Zwolle; haalbaarheid en effecten Foodcourt herontwikkelingslocatie 'De Vrolijkheid'

De Vrolijkheid Invest B.V.

Definitief

BRO
Ruimte | om *in* te leven

Zwolle; haalbaarheid en effecten Foodcourt herontwikkelingslocatie ‘De Vrolijkheid’

De Vrolijkheid Invest B.V.

Definitief

Rapportnummer:	203X01267.085181_2
Datum:	12 augustus 2015
Contactpersoon opdrachtgever:	De heer A. Kroes
Projectteam BRO:	Eefje van der Velden
Trefwoorden:	Leisure, horeca, gebiedsontwikkeling, herontwikkeling, foodcourt, Ladder voor Duurzame Verstedelijking, Zwolle
Bron foto kaft:	Hollandse hoogte 14
Beknopte inhoud:	Verkennend onderzoek naar de marktmogelijkheden voor een nieuwe foodcourt op herontwikkelingslocatie ‘De Vrolijkheid’.

BRO
Hoofdvestiging
Postbus 4
5280 AA Boxtel
Bosscheweg 107
5282 WV Boxtel
T +31 (0)411 850 400
F +31 (0)411 850 401
E info@bro.nl

Ruimte | om *in* te leven

Inhoudsopgave

pagina

1. INLEIDING **3**
1.1 Aanleiding en vraagstelling 3

2. Ontwikkelingskader **5**
2.1 Ruimtelijk-functionele structuur 5
2.2 Beleid 8
2.3 Plannen in de regio 10
2.4 Algemene trends in horeca 10
2.4.1 Horeca algemeen 10
2.4.2 Horeca en traffic-locaties 12
2.5 SWOT analyse 13

3. REGIONALE behoefte HORECA **15**
3.1 Vraagpotentieel 15
3.2 Aanbodanalyse 16
3.2.1 Gemeente Zwolle en COROP Noord-Overijssel 16
3.3 Marktruimte horeca 18

4. LADDER VOOR DUURZAME VERSTEDELIJKING **21**
4.1 Introductie Ladder voor Duurzame Verstedelijking 21
4.2 Conclusie: toetsing concept foodcourt de Vrolijkheid aan de Ladder voor Duurzame Verstedelijking 23

BIJLAGEN
Bijlage 1: Indeling COROP-gebieden 1
Bijlage 2. Horeca-aanbod naar branche Zwolle en referentiegebieden 3
Bijlage 3. Horeca keten en filiaalbedrijven COROP-regio Noord-Overijssel naar locatie 7

1. INLEIDING

1.1 Aanleiding en vraagstelling

Op de locatie aan de Oude Meppelerweg 1-3 bevindt zich horecagelegenheid 'De Vrolijkheid'. Deze horecagelegenheid is in gebruik in afwachting van de beoogde herontwikkeling. De herontwikkeling betreft het perceel van 'De Vrolijkheid' met inbegrip van circa 8.000 m² perceel van de gemeente Zwolle. De Vrolijkheid Invest B.V. is voornemens op de locatie van de Vrolijkheid een nieuwe foodcourt te realiseren. Het foodcourt bestaat uit een clustering van diverse horecagelegenheden met bijbehorende parkeerplaatsen. Daarnaast omvat het initiatief een attentiemast/reclamemast.

Voor dit gebied is een bestemmingsplanwijziging nodig waarbij tevens de Ladder voor Duurzame Verstedelijking moet worden toegepast. Het bestemmingsplan conceptvoorontwerp van 20 mei 2015[1] behoeft nadere verdieping op de Ladder voor Duurzame Verstedelijking.

Aan BRO is verzocht om de regionale marktruimte en effecten van het foodcourt te onderzoeken. Dit rapport beschrijft het onderzoek en de toetsing aan de Ladder voor Duurzame Verstedelijking.

[1] Bron: Foodcourt De Vrolijkheid conceptvoorontwerp, mei 2015, expertisecentrum Ruimtelijke Planvorming

2. ONTWIKKELINGSKADER

Dit hoofdstuk beschrijft de ruimtelijk-functionele structuur van het plangebied en haar omgeving, het regionale en gemeentelijk beleid, de relevante plannen in de omgeving en de trends en ontwikkelingen voor horeca. Vanuit een SWOT-analyse beschrijven we het ruimtelijk-functionele ontwikkelingsperspectief voor het plangebied.

2.1 Ruimtelijk-functionele structuur

Ligging plangebied

Herontwikkelingslocatie 'De Vrolijkheid' ligt aan de Oude Meppelerweg 1-3, grenzend aan bedrijventerrein De Vrolijkheid en oostelijk van de kern Zwolle. De locatie bevindt zich in de oksel van een druk verkeersknoopppunt, te weten de snelweg A28 en de Ceintuurbaan (N35). Ten zuidwesten van de locatie ligt het bedrijventerrein De Vrolijkheid, op 200 meter ligt een bos en een aangrenzende woonwijk. In de directe omgeving van de locatie bevinden zich 2 tankstations. Het plangebied is een belangrijke entree voor het bedrijventerrein en de wijk Berkum. Het plangebied heeft een profiel gericht op horeca.

Figuur 2.1: Ligging plangebied

Het bedrijventerrein de Vrolijkheid, waaronder de locatie van de horecafunctie valt, is gedeeltelijk ingericht voor autodetailhandel en heeft een beperkte mogelijkheid van kantoren. De Vrolijkheid wordt gezien als potentiele herontwikkelingslocatie, waarbij ook

sportgerelateerde vrijetijds-, uitgaansfuncties en kleine bedrijvigheid geschikt worden geacht. Herontwikkeling van het beoogde plangebied sluit hier goed bij aan, waarbij sprake is van verdichting.

De locatie is zeer goed bereikbaar per auto, vooral Zwolle en de provinciale weg N35. Vanaf de A28 leidt vanuit noordelijke richting een afrit rechtstreeks naar het plangebied. Er is tevens een bushalte (lijn 29 en 40, van station Zwolle naar Coevorden en lijn 40 van station Zwolle naar Meppel).

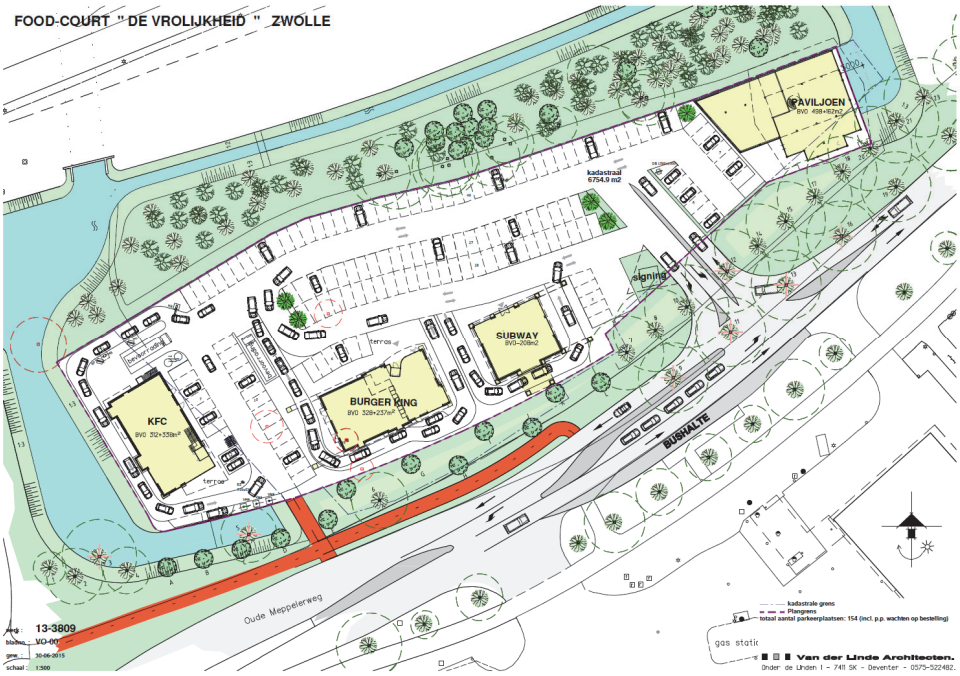
Figuur 2.2: Luchtfoto in perspectief van de huidige situatie[2]

[2] Bron: Foodcourt De Vrolijkheid conceptvoorontwerp, mei 2015, expertisecentrum Ruimtelijke Planvorming

Planinitiatief

Figuur 2.3: Begrenzing plangebied[3]

Figuur 2.4: Planinitiatief herontwikkelingslocatie 'De Vrolijkheid'[4]



[3] Bron: Foodcourt De Vrolijkheid conceptvoorontwerp, mei 2015, expertisecentrum Ruimtelijke Planvorming
[4] Bron: Van der Linde Architecten, juni 2015

De Vrolijkheid Invest B.V. streeft naar een eigentijds en aantrekkelijk foodcourt bestaande uit een clustering van diverse horecazaken met de nadruk op fastfoodrestaurants. Het foodcourt richt zich zowel op automobilisten die onderweg snel en makkelijk een maaltijd willen nuttigen als op de inwoners van Zwolle en omgeving. Deze keuze is mede ingegeven vanwege het bereikbaarheidsprofiel van de locatie. De ruimtelijke inrichting van het gebied zal voldoen aan hoge kwaliteitseisen, waarbij wordt gestreefd naar een moderne bebouwing omrand door groen.

Het beoogde programma omvat horeca en vestiging van een reclamemast. Conform de huidige planvorming is het programma als volgt:

- 2 fastfoodrestaurants (maximaal 1.215 m² bvo);
- Lunchroom (maximaal 210 m² bvo);
- Familierestaurant (660 m² bvo).

Het verkeer van en naar het foodcourt wordt direct op de Oude Meppelerweg/Meppelerstraatweg geleid die uitkomt op de Ceintuurbaan. Gezien de hoge verkeersintensiteit op de Ceintuurbaan, zullen de verkeersbewegingen opgaan in het verkeersbeeld. De parkeerplaatsen behorende bij het foodcourt zijn rondom de bedrijfsbebouwing gelegen, waarbij sprake is van één centrale in- en uitrit aansluitend op de Oude Meppelerweg. Er wordt ruime parkeergelegenheid geboden met 154 plekken.

Huidige situatie plangebied

Zijaanzicht westzijde | Overzijde plangebied | Uitzicht oostzijde vanaf plangebied

2.2 Beleid

Provincie Overijssel

De provincie Overijssel heeft het streekplan, verkeer- en vervoerplan, waterhuishoudingsplan en milieubeleidsplan samengevoegd tot één Omgevingsvisie. Deze is in juli 2009 door Provinciale Staten vastgesteld. De belangrijkste uitgangspunten met betrekking tot leisure en horeca in Overijssel zijn hieronder aangegeven.

In de visie wordt de ontwikkeling van de fysieke leefomgeving van de provincie Overijssel tot 2030 weergegeven. Het beleid staat in dienst van de sociaal economische ontwikkeling. De omgevingsvisie richt zich op de vraag hoe de dynamiek benut kan worden en als een kans wordt gezien om de ruimtelijke kwaliteit en duurzaamheid te versterken. De

provincie wil ruimtelijke kwaliteit benaderen via de gebiedskenmerkencatalogus. In de catalogus gaan ze uit van een viertal lagen. Een van deze lagen is de 'lust- en leisure-laag': in deze laag komen natuurlijke, functionele en sociale processen bij elkaar. Dit is de laag die gaat over beleving (onder andere recreatie) en identiteit (cultuurhistorie).

Het beleid voor **vrijetijdseconomie (leisure)** is geïntegreerd in het Uitvoeringskader Kerntaak Regionale Economie 2012-2015 'Versterken, vernieuwen en verbinden'. Voor het onderdeel vrijetijdseconomie hebben Provinciale Staten hebben 25 miljoen euro beschikbaar gesteld voor de periode 2012-2015.
De provincie Overijssel heeft een programma opgezet om meer in te zetten op innovatie en samenwerking in de vrijetijdseconomie. Het programma richt zich op een sterke en vernieuwende sector in een hoogwaardige omgeving. Het gaat om "meer mensen, die langer verblijven en meer besteden".

Speerpunten van het beleid zijn:

- versterken ondernemerschap via TEGO (Toeristische Energie Agenda Gastvrij Overijssel);
- investeren in marketing en promotie & versterking van de toeristische keten;
- investeren in programma's rondom festivals en evenementen van belang voor de vrijetijdseconomie;
- investeren in ontwikkeling van nieuwe Produkt-markt-partnercombinaties (PMP-C's);
- versterken beleving en kwaliteit routenetwerken.

Gemeente Zwolle
Het gemeentelijke horecabeleid is geformuleerd in de Horecavisie Zwolle 2012 - 2017[5].
In de visie tot 2017 kiest de gemeente voor wezenlijke toevoeging van horeca (meer dan in de voorgaande periode met economische bloei), maar met duidelijke grenzen om voor de sector een gezonde basis te behouden en zo de kwaliteit verder uit te kunnen bouwen.
De kern van de visie wordt gevormd door een tweetal onderwerpen:

- Kwaliteit en innovatie van de bestaande horeca, waarbij de gemeente wil fungeren als aanjager, maar waarbij de sector eigen verantwoording heeft.
- Uitbreiding van de horecasector op een wijze die kwaliteit en innovatie nastreeft door:
    - Gesegmenteerde uitbreiding van aanbod
    - Gesegmenteerde horecagebieden
    - Maximering toe te voegen m² horeca
    - 'Pareltjes'

[5] Bron: Horecavisie Zwolle 2012 – 2017 gastvrij en vitaal, 2012

2.3 Plannen in de regio

In de regio bestaan de volgende plannen gerelateerd aan horeca.

Gemeente Zwolle

- Herontwikkeling Katwolderplein Zwolle: woningen en commercieel programma met megabioscoop, horeca, winkels en leisure.

COROP-regio Noord-Overijssel

- Facelift centrum Genemuiden gemeente Zwartewaterland
- Onderzoek centrumontwikkeling inclusief horeca centrum Hardenberg

2.4 Algemene trends in horeca

In deze paragraaf beschrijven we de belangrijkste trends in de horeca, voor zover van invloed op het ruimtelijk-functionele ontwikkelingsperspectief voor de Vrolijkheid.

2.4.1 Horeca algemeen

Er hebben zich de afgelopen jaren veel ontwikkelingen voorgedaan in de horeca, zowel aan de vraag- als de aanbodzijde.

Horeca verlevendigt gebieden

Er zijn in Nederland ruim 42.000 horecazaken, waaronder ruim 17.000 drankverstrekkers, ruim 10.500 fastfoodzaken (snackbars, etc.), ruim 11.000 restaurants. In 2012 realiseerde de sector een omzet van **ruim 14 miljard euro (incl. btw).** Wel staat de sector de afgelopen jaren economisch sterk onder druk, door kritische consumenten, dalende bestedingen, alternatieve aankoopplaatsen (zondagopening supermarkten), stijgende kosten en nieuwe wet- en regelgeving. In verschillende segmenten dreigt een overaanbod. En toch zijn er ook anno 2015 nog legio kansen voor de sector, mits zaken zich sterk en onderscheidend profileren.

Vrijwel elke Nederlander bezoekt tegenwoordig wel eens een horecazaak, in welk verband en met welk motief dan ook. In toenemende mate wordt het **economisch en sociaal-maatschappelijk belang** van een sterke horecasector erkend, ook door overheden. Horeca richt zich steeds meer op **vermaak en beleving** en moderne zaken zijn actief bezig met productontwikkeling, marketing en organisatie van activiteiten en arrangementen. Sterke horeca zet een gebied op de kaart, ook voor bovenlokale bezoekers.

Dit heeft ook effecten op de ruimtelijke eisen en structuur van de sector. De belangrijkste zijn:

- **Multifunctionaliteit**: horecabedrijven bieden een steeds bredere menukeuze, met per dagdeel verschillende doelgroepen. Ook worden vaker culturele en recreatieve activiteiten georganiseerd.
- **Hoofdfunctie vervaagt**: traditioneel baseerden bestemmingsplannen zich primair op hoofdfuncties als verstrekken van alcoholvrije dranken dan wel bereide kleine etenswaren. Mede door de toenemende multifunctionaliteit zien we steeds meer combinatievormen (lunchroom, konditorei, Bagels&Beans).
- **Schaalvergroting**: zaken worden groter, vanwege de gewenste multifunctionaliteit en/of omzeteisen.
- **Vervlechting horeca en detailhandel**: In steeds meer winkels kun je iets eten of drinken. Vooral dagelijkse winkels ontplooien steeds meer horeca-activiteiten; belegde broodjes, snacks, koffie/thee, verse sappen, etc. Andersom wenst de horeca ook producten die zij serveert te verkopen; olie, wijn, receptenboek, etc. Cross-selling heeft de toekomst.
- **Industrieel erfgoed**: De wat ongepolijste uitstraling, beschikbare ruimte en parkeerruimte bieden bijzondere kansen voor horeca en aanverwante activiteiten.
- **Opkomst specialistische koffieformules**: opvallende ketenvorming, met ook op lokaal niveau veel initiatieven. Bekende spelers zijn Starbucks en Coffeecompany. Voor jongeren en ZZP-ers hebben deze zaken vaak een belangrijke ontmoetingsfunctie.
- **Afname monofunctionele drankverstrekkers**: het traditionele (kleine) café verdwijnt geleidelijk uit het straatbeeld. Het traditionele café wordt eetcafé of brasserie, met ruimere openingstijden. Oorzaak is vooral de combinatie afnemende bestedingen en verhoogde kosten.
- **Sterke afname discotheken**, met als belangrijke oorzaken de groeiende concurrentie van festivals, het rookverbod in de horeca en de verhoogde minimumleeftijd voor alcoholgebruik.
- De **jeugd gaat minder en later uit** dan vroeger; in veel uitgaansgebieden leidt dit tot minder overlast, maar soms wel op latere tijdstippen. Daar staat tegenover dat oudere doelgroepen veel meer dan vroeger de horeca bezoeken, zij het vaak overdag.

2.4.2 Horeca en traffic-locaties

Het is een internationale trend dat doelgericht bezochte horecaketens gericht op fastfood en casual dining, maar ook formules gericht op ‘vers en gezond’, zich oriënteren op gezamenlijke vestiging op lokaal en regionaal goed bereikbare locaties met ruime parkeergelegenheid. De redenen voor clustering liggen zowel in kostenbesparing (gezamenlijke ontwikkeling, beheer en parkeervoorzieningen) als omzetmaximalisatie (combinatiebezoeken, gezamenlijke profilering en promotie). Horeca heeft baat bij voldoende kritische massa: ‘massa is kassa’.

De horeca in binnensteden en hoofdcentra richt zich daarentegen steeds meer op kwaliteit, keuze en verblijfsklimaat (‘fun’) en profiteert van het lokale aanbod aan detailhandel, cultuur, evenementen en zakelijke bedrijvigheid. Beide vestigingsmilieus hebben hun eigen bezoekmotieven, bezoekgedrag en doelgroepen en vullen elkaar daarom goed aan. Gemeenten bieden vaak verschillende vestigingsmilieus.

De meest aansprekende voorbeelden van gecombineerde nieuwe horecaconcepten op traffic-locaties in Nederland, nabij grote bedrijventerreinen, zijn The Food Spot in Utrecht en de Foodstrip in Amsterdam Zuidoost. De Food Spot langs de A2 in Utrecht omvat tien restaurants en totaal 1.700 zitplaatsen, met o.a. New York Pizza, Wok to Go en Subway. Ook beschikt de Food Spot over kinderspeelvoorzieningen en een vestiging van Suit-Supply. Als service wordt gratis Wi-Fi aangeboden, maar ook het parkeren is gratis. De Amsterdamse Foodstrip omvat drie grote horecaformules (twee fastfoodzaken en een wokrestaurant). Een ander, al wat ouder voorbeeld van een grootschalige horecaontwikkeling op een traffic-locatie is het Brugrestaurant A4 te Hoofddorp met een ruime keuze aan fastfoodzaken en zelfbedieningsrestaurants. Ook het Duitse concept *Autohof* is een goed voorbeeld: een grote parkeerplaats (ook voor vrachtauto’s) met tankstation (goedkoper dan langs de snelweg en daarom vaak een trekker) en vaak meerdere horecafor-

mules, meestal op korte afstand van de snelweg gesitueerd en rustiger en veiliger dan de meeste Autobahn restaurants.

Wat kleinere horecaclusters zijn er onder meer in Waardenburg (afrit A2), het Knooppunt Joure en stadion De Geusselt en omgeving te Maastricht. Vaak ontstaat dit soort clusters rond een zakenhotel. Overigens bieden ook steeds meer stations en vliegvelden goede voorbeelden van horecaclusters gericht op reizigers en zakenlieden.

2.5 SWOT analyse

Uit de analyse komen zowel (relatief) sterke punten/kansen als zwakten c.q. bedreigingen naar voren van de Vrolijkheid in haar omgeving.

Sterke aspecten en kansen	Zwakke aspecten en bedreigingen
• Kwalitatieve planinvulling en herontwikkeling op locatie De Vrolijkheid • Onderscheidend en complementair concept door geclusterd aanbod • Veel fysieke ruimte beschikbaar • Perspectief industrieterrein de Vrolijkheid als herontwikkelingslocatie voor sportgerelateerde vrijetijds- en uitgaansfuncties (sterke clustering van gerenommeerde marktpartijen). • Zichtlocatie aan de A28 • Goede bereikbaarheid auto, direct aan afslag A28 en kruising Ceintuurbaan • Sterke regionale voorzieningenfunctie Zwolle • Positieve omzettrend in de horecasector • Bevolkingsgroei in de regio • Weinig plannen in de regio op gebied van horeca	• Het omliggende gebied heeft nu overwegend profiel van industrieterrein • Concurrerende voorzieningen in de regio (zij het vaak kwalitatief verouderd) • Toenemende leegstand van (vooral) winkelpanden in de regio. • Economische recessie, zuinige consument.

2.6 Toekomstkansen foodcourt ruimtelijk-functioneel

Mede op basis van het beschreven ontwikkelingskader kunnen voor de onderzoekslocatie de volgende ruimtelijk-functionele potenties voor horeca-functies worden bepaald. Dit gegeven de actuele dynamiek naar sector (landelijk), de benodigde fysieke ruimte, het bereikbaarheidsprofiel en de (potentiële) aansluiting op verwante functies. Deze beoordeling is dus *onafhankelijk van de marktruimte en/of het concurrerende aanbod in de omgeving*, dat immers in de loop der tijd kan veranderen. In het volgende hoofdstuk wordt de actuele marktruimte bepaald.

Zoals vermeld betreft het hier een echte *traffic*-locatie, met het verkeersaanbod, bereikbaarheid, parkeergelegenheid, functionaliteit en *efficiency* als belangrijkste basis voor de exploitatie van horeca.

Tabel 2.1. Kerneisen horecatypen en potenties plangebied de Vrolijkheid vanuit ruimtelijk-fysiek perspectief

	Kerneisen vanuit type horeca				
	Omvang per zaak *	Bereikbaarheid, parkeercapaciteit **	Verkeersstroom (impulsbezoek) **	Inrichtingskwaliteit buitenruimte **	Potenties A28 ***
Fastfoodrestaurant	●●	●●●	●●●	●	●●●
Familierestaurant, eetcafé	●●	●●	●●	●●	●●●
Luxe uit eten	●●	●●●	●	●●●	●
Zakelijke ontmoeting middensegment	●● - ●●●	●●●	●	●●	●●
Zakelijke ontmoeting hoge segment	●● - ●●●	●●●	●	●●●	●
Partycentrum	●●●	●●●	●	●●	●●

*: ● < 150 m² ●● 150 – 500 m² ●●● > 500 m².

**: ● minder belangrijk ●● belangrijk ●●● zeer belangrijk

***: - nauwelijks ● beperkt ●● redelijk ●●● groot (mits sterke formule, ondernemerskwaliteiten)

Uiteraard telt niet elk aspect even zwaar, maar de beoordeling maakt wel duidelijk dat de ontwikkelingskansen voor de onderzoekslocatie *vanuit ruimtelijk-functioneel perspectief* vooral liggen in (inclusief voorbeeldformules die zich (mede) op dit soort locaties oriënteren):

- ***Efficiënt maar voedzaam***, fastfoodformule(s) met landelijke bekendheid, niet of beperkt aanwezig in de regio op dit locatietype (zie ook bijlage 3): Kentucky Fried Chicken, Burger King, Bram Ladage, Doner Company, Plaza Food for All, etc.
  - **1 à 2 zaken (500 – 1.000 m² bvo)**
- ***Lekker eten voor jong en oud***: casual dining/familierestaurant, niet of beperkt aanwezig in primaire regio: Goudreinet, Hajé Restaurant, Humphrey's, kiprestaurant, pannenkoekenrestaurant, wok/teppanyaki, Sushi restaurant (Shabu Shabu), Taco Mundo, etc.
  - **1 à 2 zaken (500 - 1.000 m² bvo)**
- ***Verantwoord en Gezond***: Délifrance, Bufkes, Hanos, Wok to Go, Subway, Starbucks, Coffeecompany, etc.
  - **1 à 2 zaken (200 m² bvo)**

Essentieel is dat de horecazaken zich goed kunnen presenteren, aan de entree en ook zichtbaar vanaf de A28. Een geschikte mogelijkheid om de presentatie te optimaliseren, is het plaatsen van een reclamemast langs de A28 en N35.

3. REGIONALE BEHOEFTE HORECA

In dit hoofdstuk ramen we de economische marktruimte voor horeca op de Vrolijkheid. Een (behoefte)onderzoek ter onderbouwing van de Ladder voor Duurzame Verstedelijking mag geen betrekking hebben op economische ordening (economische behoefte, marktvraag of de beoordeling van de mogelijke of actuele economische gevolgen). Zie paragraaf 4.1. De reden dat wij hier de marktruimte ramen is, dat het ontbreken daarvan indirect zou kunnen leiden tot leegstand elders, met effecten op de ruimtelijke kwaliteit en het woon-, leef- en ondernemersklimaat aldaar.

3.1 Vraagpotentieel

Bevolkingsontwikkeling gemeente Zwolle
Het inwoneraantal van de gemeente Zwolle bedraagt per 1 januari 2015 123.861 inwoners[6]. Uit de bevolkingsprognose van de gemeente volgt dat een stijging van het inwonertal wordt voorzien naar 129.100 in 2020 en 135.000 in 2025. In de gemeente houdt de bevolkingsgroei dus aan[7].

Ook groei in de regio
Niet alleen in de gemeente Zwolle, maar ook in de omliggende gemeenten is een groei van het aantal inwoners geraamd. De regio betreft het COROP-gebied Noord-Overijssel[8]. In bijlage 1 is een kaartbeeld opgenomen. De gemeenten Dalfsen, Hardenberg, Kampen, Ommen, Staphorst, Steenwijkerland, Zwartewaterland en Zwolle behoren hiertoe. De omliggende gemeenten tellen per 1 januari 2015 in totaal circa 361.700 miljoen inwoners. Dit aantal is voor 2020 geprognosticeerd op ruim 367.000 en voor 2025 op 374.000. Dit is een stijging van het aantal inwoners van respectievelijk 1,6 tot 3,4 procent.

---

6 Bron: CBS Statline, bevolkingsgegevens januari 2015
7 Bron: Planbureau voor de Leefomgeving/CBS regionale bevolkings- en huishoudensprognose 2013-2040
8 Bron: CBS, Nederland is ingedeeld in 40 COROP-gebieden die bestaan uit meerdere aangrenzende gemeenten. De indeling in COROP-gebieden is een regionaal niveau tussen provincies en gemeenten in. Het CBS gebruikt de indeling voor regionaal onderzoek.

Tabel 3.1: Bevolkingsprognose regio, afgerond

	Aantal inwoners[9]	Prognose[10]	
	2015	2020	2025
Dalfsen	27.677	27.700	28.100
Hardenberg	59.577	60.200	60.500
Kampen	51.432	50.900	51.300
Ommen	17.341	18.000	17.800
Staphorst	16.421	16.400	16.500
Steenwijkerland	43.219	43.000	43.200
Zwartewaterland	22.166	22.100	21.600
Zwolle	123.861	129.100	135.000
Totaal Corop Noord-Overijssel	361.694	367.400	374.000

3.2 Aanbodanalyse

Aanbodstructuur horeca in de gemeente
De gemeente Zwolle heeft voor de meeste voorzieningen vooral een regionale verzorgingsfunctie. Specifiek voor horeca vervult de gemeente eveneens een regionale functie. De gemeente Zwolle heeft 45 drankverstrekkers, 101 fastfoodzaken en 99 restaurants[11].

Aanbodstructuur horeca in de regio
Er zijn in de regio als omschreven momenteel 114 drankverstrekkers, 241 fastservicezaken, 307 restaurants gevestigd[12]. De gemeente Zwolle is veruit de grootste qua inwonertal en biedt ook het meeste aanbod in horeca.

3.2.1 Gemeente Zwolle en COROP Noord-Overijssel

De tabel op de volgende pagina vergelijkt het horeca-aanbod van de gemeente Zwolle in kwantitatieve zin met referentiegebieden. Deze gemeenten kenmerken zich net als Zwolle door een inwonertal tussen 100.000 en 150.000 inwoners, een belangrijke woonfunctie en een belangrijke verzorgingsfunctie, ook regionaal. Tevens is een vergelijking gemaakt met vergelijkebare COROP-gebieden qua inwonertal en ligging. In bijlage 1 is het horeca-aanbod uitgesplitst naar brancheniveau weergegeven. De belangrijkste conclusies zijn:

- Het horeca-aanbod in de referentiegemeenten loopt getalsmatig fors uiteen (van 166 tot 507). Aan de bovenkant zitten de grotere gemeenten met grote binnensteden.
- Absoluut gezien is het aanbod in Zwolle met 269 horecazaken beperkt van alle vermelde gemeenten met een vergelijkbaar inwonertal (336 gemiddeld). Ook relatief be-

9 Bron: CBS Statline, bevolkingsgegevens januari 2015
10 Bron: Planbureau voor de Leefomgeving/CBS regionale bevolkings- en huishoudensprognose 2013-2040
11 Daarnaast zijn er 9 hotels en 15 overige horecazaken in de gemeente Zwolle
D Daarnaast zijn er 43 hotels en 39 overige horecazaken in de regio Noord-Overijssel

zien blijft het aanbod in Zwolle met 21,7 horeca vestigingen per 10.000 inwoners achter op het gemiddelde van deze gemeenten (23,6).

- Vergelijken we het horeca-aanbod afgezet naar inwonertal in Zwolle met andere COROP-gebieden in Nederland, blijft het aanbod in Zwolle nog sterker achter (20,6 per 10.000 inwoners tegen 24,2 gemiddeld).
- Uit een vergelijking van het horeca-aanbod in Zwolle op brancheniveau met dat van naar inwonertal vergelijkbare gemeenten, valt vooral het achterblijven van het aantal cafés (44 tegen 50), koffiehuizen (0 tegen 3), fastfoodzaken (35 tegen 49), lunchrooms (24 tegen 34) en restaurants (61 tegen 74) op. Slechts twee branches zijn in Zwolle wat sterker vertegenwoordigd dan in de referentiegemeenten. Dit zijn bezorg-afhaalzaken (+2), en overige horeca (+3).
- In verhouding tot de COROP-gebieden beschikt Zwolle afgezet tegen het aantal inwoners vooral over relatief weinig café, hotels, hotel-restaurants en restaurants. Enkel het aantal zaken in de branche 'bezorg/halen' ligt in Zwolle relatief bezien een fractie hoger dan in de vergelijkbare COROP-gebieden.
- Het aandeel filiaal- en ketenbedrijven in de horeca in Zwolle bedraagt slechts 12%. In Zwolle gevestigde ketens zijn Anytime (3x), Bagels & Beans, Best Western, Bilderberg, Campanille, De Broodzaak, Delifrance (2x), Dominos Pizza (2x), Doppio Espresso, Febo, Food & Shop, Humphreys, Julia's, Kwalitaria (2x), La Place (2x), McDonald's (3x), Mercure, New York delivery, Old Happiness, Smullers, Starbucks, Subway (2x) en Van der Valk.
- Veelvoorkomende formules in de referentiegemeenten die nog ontbreken in Zwolle zijn Bastion, Burger King, Charly, DE Koffie, Doner Company, Douwe Egberts, Golden Tulip, Hanos, La Cubanita, New York Pizza (2x), NH Hotels, Plaza Food, Shabu Shabu, Snackpoint, Toscana, Taco Mundo, Vermaat en Wok to go.

Tabel 3.1. Horeca-aanbod in Zwolle en referentiegebieden

	Inwonertal[13]	Aantal horecazaken	Aantal horecazaken per 10.000 inwoners
Zwolle	123.861	269	21,7
Referentieplaatsen (inwonertal)			
Amersfoort	152.481	354	23,2
Arnhem	152.293	474	31,1
Dordrecht	118.899	236	19,8
Emmen	107.775	227	21,1
Haarlemmermeer	144.152	234	16,2
Leiden	121.562	402	18,7
Maastricht	122.397	507	41,4
's-Hertogenbosch	150.889	420	27,8
Zoetermeer	124.025	166	13,4
Gemiddeld referentie	**132.719**	**336**	**23,6**
COROP Noord-Overijssel	361.694	744	20,6
Referentieplaatsen (COROP-gebieden)			
Achterhoek	398.772	836	21,0
Kop van Noord-Holland	372.095	914	24,6
Noord-Friesland	324.103	1057	32,6
Oost-Zuid-Holland	318.688	547	17,2
Overig Groningen	387.416	938	27,3
Gemiddeld referentie	**360.215**	**858**	**24,5**

Bron: Locatus, augustus 2015

3.3 Marktruimte horeca

In deze paragraaf beschrijven we bondig de marktruimte voor de horeca in de gemeente Zwolle en de regio.

Behoefte aan horeca in de regio

Het bestedingspotentieel voor horeca in COROP-gebied Noord-Overijssel is omvangrijk (bedragen zijn exclusief BTW)[14]:

- Drankverstrekkers: € 64,5 mln. per jaar;
- Fastfoodzaken: € 59,7 mln. per jaar;
- Restaurants: € 90,5 mln. per jaar.

De totale horecabestedingen in de regio bedragen dus € 214,8 mln. per jaar. Dit potentieel houdt evenwel geen rekening met inkomende en uitgaande bestedingen. Cijfers hier-

[13] Bron: CBS Statline, bevolkingsgegevens januari 2015

[14] Gebaseerd op het inwonertal van Noord-Overijssel zoals gehanteerd (361.694 inwoners) en de meest actuele cijfers van kenniscentrumhoreca (over 2013).

over ontbreken. Ook de zakelijke en toeristische marktsegmenten zijn kansrijk voor de horeca in de regio.

Omzeteffecten in cijfers

In de analyse van de regionale behoefte heeft BRO tot het verzorgingsgebied van het foodcluster COROP-gebied Noord-Overijssel gerekend. Deze begrenzing is gebaseerd op het primaire verzorgingsgebied voor het beoogde programma. De horeca in het plangebied trekt zeker met formules als Burger King en KFC) een groot verzorgingsgebied, mede ingegeven door de ligging nabij de drukke A28.

We ramen, mede op basis van Nederlandse praktijkcijfers een omzetclaim van de beoogde drie fastfoodrestaurants en nader in te vullen horecazaak op € 5,1 miljoen (exclusief BTW). De omzetclaim is de theoretisch minimaal benodigde omzet voor rendabel functioneren.

Het totale horeca aanbod in Noord-Overijssel (zie bijlage 2) omvat 114 drankverstrekkers, 241 fastservicezaken en 307 restaurants. Indien we hierop de gemiddelde Nederlandse omzetcijfers per branche toepassen bedraagt de totale horeca omzet in Noord-Overijssel € 195,9 mln.[15]. Het totale effect van het nieuwe foodcourt op de Vrolijkheid op het horeca-aanbod in COROP-regio Noord-Overijssel bedraagt dus gemiddeld circa 2,6%. Dit effect is dusdanig beperkt, dat geen sprake is van een wezenlijke verstoring van de verzorgingsstructuur. Bovendien is het aanbod in de regio zoals vermeld relatief beperkt in omvang en variatie. Het plan op de Vrolijkheid is in hoge mate complementair aan het bestaande aanbod.

Aansluiting behoefte en gevestigd aanbod

De totale horecabestedingen vanuit COROP-gebied Noord-Overijssel zijn met jaarlijks 214,8 mln. hoger dan de 'claim' van het gevestigde aanbod (195,9 mln.) Per saldo is er dus een uitstroom van € 18,9 per jaar. Dit is 9% van de totale horecabestedingen. Dat is redelijk wat voor een gebied met in totaal ruim 361.000 inwoners.

Perspectief voor onderscheidende horeca

De horecasector stond jarenlang economisch onder druk, maar vertoont sinds een jaar landelijk weer positieve cijfers. Nog steeds onderscheiden zaken zich onvoldoende van elkaar. Het is 'teveel van hetzelfde', wat in wezen ook geldt voor Noord-Overijssel. Voor onderscheidende horecaformules (in het hogere én lagere segment), die creatief inspelen op de gebiedskwaliteiten en consumententrends bestaat ook anno 2015 nog voldoende perspectief.

---

[15] Normcijfers gemiddelde omzet per zaak naar branche (exclusief BTW, meest recente cijfers over 2013): drankverstrekkers € 165.000,-. Fastservice € 260.000,- en restaurants € 373.000,-. Bron: Bedrijfschap Horeca en Catering

Een opvallende trend is de opkomst van horecaconcepten gericht op '*casual dining'*, waarbij vooral de zogenaamde buffetrestaurants in het oog springen. Voorbeelden zijn wok/tepanyaki-, BBQ restaurants en sushirestaurants. De regionale aanbodstructuur van horeca wordt door vestiging van een modern familierestaurant op de Vrolijkheid versterkt.

4. LADDER VOOR DUURZAME VERSTEDELIJKING

4.1 Introductie Ladder voor Duurzame Verstedelijking

In verband met bestemmingsplanwijzigingen is een gedegen ruimtelijk-functionele onderbouwing tegenwoordig gewenst, mede omdat binnen de ruimtelijke ordening steeds meer de nadruk komt te liggen op zorgvuldig ruimtegebruik. In verband hiermee is in oktober 2012 de 'Ladder voor Duurzame Verstedelijking' geïntroduceerd (art 3.1.6 Besluit ruimtelijke ordening (Bro)). De Ladder is een motiveringsinstrument dat verplicht toegepast moet worden bij bestemmingsplannen of projectafwijkingsbesluiten die een 'nieuwe stedelijke ontwikkeling' mogelijk maken. Wat er onder een nieuwe stedelijke ontwikkeling valt, is in art. 1.1.1 Bro bepaald:
"De ruimtelijke ontwikkeling van een bedrijventerrein of zeehaventerrein, of van kantoren, detailhandel, woningbouwlocaties of andere stedelijke voorzieningen."

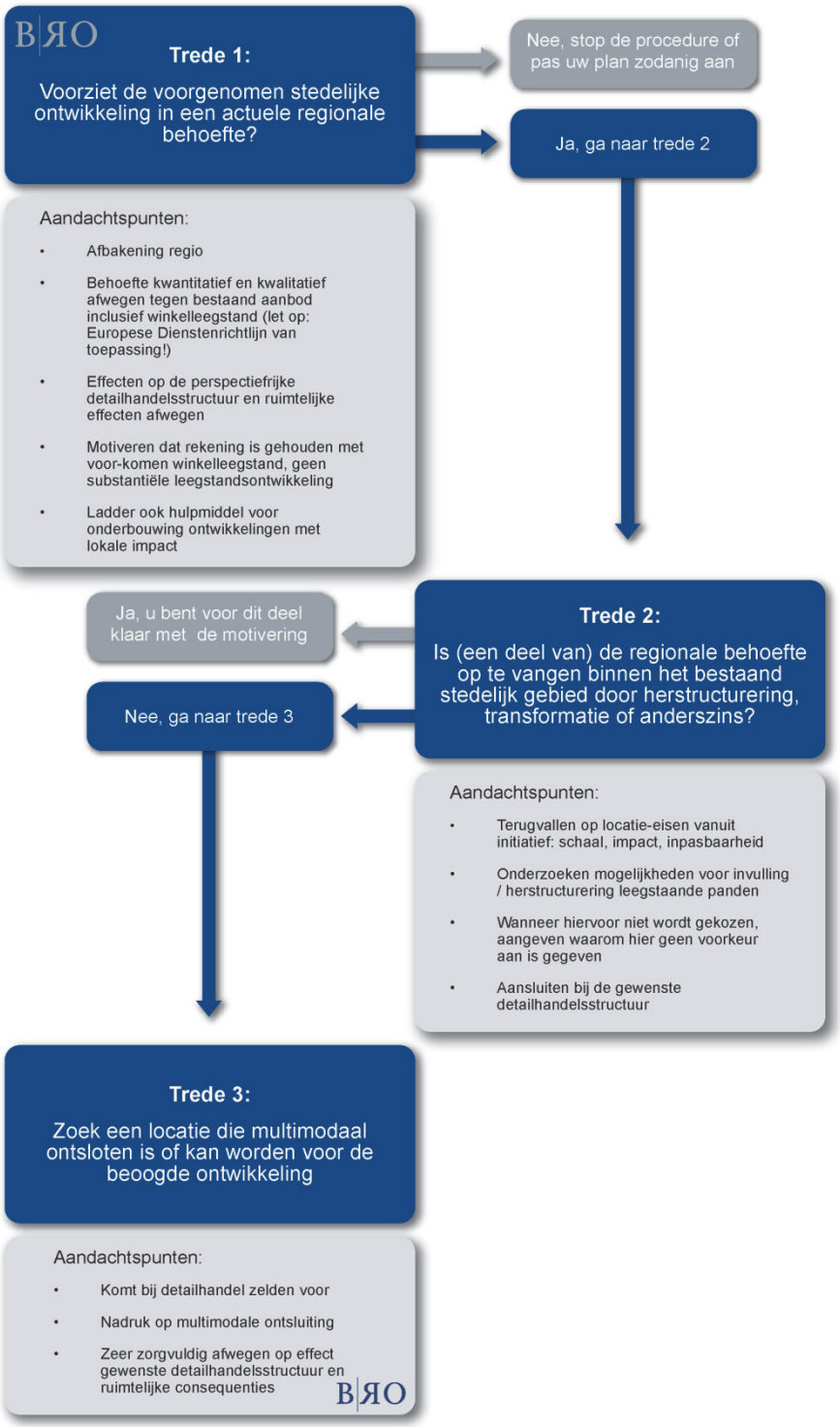
Bij de toepassing van de Ladder dienen de volgende treden doorlopen te worden:

a) *Er wordt beschreven dat de voorgenomen stedelijke ontwikkeling voorziet in een actuele regionale behoefte.*
b) *Indien uit de beschrijving, bedoeld in onderdeel a, blijkt dat sprake is van een actuele regionale behoefte, wordt beschreven in hoeverre in die behoefte binnen het bestaand stedelijk gebied van de betreffende regio kan worden voorzien door benutting van beschikbare gronden door herstructurering, transformatie of anderszins.*
c) *Indien uit de beschrijving, bedoeld in onderdeel b, blijkt dat de stedelijke ontwikkeling niet binnen het bestaand stedelijk gebied van de betreffende regio kan plaatsvinden, wordt beschreven in hoeverre wordt voorzien in die behoefte op locaties die, gebruikmakend van verschillende middelen van vervoer, passend ontsloten zijn of als zodanig worden ontwikkeld.*

Actuele regionale behoefte
Specifiek voor de eerste trede geldt dat deze slechts tot doel heeft na te gaan of de vestiging van een functie *in overeenstemming is met een goede ruimtelijke ordening*; *het onderzoek mag geen betrekking hebben op economische ordening (economische behoefte, de marktvraag of de beoordeling van de mogelijke of actuele economische gevolgen*). Hoewel dit in het kader van de Europese regelgeving met betrekking tot vrije vestiging al lang vast ligt, is het toch nog eens expliciet verwoord in een vierde lid dat per 1 juli 2014 aan art. 3.1.6. van het Bro is toegevoegd.

Uit de toelichting en de handreiking bij de Ladder komt naar voren dat de behoefte zowel kwantitatief als kwalitatief van aard kan zijn. Verder is aangegeven dat het begrip 'actueel' niet letterlijk opgevat moet worden, het gaat in feite om de toekomstige vraag. Over

de afbakening van de regio wordt vermeld dat die aan moet sluiten op het (te verwachten) verzorgingsgebied van de ontwikkeling.



Aandacht voor leegstand
Relevant bij de toepassing van de Ladder voor horeca is dat aandacht besteed wordt aan de leegstand. Kan het initiatief redelijkerwijs ook in bestaande lege panden gehuisvest worden en heeft het initiatief geen onaanvaardbare effecten op de ruimtelijke kwaliteit van de omgeving in het algemeen? Bij dit laatste gaat het in het bijzonder ook om de invloed van (structurele) leegstand. Uit de jurisprudentie komt naar voren dat hierbij met name de gevolgen voor het woon-, leef- en ondernemersklimaat centraal staan. Het belang van aandacht voor de leegstand wordt nog eens geïllustreerd door enkele recente uitspraken van de Afdeling Bestuursrechtspraak van de Raad van State met betrekking tot de toepassing van de Ladder[16].

Vernieuwing en marktruimte
In de recente uitspraak over de vestiging van Ikea op de locatie Zuiderhout te Zaanstad (ABRS 7 mei 2014, nr. 201307684/1) onderschrijft de Afdeling dat juist in een situatie waar weinig marktruimte is, vernieuwing en versterking nodig is om het aanbod aan de veranderende vraag aan te passen. Hiermee is het belang van vernieuwing als kwalitatief argument bij de toepassing van de Ladder nog eens bevestigd, want eerder kwam dit ook al in een uitspraak naar voren[17].

4.2 Conclusie: toetsing concept foodcourt de Vrolijkheid aan de Ladder voor Duurzame Verstedelijking

Een efficiënt en doelgroepgericht concept
Cafe-restaurant de Vrolijkheid vervult in haar huidige vorm een beperkt regionale functie. Ruimtelijk-functioneel heeft het plangebied veel meer potentie, zeker in combinatie met de reeds gevestigde McDonalds formule aan de overzijde van de N35. Het beoogde eigentijdse en aantrekkelijke foodcourt bestaat uit een clustering van diverse horecazaken met de nadruk op fastfoodrestaurants. De beoogde doelgroep bestaat uit gemotoriseerd verkeer in combinatie met inwoners uit Zwolle en omgeving. Een mix van motieven speelt hierbij een rol, snel en efficiënt een voedzame maaltijd nuttigen als uitgebreid tafelen waarbij prijs en kwaliteit in verhouding staan. Het voorliggende initiatief speelt in op de toenemende behoefte van consumenten om snel en makkelijk te eten. De behoefte om efficiënt en comfortabel een voedzame maaltijd de consumeren blijft bestaan. Naast de trend van gezonde en lokale producten blijft de consument behoefte hebben aan easy-going.

De beoogde herontwikkeling voldoet met het concept gericht op efficiënt en doelgericht eten aan deze trend. Functioneel gezien heeft de consument door de combinatie van fastfood met een lunchroom en familierestaurant een brede keuze. Het foodcourt zal door

[16] Onder meer ABRS 26 maart 2014 (ECLI:RVS:2014:1101), BRS 18 september 2013 (201208105/1/R2) en ABRS 18 juni 2014 (201309201/1/A1)
[17] ABRS 17 februari 2014 (201310222/2/R6)

de (ruimtelijke) opzet en uitstraling bijdragen aan de eisen van een aantrekkelijk horeca-cluster met voldoende ruimtelijke kwaliteit. Bovendien sluit de herontwikkeling goed aan bij het toekomstperspectief van industrieterrein de Vrolijkheid waarbij ook sportgerelateerde vrijetijds-, uitgaansfuncties en kleine bedrijvigheid geschikt worden geacht.

Voldoende regionale behoefte
Er bestaat binnen de horeca branche voor het foodcourt een duidelijke regionale behoefte. De totale horecabestedingen vanuit COROP-gebied Noord-Overijssel zijn met jaarlijks 214,8 mln. hoger dan de 'claim' van het gevestigde aanbod (195,9 mln.) Per saldo is er dus een uitstroom van € 18,9 per jaar. Dit is 9% van de totale horecabestedingen. Dat is redelijk wat voor een gebied met in totaal ruim 361.000 inwoners.

Versterking en vernieuwing voorzieningenstructuur op een geschikte locatie
Vanuit kwalitatief oogpunt constateren we dat het horeca-aanbod in de horeca sector in de regio nogal verspreid is gesitueerd. Ook is het aanbod ten dele kleinschalig en moeilijk bereikbaar.

Vestiging van de beoogde horecafuncties in het plangebied kunnen in theorie leiden tot sluiting van één of enkele (kleinere) voorzieningen die niet tijdig hebben ingespeeld op de sterk veranderende marktomstandigheden. In vrijwel alle gevallen betreft het echter voorzieningen op solitaire locaties, waarbij sluiting niet of nauwelijks (ruimtelijke) effecten genereert op de omgeving dan wel het woon-, leef- en ondernemersklimaat ter plekke aantast.

De lokale en regionale aanbod- en verzorgingsstructuur van horecavoorzieningen wordt door de ontwikkeling van het foodcourt per saldo versterkt. Naast productvernieuwing krijgen consumenten immers een ruimere keuze uit horeca formules.

Perspectief voor horeca en casual dining
Door de combinatie van een groot regionaal consumentendraagvak, het vele verkeer op de A28 en N35, de dynamiek in de horecasector (ketenvorming) en gegeven het relatief beperkte aanbod van horeca in de COROP-regio Noord-Overijssel bestaan er op de planlocatie goede economische potenties voor zowel fastfood als casual dining.

Kwaliteit boven kwantiteit
De aangegeven distributieve ruimte is het resultaat van berekeningen gebaseerd op vele aannames. Het gaat immers om toekomstige ontwikkelingen en die kunnen nimmer exact worden voorspeld. De uitkomsten van de ramingen mogen daarom nooit als normatief gezien worden, maar als *indicatief*. Het gaat om de *ruimtelijke* effecten, wat ook de essentie is van de Ladder voor Duurzame Verstedelijking

Bij de ontwikkeling van (commerciële) publieksfuncties zijn de kwalitatieve aspecten in wezen belangrijker dan de kwantitatieve marktruimte. Een nieuwe ontwikkeling kan de

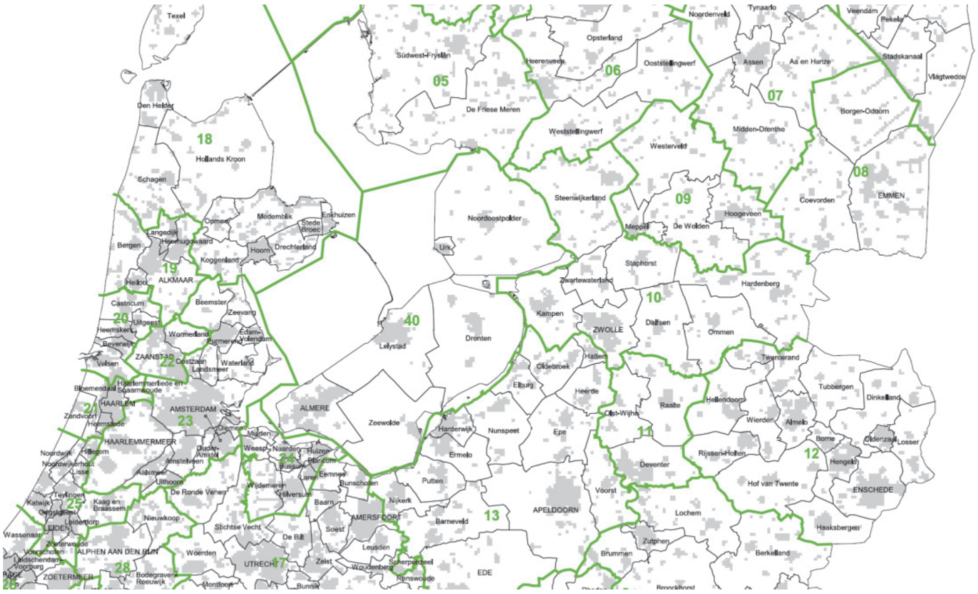
voorzieningenstructuur een kwaliteits- en vernieuwingsimpuls geven door het bieden van een ontbrekend marktsegment, productformule of een oriëntatie op nieuwe doelgroepen. Met name in leisure en horeca creëert sterk, marktgericht aanbod in praktijk vrijwel altijd extra behoefte.

In de ruimtelijke ordening dient op basis van ruimtelijk relevante argumenten beoordeeld te worden of het *consumentenbelang* op langere termijn wordt gediend; het gaat niet om een verslechterde concurrentiepositie voor individuele bedrijven. Als bijvoorbeeld nieuwe horeca-ontwikkelingen, op een vanuit de structuur bezien goede plek, als resultaat hebben dat verouderd aanbod op een slechte plek verdwijnt, dan is de voorzieningenstructuur er per saldo op vooruitgegaan. Er is immers modern aanbod en/of een aantrekkelijk verblijfsklimaat bij gekomen en daar heeft de consument uiteindelijk het meeste baat bij. Een overschrijding van de distributieve uitbreidingsruimte hoeft dus in principe geen beletsel te zijn, vooropgesteld dat de verzorgingsstructuur wordt versterkt en de effecten per saldo positief zijn.

BIJLAGEN

Bijlage 1: Indeling COROP-gebieden

Figuur 1.1: Corop gebied Noord-Overijssel[18]



---

18 Bron: CBS, 2015 indeling COROP gebieden

Bijlage 2. Horeca-aanbod naar branche Zwolle en referentiegebieden

Tabel 2.1: Horeca-aanbod naar branche absoluut

	Café	Koffie-huis	Coffee-shop	Disco-theek	Seks/ nachtclub	Fast-food	Bezorg-Halen	Grill-room	Hotel	Hotel-Rest.	IJssalon	Lunch-room	Pannen-koeken	Café-Rest.	Restau-rant	Party-centrum	Horeca overig	**Totaal**
Zwolle	*44*	*0*	*4*	*1*	*2*	*35*	*28*	*9*	*2*	*7*	*4*	*24*	*1*	*38*	*61*	*3*	*6*	*269*
Referentiegemeenten (inwonertal)																		
Amersfoort	51	4	5	2	0	51	42	18	4	7	6	42	2	36	79	4	1	354
Arnhem	83	12	11	6	0	79	21	32	9	8	9	49	5	54	83	3	10	474
Dordrecht	27	3	5	0	2	38	20	14	3	7	4	33	2	27	49	1	1	236
Emmen	29	0	2	2	3	51	11	9	0	8	6	17	1	32	48	4	4	227
Haarlemmermeer	17	0	1	2	2	34	25	5	4	20	4	35	1	24	56	2	2	234
Leiden	62	4	10	5	3	44	39	26	4	11	9	34	2	52	90	4	3	402
Maastricht	108	1	12	1	2	53	25	19	18	24	10	43	1	74	110	3	3	507
's-Hertogenbosch	60	4	5	4	4	64	27	20	2	9	6	37	2	62	107	6	1	420
Zoetermeer	10	0	0	4	0	24	27	11	0	4	4	15	1	20	40	4	2	166
Gemiddeld referentie	***50***	***3***	***6***	***3***	***2***	***49***	***26***	***17***	***5***	***11***	***6***	***34***	***2***	***42***	***74***	***3***	***3***	***336***
COROP-gebieden																		
COROP Noord-Overijssel	*106*	*0*	*7*	*8*	*5*	*115*	*40*	*27*	*5*	*38*	*14*	*41*	*4*	*148*	*159*	*9*	*18*	*744*
Referentieplaatsen (COROP-gebieden)																		
Achterhoek	155	1	7	6	1	120	13	53	9	51	16	48	12	180	139	20	5	836
Kop van Noord-Holland	167	0	7	11	5	130	32	24	29	59	15	57	11	139	215	11	2	914
Noord-Friesland	185	0	13	15	8	126	42	22	47	74	17	52	9	210	205	5	27	1057
Oost-Zuid-Holland	81	0	8	4	3	92	41	33	4	14	10	34	5	67	134	14	3	547
Overig Groningen	189	1	14	13	1	108	62	24	13	34	8	85	3	152	201	7	23	938
Gemiddeld referentie	***155***	***0***	***10***	***10***	***4***	***115***	***38***	***31***	***20***	***46***	***13***	***55***	***8***	***150***	***179***	***11***	***12***	***858***

Tabel 2.2: Horeca-aanbod naar branche relatief (per 10.000 inwoners)

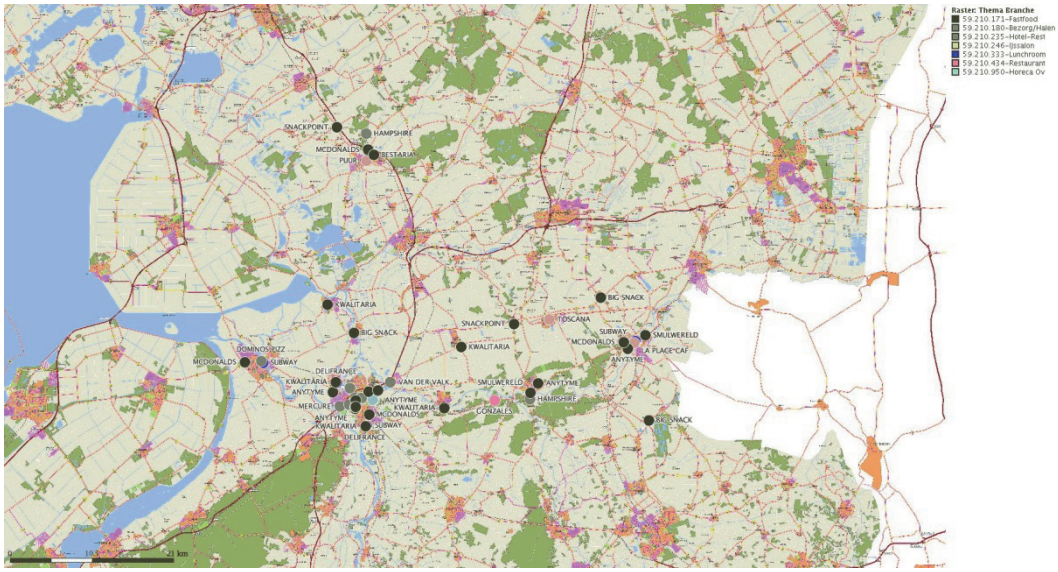
	Café	Koffiehuis	Coffee-shop	Disco-theek	Seks/ nachtclub	Fastfood	Bezorg-Halen	Grillroom	Hotel	Hotel-Rest.	IJssalon	Lunch-room	Pannen-koeken	Café-Rest.	Restau-rant	Party-centrum	Horeca overig	**Totaal**
Zwolle	*3,6*	*0,0*	*0,3*	*0,1*	*0,2*	*2,8*	*2,3*	*0,7*	*0,2*	*0,6*	*0,3*	*1,9*	*0,1*	*3,1*	*4,9*	*0,2*	*0,5*	*21,7*
Referentiegemeenten (inwonertal)																		
Amersfoort	3,3	0,3	0,3	0,1	0,0	3,3	2,8	1,2	0,3	0,5	0,4	2,8	0,1	2,4	5,2	0,3	0,1	23,2
Arnhem	5,5	0,8	0,7	0,4	0,0	5,2	1,4	2,1	0,6	0,5	0,6	3,2	0,3	3,5	5,5	0,2	0,7	31,1
Dordrecht	2,3	0,3	0,4	0,0	0,2	3,2	1,7	1,2	0,3	0,6	0,3	2,8	0,2	2,3	4,1	0,1	0,1	19,8
Emmen	2,7	0,0	0,2	0,2	0,3	4,7	1,0	0,8	0,0	0,7	0,6	1,6	0,1	3,0	4,5	0,4	0,4	21,1
Haarlemmermeer	1,2	0,0	0,1	0,1	0,1	2,4	1,7	0,3	0,3	1,4	0,3	2,4	0,1	1,7	3,9	0,1	0,1	16,2
Leiden	2,4	0,0	0,2	0,2	0,2	4,2	0,9	0,7	0,0	0,7	0,5	1,4	0,1	2,6	3,9	0,3	0,3	18,7
Maastricht	8,8	0,1	1,0	0,1	0,2	4,3	2,0	1,6	1,5	2,0	0,8	3,5	0,1	6,0	9,0	0,2	0,2	41,4
's-Hertogenbosch	4,0	0,3	0,3	0,3	0,3	4,2	1,8	1,3	0,1	0,6	0,4	2,5	0,1	4,1	7,1	0,4	0,1	27,8
Zoetermeer	0,8	0,0	0,0	0,3	0,0	1,9	2,2	0,9	0,0	0,3	0,3	1,2	0,1	1,6	3,2	0,3	0,2	13,4
Gemiddeld referentie	*3,4*	*0,2*	*0,4*	*0,2*	*0,1*	*3,7*	*1,7*	*1,1*	*0,3*	*0,8*	*0,5*	*2,4*	*0,1*	*3,0*	*5,1*	*0,3*	*0,2*	*23,6*
COROP-gebieden																		
COROP Noord-Overijssel	*2,9*	*0,0*	*0,2*	*0,2*	*0,1*	*3,2*	*1,1*	*0,7*	*0,1*	*1,1*	*0,4*	*1,1*	*0,1*	*4,1*	*4,4*	*0,2*	*0,5*	*20,6*
Referentieplaatsen (COROP-gebieden)																		
Achterhoek	3,9	0,0	0,2	0,2	0,0	3,0	0,3	1,3	0,2	1,3	0,4	1,2	0,3	4,5	3,5	0,5	0,1	21,0
Kop van Noord-Holland	4,5	0,0	0,2	0,3	0,1	3,5	0,9	0,6	0,8	1,6	0,4	1,5	0,3	3,7	5,8	0,3	0,1	24,6
Noord-Friesland	5,7	0,0	0,4	0,5	0,2	3,9	1,3	0,7	1,5	2,3	0,5	1,6	0,3	6,5	6,3	0,2	0,8	32,6
Oost-Zuid-Holland	2,5	0,0	0,3	0,1	0,1	2,9	1,3	1,0	0,1	0,4	0,3	1,1	0,2	2,1	4,2	0,4	0,1	17,2
Overig Groningen	4,8	0,0	0,3	0,4	0,2	3,3	1,1	0,6	1,2	1,9	0,4	1,3	0,2	5,4	5,3	0,1	0,7	27,3
Gemiddeld referentie	*4,3*	*0,0*	*0,3*	*0,3*	*0,1*	*3,3*	*1,0*	*0,9*	*0,8*	*1,5*	*0,4*	*1,3*	*0,3*	*4,5*	*5,0*	*0,3*	*0,4*	*24,5*

Indeling horeca overeenkomstig met Kenniscentrumhoreca

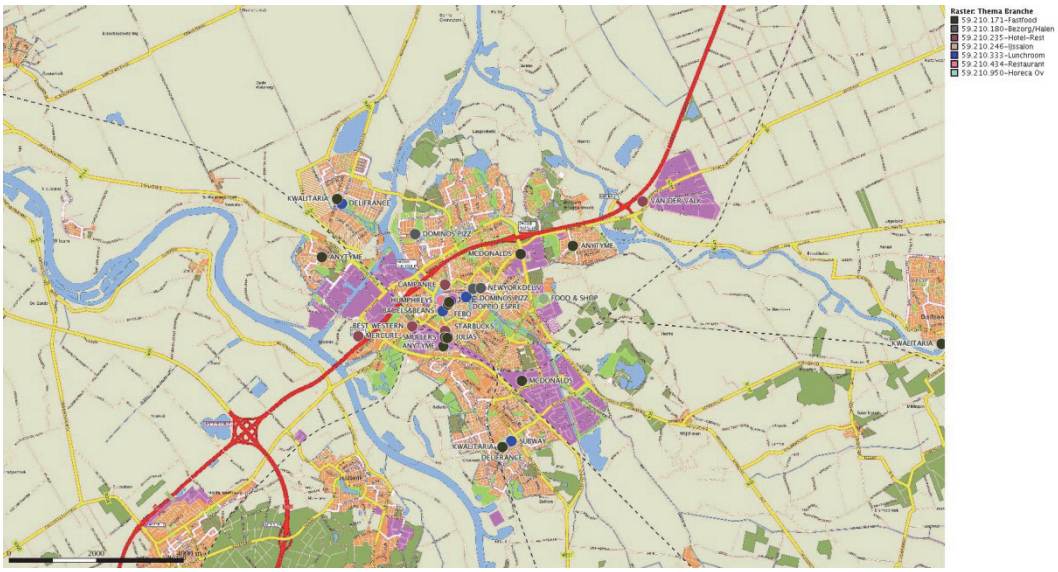
Drankverstrekkers	Café
	Koffiehuis
	Discotheek
Fastservicezaken	Fastfood
	Bezorg-Halen
	Grillroom
	IJssalon
	Lunchroom
	Pannenkoeken
Restaurants	Café-Restaurant
	Restaurant
Hotel	Hotel
	Hotel-restaurant
Overig / party catering	Partycentrum
	Coffeeshop
	Seks/nachtclub
	Horeca overig

Bijlage 3. Horeca keten- en filiaalbedrijven COROP-regio Noord-Overijssel naar locatie

COROP-regio Noord-Overijssel



Gemeente Zwolle



BRO heeft vestigingen in Boxtel | Amsterdam | Tegelen | Oldenzaal
www.BRO.nl