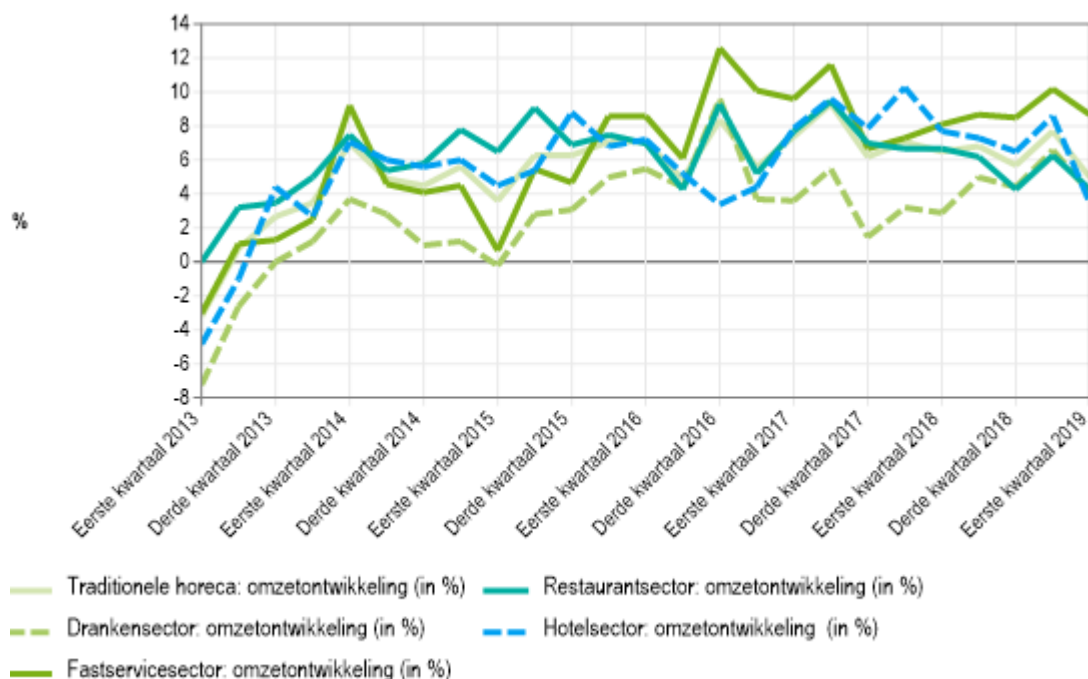
	2004	2009	2014	2019
<u>Drankensector, totaal [bedrijven]</u>	50	40	42	43
<u>Fastservicesector, totaal [bedrijven]</u>	20	25	26	29
<u>Restaurantsector, totaal [bedrijven]</u>	27	23	20	19
<u>Hotelsector, totaal [bedrijven]</u>	4	4	4	3
<u>Partycatering [bedrijven]</u>	0	0	0	1
<u>Horecabedrijven, totaal [bedrijven]</u>	101	92	92	95
<u>Verkooppoppervlakte, totaal [m2]</u>	14.944	13.977	14.770	15.317
<u>Horecabedrijven per 10.000 inwoners [bedrijven]</u>	32,5	29,8	30,3	30,7

Bron: HorecaDNA

In tabel 2 is de ontwikkeling per sector weergegeven. Bijvoorbeeld, het aantal restaurantbedrijven in de Gemeente Valkenswaard bedroeg in 2004 24 restaurants. In de periode 2004-2019 is dit aantal per saldo afgenomen tot 19 bedrijven. De enige sector waar groei in zit is de fastservicesector van 20 bedrijven in 2004 naar 29 bedrijven in 2019.

Omzetontwikkeling

Figuur 2: Omzetontwikkeling in de horeca (landelijk), 1^e kwartaal 2013 – 1^e kwartaal 2019



Bron: CBS

In figuur 2 wordt de door het CBS gemeten omzetontwikkeling in de verschillende sectoren en de totale horeca getoond. Daaruit blijkt dat de omzetten een grillig verloop vertonen. We zien dat de omzetontwikkeling in de fastservice al ruim twee jaar relatief gunstig is, terwijl die in de drankensector achterblijft bij de andere sectoren.

Bevolking

Tabel 3: Bevolking naar leeftijd, 2019

	Gemeente Valkenswaard	Provincie Noord-Brabant	Nederland
Bevolking op 1 januari [personen]	30.910	2.544.806	17.282.163
Bevolking 0 t/m 14 jaar als % [%]	13,5	15,2	15,9
Bevolking 15 t/m 29 jaar als % [%]	15,9	18,4	18,8
Bevolking 30 t/m 49 jaar als % [%]	22,5	24,9	25,3
Bevolking 50 t/m 64 jaar als % [%]	23,0	21,5	20,9
Bevolking 65 jaar en ouder als % [%]	25,2	20,0	19,2

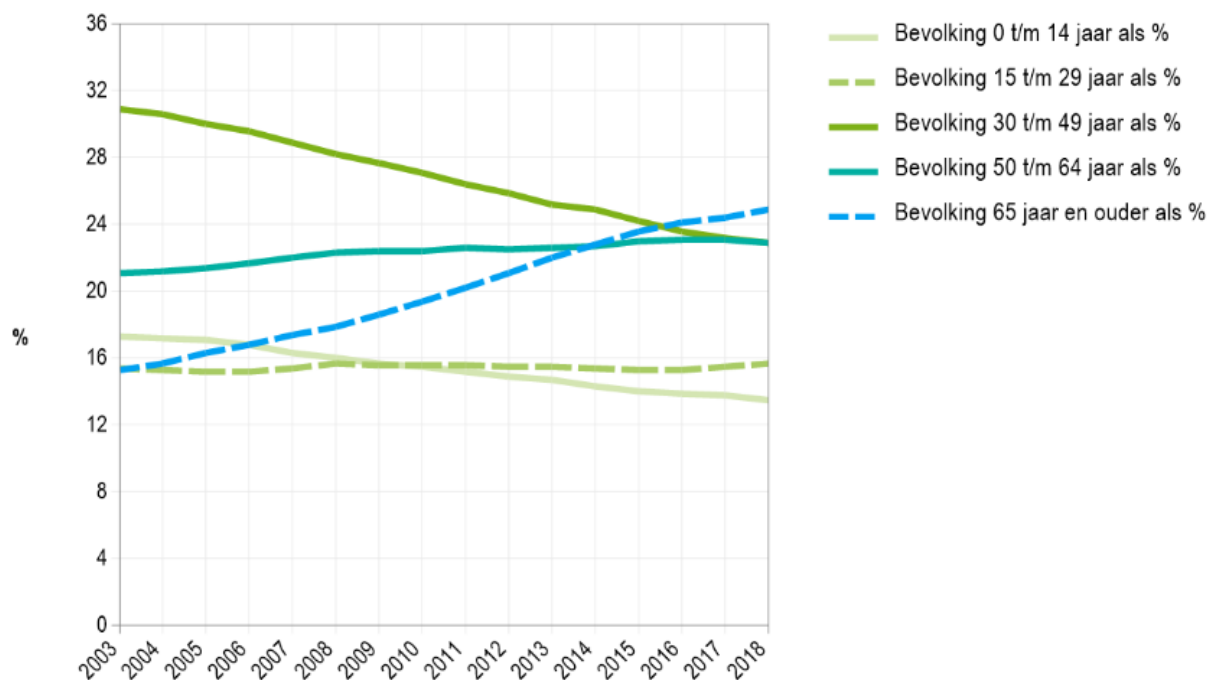
Bron: CBS, bewerking ABF Research

Voor horeca ondernemers is het belangrijk om ook de demografische ontwikkelingen in de gemeente te volgen. Als de dienstverlening vooral gericht is op jongeren in de omgeving dan is het uiteraard van belang om de ontwikkeling van de omvang van deze groep te blijven monitoren.

De Gemeente Valkenswaard telt per 1 januari 2019 in totaal 30.910 inwoners. Hiervan is 13,5% jonger dan 15 jaar. In de Provincie Noord-Brabant is dit 15,2% en landelijk 15,9%.

48,2% van de inwoners van Valkenswaard in 50 jaar of ouder. In de Provincie Noord-Brabant is dit 42,5% en landelijk is dit 40,1%.

Figuur 3: Ontwikkeling bevolking naar leeftijd, 2003 - 2018



Bron: CBS, bewerking ABF Research

Het aandeel 65-plussers in 2004 bedroeg 15,7%, dit percentage is in de periode 2003-2018 gestegen tot 25,2% in 2019. Dit terwijl het aandeel 30 t/m 49 jarigen afnam van circa 31% in 2004 tot 22,5% in 2019.

Tabel 4: Bevolkingsprognose naar leeftijd, 2030

	Gemeente Valkenswaard	Provincie Noord-Brabant	Nederland
Bevolkingsprognose totaal op 1 januari [personen]	30.451	2.605.317	17.837.096
Perc prognose bevolking totaal 0-14 jaar [%]	13,7	15,3	15,9
Perc prognose bevolking totaal 15-29 jaar [%]	13,7	16,5	17,4
Perc bevolkingsprognose totaal 30-49 jaar [%]	22,6	24,2	24,2
Perc bevolkingsprognose totaal 50-64 jaar [%]	19,5	19,1	18,7
Perc bevolkingsprognose totaal 65 jaar en ouder [%]	30,5	24,8	23,8

Bron: ABF Research - Primos prognose

In tabel 4 is de bevolkingsprognose voor het jaar 2030 te zien. Door deze verwachtingen te vergelijken met de huidige aantallen in tabel 3 is na te gaan in welke mate het aantal inwoners in de gemeente Valkenswaard naar verwachting zal toe- dan wel afnemen en wat de verwachte ontwikkelingen zijn voor de verschillende leeftijdsgroepen. Tevens kan worden gezien hoe deze ontwikkelingen zich verhouden tot de rest van de provincie en heel Nederland. Te zien is dat het percentage 65 plussers in Valkenswaard nog verder zal toenemen tot 30,5%. Dit percentage ligt in Noord-Brabant met 24,8% en in Nederland met 23,8% een stuk lager. Het is duidelijk dat deze demografische verwachtingen van invloed kunnen zijn op de toekomstige bedrijfsvoering van horecaondernemers. Het is goed in te spelen op deze prognoses.

3.3 Algemene analyse

3.3.1 Steeds meer op steeds minder plekken

De keuze om de vrijetijdssector te versterken en de focus daarbij op Leisure is van belang voor Valkenswaard. Een passende focus is een vereiste gezien de ontwikkelingen in vergelijkbare kernen. Kernen / gemeenten van deze omvang zien, zeker als de afstand tot het rijkswegennet toeneemt en een railverbinding ontbreekt, de economische vitaliteit afnemen. De meest zekere trend op alle schaalniveaus en voor alle onderwerpen is dat er steeds meer gaat gebeuren op steeds minder plekken. Valkenswaard heeft van oudsher een zeer sterke positie (gehad) op het gebied van winkel- en horeca-aanbod. Daarnaast is natuur in ruime mate aanwezig en de landschappelijke kwaliteit bijzonder hoog.

3.3.2 Positionering Valkenswaard ten opzichte van de omgeving

Aantal horecabedrijven per 10.000 inwoners	
Heeze-Leende	35,1
Oirschot	34,9
Eindhoven	32,1
Bergeijk	31,9
Eersel	30,9
Valkenswaard	30,7
Cranendonck	28,4
Nuenen	24,2
Geldrop-Mierlo	23,2
Waalre	23,2
Veldhoven	22,9
Son en Breugel	20,7
Best	18,1

Eersel en Bergeijk profileren zich als "Parels in de Kempen" voor en door de "contente mens", met een nadruk op groen en meer extensieve recreatie (routes). Het buitengebied Valkenswaard biedt dit ook. Eersel en Bergeijk beschikken ook over groot kwalitatief topaanbod aan verblijfsrecreatie (campings als Ter Spegelt en De Paal, Kempervennen). En zijn daarmee ook belangrijke bronpunten voor het aanbod in Valkenswaard. Aandachtspunt voor Valkenswaard is de kwaliteit van het horeca-aanbod in deze kernen. Zeker het horeca-aanbod in Eersel ontstijgt regelmatig de dorpsfunctie vanwege de hoge kwaliteit van een aantal aanbieders en daardoor de aantrekkingskracht van deze bedrijven. Oirschot wil een "Monument in het groen" zijn (en focust daarmee op cultuurhistorie) waar de kwaliteit van leven hoog is en lonkt ook naar Het Groene Woud en Van Gogh National Park wat betreft toerisme en recreatie.

Veldhoven en Best zijn praktisch stadsdelen van Eindhoven die ook economisch (ASML, MMC, Philips Medical) onderdeel zijn van de kern van Brainport Eindhoven. Op horeca-gebied heeft Veldhoven aantrekkelijke eigenheid met het aanbod in Dorp en Zeelst en biedt Best strandclubs (Aqua Best). Son en Breugel 'deelt' Ekkersrijt met Eindhoven en Nuenen heeft met Van Gogh goud in handen en is hierdoor (wellicht) minder gefocust op de regionale consument. Geldrop – Mierlo kent een aantrekkingskracht vanuit de interesse voor industrieel erfgoed. Heeze – Leende biedt de consument in eerste instantie direct aanliggende natuur en richt zich met ruimte voor meesterwerken op haar kunstverleden. Ook Cranendonck richt zich op de natuur en wordt gezien als echte Smokkelgemeente. Waalre biedt voornamelijk een top woonmilieu.

De onderscheidende focus van Valkenswaard op Leisure is in dit krachtenveld dus van groot belang. Met het Masterplan Dommelland, Natuurgrenspark De Groote Heide en Valkenswaard Marketing wordt hier hard aan gewerkt. De concurrentie aan vrijetijdsaanbod in de directe omgeving is stevig. Met Leisure ligt op het gebied van vrijetijdsbeleving een aantrekkingskracht voor actiever (jonger) publiek voor de hand. Meer dan bij de directe concurrenten Eersel en Bergeijk. Maar ook een op vermaak gericht horecaconcept als Inspiration Point past perfect in het thema Leisure. Daarnaast is ten opzichte van de grote aanbieders van verblijfsrecreatie in de buurgemeenten en België Valkenswaard nog steeds een tussenliggende mogelijkheid voor het grote uitgaansaanbod in Eindhoven.

3.3.3 Kiezen moet

Het horeca-aanbod in Valkenswaard was vroeger een autonome trekker die zelfs tot buiten de regio rijkte. Nu is die aantrekkingskracht (veel) minder en is het meer een afgeleide van onder andere het logiesaanbod op de Kempervennen of de activiteiten in het buitengebied. Valkenswaard heeft meer dan gemiddeld horeca en ook het winkelaanbod is groter dan gemiddeld van een kern met zo'n inwoneraantal verwacht mag worden. Het is ook de verwachting dat de bevolking niet meer groeit, ontgroent en vergrijsst en zelfs op termijn krimpt.

Met de focus op Leisure kan en moet Valkenswaard zich in de stedelijke regio onderscheiden van de andere kernen. Dit is en wordt steeds meer van belang omdat de horeca van Valkenswaard, de stad Eindhoven meer als katalysator dient te zien in plaats van als concurrent. Dit geldt overigens voor het totale vrijetijdsaanbod in Valkenswaard. Eindhoven is niet de concurrent van Valkenswaard maar dat zijn Oirschot, Eersel en Bergeijk. En, als je uitgaat van de kritische massa aan consumenten die het stedelijke gebied in de regio biedt, zijn feitelijk ook de andere kernen in de directe omgeving een concurrent van Valkenswaard. Consumenten in het stedelijk regiogebied kunnen immers ook kiezen om naar een restaurant te gaan in Geldrop, Nuenen, Son etc. of om in het weekend daar naar toe te fietsen. In dat opzicht is Valkenswaard namelijk ook een aantrekkelijk onderdeel van het voor het succes van Brainport belangrijke Quality of Life.



3.4 Kwalitatieve analyse

3.4.1 SWOT

Het resultaat van de SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities & Threats) is in het volgende overzicht kernachtig samengevat.

Sterke punten	Zwakke punten
- Weekmarkt - Grote capaciteit - Geografisch geconcentreerd - Veel terrassen - Betaalbaar - Statie heeft positief imago onder Valkenswaardse inwoners - Van oudsher goede naam - Sterk verenigingsleven - Goed evenementenaanbod - Groene omgeving	- Uitloop van "verdienend" Valkenswaard - Eenzijdig aanbod - Lagere segment - Regionale functie weg / minder geworden - Saaie aanblik Markt (veelheid aan verkeersborden, verkeerslichten etc.) - Bereikbaarheid (parkings en openbaar vervoer) - Weinig verblijfsrecreatie in dorp zelf - Leegstand - Weinig samenwerking - Weinig beleving
Kansen	Bedreigingen
- Samenwerking – eenheid (ook met het verenigingsleven, evenementen) - Samenwerken met kennisregio, (Brainport Eindhoven) - Ligging nabij Eindhoven (Brainport, expats) - Herinrichting Markt - Compactheid van het centrum - Toeristische ontwikkeling Dommelland - Ligging centraal in Natuurgrenspark De Groote Heide - Visit Brabant - Binnenhalen van een trekker - Nieuwe infrastructuur / Westparallel (of bedreiging) - Ligging nabij België - Versterken Cohesie tussen evenementen zoals markt en kermis met horeca	- Externe economische omstandigheden- hoge lasten horeca - Leeftijdsopbouw Valkenswaard - Ontgroening - Vergrijzing - Horeca voldoet niet meer aan de eisen van deze tijd - Regelgeving - Geen positief beeld van Valkenswaard - Ontbreken van een trekker

3.4.2 Kwantiteit

Kwantitatief is er voldoende horeca in Valkenswaard. Dit moet echter niet betekenen dat er geen vergunning meer afgegeven mag worden. Voor kwaliteit is immers altijd ruimte en voor aanvullend nieuw aanbod ook. Van belang is dan wel dat er een zorgvuldige afweging kan worden gemaakt. Deze visie moet dit mogelijk maken.

3.4.3 Diversiteit

Qua diversiteit is de horeca over de grote lijn hetzelfde, met enkele uitzonderingen. Waar je overdag koffie met gebak kunt nuttigen, kun je ook lunchen, later op de middag borrelen en 's avonds dineren en later op de avond ook weer dansen. Dit is echter ook een valkuil. De horeca biedt daardoor voor ieder wat wils. Er worden geen keuzes gemaakt en concepten zijn verwaterd en onderscheiden zich niet of nauwelijks (van elkaar). Er zou juist meer diversiteit in type 'voordeuren' moeten zijn. De horeca richt zich op 'de' consument en richt zich daarmee op alles. Feitelijk houdt het huidige aanbod de vraag in stand en andersom. Er is ook weinig vernieuwing / doorstroming in het horeca-aanbod. Er zijn / komen ook maar weinig nieuwe ondernemers in Valkenswaard. Een groot gedeelte van de horeca heeft niet de (financiële) ruimte om iets te proberen met nieuwe doelgroepen. Dit vereist immers investeringen. Voor een aantal bedrijven is het al lastig om overeind te blijven. Met de verhoging van de alcoholleeftijd van 16 naar 18 jaar is het voor veel horecabedrijven alleen maar lastiger geworden. Opvallend is ook dat er vooral over leeftijd wordt gesproken als men over doelgroepen praat. Mentaliteit (smaken, voorkeuren, levensfase etc.) zou leidend moeten zijn bij de identificatie van doelgroepen. Er is qua diversiteit en doelgroepen wel een verschil tussen de horeca in de dorpen (brede middengroep, recreanten, eigen inwoners) en binnen Valkenswaard trekt de Statie weer een andere doelgroep dan de Markt (brede middengroep en jongeren).

3.4.4 Kwaliteit

De gemiddelde kwaliteit van de horeca in Valkenswaard is voldoende. De prijs-kwaliteit-verhouding voldoet. Let wel, jongeren hebben over het algemeen een matige kwaliteitsperceptie en vinden het al snel goed (ze zijn met name prijsgevoelig en vinden het belangrijker als hun vrienden er ook zijn).

Met betrekking tot de uitstraling van de panden is de situatie zeer wisselend evenals die van de openbare ruimte. Ondernemers moeten zelf hun pandeigenaren benaderen wat de uitstraling van hun panden betreft. De openbare ruimte dient in functie van de herinrichting van het centrum een impuls te krijgen.

3.4.5 Veiligheid

Veiligheid wordt sterk bepaald door beleving en gevoel. Dit gevoel is niet altijd gebaseerd op een daadwerkelijk objectieve onveiligheid, maar is wel vatbaar voor positieve signalen. Een gezamenlijke inzet op veiligheid, proactief en preventief, biedt kansen voor zowel de horeca als de gemeente. Een positief veiligheidsgevoel kan zelfs een positief effect hebben op bezoekersaantallen.

3.4.6 Leefbaarheid versus Levendigheid

Voor vele mensen is de horeca een sociale ontmoetingsplaats. Daarnaast vervult de horeca een ondersteunende rol voor activiteiten zoals winkelen en diverse evenementen. De horeca is een belangrijke factor in het economisch en sociaal functioneren van Valkenswaard. Dat is ook nog eens bevestigd in de Toekomstvisie 'kwaliteit & ambitie', waarin de koers voor Valkenswaard 2030 is uitgezet. Een koers waarbinnen een duidelijke keuze is gemaakt voor de versterking van de vrijetijdssector.

De exploitatie van horecabedrijven kan echter leiden tot aantasting van de openbare orde en een bron zijn van overlast voor de omgeving. Een eenduidige en strikte aanpak van horecabedrijven die zich niet aan de regels houden is daarom van belang voor de openbare orde c.q. voor een goed woon- en leefklimaat en de ontwikkelingsmogelijkheden van de horeca-inrichtingen.

Hoofdstuk 4: Visie, ambities en doelstellingen

4.1 Visie op hoofdlijnen

Er zijn een aantal uitgangspunten als visie op hoofdlijnen opgesteld:

- De horeca levert een substantiële bijdrage aan de economische ontwikkeling van Valkenswaard;
- De horeca levert een bijdrage aan de ambities op het gebied van Leisure van Valkenswaard;
- Het functioneren van de horeca in Valkenswaard dient gemiddeld minimaal op het huidige niveau te blijven;
- Er zijn en blijven verschillen tussen de verschillende gebieden in Valkenswaard waar de horeca gevestigd is. Hiervoor wordt gebiedsgericht (op maat) beleid voor gemaakt (zie 4.2, Doelstelling I).
- Uitbreiding van het aantal horecabedrijven en locaties waar horeca-activiteiten plaatsvinden is geen doel;
- Nieuwe horeca dient zich in eerste instantie te vestigen in panden die reeds beschikken over een passende bestemming.
- Nieuwe horecavestigingen en horeca-activiteiten dienen bij voorkeur qua concept en/of verschijningsvorm aanvullend te zijn op het huidige aanbod en dienen de diversiteit binnen het eigen deelgebied te vergroten;
- Nieuwe horecavestigingen en horeca-activiteiten die niet aanvullend zijn op het huidige aanbod binnen het eigen deelgebied, dienen bij voorkeur het onderscheid met het aanbod in de andere kernen van Brainport te versterken;
- Veiligheid is en blijft een speerpunt binnen het kader van de nieuwe horecavisie en in de prioritering van handhaving capaciteit;
- De samenwerking tussen gemeente, horeca en andere partners wordt structureel georganiseerd. Voor specifieke onderwerpen worden werkgroepen gevormd met in ieder geval de horeca en gemeente.

4.2 Doelstellingen

Zoals beschreven in de visie op hoofdlijnen dient de horeca in Valkenswaard bij te dragen aan de ambities van de gemeente Valkenswaard om zich te onderscheiden binnen de Brainport regio als de plek voor Leisure. Hierbij stelt de gemeente zich ten doel om;

- de diversiteit binnen het aanbod te vergroten;
- de kwaliteit van de bestaande horeca te verbeteren;
- evenals de samenwerking binnen- en met- de sector.

Om de doelstellingen te realiseren dient een aantal afwegingen te worden gemaakt die bepalend zijn voor het resultaat en de volgende stappen die op aansluitende beleidsthema's dienen te worden genomen.

Doelstelling 1: Vergroten van de diversiteit binnen het aanbod

De horeca in Valkenswaard kent een weinig divers aanbod. Er worden geen keuzes gemaakt en veel concepten zijn gericht op 'voor ieder wat wils'. Daardoor onderscheiden ze zich nauwelijks (van elkaar). Hierbij speelt ook de locatie van de horeca een rol. Als er geen concentratie van horeca is, zoals in de dorpen en de buitengebieden, is dit geen probleem. Sterker nog, hier is dit voor de horecabedrijven van belang om een zo breed mogelijke rol te kunnen vervullen.

In de kern Valkenswaard is het gebrek aan diversiteit een zichtbaarder probleem. De Markt is een centraal en prominent gelegen visitekaartje voor Valkenswaard. Vanuit gastvrijheid is het niet gewenst dat horeca aan de Markt gedurende grote delen van de dag gesloten is. Veel van de zogenaamde staphoreca is gevestigd aan de Markt en de zaken zijn hier ook op ingericht en zijn zichtbaar intensief gebruikt. Toch zijn diverse zaken ook overdag open voor vooral andere doelgroepen. Hierdoor kunnen deze zaken dan niet voldoen aan de eisen die consumenten (bij daglicht) stellen aan een kwalitatief goed horeca-aanbod. Als een zaak aan de Markt zich al volledig op een bepaalde doelgroep zou willen / kunnen richten die slechts op enkele momenten gedurende de week uit gaat, kan dit praktisch niet vanwege de prominente locatie. Een zaak aan Markt kan eigenlijk niet overdag dicht zijn.

Keuze voor gebiedsgerichte benadering

Om de diversiteit te vergroten, wordt in ieder geval uitgegaan van een gebiedsgerichte benadering. Zoals in de visie op hoofdlijnen benoemd, zijn er diverse gebieden in de gemeente Valkenswaard te onderscheiden waar horeca is gevestigd. Tussen deze gebieden zijn en blijven er verschillen en wellicht moeten deze zelfs scherper worden. De volgende gebieden worden onderscheiden:

- Markt
- Statie
- Leenderweg
- Compact kernwinkelgebied
- Overig verspreid kern Valkenswaard
- Kern Dommelen
- Buitengebied:
 - o Natuurpoort De Malpie
 - o Leisure Zone
 - o Boulevard
 - o Borkel en Schaft en omliggende kleine kernen
- Bedrijventerrein Schaapsloop

Daarnaast zijn er nog de 'Parels'; bedrijven die qua karakter, uitstraling of concept bijdragen aan een sterke uitstraling van een gebied, die vanwege uniciteit iets toevoegen aan het bestaande aanbod in de gemeente of regio en een boven gemeentelijke en misschien zelfs wel boven regionale uitstraling hebben. Voor echte parels moeten we altijd ruimte maken. Het ruimtelijk aspect is dan ondergeschikt aan het initiatief zelf.

1.1 Markt

Tot dit gebied wordt gerekend het aanbod aan de Markt (inclusief Kleine Markt, rondom Verzetstrijdersplein) en het einde (zuidzijde) van de Eindhovenseweg met kruising Markt. Naast de algemene aandachtspunten (economisch functioneren, veiligheid, openbare ruimte, authenticiteit en parkeren) zijn hier een aantal voor dit gebied specifieke aandachtspunten. De Markt is het gebied waar het stappen door bezoekers (van buiten) zich concentreert. Dit wil en kan Valkenswaard niet missen, als centrum voor leisure en dit hoeft Valkenswaard ook niet te missen. Het huidige aanbod is qua omvang (ruim) voldoende en kan dit ook verwerken. De wrijving ontstaat door het, gezien de prominente locatie, hinken op twee gedachten (dag- en/of stapfunctie, eten en/of drinken, jong en/of oud, lokaal en/of van buiten).

De Markt wordt aangemerkt als stimuleringsgebied. Uitbreiding van het aantal horecavestigingen in dit gebied is toegestaan, met dien verstande dat eerst in het centrumgebied wordt gekeken naar mogelijk beschikbare panden met reeds de juiste bestemming passend bij het initiatief. Daarbij is het gewenst dat deze qua concept en/of verschijningsvorm aanvullend zijn op het huidige aanbod en dus de diversiteit binnen het eigen deelgebied te vergroten. Uiteraard mits er vanuit ruimtelijk en milieuoogpunt geen belemmeringen zijn.

Uiteraard mogen ook reeds gevestigde bedrijven uitbreiden conform de ruimte die volgens wettelijke kaders geboden wordt (m.n. bestemmingsplan).

Het aangegeven gebied is indicatief. Het is niet het streven in dit gebied alle panden te transformeren naar horeca.



1.2 Statie

Tot dit gebied wordt gerekend het aanbod aan Frans van Beststraat, Kerverijstraat en het stukje Leenderweg tot Hofstraat. De Statie wordt algemeen (h)erkend als een gebied met een meer eigen identiteit / mentaliteit en een sterkere lokale functie. Behalve de algemene aandachtspunten (veiligheid, openbare ruimte, parkeren) zijn hier nauwelijks voor het gebied specifieke aandachtspunten. De Statie wordt aangemerkt als stimuleringsgebied. Uitbreiding van het aantal horecavestigingen in dit gebied is toegestaan. Daarbij is het gewenst dat deze qua concept en/of verschijningsvorm onderscheidend zijn van het aanbod aan de Markt en aanvullend zijn op het huidige aanbod aan de Statie en dus de diversiteit binnen het eigen deelgebied vergroten. Uiteraard mogen ook reeds gevestigde bedrijven uitbreiden conform de ruimte die volgens wettelijke kaders geboden wordt (m.n. bestemmingsplan).



1.3 Leenderweg

Tot dit gebied wordt gerekend het aanbod aan de Leenderweg en de Promenade, gelegen tussen de gebieden Markt en Statie. Dit gebied wordt gezien als overloopgebied. Waarbij uitbreiding van lichte Horeca mogelijk is (zie bijlage 1 voor definitie lichte horeca). Uitbreiding van middelzware en zware horeca is niet toegestaan. Dit gebied is met name geschikt voor de fastservicesector. Dit mede omwille van de nabijheid van parkeergelegenheid.

1.4 Compact kernwinkelgebied



In het vastgestelde compact kernwinkelgebied is uitbreiding van lichte horeca dat iets toevoegt aan het verblijven in het centrum toegestaan. Eet- en drinkgelegenheden in het kernwinkelgebied zorgen er voor dat de gebieden aantrekkelijker worden voor bezoekers. Het is denkbaar dat direct aan de rand van het vastgestelde

compacte kernwinkelgebied een te transformeren winkelpand wordt getransformeerd naar horeca. Hierbij is in ieder geval van belang dat een nieuwe horecafunctie een duidelijke meerwaarde oplevert ten aanzien van de kwaliteit van het centrum. Zowel ruimtelijk door middel van een goede, functionele en aantrekkelijke afronding van het kernwinkelgebied. Als ook vanwege een toegevoegde waarde ten aanzien van de verblijfskwaliteit en daarmee de verblijfsduur voor bezoekers.

1.5 Overig verspreid kern Valkenswaard

Tot dit gebied wordt gerekend het aanbod in de kern Valkenswaard niet horende tot de gebieden Markt, Statie, Leenderweg en compact kernwinkelgebied.

Hier vallen onder andere ook de horecagelegenheden (discotheek, cafés, bowling, bars) aan de Luikerweg en Peperstraat onder, maar ook horeca in de rest van Valkenswaard. Voor dit gebied wordt uitgegaan van consolidatie of uitsterven bij langdurige leegstand. Uitbreiding van het aantal horecabedrijven en locaties waar horeca-activiteiten plaatsvinden is niet toegestaan. Reeds gevestigde bedrijven mogen uitbreiden conform de ruimte die volgens wettelijke kaders geboden wordt (m.n. bestemmingsplan). Bij langdurige leegstand zal bekeken moeten worden of een andere bestemming dan horeca wenselijk is.

1.6 Kern Dommelen

Tot dit gebied wordt gerekend het aanbod in de kern Dommelen. Voor de kern Dommelen wordt uitbreiding toegelaten. Uitbreiding van het aantal horecabedrijven en locaties waar horeca-activiteiten plaatsvinden is toegestaan als deze qua concept en/of verschijningsvorm aanvullend zijn op het huidige aanbod en dus de diversiteit binnen het eigen deelgebied vergroten. Uiteraard mogen ook in de kernen reeds gevestigde bedrijven uitbreiden conform de ruimte die volgens wettelijke kaders geboden wordt (m.n. bestemmingsplan).

1.7 Buitengebied

Met het Masterplan Dommelland spelen nieuwe en bestaande ontwikkelingen binnen Dommelland in op de verwachte groei van het inkomend toerisme om zo meer nieuwe bezoekers naar Dommelland te trekken en huidige bezoekers beter te faciliteren en langer in het gebied te blijven.

De ambitie voor een groene en recreatieve gemeente leidt tot een toename van het aantal bedrijven, die direct of indirect gelieerd zijn aan dag- en verblijfsrecreatie. Hieronder vallen ook horecafuncties. Horecabedrijven stimuleren door hun aanbod de komst van toeristen.

Steeds meer agrarische ondernemers en ondernemers in de recreatie breiden hun bedrijf uit met horeca-activiteiten om toeristen te kunnen verwelkomen. Voor de ondernemer is dit een belangrijke economische impuls, voor de recreant een nieuwe mogelijkheid om het buitengebied te ontdekken. In de dagelijkse praktijk bestaat voor agrarische ondernemers soms onduidelijkheid over welke horeca-activiteiten toegestaan zijn op grond van het geldende bestemmingsplan. Ook zijn bestaande horecabedrijven in de dorpen soms bang dat horeca in het buitengebied oneerlijke concurrentie met zich mee kan brengen. Het is dan ook belangrijk bestaande horeca goed te informeren.

Er liggen kansen voor de horeca in het buitengebied, echter mag dit niet leiden tot ongewenste ontwikkelingen of tot een ongelijk speelveld tussen ondernemers. Belangrijk uitgangspunt is dan ook 'gelijke monniken, gelijke kappen', kortom een gelijk concurrerend speelveld. Ofwel er dient één set van eisen te zijn die van toepassing is voor iedereen die zich met horeca bezig houdt.

Het buitengebied als belangrijke toeristische economische pijler is voor alle partijen van belang. Bestaande horeca en kleinschalige en ondersteunende horeca in het buitengebied kunnen elkaar versterken. Door samenwerking tussen de horeca en de landbouw zijn er veel mogelijkheden om het toeristisch aanbod te verstevigen en te professionaliseren. Duidelijkheid, begrip en handhaving zijn voorwaarden om zoveel mogelijk resultaat te halen uit de gastvrijheid van het buitengebied.

Het pleidooi is om streng te zijn waar nodig met werkbare, handhaafbare regels en ruimte bieden waar mogelijk voor nieuwe (horeca)ontwikkelingen. Zowel de gemeente als de horeca-sector is gebaat bij kwaliteitsbedrijven in het buitengebied.



Uit oogpunt van leefbaarheid, economie en versterking van de vrijetijdseconomie lijken op sommige locaties in het buitengebied kansen te liggen. Uitbreiding van horeca in het buitengebied kan plaatsvinden bij:

- **Natuurpoort de Malpie (Molenstraat)**

Natuurpoort De Malpie ligt centraal in het recreatieve netwerk. De Molenstraat is de natuurpoort naar natuurgebied de Malpie. De Molenstraat heeft al veel kwaliteit waarop voortgebouwd kan worden. Functies zoals de Theetuin, 't Boothuys en het Rijtuigmuseum dragen bij aan het functioneren en de aantrekkingskracht van de poort. Bestaande functies kunnen verder uitgebouwd worden en aangevuld met nieuwe functies in de bestaande ruimtelijke structuur. De vestiging en uitbreiding van horecabedrijven in de directe nabijheid van de Natuurpoort worden geambieerd.

- **De Leisure zone**

Als uitbreiding op het bestaande leisure-aanbod wordt binnen het programma Dommelland gezocht naar een locatie waar een intensieve recreatiefunctie ontwikkeld kan worden. Hiervoor wordt gezocht naar een locatie voor een Leisure zone. Het doel is nieuwe attractieve functies toe te voegen in het gebied zodat er een gevarieerd aanbod ontstaat voor dag- en verblijfsbezoekers. Hier valt ook horeca onder.

- **De Boulevard**

De Maastrichterweg is momenteel een doorgaande route van Achel naar Valkenswaard. Onze ambitie is om de Maastrichterweg te ontwikkelen tot de recreatieve stapsteen tussen de Malpie en het Leenderbos. De ontwikkeling van paarden(-gerelateerde) functies aan de Maastrichterweg moet de toeristisch recreatieve betekenis van de boulevard versterken. Het resultaat is een boulevard waar van alles te zien en te beleven is zoals top paardensport, recreatieve paardensport en enkele recreatieve voorzieningen. Hierbij kan gedacht worden aan bijvoorbeeld een passende horecavoorziening in zowel het lagere als hogere segment of een klein evenemententerrein. Een boulevard waar mensen graag naartoe gaan, elkaar ontmoeten en een tussenstop maken. Een boulevard voor ontmoeting op het snijvlak van recreatie en paardensport.

- **Borkel en Schaft en omliggende kleine kernen**

Tussen de Natuurpoort De Malpie en de Natuurpoort de Achelse Kluis gelegen, heeft Borkel en Schaft de ideale ligging als recreatieve knoop. Het is een trekpleister met levendige horeca dat zich verder kan ontwikkelen. Het is een attractieve bestemming voor fiets- en wandeltochten en toertochten voor ruiters en motoren.





Aan de Luikerweg /Oude Dorpsstraat is de Familie Suykerbuyck gelegen. Tevens een ideale start- en rust plek voor recreanten.

De Achterste Brug ligt op een strategische locatie ten opzichte van de andere poorten in het gebied: Natuurpoort de Malpie en de Achelse Kluis en het natuurland de Wulp in Neerpelt. De Achterste Brug ligt centraal tussen deze drie poorten en kan bijdragen aan het beter recreatief ontsluiten van het

buitengebied ten zuiden van Borkel en Schaft en natuurgebied de Plateaux. Er zijn (op beperkte schaal) al een aantal recreatieve functies in het buurtschap de Achterste Brug aanwezig. Deze bestaande en eventuele nieuwe functies kunnen uitgebouwd worden binnen de bestaande ruimtelijke structuur. Een deel van de buurtschap Achterste Brug wordt beschermd dorpsgezicht. Door ontwikkelingen in het beschermd dorpsgezicht op te nemen, ontstaat er een belangrijke impuls in het netwerk. Passend is bijvoorbeeld een bourgondische horecagelegenheid. Deze functie waarborgt een ruimtelijke kwaliteit voor het beschermd dorpsgezicht. Andersom zorgt het beschermde dorpsgezicht voor een bijzonder karakter van de gevestigde en nieuw te vestigen functies. Het gebied rond de Achterste Brug en de noordelijk gelegen buurtschappen (zoals Voorste Brug en de Kapel) wordt intensiever betrokken bij het recreatieve netwerk.

Een nadere uitwerking van de regels voor horeca in het buitengebied voor bestemming horeca en ondersteunende horeca op niet-horecabestemmingen (recreatie, agrarisch, wonen) wordt aanbevolen.

1.8 Horeca op bedrijventerreinen

De afgelopen jaren is, ook in het kader van de herstructurering, meermaals gesproken over de mogelijke wenselijkheid van een horecagelegenheid op bedrijventerrein Schaapsloop.

De gemeente staat positief tegenover de vestiging van een horecagelegenheid op bedrijventerrein Schaapsloop. Wel dient een dergelijke horecagelegenheid duidelijk onderscheidend te zijn ten opzichte van de horeca in het centrum. Ook in openingstijden, wat betekent: een lunchachtige faciliteit, geen openstelling op zondag, geen avondopenstelling (tot maximaal 20.00 uur). Wel is de combinatie van horeca met andere bedrijfsgerichte voorzieningen zoals kinderopvang en vergaderfaciliteiten goed denkbaar.

Doelstelling II: Kwaliteitsverbetering in de bestaande horeca

Een kwalitatief goed horeca-aanbod is om te beginnen een veilig horeca-aanbod. Verbeteren van de kwaliteit heeft ook direct te maken met de fysieke omgeving, maar ook de context waarin de horeca van Valkenswaard functioneert.

2.1 Van een regulerende overheid naar een faciliterende overheid

'Ruimte bieden aan ondernemerschap' is een belangrijk streven dat niet enkel aansluit bij de behoefte van de individuele ondernemer, maar ook bij de bredere behoefte van een 'kwalitatief sterke en onderscheidende' Valkenswaardse horeca.

Waar de aandacht van de gemeente zich in het verleden sterk richtte op handhaving en naleving, vraagt deze toekomstvisie om een verschuiving van de aandacht. Zoals in de onderstaande paragraaf beschreven verdwijnt de publieke verantwoordelijkheid voor openbare orde en veiligheid niet van het toneel, maar dient de kern van de gemeentelijke dienstverlening zich te richten op het ondersteunen, begeleiden en enthousiasmeren van goede horecaontwikkelingen. Een gezonde, creatieve en sterke horeca staat voor een groot gedeelte reeds garant voor openbare orde en veiligheid.

2.2 Veiligheid als aanjager i.p.v. belemmering

Openbare orde en veiligheid zijn randvoorwaarden voor een gezond en aantrekkelijk horecaklimaat. Met betrekking tot openbare orde en veiligheid wordt veel verantwoordelijkheid bij de sector zelf neergelegd. De nauwere samenwerking tussen de horeca en de gemeente biedt dit vertrouwen waarbij ook een vorm van zelfcontrole bij de ondernemers wordt verwacht. Ondernemers letten dan immers ook op elkaar.

Als gemeente kan men gebruik maken van de oren en ogen van de horeca om misstanden gericht te lokaliseren en efficiënt maatwerk te leveren in de benodigde handhaving.

Dit neemt niet weg dat bij herhaling en excessen toezicht en handhaving vanuit de overheid strikt zal zijn. Dit onder het mom van 'High trust, high penalty'. Belangrijk aandachtspunt hierbij is communicatie. Bij goede samenwerking hoort goede communicatie.

Negatieve berichtgeving op dit thema draagt op geen enkele manier bij aan een veilige en aantrekkelijke horeca. Een proactieve en positieve communicatie vanuit een effectieve samenwerking tussen de gemeente en de branche biedt kansen om negatieve beeldvorming weg te nemen.

Ander belangrijk aandachtspunt met betrekking tot kwaliteit is de zogenaamde illegale 'horeca' (bijvoorbeeld hokken en keten waar tegen betaling alcohol wordt geschonken zonder vergunning en boerderijterrassen waar in strijd met de agrarische bestemming en/of zonder DHW-vergunning alcohol wordt geschonken). Het zijn deze misstanden die ten eerste voor veel ondernemers het beeld op paracommercie onterecht negatief beïnvloeden. Ten tweede is het vanuit het oogpunt van veiligheid, gezondheid, alcohol en jeugd ongewenst. En ten derde is illegale horeca een concurrent van de reguliere horeca die een deel van de koek neemt. Een alerte houding van toezichhoudende en handhavende instanties in deze is gewenst.

2.3 Ingrepen openbare ruimte

Een kwalitatief goede horeca-omgeving is ingericht op gastvrijheid en niet op het voorkomen van schade (hufterproof) en het verwerken van grote verkeersstromen. De aanleg van de Westparallel biedt zowel kansen als bedreigingen. Als het doorgaand verkeer uit Valkenswaard verdwijnt, verdwijnt ook ongetwijfeld de 'passantenomzet'. Met het verdwijnen van het doorgaande verkeer uit de kern zou een fundamentele (en daarmee duurzame) verbetering van de openbare ruimte kunnen worden gerealiseerd. Deze verbetering is dan bij voorkeur gericht op het faciliteren van de (auto)bezoeker en de aanliggende ondernemers.

Geslaagd voorbeeld is Son, waar het verkeersluwere centrum kwalitatief goede ruimte heeft geboden voor het verbeteren van de bereikbaarheid (inclusief parkeren, met goede verwijzingen) en ook bijvoorbeeld terrasruimte voor horeca.

Tevens kan een kwalitatief goede verbetering van de openbare ruimte tot aan de gevel van de horecawand, een reactie van de ondernemers / pandeigenaren teweeg brengen. Ook hier wordt het vanuit een gedeeld belang een gedeelde inzet mogelijk. Het wordt aanbevolen partnerschap te creëren bij investeringen in de openbare ruimte. Waar de gemeente bijvoorbeeld investeert in een voor de ondernemer belangrijke basis in de openbare ruimte, kunnen de samenwerkingspartners (ondernemers, brouwerijen en vastgoedeigenaren) middels aanvullende inzet worden betrokken in een bredere totaal-aanpak en mag verwacht worden dat de ondernemer een bijdrage levert door bijvoorbeeld te investeren in een mooie terrasinrichting of het opknappen van de gevel.

2.4 Terrassen

Terrassen zijn van belang voor de kwaliteit en een positieve 'beleving' van de horeca. Bij de positieve beleving van horeca vormen terrassen een essentieel onderdeel. Terrassen versterken de levendigheid en maken de bedrijvigheid zichtbaar. Alle horecavestigingen in de gemeente Valkenswaard krijgen dan ook in principe de gelegenheid om een (gevel)terras te exploiteren (ook een zij- en of achtergevel). De grens van het terras is in principe de doorgetrokken perceelgrens van het pand waarin het horecabedrijf gevestigd is. Het beeldkwaliteitsplan centrum geeft aan op welke plaats in het centrum welk soort terras kan worden gerealiseerd. Binnen deze kaders staat het ondernemers vrij een terras(uitbouw) te realiseren. In zijn algemeenheid geldt dat op dit moment de relatief hoge leges een barrière (kunnen) vormen voor gewenste investeringen die ook de kwaliteit van het centrum ten goede kunnen komen. Dit is zeker een aandachtspunt voor ons als gemeente.

2.5 Evenementen

De organisatie van kwalitatief sterke evenementen zijn een mooi perspectief voor de toekomst. Zeker waar het de samenwerking betreft tussen de reguliere horeca en het sterke verenigingsleven. De kennis, kunde en zakelijke inzichten van de ondernemers kunnen bij een goede samenwerking worden benut om de vanuit het verenigingsleven opgezette evenementen een kwaliteitsimpuls te geven.

Verder neemt de gemeente een actieve rol in door de organisatie van evenementen te stimuleren en faciliteren. Zo heeft de gemeente Valkenswaard een evenementen-coördinator in dienst. Naast dat evenementen een goede bijdrage kunnen leveren aan de 'kwaliteit' van het horeca-aanbod en de versterking van de profielen van beide horecagebieden (Markt en Statie), kan hierdoor ook de samenwerking tussen de ondernemers (horeca en detailhandel) en centrummanagement en Valkenswaard Marketing worden vergroot.

2.6 Toegankelijkheid

De afgelopen jaren is er steeds meer aandacht gekomen voor de toegankelijkheid van horecagelegenheden. Ook voor mensen met een beperking is het daardoor mogelijk om diverse restaurants en cafés te bezoeken. De panden zijn geschikt doordat er lage drempels zijn, een ruim of invalide toilet is, de verlichting kan worden aangepast, de akoestiek goed is etc. Ook de komende jaren blijft toegankelijkheid een onderwerp waar de gemeente Valkenswaard aandacht aan besteedt.

Doelstelling III: Verbeteren samenwerking

Hoewel de samenwerking als derde doelstelling staat, is dit ook een basis om de hiervoor genoemde acties zo succesvol mogelijk te laten verlopen.

3.1 Koninklijke horeca Nederland

De horecasector is op gemeentelijke niveau georganiseerd door de Koninklijke Horeca Nederland, afdeling Valkenswaard. Het bestuur van deze afdelingen vertegenwoordigen de horecaondernemers die lid zijn van KHN. De bestuurders zijn dé gesprekspartner voor de gemeente waar het gaat om horeca gerelateerde zaken in de gemeente. Zij zorgen voor een goede relatie met het lokale bestuur en komen op voor de belangen van de lokale horeca.

Het is belangrijk deze samenwerking van de horeca op orde te krijgen. Zodat het bestuur ook echt de horeca vertegenwoordigt.

Ook is het van belang dat zodra de samenwerking binnen de horeca op orde is, dit ook bij de andere sectoren op orde te houden/brengen en deze sectoren ook met elkaar 'aan tafel zetten'.

3.2 Ambtelijk en bestuurlijk aanspreekpunt

Zoals ook in de overkoepelende toekomstvisie weergegeven dient er ruimte te worden gecreëerd voor ondernemerschap en dient de gemeente een ondersteunende en faciliterende rol op te pakken.

De horeca blijft betrokken bij het opstellen van nieuw beleid. Gedragen beleid zorgt voor een betere naleving.

Een vast ambtelijk aanspreekpunt / coördinator voor de horeca is een randvoorwaarde. Naast een vast ambtelijk aanspreekpunt, blijft ook een vast bestuurlijk aanspreekpunt van belang.

3.3 Centrummanagement Valkenswaard

De horeca in het centrum is formeel aangesloten bij Centrummanagement Valkenswaard. Centrummanagement is een structureel samenwerkingsverband van publieke en private partijen dat, op basis van gelijkwaardigheid en met een gezamenlijke inzet van middelen, de aantrekkingskracht en daarmee het economisch functioneren van het centrum versterkt. In 2014 is er een nieuwe Stichting Centrummanagement opgericht met een onafhankelijk bestuur en een financiering middels subsidie en een door de ondernemers geaccordeerde reclameheffing.

Het Centrummanagement in Valkenswaard is nadrukkelijk verbonden met het "Masterplan Centrum". Het Masterplan Centrum richt zich op het versterken van de ruimtelijke en economische structuur en moet de beleving en uitstraling van het centrum vergroten. Er moet een toekomstbestendig centrum ontstaan voor bewoners, ondernemers en bezoekers van Valkenswaard. Het creëren van een toekomstbestendig centrum kan de gemeente echter niet alleen. Een collectief samenwerkingsverband als Centrummanagement is voor de gemeente, de ondernemers en de vastgoedeigenaren van groot belang. Bij het aanpakken van de kwaliteit van de openbare ruimte, het verbeteren van uitstraling en beleving en de aanpak van de leegstand, is afstemming en nauwe samenwerking van deze partijen zeer gewenst.

Centrummanagement moet er voor zorgen dat de aantrekkelijkheid en levendigheid van het centrum wordt versterkt. Hierbij moet vooral de verzorgingspositie in de regio worden vergroot en de mogelijkheden van de nabijheid van België beter worden benut. Ook Valkenswaard Marketing en VVV Valkenswaard zijn hiervoor belangrijke partijen.

3.4 Evenementenorganisatoren

Een goede samenwerking met evenementenorganisatoren is ook van belang.

Evenementen kunnen bijdragen aan de versterking van het imago van de horeca in Valkenswaard. Daarbij speelt niet alleen de inzet van de horeca een rol, maar ook die van evenementenorganisatoren.

Bijlage 1: Categorieën horecabedrijven

Lichte horeca

Bedrijven, die in beginsel alleen overdag en 's avonds behoeven te zijn geopend (vooral verstrekking van etenswaren en maaltijden) en daardoor slechts beperkte hinder voor omwonenden veroorzaken. Binnen deze categorie worden de volgende subcategorieën onderscheiden:

a - Aan de detailhandelsfunctie verwante horeca, zoals:

- Automatiek
- Broodjeszaak
- Cafetaria
- Croissanterie
- Koffiebar
- Lunchroom\ijssalon
- Snackbar
- Tearoom
- Traiteur

b - Overige lichte horeca, zoals:

- Bistro
- Restaurant
- Hotel

c - Bedrijven met een relatief grote verkeersaantrekkende werking, zoals:

- Bedrijven genoemd onder 1a en 1b met een bedrijfsoppervlak van meer dan 250 m²
- Afhaal- en bezorgrestaurants

Middelzware horeca

Bedrijven die normaal gesproken ook 's nachts geopend zijn en die daardoor aanzienlijke hinder voor omwonenden kunnen veroorzaken, zoals:

- Bar
- Bierhuis
- Biljartcentrum
- Café
- Proeflokaal
- Zalenverhuur (zonder regulier gebruik ten behoeve van feesten en muziek/dansevenementen)

Zware horeca

Bedrijven die voor een goed functioneren ook 's nachts geopend zijn en die tevens een groot aantal bezoekers aantrekken en daardoor grote hinder voor de omgeving met zich kunnen meebrengen, zoals:

- Dancing
- Discotheek
- Nachtclub
- Partycentrum (regulier gebruik ten behoeve van feesten en muziek/dansevenementen)