



Kiezen voor kwaliteit

Kaders, richtlijnen en
beleid horeca Breda

Februari 2025

Inhoudsopgave

Samenvatting	4
1. Inleiding	10
1.1 Nieuwe kaders, richtlijnen en beleid horeca sluiten beter aan op consumentengedrag en wensen en behoeften van ondernemers en initiatiefnemers	12
1.2 Doel: streven naar kwaliteit, diversiteit en innovatie en behoudend ten aanzien van de kwantiteit	14
1.3 Proces & participatie: een lange aanloop	15
1.4 Resultaat en leeswijzer	16
2. Waar komen we vandaan?	18
2.1 Vorige horecabeleid was succesvol, horeca blijft dynamisch	20
2.2 Marktanalyse	21
2.2.1 Aanbod: hoge aantrekkingskracht Bredase horeca, ook uitdagingen	21
2.2.2 Vraag naar horeca neemt toe, behoefte verandert	25
3. Recente ontwikkelingen	28
3.1 Breda is groen, grenzeloos en gastvrij	30
3.2 Inspelen op ruimtelijke en thematische ontwikkelingen in Breda	32
3.3 Landelijke trends en ontwikkelingen	37
4. Hoe bereiken we kwaliteit, diversiteit en innovatie?	44
4.1 Kwaliteit als kernopgave	46
4.2 Deelgebieden en ontwikkelperspectief per gebied	47
4.3 Dorpen en wijken, recreatieplassen, stadsparken, buitengebied en gebiedsontwikkelingen	63
4.4 Maatwerk, pilots en nachtcultuur	74
5. Wat betekent dit in de uitvoering?	78
5.1 Indeling in horecacategorieën	80
5.2 Monitoring en sturing horeca 1	83
5.3 Duidelijkheid over relatie horeca en detailhandel en andere concepten	86
5.4 Verbreden instrumentarium, samenwerking en exploitatievergunning	89
5.5 Rekening houden met andere beleidsaspecten ten aanzien van horeca	95
Bijlagen	100

Foto cover links: Breda Marketing
Foto cover rechts: Floris Oosterveld i.o.v. Breda Marketing
Foto pagina 9: Tessa Gielen i.o.v. Breda Marketing
Foto pagina 10/11: Foodhall Breda / Breda Marketing
Foto pagina 17: Reparola
Foto pagina 18/19: Iris Vermeij i.o.v. Breda Marketing
Foto pagina 27: Drie Q / Breda Marketing
Foto pagina 28/29: Ruben Klink i.o.v. Breda Marketing
Foto pagina 43: Streetfood Club
Foto pagina 44/45: I LoveBreda - Patrick Fotografeert
Foto pagina 55: Floris Oosterveld i.o.v. Breda Marketing
Foto pagina 67: Edwin Wiekens
Foto pagina 75: Rosa Meininger
Foto pagina 76/77: Breda Marketing
Foto pagina 98/99: Bureau Duizenddingen i.o.v. Breda Marketing

Samenvatting

Kaders, richtlijnen en beleid voor meer kwaliteit, diversiteit en innovatie

Breda staat bekend als een bourgondische, gastvrije en sfeervolle stad. De stad heeft een fraaie historische binnenstad waar het goed toeven is en waar mensen elkaar graag ontmoeten. Inmiddels worden ook nieuwe, verrassende gebieden ontwikkeld. Breda wil een belangrijke speler worden op het internationale speelveld om nieuwe doelgroepen aan te spreken en om beter in te spelen op trends. Horeca is een beleidsveld dat hierin zowel ondersteunend als kleurbepalend is. Horeca zorgt voor levendigheid in de stad, trekt bezoekers en biedt werkgelegenheid. Hoewel de binnenstad de grootste horecacapaciteit kent, zijn er natuurlijk veel meer gebieden met horeca. Denk aan de gezellige Haagsemarkt, het stijlvolle Ginneken, de horeca in de dorpen en wijken en in het buitengebied.

Bloeiend horecaklimaat in de stad optimaliseren

We willen met de nieuwe kaders, richtlijnen en beleid de randvoorwaarden voor een bloeiend horecaklimaat in de stad optimaliseren. Met de kracht van horeca, willen we de aantrekkelijkheid van Breda behouden en vergroten, de ontwikkeling van gebieden met grote economische betekenis verder aanjagen en de groei van werkgelegenheid in de horecasector stimuleren. De nieuwe kaders, richtlijnen en beleid sluiten beter aan op consumentengedrag en wensen en behoeften van ondernemers en initiatiefnemers. Doel is om nog meer te streven naar kwaliteit, diversiteit en innovatie en behoudend te zijn ten aanzien van de kwantiteit. We kiezen voor de juiste soort en omvang horeca op de juiste plaats.

Duidelijkheid voor ondernemers en bewoners

We hebben onderzocht wat de kwalitatieve en kwantitatieve behoefte is voor de horeca en hoe we dat gezamenlijk willen en kunnen realiseren. De kaders, richtlijnen en beleid dienen als richtlijn voor nieuwe omgevingsplannen en voor de toetsing van nieuwe initiatieven. Het is beleid om kwaliteit in zowel de binnenstad als de gemeente te kunnen waarborgen en verbeteren. Bovendien geeft het de bewoners duidelijkheid en zekerheid.

Analyse: er is ruimte voor verbreding, nieuwe concepten en kwaliteit

De analyse van het huidige horeca-aanbod wijst uit dat het horeca-aanbod in de afgelopen jaren aanvankelijk fors toenam en sinds 2021 een lichte daling kent. Breda heeft relatief veel horeca en de aantrekkingskracht van de Bredase horeca is hoog. Daarbij scoort Breda goed op het gebied van autobereikbaarheid, sfeer, netheid en veiligheid. Kansen en uitdagingen in de binnenstad van Breda liggen met name op het duurzaam 'schoon houden' van de stad en het behouden van de uitstraling van monumentale panden. Deze panden geven de binnenstad en specifieke straten een unieke uitstraling. Er is veel gezellige en bourgondische horeca die veel bezoekers trekt, de hoogwaardige en vernieuwende horeca wordt nog wat gemist in de stad. Mooi is dat er meer concentratieplekken van horeca zijn bijgekomen. Denk aan de Veemarktstraat, Van Coothplein en de Boschstraat. Door de horeca zijn deze gebieden veel levendiger geworden. Ook zijn er kansen voor de horeca in het investeren in nieuwe concepten, kwaliteit en verbreding van het aanbod. De analyse van de vraag naar horeca geeft aan dat we steeds meer gaan van een koopcentrum naar verblijfs- en ontmoetingsgebieden, dat consumenten steeds meer besteden in de horeca (deels door prijsstijgingen) en dat sommige ondernemers het ook lastig hebben. Verder blijkt dat in Breda de behoefte aan horeca in de toekomst verder toeneemt, vooral ook door de groei van het aantal inwoners.

Ruimte voor horeca in nieuwe gebieden en de binnenstad

We zetten met de kaders, richtlijnen en beleid horeca in op het consolideren van de huidige horecastructuur. Dit betekent dat we vooral inzetten op kwaliteit, diversiteit en innovatie van horeca in bestaande horecagebieden. Toch kan in bepaalde deelgebieden of ontwikkelgebieden uitbreiding van de horeca wenselijk zijn, omdat daarmee dat gebied aantrekkelijker wordt. We gaan werken aan een gebiedsprofiel 'binnenstad'. Daarin beschrijven we hoe we de (historische) binnenstad positioneren, zelfstandig en ten opzichte van de nieuwe gebiedsontwikkelingen CrossMark, Gasthuisvelden en Centrum Oost.

Sturen met deelgebieden en ontwikkelperspectieven

In de kaders, richtlijnen en beleid horeca beschrijven we verschillende deelgebieden (in de binnenstad en daarbuiten).

Per deelgebied doen we aanbevelingen voor het ontwikkelperspectief voor de horeca en splitsen dit uit in de deelsectoren drankverstrekkers (zoals koffietentjes, bars en cafés), fastservice (zoals lunchrooms) en restaurants.

De deelgebieden en het ontwikkelperspectief zijn tot stand gekomen aan de hand van de lokale vraag- en aanbodsituatie, omgevingskwaliteiten en de wisselwerking met andere functies en doelgroepen. Hierin is rekening gehouden met de impact op de omgeving en de andere deelgebieden. Het gaat hier om aanbevelingen.

Maatwerk en pilots, bijvoorbeeld met nachthoreca, zijn mogelijk

Horeca is een dynamische en snel veranderende branche. Trends volgen elkaar snel op. Niet alles is op één moment in uitgangspunten en beleidsregels vast te leggen. Daarom blijft er ruimte voor maatwerk en pilots. Bijvoorbeeld met nachthoreca. We stellen voor om maximaal 10 keer per jaar langere openingstijden (tot 06.00 uur) mogelijk te maken. Dat gebeurt met een select aantal bedrijven en instellingen en onder voorwaarden. We evalueren deze aanpak jaarlijks.

We werken structureel en incidenteel samen

Om tijdig en actief te sturen is samenwerking tussen alle partijen en sectoren meer dan ooit wenselijk en noodzakelijk, zeker in de binnenstad. We werken structureel samen met de horeca, zowel bestuurlijk als operationeel. Ook in bredere zin streven we naar samenwerking, tussen ondernemers, gemeente, vastgoedeigenaren, bewoners en overige belanghebbende partijen zoals culturele partners en Breda Marketing.

Sturen met een exploitatievergunning voor alle horeca in de hele stad

Een exploitatievergunning wordt verstrekt voor het mogen exploiteren van een horecazaak en dient als bescherming van de openbare orde en veiligheid. En ook van het woon- en leefklimaat in de omgeving van de betreffende horecazaak. In het verleden heeft Breda deze exploitatievergunning deels afgeschaft. We gaan separaat een voorstel doen om de APV te wijzigen waarbij gemeentebreed een vergunning wordt ingevoerd voor alle horeca. Met deze maatregelen willen we:

- meer inzicht krijgen in nieuwe vestigingen van alle horecacategorieën;
- de mogelijkheid hebben om een kennismakingsgesprek gericht op concept en kwaliteit te koppelen aan het proces van de aanvraag van een exploitatievergunning;
- meer mogelijkheden creëren om op te treden tegen overlast in het kader van openbare orde en veiligheid een beter woon- en leefklimaat te creëren;
- de mogelijkheid om een Bibob-toets toe te passen om mogelijk verkeerde geldstromen tegen te gaan in de horecabranche ;
- handvatten creëren voor handhaving bij oneigenlijk gebruik van de horecafunctie of het overtreden van de sluitingstijden.

We voeren een kennismakingsgesprek horeca in en organiseren een 'Horeca Innovatie Event'

Als service naar nieuwe ondernemers willen we voor alle nieuwe horeca een kennismakingsgesprek aangaan bij de aanvraag van de exploitatievergunning. Op die manier kunnen we adviseren, onder andere op basis van de deelgebieden en kunnen we beter sturen op soorten en kwaliteit van horeca. Verder organiseren we periodiek een 'Horeca Innovatie Event'. Hier brengen we partijen uit de stad met bijzondere kennis en expertise samen en combineren dit met experts van buiten. Doel is om te inspireren en te innoveren.

Wat is kwaliteit, diversiteit en innovatie en hoe bereiken we dit

Het is de titel van de kaders, richtlijnen en beleid horeca – Kiezen voor kwaliteit. In het stuk wordt dit diverse malen benoemd en het wordt gaandeweg wel duidelijk welke kant Breda op wil. Toch zijn het subjectieve begrippen.

Vooropgesteld: ook nu is er veel kwaliteit te vinden in Breda. In de beschrijving van de deelgebieden wordt per gebied het huidige profiel beschreven en het ontwikkelperspectief voor de horeca. In sommige deelgebieden liggen zeker nog kansen. Daarnaast worden nieuwe gebieden ontwikkeld, er komen meer inwoners bij en zeer waarschijnlijk ook nieuwe doelgroepen, zoals internationals en jongeren. Dan zijn er ook voorzieningen nodig die aansluiten bij hun voorkeuren. Horeca kan nadrukkelijk bijdragen aan placemaking, aan de identiteit van een gebied. Denk daarbij bijvoorbeeld aan een rauwer randje zoals dit in Rotterdam, Eindhoven en Tilburg al meer aanwezig is. In Breda ontwikkelen we een innovatiedistrict, wat is dan innovatie in horeca? De Scandinavische landen zijn vaak koploper in de horecabranche. We benutten onder andere het Horeca Innovatie Event om eens echt in die trends te duiken.

Ook dagen we ondernemers uit om nieuwe concepten te lanceren, om in te spelen op trends, zoals gezondheid en duurzaamheid. Gaandeweg maken we de begrippen meer concreet en Bredaas. Dit vraagt nadere uitwerking en we doen dit uiteraard samen met de partijen in de stad, zoals ondernemers, Koninklijke Horeca Nederland, Breda Marketing, inwoners, vastgoedondernemers, culturele partijen en de bedrijven in Breda.



1

Inleiding



1. Inleiding

1.1. Nieuwe kaders, richtlijnen en beleid horeca sluiten beter aan op consumentengedrag en wensen en behoeften van ondernemers en initiatiefnemers

Breda staat bekend als een bourgondische, gastvrije en sfeervolle stad. De stad heeft een fraaie historische binnenstad waar het goed toeven is en waar mensen elkaar graag ontmoeten. Inmiddels worden ook nieuwe, verrassende gebieden ontwikkeld. Breda wil een belangrijke speler worden op het internationale speelveld om nieuwe doelgroepen aan te spreken en om beter in te spelen op trends. Horeca is een beleidsveld dat hierin zowel ondersteunend als kleurbepalend is. Horeca zorgt voor levendigheid in de stad en trekt bezoekers. De horecasector bood in 2023 4.810 banen, waarvan 4.396 binnen de eet- en drinkgelegenheden. Hoewel de binnenstad de grootste horecacapaciteit kent, zijn er natuurlijk veel meer gebieden met horeca. Denk aan de gezellige Haagsemarkt, het stijlvolle Ginneken, de horeca in de wijken en dorpen en in het buitengebied.

We optimaliseren de randvoorwaarden voor een bloeiend horecaklimaat in de stad. De verschillende horecacategorieën zijn verduidelijkt en dit biedt handvatten voor de toekomstige structuur van de Bredase horeca.

Ruimtelijk-economisch horecabeleid bepaalt welk type horeca we op welke plek voorzien. Het gaat over het ontwikkelperspectief van de sector in samenhang met de Bredase beleidsambities en autonome trends en ontwikkelingen. Voorliggende kaders, richtlijnen en beleid (in dit stuk kortweg horecabeleid) voorzien hierin. Het geeft inzicht in de kwalitatieve en kwantitatieve behoefte voor de horeca en hoe we dat gezamenlijk willen en kunnen realiseren. Het horecabeleid dient als richtlijn voor nieuwe omgevingsplannen en voor de toetsing van nieuwe initiatieven. Het is beleid om kwaliteit in zowel de binnenstad als de gemeente te kunnen waarborgen en verbeteren. Bovendien geeft het de bewoners duidelijkheid en zekerheid.

Zowel de gemeente als de ondernemers hebben dringend behoefte aan nieuwe kaders, richtlijnen en beleid. De gemeente krijgt actuele kaders, richtlijnen en beleid om beter te sturen op (on) wenselijke ontwikkelingen, terwijl bestaande en nieuwe bedrijven en bewoners weten waar ze aan toe zijn. Het horecabeleid beschrijft vooral het toekomstige locatiebeleid (inclusief de belangrijkste randvoorwaarden) en de samenwerking met belanghebbenden bij de uitvoering ervan. Belangrijke uitgangspunten daarbij zijn de ambities van gemeente, marktpartijen, de beeldbepalende functie én de verwevenheid van horeca met andere sectoren. De nieuwe kaders, richtlijnen en beleid vervangen het beleid uit 2005 (geactualiseerd bij raadsbesluit in 2011). Hotels vallen buiten voorliggend stuk. Dit geldt ook voor de terrassen.

Nut en noodzaak

Nieuwe kaders, richtlijnen en beleid zijn noodzakelijk om de volgende redenen:

- Horeca is een belangrijk onderdeel van een stad en zeker voor een stad als Breda. Het kleurt de stad, is steeds meer zelfstandige reden om de stad te bezoeken en is daarnaast ondersteunend aan andere voorzieningen zoals wonen, werken, cultuur, sport, recreatie etc.
- Horeca draagt bij aan de aantrekkelijkheid van de stad, aan de economie en aan sociaal-maatschappelijke aspecten zoals ontmoeting en meedoen.
- Een binnenstad wordt in plaats van de 'place to buy' steeds meer 'place to be' en 'place to meet', een ontwikkeling die al enkele jaren geleden is ingezet en doorzet. Horeca is dan steeds meer van belang, het zorgt voor beleving en ontmoeting.
- Het aantal horecazaken is de afgelopen jaren behoorlijk gegroeid, al is er sinds 2021 een lichte afname van het aantal horecagelegenheden waar te nemen. De groei is positief, maar dit betekent ook iets voor de leefbaarheid in een stad. Het is goed om richtlijnen te hebben. Welke horeca is wenselijk op welke plek en hoe behouden we als stad de balans tussen levendigheid en leefbaarheid.

- Horeca is van nature een dynamische branche, waar trends en ontwikkelingen elkaar rap opvolgen. Het vorige beleid dateert uit 2005, met een herijking in 2011. Dit vorige beleid sluit onvoldoende aan op het huidige consumentengedrag en op de wensen en behoeften van ondernemers en initiatiefnemers;
- Ook kent de branche enkele tegenslagen; na de coronacrisis stegen de energieprijzen en momenteel zijn gebrek aan personeel en de stijgende lonen en inkooprijzen de grootste uitdagingen. Het is echter ook een sector die zich kenmerkt door veerkracht, flexibiliteit en ondernemerschap.

1.2. Doel: streven naar kwaliteit, diversiteit en innovatie en behoudend ten aanzien van de kwantiteit

De voorliggende kaders, richtlijnen en beleid (kortweg horecabeleid) zijn vooral ruimtelijk-functioneel van aard. Het geeft antwoord op de vraag welke horeca wenselijk is op welke plek. Het biedt duidelijkheid voor bewoners en (horeca-) ondernemers het is een toetsingskader voor nieuwe initiatieven.

Heel kort samengevat zijn de uitgangspunten: streven naar kwaliteit, diversiteit en innovatie en behoudend ten aanzien van de kwantiteit.

In het beleid wordt gekeken naar Breda als stad en er wordt ingezoomd op deelgebieden. Waar is nog wel (beperkt) ruimte voor groei en hoe kan het horeca-aanbod aansluiten bij de verschillende identiteiten van die deelgebieden. De gebieden zijn complementair aan elkaar. We benutten per gebied de unieke identiteit en zoeken er naar een onderscheidend vermogen. We zetten daarbij in op sterkere gebiedsprofilering en op onderlinge verbinding tussen gebieden. Dit blijft een dynamisch proces, zie onder andere de ontwikkelingen zoals beschreven in hoofdstuk 3.

Bij het toestaan van nieuwe horeca moet de behoefte aan én de meerwaarde van de horeca op die specifieke locatie worden aangetoond. Deze keuze is gemaakt, omdat 'meer van hetzelfde' ongewenst is. De invulling van formules en doelgroepenkeuzes, maar ook de wisselingen in bestaande horecalocaties is en blijft echter marktwerking. Wel kan met behulp van een duidelijke profilering van de deelgebieden hier actiever op worden geadviseerd.

1.3. Proces & participatie: een lange aanloop

De totstandkoming van deze kaders, richtlijnen en beleid (kortweg horecabeleid) kennen een lange aanloop. Hieronder de beschrijving van het proces op hoofdlijnen.

- In 2018/2019 is gestart met dit nieuwe horecabeleid. In april 2019 is een uitgebreide marktanalyse gemaakt van het horeca-aanbod.
- Vervolgens is in 2020/2021 de basis van het concept horecabeleid geschreven.
- Op 26 juli 2021 heeft het college van Burgemeester en Wethouders dit beleid in concept ter consultatie voorgelegd aan de stad voor een periode van zeven weken. Er zijn 19 zienswijzen ingediend. Als reactie daarop is eind 2021 een nota van commentaar opgesteld. Deze is recent geactualiseerd.
- Het proces heeft helaas enkele malen vertraging opgelopen, voornamelijk vanwege de coronapandemie. Daardoor is de vaststelling van dit beleid herhaaldelijk uitgesteld.
- Gezien de tijdsduur van het proces had het college van B&W in de lente van 2022 behoefte aan een extra 'toetsmoment' hoe de horecasector ervoor stond. Onder andere de coronapandemie heeft immers grote invloed gehad op de horecasector. Het toetsmoment gaf inzicht in:
 - De economische situatie van individuele bedrijven. Er is een enquête uitgezet onder de horecaondernemers waarin hen naar het perspectief is gevraagd. Deze enquête is opgezet en uitgevoerd door KHN, Stichting Ondernemers fonds Breda, en Gemeente Breda.
 - De veerkracht van de horecasector. Er is destijds een sectoranalyse uitgevoerd, aangevuld met enkele trends.
 - De actuele ontwikkeling van het aantal horecazaken en hun omvang (in m²). Er is een beknopte aanbod- analyse van de horeca opgesteld.
- Tweede helft 2024 is de marktanalyse van het horeca-aanbod opnieuw uitgevoerd. Ook zijn de trends en ontwikkelingen geactualiseerd en de nieuwe (gebieds-)ontwikkelingen binnen Breda toegevoegd.

Voorliggend horecabeleid is in nauwe samenwerking met verschillende belanghebbenden tot stand gekomen. Bij het proces zijn belangrijke stakeholders betrokken. Er is periodiek overleg gevoerd met de begeleidingscommissie, waar zowel Koninklijke Horeca Nederland (KHN, zowel afdeling Breda als de regioconsulent) als de Stichting Ondernemersfonds Breda (SOFB) aanschoven. Daarnaast zijn drie brede sessies georganiseerd voor belangstellenden. Gezien de doorlooptijd zijn in oktober 2024 (opnieuw) interviews gehouden met KHN, SOFB, VCOB, de binnenstadsmakelaar, een afvaardiging nachtcultuur en Breda Marketing. Dit om gegevens en standpunten te actualiseren.

1.4. Resultaat en leeswijzer

Hoofdstuk 2 beantwoordt de vraag 'waar staan we nu?'. Het voorgaande horecabeleid is geëvalueerd, gevolgd door een marktanalyse van de vraag- en aanbodstructuur van de Bredase horeca. Hierbij is de meest recente horeca-analyse als onderlegger gebruikt. Deze horeca-analyse is als bijlage bijgevoegd.

Hoofdstuk 3 beschrijft vervolgens de recente ontwikkelingen, voornamelijk in Breda. Wat zijn de kernwaarden en ambities van Breda, welke nieuwe gebiedsontwikkelingen zijn er en wat zijn landelijke trends en ontwikkelingen.

Dit alles leidt tot hoofdstuk 4 'waar willen we naartoe?'. Per deelgebied worden aan de hand van een ontwikkelperspectief kaders, richtlijnen en daarop gebaseerd beleid beschreven. In hoofdstuk 5 gaan we nader in op de vraag 'hoe gaan we dat bereiken?'.


2

Waar komen we
vandaan?



2. Waar komen we vandaan?

2.1. Vorige horecabeleid was succesvol, horeca blijft dynamisch

Horecabeleid gemeente Breda 2005

De ambitie in het Bredase horecabeleid uit 2005 luidt: “ervoor zorgen dat Breda een te overwegen alternatief wordt als het gaat om het bezoeken van een stad in eigen land, waarbij gezellig winkelen alsmede de cultuur en de historie centraal staan”. In deze ambitie speelt de horeca in de binnenstad een belangrijke initiërende en ondersteunende rol. Deze ambitie is de afgelopen 15 jaar vertaald in winkel- en horecaontwikkelingen, zowel in de oude binnenstad zelf (zoals De Barones en 't Sas) als in spraakmakende projecten daaromheen (bijvoorbeeld Chassé Theater, Holland Casino en Mezz).

De constatering voor de ruimtelijke structuur van de horeca was in 2005 dat de binnenstad een te eenzijdig aanbod heeft, dat het aanbod vooral geconcentreerd is rondom de Havermarkt en de Grote Markt en dat er een te sterke nadruk ligt op een jonger uitgaanspubliek. Dit maakte Breda te weinig aantrekkelijk voor andere doelgroepen. Om de belevingswaarde van de binnenstad te verbeteren, is destijds een aantal ontwikkellocaties voor horeca aangewezen, te weten: Van Coothplein, Achter de Lange Stallen, de Westflank (haven), Breda Centraal en de Bavelse Berg. Uitbreiding van de horeca werd primair voorzien op deze ontwikkellocaties. In de binnenstad en de rest van de gemeente werd ingezet op stabilisatie van horeca. Voor de dorpen en wijken was groei onder voorwaarden wel mogelijk. Andere noemenswaardige beleidsaspecten waren het faciliteren van schaalvergroting van bestaande horeca en het vereenvoudigen van de horecacategorieën.

Aanpassing horecabeleidsplan 2005 op het onderdeel horecacategorie-indeling

(op basis van besluit gemeenteraad 22 september 2011)

In dit besluit is de definitie van horeca 1 opgesteld en bepaald dat er in de binnenstad geen planologisch maximum geldt. De bestemming horeca 1 is destijds in het leven geroepen om de zogenoemde daghoreca te faciliteren en had als doel de winkelfunctie te

ondersteunen, de belevingswaarde van het kernwinkelgebied te vergroten en de leegstand tegen te gaan.

Conclusie

Het voorgaande horecabeleid (2005) en de aanvulling hierop (2011) hadden als primair doel het vergroten van de aantrekkelijkheid en de belevingswaarde van Breda. Terugkijkend zijn nieuwe horecagebieden ontwikkeld (zoals het Van Coothplein en de Haven). Ook zijn winkelstraten verlevendigd met ondersteunende horeca, waar shoppers ‘even een bakkie doen’. De conclusie is dat het horecabeleid ten aanzien van deze doelen succesvol is geweest.

2.2. Marktanalyse

Gezien de doorlooptijd van de totstandkoming van het horecabeleid is in het najaar 2024 een nieuwe marktanalyse uitgevoerd. Deze paragraaf is gebaseerd op deze horeca-analyse. De horeca-analyse Breda 2024 zit als aparte bijlage bij de stukken. In dit beleid wordt een samenvatting gegeven. Het betreft zowel een kwantitatieve als een kwalitatieve analyse. Het commerciële aanbod is ingedeeld in vier categorieën:

- Drankverstrekkers: met name cafés en koffiezaken;
- Fastservice: vooral lunchrooms, fastfood en alles op het gebied van bezorg/afhaal economie;
- Restaurants;
- Hotels, deze blijven in dit beleidskader buiten beschouwing.

2.2.1. Aanbod: hoge aantrekkingskracht Bredase horeca, ook uitdagingen

Horeca-aanbod nam aanvankelijk fors toe, sinds 2021 lichte daling

Het aantal commerciële horecazaken in de gemeente Breda ligt begin oktober 2024 op 583. Dit betekent een stijging van 22% ten opzichte van 10 jaar geleden. Dit is een relatief ruime stijging, ook afgezet tegen de landelijke stijging. De groei zit hem met name in de sectoren ‘fastservice’ en ‘restaurants’. Met fastservice bedoelen we horecaconcepten gericht op snelheid, gemak en efficiëntie. Dus ook (gezonde) lunchrooms, ijssalons, broodjeszaken, et cetera.

Het aantal drankverstrekkers is ongeveer gelijk gebleven in Breda. Landelijk neemt deze sector af.

Sinds 2021 is er een lichte afname van het aantal horecagelegenheden waar te nemen in Breda. Vooral de sectoren fastservice, specifiek lunchroom, en restaurants zijn hiervoor verantwoordelijk. Dit zijn ook de bedrijfstypen die eerder snel toenamen in Breda.

Breda heeft relatief veel horeca

Het horeca-aanbod per 1.000 inwoners in de gemeente Breda is met 3,1 relatief ruim ten opzichte van de benchmarkgemeenten (2,9). Alleen Maastricht heeft meer horeca per 1.000 inwoners en in Eindhoven is het ook 3,1. Het relatief ruime aanbod kan deels verklaard worden vanuit de sector drankverstrekkers. Zoals we reeds vaststelden; waar in andere gemeenten deze sector afneemt in aantallen, blijft deze sector in Breda nagenoeg gelijk.

Breda kent meer zaken in de sector drankverstrekkers dan de benchmarkgemeenten (Maastricht uitgezonderd). De sectoren fastservice en restaurants zijn vergelijkbaar aanwezig in de benchmark gemeenten.

De aantrekkingskracht van de Bredase horeca is hoog

Met name de horeca in de binnenstad van Breda weet veel bezoekers van buiten de stad aan te trekken. De horeca in de gemeente Breda kent daarbovenop een hoger koopstromensaldo dan de benchmarksteden. Dit komt door een iets hogere binding dan de meeste steden, maar vooral door een hoge toevloeiing. Breda kent daarnaast veel bezoekers en daarmee bestedingen vanuit België. Belgische bezoekers besteden over het algemeen meer/vaker in de horeca dan de Nederlandse bezoekers. De horeca in Breda wordt goed beoordeeld in het koopstromenonderzoek van 2021. Breda kent een hogere beoordeling dan de meeste benchmark centra, alleen 's-Hertogenbosch wordt beter beoordeeld.

Andere onderdelen van de binnenstad die goed beoordeeld worden zijn sfeer, netheid en veiligheid. Een onderdeel waar de binnenstad van Breda goed op scoort is de auto-bereikbaarheid. Deze is met een 7,4 aanzienlijk beter dan de centra van de benchmarksteden. Tijdens de recente schouw en gevoerde expertgesprekken kwam het aspect 'schoon' (in de brede zin) wel als aandachtspunt aan de orde. Er is op een aantal plekken in de binnenstad verbetering nodig.

Kansen en uitdagingen binnenstad Breda

De binnenstad van Breda is hét concentratiegebied voor detailhandel, horeca en vele andere functies in de gemeente en regio. De binnenstad staat regionaal echt op de kaart, maar er zijn ook nog genoeg uitdagingen.

De binnenstad van Breda kent veel monumentale panden. Deze panden geven de binnenstad en specifieke straten een unieke uitstraling. Door de jaren heen is er echter veel bebording, reclame, luifels en vlaggen geplaatst op de gevel van deze monumentale panden. Deze elementen zijn daarnaast ook vaak verouderd en verloederd. Dit geeft specifieke straten in de binnenstad een opgave tot verbetering.

Breda staat vooral bekend voor haar gezellige en bourgondische horeca, dit trekt veel bezoekers. De hoogwaardige en vernieuwende horeca wordt echter gemist in de stad. De laatste jaren neemt dit type horeca wel toe in de stad, maar loopt nog achter op de vergelijkbare grotere steden.

Ook is de horeca, die van oudsher sterk geconcentreerd was op een aantal plekken in de binnenstad, meer gaan uitdijen naar de aanloopgebieden richting het centrum. Denk aan de Veemarktstraat, Van Coothplein, de Boschstraat en nog een aantal straten. Door de horeca zijn deze gebieden veel levendiger geworden. Daarnaast is ieder gebied net anders, waardoor ieder gebied ook een specifiek publiek trekt. In hoofdstuk 4 zijn de horecaconcentraties/gebieden in de binnenstad en elders in de gemeente specifiek beschreven.

Horeca 1 in de binnenstad van Breda

De horecacategorieën staan beschreven in hoofdstuk 5. Om onderstaande goed te kunnen duiden hierbij wel al de definitie van horeca 1.

Horeca 1

Een horecabedrijf dat is gericht op winkelend publiek en hoofdzakelijk overdag maaltijden, consumptie-ijs en niet-en/of (licht-)alcoholische dranken verstrekt vooral voor consumptie ter plaatse en daarmee ondersteunend is voor de (winkel)functie van een gebied, zoals een lunchroom, koffie/theehuis, broodjeszaak, ijssalon en daarmee gelijk te stellen horecabedrijven. De bedrijfsactiviteit is gericht op het – met name overdag – al dan niet ter plaatse verstrekken en bereiden van etenswaren en dranken en de openingstijden vallen (in belangrijke mate) binnen de openingstijden van winkels.

Zoals in de vorige paragraaf al beschreven is in 2011 de horeca 1 bestemming in het leven geroepen. Binnen deze bestemming kunnen horecazaken die qua aard en uitstraling aansluiting vinden bij het winkelend publiek zich vrij vestigen. Het doel van de regeling was toen het stimuleren van de daghoreca in Breda, het versterken van lunchrooms en koffiezaken. Dat is gelukt.

Deze planologische mogelijkheid is er zowel in de binnenstad als in de Wilhelminastraat. In de binnenstad is het aantal lunchrooms toegenomen. Daar staat tegenover dat het aantal lunchrooms al goed vertegenwoordigd was op de horeca 1 bestemmingen.

Café-restaurants en restaurants waren in 2012 nagenoeg niet gevestigd op een horeca 1 bestemming. Dit aantal is licht toegenomen. Zowel in de binnenstad als in de Wilhelminastraat betreft het echter kleine aantallen. Zie paragraaf 5.2.

2.2.2. Vraag naar horeca neemt toe, behoefte verandert

Van koopcentrum naar verblijfs- en ontmoetingsgebied

Het toekomstperspectief van de binnenstad van Breda hangt ook samen met landelijke trends in grotere binnensteden in Nederland. Een uitgebreide toelichting op de trends en ontwikkelingen is te vinden in hoofdstuk 3.

Binnensteden veranderen van winkelgebieden in multifunctionele ontmoetingsplaatsen. Een sterkere verblijfsfunctie draagt bij aan de behoefte aan sfeer en beleving die de afgelopen jaren sterk is toegenomen. Breda is van oudsher een sterk functioneel 'koop'centrum, waar de winkelfunctie altijd dominant was. Je ging naar Breda om 'te winkelen' en de horeca pakte je mee. Dit nog los van de specifieke uitgaansfunctie met Havermarkt en de Vismarktstraat. Die is de laatste jaren echter verschoven en zal ook de komende jaren blijven door ontwikkelen. De winkelfunctie blijft belangrijk, maar wordt minder. De horecafunctie is sterk toegenomen en wordt sterker. Tegelijkertijd zijn ook andere functies in toenemende mate belangrijk, zoals diensten, cultuur en maatschappelijke functies. De verblijfs- en ontmoetingsfunctie staat meer centraal en de horecasector levert daar een onmisbare bijdrage aan.

Consumenten besteden steeds meer in de horeca

De omzet in de horeca nam sinds 2010 jaarlijks fors toe, tot 2020. Door de gevolgen van corona is het omzetniveau sterk teruggelopen in 2020 en 2021. Voor veel ondernemers heeft dit enorme consequenties gehad, die nog voelbaar zijn. Ondertussen is de omzet in de horeca weer op hetzelfde niveau als voor 2019. De omzet is zelfs hoger dan in 2019, met name door prijsstijging, niet door volume. De producten en kosten worden duurder en daarmee stijgt ook de prijs en dus de omzet. De laatste berichten uit 2024 geven een positiever beeld ten aanzien van omzet (volume). De consument geeft nog steeds meer uit in de horeca. De lange termijn trend laat ook een cultuurverschuiving zien. Nederlanders eten en drinken steeds meer buiten de deur. Dit is positief. Investeren in nieuwe concepten, kwaliteit en verbreding van het aanbod zorgen voor kansen voor de horeca in Breda.

Ondernemers hebben het ook lastig

Tegelijkertijd staat de winstgevendheid en het bedrijfsperspectief voor horecaondernemers wel onder druk. De stijging van diverse kostenposten (personeel, energie, inkoop) in combinatie met de opgebouwde schuldenlast door corona leidt bij veel ondernemers voor problemen. Het personeelstekort helpt ook niet en zorgt ervoor dat de maximale (terras)capaciteit vaak niet gehaald kan worden. Daarnaast ondervindt de horeca meer concurrentie vanuit andere sectoren, zoals de detailhandel. Door branchevervaging krijgen winkels in levensmiddelen artikelen, zoals super- en foodmarkten, ook een steeds sterkere horecafunctie. Ook de bezorgeconomie is een factor van betekenis. De agrarische sector beweegt zich ook steeds meer richting horeca.

In de toekomst neemt de behoefte aan horeca verder toe

Er is een indicatieve vraag- of bestedingsraming voor de Breda horecasector uitgevoerd, gebaseerd op cijfers uit het verleden en voorspellingen. Het is een doorkijk naar 2030 en 2040 waarin we met een bandbreedte de toename gemiddelde horecabesteding doorrekenen. Er is op basis van de geprognoseerde bevolkingstoename, rekening houdend met binding en toevloeiing in alle gevallen groei te voorzien van de bestedingen in de horeca van Breda. Meer diversiteit en kwaliteit zal bovendien (deels) in een eigen vraag voorzien door het aantrekken van nieuwe doelgroepen (meer binding en toevloeiing).



3

Recente ontwikkelingen



3. Recente ontwikkelingen

We weten nu waar we vandaan komen. Om te kunnen bepalen waar we naartoe willen zijn de recente ontwikkelingen van belang. Welke trends en ontwikkelingen zijn er landelijk en wat zijn de ontwikkelingen in Breda?

3.1. Breda is groen, grenzeloos en gastvrij

Breda is ambitieus en wil in 2030 een internationale hotspot zijn voor toegepaste technologie en creativiteit, een stad van en voor creatief talent. Een stad waar je de dynamiek van de stad én de rust van het platteland vindt. Een stad waar mensen naar elkaar omkijken. Een plek waar ruimte is voor vernieuwing, voor innovatieve en voor creatieve concepten. Een stad waar bewonersbelangen in ogenschouw worden genomen. Kortom, Breda brengt het samen. Ook in haar blik op de toekomst.

Kernwaarden en ambities van Breda

De ambities van Breda worden als vertrekpunt genomen om te bepalen waar we naartoe willen (hoofdstuk 4). Wat voor stad is Breda en vooral ook, wat voor stad wil Breda zijn in de toekomst? Uit het onderzoeksrapport, de participatie en de beleidskaders, komen de volgende identiteitsdragers naar voren: historiciteit (bijvoorbeeld de Grote Kerk), de singels en de haven. En de volgende kernwaarden: gastvrij, gezellig, studentenstad, sfeervol, hoffelijk, adellijk, bourgondisch, ambachtelijk, bierstad, Nassaustad, etc. Deze kernwaarden sluiten aan bij het Verhaal van Breda om groen, grenzeloos en gastvrij te zijn.

Het Verhaal van Breda staat aan de basis van wat we doen

Grenzeloos:

Grenzeloos internationaal, creatief en innovatief

Breda is de internationale hotspot van toegepaste technologie en creativiteit van Europa met goede internationale treinverbindingen. De motor om de innovatiekracht en creativiteit van het midden- en kleinbedrijf te versterken door nieuwe technologieën toe te passen die het dagelijks leven van mensen verrijken.

Groen:

Stad in een park

Breda is de eerste historische Europese stad in het park om gezond te leven, verblijven, studeren en werken. Een stad waar duurzaamheid, gezondheid en kwaliteit van leven hoog in het vaandel staan en die elke dag verrast. Met de allure van een grote stad én het gemoedelijke van een dorp.

Gastvrij:

Stad van ontmoeting

Breda is een gastvrije stad. Elkaar gemakkelijk, letterlijk en figuurlijk, vinden in de stad, in je werk, bij je studie. Gastvrijheid is bij ons geen loze term, maar een way of living.

Breda is enerzijds de regionaal verzorgende centrumstad met grootstedelijke allure. Anderzijds heeft de stad het gemoedelijke van een groot dorp. Die complementariteit zien we deels terug in de verruiming van het centrumgebied. Hierin is ruimte voor spannende stedelijke concepten in de spoorzone en de nieuwe gebiedsontwikkelingen, terwijl de historische binnenstad weer andere kwaliteiten en accenten kent. De menselijke maat van Breda is voelbaar in de stad, de dorpen en het buitengebied. Het is een stad van kwaliteit waar Bredanaars trots op zijn.

3.2. Inspelen op ruimtelijke en thematische ontwikkelingen in Breda

Breda is volop in ontwikkeling. Dat betekent ook iets voor het op te stellen horecabeleid. In deze paragraaf beschrijven we de voornaamste ruimtelijke en thematische ontwikkelingen binnen de gemeente Breda.

Ruimtelijke ontwikkelingen: drie ontwikkelgebieden

Er is in het centrum van Breda sprake van drie grote gebiedsontwikkelingen (vier inclusief Bavel). Voor deze gebieden zijn concrete ontwikkelprogramma's in ontwikkeling waarbij ook horeca een rol speelt. Dit zijn gebieden in Breda waar toevoeging van horeca mogelijk is. De ontwikkelprogramma's van de diverse gebiedsontwikkelingen zijn daarbij leidend.

Met deze ontwikkelgebieden wordt het verblijfsgebied van de binnenstad uitgebreid. Er komt meer plek voor bezoekers om te vertoeven. Horeca heeft daarbij een belangrijke rol om bij te dragen aan de identiteit van de betreffende ontwikkelingen. Placemaking krijgt een prominente rol. Dit biedt kansen voor gebiedsgerichte horecaontwikkeling waarbij de horeca als katalysator van het gebied fungeert. Kwaliteit, diversiteit en innovatie zijn hierbij de uitgangspunten. We streven na dat nieuwe horeca onderscheidend is ten opzichte van hetgeen al in Breda aanwezig is. Ook al is er afhankelijkheid van de markt, dit is een mooie kans.

Hieronder worden de belangrijkste gebiedsontwikkelingen kort toegelicht.

Gasthuisvelden (waaronder Seeligpark)

Gasthuisvelden is een gebiedsontwikkeling aan de zuidwestkant van de binnenstad van Breda. Verschillende locaties in het gebied vragen de komende jaren om een nieuwe invulling vanwege het (toekomstige) vertrek van de gebruikers. Bijvoorbeeld het voormalige Belastingkantoor, UWV- en Kadasterkantoor, Gerechtsgebouw en de Seeligkazerne. Gasthuisvelden biedt, door de ontwikkeling van een stadspark in het vrijkomende defensie terrein, kansen voor natuur, cultuur, sport, horeca etc.

Momenteel is de Seeligkazerne een militair terrein waar enkel militaire eenheden en enkele bewoners toegang tot hebben. Het vormt als het ware een ontoegankelijke enclave in de stad. Tegelijkertijd heeft de plek alle potentie om uit te groeien tot een aantrekkelijk stadspark. Het is een plek met een rijk historisch verleden en biedt een grote groene ruimte binnen de singels van Breda. Het water van de singels, gevoed door de rivieren zorgen ervoor dat het gebied gekoppeld is aan natuurlijke structuren. Het heeft daardoor in potentie betekenis voor de gezondheid van mens en dier. Door het park stroomt in de toekomst de Nieuwe Mark. De oevers van deze stadsrivier en de naastgelegen historische militaire panden lenen zich voor toeristisch-recreatieve functies. Horeca kan hierbij een toonaangevende bijdrage leveren.

De identiteit van het park wordt ontwikkeld aan de hand van de volgende thema's:

- Gastvrij: de gebruikers staan er centraal. Zowel de bewoners van de omliggende buurten als de Bredanaar als de bezoeker van daarbuiten. Het dient een plek te zijn waar iedereen zich gastvrij ontvangen voelt.
- Geworteld: het militaire verleden krijgt een herkenbare plek in het programma en de uitstraling van het park waardoor het geworteld is met het verleden.
- Gezond: natuur en sport worden omarmd als belangrijke functies in het park waardoor groen en gezondheid voelbare thema's worden.

Het streven is om deze waarden leidend te laten zijn bij de ontwikkeling van alle voorzieningen in het park, dus ook horecavoorzieningen.

Centrum Oost (waaronder Chassékwartier)

Chassékwartier, het podium aan je voeten

TT&C; cultuur x innovatie

Aan de oostflank van de binnenstad investeren we de komende jaren sterk in kwaliteit in de stad. Met de oplevering van de Gasthuyspoort en de verbouwing van de Houtmarktpassage tot Houtmarkt zijn de eerste mooie resultaten al bereikt. De komende periode wordt ook de voormalige KPN-locatie getransformeerd, het project Central Park opgestart en plannen voor de Molsparking worden momenteel gemaakt.

Met de voorziene ontwikkelingen in het Chassékwartier wordt de binnenstad aan deze zijde van de stad uitgebreid tot aan de Singel. Een gebied met theater, film, gaming, kunst en muziek als inspirerende bronpunten, waar verblijfsplekken zorgen voor verlenging van de verblijfsduur en herhaalbezoek. Hier valt ook het toevoegen van horeca onder. Het doel is horeca voor zowel de dag als de avond, karaktervol en passend bij de identiteit van het gebied.

CrossMark (waaronder 't Zoet)

Met CrossMark groeit Breda in de spoorzone over de rivier de Mark: de gemeente koppelt de gebiedsontwikkelingen Havenkwartier en het Stationskwartier aan gebiedsontwikkeling 't Zoet. Het gaat om een te transformeren gebied van ongeveer 150 hectare dat grenst aan de historische binnenstad, het station en de spoorlijn.

Binnen deze ontwikkelhub van Breda staan cultuur en creatieve industrie in hun kracht. Cultuur, economie en onderwijs bieden ruimte en podium voor de groei en ontwikkeling van creatief ondernemerschap.

Havenkwartier

Het Havenkwartier is onderdeel van de spoorzone-ontwikkeling CrossMark Breda. Overkoepelend uitgangspunt is de transformatie van een bedrijventerrein naar een nieuwe wijk aan de Mark met een mix aan woonvormen, bedrijven, voorzieningen, cultuur, cultuurhistorie en leisure. Als eerste wordt de Strip langs de Speelhuislane ontwikkeld (met daarin de deelgebieden Klavers Jansen - Backer & Rueb en Electron), met een hogere stedelijke dichtheid en een mix van functies.

Naast een grote hoeveelheid woningen die zullen worden toegevoegd aan het gebied is er ruimte voor creatieve werkfuncties en vernieuwende horecaconcepten binnen bestaande context van industrieel erfgoed.

Hoogstedelijke stadswijk 't Zoet ('Proef 't Zoet')

De ambitie is om van 't Zoet een nieuw hoogstedelijk woon-, werk- en leefgebied te maken, complementair aan de binnenstad. Kernbegrippen zijn hoogstedelijk, verbonden, groen en water. Naast een uitgebreid woonprogramma, waarbij stedelijke gemeenschappen een cruciale rol spelen, ontwikkelen we 't Zoet als de grootste Europese 'etalage' en proeftuin voor innovaties en ontwikkelen we een technologie hub gericht op gaming. Een dynamisch gebied waar zowel toepassing van technologie (gaming, VR, robotica, etc.) als creativiteit (sociale innovatie, cultuur, leisure, etc.) zichtbaar, beleefbaar en tastbaar zijn. Hiermee heeft het gebied een onderscheidende economische rol in regionaal verband. 't Zoet is hiermee een belangrijk onderdeel van het Innovatiedistrict Breda, waarmee een innovatief vestigingsklimaat wordt ontwikkeld gericht op samenwerking, vernieuwing en talent.

Gebiedsprofiel binnenstad

We ontwikkelen momenteel een gebiedsprofiel 'binnenstad'. Hoe positioneren we de (historische) binnenstad, zelfstandig en ten opzichte van de nieuwe gebiedsontwikkelingen CrossMark, Gasthuisvelden en Centrum Oost. Hierbij worden ook de huidige acht sfeergebieden tegen het licht gehouden en waarschijnlijk teruggebracht in aantal. Dit juist om de gebieden onderscheidend te laten zijn ten opzichte van elkaar.

Thematische ontwikkelingen

Nachtcultuur

Dit is een trend die landelijk speelt. Er zijn inmiddels in enkele grote steden nachtcultuurnota's geschreven (onder andere Amsterdam, Haarlem, Utrecht en Eindhoven). In Breda staat de nachtcultuur relatief nog in de kinderschoenen. Wel is het een onderwerp wat de laatste jaren regelmatig onderwerp van gesprek is geweest. Het vraagt en verdient aandacht. Het betreft een (vooralsnog beperkte) doelgroep die naast nachtcultuur ook op het gebied van inclusiviteit en diversiteit een rol speelt/wil spelen. Praktische belemmeringen maken de doorontwikkelingen van nachtcultuur tot een uitdaging, maar niet onmogelijk.

Eerder heeft in Breda een pilot plaatsgevonden. Tijdens deze pilot clubcultuur kon een select aantal bedrijven en instellingen onder voorwaarden clubavonden tot 06:00 organiseren. Mede door de coronacrisis hebben in totaal vier clubavonden plaatsgevonden. Deze avonden zijn geëvalueerd en geconcludeerd kan worden dat de avonden positief verlopen zijn. Er zijn geen klachten binnen gekomen. Door de politie is aangegeven dat de straatcoach (een van de voorwaarden) duidelijker aanwezig mag zijn. Hierover kunnen afspraken gemaakt worden. De politie heeft ook aangegeven dat de verlengde openingstijden tot 06.00 uur voor hen beter te monitoren en beheersbaar zijn als deze locaties in de binnenstad zijn.

Recent heeft het evenement Turf voor de eerste keer plaatsgevonden. Mezz en Pier 15 waren tijdens dit evenement tot 6.00 uur geopend. Ook deze avonden zijn zonder problemen verlopen.

De motie 'Clubcultuur 2023' vroeg om clubcultuur in Breda op te nemen in het nieuwe horecabeleid. Zie hiervoor hoofdstuk 4.

Innovatiedistrict Breda

In Breda is 'toegepaste technologie en creativiteit' (TT&C) een belangrijk economisch cluster, als bron van banengroei, innovatie en ondernemerschap. Het cluster – dat onder meer bestaat uit innovatieve maakbedrijven, creatieve zakelijke diensten en 'innovatieve entertainers' – groeit snel en draagt met innovaties bij aan grote maatschappelijke vraagstukken. Met het Innovatiedistrict Breda wordt een nieuw type vestigingsmilieu ontwikkeld waar TT&C letterlijk en figuurlijk de ruimte krijgt. Ruimte is overigens hierbij geen doel op zich, maar een middel om de TT&C sector verder te versterken, om de samenwerking tussen ondernemers, kennisinstellingen en overheid te intensiveren en om nieuwe innovaties te stimuleren. Daarmee wordt Breda zichtbaar als innovatieve kennisstad.

Ruimtelijk loopt deze zone grofweg van het Slingerweggebied, over 't Zoet en het Havenkwartier aan de westzijde, via het Stationskwartier en Centrum-Oost naar de campussen van Breda University of Applied Sciences en Avans Hogeschool.

Het Innovatiedistrict heeft als kenmerken onder andere: multifunctionaliteit, ontmoeten en samenwerken, toegankelijk en bereikbaar. Hierbij hoort een voorzieningenpakket dat aansluit bij de TT&C sector en talentvolle medewerkers. De functie horeca speelt hierbij een cruciale rol.

3.3. Landelijke trends en ontwikkelingen

Tot slot zijn ook de landelijke trends en ontwikkelingen van belang. Zoals al in de inleiding beschreven, zeker op het vlak van horeca volgen deze elkaar snel op. De horecabranche is zeer dynamisch en volop in beweging. In onderstaande figuur zijn de voornaamste trends en ontwikkelingen geduid. Aanvullend zijn navolgend nog een aantal specifieke zaken benoemd. Veel van deze trends en ontwikkelingen zijn grotere autonome gebeurtenissen die Breda 'overkomen'. De gebeurtenissen geven inzicht in de toekomst van de horeca.

Algemene trends in de horeca

Ontspannen en ontmoeten

Waar vroeger winkels het straatbeeld domineerden, zien we nu de horeca sterk opkomen. Horeca wordt steeds beeldbepalender en is essentieel voor ontspanning en ontmoetingsplek in binnensteden; overdag, 's avonds en soms ook 's nachts. De behoefte aan horecalocaties groeit hierdoor.



Meer restaurants en fastservice minder bars

De traditionele drankensector heeft het lastig. Cafés verdwijnen, met name buiten de centra. Het aantal clubs en discotheken is enorm afgenomen door onder andere de populariteit van festivals. Tegelijkertijd ontstaan alom nieuwe fastservice- en food/drankconcepten.



Snelle hap versus uitgebreid eten

De behoefte aan fastfood, andere fastservice concepten ('vers en verantwoord') en 'casual dining' groeit. Gericht op kwaliteit binnen een kort tijdsbestek. Uitgebreid dineren wordt iets minder populair.



Foodbeleving

Dit betreft naast horecazaken ook supermarkten, 'eetwinkels' en bezorg/afhaalconcepten. Foodbeleving versterkt, samen met andere functies, buurt- en wijkcentra als ontmoetingsplek voor mensen in hun woonomgeving.



Meer (landelijke) formules in de horeca

Anders dan in de detailhandel zien we in de horeca een sterke groei van landelijke en regionale formules, zeker bij fastservice en restaurants.



Schaalvergroting

De ruimtebehoefte van horecazaken groeit, vanwege rendementseisen, meer foodaanbod (keuken, bezorgservices) en multifunctionaliteit.



Overall terrassen

'Buiten is het nieuwe binnen'. Alom zichtbaar en vaak vol, maar met een wisselende bijdrage aan omgevingskwaliteiten ter plekke (minder zicht op monumenten en straatbeeld door parasols). Terrassen krijgen steeds vaker een 'eigen' inrichting, aansluitend op het bedrijfsconcept en beoogde doelgroepen.



Uitstraling, sfeer en beleving

Een markante stijl en ('instagrammable') inrichting trekt extra gasten en horecaondernemers spelen daar creatief op in. Vaak gericht op een specifiek thema, doelgroep of life style. Ook de toekomst van blurring en pop-up concepten vallen binnen deze trend.



Innovatie en creativiteit

Horecaondernemers innoveren continu hun bedrijfsvoering, o.a. vanwege oplopende kosten en personeelstekorten. Vandaar QR-codes op tafel, slimme betaalsystemen en online reserveringstools. Ook robotisering (keuken, bediening) biedt kansen. Het personeel kan zich dan meer focussen op kwaliteit in plaats van routinematige werkzaamheden.



Hoge maatschappelijk betekenis

Ontspanning en ontmoeting zijn essentieel voor de mentale gezondheid van mensen. De horeca faciliteert dit op diverse wijze.



Trends horeca

- De **omzet in de horeca** nam sinds 2010 jaarlijks fors toe, tot 2020, maar kelderde tijdens de coronajaren. Ondanks waarschuwingen van vooraanstaande economen, met waarschuwingen over dalend consumentenvertrouwen, zien we de horecaomzet nog steeds stijgen, met name door prijsstijging, minder door volume.
- Het **personeelstekort** in de horeca is voor veel bedrijven omzet remmend. Bedrijven sluiten dagdelen, gaan eerder dicht of benutten niet de volledige capaciteit. Het tekort beïnvloedt ook de loonkosten.
- De enorme **prijsstijgingen** waaronder die van **productinkoop en energie** (voor bedrijven die geen langlopend (gunstig) contract hebben) maakt dat bedrijfskosten dermate stijgen dat bedrijven hun openingstijden beperken of zelfs moeten sluiten. Rendement staat onder druk.
- **Schaalvergroting of meer bedrijven per ondernemer** hangt hiermee samen. Historische (binnen-)steden, zoals Breda, kenmerken zich vaak door kleinere panden. Doorbraak is niet altijd toegestaan.
- Veel horecapanden zijn niet in eigendom van de exploitant, waardoor **duurzame investeringen in energiebesparing** in het pand vaak niet tot stand komen.
- Horeca is voor initiatiefnemers/ondernemers een **relatief 'laagdrempelige' sector**, waardoor er altijd wel nieuwe kandidaten zijn, al dan niet met ervaring de sector en/of ondernemerschap.
- Groei van **bezorgeconomie**. Tijdens de coronaperiode is het bestellen van eenvoudige tot luxe maaltijden aan huis enorm toegenomen. Sinds horeca weer open is, neemt dat weer af maar blijft wel in ruimere mate dan pré-corona.
- Geschikte locaties voor bezorg- en afhaalbedrijven vormen vaak een dilemma, gelet op verkeersbewegingen, parkeren, overlast, etc.
- Ook in Breda is op een aantal plaatsen meer behoefte aan terrassen dan fysiek mogelijk (schaarse ruimte).

Trends binnensteden

Het toekomstperspectief van de binnenstad van Breda hangt samen met landelijke trends in (grotere) binnensteden in Nederland. De belangrijkste kansen en opgaven vanuit landelijke trends zijn beschreven, maar ook de relatie met de specifieke context.

- Binnensteden veranderen **van 'koop' naar 'belevingscentra'**. Een sterkere verblijfsfunctie draagt bij aan de behoefte aan sfeer en beleving. Breda heeft van oudsher veel bezoekers die op zoek zijn naar beleving: cultureel, bourgondische horeca, shoppen, kortom: het leven vieren.
- De toenemende **variatie aan en vermenging van functies** is een kans. Functies als horeca, dienstverlening, wonen en werken vinden namelijk steeds meer hun weg naar de binnenstad. Ook voldoende reuring door bijvoorbeeld een kwalitatief goed **evenementenaanbod** draagt bij aan de levendigheid.
- Horeca vormt niet de oplossing voor **winkelleegstand**.
- De binnenstad is daarnaast een steeds belangrijkere **woonomgeving**. Door de woningdruk in steden is transformatie van leegstaande publieksfuncties naar wonen een veel besproken onderwerp. Transformatie naar wonen heeft echter ook een keerzijde, namelijk het (definitieve) verlies van publiek aantrekkende/economische functies en daarmee reuring. Dat geldt met name voor wonen op begane grond in winkel/horecastraten. Bovendien kunnen er belangenconflicten ontstaan (overlast versus reuring).
- Als **werklocatie** wint de binnenstad in de grote steden aan terrein, ook werkplekken in horecabedrijven. Dit is een belangrijke kans voor de daghoreca. In studentensteden, waar Breda ook onder valt, geldt dat ook voor studielocaties.
- **Branchevervaging en blurring** is een blijvend actuele trend. Dit betekent dat winkels en horeca steeds moeilijker in een hokje te plaatsen zijn. Blurring is het fenomeen waar detailhandel en diensten met horeca vermengen. Denk aan een koffietje in de boekwinkel.
- Traditionele **categorisering horeca** in bestemmingsplannen, nu omgevingsplan, wringt steeds meer met realiteit ('wat is nu een restaurant') en strookt niet met gedachte omgevingswet (invloed/impact op ruimtelijke omgeving).

Trends overig

Vraagontwikkeling en doelgroepen

De vrijetijdseconomie toonde tot de coronacrisis eveneens een sterke expansie. Bovenal verwacht de gast een aantrekkelijke, al dan niet bijzondere 'beleving' en men is bereid daarvoor een eerlijke prijs te betalen. Hoewel er nauwelijks landelijke cijfers bestaan omtrent het bezoek aan horecazaken naar doelgroep, is wel duidelijk dat er grote onderlinge verschillen zijn. Het bezoekgedrag en de bestedingen worden vooral bepaald door leeftijd, gezinssituatie en stedelijkheid van de woonomgeving. Zo eten 'Millennials' (geboren tussen 1980 en 2000) bijvoorbeeld veel vaker buiten de deur dan 'Babyboomers' (geboren tussen 1940 en 1965; bron: The Food Research Company, 2018). Ook het groeiende aantal kleine huishoudens leidt tot extra consumptie buitenshuis. Het aantal 'eetmomenten' per dag neemt daarbij toe. Ook leveren overnachtingen van (buitenlandse) toeristen veel extra vraagpotentieel voor de horeca.

Gezondheid in nieuw perspectief

Horecabeleid is doorgaans voornamelijk ruimtelijk-economisch van aard. Toch zijn er ook trends en ontwikkelingen op het gebied van gezondheid die relevant zijn in de doorontwikkeling van de sector. Ook corona heeft gezondheid in nieuw perspectief geplaatst, van lifestyle naar overleven. Eten en drinken is meer geworden dan iets wat de consument nuttigt om te kunnen functioneren. Functioneel gezond is belangrijker dan slank. Lokaal, biologisch, onbewerkt, informatie, antioxidanten, pro-biotics, koolhydraatarm, eiwitrijk. Goede kwaliteit en keuzevrijheid zijn het allerbelangrijkst. De vraag naar gezond, duurzaam, lokaal, onbewerkt en biologisch eten groeit. We zijn verbonden via apps en media voor gezondheid op maat. Eten & drinken is lifestyle. En we zien meer en meer de waarde in van gezonde fast casual concepten.

Duurzaamheid

De consument is thuis bewust en begint het verschil te maken. Voedselverspilling kan niet meer. De vraag naar duurzame en gezonde gerechten buitenshuis neemt toe, maar minder sterk dan thuis. Buitenshuis staat zorgeloos genieten centraal; gezondheid en duurzaamheid spelen (nu nog) een ondergeschikte rol.

Wel zien we de markt en horecaondernemer duurzaam ontwikkelen. Herbruikbare verpakkingsmaterialen in plaats van verpakkingsmateriaal met micro plastics. Circulair ontwerpen is geen trend, maar een gegeven. Minder dier op het menu, door de kwaliteit van de bereiding van groenten, vega & vegan. De weg naar duurzame energievoorziening vraagt naar innovatie vanuit de markt en overheid. In de uitvoering van energietransitie wordt door bedrijven, leveranciers en gemeente samengewerkt om doelgericht resultaat te behalen. Er ontstaan nieuwe samenwerkingsvormen met energieleveranciers, installateurs en netbeheerders om techniek efficiënter in te zetten. Er wordt ontwikkeld in energieopwekking, productie en herwinning van energie, denk aan de toepassing van efficiënte warmtepompen.

Digitalisering

Digitalisering versnelt. Overal en altijd. Onze economie wordt meer en meer datagedreven en bedrijven ontwikkelen mee. Technologie krijgt een prominente plek in de horeca: bestellingen middels QR-codes zijn normaal, vervanging personeelstaken, planningstool, datagedreven bestellingen, betalingstechnieken (currency's). Digitalisering maakt inzetbaarheid van minder personeel mogelijk. Persoonlijke benadering gaat echter nooit veranderen in de horeca.



4

Hoe bereiken we
kwaliteit, diversiteit
en innovatie?



4. Hoe bereiken we kwaliteit, diversiteit en innovatie?

Met de kracht van horeca willen we de aantrekkelijkheid van Breda vergroten, de ontwikkeling van gebieden met grote economische betekenis verder aanjagen en de groei van werkgelegenheid in de horecasector stimuleren. Horeca draagt daarin bij aan de ambitie van de stad om Breda en haar regio te positioneren als een aantrekkelijke vrijetijdsregio.

In dit hoofdstuk maken we de vertaling van hoofdstuk 2 en 3 naar het horecabeleid. Dit per beleidsaspect en per deelgebied (ruimtelijk). Vervolgens gaan we in op het instrumentarium. Dit is het complete palet aan maatregelen die we, in samenwerking met andere partijen, nemen om het beleid verder uit te werken. Sommige beleidsaspecten worden verder uitgewerkt in deelbeleid, denk daarbij bijvoorbeeld aan het beleid voor terrassen.

4.1. Kwaliteit als kernopgave

Heel kort samengevat zijn de uitgangspunten: streven naar kwaliteit, diversiteit en innovatie en behoudend ten aanzien van de kwantiteit.

Behoudend ten aanzien van de kwantiteit

De bestaande horecastructuur (welke horeca op welke plek) is het vertrekpunt van het nieuwe beleid. We zetten in op concentratie van nieuwe horeca binnen de bestaande horecagebieden, in plaats van daarbuiten. Daarom kiezen we in algemene zin voor consolidatie van de horecastructuur, 'de juiste soort en omvang horeca op de juiste plaats'. We zijn terughoudend in de planologische mogelijkheden voor nieuwe horeca. Er is geen noodzaak tot wezenlijke uitbreidingen van de horecastructuur. In algemene zin is het huidige niveau richtinggevend: 3,1 horecazaken per 1.000 inwoners.

Streven naar kwaliteit, diversiteit en innovatie

Tegelijkertijd moet er wel ruimte zijn en blijven voor dynamiek, innovatie en goed ondernemerschap. Zoals dat hoort bij een gastvrije, grenzeloze en groene stad als Breda. Er zijn zeker wel kansen voor nieuwe horeca.

Ten eerste door bedrijfsbeëindiging van bestaande horecabedrijven, om welke reden dan ook, blijven er locaties vrijkomen voor nieuwe initiatieven. We hebben ten tweede oog voor het ontwikkelperspectief van de (hierna te noemen) deelgebieden (in de binnenstad en daarbuiten) en ten derde ontstaan er mogelijkheden in relatie tot de nieuwe gebiedsontwikkelingen en de doelgroepen. Dit alles met oog voor het behoud van een goed woon- en leefklimaat en vitale centra met een goede functiemix.

4.2. Deelgebieden en ontwikkelprofiel per gebied

De hoofdlijn van het horecabeleid is consolidatie van de huidige horecastructuur. Dit betekent dat vooral wordt ingezet op horeca in bestaande horecagebieden en bestemmingen en niet daarbuiten. Toch kan in een deelgebied uitbreiding van de horeca soms wenselijk zijn, ter versterking van de aantrekkelijkheid van dat gebied.

Hieronder worden de verschillende deelgebieden (in de binnenstad en daarbuiten) beschreven. Per deelgebied wordt een aanbeveling gedaan voor het ontwikkelperspectief voor de horeca en dit is uitgesplitst in de deelsectoren drankverstrekkers (zoals koffietentjes, bars en cafés), fastservice (zoals lunchrooms) en restaurants.

De deelgebieden en het ontwikkelperspectief zijn tot stand gekomen aan de hand van de lokale vraag- en aanbodsituatie, omgevingskwaliteiten, de wisselwerking met andere functies en doelgroepen. Hierin is rekening gehouden met de impact op de omgeving en de andere deelgebieden.

We evalueren en actualiseren de deelgebieden en hun ontwikkelperspectief cyclisch, waarbij we ernaar streven dit eens per vier jaar te doen. We doen dit om in te kunnen spelen op veranderende omstandigheden, zoals gebiedsontwikkelingen en vraag naar en aanbod van de diverse typen horeca.

Bij de plantoetsing wordt rekening gehouden of een ontwikkeling past volgens het ontwikkelperspectief. Er zal door initiatiefnemers ook moeten worden aangetoond dat er behoefte is aan de horeca en dat eventuele effecten op de structuur en het goede woon- en leefklimaat beperkt en aanvaardbaar zijn.

Wanneer hieronder 'versterking mogelijk' staat vermeld, kan dat ook vervanging van bestaand aanbod betekenen. Ieder planinitiatief wordt getoetst in relatie tot de andere elementen uit het stroomschema (figuur 5.1) en de ruimtelijke motivering van planinitiatieven. Voor de verschillende deelgebieden van de binnenstad is aangesloten bij de gebiedsindeling van de Stichting Ondernemersfonds Breda (SOFB). In deze paragraaf is eerst het algemene profiel per deelgebied beschreven, gevolgd door enkele kernwaarden, vooral in relatie tot het profiel van de horeca. Vervolgens is ingegaan op het ontwikkelperspectief per deelgebied.

Binnenstad

Het 'centrum' of de 'binnenstad' van Breda staat bovenaan de regionale hiërarchie beschreven in de regionale detailhandelsstructuur van West-Brabant. Het centrum heeft een breed en compleet aanbod met een profiel gericht op het dagje uit, gezellig winkelen, ontmoeten en verblijven. Het recreatieve winkelaanbod daalt al jaren en de (fastservice) horeca is fors gegroeid. Naar verwachting blijft de binnenstad van Breda met alle voorziene plannen op het gebied van vergroening, woningbouw en verblijven ook de komende jaren in beeld als één van de meest aantrekkelijke binnensteden van (West-)Brabant. Breda is de 6de best bezochte stad van Nederland (bron: Breda Marketing/NBTC).

Horeca in de binnenstad

Bij een aantrekkelijke stad hoort ook een aantrekkelijk horeca-aanbod. Dat heeft Breda zeker, al zijn er ook nog genoeg uitdagingen.

De binnenstad van Breda kent meerdere straten waar horeca zich concentreert. De kwaliteit van deze horecastraten verschilt. Zo zijn er veel mooie gevels en panden, helaas soms aangetast door te veel/te grote of verwaarloosde reclameborden, vlaggen, luifels en andere 'decoratie'. De kwaliteit en uitstraling van terrassen verschilt. De Vismarktstraat is 's avonds een drukke en gezellige uitgaansstraat; overlast, 'schoon' en veiligheid blijven belangrijke aandachtspunten. Deze straat, en de aangrenzende Havermarkt en uitloopstraten, kent daarnaast met name overdag een matige uitstraling, door gesloten gevels en de veelal matige kwaliteit en onderhoud van een aantal panden. Leegstaande horecapanden liggen er veelal slecht verzorgd bij. Deze verhuurders en makelaars hebben hier een opgave. Samenwerking tussen ondernemers wisselt per gebied.

Breda staat vooral bekend om haar gezellige en bourgondische horeca, dit trekt veel bezoekers. Er is een divers aanbod, al is het kwalitatief hogere restaurantsegment nog ondervertegenwoordigd in de stad. De laatste jaren neemt dit type horeca wel toe, maar loopt nog achter op vergelijkbare steden.

De ruimtelijke horecastructuur in de binnenstad is op hoofdlijnen op orde. De binnenstad is hieronder opgesplitst in deelgebieden. Onderdeel van de horeca-analyse was ook een schouw van met name de binnenstad. Bij interesse is de uitgebreidere beschrijving hiervan te vinden in de eerder genoemde 'Horeca-analyse Breda 2024', die als aparte bijlage is toegevoegd.

Kernwinkelgebied

Profiel

In dit deel van Breda vind je winkelstraten afgewisseld met verrassende plekjes zoals het winkelhof 't Sas, de Houtmarkt en de overdekte Barones. De honderden winkels, het gevarieerde aanbod van gastvrije horeca, het openluchtmuseum 'de Blind Walls Gallery', dit in de historische setting van Breda, maken de stad aantrekkelijk en veelzijdig.

Kernwaarden: winkelen, functionaliteit, weinig onderscheidende uitstraling, weinig, wat eenzijdig en veelal lager niveau van horeca, weinig terras.

Ontwikkelperspectief horeca

In relatie tot horeca betekent dit:

- Inzetten op sterke innovatieve concepten met hoog kwaliteitsniveau.
- Inzetten op lokale spelers die het verhaal van Breda vertellen in tegenstelling tot grootschalige keten concepten.
- Verbetering routing: Op de zichtpunten en pleinen in de stad dient horeca met transparante gevels en aantrekkelijke terrassen zorg te dragen voor natuurlijke loop.
- Drank: versterking is mogelijk, consolidatie van koffiebars, inzetten op mengvormen (met winkelformules, passend binnen regelgeving).
- Fastservice: versterking mogelijk; consolideren van lunchrooms, wel toestaan van specifieke formules met toegevoegde waarde (bijv. ijssalons en nicheformules).
- Restaurants: inzetten op kwaliteitsverhoging.

Oostelijke binnenstad

Profiel

Hier vind je kleinschalige bedrijven met een eigen signatuur in een unieke en ongedwongen sfeer. Het Veemarktkwartier kenmerkt zich door boetiekjes en hotspots. De Sint Annastraat is een van de oudste en meest karakteristieke straten in de Bredase binnenstad. Het Veemarktkwartier bestaat uit oude straatjes, kerken, binnentuinen en hofjes zoals het Begijnhof en veelal kleine, vernieuwende bedrijven van creatieve makers.

Kernwaarden: authentiek, luxe, zelfstandigen, divers en hoog niveau horeca, soms met terras.

Ontwikkelperspectief horeca

- Inzetten op consolidatie voor zowel drank, fastservice als restaurants.
- Inzetten (bij wijziging van eigenaren of bij invulling functie op beschikbare bestemming) op kwaliteit en niches, samenwerking met lokale ondernemers en eigen concepten (minder ketens en franchises), aansluiting op winkelfunctie van gebied, dagconcepten. specifieke niches zoals ijs (frozen yoghurt), desserts, vegan, chocolade.

Grote Markt

Profiel

De Grote Markt is het centrale punt van de binnenstad van Breda met als eyecatcher de Grote Kerk. Er is sprake van veel mooie gevels en interieurs. De Grote Markt kent een breed scala aan horecabedrijven voor diverse doelgroepen. De samenstelling van de horecabedrijven is vooral restaurants en café-restaurants. Mogelijkheden tot dansen op de Grote Markt komen beperkt voor. De horecabedrijven hebben over het algemeen grote terrassen. Het Kerkplein is een klein pleintje dat de Havermarkt met de Grote Markt verbindt.

Kernwaarden: historisch hart, huiskamer, bourgondisch.

Horecagedreven gebied. Horeca overwegend in middensegment, redelijk divers, veel terras.

Ontwikkelperspectief horeca

- Drank: versterking mogelijk. Inzetten op grootstedelijke barconcepten.
- Fastservice en restaurants: inzetten op consolidatie. Bij wijziging eigenaren of bij invulling functie op beschikbare bestemming:
 - Daggrond geopende horeca
 - Horeca gericht op vermaak en beleving (aanbod recreatieve en culturele activiteiten en arrangementen)
 - Trend van 'niche-horeca': concepten gericht op speciaal bieren, wijn en gedestilleerd (cocktails, whisky, gin).

Havermarkt & Haven

Profiel

De Havermarkt (en de Vismarktstraat) zijn de uitgaansstraten in Breda. De straten zijn grotendeels georiënteerd op avond/nacht horeca. De straten hebben overdag helaas een matige uitstraling. De Havermarkt is al meer dan 50 jaar hét uitgaansplein in het centrum van Breda met terrassen en uitgaansgelegenheden. Het is goed gesitueerd tussen de Grote Markt en de Haven.

De Haven bevindt zich aan de noordkant van het centrum en bevindt zich aan de oude haven van Breda. De horeca aan de haven is met name georiënteerd op de namiddag en avond. Restaurants bevinden zich hier in mindere mate. Op de terrassen kan het hier aanzienlijk druk zijn.

Kernwaarden: entreefunctie, nachtelijk uitgaan, stappen en happen, horeca gedreven gebied, ontmoeten. Horeca overwegend lager segment, eenzijdiger gericht op uitgaan, veel terras.

Ontwikkelperspectief horeca

Drank: versterking mogelijk. Versterken café- en uitgaanshoreca.
Fastservice: consolidatie.
Restaurants: versterking mogelijk.

- Gebied heeft duidelijk profiel met avond/nachthoreca. Voor het gebied als geheel voor de toekomst inzetten op het versterken van de café- en uitgaanshoreca (kwaliteitsslag), met daarbij meer ruimte voor daggrond geopende concepten (moderne lounge en grand-café formules) en concepten die de combinatie maken met uitgaan of nachthoreca (t.b.v. versterking toegankelijkheid van het gebied).
- Horeca gericht op vermaak en beleving (aanbod recreatieve activiteiten en arrangementen).
- Trend van 'niche-horeca': concepten gericht op speciaal bieren, wijn en gedestilleerd (cocktails, whisky, gin).

Haagdijk

Profiel

De Haagdijk begint bij de nieuwe haven van Breda en is (een van) de oudste winkelstraat van Breda. Er zijn diverse monumentale panden te vinden. Je vindt er variatie aan speciale winkels van muziek tot wonen en sport. De Haagdijk loopt uiteindelijk over in de Nieuwe Haagdijk. De Haagdijk kent een zeer internationaal publiek. De horeca sluit aan op deze doelgroepen. Zo zijn er veel oosterse en mediterrane keukens te vinden: Thaise, Koreaanse, Chinese, Turkse, Marokkaanse, etc.. Over het algemeen is de horeca in de straat redelijk geconcentreerd in het fastservice segment.

De straat zelf is redelijk smal, dit in combinatie met autoverkeer en fietsverkeer is er weinig tot geen ruimte voor terrassen. De drukte van de straat geeft ook weer haar charme aan de straat. Er is altijd wat te doen en wat te zien. De kwaliteit van diverse horeca zou beter kunnen.

Kernwaarden: kleurrijk, rauw, culturele diversiteit, breed aanbod. Horeca veelal lager segment, eenzijdiger, soms met terras.

Ontwikkelperspectief horeca

Inzetten op consolidatie voor zowel drank, fastservice als restaurants. Specifiek voor fastservice is aandacht nodig voor kwaliteitsverhoging; kwalitatieve bezorghoreca en innovatieve, spraakmakende horeca en gemengde, creatieve concepten.

Veemarktstraat

Profiel

De Veemarktstraat is een aanloopstraat van het centrum van Breda. De straat kent veel aanloop door de ligging van verschillende parkeergelegenheden. De afgelopen jaren is de straat getransformeerd van winkelstraat naar een gemengde winkel/horeca straat. De straat kent een grote diversiteit aan horeca van restaurants, koffiezaakjes tot aan borrelgelegenheden. Het pleintje vormt een intiem rustpunt met fraai groen en gezellige terrassen, ondanks de vele passerende fietsers. Deze route is vrij druk, zowel met auto's als fietsers en fungeert ook als calamiteitenroute. De veelheid van verkeer is niet ideaal.

Kernwaarden: dwaalgebied, kleinschalige bedrijven, uniek en ongedwongen.

Ontwikkelperspectief

Enige ruimte voor uitbreiding, vooral daghoreca en restaurants. Passend bij het gebied. Vrijwel geen mogelijkheden voor extra terrasruimte.

Boschstraat

Profiel

De Boschstraat is een van de oudste straten in de binnenstad van Breda. Het was een van de drie toegangswegen naar de stad. De horeca is met name geconcentreerd aan de kant van de binnenstad. De afgelopen jaren is de Boschstraat getransformeerd van een gure straat in de binnenstad van Breda naar een unieke en diverse straat. De laatste jaren vestigen zich steeds meer restaurants en café-restaurants in de Boschstraat. Het straatbeeld wordt grotendeels bepaald door een oud bruin café met een relatief groot terras. De overige horecabedrijven hebben geen of een klein terras. De ruimte is hiervoor te beperkt.

Kernwaarden: authentiek, uitdagend, multicultureel. Horeca overwegend middensegment, divers, soms met terras.



Ontwikkelperspectief horeca

- Inzetten op consolidatie voor zowel drank, fastservice als restaurants.
- Daarnaast aandacht voor het verbeteren van de kwaliteit en uitstraling in de doorloop en als verblijfsgebied. Denk aan podia, cultuur, mengvormen. Voor restaurants geldt: inzetten op kwaliteit, kleine onderscheidende restaurantconcepten.

Oranje Zuid (Wilhelminastraat, Nieuwe Ginnekenstraat, Ginnekenweg & Ginnekenmarkt)

Profiel

De Wilhelminastraat ligt in het verlengde van de Nieuwe Ginnekenstraat die aansluit op het Van Coothplein. De straat is de verbinding tussen de binnenstad en de zuidelijke wijken. In de straat bevinden zich veel gespecialiseerde winkels (vaak in het luxere segment) en monumentale panden. De trendy horeca in de straat sluit hier op aan en clustert zich met name ten zuiden van de rotonde. De horeca valt in het hogere segment. Ook de cafés en lunchrooms zijn van goede kwaliteit. De staat van de horeca op de Wilhelminastraat is goed.

De Ginnekenweg sluit aan op de Wilhelminastraat en loopt door tot de Ginnekenmarkt. Dat is ook de locatie waar horeca zich concentreert. De Ginnekenmarkt is een relatief klein plein waar een aantal cafés en restaurants aan liggen. Het plein kent een mooie uitstraling met oude, maar goed onderhouden panden. De kwaliteit van de horeca is over het algemeen goed. De horeca concentreert zich met name op lunch, borrel en vroege avond.

Kernwaarden: exclusief, sfeervol, chic, service. Horeca Ginnekenweg en Ginneken: overwegend hoog niveau, redelijk divers, veelal met terras.

Ontwikkelperspectief horeca

Inzetten op consolidatie en clustering voor zowel drank, fastservice als restaurants.

Van Coothplein

Profiel

Het Van Coothplein heeft een positieve ontwikkeling doorgemaakt als horecaplein. Het Van Coothplein is een gebied ten zuiden in de binnenstad van Breda. Er zijn diverse monumentale panden die het plein een klassieke uitstraling geven. Het plein wordt in de volksmond ook wel de 'glitter rotonde' genoemd, waar af en toe stoer gedrag getoond moet/mag worden, bijvoorbeeld met blitse auto's. De combinatie van vele fietsers, auto's, winkelend publiek en horecaterrassen leidt af en toe tot grote drukte.

De horeca kenmerkt zich door fraaiere uitstraling en luxere terrassen in een erfachtige inrichting. Een omgeving met sfeer en levendigheid, zeker bij terrasweer.

Kernwaarden: hoog niveau, divers, prominente rol, veelal met terras.

Ontwikkelperspectief horeca

- Drank: versterking mogelijk. Inzetten op hoogwaardige barconcepten, passend bij culinaire en hoger niveau zoals cocktail of signature bars.
- Fastservice: versterking mogelijk. Inzet hoogwaardige fastservice concepten. Inzetten op een goede match met restaurantcultuur (bijvoorbeeld culinaire fastfood).
- Restaurants: consolidatie.
- Clustering is het devies, oftewel directe aansluiting met Van Coothplein en winkelgebied.

Stationsgebied

Profiel

Op het Stationsplein is het horeca-aanbod volledig georiënteerd op de snelle hap of drank voor reizigers. Hierbij kan gedacht worden aan enkele fastfood formules en horeca die een broodje verkoopt. Op de Wilhelmstraat is dit niet anders, met enkele uitzonderingen. Wel is de straat een belangrijke aanlooproute naar het centrum.

Verder kent de straat oude gevels en enkele oudere herenhuizen. Het fraaie stadspark Valkenberg is een drukbezochte locatie waar zeker bij mooi weer iedereen z'n plekje vindt op het terras of in het gras. Een van de weinige plekken in de binnenstad waar het ook voor ouders met (kleine) kinderen een aantrekkelijke plek is.

Kernwaarden: fastfood (gezond dan wel ongezond), snelle doorloop, Valkenberg als groen rustpunt

Ontwikkelperspectief horeca

Inzetten op de ontwikkeling als high traffic hub met kwaliteit fastfood / take-away. Dat betekent:

- Toevoegen horecaformules met veel transparantie en waar mogelijk terrassen. Zoveel mogelijk dagrond geopend.
- Focus op kwaliteitsconcepten: fast-casual achtige concepten, lunchrooms, moderne/healthy fastfood en take-away en coffee- en juicebars. Inzetten op mengvormen van (to-go) horeca/retail en pop-ups, ook voor levendigheid.
- Horeca heeft ook een rol in het verbeteren van de routing in en rondom het station en verhogen van het veiligheidsgevoel.
- Aan de Willemstraat meer ruimte voor terrassen (rode loper richting het centrum).

Princenhage

Profiel

De Haagsemarkt is een straat en plein in de wijk Princenhage in het zuidwesten van Breda. Het plein kenmerkt zich door enkele monumentale panden. Ook is het plein een belangrijke verkeersader naar het centrum van Breda. De Haagweg begint op de Haagsemarkt. De horeca is redelijk divers en kent meerdere verschillende keukens. Op het plein bevinden zich enkele fastfoodzaken zoals frietzaken en ijssalons. Maar ook gezellige en kwalitatief goede restaurants. De uitstraling van het plein is goed.

Kernwaarden: dorps, eigenheid, gezellig. Horeca in het hogere segment, divers aanbod, veelal met terras.

Ontwikkelperspectief horeca

Voor Princenhage voorzien we een beperkte versterking van de horeca, passend bij de lokale vraag.

- Drank en restaurants: versterking mogelijk voor lokaal onderscheidend aanbod passend bij de lokale vraag.
- Fastservice: versterking mogelijk voor lichte daghoreca.

Havenkwartier

Profiel

Een eigentijdse, nieuwe, dynamisch gemengde en groene stadswijk met wonen, werken, voorzieningen, sport, cultuur en leisure aan de rivier de Mark. Op een steenworp afstand van het station van Breda. Ontwikkeling van het Havenkwartier als hotspot voor de creatieve sector, cultuur en wonen. Ruimte voor nieuwe kantoren binnen aantrekkelijk vestigingsmilieu en locatie voor bedrijven in de kenniseconomie en creatieve sector.

Kernwaarden: rafelrandje, urban en creatief

Ontwikkelperspectief horeca

Qua horeca enerzijds accent op daghoreca (koffiebar, foodcafé) en anderzijds op innovatieve (restaurant-)concepten die aansluiten op creatieve, culturele en recreatieve karakter en aanwezige erfgoed, en in samenhang met evenementen.

Horeca in de centra van de kernen (Prinsenbeek, Teteringen, Bavel en Ulvenhout)

Prinsenbeek

De Markt is de straat die door het centrum van Prinsenbeek loopt. Langs de straat bevinden zich enkele winkels en enkele horecazaken. De Markt is een belangrijke route door Prinsenbeek en kent daardoor relatief veel verkeer. Een aantal jaren geleden is de straat getransformeerd met meer groen en meer ruimte voor voetganger en fietser. De uitstraling van de weg, en daarmee het centrum, is hierdoor erop vooruitgegaan. Qua horeca kent het centrum enkele restaurants, maar ook enkele afhaalmogelijkheden. De horeca is niet geconcentreerd rondom een plein of op een locatie maar ligt eerder verspreid over het centrum. De horeca is redelijk gelimiteerd, er bevinden zich enkele restaurants (in het lagere segment) en meerdere snackbars en afhaalzaken.

Teteringen

Teteringen is gelegen aan de noordkant van de stad Breda. Teteringen kent een kleine concentratie van voorzieningen waaronder enkele horecagelegenheden. Het betreft enkele restaurants en een horecagelegenheid in de sector fastservice. Ook het buitengebied van Teteringen kent enkele horecazaken. Deze zijn ook veelal georiënteerd op afhaal/bezorging. Het centrum van Teteringen is vooral geconcentreerd aan de Hoolstraat.

Bavel

Bavel ligt ten zuidoosten van de stad Breda. Het centrum van Bavel bestaat uit een hoofdstraat met meerdere winkels en een aantal horeca gelegenheden. Ook kent het centrum veel woningen. Het centrum van Bavel is geconcentreerd rondom de kerk. Het centrum kent enkele bomen en groenstructuren. Qua horeca kent het centrum van Bavel enkele horecagelegenheden. Buiten het centrum van Bavel is het aantal horeca gelegenheden beperkt. In Bavel is met name horeca in de sector fastservice en drankverstrekkers. Volgens Locatus kent Bavel één restaurant. Het horeca-aanbod van Bavel past bij de omvang van Bavel.

Ulvenhout

Ulvenhout ligt ten zuidoosten van Breda. Het centrum bestaat uit een hoofdstraat met diverse winkels, horecagelegenheden en wonen. De straat is redelijk breed en kent voldoende ruimte voor fietsers, voetgangers en autoverkeer. De horeca is verspreid over nagenoeg de volledige straat.

De horeca in het centrum van Ulvenhout is vooral geconcentreerd op ter plaatse nuttigen. Er bevinden zich nagenoeg geen fastfood of afhaalzaken in het gebied. Er bevinden zich enkele lunchrooms en enkele restaurants. Deze vallen in verschillende segmenten van fine dining tot all you can eat concepten.

Kernwaarden: dorpscentra, mix verschillende functies, functionaliteit, eigenheid. Horeca veelal in midden- segment, redelijk divers, soms met terras.

Ontwikkelperspectief horeca

In de kernen draagt goede horeca bij aan de aantrekkelijkheid van de centra en de algemene leefbaarheid. Een beperkte versterking en een mix van horeca en andere functies (zoals winkels) is mogelijk. Lokaal onderscheidend aanbod passend bij de lokale vraag. Veelal is maatwerk nodig.

- Drank: versterking mogelijk.
- Fastservice: versterking mogelijk.
- Restaurants: Versterking mogelijk.

Bij substantiële nieuwbouw kan een kantelpunt ontstaan. Bij toevoeging van woningen en de groei van het aantal inwoners hoort ook een bijpassend voorzieningenniveau.

Woonboulevard

Profiel

Aan de zuidwestkant van Breda, nabij de A16/A58 ligt woonboulevard Breda. De woonboulevard kent meer dan 50 verschillende winkels. Ook op de woonboulevard zitten enkele horecagelegenheden, het aanbod zit volledig in de sector fastservice. Hierbij kan gedacht worden aan een McDonalds, Subway en een KFC. Dit soort type horeca passen goed op een woonboulevard waarbij gemak, snelheid en efficiëntie belangrijk is.

Kernwaarden Woonboulevard: woonboulevard, grootschalige detailhandel. Horeca in lagere segment, eenzijdig, ondersteunend aan winkelfunctie.

Ontwikkelperspectief horeca

- Drank: niet aanwezig en consolideren.
- Fastservice: versterking mogelijk voor lichte daghoreca.
- Restaurant: consolideren.

Breepark

Profiel

Het Breepark is een groot evenemententerrein gelegen aan de oostelijke kant van Breda. Naast concerten, feesten en congressen kunnen mensen er ook terecht voor recreatie. Er is onder andere een bioscoop, een bowlingbaan, een indoor gamehal en er zijn diverse horecagelegenheden aanwezig. Bovendien bevindt Breepark zich naast een natuurgebied, genaamd Beekdal.

De horeca op Breepark sluit aan op de recreatieve functie van het gebied en is vooral georiënteerd op snelheid en gemak (fastservice). Hierbij kan gedacht worden aan een McDonalds. Ook bevinden zich enkele restaurants in het gebied. Deze restaurants bevinden zich enkel wel op het snijvlak tussen fastservice en restaurants. Hierbij kan gedacht worden aan een Happy Italy of De Beren. De omloopsnelheid van dit soort zaken is hoog. In het weekend wordt dit gebied druk bezocht.

Kernwaarden Breepark: bioscoop, leisure, grootschaligheid, wisselwerking met de binnenstad. Grootschalige horeca in het middensegment, ten dele ondersteunend.

Ontwikkelperspectief horeca

Inzetten op consolidatie voor zowel drank, fastservice als restaurants.

4.3. Dorpen en wijken, recreatieplassen, stadsparken, buitengebied en gebiedsontwikkelingen

Dorpen en wijken

Profiel (Omgevingsvisie 2040)

Dorps- en wijkcentra en de gebieden direct daaromheen gelegen vormen het hart van de dorpen en wijken. Naast winkels en horeca zijn hier ook belangrijke maatschappelijke voorzieningen gevestigd, zoals medische basisvoorzieningen en ontmoetingsplekken.

Door de aanloop en reuring in de omgeving van winkelcentra te benutten, zijn werk en diverse voorzieningen voor iedereen nabij en wordt de ontmoetingsfunctie versterkt. Naast werk en voorzieningen zorgen we voor toegankelijke (betaalbare) woningen, met extra aandacht voor kwetsbare mensen en specifieke doelgroepen.

Ontwikkelperspectief horeca

Horeca in de dorpscentra en wijken is vooral gevestigd in de winkelcentra en soms op enkele traditionele locaties. Goede horeca heeft meerwaarde voor deze winkelcentra, als ontmoetingspunt op wijkniveau. In de wijken zelf zijn bij de winkelconcentraties meer dan voldoende horecamogelijkheden. De algemene lijn is dan ook terughoudendheid ten aanzien van de kwantiteit. Toch kan nieuwe horeca wenselijk zijn, ter versterking van de winkelcentra. In uitzonderingsgevallen kan worden meegewerkt aan horeca met toegevoegde waarde op bijzondere plekken indien het extra verkeer kan worden afgewikkeld en de leefbaarheid niet in het gedrang komt. In paragraaf 4.2. is ten aanzien van het ontwikkelperspectief in de kernen al aangegeven dat bij substantiële nieuwbouw een kantelpunt kan ontstaan. Bij toevoeging van woningen en de groei van het aantal inwoners hoort ook een bijpassend voorzieningenniveau.

Recreatieplassen, stadsparken en buitengebied

Voor horeca bij recreatieplassen, in stadsparken en in het buitengebied refereren we aan de overkoepelende ambitie uit de Omgevingsvisie 2040: Breda, een grenzeloze, gastvrije en groene gemeenschap, is toekomstgericht en stelt de kwaliteit van leven voorop. Op basis van de kernwaarden grenzeloos, gastvrij en groen wordt onder andere sterk ingezet op 'verbind met groen'.

Het doel is een stad in een park in 2030. Stad in het park betekent ook het groen beleefbaar maken. Horeca draagt bij aan verblijven in het groen en speelt op die manier een rol.

Uitgangspunt van de Omgevingsvisie Breda 2040 is ook het behouden van de kracht en aantrekkelijkheid van de stad. Één van de manieren waarop Breda de groei van de stad faciliteert, is het investeren in een groene en gezonde stad die klaar is voor

de toekomstige veranderingen. Door te investeren in groen en recreatieplekken kan Breda haar aantrekkelijkheid voor haar inwoners en toekomstige inwoners behouden. Ook hier kan horeca een rol spelen.

Recreatieplassen

Profiel

Breda kent twee recreatieplassen, de Asterdplas en Galderse Meren.

De Asterdplas is een natuurplas in het noordoosten van Breda. Je kunt hier zwemmen en recreëren. Er is een strand met ligweiden van gras aanwezig. Nabij de Asterdplas ligt een horecagelegenheid.

De Galderse Meren is een natuurplas ten zuiden van Breda met meerdere stranden en ligweiden. Je kunt hier zwemmen en recreëren. Momenteel is er geen permanente horecagelegenheid. Er wordt jaarlijks bepaald of tijdens het recreatieseizoen standplaatsen worden uitgegeven. De afgelopen jaren was dit het geval en kon men snacks en drinken halen.

Ontwikkelperspectief

Zowel bij de Asterdplas als bij de Galderse Meren is horeca voorstelbaar. De ontwikkeling van de Galderse Meren vergroot de recreatieve mogelijkheden van het gebied gedurende het gehele jaar, waardoor het gebied een bijdrage kan leveren aan de groeiende behoefte aan recreatiemogelijkheden in Breda. Gezien het gebied en de natuurwaarden is er geen ruimte voor een grootschalige horecagelegenheid en/of een locatie waar feest en partijen worden georganiseerd. De kaders voor hetgeen te zijner tijd wel kan, worden gegeven in de Visie Galderse Meren die op dit moment wordt ontwikkeld.

Uitgangspunten voor horeca bij een recreatieplas zijn in ieder geval:

- Het concept sluit aan bij de omgeving, ook qua uitstraling; het past bij de groen/blauwe kwaliteiten in het gebied en is van aanvullende kwaliteit;
- Qua concept en impact op de omgeving wordt er rekening gehouden met het feit dat de locatie gelegen is in een natuurgebied;
- Het initiatief is ondersteunend aan de (recreatieve) functies in de omgeving en sluit aan bij recreatieve routes;
- Het initiatief is passend qua maat en schaal en heeft een beperkte verkeersaantrekkende werking.

Hierbij geldt het maximum van één horecapunt per recreatieplas. Dit zou ook kunnen door middel van tijdelijke, seizoensgebonden bebouwing dan wel een (tijdelijke) standplaats. Dit laatste wordt meegenomen in het nieuwe standplaatsenbeleid. Het voorkomen en verwijderen van zwerfafval en toiletvoorzieningen zijn hierbij aandachtspunten.



Stadsparken

Profiel

Breda kent een groot aantal stadsparken, de bekendste zijn het Valkenberg, Brabantpark, Wilhelminapark, Van Sonsbeekpark, Boeimeerpark, Overbos, Zaaipark, Park Hoge Vucht, Park Wolfslaar en in de toekomst het Singelpark en Seeligpark. De parken hebben elk een eigen karakter, variërend van ecologische/natuurwaarden en rust tot plekken die zich meer richten op sport en recreatie. Op enkele locaties is reeds horeca aanwezig.

Ontwikkelperspectief

Gezien de ambitie 'stad in het park' is het meer beleefbaar maken van dit groen door horeca in stadsparken voorstelbaar. Dit ter ondersteuning van de verblijfsfunctie en de beleving van de parken. Uitgangspunten hierbij zijn:

- Het concept speelt in op de omgeving, ook qua uitstraling, past bij de groen/blauwe kwaliteiten in het gebied en is van aanvullende kwaliteit;
- Het concept is ondersteunend aan de (recreatieve) functies in de omgeving en het sluit (indien relevant) aan bij recreatieve routes;
- Het concept is passend qua maat en schaal en heeft een beperkte verkeersaantrekkende werking.

Idealiter wordt uitgegaan van ofwel bestaande bebouwing ofwel tijdelijke/seizoensgebonden bebouwing dan wel een (tijdelijke) standplaats. Dit laatste wordt meegenomen in het nieuwe standplaatsenbeleid. Het voorkomen en verwijderen van zwerfafval en toiletvoorzieningen zijn hierbij aandachtspunten.

Buitengebied

Profiel (Omgevingsvisie 2040)

Verrijken van de uitstraling en beleving van de stad: unieke stad met beleving.

De kwaliteit van de leefomgeving zetten we in als basis voor toeristische ontwikkeling. Hierbij gaan we uit van de eigen identiteit en kracht van elk gebied. Het erfgoed van Breda, waaronder het historisch stadshart, onze dorpscentra en de vele relictten in het groene buitengebied, ontwikkelen we verder tot betekenisvolle plekken om te bezoeken. De Nassarelictten zijn terug te vinden in het centrum maar ook in de bossen en het te versterken historische landgoederenlandschap. Voor het vergroten van de aantrekkelijkheid en spreiding van bezoekers zetten we in op regionale en provinciale initiatieven als LandStad de Baronie, Brabantse Natuurpoorten en Van Gogh Nationaal Park i.o. en op landelijke thema's zoals de Koninklijke Lijn.

Stad, dorpen en buitengebied brengen we fysiek en thematisch nog beter bij elkaar waardoor meerdaags bezoek aan Breda aantrekkelijker wordt en we bezoekers kunnen spreiden.

Brabantse Natuurpoorten en Baroniepoorten

Dit zijn de startpunten voor fiets- of wandelroutes door de mooie natuur van Brabant. Natuurpoorten liggen aan prachtige natuurgebieden, er is altijd een horecapunt, voldoende parkeergelegenheid en meer informatie over de routes en de omgeving. Breda kent momenteel een plek die zowel Natuurpoort als Baroniepoort is: Boerderij/Landgoed Wolfslaar.

Ontwikkelperspectief

Horeca kan positief bijdragen aan de dynamiek in het buitengebied, vandaar dat hier ruimte voor is. Horeca kan recreatiebestemmingen, fiets- en wandelroutes ondersteunen en versterken. Daarnaast kan horeca mogelijkheden bieden bij het herbestemmen van historische waardevolle boerderijen of andere karakteristieke gebouwen. Erfgoed wordt steeds vaker gevuld met toonaangevende horeca, zelfstandig dan wel ondersteunend.

Ook kan een agrarisch bedrijf zich richten op (ondergeschikte) horeca, bijvoorbeeld in de vorm van een terras, een boerderijwinkel, een vergaderlocatie etc.

We kunnen onder voorwaarden meewerken aan dergelijke initiatieven via de maatwerkafweging. Initiatieven in het buitengebied die passend zijn en bijdragen aan de recreatieve functie van het gebied, kunnen als volgt een plek krijgen:

- Primair in bestaande bebouwing;
- Passend qua maat en schaal, het initiatief geeft geen overlast voor de directe omgeving;
- Ter versterking van de recreatieve functie en/of recreatieve fiets- en wandel - routes;
- Op locaties of in bijzondere gebouwen met een eigen trekkracht (monumentale boerderijen, molens etc.);
- Goed ingepast in het landschap, de locatie en het initiatief zijn wederzijds van meerwaarde voor elkaar;
- Passend bij de transitie van het landelijk gebied.

Gebiedsontwikkelingen

De profielen van de gebiedsontwikkelingen zijn al beschreven in hoofdstuk 3. Hieronder wordt, op hoofdlijnen, het ontwikkel-perspectief per gebiedsontwikkeling beschreven, waarbij we ons beperken tot de drie grootste, zijnde Gasthuisvelden (waaronder Seeligpark), Centrum Oost (waaronder Chassékwartier) en CrossMark (waaronder 't Zoet). In de diverse programma's van de gebieden zelf, wordt dit te zijner tijd nader in detail uitgewerkt.

Kwantitatief

In de horeca-analyse is een berekening gemaakt van de marktruimte. Dit is een indicatieve vraag-/bestedingsraming voor de horecasector van Breda.

Conclusies indicatieve berekening toekomstige bestedingen

- Op basis van de geprognosticeerde bevolkingstoename, rekening houdend met binding en toevloeiing, is er in alle gevallen groei te voorzien van de bestedingen in de horecasector van Breda, zelfs forse groei in de 'maximaal' scenario's. Deze groei is deels te wijten aan de stijging van de bestedingscijfers in de horeca, maar zeker ook aan de ontwikkeling van de bevolking.
- Belangrijke voorwaarde voor een sterke groei van het aanbod is minimaal gelijkblijvende aantrekkelijkheid en diversiteit in het horeca-aanbod. Naarmate dit verbetert, zullen ook de binding en toevloeiing stijgen, dus meer bestedingen, dus meer marktruimte. Breda staat bekend om haar gezellige en bourgondische kwaliteiten.
- De marktruimte is lastig te vertalen naar een aantal horecazaken, omdat de gemiddelde omzet per bedrijf een zeer onzuivere indicatie zou geven. Immers, het ene horecabedrijf zet een veelvoud om van het andere. Afhankelijk van oppervlak, gemiddelde besteding, formule, kwaliteit, populariteit, et cetera. Bovendien is de trend van schaalvergroting ook in de horeca (van Breda) te verwachten. Dit kan betekenen dat er mogelijk minder bedrijven toetreden tot de markt, maar wel met meer horeca-verkooppoppervlakte.
- Daarnaast staat de horeca (net als veel andere branches) onder druk. Verschillende kosten zoals personeelskosten, inkoop en productiekosten nemen toe. Dit zorgt ervoor dat de winstmarge van horecazaken afneemt of zelfs negatief wordt. Dit kan per saldo leiden tot het afnemen van (bepaalde type) horecazaken.

Kwalitatief

Gezien de schaa sprong van Breda en het stijgende inwoneraantal is er ruimte voor nieuwe horeca. Deze ruimte is er vooral in de nieuwe gebieden en de inzet is kwaliteit, diversiteit en innovatie. Passend bij de 3 G's (Groen, Gastvrij en Grenzeloos), het betreffende gebied en integrale gebiedsontwikkeling, bijdragend aan 'placemaking' en de thema's binnen het gebied, onderscheidend, met (deels) eigen trekkracht en gericht op (deels nieuwe) doelgroepen in het gebied. Diversiteit is van belang om aantrekkelijk te blijven.

Deels zijn voorzieningen wijkgebonden. Denk hierbij aan een koffietentje op de hoek, om te werken, om burens te ontmoeten etc. Daarnaast is het advies om zogenaamde 'hubs' te creëren op centrale plekken waar meerdere voorzieningen zijn/komen en waar mensen dus samen komen.

De gebieden Gasthuisvelden, Centrum Oost en CrossMark hebben elk een eigen identiteit. Deze identiteit is ontstaan door de historie van de plek, de reeds aanwezige voorzieningen en gebouwen en de doelgroep van gebruikers die in verschillende gebieden aanwezig zijn. Idealiter versterken horeconcepten die in de gebieden landen de unieke eigenschappen van de verschillende gebieden. We streven na dat nieuwe horeca onderscheidend is ten opzichte van etgeen al in Breda aanwezig is. Ook al is er afhankelijkheid van de markt, dit is een mooie kans. Op die manier krijgt elk gebied een onderscheidend karakter, zogenaamde placemaking.

Gasthuisvelden (waaronder Seeligpark)

In de ontwikkeling Gasthuisvelden denken we in relatie tot nieuwe horeca vooral aan het Seeligpark. De plek heeft alle potentie om uit te groeien tot een aantrekkelijk stadspark. Het is een plek met een rijk historisch verleden en biedt een grote, groene ruimte binnen de singels van Breda. Qua placemaking haken we aan bij de kernwaarden gastvrij, geworteld en gezond. Zo is bijvoorbeeld het plan om een tender uit te zetten voor de invulling van de 'witte huisjes' als bijzonder verblijfaanbod in combinatie met horeca.

Centrum Oost (waaronder Chassékwartier)

Met de voorziene ontwikkelingen in het Chassékwartier wordt de binnenstad aan deze zijde van de stad uitgebreid tot aan de Singel. Een gebied met theater, film, gaming, kunst en muziek als inspirerende bronpunten, waar verblijfsplekken zorgen voor verlenging van de verblijfsduur en herhaalbezoek. Hier valt ook het toevoegen van horeca onder. Het doel is horeca voor zowel de dag als de avond, karaktervol en passend bij de identiteit van het gebied.

De positionering wordt 'podium aan je voeten' (werktitel), gezien ook de voorzieningen die nu al in het gebied aanwezig zijn. Daarnaast wordt de koppeling gemaakt met het TT&C profiel (toegepaste technologie en creativiteit). Gezien de ligging vlakbij kennisinstellingen zoals BUas, Avans en Curio verwachten we in dit gebied ook een doelgroep van studenten en internationals.

Qua 'hubs'/plekken denken we in de ontwikkeling Centrum Oost/ Chassékwartier aan het nog te ontwikkelen Singelpark aan de oostzijde van het gebied. Dit wordt een fijne verblijfsplek met groene kwaliteiten waar plek is voor (kleinschalige) horeca. Ook worden er (nog nader te bepalen) pleinen ontwikkeld, bijvoorbeeld in combinatie met de bestaande voorzieningen zoals de bioscoop en het Chassétheater. Tot slot is horeca voorzien in de kapel in het Koepel gebied.

CrossMark (waaronder 't Zoet)

Dit gebied leent zich bij uitstek voor de rauwe randjes van de stad, voor talent, voor experimenteren. In de ontwikkeling van 't Zoet denken we onder andere aan het Urban Park en omgeving, het huidige Pier 15 en Backer & Rueb.

In het Havenkwartier is een mix aan woonvormen, bedrijven, voorzieningen, cultuur, cultuurhistorie en leisure voorzien (met daarin de deelgebieden Klavers Jansen - Backer & Rueb en Electron). In dit gebied is er ruimte voor creatieve werkfuncties en vernieuwende horeconcepten binnen bestaande context van industrieel erfgoed.

Andere thema's zijn de broedplaatsen en urban sports & culture.

4.4. Maatwerk, pilots en nachtcultuur

Maatwerk

Herhaaldelijk is benoemd dat zeker de horeca een dynamische en snel veranderende branche is. Trends volgen elkaar snel op. Ook Breda is in transitie. Er komen veel bewoners en drie nieuwe gebieden bij en de wens is om een internationale doelgroep aan te trekken. Niet alles is op één moment in uitgangspunten en beleidsregels vast te leggen. Daarom blijft er ruimte voor maatwerk. Waaronder ruimte voor pilots en de nachtcultuur.

Pilots

Horeca is een dynamische sector en kan een belangrijke aanjager zijn bij gebiedsontwikkeling en/of placemaking. In een aantal gevallen is de gemeente al actief met het tijdelijk toestaan van horecafuncties in het kader van gebiedsontwikkeling en/of het bevorderen van de leefbaarheid in een bepaald gebied. Bekeken zal worden of het mogelijk is in meerdere gevallen tijdelijke horecafuncties toe te staan. Bijvoorbeeld in gevallen wanneer een op zichzelf goed en passend horecaconcept zich richt op een locatie die niet direct passend is binnen de kaders van de visie of waar anderszins nog weinig ervaring mee is. Dit kan bijvoorbeeld door het aanwijzen van pilots in wijkstimuleringsprogramma's, voor horeca bij plassen of parken of voor horeca waarvan de te verwachten impact groter is (hogere horecacategorie) dan waar planologisch en/of in deze visie toegestaan wordt. Deze pilots kunnen bijvoorbeeld met een tijdelijke omgevingsvergunning (maximaal 10 jaar conform het Bor) mogelijk worden gemaakt. De positieve en negatieve effecten worden geëvalueerd en meegewogen bij besluit tot definitieve vergunning. Bij de aanvraag dient te worden aangetoond dat e.e.a. in overleg met omwonenden en belanghebbenden tot stand is gekomen en de resultaten daarvan in beeld te zijn.

Ook voor het tijdelijk toelaten van horeca gelden de eisen van de Alcoholwet. De exploitatievergunning kan alleen voor bepaalde tijd worden verleend bij dwingende redenen van algemeen belang.

Nachtcultuur

Zoals aangegeven in hoofdstuk 3 verdient de nachtcultuur aandacht. Ook is een motie aangenomen om beleid over de nachtcultuur als haakje te verankeren in het horecabeleid.

Stand van zaken

- Breda Beats zet zich in voor de belangenbehartiging van dj's en dance in de stad en maakt talentontwikkeling mogelijk. Eén van hun pijlers is de 'ontwikkeling van de nachtcultuur';
- Vanuit die pijler wordt een Nachtraad opgezet; een groep jongeren en Bredase ondernemers die zich hard willen maken voor een diverse en levendige nachtcultuur in Breda. Zij hebben de 'visie op de nacht' geschreven;
- Die visie is tijdens TURF Event getoetst bij jongeren, in samenwerking met BO Diversity;
- Tevens is een conferentie over de nachtcultuur georganiseerd tijdens TURF Event;
- Onder andere Mezz heeft plannen ten aanzien van nachtcultuur.

Tien keer per jaar langere openingstijden

Vergelijkbaar met de pilot wordt voorgesteld 10 keer per jaar langere openingstijden mogelijk te maken. Door een wijziging van de Drank- en Horecaverordening (volgt nog qua besluitvorming) krijgt de burgemeester de bevoegdheid om 10 keer per jaar een ontheffing te verlenen. Een select aantal bedrijven en instellingen kunnen onder de volgende voorwaarden clubavonden tot 06:00 organiseren:

- Maximaal 10 ontheffingen per jaar (conform eerdere pilot);
- Verplichte entree en/of voorverkoop;
- Extra veiligheidsmaatregelen en de inzet van nachtportiers (om de politie zo veel mogelijk te ontlasten);
- Een meldplicht van minimaal 3 maanden vooraf, waarmee de veiligheidsdriehoek altijd nog tijd en mogelijkheid heeft anders te besluiten;
- Een zaak moet in het bezit zijn van een reguliere nachtontheffing;
- Alleen op vrijdag- of zaterdagavond;
- High trust, high penalty principe;
- Afwijkende evenementen van het reguliere horeca-aanbod, met ook een podium voor (lokaal/cultureel) talent, om zodoende te werken aan een meer divers horeca-aanbod in Breda.

Jaarlijks zal deze aanpak worden geëvalueerd en zo nodig wordt er bijgestuurd.



5

Wat betekent dit
in de uitvoering?



5. Wat betekent dit in de uitvoering?

In dit hoofdstuk worden de horecacategorieën (5.1.) en de relatie horeca – detailhandel (5.2.) beschreven. Ook wordt ingegaan op de beleidsinstrumenten (5.3.) evenals op overige beleidsaspecten in relatie tot het horecabeleid (5.4.).

5.1. Indeling in horecacategorieën

Horecabedrijven bestaan in vele vormen, zoals bijvoorbeeld restaurants, cafés, discotheken etc. Elk type horecabedrijf heeft zijn eigen functie met dito kwaliteiten, openingstijden, doelgroepen, kenmerken etc. De variatie aan horecafuncties is van belang voor het beantwoorden van de vraag: welk type horeca past waar? Dit heeft zowel te maken met de functie en de bijdrage aan de plek en haar omgeving als ook met de mate van (mogelijke) overlast. Om de bijbehorende afweging goed te kunnen maken en te kunnen sturen op type en diversiteit wordt in omgevingsplan (voorheen bestemmingsplannen) onderscheid gemaakt in type horecabedrijven. Met deze categorieën, en door vervolgens te bepalen welke categorie op welke plek wenselijk is, kan de eventuele mate van hinder worden gereguleerd en de leefbaarheid van een gebied intact blijven.

Het aantal categorieën wordt teruggebracht van 7 naar 6. De voormalige categorieën 3 & 4 zijn samengevoegd, nu categorie 3. Beide categorieën zijn café, de een met eten en de ander zonder. Qua hinder wordt gekeken naar de zwaarste functie en de sluitingstijd, die is gelijk en ook de eventuele hinder is vergelijkbaar. Het heeft geen toegevoegde waarde deze categorieën te blijven splitsen, het verschil is nihil.

Tekstueel zijn naast horeca 1 en 2 ook de definities van categorie 5 en 6 aangepast om deze beter te duiden en onderscheiden van de andere categorieën. De overige horecacategorieën houden we in stand, met uitzondering dus van categorie 3 en 4 die samengevoegd worden. Dit aangezien de indeling naar behoren functioneert.

De categorieën zijn tot stand gekomen op basis van de ruimtelijke uitstraling van het type horeca op de omgeving. Deze uitstraling is onder andere gerelateerd aan geur, geluid, openingstijden, bezoeks-momenten en bezoekfrequentie.

De trend is wel dat de traditionele categorisering horeca in bestemmingsplannen, nu omgevingsplan, steeds meer wringt steeds met realiteit ('wat is nu een restaurant'). In de toekomst wordt naar verwachting de categorisering meer aangepast aan de gedachte omgevingswet (invloed/impact op ruimtelijke omgeving).

Daarmee worden de categorieën de volgende.

Horeca 1 - Daghoreca
Omschrijving Een horecabedrijf dat is gericht op winkelend publiek en hoofdzakelijk overdag maaltijden, consumptie-ijs en niet- en/of (licht-)alcoholische dranken verstrekt vooral voor consumptie ter plaatse en daarmee ondersteunend is voor de (winkel) functie van een gebied, zoals een lunchroom, koffie/theehuis, broodjeszaak, ijssalon en daarmee gelijk te stellen horecabedrijven. De bedrijfsactiviteit is gericht op het – met name overdag – al dan niet ter plaatse verstrekken en bereiden van etenswaren en dranken en de openingstijden vallen (in belangrijke mate) binnen de openingstijden van winkels.
Hinder Horeca gericht op het verstrekken en bereiden van eten en drinken gedurende de dag en/of de uitloop naar de avond en daarmee weinig overlast veroorzakend. Fastservice licht, zoals bijvoorbeeld een lunchroom, broodjeszaak, koffiezaak, ijssalon etc

Horeca 2 - Restaurant
Omschrijving Een horecabedrijf waarbij de nadruk ligt op het verstrekken van maaltijden voor consumptie ter plaatse overdag en in de avond, in combinatie met het verstrekken van alcoholhoudende en alcoholvrije dranken zoals een restaurant.
Hinder Mogelijk enige hinder bij piek aan gasten. Geen activiteiten na restauranttijden. Horeca primair gericht op verstrekken en bereiden van maaltijden en dranken in restaurant setting (bediening aan tafel).

Horeca 3 - Cafés en bars
Omschrijving Een horecabedrijf met als hoofddoel het (in de avond en nacht) verstrekken van (alcoholhoudende) dranken voor consumptie ter plaatse en/of het gelegenheid bieden voor dansen, al dan niet in combinatie met het verstrekken van maaltijden.
Hinder Hinder te verwachten door muziek en komen en gaan van bezoekers. Horeca gericht op het verstrekken van dranken (dag, avond en evt. nacht open), zoals café/bar. Of een combinatie restaurant/café/bar.

Horeca 4 - Nachtzaak
Omschrijving Een horecabedrijf dat hoofdzakelijk in de avond en nacht geopend is voor het verstrekken van (alcoholhoudende) dranken voor gebruik ter plaatse waarbij overwegend mechanische muziek wordt beluisterd en het verschaffen van dansgelegenheid een wezenlijk onderdeel vormt. Een nachtzaak is veelal tot later geopend dan een café en bar (4.00 uur in plaats van 2.00 uur).
Hinder Veel hinder te verwachten van o.a. muziek, aantallen bezoekers en piekmomenten. Horeca gericht op verstrekken van dranken i.c.m. dansgelegenheid, zoals discotheek, danscafé, nachtclub, partycentrum, feestzaal etc.

Horeca 5 - Fastservice (zwaar)
Omschrijving Een horecabedrijf met als hoofddoel verstrekken van bereide kleine etenswaren, al dan niet voor consumptie ter plaatse, welke snel bereid worden en waar afname veelal ook later op de avond plaats kan vinden met hoge bezoekfrequentie en bijbehorende verkeers-/publiek aantrekkende werking zoals een snackbar, shoarma- of kebabzaak, grillroom en fastfoodrestaurants.
Hinder Hinder te verwachten door komen en gaan gasten, incl. verkeersbewegingen en evt. parkeerdruk. Horeca gericht op verstrekken en bereiden van kleine etenswaren, geen actieve bediening, fastfood (snelle bereidingstijd/bediening), counterverkoop, dag en avond geopend. Fastservice zwaar, zoals snackbar, grillroom, fastfood restaurant, shoarmazaak, sushi, poke bowls, deliveryformules etc.

Horeca 6 - Hotel
Omschrijving Een horecabedrijf dat in hoofdzaak bestaat uit het verstrekken van nachtverblijf en waarbij het verstrekken van voedsel en dranken (daaraan) ondergeschikt is.
Hinder Weinig hinder te verwachten. Wel ruimtelijke impact bij grote hotels, idem verkeersbewegingen en parkeren. Horeca primair gericht op overnachten.

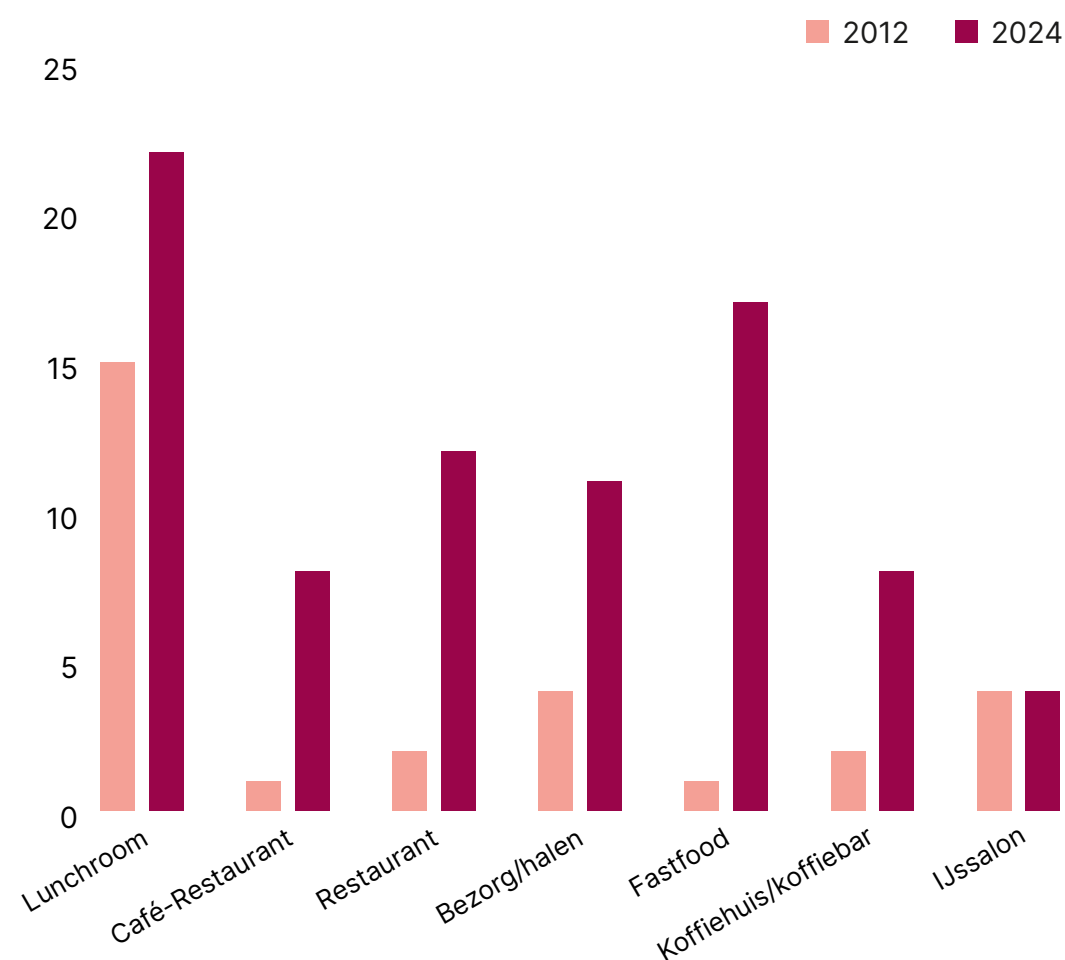
5.2. Monitoring en sturing horeca 1

Horeca 1 als categorie is hierboven duidelijk beschreven. Deze categorie is in 2011 ingevoerd om winkel ondersteunende horeca te stimuleren. In de binnenstad van Breda is horeca 1 op veel plekken vrij toegestaan.

Dit aspect heeft in de afgelopen jaren geleid tot verschillende discussies en standpunten over vermeende ongewenste ontwikkelingen door de invoering van deze regeling. Er is derhalve een verdieping uitgevoerd. Deze verdieping en de eerder ingediende zienswijzen hebben tot voortschrijdend inzicht geleid.

Verdieping horeca 1

Om het beeld zo zuiver mogelijk te houden, is er alleen gekeken naar de bestemming waar alleen de horeca 1 categorie mogelijk is. Locaties waar meerdere horecacategorieën vrij zijn toegestaan (bijvoorbeeld door specifieke aanwijzingen) zijn niet meegenomen in de analyse.



Figuur 55:
Ontwikkeling vrij toegestane exploitaties op horeca 1 locaties

- Wat meteen opvalt in de figuur (overgenomen uit de Horeca-analyse Breda 2024) is dat het aantal lunchrooms al veel aanwezig was in 2012. Deze zijn verder toegenomen de afgelopen jaren.
- Het aantal lunchrooms is in de binnenstad meer toegenomen dan gemiddeld in Breda. Echter is het aantal lunchrooms in andere, vergelijkbare, steden ook toegenomen.
- De fastfoodsector is ook toegenomen in de binnenstad van Breda op een horeca 1 bestemming. Echter deze toename is vrijwel volledig te wijten aan de opening van de Foodmarkt in de Reigerstraat.

- Wat ook opvalt is dat de café-restaurants en restaurants in 2012 nagenoeg niet aanwezig waren op deze locaties. Deze zijn wel toegenomen op de vrije horeca 1 bestemmingslocaties, namelijk 17 in totaal.
- Bij (café-)restaurantbedrijven (conform Locatus indeling) ligt het zwaartepunt qua openingstijden van de onderneming met name in de avond (op het moment dat de winkels gesloten zijn) met veelal een concept dat meer aansluit bij de categorie horeca 2 (restaurant). Overigens is er geen inventarisatie gemaakt van de feitelijke openingstijden van de diverse horeca-exploitaties op deze horeca 1 locaties. Er zijn immers ook (café-)restaurants die (ook) overdag geopend zijn dan wel die eerder dan 23 uur gesloten zijn.
- Over het algemeen kan er geconcludeerd worden dat het aantal restaurants en café-restaurants harder is gegroeid op de vrije horeca 1 bestemming dan dat de sector gemiddeld is gegroeid in Breda.
- Dit laatste is een relatief ongewenste ontwikkeling, mede veroorzaakt door de koppeling van de sluitingstijden van horeca 1 met de Winkeltijdenwet (zijnde 23.00 uur).

Gezien het geringe aantal wordt een beperking van de sluitingstijden echter niet noodzakelijk geacht. Een beperking van de sluitingstijd beperkt juist ons streven naar kwaliteit, diversiteit en innovatie. Overigens ook andere gemeenten doen dit niet, de koppeling met de Winkeltijdenwet is algemeen gangbaar.

Het opnieuw invoeren van een planologische beperking wordt niet noodzakelijk geacht op basis van deze verdiepende analyse. Deze planologische beperking is bovendien juridisch ook niet mogelijk vanwege het ontbreken van voldoende grondslag en argumentatie.

Monitoring en sturing

Het doel van de bestemming van horeca 1 is en blijft nog steeds winkel ondersteunende horeca, kortweg daghoreca. Zie de omschrijving van de categorieën in paragraaf 5.1. Het zwaartepunt dient overdag te liggen. Voor (café-)restaurants is een horeca 2 bestemming noodzakelijk.

De ontwikkeling van horeca 1 wordt de komende jaren nauwlettend in de gaten gehouden. Er wordt tweejaarlijks een monitoring uitgevoerd. De eerstvolgende monitoring wordt begin 2027 gepland.

Daarnaast wordt voorgesteld, zie paragraaf 5.4., de exploitatievergunning opnieuw in te voeren voor alle horecazaken. Hierover volgt separate besluitvorming. In het kader daarvan wordt met elke nieuwe horeca een kennismakingsgesprek gevoerd door de accountmanager horeca en detailhandel. Op die manier kan beter gestuurd worden ten aanzien van de horeca 1 locaties en kunnen (café-)restaurants verwezen worden naar locaties met een horeca 2 bestemming.

Ook kan op die manier beter gestuurd worden op aantallen; in totaliteit en per gebied/straat. Het is van belang om voldoende balans te houden tussen de verschillende functies in gebieden, met extra aandacht voor de binnenstad. Voornamelijk de balans retail en horeca en daarnaast wonen en werken. Indien uit de periodieke monitoring blijkt dat deze balans en daarmee de leefbaarheid wordt verstoord, kan dit aanleiding zijn om hernieuwd te kijken naar de sluitingstijden dan wel naar planologische maatregelen.

5.3. Duidelijkheid over relatie horeca en detailhandel en andere concepten

Ondergeschikte horeca bij detailhandel

Hierbij gaat het om het bedrijfsmatig verstrekken van vooral niet-alcoholische dranken en/of etenswaren voor gebruik ter plaatse als ondergeschikte activiteit bij de hoofdfunctie detailhandel, waarbij de ondergeschikte horeca-activiteiten qua uitstraling passen bij de hoofdfunctie detailhandel.

De volgende regels gelden daarbij:

- ondergeschikte horeca bij detailhandel is tijdens dezelfde openingstijden als de winkel overal toegestaan;
- voor de binnenstad, de Wilhelminastraat en de Ginnekenweg tot aan de Zuidelijke Rondweg gelden voor ondergeschikte horeca bij detailhandel geen extra voorwaarden voor het vloeroppervlakte horeca. Dit is het horeca 1 gebied en daar is horeca al toegestaan;
- voor het toestaan van ondergeschikte horeca bij detailhandelsvestigingen buiten de binnenstad en genoemde winkelstraten gelden vanwege de ligging en het karakter en gebruik van het gebied de volgende richtlijnen om de algemene ambities van dit horecabeleid te borgen;
- voor winkels tot 1.000 m2 bvo maximaal 25% van het bedrijfsvloeroppervlak (bvo);
- voor winkels groter dan 1.000 m2 bvo maximaal 20% van het bvo (bijv. bij bouwmarkt of tuincentrum);
- het pand moet het aanzicht van een winkel behouden.

Dit wordt in de betreffende omgevingsplannen in het vervolg als volgt opgenomen:

- de horeca dient ter ondersteuning van de hoofdfunctie (detailhandel);
- de openingstijden van de horeca zijn gelijk aan de openingstijden van de winkel. De hoofdfunctie is detailhandel;
- de horeca mag niet zelfstandig worden uitgeoefend;
- het horecagedeelte mag niet toegankelijk zijn, los van de hoofdfunctie;
- het schenken van alcohol is, zonder alcoholwetvergunning en de eisen die daarmee gemoeid zijn niet toegestaan;
- het ondergeschikte horecagedeelte bij detailhandel mag niet worden verhuurd of anderszins in gebruik worden gegeven aan derden ten behoeve van feesten en andere partijen;
- mondergeschikte horeca is bij culturele-, en sportvoorzieningen toegestaan. Zo ook bij maatschappelijke voorzieningen. Culturele-, maatschappelijke- en sportvoorzieningen zijn qua omvang zo divers dat per geval bekeken wordt of het wenselijk is aan de ondergeschikte horeca een percentage te verbinden. Dit wordt in de betreffende omgevingsplannen geregeld.

Blurring, pop-up horeca, schaalvergroting, AirDnD en bezorgconcepten

Blurring

Consumenten en ondernemers zoeken steeds meer een 'beleving' en steeds minder een specifiek product. Dit fenomeen doet zich in diverse economische sectoren voor, maar de horeca vervult hierin vaak een sleutelrol. In dit kader is vooral de vermenging van detailhandel met horeca-activiteiten relevant. In principe versterken dergelijke concepten een stad (nieuwe doelgroepen, langere verblijfsduur) en kan ook de reguliere horeca ervan profiteren. Wel moet worden voldaan aan de eisen van de Alcoholwet.

Pop-up horeca

Deze tijdelijke en vaak innovatieve horeca-concepten verlevendigen gebieden. We willen het tijdelijke karakter behouden door voorwaarden te stellen in de exploitatievergunning en Alcoholwetvergunning, mede vanwege de ruimtelijke impact op de omgeving.

Schaalvergroting

De schaalvergroting in de horeca zet door. Uitbreiding van bestaande horeca is mogelijk, mits passend in de ruimtelijke kaders.

Air DnD/huiskamerrestaurants

Dit is een relatief nieuw verschijnsel, waarvan nog onduidelijk is hoe dit zich de komende jaren ontwikkelt en wat de impact is op de horecasector en de leefomgeving. Commercieel ingestoken huiskamerrestaurants zijn verboden en onwenselijk vanuit de impact op de leefomgeving (vanwege parkeren, geluidsoverlast, geur) en het effect op de horecastructuur. Tegen deze huiskamerrestaurants wordt opgetreden (handhaving conform Alcoholwet en Omgeveingsplan).

Groei van bezorgeconomie

Tijdens de coronaperiode is het bestellen van eenvoudige tot luxe maaltijden aan huis enorm toegenomen. Sinds horeca weer open is, neemt dat weer af maar blijft wel in ruimere mate dan pré-corona.

Afhaalzaak, traiteur

In het voorgaande beleid vallen 'afhaalzaak' en 'traiteur' onder detailhandel. Daarmee zijn de vestigingsmogelijkheden voor dit soort zaken aanzienlijk verruimd. Voor deze zaken gelden ook de openingstijden zoals die gelden voor detailhandel. Het verschil tussen horeca 5 en afhaalzaken in de vorm van traiteur, zit in het feit dat het bij horeca 5 laagdrempelige inrichtingen betreft met veel in- en uitgaande bewegingen en de mogelijkheid tot consumptie ter plaatse, die veelal ook laat open zijn. Afhaalzaken of traiteurs zijn enkel gericht op afhalen en bezorgen. Sec productielocaties en/of zogenaamde 'dark kitchens' worden hiermee niet bedoeld.

5.4. Verbreden instrumentarium, samenwerking en exploitatievergunning

Om tijdig en actief te sturen is samenwerking tussen alle partijen en sectoren meer dan ooit wenselijk en noodzakelijk, zeker in de binnenstad. Actieve monitoring is nodig om tijdig te kunnen sturen. Denk daarbij aan bezoekersstromen, druktemanagement, omgang met de verruimde terrassen, maar ook aan overnames in de horeca. Extra aandacht is nodig om ondermijning te voorkomen. Ook leegstand blijft een thema, al is het leegstandspercentage van zowel het aantal verkooppunten als het wvo (winkelvloeroppervlak) in de gemeente Breda afgenomen en lager dan het landelijke gemiddelde.

Kennismakingsgesprek nieuwe horeca

Hoewel er de afgelopen jaren sterke horecaconcepten bij zijn gekomen, komt er ook 'veel van hetzelfde' bij. Mede hierdoor verdwijnen sommige zaakjes alweer snel. Als service naar nieuwe ondernemers, gaat de accountmanager horeca en detailhandel met alle nieuwe horeca een kennismakingsgesprek aan bij de aanvraag van de exploitatievergunning (zie verderop).

- Op die manier kan worden geadviseerd op basis van de deelgebieden, zodat nieuwe horeca zich vestigt op een passende plek, versterkend voor (de identiteit van) het gebied.
- Er wordt gestuurd ten aanzien van de horeca 1 locaties. Horeca 1 is bedoeld als winkel ondersteunend, het zwaartepunt ligt op de dag. Restaurants moeten zich vestigen op locaties met een horeca 2 bestemming.
- Er wordt gelet op aantallen; in totaliteit en per gebied/straat. Het is van belang dat er een goede functiemix behouden blijft. We borgen de balans tussen retail en horeca en daarnaast wonen en werken.
- Tot slot is het uitgangspunt kwaliteit, diversiteit en innovatie.

Horeca innovatie en binnenstadsmanagement

Horeca innovatie

Vanuit zowel de horecasector als de gemeente bestaat de wens om meer te kunnen sturen op kwaliteit. Er wordt gestreefd naar kwaliteit, diversiteit en innovatie. De gemeente organiseert periodiek een 'Horeca Innovatie Event'. Hiervoor worden partijen uit de stad uitgenodigd, maar juist ook mensen met bijzondere kennis en expertise, mensen van buiten de stad, ondernemers van onderscheidende concepten. Er kan een bepaald thema uitgelicht worden of nader ingezoomd worden op de programmering van één van de gebiedsontwikkelingen etc. Ook kan er een keer een Inspiration Tour naar elders worden georganiseerd om inspiratie op te doen en kennis uit te wisselen. Door de horeca innovatie op deze manier te organiseren, blijft het dynamisch en interessant.

Binnenstadsmanagement

De opgave is deels om onze horeca ook kwalitatief ontwikkelen, door een deel van het bestaande aanbod te verkleuren en hiermee meer aan te laten sluiten op de vraag. Dit doen we samen met de stad. We hebben hierbij ook een gezamenlijke verantwoordelijkheid. We organiseren de samenwerking tussen ondernemers, gemeente, vastgoedeigenaren, bewoners en overige belanghebbende partijen zoals culturele partners en Breda Marketing.

Situationele samenwerkingen

Ook in bredere zin streven we naar samenwerking. De horeca in onder andere de nieuwe gebieden dient echt iets toe te voegen. Daarbij is het denkbaar om bepaalde, misschien niet voor de hand liggende netwerken actief te gaan koppelen. We willen bruggen slaan tussen de netwerken binnen de horeca en de netwerken op gebied van toegepaste technologie en creativiteit.

Structureel bestuurlijk en operationeel overleg horeca en gemeente Breda

Naast het al bestaande bestuurlijke overleg tussen de markt (veelal KHN, afdeling Breda) en burgemeester en wethouders (s) gaan we het operationele overleg ook structureren (4 tot 6 keer jaar).

(Tuin)terrassen

Mensen willen steeds meer buiten zitten, met als gevolg een groeiende behoefte aan terrasruimte. Dit past ook bij het profiel van Breda als bourgondische (terras)stad. Goede terrassen kunnen de wervingskracht van het centrum en de horeca aanmerkelijk versterken. Belangrijk is dat terrassen bijdragen aan een verblijfsvriendelijke, gastvrije binnenstad. Bovendien moet bij de plaatsing rekening worden gehouden met andere gebruikers en de openbare veiligheid. We zien hierbij twee uitdagingen:

- Ten eerste de herverdeling van reguliere terrassen (op pleinen). Er komen meer horecaondernemers bij, die in principe allen in aanmerking komen voor een deel van de openbare ruimte die beschikbaar is voor terrassen. Om deze reden worden terrasvergunningen voor bepaalde tijd afgegeven. Door wisseling van ondernemers zijn de vervaldata van de vergunningen op dit moment echter verschillend. Er is geen vast moment waarop alle vergunningen tegelijk vervallen. We gaan de mogelijkheden voor de herverdeling van de terrassen opnieuw bezien om te voldoen aan de Europese Dienstenrichtlijn.
- De andere uitdaging zijn de zogeheten tuin- of binnenterrassen; die leiden soms tot (over)last voor omwonenden. Ook hier verkennen we de mogelijkheden om openingstijden voor deze terrassen te reguleren via een exploitatievergunning.

Nieuwe wetgeving omtrent terrassen wordt momenteel separaat ontwikkeld.

Iedereen een exploitatievergunning

Een exploitatievergunning wordt verstrekt voor het mogen exploiteren van een horecazaak en dient als bescherming van de openbare orde en veiligheid. En ook van het woon- en leefklimaat in de omgeving van de betreffende horecazaak. In het verleden heeft Breda deze exploitatievergunning deels afgeschaft. Wij kennen exploitatievergunningen voor droge horeca (geen alcohol) in delen van de binnenstad en in bepaalde gebieden. De horecazaken die alcohol schenken (natte horeca) hebben alleen een vergunning nodig volgens de Alcoholwet. Deze wet regelt feitelijk alleen de toestemming om alcohol te mogen schenken.

Door bovenstaande blijft een gedeelte van de nieuwe vestigingen (horeca 1) buiten beeld. Het college bereidt een voorstel voor tot wijziging van de APV waarbij een vergunningplicht voor heel Breda wordt ingesteld, voor zowel de natte als de droge horeca. Wij uniformeren het stelsel voor de gehele stad (met en zonder alcohol).

Met deze maatregelen willen we het volgende bereiken:

- meer inzicht krijgen in nieuwe vestigingen van alle horecacategorieën;
- de mogelijkheid hebben om een kennismakingsgesprek gericht op concept en kwaliteit te koppelen aan het proces van de aanvraag van een exploitatievergunning;
- meer mogelijkheden creëren om op te treden tegen overlast in het kader van openbare orde en veiligheid een beter woon- en leefklimaat te creëren;
- de mogelijkheid om een Bibob-toets toe te passen om mogelijk verkeerde geldstromen tegen te gaan in de horecabranche ;
- handvatten creëren voor handhaving bij oneigenlijk gebruik van de horecafunctie of het overtreden van de sluitingstijden.

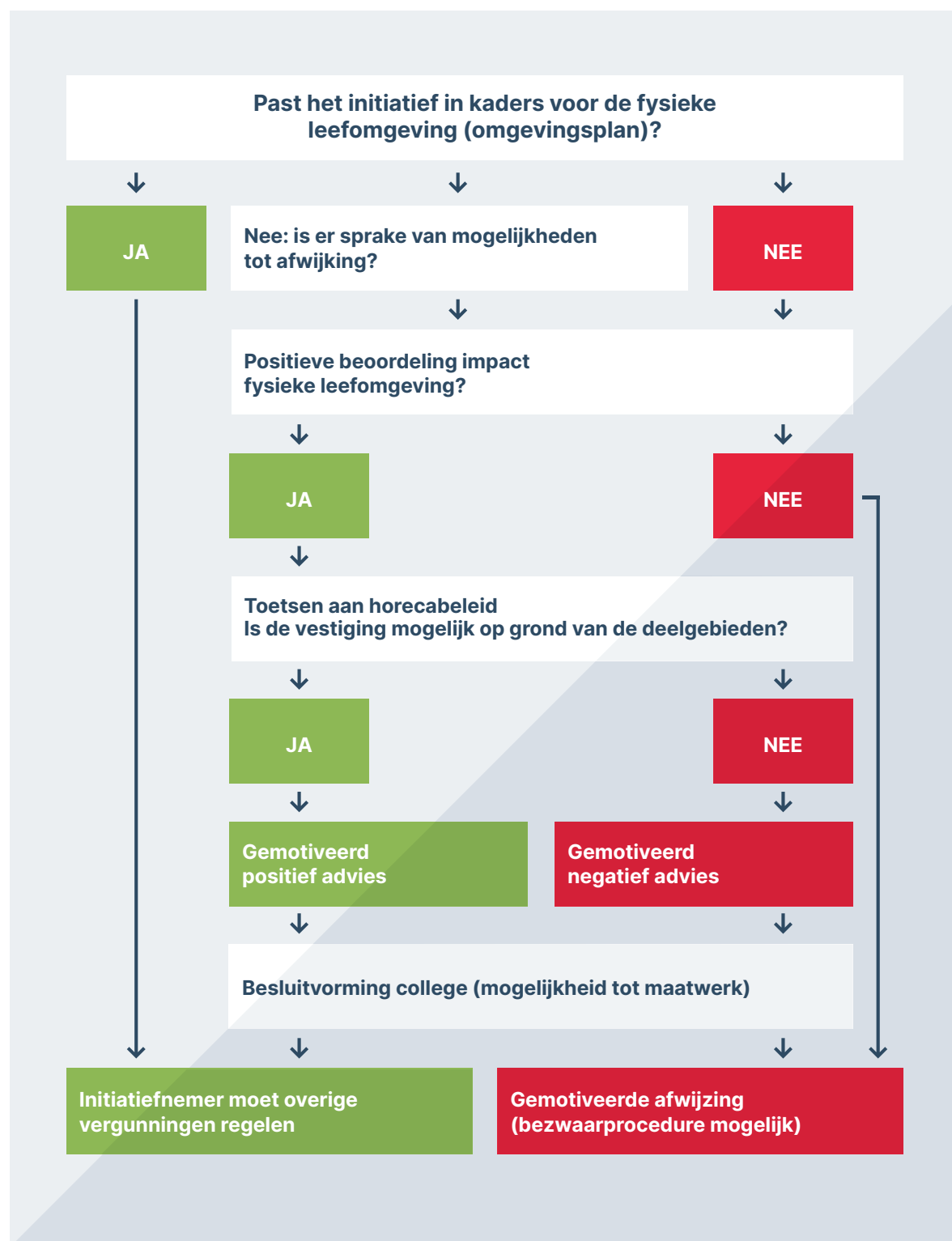
Een uitvoeringsplan voor de invoering van de exploitatievergunning is in voorbereiding. Daarin wordt onder andere aandacht besteed aan de fasering en aan een duidelijk stappenplan voor ondernemers.

Stroomschema besluitvorming van nieuwe initiatieven

We toetsen nieuwe horecabedrijven op een aantal aspecten. Te weten:

- de kaders voor de fysieke leefomgeving (planologische mogelijkheden in omgevingsplan);
- de impact op de fysieke leefomgeving (zoals geur en geluid);
- de toets aan het horecabeleid, de deelgebieden en het ontwikkelperspectief hiervan.

Het volgende stroomschema biedt een helder inzicht en overzicht aan initiatiefnemers en dient als gemeentelijk afwegingsinstrument. Het stroomschema geeft slechts de hoofdlijnen weer, beleidsmatige nuances zijn niet opgenomen. De uitkomst van het stroomschema moet altijd worden gezien in relatie tot de rest van het beleid. Daarnaast moet een initiatief ook voldoen aan de wettelijke eisen van de ruimtelijke motivering (zie volgend kopje). Het beleid biedt uniforme kaders om initiatieven op ruimtelijk relevante gronden te toetsen, maar daarbinnen is er ruimte om bij uitzondering maatwerk te kunnen leveren. Daarom is in het stroomschema bij 'Besluitvorming van het College' een mogelijkheid tot maatwerk opgenomen. Het kan immers gebeuren dat een initiatief of vernieuwend concept niet past in de kaders, maar wél van meerwaarde is voor de beoogde locatie en voor Breda als geheel. Het College kan dan bij uitzondering overgaan tot een maatwerkafweging.



Ruimtelijke motivering planinitiatieven

De initiatiefnemer moet de meerwaarde van het concept aantonen in de ruimtelijke motivering. Voor ieder initiatief geldt dat er een motivering van een goede ruimtelijke ordening nodig is, conform de wettelijke eisen binnen de te volgen procedure. Veelal is een ruimtelijk-functionele motivering waarin het initiatief is getoetst aan de Ladder voor Duurzame Verstedelijking wettelijk verplicht. Ook indien de Ladder niet verplicht is, kan de gemeente toch een toets op de goede ruimtelijke ordening opvragen. In beide gevallen moet de initiatiefnemer motiveren of er behoefte is aan het initiatief en of eventuele leegstandseffecten als gevolg van het initiatief aanvaardbaar zijn voor het woon-, leef- en ondernemersklimaat. Dit betekent dat een initiatief de bestaande horecastructuur niet onevenredig mag schaden. Daarnaast moet in de ruimtelijke motivering aandacht zijn voor de vraag of het initiatief redelijkerwijs niet op een alternatieve locatie binnen de horecastructuur (met passende bestemming) kan worden ondervangen. Door in te zetten op concentratie van de horeca binnen de horecagebieden en -bestemmingen en niet daarbuiten, geven we invulling aan het uitgangspunt om de bestaande horecastructuur te consolideren.

5.5. Rekening houden met andere beleidsaspecten ten aanzien van horeca

Er is een aantal overige beleidsaspecten en bijbehorend instrumentarium die 'gewoon' op orde moeten zijn. Dit gaat om de volgende aspecten.

Openbare orde en veiligheid

De gebiedsgerichte overlast en veiligheidsincidenten vanuit horecabezoek namen de afgelopen jaren toe. Ze lijken nu stabiel te blijven. Openbare orde en veiligheid blijft een belangrijk aandachtspunt. Zichtbare preventie (politie, handhavers van de gemeente, portiers, gastheren op straat, camera's) en een open communicatie tussen overheid/politie, bedrijven en omwonenden zijn daarbij essentieel.

Dit betreft zowel het locatiebeleid voor nieuwe horeca (de functie moet zich verdragen met de belangen van de openbare orde) als het toegangsbeleid voor horecazaken (met inzet gecertificeerde portiers) en de veiligheidsbeleving en handhaving 'op straat'. Zeker 's avonds en 's nachts.

De capaciteit bij de politie staat onder druk en de gastheren op straat (nu Sfeerbeheer) zijn van belang om de veiligheid in het horecaconcentratiegebied te borgen, vooral tussen 3.00 en 4.30 uur. Deze inzet wordt nu betaald door de nachtzaken in Breda. Echter neemt het aantal nachtzaken af waardoor de continuïteit in het gedrang komt.

Daarnaast zijn er ook regelmatig meldingen in cafés dan wel broodjeszaken. Er komt een nieuw plan van aanpak, waarbij onderzocht wordt om de financiering onder meer partijen te verdelen (naast nachtzaken ook cafés en broodjeszaken). Hierbij is ook aandacht voor een eerlijke verdeelsleutel, bijvoorbeeld op basis van grootte of het aantal meldingen.

Veilig Uitgaan

De gemeente Breda kent het horecaconvenant Veilig Uitgaan 2020-2026. Jaarlijks wordt een actieplan vastgesteld. Op die manier kan er dynamisch worden ingespeeld op de actuele situatie en kunnen er jaarlijks de juiste prioriteiten worden gesteld. Aandachtspunten zijn onder andere discriminatie aan de deur en jezelf kunnen zijn. In 2025 wordt de focus vooral gelegd op:

- Meer inzet/aandacht voor minderjarigen en alcoholgebruik in de horeca/tijdens openbare evenementen in het horecaconcentratiegebied.
- Leren en verbinden met de betrokken partners (zoals KHN, politie, handhaving, sos, en beveiliging), door bijvoorbeeld gezamenlijke kennissessie of operationele trainingen.

Diversiteit, Gelijkwaardigheid en Inclusie

De gemeente heeft recent het beleidsplan 'Inclusief samenleven' vastgesteld. De visie is: "Breda is een gastvrije gemeente waar onze diversiteit onze kracht is, iedereen zich thuis, verbonden

en gewaardeerd voelt, en waar we gezamenlijk streven naar een inclusieve en gelijkwaardige samenleving." Horeca is per definitie een plek waar mensen elkaar fysiek ontmoeten. Horeca draagt bij aan sociale cohesie. Specifiek relevant voor horeca is daarnaast het actieplan straatintimidatie en de fysieke toegankelijkheid van horecazaken.

Wisselwerking met winkels, cultuur, vrijetijdsfuncties, evenementen etc.

Horeca is qua sector nauw gerelateerd aan andere sectoren.

Samenwerking van horeca met andere functies (detailhandel, cultuur, sport, toerisme), is wenselijk, maar wel vanuit een 'gelijk speelveld' gedachte, zie paracommercie.

Paracommercie

Dit onderwerp heeft vooral betrekking op het aanbieden van horeca-activiteiten door verenigingen en stichtingen, vaak met inzet van vrijwilligers. Essentieel is dat horeca hier aantoonbaar gelieerd is aan de specifieke hoofddoelstelling, dus primair gericht op de eigen leden en met openingstijden die aansluiten op de hoofdactiviteit. De regels omtrent paracommercie staan in de Bredase Alcoholwetverordening en de Alcoholwet.

Dit aspect speelt ook bij de buurthuizen. Daarbij zien we wel dat de exploitatie van buurthuizen steeds meer onder druk komt te staan. Dit terwijl de aanwezigheid van een buurthuis juist belangrijker wordt. Onder andere wonen mensen langer thuis en wordt de afhankelijkheid van lokaal netwerk groter. De buurthuizen hebben op de eerste plaats een maatschappelijke functie voor de wijk of dorp. Daarnaast kunnen buurthuizen wellicht meer inkomsten halen uit het faciliteren van bedrijfsmatige functies als aanlandplekken voor werken op afstand (vergaderkamers, flexibele werkplekken in gedeelde ruimtes) waarmee zij aan betekenis voor hun omgeving winnen en een duurzame exploitatie kunnen borgen. Momenteel wordt gewerkt aan de actualisatie van het buurthuizenbeleid van de gemeente Breda. Bij de uitvoering daarvan moet dit per buurthuis worden onderzocht, ook in relatie tot (commercieel aanbod in) de omgeving.

Inrichting openbare ruimte, gevelbeeld en welstand

Horecabezoek is primair een recreatieve activiteit, waarbij het 'decor' binnen en buiten de zaak sterk bepalend is voor de aantrekkingskracht op mensen ("proeven doe je met je ogen"). De openbare ruimte moet in elk geval schoon, heel en veilig zijn. Hierbij hebben horecaondernemers ook een verantwoordelijkheid, zoals ook aangegeven is de afvalstoffenverordening Breda 2016. Binnen een straal van 25 meter rondom de inrichting dienen zij afval op te ruimen.

Een attractief en verzorgd gevelbeeld, erfgoed, groen en water kunnen de verblijfskwaliteit eveneens enorm versterken. Gunstig daarbij is dat Breda een geweldig historisch decor heeft. Echter wordt in de recente horeca-analyse een duidelijke waarschuwing afgegeven. De binnenstad van Breda kent veel monumentale panden. Deze panden geven de binnenstad en specifieke straten een unieke uitstraling. Door de jaren heen zijn er echter veel bebording, reclame, luifels en vlaggen geplaatst op de gevels van deze monumentale panden. Deze elementen zijn daarnaast ook vaak verouderd en verloederd. Dit geeft specifieke straten in de binnenstad een opgave tot verbetering.

Handhaving

Een goede handhaving is van wezenlijk belang om de geformuleerde doelstellingen te kunnen realiseren. Onder handhaving wordt verstaan: het geheel van activiteiten dat gericht is op de naleving van regels. Regels worden op verschillende manieren vastgelegd, zoals bijvoorbeeld in landelijk geldende wetgeving, lokale regelgeving in de vorm van verordeningen en bestemmingsplannen en inrichtings-/persoonsgebonden regels in de vorm van een beschikking/vergunning. Vanuit de markt is aangegeven dat er vooral strenger gehandhaafd moet worden op (de sluitingstijden van) horeca 1.

Integriteitsonderzoeken

Bij een integriteitsonderzoek gaat het om het inzetten van de Wet Bibob om te voorkomen dat de overheid vergunningen verleent waarmee criminele activiteiten (ondermijning) gefaciliteerd worden. Zo wordt voorkomen dat de overheid criminele activiteiten faciliteert en wordt bovendien de concurrentiepositie van bonafide ondernemers beschermd.

Uitkopen of alternatief

De gemeente kan bij de herontwikkeling van een locatie bestaande ondernemers uitkopen. Deze methode is kostbaar. Het aanbieden van alternatieve locaties in overleg met makelaars en de gemeente, is kansrijker.

Gezondheid

Hoewel het niet aan de gemeente is om te bepalen wat er op de menukaart staat, bestaat er een gedeelde verantwoordelijkheid bij zowel overheid als ondernemers op het gebied van bewuste consumptie. Afspraken omtrent gezondheid en bewustwording zijn terug te vinden in de Gezondheidsvisie 2024-2040; gedurfd, gezond, gelukkig! Daarin zijn ook afspraken opgenomen die een link hebben met de horeca. Zoals horecabedrijven stimuleren zichtbaar een 0.0% alternatief aan te bieden om alcoholgebruik te verminderen, zeker bij jongeren. En het voorkomen dat zich meer fastfoodketens vestigen, dit om de toenemende fastfoodconsumptie terug te dringen.

Gebiedsontwikkeling

Een gebied, wijk of straat in zijn totaliteit aanpakken. Hierbij is een breed gedragen visie of gezamenlijk ontwikkeld plan kansrijk. Wat willen we bereiken? Wie werken mee? Wat gaan we concreet doen?

Stimuleringsprogramma

Gezien de lange termijn waarop beleidswijzigingen effect hebben, kan een proactief stimuleringsprogramma effectief zijn op korte termijn. Denk bijvoorbeeld aan een opknapbeurt van een verpauperde straat door actieve samenwerking tussen gemeente, citymarketing (event en promotie), ondernemersvereniging (organisatie en initiatief), de culturele of educatieve sector (scholen en musea) en omwonenden.

Bijlagen



Bijlage 1 Relevante beleidskaders

Een ruimtelijk horecabeleid staat niet op zichzelf. Er zijn vele beleidsdocumenten die de horeca op verschillende schaalniveaus raken. De belangrijkste beleidskaders in relatie tot het horecabeleid worden hier kort beschreven.

Provinciaal beleid

Omgevingsvisie Noord-Brabant (2018)

De provincie Noord-Brabant streeft naar een welvarende, verbonden, klimaatbestendige en innovatieve regio tegen 2050. Dit omvat economische, sociaal-culturele en ecologische waarden. Dit uit zich in vier hoofdpogingen:

Energietransitie: de provincie wil in 2050 energieneutraal zijn. Dit wilt de provincie doen door het verminderen van energiegebruik en het verhogen van duurzame energieopwekking zoals zonne- en windenergie.

Klimaatproof Brabant: het doel is om Brabant weerbaar te maken tegen klimaatverandering door middel van adaptieve maatregelen en natuur inclusieve oplossingen. Dit wilt de provincie doen door het aanpassen van infrastructuur en stedelijke gebieden om overstromingen en hittegolven te beheersen.

Slimme Netwerkstad: Brabant wil zich ontwikkelen als een slimme netwerkstad, waarbij innovatie en technologie centraal staan om de leefbaarheid en bereikbaarheid te verbeteren.

Concurrerende, Duurzame Economie: de provincie zet in op een sterke, duurzame economie die concurrerend is op zowel nationaal als internationaal niveau, met aandacht voor circulaire economie en innovatie.

Deze visie benadrukt samenwerking met andere overheden, bedrijven en burgers om de gestelde doelen te bereiken. De verschillende hoofdpogingen zijn breed opgesteld en gaan niet specifiek over de horeca. Wel kunnen er enkele linkjes worden

gelegd. Door aanpassingen in de openbare ruimte ten behoeve van klimaatbestendigheid kunnen de leefbaarheid en aantrekkelijkheid van steden verbeteren. Dit trekt meer bezoekers en daarmee meer bestedingen in de horeca. Ditzelfde geldt voor hoofdpoging slimme netwerk stad. Door de bereikbaarheid en leefbaarheid te verbeteren ontstaan er meer mogelijkheden voor de horeca.

Uitvoeringsagenda Levendig Brabant 2024-2027 (2024)

Met Levendig Brabant wil de provincie een levendig en aantrekkelijk leef-, woon- en verblijfsklimaat in Brabant in stand houden en versterken. Zodat er voor iedereen wat te doen en te beleven is. Daarnaast zoekt de provincie de verbinding tussen cultuur, erfgoed, sport en vrijetijd en onze maatschappelijke opgaven, om de kracht van de vier sectoren ook daar van betekenis te laten zijn. De uitvoering van deze ambities wordt vormgegeven langs vier hoofddoelen en twee centrale opgaven.

Doel 1:

Bevorderen van passend aanbod Het aanbod van de producten en diensten van cultuur, erfgoed, sport en vrijetijd sluit in 2030 aan op de behoeften van inwoners en bezoekers. Het aanbod draagt ertoe bij dat Brabant een aantrekkelijke en fijne plek is om te wonen en te werken.

Doel 2 / centrale opgave A:

Bevorderen van breed en divers aanbod met focus op jongeren (inclusief aanbod) Voor doelgroepen die nu nog niet of onvoldoende worden bereikt is er een passend aanbod van de vier sectoren. Aanbod voor jongeren en het stimuleren van jongeren om kennis te maken met de vier sectoren is daarbij een bijzonder aandachtspunt.

Doel 3:

Stimuleren van innovatie en vernieuwing, inclusief talentontwikkeling De vier sectoren zijn vitaal en hebben voldoende ruimte en mogelijkheden om te vernieuwen. Daarmee sluiten de gemeente aan op het innovatieve profiel van Brabant. Toptalenten krijgen in Brabant kansen zich te ontwikkelen.

Doel 4 / centrale opgave B:

Bijdragen aan maatschappelijke opgaven Levendig Brabant draagt met cultuur, erfgoed, sport en vrijetijd bij aan een gezonde en aantrekkelijke omgeving om te wonen, werken en verblijven, waar voldoende te doen en te beleven is en waar cultuurhistorie behouden blijft en de sectoren worden verbonden met de maatschappelijke opgaven.

Regionaal beleid

Omgevingsagenda West-Brabant 2021-2025

De Omgevingsagenda van West Brabant zet in op enkele aspecten. Samenwerking en Visie: West-Brabant werkt aan een toekomstbestendige regio door samenwerking tussen gemeenten, provincie, waterschappen, maatschappelijke organisaties, bedrijfsleven en kennisinstellingen. De Omgevingsagenda operationaliseert bestuurlijke afspraken en richt zich op uitvoering.

Gebiedsgerichte Opgaven: de agenda belicht vier belangrijke gebiedsgerichte opgaven: landbouwtransitie, energietransitie, klimaatadaptatie en mobiliteit. Deze opgaven vragen om een integrale aanpak en samenwerking tussen verschillende partijen.

Ruimtelijke Kwaliteit en Klimaat: de regio streeft naar een balans tussen economische ontwikkeling en behoud van landschappelijke en ecologische waarden. Dit omvat onder andere de ontwikkeling van groene en duurzame woon-werk locaties en het versterken van de vrijetijdseconomie.

Gemeentelijk beleid

Omgevingsvisie Breda 2040 (2021)

De omgevingsvisie van Breda staat in het teken van aantal doelen. Als hoofddoel is gesteld Breda, een grenzeloze, gastvrije en groene gemeenschap, is toekomstgericht en stelt de kwaliteit van leven voorop. Verder legt de omgevingsvisie nadruk op de kwaliteit en duurzaamheid ook bij de horeca. De afgelopen jaren is er in Breda veel horeca bijgekomen. Hoewel dit verklaard wordt door het groeiende consumentendraagvlak (in brede zin) houdt de gemeente

rekening met de grenzen van de groei. De gemeente zet daarom vooral in op kwaliteit. Hierbij de volgende zaken relevant:

Kwaliteit boven Kwantiteit: in plaats van het aantal horecagelegenheden te vergroten, richt de visie zich op het verbeteren van de kwaliteit van bestaande en nieuwe horecagelegenheden. Dit betekent dat er meer aandacht wordt besteed aan service, aanbod en beleving.

Concentratie van Horeca: nieuwe horecagelegenheden worden geconcentreerd binnen bestaande horecagebieden. Dit helpt om leegstand te voorkomen en zorgt ervoor dat de binnenstad aantrekkelijk en levendig blijft.

Duurzaamheid: er wordt gestreefd naar duurzame horecagelegenheden die bijdragen aan een groene en milieuvriendelijke binnenstad. Dit omvat het gebruik van lokale en biologische producten, energieefficiënte apparatuur en afvalreductie.

Beleidsnotitie Hotelvisie Gemeente Breda (2017)

Om ervoor te zorgen dat het nieuwe Bredase hotelaanbod meer bijzonder en onderscheidend wordt, wordt voorgesteld een toetsingskader te ontwikkelen. Het hotelwezen wordt nauw betrokken bij nieuwe beleidsontwikkelingen en projecten op het gebied van de verbetering van het toeristisch product en de marketing ervan. De Gemeente Breda stelt zich ten doel om alle bezoekersgroepen aan de stad een adequaat verblijfsaanbod te bieden, en tegelijkertijd structurele onevenwichtigheden in de markt te voorkomen. Wij zijn van mening dat de voorgestelde aanbevelingen met beide aspecten rekening houden. Tegelijkertijd gaan de ontwikkelingen in de (hotel)wereld zo snel dat de horizon voor deze maatregelen niet te ver weg mag liggen. Het is dan ook verstandig om uiterlijk over vier jaar de effecten daarvan te ijkten en deze eventueel te heroverwegen voor de jaren daarna.

De economische groei van de afgelopen jaren heeft een positief effect gehad op toeristische overnachtingen en op de hotelmarkt. Het doel van het hotelbeleid is om alle bezoekersgroepen aan de stad een adequaat overnachtingsaanbod te bieden.

Economische visie Breda

In de economische visie staat de ambitie dat Breda zich gaat onderscheiden met een vestigingsklimaat dat verrast en inspeelt op de wensen van (nieuwe) talenten, bewoners, bedrijven en bezoekers. Een internationale hotspot die in 2030 excelleert met haar toegepaste technologie en creativiteit. Een complete en bijzondere mix van voorzieningen als winkels, horeca, erfgoed, cultuur en evenementen zorgt ervoor dat Breda aantrekkelijk blijft voor bewoners, bezoekers, talenten en bedrijven.

De binnenstad is een belangrijke economische motor. Door veranderend consumentengedrag transformeren binnensteden van koop- naar beleavings- en verblijfscentra met een aangenaam verblijfsklimaat. Winkels staan onder druk. Onderscheidend vermogen is daarom van belang. Samen met Breda Marketing en het Ondernemersfonds Breda blijft de gemeente inspanningen leveren om ook hierin die gastvrije stad te zijn. De Stichting Ondernemersfonds Breda (SOFB) zet in op een nog aantrekkelijkere binnenstad door gezamenlijk te investeren voor een groeiend aantal bezoekers die ook langer blijven en meer besteden. Daarbij ligt de focus de komende jaren op een meer strategische promotie van de binnenstad met een sterk aanbod, op ontwikkelingsprojecten en op duurzame samenwerking.

Dichtbij doen, samen sterk vooruit, bestuursakkoord 2022 - 2026

De horeca heeft het zwaar gehad in coronatijd. Door meer online bestellingen heeft de detailhandel het ook moeilijk. Onze horeca en detailhandel zorgen voor een groot deel voor de aantrekkelijkheid van Breda. Niet alleen voor toeristen, maar ook voor een groot deel van de omliggende gemeenten. Voor hun inwoners is Breda de uitvalsbasis om te winkelen, eten, drinken en stappen. Die aantrekkelijkheid wil de gemeente graag hooghouden.

Bijlage 2 Horecacategorieën en Europese dienstenrichtlijn

In voorliggend horecabeleid worden horecacategorieën gehanteerd, zie hoofdstuk 5.1.. De indeling is globaal gebaseerd van lichte tot zware impact op de omgeving. Denk bij impact aan het samenspel van geluid, geur, bezoekfrequentie en -piek etc. Lichtere vormen van horeca (zoals een lunchroom) hebben een lichtere impact op de omgeving dan zwaardere vormen van horeca, zoals een bar of discotheek. Om deze reden gelden voor lichtere horeca veelal andere vestigingsbeperkingen dan voor zwaardere horeca. Ook in Breda is hiervan sprake. Horeca 1 is vrij toegestaan in de binnenstad. Zwaardere horeca is enkel toegestaan in de daartoe aangewezen concentratiegebieden en bestemmingen. De vestigingsbeperkingen via de horecategorisering moet worden onderbouwd vanuit de Europese Dienstenrichtlijn. Voorliggende memo voorziet in een onderbouwing op hoofdlijnen.

Europese Dienstenrichtlijn en horeca

Horeca moet worden beschouwd als een dienst en daarmee valt de functie onder de Europese Dienstenrichtlijn (zie ook Handreiking, Dienstenrichtlijn en Ruimtelijke ordening, Ministerie van BZK en EZK, oktober 2019). Deze richtlijn schrijft voor dat horeca zich net als een dienst in theorie vrij moet kunnen vestigen. Vestigings- beperkingen via een horeca categorisering zijn toegestaan mits voldaan wordt aan de voorwaarden (zie volgend kader). Het discriminatieverbod is niet van toepassing omdat bestemmingsplannen voor eenieder gelden. Voor een verdere toelichting op de toepassing van de Dienstenrichtlijn wordt verwezen naar de Handreiking Dienstenrichtlijn.

Dienstenrichtlijn

De essentie van de Dienstenrichtlijn is gericht op het waarborgen van een vrij verkeer van diensten tussen de Europese lidstaten en vrije vestiging van diensten van de ene in de andere lidstaat. Als onderdeel daarvan bevat de Dienstenrichtlijn regels die van toepassing zijn op overheden bij het formuleren van eisen en het vormgeven van vergunningsstelsels die van invloed zijn op de toegang tot of de uitoefening van een dienstenactiviteit. Kwantitatieve of territoriale beperkingen (zoals vestigingsbeperkingen voor specifieke branches) voor dienstverleners zijn in beginsel verboden. In artikel 15 lid 3 zijn echter een aantal voorwaarden opgenomen die een beperking van de beoogde vrijheid van vestiging kunnen rechtvaardigen. De voorwaarden zijn:

- Non-discriminatoir. Een vestigingsbeperking mag geen direct of indirect onderscheid maken naar nationaliteit of statutaire vestigingsplaats.
- Noodzakelijkheid. Een vestigingsbeperking moet gerechtvaardigd zijn vanuit een dwingende reden van algemeen belang, bijvoorbeeld de bescherming van het stedelijk milieu.
- Evenredigheid. Een vestigingsbeperking moet geschikt zijn om de nagestreefde doelen voor het algemeen belang te bereiken, een beperking mag niet verder gaan dan nodig is en aangetoond moet worden dat het doel niet met minder vergaande beperkingen kan worden bereikt.

Horecategorisering in lijn met de Dienstenrichtlijn

In het navolgende is per aspect bondig onderbouwd dat de horecategorisering in lijn is met de Dienstenrichtlijn.

Noodzakelijkheid

De eis dat de beperking noodzakelijk moet zijn, houdt in dat voor die beperking een 'dwingende reden van algemeen belang' bestaat, waartoe in elk geval ook 'de bescherming van het milieu en het stedelijk milieu' behoort.

De consolidatie van de horecategorisering voldoet om de volgende redenen aan de noodzakelijkheidseis:

- Via de huidige indeling wordt zwaardere horeca omwille van de impact op de omgeving (o.a. geluids- en geuroverlast) gereguleerd binnen de aangewezen concentratiegebieden en daarbuiten geweerd. Hierdoor draagt de categorisering bij aan een goed woon- en leefklimaat.
- De concentratie van bepaalde typen horeca in voorzieningencentra (zoals de binnenstad, of de dorpscentra) draagt bij aan de vitaliteit van deze centra.

Indien de horecategorisering wordt losgelaten, kan de gemeente de beleidsdoelen t.a.v. leefbaarheid en vitale centra niet realiseren.

Evenredigheid

De vestigingsbeperking is evenredig. De volgende overwegingen liggen hieraan ten grondslag:

- De gemeente handelt coherent en systematisch om de nagestreefde doelen te bereiken. De horeca categorieën uit het beleid zijn uniform uitgangspunt in de bestemmingsplannen. Per bestemmingsplan en locatie is een uniforme afweging gemaakt welke horeca categorieën toegestaan zijn, gelet op zowel de impact op de leefomgeving als de bijdrage aan vitaliteit van voorzieningencentra.
- In algemene zin zijn horecategorieën effectief en dragen bij aan de bescherming van het woon- en leefklimaat. Dit blijkt uit het feit dat iedere gemeente in Nederland categorische beperkingen t.a.v. horeca in omgevingsplannen heeft.
- Gemeente Breda is daarin niet bijzonder of afwijkend dan andere gemeenten die allen een indeling gebruiken van lichte tot zware horeca. Wel kan de indeling per gemeente net iets anders zijn. Ook wijkt Breda niet af t.a.v. waar welk type horeca op welke plaats is toegestaan. Gemeente Breda kent net als vele middelgrote steden een globale indeling waarbij in het stadscentrum alle typen horeca, onder voorwaarden en per centrumdeel, zijn toegestaan en waar in de dorps- en wijkwinkelcentra met name lichtere soorten horeca zijn toegestaan.

- De horecategorisering levert een zinvolle bijdrage aan de doelen (goede leef- en woonklimaat en vitale voorzieningencentra door concentratie), omdat zonder de categorisering alle horeca zich overal zou mogen vestigen, waardoor de beleidsdoelen niet worden gehaald.
- De maatregel gaat niet verder dan nodig, omdat de horecategorisering in beleid én bestemmingsplannen, de enige mogelijkheid is om juridisch-planologisch te voorkomen dat horeca zich op onwenselijke locaties vestigt.
- Gelet op het voorgaande zijn er geen minder beperkende maatregelen mogelijk.

Horecabeleid

Het horecabeleid zet in op kwaliteit, diversiteit en innovatie en is daarnaast behoudend ten aanzien van de kwantiteit. Dit ten behoeve van vitale horecagebieden en een vitale sector. De horecategorisering is grotendeels gelijk gebleven. De definities voor horeca 1 en 2 en de voormalige categorieën 5 en 6 (nu 4 en 5) zijn aangepast om de ruimtelijke uitstraling van de concepten die hieronder vallen te verhelderen. Daarnaast zijn de categorieën 3 en 4 samengevoegd vanwege het minieme verschil en de gelijkheid van impact op de omgeving. Deze maatregelen zijn noodzakelijk om te zorgen dat de categorieën worden gebruikt waarvoor deze bedoeld zijn. De maatregelen zijn noodzakelijk, evenredig en in lijn met de Europese Dienstenrichtlijn.



