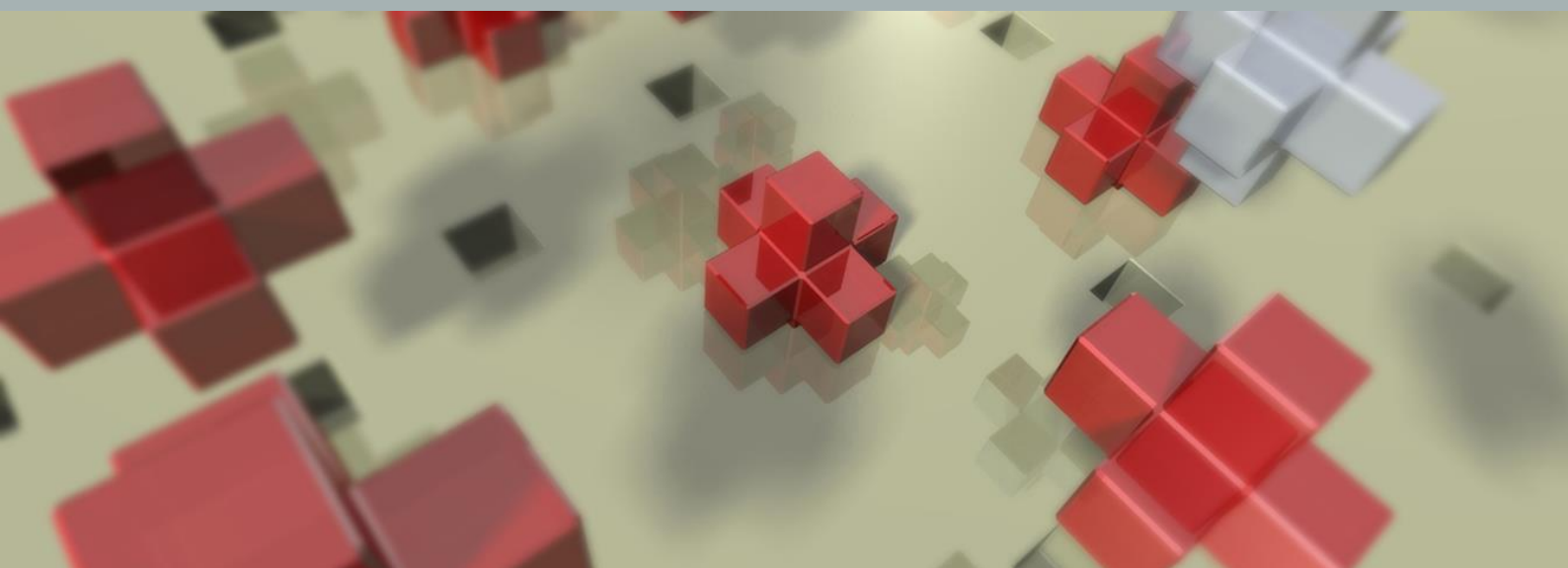


Wijchen, Ladderonderbouwing horeca en leisure locatie Lambrasse

Belin BV



Wijchen, Ladderonderbouwing horeca en leisure locatie Lambrasse

Belin BV

Rapportnummer: 211X08521.091783_6

Datum: 16 november 2022

Contactpersoon opdrachtgever: M. van Thiel Beheer BV

Projectteam BRO: JCJVe, MOo

Trefwoorden: Leisure, horeca, behoefte, Ladder voor duurzame verstedelijking

Bron foto kaft: BRO 17

BRO
Hoofdvestiging
Bosscheweg 107
5282 WV Boxtel
T +31 (0)411 850 400
E info@bro.nl

Inhoudsopgave

pagina

1.INLEIDING	2
1.1 Aanleiding en vraagstelling	2
2.ONTWIKKELINGSKADER	3
2.1 Ruimtelijk-functionele structuur	3
2.2 Plannen en beleid in de regio	7
2.3 SWOT analyse	8
2.4 Toekomstkansen Lambrasse ruimtelijk-functioneel	9
3.REGIONALE BEHOEFTE NAAR BRANCHE	11
3.1 Vraagpotentieel	11
3.2 Marktruimte horeca	11
3.3 Marktruimte hotel	14
3.4 Marktruimte fitness	17
3.5 Conclusies	20
4.Ladder voor duurzame verstedelijking	22
4.1 Inleiding	22
4.2 Toetsing ontwikkeling aan de Ladder	22
BIJLAGEN	
Bijlage 1:	
Indeling horeca categorieën c.f. Ontwerp Bestemmingsplan 2012	
Bijlage 2:	
Trends in de horeca	

1. INLEIDING

1.1 Aanleiding en vraagstelling

Belin BV heeft BRO verzocht om de regionale marktruimte en kansrijke invullingsopties voor de locatie Lambrasse te Wijchen te onderzoeken. Op basis daarvan worden de meest kansrijke functies geselecteerd, die vervolgens zullen worden getoetst aan de Ladder voor duurzame verstedelijking.

De gemeente Wijchen heeft bepaald dat op de onderhavige locatie geen 'centrumfuncties' mogen worden ontwikkeld. Het programma moet dus nadrukkelijk complementair zijn aan het bestaande aanbod in de regio.

De volgende functies worden in dit verkennende onderzoek onderzocht, in aansluiting op de in het ontwerp bestemmingsplan (2012) afgebakende bestemmingen voor deze locatie (zie voor nadere definitie bijlage 1):

- Horeca categorie 1 en 2, met beide een bedrijfsvloeroppervlakte van maximaal 1.000 m² bvo. Hiertoe onderzoeken we in dit kader de potenties voor respectievelijk fastservicezaken en restaurants.
- Sport in de vorm van een fitness-studio/sportschool met daaraan ondergeschikt onzelfstandige horeca (totale bedrijfsvloeroppervlakte max. 1.000 m² bvo).
- Hotel (max. 2.500 m² bvo) met vergadercentrum (max. 1.000 m²) bvo.

Het totale maximale bedrijfsvloeroppervlak van de ontwikkeling is 6.500 m² bvo.

2. ONTWIKKELINGSKADER

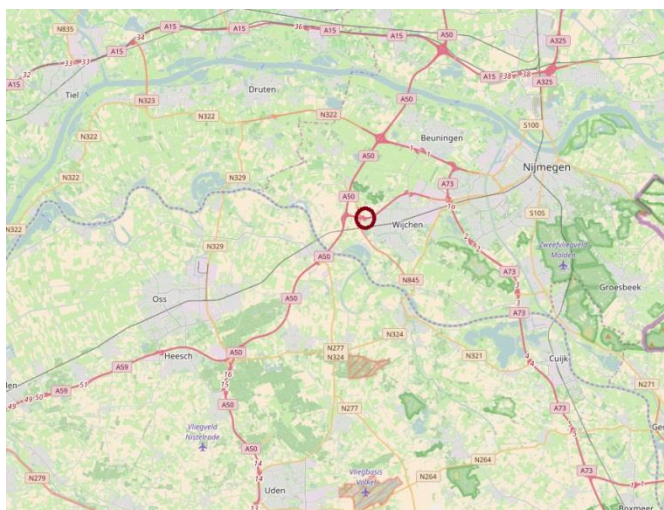
Dit hoofdstuk beschrijft de ruimtelijk-functionele structuur van het plangebied en haar omgeving, het regionale en gemeentelijk beleid en de relevante plannen in de omgeving. Vanuit een SWOT-analyse beschrijven we het ruimtelijk-functionele ontwikkelingsperspectief voor het plangebied naar branche.

2.1 Ruimtelijk-functionele structuur

Ligging plangebied

De planlocatie Lambrasse ligt aan de Hernenseweg in het noordwestelijk deel van Wijchen. De op- en afritten Bergharen van de A326 (beide richtingen) liggen direct naast de locatie. De A50 ligt op minder dan 2 minuten reistijd per auto. De locatie sluit direct aan op de woonwijk Lambrasse. Het gebied noordelijk van de A326 heeft een landelijk karakter.

Figuur 2.1 Locatie lambrasse in de regio



De locatie is zeer goed bereikbaar per auto, ook vanuit het dorp Wijchen. De dichtstbijzijnde bushalte is Kraaijenberg 83e straat (buslijnen 13, 15, 563), met verbindingen naar o.a. Wijchen (station, Mozaiek), Batenburg en Lent.

Afbakening van de regio en vraagpotentieel

De horecafuncties op de planlocatie zullen vanwege de specifieke ligging en bereikbaarheid een regionale functie (kunnen) krijgen. Voor de horeca- en hotelfunctie wordt het primaire verzorgingsgebied gevormd door een reisafstand per auto van maximaal 15 minuten vanaf de planlocatie (uitgangspunt daluren). Zowel voor restauratieve horeca als een hotel is dit in wezen het 'zoekgebied' voor mensen die zich in Wijchen en omgeving oriënteren op een dergelijke voorziening. Deze regio is hieronder weergegeven.

Aanbodstructuur horeca en hotels in de gemeente

De gemeente Wijchen heeft 55 **horecabedrijven**, waarvan 11 drankverstrekkers, 17 fastservicezaken en 27 restaurants¹. Het belangrijkste kerngebied wordt gevormd door de Markt en de Kasteellaan in het centrum. De diverse zaken hier, veelal met terras, hebben zowel een uitgaans- als een winkelondersteunende functie. De horeca in Wijchen heeft in algemene zin vooral een lokale verzorgingsfunctie. Dit geldt zowel voor de branche fastservice als de restaurants. Het aantal landelijk bekende ketenbedrijven is zeer beperkt, wat de horeca overigens ook een eigen karakter geeft.

¹ Bron: CBS; opgave september 2022.

een gevarieerd aanbod aan kamers qua omvang en inrichting. Dit komt mede doordat ze zijn gehuisvest in oudere bebouwing, die door de jaren heen is uitgebreid.

Aanbodstructuur horeca in de regio

Voor de kwantitatieve aanbodanalyse van de horeca incl. hotels nemen we het gehele aanbod in de gemeenten Wijchen, Beuningen, Grave (uitgangspunt: voor de herindeling) en Nijmegen als uitgangspunt. In de overige benoemde gemeenten valt namelijk slechts een beperkt deel van het vraagpotentieel en het aanbod binnen de afgebakende regio. Bovendien zijn de meest relevante (betrouwbare) cijfers over vraag en aanbod alleen beschikbaar op gemeentelijk niveau.

De gehele regio (incl. Wijchen) omvat 646 **horecabedrijven**, waaronder 146 drankverstrekkers, 255 fastservicezaken en 245 restaurants. Nijmegen is qua capaciteit zeer dominant: 78% van het regionale horeca aanbod bevindt zich in deze gemeente. Vooral het aantal drankverstrekkers en restaurants is hier aanzienlijk in relatie tot de overige regio.

In algemene zin ligt het aantal drankverstrekkers regionaal met 5,6 zaken per 10.000 inwoners iets boven het provinciale en landelijke cijfer (resp. 4,7 en 4,8 zaken). Het aantal fastservicezaken is met 9,8 zaken per 10.000 inwoners eveneens ruimer dan gemiddeld in Gelderland c.q. Nederland (resp. 9,2 en 9,1 zaken). Ook restaurants zijn in de regio getalsmatig goed vertegenwoordigd, met 9,5 zaken per 10.000 inw. t.o.v. 8,4 provinciaal en 8,7 landelijk. Het ogenschijnlijk ruime aanbod komt vooral door het verhoudingsgewijs zeer ruime aanbod in Nijmegen, zie onder. Vanwege de planologische mogelijkheden (bestemmingsplan) op Lambrasse laten we de drankverstrekkers hierna buiten beschouwing.

De Nijmeegse binnenstad is met afstand de belangrijkste uitgaansbestemming in de regio, met een gevarieerde keuze aan cafés, restaurants en fastservicezaken. Doelgroepen zijn zowel de lokale als regionale bewoners, studenten en toeristen. De stad ontplooit zich steeds meer als een veelzijdige toeristentrekker, met een groeiend aanbod van hotels en B&B adressen. De belangrijkste fastservicezaak in dit kader is McDonald's op de Woonboulevard Nijmegen, op 10 kilometer afstand (11 minuten per auto) van de locatie Lambrasse.

Ook in Beuningen bevindt zich een vestiging van McDonald's, namelijk op Shoppingpark De Heuve. De afstand tot Lambrasse bedraagt 7 kilometer afstand (6 minuten per auto). Andere landelijke fastfoodketens van bijvoorbeeld Burger King, Kentucky Fried Chicken en Subway zijn momenteel alleen gevestigd in het centrum van Nijmegen dan wel ontbreken in de regio. Het overige aanbod van fastservice buiten Nijmegen-centrum heeft vooral een lokale functie. Dit is ook goed zichtbaar in het aanbod gerelateerd aan het inwonertal: dat is in de drie westelijke gemeenten (incl. Wijchen) slechts 5,9 zaken per 10.000 inwoners en in Nijmegen 11,6. Er zijn in de regio geen concentraties van fastservice nabij de hoofdwegenstructuur.

Voor een bezoek aan restaurants zijn de regionale inwoners en bezoekers primair gericht op de Nijmeegse binnenstad. Het centrum van Wijchen ontwikkelt zich evenwel ook steeds meer als horecabestemming, met een groeiend aantal restaurants. Mede door de synergie met het winkelaanbod, de bioscoop en Museum Kasteel Wijchen groeit de uitgaansfunctie van Wijchen. Het centrum van Beuningen heeft een bescheiden horecafunctie. Ook qua restaurants zien we cijfermatig evenwel een duidelijke concentratie in de gemeente Nijmegen: 10,8 zaken per 10.000 inwoners t.o.v. 6,5 zaken in de drie westelijke gemeenten inclusief Wijchen. De keuze

van restaurants direct naast de belangrijkste regionale hoofdwegen (waaronder de A50, A73, A326) is opvallend beperkt.

Iets noordelijk van de planlocatie Lambrasse ligt op een landelijke locatie het sfeervolle restaurant De Leurse Hof, met een Nederlands-Franse keuken en gericht op het middensegment. Nabij winkelcentrum Dukenburg zijn o.a. de familierestaurants Orient Plaza (diverse Aziatische keukens) en Wereldkeuken Triavium gevestigd. Hoogwaardige en/of onderscheidende restaurants bevinden zich vooral in de Nijmeegse binnenstad. Daarbuiten is het aanbod in het algemeen niet bijzonder onderscheidend.

Aanbodstructuur hotels in de regio

Er zijn in de regio als omschreven in totaal 26 als zodanig geregisteerde hotels (incl. pensions etc.), met gezamenlijk ca. 773 kamers. De gemiddelde omvang ligt met 30 kamers boven het provinciale, maar beneden het landelijke gemiddelde (resp. 24 en 35 kamers).

Van de regionale hotelcapaciteit (in kamers) is 89% gevestigd in de gemeente Nijmegen. Dit betreft ook de grootste hotels, namelijk Van der Valk in Lent (116 kamers), Mercure (112 kamers, bij het station) en Sanadome (106 kamers, Nijmegen-Zuid). Het grootste hotel in de overige regio is het vermelde Hotel-restaurant Hoogeerd in Niftrik (gem. Wijchen), met 39 kamers.

Aanbodstructuur fitness en wellness

Gebruikers van fitnesscentra wonen in Nederland gemiddeld niet verder dan vier kilometer van hun fitnesscentrum. Bijna de helft woont zelfs op minder dan twee kilometer. Voor deze activiteit hanteren we derhalve de kern Wijchen als verzorgingsgebied. Deze analyse heeft betrekking op de breed gefaciliteerde fitnesscentra met primair een recreatief/sportief bezoekmotief en ingericht met fitnessapparatuur en dus exclusief fitnessbedrijven met primair een medisch karakter (fysiotherapie) of vooral gericht op bijvoorbeeld yoga, krachttraining, vechtsporten, gymnastiek, etc. In Wijchen zijn de volgende 'brede' fitnesscentra relevant:

- Go4Fit (Vijverlaan 15, locatietype bedrijventerrein), volwaardig fitnesscentrum in het middensegment;
- Basic-Fit (Kelvinstraat 1, locatietype bedrijventerrein, voormalig Vivelli), volwaardig fitnesscentrum in middensegment, 24/7 geopend;
- Derks4Sport (Homborg 2996, woonwijk), accent op gezondheid;
- Hart for Her (Sterrebosweg 23), alleen voor vrouwen toegankelijk;
- Go4Fit Basic (Campuslaan 10, sportcluster), budgetformule, geen begeleiding en service, maar 24/7 geopend.
- Fit35 (Spoorstraat 40), kleine fitness zaak 'boutique style', inclusief fysiotherapie.

Het totale oppervlak van de fitnesscentra in Wijchen omvat ca. 4.000 m² bvo (o.b.v. gegevens Kadaster/BAG).

Een grote voorziening op het terrein van wellness in de regio is Thermen Berendock in het gelijknamige recreatiegebied. Sanadome Hotel & Spa in het Goffertpark te Nijmegen; een groot en gevarieerd wellnesscomplex gericht op een brede doelgroep, is eveneens een bovenregionale trekker. Ook in Nijmegen (zuidoost) bevindt zich Sauna & Beauty De Thermen.

2.2 Plannen en beleid in de regio

Plannen

In de regio zijn de volgende plannen voor hotels, horeca en fitness bekend.

- Realisatie Hotel Thermen de Beerendonck: 102 kamers, een oosterse/exotische inrichting, in het hoogste marktsegment (5-sterren). Het hotel gaat zich primair richten op gasten van het wellnessresort en de golfbaan. Opening gepland eind 2023.
- Hotel in Opusgebouw (Nijmegen, Vierdaagseplein, rand binnenstad): een luxe 4-sterrenhotel (ca. 97 kamers, incl. wellness-, horeca- en vergaderfaciliteiten). Gaat volgens informatie ontwikkelaar Lingotto open in 2024.
- Plannen voor een 'fastfoodplein' bij het Palkerplein aan de N326 (bedrijventerrein Bijsterhuizen), juist op de gemeentegrens van Nijmegen en Wijchen. Het wordt een combinatie van Burger King, Kentucky Fried Chicken en Starbucks. Vergunning verleend, geplande opening zomer 2023.
- Verder zijn geen concrete, relevante plannen van enige omvang bekend.

In BP Tussen Kasteel en Wijchens Meer is de mogelijkheid opgenomen voor een hotel met 20 bedden.

Beleid

In 2018 is de provinciale Omgevingsvisie 'Gaaf Gelderland' vastgesteld die het ruimtelijk kader voor de ontwikkeling van de Provincie weergeeft. Centraal uitgangspunt is een gezond, veilig, schoon en welvend Gelderland. Gericht op een duurzaam, verbonden en economisch krachtig Gelderland. Met hulp van 7 onderwerpen geeft de provincie hier richting aan:

- energietransitie
- klimaatadaptatie
- circulaire economie
- biodiversiteit
- bereikbaarheid
- economisch vestigingsklimaat
- woon- en leefklimaat

De visie spreekt zich niet concreet uit over horeca, hotels en leisure

Er zijn vier thema's waar de gemeenten binnen de Regio Arnhem Nijmegen aan werken. Deze thema's zijn:

- Duurzaamheid
- Economie
- Wonen
- Mobiliteit

De ontwikkeling van de vrijetijdseconomie is een belangrijke ambitie binnen de regionale samenwerking.

De Regio Arnhem Nijmegen voert voor het onderwerp 'Stad en Regio' extra investeringen uit binnen zeven programma's:

1. Beleviseconomie;
2. Groene Economie;
3. Vitale Kernen en Wijken;
4. Duurzaam Wonen;

5. Bereikbaarheid voorzieningen;
6. Sociale agenda regio Arnhem;
7. Sociale agenda regio Nijmegen.

Het Regionaal perspectief 'Bestemming in balans Toeristisch toekomstperspectief regio Arnhem-Nijmegen' (2020) formuleert vier hoofdpunten voor toerisme in de regio:

- Vergroten van de leefbaarheid
- Versterken van de economie
- Creëren en behouden van werkgelegenheid
- Duurzame groei

Gestreefd wordt naar een goede match tussen vraag en aanbod. Daarbij moet soms aanbod worden ontwikkeld (bestemmingsontwikkeling), maar het accent kan ook liggen op promotie van bestaande kwaliteiten. In het regionaal perspectief worden diverse acties voorgesteld, resulterend in een uitvoeringsagenda voor de regio Arnhem –Nijmegen.

De Toeristische visie gemeente Wijchen 2030 heeft als beleidsdoelen geformuleerd:

- Vergroten leefbaarheid
- Versterken economie
- Creëren en behouden werkgelegenheid
- Groei in duurzaamheid

De toeristische visie stelt dat Wijchen vanuit regionaal perspectief achterblijft qua verblijfstoe-risme en daarmee (economische) kansen laat liggen. Het huidige aanbod is kleinschalig en niet in alle opzichten toekomstbestendig. Een belangrijke ambitie is een groei van 20% in het aantal toeristische overnachtingen, banen en bestedingen tot 2030. Met name de actielijn Verblijfsre-creatie is hierbij relevant, gericht op een gevarieerder verblijfsaanbod, meer bedden en nieuwe verbindingen met dagrecreatie. Gestreefd wordt naar een meer jaarronde exploitatie, luxe en comfort, beleving en duurzaamheid. Focusgebieden in algemene zin zijn Centrum Wijchen, Be-rendonck en het natuurlijk cultuurhistorisch buitengebied. De visie stelt echter ook, dat het marktinitiatief leidend is.

2.3 SWOT analyse

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

Sterke aspecten en kansen	Zwakke aspecten en bedreigingen
• Direct nabij snelwegafrit A326 • Zichtlocatie aan de A326, vanaf de A50 alleen indien een verwijsmast wordt gerealiseerd • Fysieke ruimte beschikbaar • Aan rand dorp Wijchen • Nabij westelijke entree Nijmegen • Goede bereikbaarheid per auto en OV • Horeca- en leisuresector kent grote dynamiek, ook regionaal	• Het gebied heeft nu geen duidelijk eigen profiel • Toenemende concurrentie horeca van branche-vreemde aanbieders (tankstations, supermarkten) • Concurrerende hotelontwikkelingen in Nijmegen • Verwachte economische recessie kan de komende jaren forse effecten hebben, maar op langere termijn groeien bestedingen altijd • Forse kostenstijgingen hebben vooral komende kwartalen grote effecten, mede afhankelijk van over-heidsingrijpen

Sterke aspecten en kansen	Zwakke aspecten en bedreigingen
Bestedingen in de horeca nemen op langere termijn al decennialang toe, ook na recessies	

2.4 Toekomstkansen Lambrasse ruimtelijk-functioneel

Voor de locatie Lambrasse worden in deze paragraaf de ruimtelijk-functionele potenties geanalyseerd voor commerciële publieksfuncties naar branche. Dit gegeven de huidige dynamiek naar sector (landelijk), de benodigde fysieke ruimte, het bereikbaarheidsprofiel en de (potentiële) aansluiting van deze branches 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 per branche de actuele marktruimte bepaald.

Tabel 2.2: Ruimtelijk-functionele ontwikkelingskansen publieksfuncties locatie Lambrasse, Wijchen

	Dynamiek NL algemeen	Fysieke ruimte	Bereikbaar- heid auto	Bereikbaar- heid OV	Aansluiting verwante functies	Beoordeling potenties lo- catie
Kenmerken Lambrasse	nvt	●●	●●●	●●	●	
Kenmerken en vestigingseisen naar branche:						
Hotel	●●●	●●●*	●●●	●	●●	
Horeca - (familie)restaurant	●●	●	●●●	●	●	
Hotel – fastservicerestaurant	●●●	●	●●●	●	●	
Leisure – vermaak	●●	●●	●●●	●	●●	
Leisure – cultuur	●	●●	●●	●●	●●	
Leisure – fitness/wellness	●●	●●	●●	●	●	

Beoordeling aspecten: ● beperkt ●● positief/belangrijk ●●● zeer positief/belangrijk

*: eventueel in verdiepingen

Uiteraard telt niet elk aspect even zwaar, maar de beoordeling maakt wel duidelijk dat de ontwikkelingskansen voor de locatie Lambrasse *vanuit ruimtelijk-functioneel perspectief* en gegeven de *landelijke dynamiek* naar branche vooral liggen in:

- Hotel;
- Modern fastservicerestaurant;
- Leisure primair gericht op fitness/wellness.

In wat mindere mate zien we op deze locatie *vanuit ruimtelijk-functioneel perspectief* (los van de marktruimte) ook kansen voor:

- Een modern (familie)restaurant;
- Leisure gericht op vermaak (bioscoop, karting, bowling, speelparadijs, indoor golf, etc.).

Voor een culturele invulling zien we geen perspectief op de onderhavige locatie. Dit vooral vanwege de beperkte dynamiek en, vanwege de relatie met andere functies (horeca), de wenselijkheid van vestiging in centrumgebieden. Dit sluit bovendien ook aan op het beleid van de gemeente Wijchen.

3. REGIONALE BEHOEFTE NAAR BRANCHE

In dit hoofdstuk ramen we de economische marktruimte voor een hotel, restauratieve horeca en fitness/wellness op de locatie Lambrasse te Wijchen.

3.1 Vraagpotentieel

In januari 2022 bedroeg het inwonertal in de regio (i.c. de gemeenten Wijchen, Beuningen, Grave en Nijmegen) ca. 259.165 inwoners². In de gemeente Wijchen wonen ca. 41.350 mensen. De regionale bevolking zal de komende jaren conform de beschikbare prognoses groeien tot ca. 265.800 in 2025 en 272.300 in 2030 (+5%)³. De bevolking in Wijchen neemt in totaliteit volgens de prognoses iets af. Onduidelijk is in hoeverre de ontwikkeling van Wijchen-West (1.300 nieuwbouwwoningen) is meegenomen in de regionale prognoses. Wellicht staan hier in 2030 reeds de eerste woningen, wat extra draagvlak genereert, ook voor onderhavige ontwikkeling. In de gemeente Nijmegen wordt in elk geval een forse toename van het inwonertal verwacht van +9%, vooral noordelijk van de Waal.

De zakelijke markt is in de regio goed vertegenwoordigd, met in totaal 130.100 arbeidsplaatsen⁴. Gezamenlijk genereren zij een aanzienlijke vraag naar hotelaccommodatie, zowel vanuit het hogere- en middenkader als tijdelijke arbeidskrachten, die steeds vaker uit het buitenland afkomstig zijn en een tijdelijke overnachtingsplek zoeken. De zakelijke markt biedt kortom een omvangrijk en groeiend draagvlak voor de lokale en regionale hotellerie en overige horeca. De behoefte bestaat naast overnachtingsmogelijkheden ook uit externe voorzieningen voor vergaderen, lunches en diners.

Over het aantal toeristische overnachtingen ontbreken regionale cijfers. De algemene indruk is dat dit vraagpotentieel toeneemt, in elk geval in de stad Nijmegen. Wijchen zal hier van mee profiteren, ook gezien de ambities op het terrein van toerisme en recreatie (zie par. 2.2).

3.2 Marktruimte horeca

Mensen eten steeds meer 'buiten de deur'. Deze markt is inmiddels al goed voor een derde van de consumentenbestedingen aan eten. Het gaat daarbij zeker niet alleen om 'reguliere' horeca, maar ook om eten binnen nieuwe winkelconcepten, bezorgformules (New York Pizza, Domino's), foodfestivals, op het werk, etc. Goede horeca is essentieel voor een sterke (toeristische) gebiedsontwikkeling. Het belichaamt immers de brede toegankelijkheid en gastvrijheid. Zie voor een overzicht van trends bijlage 2.

Op basis van de landelijke omzetcijfers van fastservicezaken en restaurants kunnen we de gemiddelde besteding per inwoner ramen. Als referentie voor het aanbod en het primaire verzorgingsgebied voor deze horecabranches hanteren we in dit kader de regio als afgebakend. Voor

² CBS

³ PBL / CBS regionale bevolkings- en huishoudensprognose 2019

⁴ Zowel voltijd- als deeltijdbanen. Bron: CBS; Banen van werknemers (december 2020, nieuwste cijfers).

het vraagpotentieel nemen we het jaar 2019 als uitgangspunt, omdat het horecagedrag (en de bestedingen) zwaar werden beïnvloed door het coronavirus (lockdowns, afstandsnormen, etc.).

De totale bestedingen in horecazaken vanuit een bepaald gebied noemen we het '**bestedingspotentieel**'. Dit bedrag is in dit geval berekend als de vermenigvuldiging van het gemeentelijke inwonertal en de gemiddelde besteding (gebaseerd op landelijke cijfers) naar horecatype. Het bestedingspotentieel is in de regio anno 2022 en 2030 als volgt (alle cijfers excl. BTW)⁵.

- Fastservicezaken: € 70,6 mln. per jaar (2030: € 74,2 mln.);
- Restaurants: € 133,2 mln. per jaar (2030: € 140 mln.).

De vermelde bestedingscijfers zijn nadrukkelijk indicatief en alleen beschikbaar op landelijk en niet op regionaal niveau. De gemiddelde besteding per Nederlander houdt bovendien geen rekening met inkomende en uitgaande horecabestedingen naar/vanuit Nederland. Cijfers hierover ontbreken. Als een gebied per saldo meer horecabestedingen aantrekt dan dat er afvloeien (zoals in toeristische steden of regio's) resulteert dat in een hoger bestedingspotentieel en dus meer ontwikkelingskansen voor horeca.

Er zijn in de regio als omschreven momenteel 255 fastservicezaken (snackbars, grillrooms, etc.) en 245 restaurants⁶. Het zwaartepunt ligt daarbij nadrukkelijk in de gemeente Nijmegen (zie paragraaf 2.1). In de fastservicebranche ligt het aanbod per inwoner regionaal boven het gemiddelde in Gelderland en Nederland. Bij de restaurants ligt het aanbod beneden de landelijke cijfers (zie par. 2.2). Wanneer we hierop de gemiddelde Nederlandse omzetcijfers voor deze horecatypen toepassen, dan zijn de omzetten in de regio (de zogenaamde **omzetclaim**) als volgt⁷:

- Fastservicezaken: € 83,8 mln. per jaar;
- Restaurants: € 153,2 mln. per jaar.

De totale bestedingen in fastservicezaken door inwoners uit de regio bedragen momenteel ca. € 70,6 mln. per jaar en in 2030 naar verwachting ruim € 74 mln (zie boven). Het bestedingspotentieel blijft dus beneden de 'claim' van het bestaande aanbod (€ 83,8 mln.). Dit impliceert een 'overaanbod' in de regio inclusief Nijmegen. We constateerden evenwel in par. 2.1 dat de capaciteit in deze branche in het westelijk deel van de regio (w.o. Wijchen) verhoudingsgewijs beduidend kleiner is dan in het oostelijk deel (Nijmegen). Het ruime aanbod in Nijmegen illustreert de bovenregionale verzorgingsfunctie van met name de binnenstad. Nijmegen trekt naar verwachting per saldo veel meer bestedingen van buiten de regio dan er afvloeien in die richting. Het betekent wel dat nieuw aanbod nadrukkelijk complementair moet zijn aan het bestaande aanbod. Er moet kortom 'iets nieuws' worden geboden. Overigens groeien de bestedingen in deze branche waarschijnlijk nog verder door tot 2030, hetgeen extra marktruimte genereert (zie figuur 3.1).

De totale bestedingen in restaurants door regionale inwoners omvatten momenteel ca. € 133,2 mln per jaar, toenemend tot bijna € 140 mln in 2030. Dit bedrag ligt eveneens beneden de 'claim' van het gevestigde aanbod (bijna € 153 mln). Omdat de gehele regio (incl. Nijmegen)

⁵ Gebaseerd op het inwonertal van de regio zoals gehanteerd in resp. 2022 (259.165) en 2030 (272.300 inwoners) en de meest actuele cijfers van CBS (over 2019, dus precorona). Landelijk is de gemiddelde besteding per inwoner in fastservicezaken € 272,- en in restaurants € 514,- per inwoner per jaar (excl. btw).

⁶ CBS.

⁷ Normcijfers gemiddelde omzet (afgerond) per fastservicezaak € 329.000,- en per restaurant € 625.000,- (excl. BTW). Cijfers over 2019). Bron: CBS.

een relatief ruim restaurantaanbod heeft, moet nieuw aanbod inspelen op de consumenten-trends en bij voorkeur complementair zijn aan het bestaande aanbod.

Als we alleen het westelijk deel van de afgebakende regio als uitgangspunt nemen (dus exclusief Nijmegen), dan blijkt er anno 2022 reeds een wezenlijke marktruimte te bestaan voor extra horeca, namelijk:

- Fastservice: € 6,4 mln
- Restaurants: € 8,7 mln

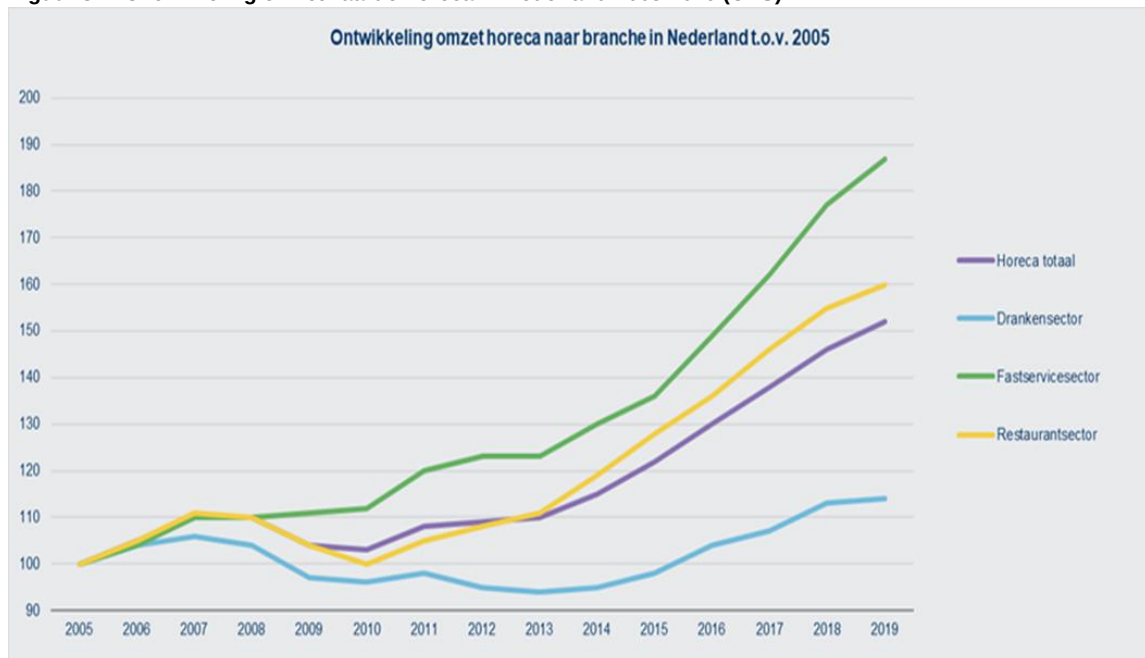
Voor beide branches samen betekent dit een marktruimte van ruim € 15 mln. Vanwege het groeiende inwonertal en toeristisch bezoek zal deze marktruimte richting 2030 naar verwachting nog verder groeien.

De ontwikkeling van een 'fastfoodplein' aan het Palkerplein (zie par. 2.2) is nauwelijks concurrerend met Lambrasse. Palkerplein bestaat immers geheel uit horeca (fastfood en koffie). Lambrasse is daarentegen qua horeca veel kleiner (max. 1.000 m² bvo), biedt flexibiliteit (fastservice of restaurant) en ligt veel dichterbij de drukke A50 (met een beperkt horeca-aanbod). De 'markt' zal deze keuze uiteindelijk bepalen. Bovendien behelst Lambrasse een integrale ontwikkeling van hotel, horeca en sport. De deelfuncties moeten elkaar versterken en een oriëntatie op doelgericht bezochte fastfood (zoals Palkerplein) ligt daarbij niet voor de hand. Beide ontwikkelingen kennen dus geheel eigen doelgroepen en kunnen goed naast elkaar functioneren.

Perspectief voor onderscheidende horeca

De horecasector stond jarenlang economisch onder druk, maar vertoont sinds enige jaren landelijk weer opvallend positieve cijfers. Dit geldt met name voor de fastservicebranche, restaurants en hotels, zie onderstaande grafiek. Alleen in de branche cafés blijft de groei wat achter.

Figuur 3.1: Ontwikkeling omzetwaarde horeca in Nederland 2005-2019 (CBS)



De horeca is van nature een veerkrachtige sector. We verwachten dan ook dat op termijn de bestedingen verder zullen stijgen. Anno 2022, minder dan een jaar na opheffing van de laatste

coronabeperkingen, is deze positieve trend al weer goed zichtbaar in de horeca. Dit biedt kansen voor bestaande en nieuwe horeca.

Nog steeds onderscheiden zaken zich in Nederland evenwel onvoldoende van elkaar. Het is 'te veel van hetzelfde', wat in wezen ook geldt voor de regio rond Wijchen. Voor onderscheidende horecaformules (in het hogere en lagere segment), die creatief inspelen op de gebiedskwaliteiten en consumententrends bestaat in de komende jaren nog voldoende perspectief. Een opvallende trend is de opkomst van horecaconcepten gericht op '*casual dining*', waarbij vooral de breedgesorteerde familierestaurants (Proeflokaal Bregje, Zusje, De Beren, La Cubanita, etc.) en buffetrestaurants in het oog springen. Voorbeelden van buffetrestaurants zijn de zogenaamde 'wereldkeukens', wok/tepanyaki- en BBQ restaurants. Ook het vestigingsbeleid van fastservice-restaurants als McDonald's, Burger King en Kentucky Fried Chicken is landelijk nog steeds expansief. De vermelde horecatypen zijn vanwege hun veelal bovenlokale functie, doelgroepen (families, kinderen) en bezoekgedrag (doelgericht, vaak relatief korte verblijfsduur) afhankelijk van goed bereikbare locaties vanuit de regio. De parkeercapaciteit moet ruim zijn, ook door de veelal hoge piekbelasting (vooral vrijdag t/m zondag). Mede door de specifieke doelgroepen en het veelal doelgerichte bezoekgedrag is de synergie met andere (centrum)functies in praktijk beperkt. In de centra ligt het accent bij restaurantbezoek immers veel meer op recreatief uitgaan, sfeer en de relatie met bijvoorbeeld cafés, cultuur en detailhandel. De verblijfsduur is er meestal beduidend langer dan op 'traffic-locaties' als Lambrasse.

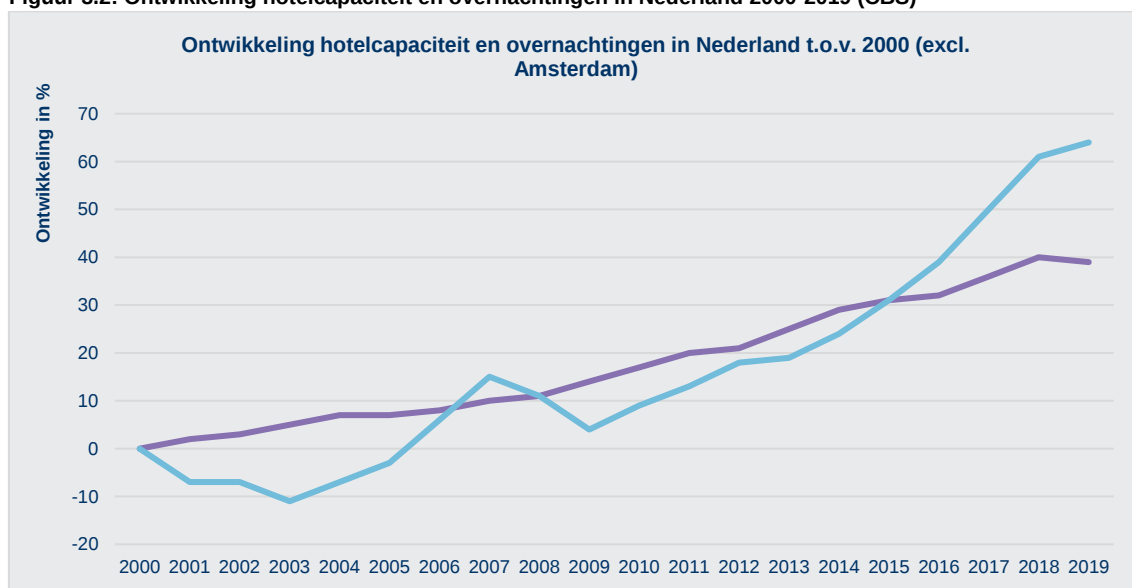
De locatie Lambrasse ligt op korte afstand van de A50; een belangrijke en drukke Nederlandse noord-zuid route. Opvallend is dat er op het A50-tracé tussen de afslag Hoenderloo en Zeeland/Uden-Noord (een afstand van 68 km) geen laagdrempelig wegrestaurant is gevestigd direct nabij een afrit. Dit geldt ook voor het vervolgtracé A58, waar het volgende restaurant zich pas bevindt in Nuland (op zelfs 76 km afstand vanaf afslag Hoenderloo). Beide restaurants behoren tot de Van der Valk formule.

3.3 Marktruimte hotel

Ontwikkeling en kenmerken regionale hotelmarkt

De hotelsector in Nederland herstelde zich de afgelopen jaren opvallend sterk na jaren van krimp. Dit betreft met name de Randstad, maar ook elders in Nederland neemt de gemiddelde bezetting duidelijk toe. Er zijn diverse initiatieven voor nieuwe hotels, al betreft dit in de onderhavige regio vooral de stad Nijmegen.

Figuur 3.2: Ontwikkeling hotelcapaciteit en overnachtingen in Nederland 2000-2019 (CBS)



Op regionaal niveau bestaan voor de hotelsector alleen vraagcijfers (overnachtingen, bezettingsgraad, doelgroepen, etc.) voor de gehele regio Arnhem-Nijmegen⁸. Ook hier hanteren we 2019 als referentiejaar, omdat 2020 en 2021 niet representatief zijn vanwege de disruptieve effecten van het Coronavirus. De algemene verwachting is dat de hotelsector rond 2024 weer rond het niveau van 2019 functioneert qua bezettingsgraad en kamerprijzen.

Tabel 3.1: Aandeel hotelovernachtingen naar marktsegment in 2019

	Zakelijk individueel	Zakelijk groepen	Toerist individueel	Toerist groepen	Anders	Totaal
Arnhem-Nijmegen	28	6	58	6	2	100
Nederland	27	13	51	6	3	100

De toeristische markt is in de regio Arnhem-Nijmegen (in aantal kamernachten) sterker vertegenwoordigd dan landelijk. De zakelijke markt is regionaal voor hotelaccommodaties minder belangrijk dan in Nederland gemiddeld. Ook komen zakelijke gasten relatief weinig groepsgewijs.

De bezettingsgraad en gemiddelde kamerprijs waren in de regio Arnhem-Nijmegen in 2019 (precorona) als volgt⁹. Vanwege de relatief zeer hoge kamerprijs en bezetting in Amsterdam/Schiphol (veel vraag, weinig aanbod) is deze regio in het landelijk gemiddelde buiten beschouwing gelaten.

Tabel 3.2: Functioneren hotelaanbod (3-5 sterren)

	Bezettingsgraad		Gemidd. kamerprijs (verhuurde kamers)		Gemidd. kamerprijs (alle kamers; RevPAR)	
	2019	2018	2019	2018	2019	2018
Arnhem-Nijmegen	77%	73,8%	€ 88	€ 92	€ 69	€ 68
Nederland excl. Amsterdam	73,5%	72,9%	€ 96	€ 95	€ 71	€ 69

⁸ Horwath HTL, HOSTA 2020. Deze cijfers betreffen alleen hotels met de NHC-classificatie 3 sterren en hoger.

⁹ Horwarh HTL, HOSTA 2020.

De gemiddelde bezettingsgraad van de hotellerie in de regio Arnhem-Nijmegen liet tussen 2018 en 2019 opvallende groeicijfers zien en ligt duidelijk boven het landelijk gemiddelde (excl. Amsterdam). De gemiddelde kamerprijs nam iets af. De gemiddelde omzet per beschikbare kamer (RevPAR), de belangrijkste indicator voor het functioneren, steeg in deze periode licht en ligt rond het landelijk gemiddelde.

Tabel 3.3: Hotelcapaciteit regio in verhouding tot inwonertal en werkgelegenheid

	Regio Wijchen	Gelderland	Nederland
Aantal kamers	773	10.100	147.268
Aantal kamers per hotel	30	24	35
Aantal inwoners nu	259.165	2.110.000	17.591.000
Aantal kamers per 10.000 inwoners	30	48	84
Aantal banen*	130.100	935.200	8.125.000
Aantal kamers per 10.000 banen	59	108	181

Bronnen: CBS

In bovenstaande tabel zetten we het hotelaanbod in de regio af tegen de cijfers voor de provincie Gelderland en Nederland. Voor de hotelmarkt is, naast de toeristische vraag, ook het regionale bedrijfsleven (omvang, structuur) sterk bepalend voor de zakelijke vraag. Tevens bestaat er in Nederland regionaal een duidelijke correlatie tussen de hotelcapaciteit en het inwonertal in de betreffende regio. Dit laatste hangt samen met het feit dat mensen altijd voorzieningen aantrekken, waaronder hotels, die een bredere functie hebben dan alleen als overnachtingsplek, bijvoorbeeld t.b.v. zakelijke activiteiten, horeca en zalenverhuur. Vanwege het indicatieve karakter maken we hier geen onderscheid naar marktsegment.

Duidelijke conclusie is dat het regionale aanbod van hotelkamers in de regio aanzienlijk achterblijft bij de regionale en landelijke cijfers. Dit zowel t.o.v. het huidige inwonertal (30 kamers per 10.000 inw. regionaal t.o.v. Gelderland 48 en landelijk 84) als t.o.v. de economische, zakelijke functie (59 kamers per 10.000 banen regionaal; Gelderland 108 en landelijk 181). Het huidige aanbod sluit derhalve matig aan op de economische structuur en functie van de regio. De zakelijke markt vraagt om moderne, kwalitatief goede en goed bereikbare hotels, waar het ook mogelijk is om grotere groepen onder te brengen t.b.v. meerdaagse bijeenkomsten en congressen.

Indicatie marktruimte

De gemiddelde kamerbezetting in de regio Arnhem-Nijmegen bedroeg als vermeld in 2019 77%, maar dit betreft alleen de geclassificeerde hotels met minimaal 3 sterren. De zeker in Nijmegen ruim vertegenwoordigde hotels en pensions in het lagere segment kennen doorgaans een duidelijk lagere kamerbezetting. We veronderstellen de huidige gemiddelde kamerbezetting van hotels in de gehele regio op ca. 73%. Het aantal verhuurde kamernachten op jaarbasis bedraagt in de regio dus afgerond 206.000.¹⁰

De hotelvraag zal naar verwachting de komende tien jaar landelijk en regionaal naar alle waarschijnlijkheid verder toenemen. De hotelsector is in het algemeen nogal conjunctuurgevoelig, waardoor zich op kortere termijnen vaak grote fluctuaties in kamerbezetting en omzet kunnen voordoen. Dit was bijvoorbeeld zichtbaar na 9/11 (2001) en de economische recessie vanaf 2008. Op de langere termijn (> 2-4 jaar) stijgt de behoefte aan hotelovernachtingen evenwel in

¹⁰ Bezetting 73% * 773 kamers * 365 dagen.

historisch perspectief altijd, zoals bijvoorbeeld bleek na 2008 (zie figuur 3.2). Tussen 2000 en 2019 is het aantal hotelovernachtingen landelijk (exclusief Amsterdam) en ondanks de vermelde recessies gegroeid met totaal +64%; op jaarbasis derhalve gemiddeld +3,4% (Bron: CBS). Deze groei oversteeg de capaciteitsuitbreiding in die periode in aantal kamers, wat leidde tot een hogere bezettingsgraad van hotels.

Als we in dit kader uitgaan van een zeer behoudende groei van de 'autonome' hotelvraag tot 2030 van +12% (gemiddeld +1,5% per jaar in komende 8 jaar), dan zal het aantal kamernachten in de regio toenemen tot ca. 231.000. Voor het hotelaanbod in de regio hanteren we voor de toekomst een kritische norm (de minimale benodigde gemiddelde kamerbezetting voor een verantwoorde bedrijfsexploitatie) van 63% voor het gehele aanbod.¹¹ Er bestaat derhalve een behoefte aan totaal ca. 1.005 hotelkamers in de regio.¹² Indien we het bestaande aanbod (773 kamers) hierop in mindering brengen, bestaat er in de afgebakende regio vanuit deze optiek per saldo een indicatieve marktruimte voor ruim 230 hotelkamers tot 2030 vanuit de autonome vraagontwikkeling.

Daarnaast kunnen hotels additionele omzet aantrekken, door hun bijzondere productformule, eigen voorzieningen, doelgroepen, locatie of marktwerking. Goede voorbeelden zijn de geplande hotels Thermen de Beerendonck en Opus (Nijmegen), waar wellicht zelfs meer dan de helft van de hotelgasten doelgericht overnacht voor het bijzondere concept. Er is dus voldoende behoefte voor de ontwikkeling Lambrasse (max. 60-80 kamers).

Met name in de weekenden en vakantieperioden is ook de toeristische markt kansrijk voor Wijchen. Belangrijkste toeristische bestemmingen in de regio zijn de historische, veelzijdige binnenstad van Nijmegen, het groene en heuvelachtige Rijk van Nijmegen en de Ooijpolder. Daarnaast groeit het rivierengebied sterk in populariteit onder toeristen en recreanten. Een belangrijke kernkwaliteit van de locatie Lambrasse in Wijchen is de uitstekende bereikbaarheid per auto vanuit geheel Nederland. De locatie heeft een wat meer functioneel en minder landschapelijk karakter dan bij de gevestigde hotels. Beide locatieprofielen hebben deels hun eigen doelgroepen.

3.4 Marktruimte fitness

Populaire en trendgerichte nieuwkomer in de sportwereld

Nederland telt momenteel ca. 1.650 reguliere fitnesscentra.¹³ Er was de afgelopen jaren sprake van een opmerkelijke groei in de fitnessbranche, met veel nieuwe vestigingen. De branche is goed voor circa 9.200 fulltime banen (CBS). In totaal ontvangen de fitnesscentra in Nederland jaarlijks ca. 200 miljoen bezoekers. De drukste maanden voor fitnesscentra zijn oktober tot en met april. In de zomer is er bij deze accommodaties vaak sprake van een (tijdelijke) forse terugval in leden. Januari is qua ledental de topmaand. Van de leden komt driekwart er minimaal één keer per week. De gemiddelde verblijfsduur in fitnesscentra is 1,5 uur.

De drie belangrijkste gebruikersgroepen bij fitnesscentra zijn:

- Particulieren;
- Bedrijven;

¹¹ In het algemeen wordt voor de normatieve bezettingsgraad een bandbreedte van 60-65% gehanteerd

¹² 231.0000 kamernachten / 63% gemiddelde bezetting per kamer / 365 dagen per jaar.

¹³ Meest actuele data, o.a. Men's Power

- Mensen met een medische noodzaak.

Gezamenlijk behaalt de sector in Nederland jaarlijks een omzet van ca. 1,2 miljard euro.

Grote animo voor fitness

Fitness is met ruim drie miljoen wekelijkse beoefenaren de populairste sport onder volwassen Nederlanders. Ongeveer 2,6 mln. mensen (15% van de Nederlanders) waren in 2018 lid van een fitnesscentrum¹⁴. Dit cijfer is in praktijk regionaal evenwel sterk afhankelijk van de leeftijdsopbouw en de keuze in fitnessaccommodaties. In grootstedelijke regio's ligt het cijfer doorgaans hoger dan in landelijke gebieden.

De meest fitness-sporters zijn tussen 26 en 55 jaar (57%), met een gemiddelde van 30 jaar. Wel is een opvallende toename zichtbaar van 55+-ers: tussen 2006 en 2010 is dit aandeel gestegen van 16% tot 26%. De leeftijdsgroep 12-25 jaar is met 17% ondervertegenwoordigd. De participatie van vrouwen is met 23% beduidend hoger dan bij mannen (16%). De belangrijkste bezoekenmotieven voor fitnesscentra zijn gezondheid, fitheid en lichaamsbeweging. Met name voor senioren is gezondheid en 'beweging' een belangrijk thema. Bij alle gebruikersgroepen zijn 'recreatieve' motieven als plezier of sociale contacten ondergeschikt aan de gezondheid-gerelateerde bezoekenredenen.

Verzorgingsgebied

De fitnessklant woont gemiddeld niet verder dan vier kilometer van zijn/haar fitnesscentrum. Bijna de helft woont zelfs op minder dan twee kilometer. Ander onderzoek geeft aan, dat van de fitnessklanten 40% een reisafstand heeft van minder dan 5 minuten, 19% 5-10 minuten en 19% 10-20 minuten. Dit betekent dat we in dit kader alleen de gemeente Wijchen als (primair) verzorgingsgebied hanteren. In deze gemeente wonen als vermeld ca. 41.344 mensen.

Toekomstperspectief

Gezien de trends in sportbeoefening in het algemeen en fitness in het bijzonder is de algemene verwachting dat de opzienbarende groei in de afgelopen decennia grotendeels voorbij is. De fitnessbranche wordt daardoor steeds meer een verdringingsmarkt. Met name in het budgetsegment kan dat leiden tot inkomstenderving, vanwege prijsacties richting de consument. Aspecten als een onderscheidende identiteit, klantgerichtheid, personal coaching en 'beleving' worden steeds belangrijker voor fitnesscentra. Elke formule moet dat op haar eigen manier en doelgroepgericht invullen.

Prognoses gaan uit van een geleidelijke stabilisatie van het ledental van fitnesscentra, al is er met name in regio's met weinig capaciteit en keuze nog wel groei mogelijk. Een belangrijke oorzaak van de blijvende populariteit van fitnesscentra is dat fitness bij uitstek accommodatiegebonden is. Slechts weinig mensen hebben thuis voldoende keuze in fitnessapparatuur en er ontbreekt deskundige begeleiding. Daarin onderscheidt de sport zich ook nadrukkelijk van andere populaire 'individuele' sporten als fietsen en hardlopen.

De algemene verwachting is dat er een steeds nadrukkelijker tweedeling tussen fitnesscentra gaat ontstaan, met aan enerzijds basis- en budgetcentra en anderzijds grotere, multifunctionele centra. Bij deze laatste centra, meer gericht op 'beleving', is een steeds grotere verstrengeling

¹⁴ SCP, Mulier Instituut; Factsheet Fitnessbranche in Nederland 2018.

zichtbaar tussen fitness en wellness. De dominantie van grote ketens (o.a. Basic-Fit, Fit 4 Free, Anytime) zal nog verder toenemen, ten koste van zelfstandige bedrijven. Overigens zijn sommige bedrijven zowel in het budget- als het kwaliteitssegment actief, met verschillende formules. Een bijzondere kans voor de sector is de toenemende samenwerking met zorgverzekeraars en het bedrijfsleven.

Marktruimte

Onderstaand overzicht beschrijft de belangrijkste aannames t.a.v. het vraagpotentieel voor fitnesscentra in Wijchen. Gezien de grote variatie in ledentallen tussen regio's in Nederland hanteren we hiervoor een realistische bandbreedte. Voor de toekomst gaan we uit van een gemiddeld 'animocijfer' voor het lidmaatschap van fitnesscentra van de gemeentelijke bevolking van 15 à 17%. Uitgangspunt daarbij is versterking van de structuur met een ontbrekende marktformule, wat leidt tot een grotere wervingskracht van het totale aanbod.

Tabel 3.4: Vraagpotentieel lidmaatschap fitnesscentra in Wijchen in leden

	Inwonertal Verzorgings- gebied	Animocijfer (als % totale inwonertal) Gemiddeld NL: 16%		Vraagpotentieel gemeente totaal	
		MIN	MAX	MIN	MAX
2022	41.344	13%	15%	5.374	6.200
2030 (incl. extra trekker, nieuw marktsegment)	39.500	15%	17%	5.925	6.715

In 2030 bedraagt het totale vraagpotentieel voor fitnesscentra vanuit de gemeente, inclusief een sterke nieuwkomer, afgerond 5.925 à 6.715 consumenten. Bij de raming van de marktruimte is het van belang vast te stellen, welk ledental de gevestigde en nieuwe fitnesscentra *minimaal* nodig hebben voor hun bedrijfsmatige continuïteit: de 'kritische aanbodclaim'. Daarbij wordt uitgegaan van een rendabele exploitatie, voldoende (continue) product vernieuwing en professioneel ondernemerschap. Globale normcijfers gaan voor fitnesscentra in Nederland uit van 1 lid per m² *publieksgericht* vloeroppervlak als basis voor een *kostendekkende* exploitatie en 1,5 lid voor een *commercieel duurzame* exploitatie. Bij 2 leden per m² is doorgaans sprake van een *uitstekende* exploitatie.

BRO gaat in dit kader uit van een kritische norm van 1 à 1,5 lid per m². We benadrukken dat individuele bedrijven in praktijk aanmerkelijk kunnen afwijken van dit gemiddelde, bijvoorbeeld door relatief hoge of juist lage huisvestings-, personeels- of marketinglasten. Vaak kunnen fitnesscentra in landelijke gebieden volstaan met een wat lagere norm, vanwege de doorgaans lagere huisvestingslasten (huur, koop) dan in stedelijke regio's.

In de gemeente Wijchen zijn momenteel zes 'reguliere' fitnesscentra gevestigd (zie par. 2.1). We ramen het totale oppervlak van de vermelde accommodaties op circa 4.000 m² bvo publieksruimte, o.b.v. gegevens van Kadaster/BAG. Uitgaande van dit oppervlak bedraagt de 'ledenclaim' van het regionale aanbod derhalve 4.000 ('kostendekkend') à 6.000 leden ('commercieel duurzaam').

Hieronder wordt het saldo berekend tussen het vraagpotentieel en de aanbodclaim voor de gemeente Wijchen (in dit geval de relevante regio) anno nu (2022) en in 2030. We hanteren daar-

bij een minimale (MIN) en maximale (MAX) variant qua wervingskracht op bezoekers en functioneren van het aanbod (zie boven). Uitgangspunt bij deze raming is dat het aantal leden van buiten de gemeente grosso modo gelijk is aan de 'afvloeiing' naar buiten de gemeente.

Tabel 3.5: Marktruimte fitnesscentra Wijchen in 2022 en 2030

	2022		2030	
	MIN	MAX	MIN	MAX
Vraagpotentieel gemeente	5.374	6.200	5.925	6.715
Aanbodclaim bestaand aanbod	6.000	4.000	6.000	4.000
Saldo vraag en aanbod personen (afgerond)	<i>nihil</i>	+ 2.200	<i>nihil</i>	+ 2.715
Gemiddelde vraag en aanbod (afgerond)	+ 1.100		+1.350	
Marktruimte in m² bvo (uitgangspunt commercieel duurzame exploitatie: 1,5 leden per m²)	733 m²		900 m²	

Er bestaat in Wijchen tot 2030 een kwantitatieve marktruimte voor nieuw aanbod van fitnesscentra van maximaal 900 m² bvo. Overigens zijn we hierbij uitgegaan van het gemiddelde van de varianten Minimum en Maximum. Toepassing van enkel het maximale scenario leidt tot een grotere marktruimte. Dit betekent dat als op Lambrasse een fitnesscentrum wordt ontwikkeld met een grotere maat dan 900 m² bvo er mogelijk effecten kunnen optreden richting de bestaande aanbieders, tenzij het een nadrukkelijk onderscheidend concept betreft met een duidelijke bovenlokale verzorgingsfunctie. Ook een ondersteunende functie aan het beoogde hotel zal de effecten richting de lokale aanbieders verminderen.

Wellness

De regio is met drie accommodaties goed voorzien van voorzieningen primair gericht op wellness. Ter indicatie: er zijn in Nederland ca. 200 (middel)grote wellnesscentra; één per 85.000 inwoners. De regio (259.165 inw.) scoort in dit opzicht dus exact op het landelijk gemiddelde.

Naast het Grote Sanadome Hotel & Spa te Nijmegen betreft het Thermen Berendonck en Sauna & Beauty De Thermen in Nijmegen. Bovendien bestaan aan de rand van de regio (Cuijk) concrete plannen van Fitland voor een breed opgezet 'Lifestyleresort', met diverse voorzieningen op het vlak van leisure, wellness en gastronomie.

Ook omdat het hier een verdringingsmarkt betreft zien we geen marktruimte voor een extra zelfstandige wellnessvoorziening op Lambrasse. Een ondergeschikte voorziening t.b.v. bijvoorbeeld een hotel is wel mogelijk.

3.5 Conclusies

Gegeven de beschreven marktanalyse ziet BRO op de locatie Lambrasse vooral marktperspectief voor:

- Een moderne, laagdrempelige fastservicezaak, onderscheidend van het bestaande aanbod in de omgeving en mede gericht op autopassanten op de A50. Bij voorkeur gericht op 'gezond en verantwoord' eten en drinken, als ontbijt, lunch, diner of tussendoor.
- Een laagdrempelig, dagrond geopend familierestaurant met een brede menukeuze, dat zich voor een belangrijk deel richt op autoverkeer op de A50. Ook een ondersteunende functie

voor een eventueel te vestigen hotel is goed denkbaar. Een goede signing aan de A50 (reclamemast) is essentieel voor de wervingskracht.

- Een middelgroot hotel in het middensegment (uitgangspunt 3 sterren-plus), dat zich overwegend richt op de zakelijke markt en ook vergaderzalen biedt. Gezien het beschikbare oppervlak ad 2.500 m² bvo zijn binnen de ontwikkeling ruimtelijk-fysiek max. 60-80 kamers mogelijk. Hiervoor bestaat ruim voldoende behoefte (marktruimte).
- Een fitnesscentrum dat zich qua marktsegment en doelgroepen nadrukkelijk onderscheidt van de gevestigde fitnesscentra in Wijchen. Met een duidelijke bovenlokale verzorgingsfunctie en/of ondersteunend aan het beoogde hotel. Voorbeeld: een hoogwaardige fitness met het karakter van een exclusieve “club” gericht op specifieke doelgroepen.
- Een goede synergie tussen de vermelde functies (functioneel, ruimtelijk, marktwerking) zal de wervingskracht en het verzorgingsgebied voor het geheel aanmerkelijk vergroten.

4. LADDER VOOR DUURZAME VERSTEDELIJING

4.1 Inleiding

Er is bij de beschreven plannen voor leisure en horeca op de locatie Lambrasse sprake van een nieuwe stedelijke ontwikkeling. Er worden immers extra voorzieningen toegevoegd met een oppervlak van meer dan 500 m² bvo, in nieuwe bebouwing. In deze paragraaf toetsen we het plan dan ook kort en bondig aan de Ladder voor duurzame verstedelijking. In de toetsing leggen we het accent op de essentiële doelen en aspecten binnen de Ladder. Voor de nadere onderbouwing van met name de behoefte verwijzen we naar de voorgaande hoofdstukken.

Per 1 juli 2017 wordt een nieuwe versie van de Ladder van kracht, met de intentie deze korter en duidelijker te maken. Het toetsingskader is nu (conform tweede lid van art. 3.1.6) dan als volgt geformuleerd:

“De toelichting bij een bestemmingsplan dat een nieuwe stedelijke ontwikkeling mogelijk maakt, bevat een beschrijving van de behoefte aan die ontwikkeling, en, indien het bestemmingsplan die ontwikkeling mogelijk maakt buiten het bestaand stedelijk gebied, een motivering waarom niet binnen het bestaand stedelijk gebied in die behoefte kan worden voorzien.”

Verder omvat het vierde lid per 1 juli 2017 het volgende:

“Een onderzoek naar de behoefte als bedoeld in het tweede lid, heeft, in het geval dat een bestemmingsplan als bedoeld in het tweede lid, ziet op de vestiging van een dienst als bedoeld in artikel 1 van de Dienstenwet en dit onderzoek betrekking heeft op de economische behoefte, de marktvraag of de beoordeling van de mogelijke of actuele economische gevolgen van die vestiging, slechts tot doel na te gaan of de vestiging van een dienst in overeenstemming is met een goede ruimtelijke ordening.”

Uitgangspunt van de Ladder is nog steeds dat stedelijke ontwikkelingen binnen bestaand stedelijk gebied plaatsvinden. De locatie hoeft evenwel alleen te worden gemotiveerd, indien deze buiten het stedelijk gebied ligt. Dat is in de ontwikkeling Lambrasse niet het geval. De gebruikelijke eisen qua behoefte en uitvoerbaarheid in het kader van een ‘goede ruimtelijke ordening’ blijven overigens wel van kracht.

Bij flexibele planvormen is het nu mogelijk om de Laddertoets door te schuiven naar het moment van vaststelling van het wijzigings- of uitwerkingsplan. Dit geldt ook voor de raming van de effecten op de leegstand en het (regionale) woon-, werk- en leefklimaat. Regionale afstemming over plannen met bovenlokale effecten (leegstand, woon-, werk- en leefklimaat) wordt door de rijksoverheid van groot belang geacht.

4.2 Toetsing ontwikkeling aan de Ladder

Behoefte

Het initiatief voor de invulling van de locatie Lambrasse te Wijchen speelt sterk in op de toenevende ‘samensmelting’ van horeca, hotellerie en leisure. Mensen combineren zowel in hun recreatieve als zakelijke gedrag graag verschillende activiteiten, waarbij een overnachting ter

plekke de wervingskracht van een bestemming fors kan vergroten. Kwaliteit, keuze, locatie en gastvrijheid zijn kernbegrippen. Hotelketens zijn steeds vaker de trekker van dit soort ontwikkelingen, mede vanuit hun grote professionaliteit en ervaring in productontwikkeling, exploitatie en marketing.

Er bestaat in kwantitatief opzicht voldoende regionale behoefte (marktruimte) voor de beoogde functies hotel en restauratieve horeca. Een functie gericht op fitness/wellness zal zich, door de relatief bescheiden kwantitatieve behoefte, nadrukkelijk moeten onderscheiden van het gevestigde aanbod in Wijchen. Zie voor een nadere toelichting het beschreven onderzoek.

Vanuit de behoefte van de regionale bevolking zijn kwaliteiten in algemene zin, productvernieuwing, bereikbaarheid en onderscheidend vermogen in wezen belangrijker dan kwantitatieve, cijfermatige aspecten (aantal zaken, capaciteit, etc.). Vanuit kwalitatief perspectief leveren alle onderzochte functies een bijdrage aan een sterkere verzorgingsfunctie voor de regionale bevolking en voorzien ze aldus in de huidige en toekomstige behoefte. Een belangrijke kernkwaliteit van Lambrasse is de uitstekende bereikbaarheid per auto t.o.v. de meeste andere horeca- en leisurebedrijven in de regio. De belangrijkste vrijetijdsbestemming is en blijft de Nijmeegse binnenstad, waar evenwel (anders dan bij Lambrasse) de 'totaalbeleving' en de zeer veelzijdige synergie tussen functies (leisure, horeca, retail, cultuur, uitgaan, evenementen, etc.) centraal staan. Het verzorgingsgebied van deze binnenstad is bovenregionaal, de gemiddelde verblijfsduur lang en bezoekmotieven zijn vooral recreatief van aard. Lambrasse kan zich ontwikkelen tot een complementaire vrijetijdsbestemming in de regio, vanwege het product, de goede bereikbaarheid en de mogelijkheid tot het combineren van activiteiten. De diverse functies 'maken' samen het product.

Veel aanbod in met name de horecasector is in de regio enigszins 'traditioneel' qua opzet, inrichting en uitstraling. Er is slechts beperkt sprake van productvernieuwing, aansluitend aan de veranderende consumentenwensen. Daarnaast is de bereikbaarheid van veel voorzieningen per auto (het favoriete vervoermiddel voor vrijetijdsbesteding) van veel horecazaken matig. Kortom: de nieuwe leisurefuncties spelen, in samenhang met de overige functies ter plekke, goed in op de *consumentenbehoefte*.

De onderzochte functies versterken bovendien de toeristisch-recreatieve aantrekkingskracht van de regio in het algemeen en de gemeente Wijchen in het bijzonder. Daarmee geven ze invulling aan de *ambities (behoefte) van de lokale, regionale en provinciale overheid*. De gehele regio kan daarvan profiteren, in economisch en maatschappelijk opzicht.

Effecten

De effecten van de beoogde nieuwe functies (horeca, hotel, fitness/wellness) zijn per saldo positief en richten zich vooral op de regionale economische structuur in algemene zin en de structuur van horeca- en vrijetijdsvoorzieningen in het bijzonder. Wel kunnen bestaande aanbieders effecten ondervinden van een nieuwkomer in hun branche. Het verplicht hen tot een (extra) kritische blik op hun eigen productconcept, doelgroepen en marketing, wat kan leiden tot de noodzaak om te investeren.

Het centrum van Wijchen is en blijft de belangrijkste vrijetijdsbestemming binnen de gemeente. Hier ligt het accent evenwel primair op een recreatief verblijfsklimaat t.b.v. winkelen, uitgaan en

cultuur en verhoudingsgewijs minder op een optimale ontsluiting voor auto's en parkeergelegenheid. De locatie Lambrasse onderscheidt zich door haar uitstekende bereikbaarheid per auto en functionele (doelgerichte) karakter nadrukkelijk van het centrum en is dan ook complementair hieraan. Voor een belangrijk deel worden nieuwe doelgroepen aangetrokken, die vanuit een actieve marketing en promotie ook kunnen worden verleid om het centrum van Wijchen te bezoeken.

De economische en toeristisch-recreatieve structuur van de regio wordt versterkt door de beschreven ontwikkeling (zie behoefte). Bovendien voorzien de functies in extra, deels laaggeschoolde werkgelegenheid.

Invulling leegstand

De conceptuele meerwaarde en wervingskracht van Lambrasse wordt vooral gevormd door de veelzijdigheid (kritische massa), ruime maatvoering voor functies (in/rond het centrum niet beschikbaar) en de uitstekende bereikbaarheid per auto vanaf de A326. Binnen de gemeente Wijchen is geen alternatieve locatie of leegstaand vastgoed beschikbaar, die in ruimtelijk-fysiek opzicht voldoet aan deze criteria.

Tenslotte: kwaliteit boven kwantiteit

De aangegeven kwantitatieve marktruimte (regionale behoefte) is het resultaat van berekeningen gebaseerd op vele aannames. Bovendien zijn de data over vraag, aanbod en trends afkomstig uit diverse bronnen en onderzoeken. De behoefte aan en effecten van nieuwe voorzieningen zijn in hoge mate afhankelijk van toekomstige ontwikkelingen en die kunnen nooit exact worden voorspeld. De uitkomsten van de ramingen mogen daarom niet als normatief, maar slechts als *indicatief* worden beschouwd. Het gaat bij de Ladder voor duurzame verstedelijking in essentie om de *ruimtelijke* effecten.

Bij de ontwikkeling van (commerciële) publieksfuncties zijn de kwalitatieve aspecten in wezen belangrijker dan de kwantitatieve marktruimte. Een nieuwe ontwikkeling kan de voorzieningsstructuur 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 en goed gecommuniceerd aanbod in praktijk vrijwel altijd extra behoefte.

In de ruimtelijke ordening dient bovendien op basis van ruimtelijk relevante argumenten beoordeeld te worden of het *consumentenbelang* op langere termijn wordt gediend; een verminderde concurrentiepositie voor individuele bedrijven is daarbij niet relevant. Als bijvoorbeeld nieuwe ontwikkelingen, op een vanuit de structuur bezien goede plek, als resultaat hebben dat verouderd aanbod op minder geschikte locaties verdwijnt, dan is de verzorgingsstructuur 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 marktruimte hoeft dus niet altijd een beletsel te zijn, vooropgesteld dat de verzorgingsstructuur wordt versterkt en de effecten per saldo positief zijn.

Externe effecten

Het Coronavirus en de verwachte economische recessie hadden en hebben effecten op bestedingen in horeca en leisure. Dit betreft waarschijnlijk vooral de komende jaren, maar op langere

termijn groeien bestedingen en de hotelvraag altijd. Ook na het loslaten van de coronamaatregelen bleek het veerkrachtige karakter van horeca en hotels: anno 2022 zijn omzetten hoog en deels zelfs hoger dan in 2019 (precorona). Dit geldt zeker voor regio's die minder afhankelijk zijn van intercontinentaal toerisme, zoals Arnhem-Nijmegen.

De actuele kostenstijgingen (arbeid, grondstoffen, energie) hebben landelijk in elk geval op korte termijn grote effecten op het functioneren van en investeringsbereidheid in horeca, hotels en leisurebedrijven. De effecten worden echter sterk beïnvloed door mondiale omstandigheden en overheidsmaatregelen in landelijk of Europees verband. Vanwege de onzekerheden hebben we in deze ladderonderbouwing voor de toekomst (2030) gerekend met behoudende bestedings- en participatiecijfers.

BIJLAGEN

Bijlage 1:

Indeling horeca categorieën c.f. Ontwerp Bestemmingsplan 2012

Indeling horeca categorieën c.f. Ontwerp Bestemmingsplan 2012

Definitie1 horeca:

het bedrijfsmatig verstrekken van ter plaatse te nuttigen voedsel en dranken, het bedrijfsmatig exploiteren van zaalaccommodatie en/of het bedrijfsmatig verstrekken van nachtverblijf.

horeca, categorie 1:

een horecabedrijf, dat qua exploitatievorm aansluit bij winkelvoorzieningen en waar naast overwegend niet ter plaatse bereide kleinere etenswaren en in hoofdzaak alcoholvrije drank worden verstrekt.

horeca, categorie 2:

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

horeca, categorie 3:

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

horeca, categorie 4:

een inrichting die geheel of in overwegende mate gericht is op het bieden van vermaak en ontspanning (niet zijnde een recreatieve voorziening) en/of het geven van gelegenheid tot de dansbeoefening, al dan niet met levende muziek en al dan niet met de verstrekking van dranken en kleine etenswaren. Daaronder worden begrepen: discotheek/dancing, nacht-café en een zalencentrum (met nachtvergunning).

horeca, categorie 5:

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

Bijlage 2:

Trends in de horeca

Trends in de horeca

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

Horeca verlevendigt gebieden

Er zijn in Nederland bijna 40.000 'restaurantieve' horecazaken. In 2019 realiseerde de restaurantieve horeca (dus excl. hotels) een omzet van **ca. 17,2 miljard euro** (excl. btw). Wel staat de sector de afgelopen jaren economisch onder druk, door kritische consumenten, de opkomst van alternatieve aankoopplaatsen, bezorgconcepten, kostenstijgingen en nieuwe wet- en regelgeving. Met name zaken die zich niet goed weten te profileren of onderscheiden ondervinden negatieve effecten. Toch zijn er ook anno 2022 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 ontplooiën 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 robuuste, ongepolijste en 'stoere' uitstraling, beschikbare ruimte en parkeerruimte bieden bijzondere kansen voor horeca en aanverwante activiteiten. Ook wel gekenschetst als 'Nouveau Ruig'.
- **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.

