



Raadsvergadering	
Volgnummer	36-2016
Onderwerp	Vaststellen Horecabeleid 2016-2019
Programmanummer	3 Economie en werkgelegenheid
Registratienummer	2016-13966
Collegevergadering	26-04-2016
Portefeuillehouder	Wethouder Gerats
Organisatieonderdeel	BO Economie en Cultuur
Behandelend ambtenaar	WJ Doelman Telefoonnummer: 043-350 4470 wimjan.doelman@maastricht.nl
Bijlagen	Horecabeleid
Ter inzage in raadsportefeuille	bijlage 1 Horecabeleid 2016-2019

AAN DE GEMEENTERAAD

Samenvatting

Het nieuwe horecabeleid van de gemeente is terughoudend als het gaat om uitbreiding van bestaande horecaconcepten. Als vuistregel geldt geen nieuwe vestiging anders dan in bestaande horecapanden. Uitzondering vormen vernieuwende horecaconcepten die een toegevoegde waarde hebben voor Maastricht en die passen binnen de buurt. Bij uitbreiding of aanpassing van het aanbod speelt maatwerk een belangrijke rol. Omwonenden krijgen daarom meer invloed via 'straat- en buurtprofielen'. Hierdoor is vooraf duidelijk welke horeca waar mogelijk is. Daarnaast gaat de gemeente in overleg met buurtplatforms en ondernemersverenigingen onderzoeken hoe de klachtenafhandeling verbeterd kan worden en wat de impact is van 'side-events' rond grote evenementen.

Beslispunten

1. Vaststellen bijgaand horecabeleid 2016-2019 en de hierin opgenomen beleidsvoorstellen.



1. Aanleiding, bevoegdheden en context.

De horecanota 2008 is geëvalueerd in 2012. Daaruit kwam naar voren dat het bestaande beleid een goed instrument is geweest. De positie van de horeca in Maastricht is onveranderd hoog gebleven, ten opzichte van regio en Nederland als geheel. Toch heeft het beleid niet geleid tot veel nieuwe kwalitatief sterke horeca-initiatieven. De wens tot actualisatie is dan ook duidelijk, ook vanwege nieuwe ontwikkelingen van winklondersteunende horeca en detailhandel in horecagelegenheden. Uit de bestaande horeca komen op dit punt onvoldoende initiatieven. Daarnaast wordt de concurrentie uit het buitenland meer en meer voelbaar. Daarom richt de voorliggende nota zich op verbetering en versterking van de kwaliteit en de gastvrijheid. De nota is terughoudend als het gaat om meer van het zelfde maar geeft mogelijkheden voor meer vernieuwende concepten.

Gevraagd wordt aan de raad dit Horecabeleid 2016-2019 vast te stellen. Het geformuleerde beleid kan worden gezien als een uitwerking van de economische visie Made in Maastricht en de Visie op de Binnenstad en is een vervolg op de in 2012 uitgevoerde evaluatie van het Horecabeleid 2008.

2. Gewenste situatie.

De voorliggende horecanota wil het gevarieerde horecalandschap, dat Maastricht zijn bewoners en bezoekers biedt in stand houden en versterken. Maastricht is een bezoekers- en ontmoetingsstad en top-3 winkelstad. Maastricht wil meer bezoekers trekken, ook in de midweek (meerdaags verblijftoerisme) om zodoende een duurzame basis te creëren voor de aanwezige detailhandel, de culturele activiteiten en de horecavoorzieningen. Nieuwe functies en combinaties van functies moeten daaraan bijdragen

Het voorzieningenniveau van de horeca moet daarop worden afgestemd, naast de behoeften van de eigen bevolking. Daarom willen we de bestaande horeca in stand houden en nieuwe concepten toelaten, als zij iets toevoegen wat nog ontbreekt, en vooral gericht op voor doelgroepen als jongeren, studenten en internationals. Het horecabeleid zal flexibeler moeten worden om beter te kunnen inspelen op de vraag van de klant en van de ondernemer. Wij sluiten voor de beoordeling aan bij het in de Visie op de Binnenstad benoemde karakter van de buurt en de typering van de straat, waarbij termen als uniciteit, kwaliteit, behoefte van de stad en aantrekkingskracht voor bezoekers een rol spelen. Daarom worden na vaststelling van deze nota zogenaamde buurtprofielen ontwikkeld, in samenspraak met de bewoners. Een voorbeeld daarvan is in de nota opgenomen.



Op een dergelijke manier zijn bewoners in staat invloed uit te oefenen op de vestiging van nieuwe initiatieven, en daarmee op het eigen welbevinden van die bewoner. Het woonklimaat staat volgens sommige bewoners onder druk door de vele activiteiten die in Maastricht worden georganiseerd. Ook de groei van het aantal terrassen draagt bij aan een beeld van onrust en mogelijk daarna vormen van overlast. Aan dat gevoel van de bewoners is een aparte paragraaf gewijd. Het is de uitdaging van dit horecabeleid om de balans tussen ruimte voor een kwalitatief hoogstaande horeca, een aantrekkelijke bezoekersstad en een leefbare woonstad te bewaren. Alleen dan kan Maastricht zijn reputatie op het gebied van stedelijke beleving, winkelstad en gastvrije horecastad in stand houden en een aantrekkelijke stad voor bewoners en bezoekers blijven. Die balans wordt gezocht in de beschreven samenwerking tussen bewoners, ondernemers en gemeente.

Het gewenste horecabeleid is besproken in drie stadsronden, en is de afgelopen tijd besproken met horecaondernemers en bewoners. De in die kaders gemaakte opmerkingen en suggesties van raadsleden, ondernemers en bewoners zijn meegenomen in de nota of zijn reden geweest voor meer uitleg van gemaakte keuzen.

3. Argumenten.

De horecanota 2008 is geëvalueerd in 2012. Daaruit kwam naar voren dat het bestaande beleid een goed instrument is geweest. De positie van de horeca in Maastricht is onveranderd hoog gebleven, ten opzichte van regio en Nederland als geheel. Toch heeft dat beleid niet geleid tot veel nieuwe kwalitatief sterke horeca-initiatieven. De wens tot actualisatie is dan ook duidelijk, ook vanwege nieuwe ontwikkelingen van winkelondersteunende horeca en detailhandel in horecagelegenheden. Uit de bestaande horeca komen op dit punt onvoldoende initiatieven. Daarnaast wordt de concurrentie uit het buitenland meer en meer voelbaar.

De nieuwe horecanota 2016-2019 heeft als motto Kwaliteit, Gastvrijheid en Vernieuwing en is terughoudend als het gaat om meer van het zelfde maar geeft mogelijkheden voor meer vernieuwende concepten.



4. Alternatieven.

Er is overwogen te kiezen voor een meer liberaal regime, waarin meer aan de markt wordt overgelaten en meer concurrentie mogelijk is. Uiteindelijk is daar niet voor gekozen. Reden daarvoor is dat de exploitatie van delen van de horeca onder druk staat en er in principe voldoende horeca in de stad aanwezig is. Het gaat om beperkte toevoegingen van kwalitatieve en nieuwe concepten, ook meer gericht op doelgroepen als studenten en buitenlandse werknemers, waardoor de variatie in het horecalandschap kan toenemen. De aanwezige ondernemers worden uitgedaagd met die concepten te komen.

5. Financiën.

Niet van toepassing

6. Vervolg.

Na vaststelling van deze nota wordt het buurt- of straatprofiel verder uitgewerkt op basis van de karakterisering van de buurten. hier bij is een belangrijke rol weggelegd voor de bewoners van die straten.

Met deze uitwerking wordt het beleid als het ware van handen en voeten voorzien en concreet toepasbaar. Daarnaast is er een aantal nadere onderzoeken aangekondigd ondermeer naar klachtenafhandeling en de impact van side-events rond grote evenementen en wordt het aangekondigde handboek afgerond.

7. Participatie

Het nieuwe horecabeleid is in drie stadsronden besproken met de raad. In de laatste daarvan lag ook een vroege concepttekst ter inzage. Daarnaast is uitgebreid in meerdere bijeenkomsten gesproken met de Klankbordgroep Horeca en met een referentiegroep, bestaande uit ondernemers en bewoners.

Na instemming van het college is deze conceptnota nogmaals tot in detail besproken met de klankbordgroep en de referentiegroep. De aldaar gemaakte opmerkingen zijn vertaald in de nota. Dat heeft ondermeer geleid tot een aparte paragraaf over bewoners en horeca. Conclusie is dat er onder de horecaondernemers sprake is van een breed draagvlak. Bij de bewoners maakt men zich zorgen over de toename van horeca in woonbuurten en de ervaren vormen van overlast. In de uitwerking is daarop



ingegaan, hetgeen geleid heeft tot een toegezegde controle op de klachtenprocedure en voorstellen tot verbetering van de communicatie tussen ondernemers en bewoners.

Burgemeester en Wethouders van Maastricht,

De Secretaris,

P.J. Buijtels.

De Burgemeester,

J.M. Penn-te Strake.

Raadsvoorstel



Bijlage 1.

DE RAAD DER GEMEENTE MAASTRICHT,

gezien het voorstel van Burgemeester en Wethouders d.d. 26 april 2016, organisatieonderdeel BO-Economie en Cultuur, no. 2016-13966;

gelet op

De economische Visie Made in Maastricht
de Visie op de Binnenstad
Ruimte voor ondernemen
Structuurvisie 2030
Evaluatie horecanota 20912

BESLUIT:

1. Vaststellen bijgaand horecabeleid 2016-2019

Aldus besloten door de raad der gemeente Maastricht in zijn openbare vergadering van

de griffier,

de voorzitter,

Horecabeleidsnota 2016-2019

Inhoudsopgave

Voorwoord

0. Samenvatting en leeswijzer
1. Aanleiding
2. Naar een nieuw horecabeleid
3. Uitgangspunten en doelstellingen
4. Resultaten evaluatie 2012
5. Agenda uit de evaluatie
6. Ontwikkelingen en trends
7. Horecabeleid 2016 en verder
8. Horeca en bewoners
9. Organisatie gemeente
10. Relevante aspecten
11. Bijlagen

Horecabeleidsnota 2016-2019

Kwaliteit, Gastvrijheid en Vernieuwing

Voorwoord

Het nieuwe horecabeleid van de gemeente Maastricht heeft voor de komende vier jaar als motto kwaliteit, gastvrijheid en vernieuwing. Voor dit motto is gekozen omdat steeds meer mensen erop uit trekken en steden als Maastricht bezoeken. Kwaliteit in het aanbod vormt een belangrijk deel van de keuze voor een bezoek aan Maastricht. Die kwaliteit moet ook doorklinken in de manier van ontvangst van de bezoeker. De mate van gastvrijheid staat daarbij centraal. Vernieuwing moet tot uitdrukking komen in een meer gedifferentieerd horecalandschap in Maastricht door de start van andere nog niet in Maastricht voorkomende horecaconcepten, die iets toevoegen aan de stad.

Vergeleken met het beleid uit de vorige periode wordt er in dit horecabeleid meer ruimte geboden voor maatwerk. Maatwerk bij nieuwvestiging van concepten met toegevoegde waarde voor Maastricht, maar ook bij vervanging en /of uitbreiding. Daarbij speelt het karakter van de buurt een belangrijke rol bij de beoordeling van de mate waarin een initiatief in een buurt past. Wel willen we bij vernieuwende concepten vaker de grens opzoeken, als dat in het belang van de stad is. De omwonenden krijgen daarin een belangrijke rol, samen met zowel de aanvragende ondernemer als zijn collega's.

Ik wens u en de stad Maastricht veel succes bij de realisatie van het in deze nota verwoord beleid.

Jack Gerats,

Wethouder WMO, Welzijn, Buurten, Burgerparticipatie en Vergunningen.

Horecabeleidsnota 2016-2019

Kwaliteit, Gastvrijheid en Vernieuwing

0. Samenvatting

Na de horecanota van 2008 en de evaluatie van die nota in 2012 heeft Maastricht met de voor u liggende nota haar horecabeleid weer up to date gebracht. Deze horecanota 2016-2019 bevat naast voortgezet bestaand beleid ook onderstaand weergegeven nieuwe elementen.

Meer maatwerk

De mogelijkheid om nieuwe concepten te introduceren, die iets toevoegen aan de stad wordt ruimer. Aan de relatie met de plaats van vestiging wordt meer aandacht gegeven, in die zin dat de horecagelegenheid moet passen in de buurt, waar zij zich wil vestigen. Daartoe is aangesloten bij de buurttypering van de Visie op de Binnenstad. Bewoners worden daarbij actief betrokken. Dit speelt vooral in de buurten rond het centrum maar binnen de singels.

In de Boschstraat, de Platielstraat, Vrijthof Noord en de Markt zal terughoudend enige ruimte worden geboden aan vernieuwende horeca-initiatieven, die passen in het desbetreffende gebied (via een toets). Het publiek zoekt steeds meer een omgeving, waar diversiteit in functies bestaat. Horecaondernemers volgen die ontwikkeling, willen ook in die omgeving zitten en zoeken in die straten naar vestigingslocaties. Afweging blijft geboden, onder meer gerelateerd aan de impact van het initiatief op de omgeving. De besluitvorming verloopt via het college van Burgemeester en wethouders.

Versnelling

Ontwikkelingen gaan heel snel. Daarom heeft deze nota ook ruimere mogelijkheden voor maatwerk. Concepten worden daarbij op hun meerwaarde voor de stad beoordeeld in relatie tot hun omgeving.

Met behulp van het principe “Eerst willen dan kunnen” wordt een versnelling in de afhandeling van een aanvraag beoogd. Bedoeld wordt dat eerst wordt bepaald of een initiatief gewild is op basis van het belang voor de stad en of het concept iets toevoegt aan het horecalandschap. Als dat antwoord ja is, wordt in stap 2 gekeken hoe en onder welke voorwaarden realisatie mogelijk is. Omdat je weet wat je wilt, is de verwachting dat procedures sneller verlopen. Daarnaast heeft een ondernemer snel duidelijkheid over de kansen van zijn initiatief.

Kansen voor winkelgebonden horeca

In de winkelzone worden kansen voor (winkelgebonden) horeca gecreëerd, op de verdieping uitsluitend samen met detailhandel. Daarvoor is een getoetste ontheffing noodzakelijk. Hierdoor wordt beperkt tegemoet gekomen aan de in winkelzones gewenste beleving.

Experimenteergebieden

De nota voorziet in het benoemen van experimenteergebieden om nieuwe concepten uit te proberen, in combinatie met (culturele) evenementen, waardoor meer en andere

doelgroepen naar de stad worden getrokken. Hier zal een relatie worden gelegd met het komende evenementenbeleid.

Voortzetting bestaand beleid

Voor de woongebieden, de periferie en de industriegebieden blijft het terughoudende beleid van kracht. Het college van Burgemeester en Wethouders kan hiervan in uitzonderlijke gevallen afwijken.

Leeswijzer

Deze nota is als volgt opgebouwd.

In de eerste hoofdstukken wordt ingegaan op de aanleiding voor deze nota en de doelstellingen, die er mee worden beoogd.

In de hoofdstukken vier en vijf vindt u de resultaten van de evaluatie van de horecanota 2008 die eind 2012 het licht zag en de agendapunten voor deze nota die daaruit zijn gedestilleerd.

Hoofdstuk zes schetst de ontwikkelingen en trends.

In hoofdstuk zeven volgt dan een overzicht van het voorgestelde beleid tot en met 2018.

Hoofdstuk acht handelt over de bewoners in relatie tot horeca.

De nota wordt afgesloten met de hoofdstukken negen en tien, waarin de gemeentelijke organisatie aan de orde komt en nog wordt ingegaan op relevante reacties uit de stad.

1. Aanleiding

De horecanota 2008 is geëvalueerd in 2012. Deze evaluatie heeft geleid tot een aantal conclusies en aanbevelingen, die onderstaand zijn samengevat.

Citaat uit de evaluatienota 2012:

“Hoofddlijn was dat de huidige Horecanota een goed instrument is gebleken voor het beleidsveld horeca. Zo is de positie van de Maastrichtse horeca, zowel in regionaal als nationaal opzicht, in de afgelopen jaren onveranderd hoog gebleven. Daarnaast is de overlast van de horeca (met min of meer hetzelfde horeca-aanbod) flink gedaald.

Ondanks dat de Horecanota op onderdelen haar waarde heeft bewezen, heeft ze niet geleid tot veel nieuwe (kwalitatief sterke) horeca-initiatieven in de stad. Er zijn wel enkele vernieuwingen mogelijk geworden door het horecabeleid, zoals onder meer winkelondersteunende horeca, maar dit heeft geen ‘boost’ aan de horecakwaliteit in Maastricht gegeven. Er is dan ook nog ruimte voor optimalisatie.”

Een aantal vooral operationele zaken is al uitgevoerd zoals de gewenste verbetering van het terrassenbeleid of is geformaliseerd zoals, meer in lijn met wensen van de (nachtzaak)ondernemers, enige wijzigingen in de sluitingstijden.

Daarnaast speelt de wens tot actualisering van de nota. Er zijn nieuwe ontwikkelingen in winkelondersteunende horeca en op het gebied van detailhandel in horecagelegenheden. Daarnaast wordt de concurrentie uit het ons omringende buitenland meer en meer voelbaar. Daarop moeten antwoorden worden gegeven. Kwaliteit staat daarbij centraal.

2. Naar een nieuwe beleidsnota

Als gezegd is het horecabeleid in 2012 uitgebreid geëvalueerd. Daaruit is gebleken dat het beleid op hoofdlijnen heeft gewerkt. Toch bevat deze horecanota vernieuwende beleidsonderdelen. Dat is logisch omdat er meer en meer vernieuwende initiatieven worden ingediend, die een aanwinst voor de stad betekenen, maar op basis van het vigerend beleid moeten worden geweigerd. Centraal staat het motto Kwaliteit, Gastvrijheid en Vernieuwing, dat voortgekomen is uit de evaluatie van de Horecanota 2008-2012 uit 2013. Toen bleek dat het proces van de visie op de Binnenstad te vroeg kwam voor deze nieuwe horecanota, is gekozen voor een kleine gemeentelijke projectgroep. Daarbij is overleg gevoerd met meerdere verenigingen en belanghebbenden, zoals Koninklijke Horeca Nederland, afdeling Maastricht Heuvelland, klankbordgroep Horeca, diverse horecaondernemers, de Vereniging van Eigenaren Binnenstad Maastricht, ondernemers uit Wijck, Jekerkwartier, de Markt en het Vrijthof, bewonersverenigingen als Vrienden van de Binnenstad, Vrijthof Binnenste Buiten en individuele bewoners. Ook zijn beleidsaccenten besproken bij gelegenheid van de stadsbrede voorlichtingsbijeenkomst voor de horecaondernemers in november 2014.

Het hotelbeleid is bijgevoegd bij deze nota. Het beleid voor dat onderdeel is in een aparte nota beschreven, die inmiddels door de gemeenteraad is vastgesteld in februari 2015. Het terrassenbeleid is begin 2015 vastgesteld en eveneens als bijlage bijgevoegd. Daarmee is tegemoetgekomen aan breed gedragen wens deze drie nota's samen te voegen.

De horecanota is daarmee de gewenste paraplunota geworden voor de gehele sector. Daarmee is nog geen sprake van een integrale nota. Daarvoor zouden de onderliggende nota's ineen gevlochten moeten worden, maar dat is nog toekomstmuziek. Het evenementenbeleid wordt binnen enkele maanden vastgesteld, maar maakt nog geen onderdeel uit van deze nota.

3. *Uitgangspunten en doelstellingen*

Als vervolg op de nota economische speerpunten uit 2005 is in 2012 een nieuwe economische visie 2020 opgesteld, getiteld Made in Maastricht. In deze visie worden de economische piketpalen voor de toekomst geslagen. Maastricht ambieert een duurzame, internationaal georiënteerde kenniseconomie, waarin voor burgers voldoende banen op alle niveaus bereikbaar zijn. De gemeente creëert in haar rol van verbinder en aanjager daarvoor de goede randvoorwaarden, zorgt voor een goed vestigingsklimaat en legt verbindingen tussen cultuurstad, kennisstad en internationale ontmoetingsstad, samen met onze partners in Zuid-Limburg en de (Eu)regio. Made in Maastricht wordt daarbij ingezet als kwaliteitslabel en als identiteit. We zijn ons ervan bewust hoe belangrijk het is om ondernemers optimaal te faciliteren en te ondersteunen.

Deze visie markeert een overgang naar een tijdperk waarin flexibiliteit, ondernemersgerichtheid, proactiviteit en trots op het ondernemerschap centraal staan. Daarbij is gekozen voor drie prioriteiten van de economische visie Made in Maastricht, waar kansen liggen, namelijk op het gebied van kennis en innovatie, het versterken van de relatie tussen economie en cultuur via het bevorderen van de creatieve industrie en het versterken van Maastricht als ontmoetingsstad.

Service en gastvrijheid zit in het DNA van Maastricht en passen bij Maastricht als ontmoetingsstad. Maastricht is nationaal een topwinkelstad en wil in de top-3 van Nederlandse winkelsteden blijven. Daarom zal worden gestreefd naar het faciliteren van nieuwe functies en combinaties van functies in de binnenstad. Daarnaast wil de stad meer en langer verblijf in Maastricht stimuleren en ontmoetingsmogelijkheden voor jongeren, studenten en internationals initiëren.

Maastricht wil meer verblijvende bezoekers trekken om op die manier een duurzame basis te creëren voor het fors uitgebreide aantal vierkante meters winkelvloeroppervlakte in het centrum, de culturele activiteiten in de stad en de aanwezige horecavoorzieningen. Daarmee wordt aangesloten bij de ambities neergelegd in de economische visie. Het voorzieningenniveau van de horeca moet op die ambities worden afgestemd, en natuurlijk ook op de behoefte van de eigen Maastrichtse bevolking en haar directe omgeving.

Het horecabeleid zal hiermee rekening dienen te houden. Daarom zal het horecabeleid op onderdelen flexibeler moeten worden om beter te kunnen inspelen op de vraag van de klant en van de ondernemer. Dit mag echter niet ten koste gaan van het welbevinden van bewoners. Het woonklimaat in delen van de stad staat volgens sommigen onder druk door de vele activiteiten die in Maastricht worden georganiseerd. Ook de groei van het aantal terrassen in de afgelopen jaren draagt bij aan dit beeld van onrust en gevoelde overlast. Het is de uitdaging in dit voorliggend horecabeleid om de balans tussen ruimte voor een

kwalitatief hoogstaande horeca en anderzijds een aantrekkelijke bezoekersstad en leefbare woonstad te bewaren.

Dat kunnen we niet alleen. Die balans zal telkens moeten worden gezocht in samenwerking en overleg tussen ondernemers, bewoners en gemeente.

Samengevat moet het nieuwe horecabeleid er toe bijdragen dat:

- nieuwe ontwikkelingen een kans krijgen, vooral ontwikkelingen die passen bij het imago van de stad die Maastricht wil zijn en die bijdragen aan een hogere kwaliteit van de horeca;
- er een spannender aanbod voor jongeren en studenten komt;
- het horeca-aanbod gedifferentieerd is en kwantitatief en kwalitatief mede voorziet in de behoefte van de doelgroepen uit de economische visie.
- er zoveel mogelijk werkgelegenheid behouden blijft in de horeca;
- er geen ongeoorloofde hinder door horeca-inrichtingen ontstaat en een goede balans gecreëerd wordt tussen horeca en leefmilieu, o.a. door informatieverstrekking, overleg, bemiddeling en, als sluitstuk, een goede handhaving;

Dat betekent overigens niet dat er persé meer horecazaken bij moeten komen. In het voorbije decennium is het aantal vestigingen in Maastricht gegroeid naar ca 500.

Binnen deze horeca heeft zich de afgelopen jaren een stevige verschuiving voorgedaan. Het aantal cafés is de afgelopen jaren meer dan gehalveerd. Veel cafés zijn omgevormd in eetcafé of restaurant, als het ware van drinken naar eten.

Voorts is een trend ontstaan om thuis te koken, voor vrienden en familie of zelfs voor andere belangstellenden (Air D&D). Het lijkt logisch te veronderstellen, dat deze ontwikkelingen invloed hebben op de horeca. De vele kookprogramma's, thuishapjes, bier- en wijnproefavonden, kookclubs etc. waren er zo'n 10 jaar geleden nog niet. Hoe groot die invloed is valt niet te zeggen. De in deze periode toegenomen welvaart heeft in ieder geval tot meer restaurantbezoek geleid.

De horecaondernemers staan daarom voor een grote uitdaging om de branche aantrekkelijk te houden voor de bezoekers. Dit beleid moet die uitdaging ondersteunen en faciliteren.

4. Resultaten evaluatie 2012 in kort bestek

In de evaluatie van de horecanota van 2008 die eind 2012 het licht zag, zijn de beleidsmatige doelstellingen uit de horecanota getoetst. Daarnaast is ook samen met het veld gekeken naar de dagelijkse praktijk.

Toetsing beleidsdoelstellingen

a. Voorkomen ongeoorloofde hinder en balans tussen horeca en leefmilieu

Met behulp van maatregelen als controles en sancties, registratie van overlast en samenwerking met politie is het aantal klachten ten opzichte van 2010 gehalveerd. Gezien het grote aanbod mag worden gesteld dat de horeca in Maastricht nauwelijks ongeoorloofde hinder veroorzaakt en dat er een goede balans is tussen horeca en het leefmilieu. Voor een beperkt aantal probleemcafés blijft handhaving prioriteit hebben. Als zo'n probleemcafé de problemen aan zichzelf heeft te wijten, zou verplaatsing of verandering van concept een te overwegen optie zijn, als handhaving geen soelaas meer biedt. Overigens is, door de groei van het aantal terrassen en het nationale rookbeleid, waardoor bezoekers meer tijd buiten doorbrengen, toename van enige overlast buiten de inrichtingen niet uit te sluiten. Zie ook paragraaf 8 Bewoners en horeca.

b. Positie van Maastricht in de regio behouden en versterken

Met behulp van indicatoren als ondermeer culinaire diversiteit en kwaliteit, aantal hotels, restaurants en cafés per 10.000 inwoners is de positie van Maastricht in beeld gebracht. Daaruit is gebleken, dat de positie van de Maastrichtse horeca in het algemeen is geconsolideerd en soms zelfs versterkt. Landelijk blijft de horeca in deze stad tot de top behoren. Ten opzichte van gemeenten in de Randstad is op het gebied van culinaire diversiteit de positie van de Maastrichtse horeca wat teruggelopen. De grotere multiculturaliteit in die regio lijkt daarvoor een reden. Het restaurantniveau in Maastricht is nog altijd hoog, zij het dat de top wat is afgevlakt, getuige het dalend aantal Michelinsterren in de stad en de regio.

c. Toename werkgelegenheid

Deze doelstelling is niet gehaald. Ondanks inspanningen als het aanbieden van arbeidsmarkttrajecten is de reële werkgelegenheid zelfs gedaald, tegen de landelijke ontwikkeling in, ook door de kleinschaligheid van nieuwe ondernemingen. De economische crisis en demografische factoren spelen daarbij een rol.

d. Nieuwe ontwikkelingen bevorderen

Met het nieuwe horecabeleid wilde Maastricht nieuwe ontwikkelingen een kans bieden. Een voorbeeld daarvan is het toestaan van winkelgebonden horeca, wat een aantal nieuwe, kwalitatief hoogwaardige initiatieven heeft opgeleverd. Toch zijn dit soort initiatieven beperkt gebleven in de geëvalueerde periode. Als oorzaak wordt onder meer gewezen op de relatief strenge vestigingseisen, vooral buiten het horecaconcentratiegebied. Daarnaast hanteren pandeigenaren als brouwerijen veelal graag vertrouwde concepten, om hun omzet te vergroten. Toch is ook de bestaande horeca niet altijd geneigd tot vernieuwing. Men is traditioneel en houdt vaak vast aan de bekende concepten. Het is zaak die bestaande ondernemers te mobiliseren en uit te dagen met nieuwe concepten te komen. Er is elan genoeg in de stad.

e. Een gedifferentieerd aanbod naar doelgroep

Het horeca-aanbod in Maastricht is relatief uniform en voorziet zowel kwantitatief als kwalitatief niet (geheel) aan de behoeftes van bepaalde doelgroepen die zijn genoemd in de Stadsvisie 2030. Hoewel de vraag groeiend is, heeft de markt hier (nog) niet op ingespeeld. De economische crisis zou daar een reden voor kunnen zijn. De in het horecabeleid opgenomen instrumenten om deze doelstelling te bereiken (o.a. gebiedsdifferentiatie) hebben uiteindelijk niet (geheel) het gewenste resultaat gehad.

De praktijk geëvalueerd

Deze signalen zijn benoemd in de evaluatie van 2012 en zijn alle inmiddels opgepakt.

a. Terrassen en terrasvergunningen

Uit de evaluatie kwam vanuit de ondernemers de vraag naar voren naar minder regels en meer mogelijkheden als verlenging van het terrasseizoen, toepassing van duurzame verwarming en gedifferentieerde precarioheffing. Onder meer bewoners vonden de grenzen van de terrasmogelijkheden wel bereikt.

Het op 6 maart 2015 vastgestelde terrassenbeleid geeft antwoorden op deze dilemma's en vragen. (zie bijlage).

b. De sluitingstijden

In overleg met de nachtzaakondernemers en de politie zijn de sluitingstijden in de praktijk aangepast gericht op de wensen van de ondernemers om langer open te blijven en overlast zoveel mogelijk te beperken (zie verderop in deze nota).

c. De gebiedsindeling

Ruimte voor meer of andere horeca zou per deelgebied moeten kunnen worden afgewogen. Nu is de bestaande indeling nogal star. In de bijlagen treft u een schematisch overzicht aan van de mogelijkheden en kansen die er ruimtelijk aan de horeca kunnen worden geboden. Past een initiatief daar niet in, maar is dat wel een verrijking voor de stad, dan kan het maken van een uitzondering mogelijk zijn of wordt naar een andere locatie uitgeweken.

d. De relatie met de gemeente

Deze wordt als redelijk positief ervaren, ook door de inzet van een casemanager Horeca. Regelmatig overleg wordt op prijs gesteld. De administratieve last, bijvoorbeeld de aanvraagprocedures voor vergunningen, werd in 2012 als te ingewikkeld, te tijdrovend en te duur beoordeeld.

Daarom is inmiddels gestart met het project digitaal ondernemersdossier, dat veel heeft verbeterd. Ook de organisatorische verbeteringen via de zogenaamde leanaanpak heeft voor een versnelling in de af te geven vergunningen zorg gedragen. Het Digitaal Ondernemersdossier heeft nog niet de werking die men ermee heeft beoogd, er doet een beperkt aantal ondernemers mee. Er moeten teveel stappen worden doorlopen, waardoor ondernemers zelf snel afhaken. Bovendien is het systeem niet eenvoudig genoeg. Daarom blijven ondernemers van mening dat de communicatie vanuit de gemeente aan snelheid en duidelijkheid kan winnen. Ook de bewoners hebben hun zorgen hierover. Voor bewoners is het lastig om op de hoogte te raken van actuele evenementen in hun buurt. Bijvoorbeeld een te ontwikkelen app zou op dit punt kunnen helpen.

e. Geluid

Volgens ondernemers moet de gemeenten vaker meer en harder geluid toestaan. De bewoners vinden dat het wel wat stiller en rustiger mag.

f. Overig

Hieronder werden genoemd het toch wel uniforme aanbod in Maastricht, vooral voor jongeren en studenten, die van mening zijn dat het horecavoorzieningsniveau niet goed

aansluit bij hun belevingswens.

Inmiddels is door de openstelling van ondermeer de Muziekgieterij en het organiseren van meer festivals gericht op jongeren, het klimaat zeker verbeterd. Toch is er ruimte voor meer op doelgroepen gerichte vernieuwing binnen de horeca.

Op operationeel niveau gaf de evaluatie nog een aantal verder uit te werken punten aan, onder meer op het gebied van horecagerelateerde overlast in brede zin en vereenvoudiging van de BIBOB-procedure. Deze punten zijn inmiddels allemaal opgepakt.

In de bijlagen zal na vaststelling van het beleid een kort overzicht van de stand van zaken per beleidsonderdeel worden opgenomen, dat kan worden gebruikt als een handboek horecabeleid.

5. *Agenda uit de evaluatie*

Uit de evaluatie nota blijkt dat het horecabeleid in zijn algemeenheid als instrument goed heeft gewerkt. Beleidsmatig zijn de doelstellingen veelal gehaald, in de praktijk is veel verbeterd. Op drie thema's is een verbeteringslag wenselijk. Deze drie zijn onderstaand nog eens weergegeven met citaten van de belangrijkste constatering uit de evaluatie 2012. Daarnaast zijn reacties uit de stad van bewoners, ondernemers en belangengroepen gecollecteerd, waarop het beleid een antwoord moet formuleren.

a. Vernieuwing en maatwerk

Alle partijen zijn het erover eens dat het vestigingsbeleid en de gebiedszonering erop gericht moeten zijn echt nieuwe ontwikkelingen mogelijk te maken om zo variëteit in de horeca aan te kunnen brengen / te behouden in de stad.

b. Differentiatie aanbod

Er is behoefte aan meer diversiteit, aansluitend bij de behoeften van alle partijen. Zo zal bijvoorbeeld bezien moeten worden of het mogelijk is om het horeca-aanbod specifiek voor doelgroepen van beleid (o.a. jongeren, studenten, senioren) te stimuleren om ervoor te zorgen dat deze groepen zich in Maastricht thuis blijven voelen en niet meer in de stad uit eten gaan, maar naar andere steden gaan om hun vertier te zoeken.

c. Kwalitatieve impuls

Kwaliteit moet de norm blijven. Bezien moet worden in hoeverre het mogelijk is om de kwaliteit van zowel de bestaande als eventuele nieuwe horeca te vergroten. Moet er bijvoorbeeld gericht en actief naar bedrijven worden gezocht die zich als hoogwaardige concepten in de stad kunnen vestigen? Kan er ruimte worden geschapen voor vernieuwing van bestaande horeca en zijn de zittende ondernemers daartoe in staat?

d. Geluiden uit de diverse gevoerde overleggen

- Winkeltijden
- Evenementen
- Aandacht voor paracommercie
- Nachtzaken
- Jeugd en alcohol
- Toegankelijkheid voor mindervaliden
- Duurzaamheid

Deze onderwerpen zullen in het nieuwe horecabeleid worden meegenomen, voor zover voor dit beleid relevant.

6. *Ontwikkelingen en trends*

Ook in de horeca staat de ontwikkeling niet stil. De bruine kroeg als synoniem voor het café heeft het moeilijk. Naast een drankje bieden steeds meer cafés nu ook eten aan, waardoor de positie van het café-restaurant en het restaurant als pure eetgelegenheid onder druk komt te staan. Nieuwe concepten als loungegelegenheden, brasseries, foodcourts en totale all you can eat- belevingen vechten vaker om dezelfde gast, die in de periode 2008 tot 2013 als gevolg van de economische crisis toch al minder uit eten is gegaan, blijkens signalen van ondernemers. Ook hier is beleving het toverwoord. Pop-up restaurants duiken vaker op, tot ongenoegen van de zittende ondernemers, die wel het gehele jaar door de vaste lasten betalen.

Nieuwe doelgroepen worden in Maastricht niet echt bereikt. Bijvoorbeeld jongeren vinden in Maastricht maar moeilijk de gelegenheid die bij hen past. Dat geldt ook voor de congres- of beursbezoeker, die later op de avond is aangewezen op een café.

Door KHN gesignaleerde trends in de horeca zijn in Maastricht nog niet altijd geland. KHN onderscheidt de volgende zes trends vanuit de klant/gast.

Trend 1: Puur

De gast gaat steeds bewuster om met wat hij eet en drinkt. Er is een toenemende vraag naar eerlijke en pure ingrediënten, met respect voor de afkomst, de bijproducten en het afval dat hiermee geproduceerd wordt. Hoge kwaliteit en ambachtelijkheid worden zeer gewaardeerd. Duurzaamheid is een steeds belangrijker onderwerp voor gasten. Consumptie mag niet nadelig zijn voor de maatschappij en dient waar mogelijk maatschappelijk verantwoord zijn. De gast wil een goed gevoel overhouden aan horecabezoek. We zien een groeiende aandacht voor authenticiteit, oorsprong en eenvoud.

Trend 2: Persoonlijk

Gasten willen hun geld niet meer aan “een instantie” geven, maar verwachten ‘iemand’ met persoonlijkheid en karakter. Ze verkiezen het verhaal boven het product. Producten en diensten worden niet langer alleen als functioneel gezien; een gast wil er een waardevolle herinnering aan overhouden. Dit vraagt innovatie en vernieuwing van horecaondernemers, om gasten te blijven verrassen. Onderscheidend is hier het sleutelwoord: de gast zoekt een unieke ervaring en wil hiervoor betalen. We zien een groeiend belang van onderscheidend vermogen voor bedrijven.

Trend 3: Peer-2-Peer

Consumenten keren zich af van instanties zoals banken, grootbedrijven, leveranciers en de overheid. Men doet het liever samen of zelf. Er vindt een omslag plaats richting de economie van de participatiemaatschappij, waarin consumenten meer zelf produceren en ruilen en delen met elkaar. De tijd van massaconsumptie is definitief voorbij. Goederen zijn toegankelijk voor iedereen in plaats van in eigendom en ook investeren vindt steeds vaker

plaats via crowdfunding

Trend 4. Hyperactieve levensstijl

Tijdens de dag schakelen mensen meerdere keren om van activiteit. Werken, leren, ondernemen en vrije tijd wisselen elkaar af en lopen door elkaar heen. Deze diverse momenten vinden vaak plaats in de horeca waar de gast met telefoon, tablet of laptop 24/7 iedereen kan bereiken en alles kan bestellen en kopen. Gasten willen niet meer wachten, ze verwachten dat zij in hun mobiliteit gefaciliteerd worden. De gast is altijd bezig, altijd mobiel en altijd onderweg. We zien dit sterker terugkomen in de nieuwe generaties die met nieuwe technologieën zijn opgegroeid. We zien dat in consumentengedrag een grotere rol is weggelegd voor sociaal, lokaal en mobiel.

Trend 5. Samenwerken – los van tijd en plaats

Auto's, treinen en stations worden werk-, woon- en winkelplekken nu de gast steeds mobieler wordt en meer tijd 'onderweg' besteedt. De scheidslijn tussen de online- en de offlinewereld verdwijnt: een gast gaat een website net zo belangrijk en relevant vinden als de locatie zelf. Met de verkleining van de detailhandel wordt horeca de plaats waar consumentenmerken hun merk kunnen laden. We zien een groeiend belang van samenwerken in plaats van concurreren. Ook tussen ondernemers.

Trend 6. Gezondheid

Consumenten vinden een gezonde levensstijl steeds belangrijker en zij vinden dat de horeca hier een belangrijke rol in speelt. Gasten hebben steeds minder tijd en meer stress en drukte. Zij hebben in toenemende mate behoefte aan ontstressen, relaxen, ontgiften. Gasten zijn op zoek naar balans, zingeving en inhoud. Technologie maakt het mogelijk om constant rekening te houden met gezondheid en ervoor te zorgen dat lichaam, omgeving, kinderen en zelfs planten gezond blijven. We zien gezondheid als belangrijke consumentendriver de komende jaren.

Trends in de branche zelf

De Rabobank signaleert in haar branche-informatie (Rabobank Cijfers en Trends, 30 april 2015) voor de horeca een aantal ontwikkelingen binnen de branche zelf. Genoemd worden:

- Schaalvergroting; toenemende verkoopoppervlakte en ketenvorming
- Ver gaande branchevervaging tussen horeca en retailconcepten
- Ontwikkeling van concepten, gericht op speciale doelgroepen of leeftijdsklassen
- Beleving wordt steeds belangrijker; toename van unieke concepten als themacafés in monumentale panden, benutten van industriële concepten voor horeca, het brouwen van eigen bier of organisatie van eigen festivals.

Kansen en bedreigingen

De bank onderscheidt voor de sector als geheel onderstaande kansen en bedreigingen.

Kansen

- Toename eenpersoonshuishoudens en buitenhuisconsumptie
- Vergrijzing en opkomst van kapitaalkrachtige senioren
- Toenemende behoefte aan maximale beleving en unieke concepten
- “One size fits all” past niet meer, de consument zoekt een uniek voor hem gemaakt product, bier of wijncafé bijvoorbeeld.
- Inkooprijks kan dalen onder invloed van toenemende concurrentie tussen drankleveranciers.

Bedreigingen

- Kosten zijn fors gestegen, margebehoud moeilijk te realiseren
- Verkooprijks heeft kritische grens bereikt, waardoor consument afhaakt
- Traditionele cafés kennen een structureel dalende vraag
- Branchevervaging zorgt voor groeiende concurrentie.
- Festivals en evenementen zorgen daar ook voor
- Structurele mismatch tussen aanbod (te veel) en vraag.

Perspectief

Moeizame marktomstandigheden blijven. Er wordt nog een kleine krimp verwacht, maar ook kan worden geprofiteerd van stijgende consumentenbestedingen. Daling van het aanbod leidt tot minder gespannen marktsituatie. De structurele kostenstijging lijkt te stagneren, maar de consument blijft kritisch ten aanzien van zijn uitgaven. Hij wil waar voor zijn geld en bewust genieten. Een uniek concept, goed gastheerschap, service en belevingswaarde zijn hierbij belangrijk.

Desalniettemin is de prognose voor de komende jaren negatief. Aanbod en vraag sluiten niet altijd meer op elkaar aan. Cafés bieden meestal een standaardproduct tegen een hoge prijs. Zo'n café zal langzaam uit het straatbeeld verdwijnen. De consument zal kiezen voor strandcafés, speciale biercafés, clubs met eigen festivals of sterk gethematiseerde cafés met bijvoorbeeld cabaretvoorstellingen of voor thuis eten en drinken, met vrienden of in de vorm van een eetclub.

Conclusie

Er dienen zich een aantal conclusies aan op basis van deze trends. Het traditionele café staat als horecaonderdeel onder druk. Hun aantal zal afnemen. Het horecalandschap zal zich moeten aanpassen aan de sterk veranderende wensen van de consument. Unicitéit van concept, goed gastheerschap en service staan centraal bij de horecaondernemers van de toekomst. Alleen dan heeft de horeca in het algemeen kansen op een goede toekomst, en kan Maastricht zijn goede naam op het gebied van de horeca behouden en versterken.

7. Het horecabeleid 2016 – 2019

7.1. Vernieuwing en Maatwerk

In de horecanota 2008 is ten aanzien van de vestiging van horeca uitgegaan van een gebiedszonering in de stad op basis waarvan de mogelijkheden tot vestiging vooraf in beeld waren gebracht. De stad werd daartoe in zes gebieden onderverdeeld, te weten :

- de winkelzone,
- horecaconcentratiegebieden ,
- overig centrum binnen de singels ,
- woongebieden,
- de periferie en
- Industriegebieden en kantoorparken

Daarbij zijn de horecaconcentratiegebieden gelegen in deels de winkelzone en deels in overig centrum.

De in het bestaande beleid gehanteerde gebiedsindeling heeft veel goeds gebracht. De bestaande markt heeft een zekere bescherming genoten, waardoor er niet veel dezelfde soort bedrijven is bijgekomen. Dat die beschermende maatregelen nodig zijn geweest blijkt ook uit geluiden van ondernemers. Velen zeggen dat de horecasector misschien wel gezond oogt, maar dat over de volle breedte niet is. Het water staat veel ondernemers aan de lippen. Ongecensureerde toevoegingen van horecaconcepten worden daarom niet overwogen. Anderzijds kun je concluderen, dat de mogelijkheid om nieuwe concepten aan te trekken en daarvoor ruimte te bieden ook niet echt heeft gewerkt. Wat gaan we aan deze toch enigszins tegengestelde problemen doen?

Aanpassing van de gebiedsindeling in brede zin wordt niet overwogen. Gekozen wordt voor voortzetting van het restrictieve beleid. Dat wil zeggen dat er een terughoudend beleid wordt gevoerd, waarbij niet veel nieuwe horeca meer zal worden toegestaan op nieuwe locaties. Geconstateerd is namelijk, dat als een pand eenmaal een horecabestemming heeft gekregen, die bestemming er in de praktijk nooit meer af gaat. Dat leidt tot uitbreiding van het aantal horecavestigingsmogelijkheden en daarmee tot verdunning in de markt, waar er in principe al meer dan genoeg horeca is. Bezien wordt dan ook of een concept een horecavergunning kan krijgen die aan dat specifiek concept is gekoppeld. Stopt het concept, dan stopt tegelijkertijd de horecabestemming.

Maatwerk en buurtkarakters

Gaat de stad dan op slot voor nieuwe initiatieven? Dat is niet de bedoeling. Maatwerk moet centraal komen te staan. Daarbij wordt gekeken naar uniciteit van het initiatief, de plaats van vestiging en de omgeving, de buurt en het karakter van die buurt waar het initiatief gaat landen. Daarbij zal de buurttypering en -karakterisering van de Visie op de Binnenstad worden gebruikt, om op die manier te kunnen beoordelen of het mogelijk van kleur verschieten van locaties (bijv. van detailhandel naar meer horeca) in zo'n buurt moet kunnen of niet. Andere overwegingen betreffen de relatie tussen het initiatief en de (positie van) bewoners, die meestal alleen de mogelijke overlast op zich af zien komen en zich machteloos

voelen. Zij moeten een duidelijke rol spelen bij de beoordeling van nieuwe initiatieven. Daarmee wordt bereikt dat beide partijen door het college worden gehoord bij de besluitvorming. Zie ook bijlage 2.

Vooraf in het gebied “overig centrum” zal dat maatwerk worden gevraagd. Daarbij kan een nieuw initiatief strijdig zijn met de vigerende bestemming (het bestemmingsplan centrum). Als daarvan sprake is, moet die strijdigheid worden opgelost bij de feitelijke realisatie via afwijkingsbesluit van het college. Op voorhand aanpassen van het bestemmingsplan is niet aan de orde, want zou mogelijk te veel ruimte geven.

7.1.1. De horecagebiedszonering

De in de horecanota 2008 aangegeven zonering kent per zone verschillen in de vestigingsmogelijkheden. Per gebied wordt een overzicht geboden van de huidige situatie en de voorgestelde beperkte aanpassingen. De mogelijkheden zijn weergegeven in een tabel aan het einde van dit hoofdstuk. Daarin is snel te zien welke horeca op welke plek zou kunnen landen. Het ligt in de bedoeling dergelijke tabellen voor elke buurt binnen de categorie “overig centrum” te ontwikkelen en in overleg met de buurt (platforms) vast te stellen. De grenzen tussen de verschillende zoneringen zullen zo worden gekozen, dat aan beide zijden van een straat in principe dezelfde vestigingsmogelijkheden kunnen bestaan.

7.1.2. De Winkelzone

De aanwezige horeca is gericht op het winkelend publiek en draagt bij aan het multifunctionele karakter van de binnenstad. Nieuwe vestiging van horeca in dit gebied (m.u.v. “droge” horeca) wordt in het algemeen nu niet toegestaan, omdat omzetting van detailhandel naar een horecafunctie in strijd is met het gemeentelijk detailhandelsbeleid. De horeca moet zijn gericht op het winkelend publiek (aansluiten bij de openingstijden) en aanvullend zijn op het huidige aanbod. Het college van B&W kan in uitzonderingsgevallen in afwijking van het bovenstaande een horecafunctie aan een pand toekennen. In de winkelzone kan horeca onder voorwaarden worden toegestaan. Horeca-exploitatie mag in de winkelzone op de begane grond en in de kelders voor zover passend binnen de overige gerelateerde regelgeving. Op de andere verdiepingen van de horecapanden mogen ondergeschikte horeca-activiteiten plaatsvinden, zoals garderobe, toiletten, keuken, opslag of vergaderfaciliteiten. Deze activiteiten mogen niet leiden tot overlast voor de bewoners van belendende percelen. Uitzondering op deze regelgeving zijn bestaande horecagelegenheden met een al vóór dit beleid vergunde horeca-exploitatie op de verdieping. Een dergelijke vergunning is overdraagbaar.

In principe voldoet bovenstaand beleid in de winkelzone. Toch is meer flexibiliteit gewenst. Immers, ondernemers kiezen vaker voor een pand dan voor een gebied en willen in dat pand hun droom realiseren. Er komen dan ook meer aanvragen binnen voor concepten, die meer willen zijn dan een kopje koffie bij de aankoop van bijvoorbeeld kleding of meubels. Een afweging of een dergelijk concept iets toevoegt aan de stad Maastricht, moet kunnen worden gemaakt. Daarom wordt in die gevallen voorgesteld te komen tot maatwerk, gebaseerd op de in de Visie op de Binnenstad aangegeven vestigingscriteria met betrekking

tot de mogelijkheden in deze zone.

De in het bestemmingsplan geformuleerde randvoorwaarden zullen in eerste instantie niet worden aangepast om deze gewenste flexibiliteit mogelijk te maken. Gekozen wordt voor een afwijkingbesluit van het college op basis van beleid binnen de kaders van de vigerende bestemming.

Naast de winkelgebonden horeca zou in dit gebied meer ruimte moeten kunnen worden geboden aan horecaconcepten met verkoop van producten (zgn. blurring, zie verderop). Dit is nu wettelijk nog niet toegestaan.

7.1.3. *Horecaconcentratiegebieden*

In horecaconcentratiegebieden voldoet aan het bestaande beleid. Naar de mening van de zittende ondernemers is in die gebieden voldoende horeca aanwezig. Toevoegingen zouden leiden tot vershraling. Er zullen dan zeker zaken omvallen. Dat kan niet de bedoeling van het beleid zijn, maar aan de andere kant, mocht zo'n ontwikkeling plaatsvinden, dan biedt dat kansen omdat er ruimte ontstaat voor andere concepten. Op de wenselijkheid van zich aandienende initiatieven moet dan snel kunnen worden gereageerd (maatwerk in marktwerking). Ook in de horeca is er natuurlijk een normaal ondernemersrisico.

In sommige stadsdelen is uitbreiding van de vestigingsmogelijkheden wel zeker gewenst, bijvoorbeeld omdat de bestaande functies of bestemmingen geen toekomst meer hebben. Suggesties daarvoor zijn de theaterzijde van het Vrijthof en delen van de Markt, waar de kantoorfunctie vrijwel is verdwenen. Daar is de horecaontwikkeling al dusdanig dat ook in de nog resterende panden horeca mogelijk moet zijn. In overleg met de ondernemers en de omwonenden moeten de mogelijke opties worden benoemd. Want de omwonenden hebben te respecteren rechten en verwachtingen. Verandering van functie zal dus zorgvuldig en met oog voor de omgeving moeten worden geregeld. Daarbij zal de politie zeker worden betrokken, vanwege de nachtcafés, de drugscene en -koeriers

Ook in nieuw te ontwikkelen gebieden als Sphinxkwartier is toevoeging van horecaconcepten aan de orde, binnen het beleid van deze nota.

7.1.4. *Overig centrum*

Nieuwvestiging van horeca is in deze zone niet direct mogelijk. Uitzonderingen zijn nu nog beperkt mogelijk en onder bepaalde voorwaarden. Deze voorwaarden worden op dit moment als te rigide ervaren. Het is bijvoorbeeld feitelijk niet of nauwelijks aan te tonen dat een concept niet is te realiseren binnen bestaande horecapanden in het centrum. Ook is het criterium om Wonen als hoofdfunctie te definiëren (criterium: meer dan 50% van de vloeroppervlakte in een straat wordt bewoond) voor meerdere uitleg vatbaar. Het lijkt daar duidelijker om uit te gaan van straten, panden of adressen.

De Platielstraat, het Amorsplein en de Boschstraat zijn straten waar inmiddels een mix van detailhandel en horeca is ontstaan. Daar is een voor het publiek aantrekkelijke omgeving ontstaan met veel diversiteit. Horecaondernemers willen aansluiting zoeken bij hun publiek en zoeken dus ruimte in dergelijke straten. Dat blijkt ook uit de ingediende initiatieven.

Daarom zal voor die ontwikkeling beperkt ruimte worden geboden in het licht van de wens een gevarieerder horecalandschap te bereiken.

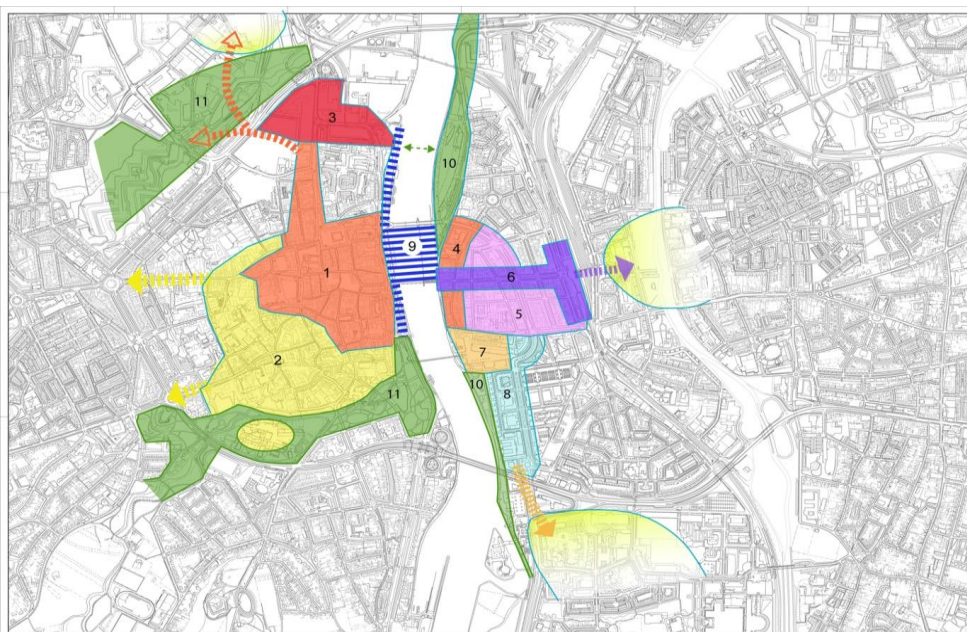
Er zal streng op moeten worden toegezien, via vergunningverlening en handhaving dat er geen functiewisseling zal plaatsvinden (van rustige naar minder rustige horeca). Horeca, die reeds gevestigd is middels vergunde exploitatie bij het vaststellen van dit beleid, kan worden gecontinueerd (en kan worden overgedragen).

Aan de andere kant is het aantal aanvragen voor vestiging in deze wijken groeiende. De wijken hebben een aantrekkelijk karakter en eigenheid, waar bepaalde horecaconcepten prima een plaats kunnen vinden. In de discussie rond de totstandkoming van deze nota is door ondernemers en bewoners herhaaldelijk gewezen op een andere manier van omgaan met dergelijke initiatieven. Daarbij worden de buurtkarakters als beschreven in de Visie op de Binnenstad als leidraad gebruikt, Indien een gewild initiatief niet direct past binnen het karakter van de buurt, wordt in overleg met bewoners en ondernemers een advies opgesteld. Het college van burgemeester en wethouders kan dan vervolgens een besluit over de voorgenomen vestiging nemen.

In de Visie op de Binnenstad is onderstaande doelstelling opgenomen over het omgaan met buurtkarakters.

“In 2030 worden de verschillende buurtkarakters in de binnenstad optimaal benut. Buurtkarakters die verder tot ontwikkeling gekomen zijn, niet door sturing van bovenaf, maar door het geleiden van de dynamiek die er is. De buurten bieden ruimte aan initiatieven die daar qua karakter het beste bij passen. De gebieden Hartje binnenstad, Bassin/Sphinx, Percée en Maas (1, 3, 6 en 9) zijn het meest aantrekkelijk voor (grotere) initiatieven op het gebied van detailhandel, horeca, leisure en evenementen; ook die van grotere omvang. De gebieden Binnenstad zuidwest, Wyck-Rechtstraatkwartier, Wyck-Singelkwartier, Plein 1992, Avenue Céramique, Oostelijke maasoever en Parken (2, 4, 5, 7, 8, 10 en 11) hebben een rustiger karakter.”

Bron: Visie op de binnenstad (2015)



De nummers verwijzen via de toelichting boven de kaart naar de onderscheiden gebieden, die naar typering een eigen kleur hebben

De kaart is op A3 formaat ook in de bijlagen opgenomen, ter wille van de leesbaarheid.

Een en ander is in de Visie op de Binnenstad uitgewerkt in een karakterisering van de beschreven buurten in de vorm van een gebruikstypering. Deze typering is onderstaand verkort opgenomen.

Op de hoofdwinkelroute (Boschstraat, Markt, Grote Staat, Kleine Staat, Maastrichter/Wycker Brugstraat en Stationsplein) staat beleving voorop. Beleving van de binnenstad in het algemeen en beleving van de winkelfunctie. Omdat de detailhandel steeds dynamischer wordt, moeten de winkels kunnen inspelen op ontwikkelingen. In dit kader moet de hoofdwinkelroute ook ruimte kunnen bieden voor winkelformules van grote omvang, eventueel door panden en/of verdiepingen samen te voegen. Dit mag echter niet ten koste gaan van de monumentaliteit en identiteit: monumenten mogen niet onomkeerbaar verbouwd worden en het historische karakter moet behouden blijven. De beleving blijft voorop staan. De exacte ligging en fysieke constructie van de panden zullen dan ook in dit verband bepalend zijn. Woonfuncties op verdiepingen, zeker de bestaande, blijven belangrijk voor de leefbaarheid, ook op de hoofdwinkelroute.

In de overige straten alsmede in gebied 4 (Wyck-Rechtstraatkwartier) is er vooral ruimte voor kleinere winkeltjes en horeca. Hier blijft, ook om verhoging van huurniveaus te voorkomen, grootschalige uitbreiding of uitbreiding naar de verdiepingen in principe niet toegestaan.

Gebied 2 (Binnenstad-zuidwest) heeft een ander, rustiger karakter waar de woonfunctie en het onderwijs met de bijbehorende levendigheid duidelijker aanwezig zijn. Ook hier is er ruimte voor initiatieven, maar dan wel voor een minder omvangrijk publiek dan in de gebieden 1, 3, 6 en 9.

Gebied 3 (Bassin/Sphinxkwartier) moet een gebied worden met een mix van grootschalige cultuur-, leisure- en detailhandel, in combinatie met creatieve, innovatieve en ambachtelijke bedrijven en ruimte voor zzp'ers. Dit gebied maakt tevens deel uit van het kralensnoer binnenstad-grootschalige detailhandel-perifere detailhandel Belvédère.

Gebied 5 (Wyck-Singelkwartier) blijft voornamelijk voorbehouden voor rustig wonen met bedrijven en kantoren. Plein 1992 kent als gebied 7 een levendigheid in de vorm van ontmoetingsplek voor de inwoners van Maastricht en regio, maar ook voor (toeristische) bezoekers. In gebied 8 (Avenue Céramique) zien we voornamelijk grootschaligheid in publieke gebouwen en wonen. Winkels, horeca, leisure en evenementen zijn niet uitgesloten, maar dienen op een specifiek publiek gericht te zijn. Bovendien vormt gebied 8 de schakel naar het gebied Randwyck.

Gebied 9 (Maas) biedt ruimte voor meer relatie tussen stedelijkheid, recreatie en evenementen (bv. licht- en watershows). In de groene gebieden 10 en 11 (Oostelijke maasoever en Parken) kan gerecreëerd worden en is er ruimte voor horeca. Het Frontenpark is in ontwikkeling en biedt daardoor meer ruimte voor experimenten en sluit qua karakter en mogelijkheden meer aan bij gebied 3 Bassin/Sphinx.

Om deze beschrijvingen en typering in de praktijk makkelijker te kunnen gebruiken is deze vertaald in een tabel, waarin de gebruikelijke horeca-indeling is afgezet tegen de buurten uit de binnenstadvisie. Deze tabel treft u onderstaand aan.

Daarbij is Hartje Binnenstad opgenomen ter wille van de volledigheid . De andere gebieden behoren tot de horecazonering "Overig Centrum".

Type horeca	Cat	Toelichting	Hartje Binnenstad	BinnenStad Zuid-west	Bassin Sphinx	Wyck Rechtstraat	Wyck Singelkw artier	Percee	Plein 1992	Avenue Cerami que	Maas
Discotheek	4	≥ 200 bezoeker	X		X						X
Dancing	4	≤ 199 bezoekers	X		X						X
Poppodium	4	grootschalig			X						X
Theater	4	Publiekstrek kend	X		X						
Congres	4	Publiekstrek kend			X						
Café	3	+ Live + terras	X		X						X
Café	3	+ Live	X		X						X
Café	3	+ Terras	X		X				X	X	X
Café	3		X		X			X	X	X	X
Restaurant	3	+ Terras	X		X	X	X	X	X	X	X
Restaurant	3		X	X	X	X	X	X	X	X	X
Fastfood	3	Met DHW	X		X	X					
Restaurant	2		X	X	X	X	X	X	X	X	X
Lunchroom	2		X	X		X	X	X	X	X	X
Fastfood	2	Frituur, grilroom	X		X	X					
Broodjes	2		X	X	X	X			X	X	X
Koffiebar	2		X	X	X	X	X	X	X	X	X
Winkel	1	Winkelonder steunend	X	X	X	X		X	X	X	X
Frituur/ afhaal	0	Detailhandel	X		X	X		X			
Broodjes	0	Detailhandel	X		X	X		X	X		X
Overig	0	Detailhandel	X		X	X		X			

Wit = horeca uitgesloten, tenzij specifieke uitzondering
Cijfers 0 tm 4 = horecacategorie uit bestemmingplan

X = in overweging, te toetsen op uniciteit, plaats en buurt
2 = jaarlijks checken op actualiteit

De indeling is ook op straatniveau bruikbaar. Zie daartoe bijgaande voorbeeldtabel van de Platielstraat. Deze treft u onderstaand aan.

Voorbeeld Platielstraat (niet uitputtend)

Type horeca	Cat	Toelichting	Platielstraat	Toelichting
Discotheek	4	≥ 200 bezoeker		
Dancing	4	≤ 199 bezoekers		
Poppodium	4	grootschalig		
Theater	4	Publiekstrekend		
Congres	4	Publiekstrekend		
Café	3	+ Live + terras		
Café	3	+ Live	X	
Café	3	+ Terras		
Café	3		X	
Restaurant	3	+ Terras		
Restaurant	3		X	
Fastfood	3	Met DHW	X	
Restaurant	2	Zonder DHW	X	
Lunchroom	2		X	
Fastfood	2	Frituur, grilroom	X	
Broodjes	2		X	
Koffiebar	2		X	
Winkel	1	Winkelondersteunend	X	
Frituur	0	Detailhandel	X	
Broodjes	0	Detailhandel	X	
Overig	0	Detailhandel	X	

Wit = horeca uitgesloten, tenzij specifieke uitzondering X = in overweging, te toetsen op uniciteit, plaats en buurt
Cijfers 0 tm 4 = horecacategorie uit bestemmingsplan 2 = jaarlijks checken op actualiteit

Een verzoek om vestiging in deze straat in een pand met een andere bestemming dan horeca wordt afgewogen op de mate van uniciteit (wat voegt dit concept toe aan het horecalandschap van Maastricht) en de gevraagde locatie in de straat. De passendheid in de buurt is in deze tabel aangegeven. Een wit vak geeft aan, dat de betreffende categorie horeca daar niet mag landen. In de Platielstraat is dus geen ruimte meer voor een café met terras.

Deze tabellen zullen met de buurten worden afgestemd en dienen dan als richtlijn. Dan kunnen initiatieven die binnen de tabel en de bestemming passen relatief snel worden afgehandeld. Initiatieven die erbuiten vallen kunnen dan met de buurt worden besproken, zodat er geen zaken tussen wal en schip vallen. Daarna beslist het college. De normale vergunningsprocedure blijft natuurlijk gelden.

Praktijkvoorbeeld

Vooraf:

- Er wordt getoetst aan het nieuwe horecabeleid en het vigerende bestemmingsplan;
- De toetsing vindt plaats door de ambtelijke toetsgroep horeca (samenstelling op basis van nader te bepalen competenties). Deze ambtelijke groep toetst uitsluitend het aspect horeca, met name de toets of het horecaconcept of wijziging past in de omgeving;

- De toetsgroep toetst, afhankelijk van het soort initiatief, aan de hand van een profiel van een wijk of straat, opgesteld door de gemeente in nauw overleg met de buurtkaders en de aanwezige horeca. In het profiel wordt per categorie horeca aangegeven of er mogelijkheden zijn voor uitbreiding in de betreffende categorie. Er wordt ook een inzicht gegeven in de aanwezige horeca (zie fictief voorbeeld van de Platielstraat). De profielschets zal uiteindelijk door het college van burgemeester en wethouders worden vastgesteld. De profielschets wordt herzien op basis van de actuele ontwikkelingen.

Hoe werkt dat nu in de praktijk? Er zijn drie mogelijke initiatieven.

1. Aanvraag voor wijziging bestaande horecazaak
2. Aanvraag voor nieuw initiatief in een bestaande horecazaak
3. Aanvraag voor nieuw initiatief in een niet horecapand

De laatste aangegeven mogelijkheid wordt hier als illustratie besproken. De volledige procesgang kunt u lezen in de bijlage.

Een aanvraag voor een nieuw initiatief in een niet horecapand.

Een dergelijk nieuw initiatief vestigen in een niet horecapand ligt moeilijker en is eigenlijk niet de bedoeling. In principe zal de aanvrager een leegstaand bestaand horecapand moeten zoeken. Uitgangspunt is dat het horeca-aanbod van Maastricht in totaal niet wordt uitgebreid maar kwalitatief wordt verbeterd binnen de bestaande horecaruimte. Alleen een nieuw verzoek met een bijzonder gewild concept maakt een kans in een niet-horecapand. De profielschets is hierbij wederom het uitgangspunt. Past het initiatief in het profiel, is het concept vernieuwend en een aanwinst voor de stad én past het initiatief op deze plaats dan kan in principe worden meegewerkt aan het initiatief. Is het initiatief niet vernieuwend dan zal worden verwezen naar een andere plek in de stad in een bestaand horecapand. Past het initiatief niet in het profiel dan kan worden gekeken naar panden in wijken of straten waar dit wel past in het profiel. Past het initiatief niet in het pand dan wordt eveneens gezocht naar andere mogelijkheden.

Indien een initiatief gewenst is (we willen het initiatief een kans geven in de stad) en niet past in het profiel, dan wordt met de buurt overlegd of dit initiatief een kans maakt. De buurt kan dan meegeven of het initiatief uit het oogpunt van de buurt gewenst is óf dat medewerking kan worden verleend onder bepaalde voorwaarden (geen terras, vervroegde sluitingstijd). Het is dan vervolgens aan het college om af te wijken van de regels.

De toetsing zal het moeilijkste worden op het aspect vernieuwend, gewild in het geval het een niet bestaand horecapand betreft. Waar wordt dan aan getoetst:

- Unicitéit : Hebben we dit al in de stad of zijn er al te veel?
- Gewild : Is er behoefte aan in de stad (bijv. voor studenten)?
- Kwaliteit : Stijgt de kwaliteit van het aanbod (bijv. verzoek van een sterrenkok)?
- Bijzonder: Trekt het initiatief nieuwe bezoekers aan?

Deze werkwijze wordt na 1 jaar geëvalueerd en waar nodig aangepast.

7.1.5. *Woongebieden*

In de woongebieden is vestiging van horecazaken alleen mogelijk in de ontmoetingzones van de woongebieden. Deze zijn beschreven in de uitwerking van de structuurvisie die handelt over ondernemen in de buurt. Daarin is het streven beschreven naar gebieden van clustering, ontmoeting en groei van de (basis)-voorzieningen, gericht op vermindering van de werkloosheid in de wijken. Om dit te bereiken staat de vraag centraal hoe de gemeente Maastricht burgers kan helpen van hun onderneming een succes te maken. Dit ligt niet in het ondernemen zelf, want daar zijn ondernemers zelf verantwoordelijk voor. Wel kan een gemeente faciliteren door snel en duidelijk antwoord te geven op de vraag: Waar kan ik ondernemen? In de ontmoetingsgebieden wordt ruimte geboden aan diverse initiatieven, waaronder ook horecaconcepten. Daarbij is het begrip "minimale voorzieningenniveau in een buurt" niet losgelaten. Dat niveau geldt voor elke buurt. Dat betekent, dat in elke buurt een café, een frituur of een buurthuis/gemeenschapshuis gevestigd mag zijn. De ontmoetingsgebieden bieden wat meer ruimte, maar initiatieven zullen daar ook moeten worden afgewogen.

7.1.6. *Periferie gebieden*

Het gebied buiten de stad en woonwijken kent het zogenaamde buitengebied (het landelijke deel van de stad) en de "stadspoorten" (de stadsentrees). Voor beide gebieden geldt dat de nieuwe horecavestigingen ondersteunend moeten zijn aan het daarbij behorende functioneel gebruik. Bij de entrees van de stad, zoals de Geusselt en Randwijck, geldt dit met name voor de zakelijke markt of het betreft initiatieven waarvoor in het centrum geen ruimte is. De nieuw te vestigen horecavoorzieningen zullen in deze gebieden veelal grootschalig van aard zijn vanwege de ondermeer veronderstelde ruimtebehoefte. Voorbeelden zijn concert- of feestzaal of discotheek. Kleinschalige ontwikkelingen kunnen in de ontmoetingsplekken beperkt worden toegelaten.

Voor het buitengebied moet er een relatie zijn met de landschapswaarden en/of het hoogwaardig toeristisch medegebruik (Hoge Weert, Vaeshartelt, Buitengoed Geul en Maas). De voorzieningen zullen veelal kleinschalig dan wel thematisch zijn. Er zal een binding moeten zijn met natuur- en landschapswaarden van de omgeving.

7.1.7. *Industriegebieden/kantoorparken*

Voor deze gebieden geldt dat nieuwe vestiging van horeca alleen gericht moet zijn op de gebruikers en bezoekers van deze gebieden. De horeca mag niet leiden tot extra bezoekersstromen naar deze gebieden. De openingstijden zijn dan ook hierop aangepast.

Voor eventuele in ontwikkeling zijnde retailclusters als Belvedere is maatwerk nodig om deze ontwikkeling te faciliteren zonder andere horecaontwikkelingen in de weg te zitten.

Vestiging van discotheeken op bedrijfsterreinen is niet mogelijk. Dat zou de vestigings- en exploitatiemogelijkheden voor bedrijven in de zwaardere milieucategorie te veel beperken of onmogelijk maken.

7.1.8. Conclusie

Het vestigingsbeleid voldoet, maar nieuwe concepten vinden maar moeilijk toegang tot de Maastrichtse horeca. Echt nieuwe concepten voegen iets toe en trekken andere doelgroepen naar de stad. Daarbij is een grote rol weggelegd voor de gevestigde ondernemers. Vernieuwing kan ook en misschien vooral ontstaan door verandering van concept bij en door bestaande ondernemers. Dat gebeurt nu nog te weinig. Dergelijke initiatieven zouden zeker worden omarmd. Wel moet ook in die gevallen duidelijk worden beoordeeld, waarom zo'n concept onderscheidend is en of daardoor andere doelgroepen worden bediend, die dat nu nog niet worden. Dan wordt het horecalandschap verrijkt met nieuwe concepten en – zaken en neemt de verscheidenheid toe. Voorbeelden daarvan zijn concepten, die zich richten op het thema gezondheid met producten als smoothies en fruitsappen etcetera, gebruik maken van sterke iconen van de stad als de bijvoorbeeld de Maas, of aansluiting zoeken bij een cultureel ontwikkelde omgeving. Maastricht wordt daarmee aantrekkelijker om te bezoeken. Maatwerk is nodig. Daarbij moet vooral gekeken worden naar doelgroepen van beleid zoals jongeren en studenten. Wat zijn hun behoeften? Hoe kan daarop worden ingespeeld? De laatste jaren is op dat gebied al veel gebeurd. Verwezen kan worden naar de oude brandweerkazerne en de Timmerfabriek/Muziekgieterij. Maar de studerende jeugd voelt zich nog niet erg goed bediend in Maastricht. Dat geldt zeker voor de international students. Zij missen een ruimte om bij elkaar te zijn en ervaringen uit te wisselen en te feesten. Gebieden met een experimenteel karakter zoals bijvoorbeeld de Tapijnkazerne, de Gashouder en andere delen van Belvédère kunnen ruimte bieden voor activiteiten voor die doelgroepen. Het feit dat een dergelijk gebied ruimte biedt aan allerlei ontwikkelingen, zorgt ervoor dat een aantal van die ontwikkelingen ook daadwerkelijk gaat plaatsvinden, vanuit het veel gehoorde principe "Ieder aanbod schept zijn eigen vraag". De inrichting van die gebieden moet flexibel zijn om in te spelen op de kansen. Dat geldt ook voor zich daar vestigende en misschien afwijkende horecaconcepten.

Beleidswijzigingen samengevat:

- **In de winkelzone een afweging mogelijk maken betreffende winkelgebonden/winkelondersteunende horeca, desgewenst ook op de verdieping, alleen samen met detailhandel plaatsvindt, via getoetste ontheffing.**
- **In de Boschstraat, de Platielstraat, Vrijthof Noord en de Markt waar dat kan enige ruimte bieden aan vernieuwende horeca-initiatieven, die passen in het desbetreffende gebied (via getoetste ontheffing).**
- **Nieuwe initiatieven in relatie tot het karakter van de buurt beschouwen . Toets op basis van tabel. Bij afwijkingen beoordelen met bewoners, daarna besluit college.**
- **Op zoek te gaan naar experimenteergebieden om nieuwe concepten uit te proberen, in combinatie met (culturele) evenementen, waardoor meer en andere doelgroepen naar de stad worden getrokken (bijv. Gashouder/ Sphinx-kwartier).**
- **In de andere onderscheiden gebieden blijft het terughoudende beleid van kracht (in principe geen nieuwe vestiging anders dan in bestaande horecapanden). Voor aparte concepten bezien of vergunning te koppelen is aan dat specifieke concept/ondernemer.**

7.2. Differentiatie in de horeca.

Op dit moment is het horecalandschap van Maastricht aan de eenzijdige kant. Pogingen om andere concepten te realiseren zijn niet gelukt of na enige tijd weer gesloten. Ondernemers vinden dat zij in de vestiging van nieuwe concepten het voortouw hebben, maar stellen tegelijkertijd, dat zij de markt kennen en weten wat die markt wil. Dat heeft geleid tot het huidige horecalandschap van Maastricht. Ondernemers hebben aangegeven dat de gemeente niet op hun stoel moet gaan zitten. Toch moeten we als gemeente blijven in de ontwikkelingen en trends, om te voorkomen dat Maastricht voornamelijk achterhaalde concepten huisvest. Foodcourttontwikkelingen zijn er nog niet in Maastricht, terwijl dergelijke concepten in de ons omringende steden een begrip zijn geworden. Veel studenten maken ervan gebruik, omdat de prijs-kwaliteitverhouding goed is. Er zijn enige gelijksoortige concepten ingediend, maar die zijn op niets uitgelopen.

Het faciliteren van nieuwe ontwikkelingen blijft dus belangrijk. Uitdagen van de zittende ondernemers kan helpen, maar acquisitie ook. De gemeente zal, wanneer er zich een interessant concept aandient, daarover snel moeten aangeven of dat concept een toevoeging is, zodat daarna de vraag “waar?” makkelijker kan worden beantwoord.

Beleidswijziging

Ondernemers uit te dagen om met nieuwe concepten te komen.

De gemeente zal zich vervolgens inspannen dergelijke concepten, mits voldoende onderscheidend ook te faciliteren. Oftewel, de gemeente legt de rode loper uit, maar de ondernemers moeten daaroverheen willen lopen.

De gemeente zal snel reageren op marktontwikkelingen, die ondernemers aangeven en actief acteren om het ontstaan van nieuwe concepten te bevorderen.

Regelmatig overleg hierover met de ondernemers is wenselijk (klankbordgroep)

7.3. Kwaliteitsimpuls

Aan de kwaliteit van de omgeving rond de horecazaken is veel aandacht besteed. Uit de evaluatie komt naar voren dat het met de omgevingskwaliteit van de Maastrichtse horeca niet slecht is gesteld. De kwaliteit van de openbare ruimte is hoog, de stad ziet er heel goed uit en dat wordt zeer gewaardeerd.

Over de kwaliteit van de horecaondernemingen zelf wordt veel gezegd, maar niet tegen elkaar. Ondernemers zelf zouden elkaar moeten aanspreken op een slechte uitstraling of exploitatie. Een slechte zaak doet afbreuk aan het beeld van meerdere goede zaken. De indruk bestaat, dat daarin nog ruimte voor verbetering is. Dat geldt ook voor de gastvrijheid.

Als eerder gesteld bepaalt de ondernemer hoe een bezoeker van Maastricht zich ontvangen voelt. Die goede ondernemer is gastvrij naar de gast, biedt service en draagt zorg voor een goed product. Alleen dan voelt een gast van Maastricht zich welkom en komt hij ook weer terug. Deze houding geldt in principe voor alle ondernemers in de stad, niet alleen de horeca.

Gastvrijheid is daarmee een van de hoekstenen van de bezoekersstad, die Maastricht wil zijn. Gastvrijheid dient centraal te staan in ieders handelen. Omdat niet iedereen dat van nature heeft, wordt er via het project gastvrijheid al veel gedaan om de gast zich thuis te laten voelen in Maastricht en in de Maastrichtse horeca. Gezamenlijk dragen gemeente, VVV, Centrummanagement en Maastricht Bereikbaar instrumenten aan als talencursussen en gastvrijheidstrainingen. Er is eenduidige communicatie via een flyer, die de bezoekers/gasten voorziet van praktische informatie op het gebied van parkeren, veiligheid en locaties in/om de stad (plattegrond). Maastricht Bereikbaar draagt bij aan een bereikbare stad, zodat onze bezoekers in een goede stemming de stad binnenkomen. Er zijn hospitalityguides die bezoekers kunnen informeren over evenementen en activiteiten in de stad. Kortom, er gebeurt veel op dit terrein. Daarom moeten we gezamenlijk ook doorgaan op deze ingeslagen weg.

Overigens geldt die gastvrijheid ook voor de eigen inwoners. Immers, veel inwoners zijn tevens mogelijke gasten van de eigen horeca. Ook naar die inwoner heeft de horecaondernemer een verantwoordelijkheid. Gastvrij zijn maar ook het schoonhouden van de ruimte voor zijn zaak, het voorkomen van geluidsoverlast en met de omwonenden goed en tijdig communiceren over evenementen en activiteiten in zijn zaak.

Beleidswijziging

Actief inzetten op het betrekken van meer ondernemers bij de versterking van gastvrije ontvangst van de gast in Maastricht, onder meer door het project gastvrij Maastricht te ondersteunen en uit te dragen.

7.4. Blurring ofwel mengvormen horeca en detailhandel

Verschillende gemeenten hebben de wens om zowel horecagelegenheden als lunchrooms en de detailhandel, ruimte te bieden om in combinatie met alcohol niet alleen dienstverlenend te zijn maar daarnaast ook de mogelijkheid te geven om producten te verkopen en vice versa. Dit is echter binnen het huidige wettelijke kader, de drank en horecawet (DHW) niet toegestaan. Minister Plasterk (BZK) heeft aangekondigd in 2015 met een Experimentenwet te komen, die gemeenten in staat stelt soepeler om te gaan met wet- en regelgeving. De DHW zal daar echter niet onder vallen. Om die reden is VNG op verzoek van een aantal gemeenten een aparte pilot gestart voor het opzetten van een constructie op dit gebied. De uitkomsten van de pilot worden gebruikt bij de evaluatie van de DHW in 2017.

Voorbeelden zijn een restaurant dat olijfolie verkoopt aan de klanten of een kledingwinkel die een modeshow organiseert voor vaste klanten en hen tegen betaling een glaasje Prosecco aanbiedt. Een ander voorbeeld is een horecagelegenheid die de kunst aan de muur of het meubilair te koop aanbiedt. Genoemde voorbeelden zijn in strijd met de Drank- en Horecawet. De wet staat toe dat alcohol verstrekt wordt in horecagelegenheden in het kader van dienstverlening, maar dat verkoop van goederen tijdens alcoholverstrekking uit den boze is. Dit verbod dateert nog uit begin vorige eeuw waarin destijds uitgegaan werd van de stelling dat klanten beschermd moesten worden tegen zichzelf. Het was toen waarschijnlijk nodig omdat het salaris in een enveloppe in de kroeg werd verstrekt. De vrees was dat

werknemers onmiddellijk het volledig salaris uitgaven en ter bescherming is destijds de scheidslijn ingevoerd.

De VNG-pilot start op 1 april 2016 en loopt 1 jaar door. Doel ervan is om in de praktijk ervaring op te doen met verkoop van producten in horecagelegenheden en drankverkoop in niet-horecazaken en allerlei tussenvarianten. Daarvoor worden ondernemers en bedrijven aangezocht, die mee willen doen. Gedurende de pilot worden er door Bureau Berenschot interviews gehouden en cijfers verzameld onder meer over omzetten. Aan het einde van de pilot worden de resultaten door Berenschot gebundeld en door de VNG aangeboden aan de Tweede Kamer rond de behandeling van de evaluatie van de Drank en Horecawet.

Maastricht heeft behoefte aan meer speelruimte binnen de drank en horecawet. Immers, bezoekers van steden als Maastricht zijn uit op beleving.

Door de grensligging is er bij evenementen als bijvoorbeeld Magisch Maastricht veel concurrentie, omdat men in België en Duitsland in de marktkraampjes tegen betaling bijvoorbeeld streekproducten mag verkopen die ter plaatse mogen worden gegeten waarbij een alcoholhoudende drank mag worden verkocht.

Beleidswijziging

Het mogelijk maken van verkoop van branchevreemde maar ook branche-eigen producten in horecagelegenheden, via deelname aan het VNG-project. Daarbij zoveel als mogelijk is zorg dragen voor een level playing field en gelijkwaardige bedrijfsvoering.

8. Horeca en Bewoners

Voorkomen van onnodige overlast staat centraal. We wonen in een stad die veel horeca heeft en waar veel evenementen worden georganiseerd. Het is van groot belang, dat iedereen in een dergelijke omgeving zich aan afspraken houdt. In de participatiemaatschappij van nu is er sprake van een gedeelde verantwoordelijkheid, voor omwonenden en ondernemers. Het regelen van goed en tijdig overleg tussen horecaondernemers en de omwonenden is daarbij van groot belang. Maar het is ook van groot belang dat de horecaondernemer zich houdt aan zijn vergunning. Bijvoorbeeld, het toch maar weghalen van de limiter op de geluidsinstallatie heeft meer hinder aan omwonenden, maar vergroot ook de kans op gehoorschade bij de klanten.

Kortom, het is in ieders belang dat er een balans wordt gevonden tussen woongenot in het stadscentrum en een gezonde exploitatie van een horecagelegenheid. Ondernemers en omwonenden moeten elkaar daarin willen opzoeken. Goede communicatie en het managen van verwachtingen zijn daarbij noodzakelijk. Heldere beelden over de verantwoordelijkheden van alle betrokken partijen horen daarbij. De ingestelde Klankbordgroep Horeca kan een adviserende rol spelen in het bij elkaar brengen van bewoners- en ondernemers(belangen).

Welke opmerkingen zijn er door bewoners aangegeven in relatie tot de horeca?

- Een belangrijke en vaker gehoorde opmerking van bewoners betreft het veranderen van harde voorwaarden in zachtere criteria in relatie tot nieuw vestiging van horeca. De voorliggende nota is restrictief, maar kent voor nieuwe initiatieven zachtere criteria, te weten uniciteit, behoefte van de stad, kwaliteit en aantrekkingskracht voor bezoekers. Zij zouden graag zien dat een harde randvoorwaarde wordt geformuleerd, die nieuwe vestiging van horeca naast woningen niet toelaat. In het gebied Overig Centrum is zo'n voorwaarde niet vast te leggen. De nieuwe benadering van maatwerk, het opstellen van buurtprofielen, waar door vooraf duidelijk wordt wat niet meer kan en wat nog wel, in combinatie met een heldere rol voor bewoners moet nieuwe vestiging beperkt mogelijk maken, uitsluitend als aan de criteria wordt voldaan. Er worden overigens weinig nieuwe concepten aangeboden, die ook daadwerkelijk tot vestiging leiden. In het Jekerkwartier waren er drie nieuwe vestigingen in de laatste tien jaar. Buiten het centrum wordt vooral gekoerst op vestiging van horeca in de zogenaamde ontmoetingsgebieden. Daarmee draagt nieuwe vestiging bij aan het versterken van dat ontmoetingsgebied en daarmee aan de leefbaarheid van de buurt
- Men heeft last van geluidsoverlast, die ontstaat als horecazaken hun deuren niet of niet goed sluiten. In het geval dat dan ook de toegestane volumes worden overschreden wordt het effect nog versterkt. De toegestane geluidsnormen zijn in Maastricht afhankelijk van de geluidsisolatie van de inrichting, waarvoor deze normen gelden. Dat betekent dat met dichte deuren en ramen er buiten de inrichting geen geluidsoverlast kan plaatsvinden. Als men deur of raam open laat staan is het een andere zaak. In de vergunning is geregeld dat de deur niet open mag blijven staan ter voorkoming van overlast. Hier is duidelijk de

ondernemer aan zet. Hij/zij zal moeten worden aangesproken. Werkt hij niet mee, is handhaving aan de orde. Meer en beter contact tussen ondernemer en omwonenden kan helpen de gevoelde overlast te beperken.

- Ook worden genoemd de groei van de terrassen, zowel naar aantal als naar omvang. Er lijken geen grenzen te zijn gesteld aan openingstijden en de omvang van de terrassen.
In het terrassenbeleid is aangegeven, dat in het kernwinkelgebied geen uitbreiding meer plaatsvindt (bestendigingsgebied). Zie ook het kaartje dat is opgenomen in het terrassenbeleid. Daarin is een beperking opgenomen van het aantal en de omvang van terrassen. De sluitingstijden van de terrassen zijn gekoppeld aan de reguliere sluitingstijden van de café's. Uiterlijk om 02.00 uur of soms eerder moet het terras zijn gesloten en opgeruimd ofwel een uur voor sluitingstijd van het exploiterende café. Blijft overlast van een specifiek terras aanhouden, blijktens geregistreerde klachten, dan moet worden bezien of aan de exploitant van dat terras aanvullende eisen moeten worden opgelegd.
- In combinatie voorkomend of afzonderlijk worden buitenhangers, rokers, drinkers en grotere groepen als overlastgevend aangegeven.
Vindt deze overlast plaats naast of bij een café is de uitbater/ondernemer degene, die in eerste instantie zo'n groep moet aanspreken. Blijft de overlast zich voordoen, dan moet een klacht worden ingediend (zie ook klachtenmelding), die ook moet worden geregistreerd. Dit kan eventueel met behulp van de ondernemer in kwestie. Die is immers gebaat bij een goede bedrijfsvoering en dito klachtafhandeling..
- De gesignaleerde verantwoordelijkheid van de uitbaters om hun klanten binnen te houden, wordt niet herkend. Wel is er sprake van verantwoordelijkheid van de uitbater, als zijn bezoekers buiten te luidruchtig zijn.
- Een totale herziening van meldings-/klachtenprocedure en de handhaving, die op dit moment nauwelijks tot niet functioneert.
Er komen niet veel klachten bij de gemeente binnen. Dat kan liggen aan het ontbreken van overlast maar ook aan een niet goed werkende meldings/klachtenprocedure. Nu is het zo, dat klachten kunnen worden ingediend bij de milieulijn 14043 over (geluids)overlast worden ingediend. Dat nummer is 24 uur per dag bereikbaar. In die gevallen dat er een storing is of de bereikbaarheid anderszins niet goed is, dan moet daarvan per mail melding worden gedaan aan de gemeente, zodat gericht nader onderzoek kan volgen.
De werking van de klachtenprocedure en de handhaving zal intussen worden doorgelicht om te bezien of en waar er verbeterlagen kunnen worden gemaakt. Daarbij zal de vraag naar meer transparantie worden meegenomen, met de terugkoppeling naar de melder.

- Er wordt bij bewoners niet gevoeld, dat hun klachten serieus worden benaderd. Het kost veel moeite om hiervoor de vereiste aandacht te verkrijgen.
In deze horecanota, hoewel een sectorale nota, is veel meer aandacht voor de bewoner dan in eerdere nota's. Dat uit zich in de aanwezigheid van deze paragraaf, maar ook en met name in de geformaliseerde rol, die bewoners bij de beoordeling van nieuwe en onderscheidende initiatieven zullen spelen. Zie ook de opmerking over de doorlichting van de klachtenprocedure hiervoor. Tijdige terugkoppeling naar de melder is daarvan een onderdeel.

9. *Consequenties Gemeentelijke organisatie*

a. Voorlichting en communicatie

Snellere communicatie staat bij ondernemers voorop. Bij evenementen willen ondernemers graag tijdig worden geïnformeerd over de gevolgen voor de locatie en de mogelijkheden voor hun bedrijf.

De voorlichtingsbijeenkomsten worden gewaardeerd, maar worden door een kleine groep bezocht. Over de wijze waarop andere ondernemers worden bereikt en de snelheid waarmee, zijn stappen in de goede richting zeker mogelijk.

Ook bij de aanvraag voor een vergunning is snelle en duidelijke communicatie gevraagd. Het gaat vooral over de termijn waarop de vergunning zal worden verstrekt.

Bij communicatie moeten ook de bewoners niet worden vergeten. Bij afgifte van vergunningen voor evenementen of andere activiteiten binnen een horecagelegenheid is het ook voor de ondernemer van belang dat er in de buurt draagvlak dan wel acceptatie is voor zijn activiteit. Tijdige communicatie naar bewoners is sleutel voor succes. Te laat wordt niet meer ingehaald.

Beleid

Tijdige en goede communicatie naar horecaondernemers en omwonenden is een essentieel onderdeel bij de organisatie van een evenement of van de aanvraag voor een vergunning. Dat geldt voor alle betrokken partijen, gemeente, organisator, (horeca)ondernemer en omwonenden. Communicatie is geen sluitstuk, maar een essentieel onderdeel van een evenement of activiteit.

Onderzocht zal worden of via bijvoorbeeld een breed toegankelijke app, waarin horecavergunningen, evenementen en activiteiten kunnen worden aangegeven of gemeld, de communicatie kan worden ondersteund.

b. Casemanagement

Met het casemanagement voor horecaondernemers zijn goede ervaringen opgedaan. De ondernemers zijn er tevreden over. De toegankelijkheid is goed evenals de relatie met het bedrijvencontactpunt, dat het eerstelijns contactpunt is binnen de gemeente voor ondernemers met vragen over vestiging, benodigde vergunningen enzovoort binnen de gemeente. Men vraagt daarbij om snellere reactie op initiatieven en nieuwe concepten. Door de beoordeling van de toelating van dergelijke concepten te leggen bij een ambtelijke toetsgroep, is een degelijk en afgewogen advies binnen een relatief korte periode beschikbaar, vanwege de heldere criteria ("Willen gaat voor kunnen", buurttabellen). Een feitelijke aanvraag kan dan ook sneller worden afgehandeld. Deze toetsgroep komt regelmatig bij elkaar en wordt administratief ondersteund.

Beleid

Instellen van een ambtelijke horecatoetsgroep om initiatieven sneller te beoordelen. Bij die beoordeling is de eerst te beantwoorden vraag: Wil Maastricht een dergelijk

initiatief huisvesten. Vraag 2 is dan: Kan het initiatief worden gerealiseerd op de gevraagde plek. Dus eerst het willen beoordelen, dan het kunnen.

De bestaande klankbordgroep Horeca komt ca. éénmaal per kwartaal bijeen, om de wethouder te adviseren.

c. Vergunningverlening

Het organisatieonderdeel dat de aangevraagde vergunningen afgeeft, is in het afgelopen jaar bezig geweest om de vergunningverlening te stroomlijnen. Daartoe is een nieuw systeem geïntroduceerd, dat alle betrokken ambtenaren in staat stelt tijdig een deeladvies uit te brengen. Door toepassing van Lean-principes en een geautomatiseerde vergunningenstraat worden vergunningen sneller verstrekt.

Dat wil zeggen, als de aanvragende ondernemer de vergunningsaanvraag tijdig en volledig heeft ingediend. Daaraan schort het nog al eens. Ook al worden vooraf ingevulde formulieren naar de ondernemer ter ondertekening toegezonden, dan nog komt te late indiening vaker voor dan wenselijk is. Daardoor komt de afhandeling van andere vergunningen in de knel, waardoor de aanvragers daarvan mogelijk worden gedupeerd. Te late indieners zitten dus hun collega's in de weg. Daarom is tijdig indienen van de vergunningsaanvraag noodzaak.

Tot dusverre wordt te late indiening vaak door de vingers gezien, vanwege het belang van de ondernemer of het belang van de stad. Daarmee wordt ongewenst gedrag als het ware beloond. Dat kan niet de bedoeling zijn.

Toiletvoorzieningen

Nieuw in de vestigingseisen is de koppeling tussen het bieden van zitgelegenheid in of buiten de betreffende zaak en de beschikbaarheid van toiletten. Als men binnen in de zaak of buiten op een terras gelegenheid biedt om eet-of drinkwaren ter plaatste te nuttigen, dient er in de zaak toiletgelegenheid beschikbaar te zijn.

Waar dat nu niet het geval is maken gasten mogelijk gebruik van de toiletgelegenheid van de aanliggende gelegenheid. Dat kan reden geven tot klachten

Beleidsgevolgen

De gemeente streeft naar een snelle vergunningverlening bij vroegtijdig aanvragen.

Er wordt strakker toegezien op tijdige indiening van vergunningen vanaf 2016. Bij herhaling worden sancties opgelegd. Dat kan zover gaan als het niet verstrekken van de gevraagde vergunning.

Voortaan dient in alle horecagelegenheden, die gelegenheid bieden om ter plaatse eet- en drinkwaren te nuttigen, een toiletvoorziening aanwezig te zijn. Of dat beleid ook met terugwerkende kracht kan worden ingevoerd, wordt onderzocht.

d. Handhaving

In 2015 is er een meerjarenbeleid handhaving geformuleerd. Daarin is beschreven, hoe

om te gaan met de prioritering van de handhaving op verschillende taakvelden binnen het gehele spectrum van de handhaving.

Voor de handhaving in de openbare ruimte rond de horeca is het volgende te lezen:

Hoge prioriteit wordt gegeven aan grote evenementen, drugsoverlast, fietsparkeren, toezicht vergunning/ontheffen APV, wildplassen en terrassen;

Gemiddelde prioriteit wordt gegeven aan geluid, alcohol 18 min en DHW;

Lage prioriteit wordt onder meer gegeven aan kleinschalige evenementen.

Uit de evaluatie 2012 bleek dat de horeca in Maastricht nauwelijks ongeoorloofde hinder veroorzaakt binnen een goede balans tussen horeca en leefmilieu. Bewoners geven aan, dat melden van ervaren hinder niet leidt tot actie. Zij denken dat er meldingsmoeheid optreedt. Het indienen van klachten over overlast wordt ook als lastig ervaren,.

Momenteel wordt gewerkt aan een speciale Handhavingsstrategie Horeca om gericht en vooraf helder te bepalen op welke onderdelen van de horeca de handhaving zich richt.

Deze Handhavingsstrategie Horeca wordt een richtsnoer voor handhavers. De mogelijke overtredingen binnen de horeca zijn gerangschikt en op waarde geschat (kans x risico). Bij elke constatering is het handhavingstraject en de sanctie aangegeven alsmede de wijze waarop eventueel communicatie plaats vindt.

De strategie wordt vooraf gecommuniceerd met horecaondernemers en andere belanghebbenden zoals bewoners. De verantwoordelijkheid van gemeente, handhavers, horecaondernemers, bewoners en andere belanghebbenden worden daarbij duidelijk in beeld gebracht.

Beleidsgevolg

Actief volgen van de ontwikkelingen op dit punt. Zodra de handhavingsstrategie beschikbaar is, zal deze worden gedeeld in de klankbordgroep en andere belanghebbenden als bewoners.

De mogelijkheid om klachten in de horeca te melden wordt als slecht ervaren, zowel door bewoners als ondernemers. Onderzocht zal worden of en op welke punten de klachtenbehandeling niet voldoet en hoe dat kan worden verbeterd.

e. Procesversnelling

Om te komen tot deregulering en vermindering van administratieve lasten is landelijk besloten een Digitaal Ondernemersdossier in te richten. Dat dossier staat voor de branche open. Aanvragen of wijzigingen van de horecaverunningen kunnen via dit systeem snel en veilig worden ingediend en door betrokken partijen overheid en ondernemer worden beheerd. De ondernemer kan te allen tijde zien welke vergunningen er op zijn zaak van toepassing zijn en de actuele stand van zaken. De communicatie over de inhoud van het dossier verloopt nu soepeler en eenvoudiger. Wij zullen het gebruik van dit dossier komend jaar met de horecaondernemers evalueren. Daarnaast zijn alle processen in de behandeling geanalyseerd en ontdaan van dubbele activiteiten en meervoudige invoer. Alle behandelaars voeren hun informatie in in het zelfde systeem, waarover iedereen de

beschikking heeft. Alle informatie is direct toegankelijk. Resultaat is minder fouten en snellere afhandeling (Lean procesbenadering).

10. Relevante aspecten

Winkelopeningstijden

De feitelijke zondagopenstelling heeft voor de horeca een positief effect gehad op de omzetten. Genoemd worden plussen van 10 a 20% of nog hoger in het weekeinde. De gemeente is gestart met de evaluatie van de winkelopeningstijden en de effecten van de koopzondagen. In het najaar van 2015 was de evaluatie afgerond. Uitkomst daarvan was dat veel ondernemers voor continuering van de mogelijkheid tot zondagsopenstelling zijn. De gemeenteraad heeft daarop besloten de mogelijkheid tot zondagsopenstelling te faciliteren. Over het open mogen zijn op 2^e kerstdag vindt aparte besluitvorming plaats in de eerste helft van 2016.

Evenementen

De georganiseerde evenementen worden afhankelijk van evenement en de plaats nogal verschillend ontvangen. Er zijn ondernemers, die de meerwaarde voor de stad erkennen en de bezoekersstromen die dergelijke evenementen oproepen hartelijk ontvangen. Op andere plaatsen vreest men omzetschade en wil men datzelfde evenement niet voor de deur.

Overleg over synergiemogelijkheden wordt meer en meer gevoerd. Sommige horecaondernemers zien daarbij ook een rol voor zich zelf. Anderen zien die rol niet en wijzen naar gemeente of organisator. Vroegtijdig overleg vanuit de gemeente kan helpen gevoeligheden tijdig te ontdekken.

Daarnaast is het wenselijk om vooral het tijdig aanleveren van de voor vergunningen noodzakelijke gegevens goed te communiceren. Anders kan een vergunningsverzoek niet met de nodige zorgvuldigheid worden behandeld. Vaak wordt hier met de nodige souplesse op gereageerd, maar dat is niet altijd mogelijk. De indruk bestaat dat veel aanvragers pas op een laat moment aandacht voor de vergunningsprocedure hebben en dan pas gaan indienen. Ook aan ondernemerskant moet duidelijk zijn, dat een vergunningsprocedure onderdeel uitmaakt van een goede organisatie van een evenement.

Steeds meer worden tijdens grote evenementen zogenaamde side-events door horecaondernemers georganiseerd. Deze leveren met regelmaat extra overlast op. De vraag is gerechtvaardigd of er stadsbreed moet worden gekeken naar de impact van side-events in relatie tot andere grotere events op datzelfde tijdstip. Dat kan betekenen dat er beperkingen of voorwaarden kunnen worden opgelegd aan deze side-events.

Beleidswijziging

Onderzoek doen naar de impact van side-events in overleg met buurtplatforms en ondernemersverenigingen. De resultaten daarvan verwerken in aanbevelingen voor het college.

Horeca C en paracommercie

Commerciële verkoop van horecagerelateerde producten rond evenementen komt meer en

meer voor. Bijvoorbeeld bij gelegenheden als grootschalige inrichtingen met een bovenstedelijke functie, die naast horeca-activiteiten ook activiteiten ontplooiën op het gebied van cultuur (bijv. MECC, Maastricht Music Hal voorheen Platte Zaal, La Bonbonnière, Timmerfabriek en AINSI), die ook een nachtelijke component kennen.

Het 'oude' idee van een 'cultuurtempel sec' is niet meer van deze tijd. We zien dat culturele instellingen steeds meer (moeten) inspelen op een breder pakket, willen zij aantrekkelijk blijven voor de huidige consument. Het service-aanbod is dus verruimd. De combinatie van museumbezoek met een maaltijd in het museumrestaurant, na in de museumwinkel geshopt te hebben, is steeds vanzelfsprekender.

Culturele instellingen stellen zich, in het kader van die klantenbinding en als ontmoetingsplaats, ook steeds breder op: het Rijksmuseum verzorgt een diner van buitenlandse staatshoofden in de Nachtwachtzaal, in het Theater aan het Vrijthof kun je trouwen, de Amsterdamse Schouwburg is sinds jaren gastheer van het jaarlijkse Nationale Boekenbal en vanuit datzelfde theater kun je begraven worden.

De noodzaak, om zich uitdrukkelijk te richten op nieuwe publieksgroepen, wordt steeds urgenter, wil de culturele wereld het contact met toekomstige generaties niet verliezen. Jongeren vragen (in de bestaande culturele instellingen) een op maat gesneden aanbod in een eigentijdse ambiance. Opvallend is dat in Maastricht (en dat is niet vreemd voor een onderwijsstad) geïnvesteerd wordt in jongerencultuur en in culturele instellingen, die zich voor een groot deel op jongeren richten. Het huidige college van B&W heeft daarvan een speerpunt gemaakt. Het is evident dat, willen deze culturele instellingen succesvol zijn en attractief voor een internationaal samengesteld publiek, ze zich op een eigentijdse wijze moeten kunnen presenteren in een breed aanbod van services met kunst en cultuur (uiteraard) als 'hoofdschotel'.

Er ontstaan dus andere verdienmodellen. We wezen hiervoor al op een bredere serviceopstelling. De eerder ingezette trend van een breed service-aanbod wordt daarom steeds meer 'uitgebuut'. Culturele instellingen komen daarbij steeds dichterbij het Amerikaanse model, waarbij culturele instellingen – mede met hulp van een aantal grote sponsors – 'hun eigen broek ophouden' door zich te begeven op de 'para-commerciële' markt.

Daarmee ontstaat een aparte bestemmingsaanduiding Horeca C ofwel horeca in een culturele instelling. In die situaties speelt de horeca-activiteit zich hoofdzakelijk af gedurende de uren dat de culturele instelling geopend is voor het culturele doel. Bijvoorbeeld gedurende de voorstelling en in de pauze(s) en eventueel aansluitend nog een beperkte periode.

Voor het gebied Sphinx-kwartier (de Timmerfabriek, Muziekgieterij, Lumiere e.a.) geldt bovenstaande niet. Omdat het plangebied Timmerfabriek zich moet ontwikkelen tot een publieksaantrekkende internationaal georiënteerde culturele hotspot, wordt hier ingezet op commerciële horecavergunningen. Duidelijk moet zijn dat de nagestreefde normale horecaexploitatie en de verstrekte subsidies geen relatie met elkaar hebben.

Paracommercie

Hiermee worden horeca-activiteiten aangeduid, die zich voornamelijk afspelen rond sportvelden of verenigingslokalen en buurthuizen. Men dient daarvoor een drank- en horecaverunning aan te vragen voor paracommerciële instellingen. Daarin wordt geregeld aan welke eisen de ondernemer/onderneming moet voldoen om alcohol te mogen schenken. De horeca-activiteiten dienen te passen binnen de statutaire doelstellingen van de instelling of vereniging. Feesten van particuliere aard zijn daar in algemene zin verboden op basis van de hiervoor geldende verordening.

Sluitingstijden

In Maastricht wordt gewerkt met vaste sluitingstijden. Inrichtingen met een permanente nachtontheffing hebben een toestemming van de burgemeester om van deze sluitingstijd af te wijken (zie ook onder 'Nachtzaken').

Op zondag- tot en met donderdagnacht is de sluitingstijd van inrichtingen uiterlijk om 02.00 uur. Op vrijdag- en zaterdagnacht is dit tijdstip 03.00 uur.

In juli 2013 is een proef gestart om een rustig en beheersbaar vertrek van bezoekers in het uitgaansgebied verdergaand te waarborgen. Deze proef is tweeledig.

Op de eerste plaats is besloten het 'uitlooppuurtje' voor de nachtzaken te verkorten naar een half uur. Nachtzaken die tot 06:00 uur geopend mogen zijn hadden als voorwaarde dat van 05.00 uur tot 06.00 uur geen nieuwe klanten mochten worden toegelaten.

In de praktijk blijkt dat rond 05.00 uur de meeste horecabezoekers zich opmaken om huiswaarts te keren. Een kleine groep bezoekers 'zwerft' daarna nog door het centrum om te zien in welke zaak nog het meest te doen is. Door het voor deze groep mogelijk te maken om tot half zes een nachtzaak in te komen, wordt deze groep (in tijd) gescheiden van de grote groep die rond 05.00 uur huiswaarts keert. Dat draagt bij aan een rustiger en beter beheersbaar vertrek van bezoekers in het uitgaansgebied.

Verder is bij wijze van proef het gebied waarbinnen de droge horeca langer geopend mocht zijn vergroot. Waar eerst slechts de droge horeca binnen het horecaconcentratiegebied (ruwweg Vrijthof, Markt en Kesselskade) een half uur langer geopend mocht zijn, is dat in de proef uitgebreid naar alle droge horeca binnen de singels (dit gebied wordt globaal begrensd door de binnenkant van de singels. Het gebied tussen de Wilhelminasingel en het Station en een deel van de Spoorweglaan wordt eveneens tot dit gebied gerekend).

Ook buiten het horecaconcentratiegebied zijn horeca hotspots ontstaan (bv. Platielstraat/St. Amorsplein, Wyck). Ook op deze plekken is de mogelijkheid ontstaan om na sluitingstijd iets te eten, en hoeven de bezoekers niet meer allemaal naar dezelfde plekken in het centrum. Door deze grotere spreiding van de bezoekers is er ook minder kans op confrontaties. Ook dit draagt bij aan een rustiger en beter beheersbaar vertrek van de bezoekers in het gehele uitgaansgebied.

Na een periode van ruim een jaar is beoordeeld of de proef het gewenste effect heeft gehad. Daartoe hebben gesprekken plaatsgevonden met o.a. ondernemers, bewoners en studenten (vertegenwoordigd in o.a. het nachtzakenoverleg en de klankbordgroep horeca) en Koninklijke Horeca Nederland. Daarnaast is met name de politie gevraagd naar hun ervaringen tijdens deze proef.

De proef is over de gehele linie als positief beoordeeld. De maatregelen die in de proef zijn getroffen hebben in elk geval niet geleid tot meer overlast en klachten en uitgaansgeweld, maar dragen bij aan een beheersbaar vertrek van bezoekers in het uitgaansgebied. Vandaar dat de maatregelen definitief zijn ingevoerd.

De burgemeester heeft de bevoegdheid om in geval van bijzondere festiviteiten tijdelijk een collectieve ontheffing te verlenen van het reguliere sluitingsuur. In Maastricht zijn de laatste jaren de carnavalszondag- en -maandagnacht en de nacht van oud en nieuw collectief vastgesteld.

Beleidsgevolg

In de APV is nog geen bevoegdheid opgenomen om incidenteel of per inrichting ontheffing te kunnen verlenen van de genoemde sluitingstijden. Met de vaststelling van deze nota zijn bovengenoemde beleidskeuzen vastgelegd. Formele aanpassing van de APV volgt na de vaststelling.

Nachtzaken

In het vorige beleid was ruimte voor uitbreiding van het aantal nachtzaken in de horecaconcentratiegebieden. Deze uitbreidingsmogelijkheid blijft in het nieuwe beleid aanwezig met een maximum van 16 nachtzaken (excl. studentensociëteiten) in het horecaconcentratiegebied. Er zijn 12 vergunningen actief. In het nieuwe beleid wordt ook de mogelijkheid geboden voor vestiging van grootschalige horeca (bv. discotheken) bij de entrees van de stad.

Met de ondernemers van nachtzaken wordt regelmatig overlegd over maatregelen ter bescherming van de veiligheid, sluitingstijden en toezicht.

Gelet op de recente ontwikkelingen wordt aanpassing van het nachtzakenregime overwogen. Als dat leidt tot wijzigingen, zal deze nota worden aangepast.

Studentensociëteiten

De gemeente Maastricht wil graag een studentenstad zijn. Maastricht zal dan ook faciliteiten moeten bieden aan de studenten om haar positie als aantrekkelijke studentenstad te handhaven.

Voor wat betreft de sluitingstijden van de studentensociëteiten sluit de gemeente Maastricht aan bij de andere horecAZaken. Een drietal sociëteiten bezit een nachtvergunning. Met de Internationale Studentclub wordt momenteel gezocht naar een locatie waar zij hun activiteiten kunnen uitoefenen met een nachtvergunning. Afwijkend t.a.v. het nachtzakenbeleid is de situering van de sociëteiten. Deze kunnen ook buiten de horecaconcentratiegebieden gelegen zijn.

Voor nieuwe aanvragen zal per locatie worden onderzocht of vestiging mogelijk is, waarbij de voorkeur uit gaat naar de horecaconcentratiegebieden of de perifere gebieden waar wonen

niet de hoofdfunctie is. Bij een dergelijke aanvraag wordt een zorgvuldige afweging van belangen gemaakt en worden voorwaarden opgelegd die mogelijke overlast tot een minimum beperken.

Geluid in de horeca

Wat betreft het (muziek)geluid in horeca-inrichtingen kan het college van B&W een aantal collectieve dagen vaststellen dat mag worden afgeweken van de normaal voor inrichtingen geldende geluidsvoorwaarden. Dit betekent dat tijdens zo'n collectief aangewezen dag onder bepaalde voorwaarden (bijv. gesloten houden van ramen en deuren) beperkte geluidsoverlast naar de omgeving mag worden veroorzaakt. E.e.a. is geregeld in een verordening gebaseerd op de milieuregelgeving (Besluit Algemene regels voor inrichtingen milieubeheer / BARIM).

Vanaf 2014 is het aantal vastgestelde collectieve dagen voor de horeca in de Binnenstad 8 (binnen de singels) , voor Wijk 11 (binnen de singels) en voor de overige delen van de stad 6. Naast de collectief aangewezen ontheffingsdagen voor geluid hebben ondernemers nog de mogelijkheid om individueel een aantal incidentele festiviteiten (maximaal 12 per jaar) in hun zaak te organiseren. Tijdens zo'n festiviteit mag de inrichting evenals bij een collectieve dag afwijken van de normaal voor de inrichting geldende geluidsvoorwaarden. Aanvullende voorwaarden die aan een melding incidentele festiviteit verbonden zijn:

- dat minimaal 5 werkdagen voorafgaand aan de festiviteit een schriftelijke of digitale melding, via het ondernemersdossier, bij de gemeente gedaan wordt;
- dat 1 maal per jaar maximaal twee dagen achter elkaar een individuele melding mag worden gedaan;
- dat de ramen en deuren van de horecagelegenheid tijdens de incidentele en collectieve festiviteiten gesloten blijven (behalve tijdens de collectieve festiviteiten die voor de carnavalsperiode zijn afgegeven) ;
- dat de directe omgeving van de horecagelegenheid minimaal vijf dagen voorafgaand aan een incidentele festiviteit schriftelijk op de hoogte wordt gesteld van deze festiviteit. Het begrip "directe omgeving" is bewust gebruikt. Hier is geen sprake van wiskunde. Bij de horecaondernemer en bewoner moet een gevoel ontstaan hoe ver de impact van een specifieke horecavestiging reikt. Daarop moet de berichtgeving worden afgestemd;
- dat omwonenden naast de ondernemers en de handhaving een eigen verantwoordelijkheid hebben en zich actief kunnen melden bij in hun buurt gevestigde horecagelegenheden. Niet op elkaar gaan zitten wachten!! Daarbij dienen de verantwoordelijkheden van alle partijen helder te zijn.

Uit een oogpunt van uniformiteit van regelgeving en maximale flexibiliteit voor ondernemers wordt voorgesteld om alle horecabedrijven in de stad te laten beschikken over 12 incidentele ontheffingsmogelijkheden. Dat betekent feitelijk dat er zes dagen overblijven voor collectieve festiviteiten.

Daarvoor dient de Verordening te worden aangepast zodat deze in overeenstemming wordt gebracht met vorengenoemd beleidsvoorstel. Het onderscheid tussen de binnenstad en de

rest van Maastricht, zoals dat nu nog in de Verordening staat, komt daarmee te vervallen en alle inrichtingen kunnen dan beschikken over 12 incidentele ontheffingen.

Omdat het totaal aantal ontheffingsmogelijkheden gelijk blijft zal de overlast voor omwonenden van horecagelegenheden naar verwachting niet toenemen. Uiteraard zal hierop worden toegezien.

Momenteel heeft elke horecaondernemer de mogelijkheid een Ondernemingsdossier voor zijn zaak aan te maken. Via dit (digitale) dossier kan hij zijn incidentele festiviteiten bij de gemeente melden en kan hij ook andere voor zijn zaak relevante vergunningen digitaal aanvragen. Een aantal administratieve lasten voor ondernemers wordt hierdoor verder verlaagd.

Formele aanpassing van de desbetreffende verordening volgt na vaststelling van deze nota.

Jeugd en alcohol

Het beleid is erop gericht alcoholgebruik onder jongeren onder de 18 jaar te ontmoedigen. Meerdere onderzoeken geven aan, dat alcoholgebruik hersenschade kan opleveren, vooral als die hersenen nog in de groei zijn. Daarom heeft een aantal Zuid-Limburgse gemeenten de handen ineen geslagen en een integraal beleidsplan opgesteld.

De Zuid-Limburgse jeugd begint op zeer jonge leeftijd met het drinken van het eerste glas alcohol. Uit onderzoek in 2013 onder 13-14 jarigen bleek dat de beginleeftijd (het eerste glas alcohol) gemiddeld ligt op 11,1 jaar. Landelijk is dit 11,8 jaar (figuur 1). Sinds 2005 is er wel een lichte daling te zien in het drinkgedrag van jongeren, maar een beginleeftijd van 11,1 jaar ligt nog steeds erg ver af van de nieuwe norm van 18 jaar. Uit onderzoek blijkt verder dat jongeren na de eerste kennismaking met alcohol gemiddeld binnen 1,5 jaar voor de eerste keer dronken zijn (Zwart e.a., 2000). Jongeren drinken jong en veel. Van de 13-jarigen heeft in 2013 bijna 16% de afgelopen vier weken alcohol gedronken. Jongeren van het VMBO drinken vaker alcohol dan jongeren van de Havo/VWO. Indien er alcohol gedronken wordt drinkt 11% zelfs meer dan vijf glazen per gelegenheid. We spreken dan van "binge drinking". Bij de 15-jarigen is dit respectievelijk 52% en 33%. Binge drinkers zijn vaker geneigd tot experimenteergedrag in vergelijking met jongeren die niet (binge) drinken.

Gevolgen van op jonge leeftijd veel drinken

Alcoholgebruik kan ongunstig zijn voor de ontwikkeling van de hersenstructuren. Als er in de puberjaren veel wordt gedronken (veel alcohol in korte tijd) ontwikkelt het brein zich minder goed. Dit geldt met name voor de frontale cortex, waardoor functies zoals geheugen, leer- en concentratievermogen zich minder goed ontwikkelen. Door op jonge leeftijd al met alcohol te beginnen wordt de kans op problematisch drinken en afhankelijkheid op latere leeftijd verviervoudigd (Gilligan 2012). Onderzoek laat zien dat er een causaal verband is tussen alcoholgebruik op 16-jarige leeftijd en agressief gedrag vijf tot tien jaar later. Dit verband bleek sterker naarmate er op 16-jarige leeftijd meer alcohol werd gedronken (Memorie van toelichting DHW, 2011-2012, 33 341, nr.3). Overmatig alcoholgebruik vergroot de kans op verkeersongevallen, letselschade, geweld, spijbelen en vroegtijdig schoolverlaten. Alcohol

speelt een rol in 8,7% van de door de politie geregistreerde incidenten met jongeren. Ook vergroot alcohol de kans op seksueel geweld en onveilig vrijen. (SENSE, GGDZL, 2012).

Integrale aanpak

De samenwerkende gemeenten hebben gekozen voor een integrale aanpak van preventie en handhaving. Men streeft naar bewustwording van alcoholgebruik bij jongeren en vermindering van de beschikbaarheid van alcoholhoudende drank. Handhaving is daarbij aanvullend aan preventie.

Wat betekent deze aanpak voor de horeca? De horeca moet vooral de deur open blijven houden voor de groep 16 tot 18 jarigen. Een horecagelegenheid of het op stap gaan moet niet synoniem zijn met alcoholgebruik. In die omgeving moet een 18 minner iets kunnen drinken, zonder alcohol. Daarnaast worden initiatieven als Nix onder 18 ook toegejuicht. Het is belangrijk om dergelijke activiteiten te blijven steunen. Het zou aanbevelenswaardig zijn als de reguliere horeca meer alcoholvrije evenementen zou organiseren voor de groep 18 minners.

Toegankelijkheid voor mensen met een beperking

Voor mensen met een beperking moeten de horecagelegenheden natuurlijk zoveel als mogelijk is toegankelijk zijn. Dat is nu niet altijd het geval. Zowel de ingangen als de toiletvoorzieningen vormen soms onoverkomelijke hindernissen. Samen met de werkgroep toegankelijkheid zal de gemeente bezien welke mogelijkheden er zijn om die toegankelijkheid daadwerkelijk te verbeteren. De website www.ongehinderd.nl kan daarvoor het platform zijn.

Duurzaamheid

Dit staat bij de gemeente hoog in het vaandel. De ambitie van Maastricht is om in 2030 klimaatneutraal te zijn. Dit kan worden bereikt door reductie van de uitstoot van broeikasgassen, over te stappen op het gebruik van duurzame energiebronnen en compensatie van de resterende uitstoot.

In het terrassenbeleid is hieraan inhoud te geven door vrijstaande verwarming (gaspaddestoelen) niet toe te staan en vooral gebruik van elektrische of infrarood verwarming te bevorderen. Daarbij wordt gebruik van groene stroom en het inzetten van bewegingsmelders of aan- en uitschakeling sterk aanbevolen.

Daarnaast blijven we met de horecaondernemers in overleg om te bezien waar energietechnisch nog winst valt te behalen. Dat kan bijvoorbeeld door aan te sluiten bij het Greenkey-principe. Dat is een internationaal kenmerk voor duurzame bedrijven in de recreatie en vrijetijdsbranche. Bedrijven met een Green Key keurmerk doen er alles aan om het milieu te sparen, zonder dat hun gasten inleveren op comfort en kwaliteit. Zij gaan daarbij een stap verder dan de normale wet- en regelgeving vereist. Zo zal een Green Key accommodatie altijd zuinig omgaan met energie en water. Denk hierbij aan het gebruik van zonnepanelen, spaarlampen, lichtsensoren en timers voor airconditioning en verwarming. Er wordt niet meer gewassen dan nodig is en er worden bijvoorbeeld milieuvriendelijke

schoonmaakmiddelen gebruikt. En dit allemaal met een bijzondere aandacht die niet alleen uw comfortgevoel bevordert, maar dus ook de status van natuur en milieu.

In het uitwerkingsplan Maastrichts Energie Akkoord is besloten om via vijf verschillende actielijnen samen met de samenleving acties te ontwikkelen. In de actielijn industrie wordt in de uitwerking MKB meegenomen en dus ook de horeca. Afhankelijk van de resultaten van de inventarisatie van kansen en mogelijkheden, die momenteel plaatsvindt en samen met de doelgroep wordt gemaakt, wordt een mogelijk ontwikkeltraject energietransitie voor deze doelgroep ingezet.

Bijlagen

B-1 Terrassenbeleid 2015 (bijgevoegd)

B-2 Hotelbeleid (bijgevoegd)

B-3 Kaartbeeld uit Visie op de Binnenstad (bijgevoegd)

B-4 Tabel Karakterisering buurten uit Visie op de Binnenstad

B-5 Procedure aanvraag nieuwe horecavestiging

B-6 Begrippenlijst Horeca

B-7 Handboek uitvoering horecabeleid (volgt na vaststelling beleid door gemeenteraad)

Terrassenbeleid Maastricht 2015



Maart 2015



Gemeente Maastricht

Terrassenbeleid Maastricht 2015

Maart 2015



Gemeente Maastricht

Een nieuw terrassenbeleid!

Maastricht is een stad van terrassen. Bij de allereerste zonnestralen stromen onze terrassen vol met bezoekers en inwoners die onder het genot van een hapje of een drankje genieten van onze prachtige stad. Daarmee zijn terrassen een belangrijke factor voor het leven en de aantrekkelijkheid van Maastricht en bepalen ze, zeker in de binnenstad, in grote mate het straatbeeld.

Om de historische binnenstad goed tot zijn recht te laten komen houden wij rekening met de noodzakelijke voorzieningen zoals een veilige doorgang voor voetgangers, parkeer- en groenvoorzieningen maar zeker ook met de economische belangen. Daarnaast hechten wij ook veel waarde aan de identiteit en uitstraling van de stad. In dit nieuwe terrassenbeleid streven wij naar een optimale samenkomst van het belang van de stad en het belang van de ondernemers waarbij we ruimte geven waar het kan en richting waar het moet.

Ik wens u allemaal veel mooie Maastrichtse terrasdagen toe.

O. Hoes
Burgemeester van Maastricht

Inhoudsopgave

1. Inleiding	4
2. Beleid	5
3. Procedure	14
4. Overgangsbepalingen	16
5. Bijlage: bestendigingsgebied	17

1. Inleiding

We kunnen spreken van terrassen als bepalende factor in het Maastrichtse leven. Bovendien bepalen terrassen – zeker in de binnenstad – in grote mate het straatbeeld. In dit nieuwe terrassenbeleid legt de gemeente Maastricht de regels rondom terrassen opnieuw vast.

Definitie

Een terras is een plek waar men buiten zit en men de openbare ruimte beleeft. Een terras is dus een ruimte in de openlucht, meestal in de openbare ruimte. Er is uitsluitend zitgelegenheid, waar men kan uitrusten of iets consumeren. Het terras heeft een tijdelijk karakter en is weersafhankelijk.

De grote aantrekkingskracht die Maastricht uitoefent maken de terrassen, ook economisch gezien, tot een belangrijk onderdeel van de horeca inrichting.

Historie

Al in de negentiende eeuw besloot de Gemeenteraad van Maastricht om het plaatsen van terrassen aan de openbare weg te reguleren. Op 9 juli 1879 gaf de Raad een eerste aanzet tot een vergunning voor houders van koffiehuisen en sociëteiten te Maastricht, om “een gedeelte van het trottoir der openbare straat in te nemen voor het plaatsen van banken stoelen en tafels”. De kosten daarvan waren destijds 1 gulden per vierkante meter (of gedeelte daarvan) per jaar, af te dragen aan de Gemeenteontvanger.

Deze regulering bleef meer dan een eeuw in stand, totdat in 1992 een eerste terrassenbeleid het licht zag. Toen werd 1 stoel per vierkante meter toegestaan en het materiaal werd vastgelegd: uitsluitend riet of rotan. De ondernemer moest deze vergunning jaarlijks opnieuw aanvragen. De terrassen werden op hoeken gemerkt met een zogenaamde T-tegel.

Nieuw terrassenbeleid

Inmiddels is er in Maastricht veel veranderd, maar de terrassen zijn gebleven. Voortschrijdend inzicht, ontwikkelingen, de recessie en de grote aantrekkingskracht die Maastricht blijft uitoefenen maakt dat we de keuze hebben gemaakt het terrassenbeleid te vernieuwen en optimaliseren.

Visie

De inrichting en uitstraling van een terras zijn in beginsel de verantwoordelijkheid van de ondernemer. Een terras is echter mede bepalend voor de uitstraling van de openbare ruimte. De gemeente heeft de verantwoordelijkheid de kwaliteit van de openbare ruimte te waarborgen en te bevorderen. Het mogen voeren van een terras is daarom géén recht. Het is een gunst die de gemeente Maastricht op de openbare weg biedt, daar waar het mogelijk, verantwoord en passend in de omgeving is. Een terras is altijd maatwerk.

2. Beleid

1. Algemeen

Terrassen bepalen voor een groot gedeelte van het jaar de kwaliteit van de openbare ruimte. Terrassen vervullen een belangrijke rol voor de sfeer en uitstraling van de (binnen)stad en fungeren als ontmoetingsplaats voor bezoekers en bewoners. Daarnaast hebben terrassen een economische functie omdat ze bijdragen aan een toename van de bestedingen in de stad en zij de exploitatiemogelijkheden van horecabedrijven verruimen.

In zijn algemeenheid geldt dat terrasvoering alleen maar mogelijk is op plekken die daarvoor geschikt zijn. Dit wordt aan diverse aspecten getoetst zoals:

- veiligheid en openbare orde;
- stedenbouwkundige omgeving;
- het bestemmingsplan;
- het algemeen belang;
- de gebruiksfuncties van de locatie;
- de inrichting van de openbare ruimte;
- het esthetisch uiterlijk van het terras in relatie tot de omgeving;
- de ongehinderde doorgang voor gebruikers van de openbare weg;
- etc.

Dit betekent dat er geen sprake is van een recht tot exploitatie van een terras. Ook geeft exploitatie van een terras in het verleden geen rechten voor de toekomst.

Op locaties waar blijkt dat een onevenwichtige verhouding dreigt te ontstaan tussen het door één of meerdere terrassen ingenomen terrasoppervlak in relatie tot de omgeving kan de burgemeester het terrasoppervlak beperken, voorwaarden verbinden aan de terrasvergunning of besluiten in zijn geheel geen terras toe te staan. Een terrasvergunning is altijd maatwerk!

2. Winkelondersteunende horeca

Horeca is traditioneel onder te verdelen in droge horeca (droge horeca is horeca waar geen alcohol wordt verstrekt) en natte horeca (horeca waar wel alcoholhoudende dranken worden verstrekt).

Alleen bij deze vormen van horeca is – onder voorwaarden – terrasvoering toegestaan.

De laatste jaren is er steeds meer sprake van menging van horeca met andere bedrijfstypen. Een voorbeeld hiervan is de winkelondersteunende horeca. Er is sprake van winkelondersteunende horeca bij een combinatie van detailhandel en droge horeca. De hoofdactiviteit van de inrichting is daarbij non-food detailhandel, en ondergeschikt en ondersteunend daaraan vindt kleinschalige horeca plaats. De exacte criteria waaraan deze winkelondersteunende horeca dient te voldoen, zijn opgenomen in het horecabeleid.

Bij winkelondersteunende horeca is ter bescherming van de reguliere (niet gemengde) horeca géén terrasvoering toegestaan.

3. Terrassen in het bestendigingsgebied (voorheen voetgangersgebied)

De publieke ruimte in de binnenstad wordt intensief gebruikt. Belangrijk uitgangspunt is dat de publieke ruimte voor iedereen toegankelijk is en moet blijven. Dat betekent dat met name de voetgangers zich veilig, en niet gehinderd door objecten, door de openbare ruimte moeten kunnen voortbewegen. Maar ook hulpdiensten moeten ongehinderd op alle plekken kunnen komen.

Er zijn dan ook plekken in Maastricht die zich minder lenen voor terrasvoering. Enerzijds vanwege de beperkte breedte van sommige straatjes die bij terrasvoering niet toegankelijk zijn voor hulpdiensten. Anderzijds omdat het plekken zijn waar in hoofdzaak gewinkeld of gewoond wordt. Op deze plekken is de vestiging van nieuwe terrassen of de uitbreiding van bestaande terrassen dan ook niet toegestaan. Dit gebied wordt aangeduid als bestendigingsgebied (dit gebied is als bijlage bij dit stuk opgenomen).

4. Verschijningsvorm

Terrassen zijn onder te verdelen in drie verschillende soorten. Terrassen die direct zijn gelegen aan de gevel van een horecagelegenheid (gevelterras) en terrassen die aan de straat (straatterras) of op een bijzondere locatie zoals bijvoorbeeld een plein zijn gelegen (pleinterras).

Gevelterras

- Een terras uitsluitend binnen de eigen gevelgrenzen en direct aansluitend aan de voorgevel (en in uitzonderlijke gevallen de zijgevel).

Straatterras

- Een terras uitsluitend binnen de eigen gevelgrenzen met een vrije doorloop langs de gevel of door het terras. De doorloop wordt in voorkomende gevallen bepaald door de ter plaatse aanwezige infrastructuur en de vereiste ongehinderde doorgang¹.

Pleinterras

- Een terras op een bijzondere locatie zoals een plein, een park, brughoofd etc. De mogelijkheid voor een pleinterras is afhankelijk van de geschiktheid van de locatie (onder meer gelet op het algemene belang en de functie van de locatie);
- De terraslocatie ligt recht tegenover of ter hoogte van de gevel van de bijbehorende inrichting dan wel in de onmiddellijke nabijheid van die inrichting;
- Er is vanuit de inrichting voldoende zicht op de gang van zaken op het betreffende terras;
- Er is een zo kort mogelijke, directe en logische route voor bediening op het terras;
- Verkeersonveilige situaties moeten worden voorkomen. Zo zal bijvoorbeeld aan de overzijde van een straat met uitsluitend bestemmingsverkeer eerder terrasvoering mogelijk zijn dan aan de overzijde van een weg met doorgaand verkeer, waarbij de infrastructuur, het aantal verkeersbewegingen en de toegestane snelheid een belangrijke rol speelt.

5. Ensembles en solitaire terrassen

In een situatie waar enkele (gevel-, straat- of plein-)terrassen van verschillende horecagelegenheden met een visuele samenhang min of meer aaneensluitend zijn gelegen, is er sprake van een zogenaamd 'ensemble' (de terrassen gelegen aan het Vrijthof, de Markt, het Onze Lieve Vrouweplein, de Maaspromenade, het Sint Amorsplein en het Bassin).

Voor deze ensembles gelden andere regels dan voor terrassen die alleen of nagenoeg alleen zijn gelegen (solitaire terrassen). Omdat er bij ensembles sprake is van een visuele samenhang dient de visuele verschijning van de terrassen op elkaar te zijn afgestemd.

Bijvoorbeeld: Als één ondernemer die deel uitmaakt van een ensemble terrasmeubilair wil plaatsen dat afwijkt van categorie A uit het modellenboek (zie ook onder 'terrasmeubilair') dan dient deze in overleg te treden met de overige ondernemers uit het ensemble, zodat (in overleg met de gemeente) een totaalplan kan worden opgesteld over de visuele verschijning van de terrassen. In een dergelijk

¹ Op grond van de brandveiligheid worden gevelterrassen (al dan niet met doorloop) in principe tot maximaal 10 meter uit de gevel beperkt. Bij vergunningen voor diepere terrassen is bepaald dat na een diepte van vier meter gerekend vanaf de gevel een vrije ruimte van ten minste 3,5 meter wordt gegarandeerd ten behoeve van de bereikbaarheid van de hulpdiensten.

plan moet o.a. de ensemblewerking van de terrassen naar voren komen en de manier waarop de ondernemers zich individueel willen onderscheiden (bijvoorbeeld binnen een bepaald kleurenpalet).

Indien er geen breed gedragen plan wordt ingediend geldt dat alleen meubilair uit categorie A van het modellenboek wordt toegestaan met parasols passend binnen de terrasoppervlakte met een maximale afmeting van 4 x 4 meter.

Bij solitaire terrassen is er vanwege hun ligging ten opzichte van andere terrassen geen of in beperkte mate sprake van een visuele samenhang. Solitaire terrassen moeten uiteraard wel passen in de ruimtelijke omgeving en functies van de betreffende locatie.

6. Binnenterrassen

Een terras op eigen terrein dat uitsluitend toegankelijk is via de inrichting (binnenterras) is niet terrasvergunningplichtig. Dat wil niet zeggen dat voor een binnenterras geen regels gelden. Zo moet een binnenterras zijn toegestaan op basis van het bestemmingsplan en mag ook geen hinder of overlast ontstaan voor de omgeving. Om dat te kunnen beoordelen zal een geluidsrapport van een erkend akoestisch bureau moeten worden ingediend bij de gemeente.

Een terras op eigen terrein dat wel rechtstreeks vanaf de openbare weg toegankelijk is (bijvoorbeeld via een hek dat geopend kan worden) is wel terrasvergunningplichtig. Voor een terras op eigen terrein is echter geen precario verschuldigd.

7. Terrasseizoen

Gevelterrassen mogen het hele jaar door worden geëxploiteerd. Voor straat- en pleinterrassen is dat anders. Deze mogen slechts gedurende de periode van 15 februari tot 1 december worden geplaatst.

Tijdens het winterevenement Magisch Maastricht (van 1 december tot de eerste werkdag na de kerstvakantie) is het onder bepaalde voorwaarden echter ook mogelijk om een straat- of pleinterras te exploiteren (zie ook onder 'kerstterrassen').

Dat betekent dat gedurende een korte periode van ongeveer zes weken helemaal geen straat- en pleinterrassen zijn toegestaan. Deze zes weken vormen een rustperiode voor zowel de stad als de bewoners van de binnenstad. In deze terrasvrije periode kan de stad zoals die van nature is – zonder obstakels zoals parasols en terrasschotten – ten volste worden beleefd en komt de schoonheid van het historische decor optimaal tot zijn recht.

8. Kerstterrassen

In de decemberperiode wordt Maastricht sfeervol verlicht en op diverse pleinen vinden activiteiten plaats gerelateerd aan de kerstperiode, zoals een schaatsbaan, een kerststal, een kerstmarkt en diverse andere attracties. Op locaties verspreid door de stad vinden optredens plaats van lokale en regionale amateurgezelschappen. Dit geheel aan activiteiten vormt het kersteventement Magisch Maastricht en zorgt voor een unieke sfeer in de stad wat veel bezoekers trekt. De beleving van dit eventement wordt extra versterkt doordat de bijzondere sfeer – door de aanwezigheid van enkele kerstterrassen – ook echt buiten beleefd kan worden.

Het kersteventement Magisch Maastricht vindt plaats in het gebied binnen de singels + Wyck² op de hieronder aangegeven locaties. In aansluiting daarop beperkt de mogelijkheid tot het plaatsen van een kerstterras zich dan ook tot die locaties, met dien verstande dat een kerstterras alleen mogelijk is

² Dit gebied wordt begrensd door de Wilhelminasingel, Avenue Ceramique, J.F. Kennedysingel, Bisschopsingel, Hertogsingel, Statensingel, Maagdendries, Boschstraat (incl. Bassin), Van Hasselkade en Wilhelminabrug. Het gebied tussen de Wilhelminasingel en het station en een deel van de Spoorweglaan wordt ook aangemerkt als gelegen binnen de singels.

op een plek waar in het reguliere terrasseizoen een straat- of pleinterras is vergund (dus niet op een gevelterras). De locaties zijn o.a.:

- Vrijthof Oost
- Markt Noord
- Maaspromenade
- Onze Lieve Vrouweplein
- Jekerkwartier
- Wyck, pleintje onder de klok
- St. Amorsplein

Ondernemers die een kerstterras willen plaatsen kunnen dat alleen maar doen als er sprake is van een significante bijdrage aan het evenement Magisch Maastricht of de programmering daarvan (in de vorm van sponsoring, culturele invulling of verlichting). De bedoeling achter dit basisprincipe is, dat ondernemers die bijdragen aan (onderdelen van) de culturele programmering, de sfeerverlichting of aan activiteiten op de diverse locaties, in ruil daarvoor de mogelijkheid krijgen een kerstterras te exploiteren. Het kerstterras is dan ook géén recht.

Als één of meerdere ondernemers op een locatie geen kerstterras plaatsen, kunnen de overige ondernemers op die locatie deze 'open plekken' gezamenlijk als terras exploiteren, dus ook vóór de zaak van degenen die niet meedoen (het gevelterras van de ter plaatse gevestigde onderneming maakt geen onderdeel uit van het kerstterras).

De verdeling van ruimte moet in dat geval zo zijn gestructureerd dat de extra terrasruimte aangesloten ligt aan het terras dat de kerstterras-exploiterende ondernemer regulier voert en waarop hij zicht heeft.

De locaties waarop een kerstterras kan worden geplaatst (daar waar in de zomer een straat- of pleinterras aanwezig is), kan alleen maar worden gebruikt ten behoeve van exploitatie van een kerstterras. Op deze locaties mogen dus geen standplaatsen, verkoopwagens of andere opstallen worden geplaatst.

Het kerstterras mag - indien aan de voorwaarden daarvoor wordt voldaan - aanwezig zijn van 1 december tot de eerste werkdag na de kerstvakantie.

9. Terrasmeubilair

De binnenstad van Maastricht is een historische omgeving waarmee zorgvuldig dient te worden omgegaan. De gemeente Maastricht besteedt dan ook veel aandacht aan de inrichting en het gebruik van de openbare ruimte. De inrichting van terrassen is daar een onderdeel van.

Om de keuze uit het ruime aanbod aan terrasmeubilair (dit bestaat uitsluitend uit tafels en stoelen of een bank tegen de gevel) makkelijker te maken voor ondernemers, heeft de gemeente een modellenboek opgesteld waarin terrasmeubilair is opgenomen dat voldoet aan de door de gemeente daaraan gestelde kwaliteitseisen.

Dat wil echter niet zeggen dat het gebruik van terrasmeubilair dat niet in dit overzicht is opgenomen, per definitie niet is toegestaan. Bij een aanvraag voor afwijkend terrasmeubilair zal altijd advies moeten worden gevraagd aan de Welstands- / Monumentencommissie. Overigens zijn picknicktafels, loungemeubilair, statafels e.d. niet toegestaan

Het gebruik van afwijkend terrasmeubilair op het kerstterras (dus niet op het gevelterras) is toegestaan, mits dat past in de sfeer van het evenement. Dat betekent niet dat alle terrasmeubilair is toegestaan. Zo zijn statafels, picknicktafels en loungemeubilair ook op een kerstterras niet toegestaan, maar verhoogd meubilair met krukken wel. Het terrasmeubilair dient daarnaast van

deugdelijke kwaliteit te zijn en uitgevoerd in natuurlijke tinten en materialen (of de kunststof variant daarvan).

10. Terrasschotten

In de periode dat terrassen mogen worden geplaatst is het weer niet altijd aangenaam. Het is echter niet de bedoeling dat terrassen veranderen in volledig met schotten omgeven ruimtes met een altijd zomers binnenklimaat. 'Buiten zitten' moet ook echt 'buiten zitten' blijven.

Om er toch voor te zorgen dat bezoekers uit de wind kunnen zitten, is het onder voorwaarden toegestaan om terrasschotten te plaatsen.

Voor terrasschotten aan de gevel geldt:

- deze mogen worden geplaatst zo diep als het gevelterras tot een maximum van 4 meter;
- ze mogen niet parallel aan de weg worden geplaatst;
- ze mogen maximaal 1,5 meter hoog zijn waarbij het gedeelte vanaf 1 meter boven maaiveld transparant dient te zijn uitgevoerd;
- wanneer nut en noodzaak daarvan wordt aangetoond kunnen onder voorwaarden schotten tot maximaal 2 meter hoogte worden toegestaan. Hiervan dient het gedeelte vanaf 1 meter boven maaiveld transparant te zijn uitgevoerd;
- de terrasschotten moeten eenvoudig verplaatsbaar en verwijderbaar zijn;
- de terrasschotten moeten beschikken over een hoogwaardige kwaliteit;
- reclame is alleen toegestaan op maximaal 5% van de oppervlakte van het gedeelte tot 1 meter boven maaiveld;
- in het bestendigingsgebied zijn geen terrasschotten toegestaan.

Terrasschotten niet direct aan de gevel (bijvoorbeeld bij straat- of pleinterrassen) zijn alleen toegestaan mits daarvoor nut en noodzaak kan worden aangetoond, de schotten beschikken over een hoogwaardige kwaliteit (deze wordt getoetst door de Welstands- / Monumentencommissie) en ze inpasbaar zijn in de specifieke omgeving van het terras.

Deze terrasschotten dienen elk jaar op 1 december te worden verwijderd waarbij de terrasschotputjes³ op maaiveldniveau naar behoren te worden afgedekt. Voor het overige gelden dezelfde regels als voor terrasschotten aan de gevel (behoudens de plaatsingsdiepte).

Vanaf 1 december mogen op de vergunde kerstterrassen verhoogde schotten worden geplaatst tot een maximale hoogte van 2 meter gerekend vanaf maaiveld. Vanaf een hoogte vanaf 1 meter boven maaiveld dienen deze schotten transparant te zijn uitgevoerd.

11. Accessoires

Binnen de vergunde terrasoppervlakte is het toegestaan om terrasgerelateerde accessoires te plaatsen die in esthetisch opzicht één geheel vormen met het terrasmeubilair.

Daarbij geldt voor plantenbakken dat deze een maximale oppervlakte van 0,2 m² mogen hebben waarbij de plantenbak inclusief beplanting niet hoger mag zijn dan ca. 1 meter. Plantenbakken mogen geen afschermende werking hebben en dienen daarom zowel qua situering als qua vorm zicht te blijven geven op het terras.

Ook menuborden mogen maximaal 1 meter hoog zijn en ze mogen niet bevestigd worden aan de gevel van monumentale panden, bomen, lantaarnpalen e.d. Menuborden mogen alleen worden geplaatst binnen de terrasgrenzen.

³ Voor het aanbrengen van terrasschotputjes in een omgevingsvergunning vereist.

Een servermeubel moet qua verschijning passen binnen de totale inrichting van het terras en mag geen tappunt (water, bier, etc.) bevatten. Op een dergelijk meubel is ook geen reclamevoering toegestaan. Het servermeubel moet worden opgesteld binnen de terrasgrenzen.

Verder is het op een terras niet toegestaan om geluidsboxen, vlonders of vloerbedekking te plaatsen.

12. Verwarming

De gemeente Maastricht heeft de ambitie uitgesproken om in 2030 klimaatneutraal te zijn. Dit kan door de uitstoot van broeikasgassen te reduceren, over te stappen op duurzame energiebronnen en resterende uitstoot te compenseren. Gelet op die ambitie heeft de gemeente Maastricht besloten om het energiegebruik als gevolg van het gebruik van terrassen (verwarming en verlichting) tot een minimum te beperken.

De verwarming van een terras is slechts toegestaan bij het direct aan de gevel ingerichte terras. Elektrische-, infrarood- en gasverwarming (via aansluiting op het gasdistributienetwerk) aan de gevel is toegestaan met voeding vanuit de inrichting (hiervoor is een omgevingsvergunning nodig). Ook het gebruik van terrasverwarming die in de markies of het zonnescherm is verwerkt en die het gevelterras aanstraalt is toegestaan.

Het gebruik van vrijstaande terrasverwarming (zoals gaspaddestoelen) is niet toegestaan.

De aanwezigheid van een bewegingsmelder of een in- en uitschakelaar per verwarmingselement én het gebruik van groene stroom wordt sterk aanbevolen zodat het klimaat zo min mogelijk wordt belast.

Gedurende de periode dat kerstterrassen zijn opgesteld mag verwarming van het straat- of pleinterras plaatsvinden, uitsluitend met elektrische verwarmingselementen met kortgolvlige infraroodstraling. Aansluiting op de elektrische installatie van de eigen horecagelegenheid is toegestaan, mits de bekabeling op voldoende hoogte over weg of pad wordt aangebracht en voldoet aan de NEN 1010 (veiligheidsbepalingen voor laagspanningsinstallaties). Wordt daarbij gebruik gemaakt van bomen/lantaarnpalen e.d. dan dient (boom- én lichtmasten-)beschermend bevestigingsmateriaal te worden gebruikt dat na de kerstperiode kan worden verwijderd en geen beschadigingen veroorzaakt. Het gebruik van vrijstaande terrasverwarming is ook op het kerstterras niet toegestaan.

Het plaatsen van aggregaten is niet toegestaan. Oplaadbare batterijen/accu's wel, mits die worden opgeladen in de eigen inrichting.

13. Verlichting

Verlichting op het terras is toegestaan onder de volgende voorwaarden:

- de verlichting mag niet zijn voorzien van reclame-uitingen;
- er mogen geen bedrijfsnamen en -logo's worden afgebeeld;
- er mag geen sprake zijn van een (vorm van een) projectie;
- er mag niet naar boven worden gestraald;
- het terras mag niet worden aangestraald vanuit één lichtbron;
- open vuur is niet toegestaan;
- de verlichting mag niet hinderlijk zijn naar de omgeving.

14. Mantelbuizen

Bekabeling ten behoeve van het terras mag uitsluitend ondergronds plaatsvinden. Om een mantelbuis te plaatsen dient door de eigenaar van het horecapand een erfdiensbaarheid te worden gevestigd.

15. Bereiden spijzen en (alcoholische) dranken op het terras

Op een terras mogen geen spijzen en (alcoholische) dranken worden bereid. Daarom zijn geen eet- en drankbuffetten zoals barbecues en biertappen toegestaan.

Van dit verbod kan worden afgeweken in het geval het terras deel uitmaakt van een vergund evenement.

16. Beschutting

Zonneschermen en luifels aan de gevel van een horeca-inrichting maken geen deel uit van de terrasvergunning. Hiervoor dient een omgevingsvergunning te worden aangevraagd. Het aanbrengen van flappen aan zonneschermen, luifels en markiezen is nooit toegestaan.

Parasols zijn mogelijk onder de volgende voorwaarden:

- een parasol in uitgeklapte toestand mag de ongehinderde doorgang niet belemmeren en het buurterras of de rijbaan nooit overdekken/overlappen;
- in beginsel mogen parasols in uitgeklapte toestand geen grotere maatvoering hebben dan ca. 4 x 4 meter, dan wel geen grotere doorsnede hebben dan 4,5 meter (de totale oppervlakte van een parasol mag maximaal 16 vierkante meter zijn). De maximale maatvoering is echter altijd afhankelijk van het toegewezen terrasoppervlak;
- de maximale hoogte van de bovenzijde van een parasol is tot de 1^e verdiepingvloer van de inrichting;
- de afstand van de buitenrand van de uitgeklapte parasols tot aan de buitengrens van het terras bedraagt minimaal 0,25 meter. Bij ensembles mogen de parasols aaneengeschakeld worden geplaatst.
- in verband met zichtlijnen zijn parasols in één lijn opgesteld en van dezelfde vorm;
- parasols zijn uitgevoerd in tentdoek of vergelijkbaar materiaal;
- er mogen geen flappen worden aangebracht aan parasols of tussen parasols, gevels of andere objecten;
- de hoogte vanaf maaiveld tot aan de onderkant van het parasoldoek bedraagt minimaal 2,2 meter;
- er mag één tint parasol per terras worden gebruikt, passend bij de luifel, zonnescherm of markies;
- bij ensembles wordt het parasoldoek gekozen uit één kleurpalet;
- op de volant van de parasol is reclame toegestaan. Wanneer er geen volant is mag reclame worden gevoerd op de bovenzijde van de parasol tot maximaal 5% van elk segment;
- parasols moeten 's nachts en op sluitingsdagen worden ingeklapt;
- op 1 december dient de parasol te worden verwijderd en het parasolputje⁴ op maaiveldniveau naar behoren te worden afgedekt zodat het geen obstakel vormt voor voetgangers.

17. Terrassen tijdens evenementen en infrastructurele werkzaamheden

Wanneer een groot evenement plaatsvindt of door de gemeente (infrastructurele) werkzaamheden worden uitgevoerd is terrasvoering niet altijd mogelijk.

De terrasvergunning wordt dan ook verleend onder de voorwaarde dat in die gevallen, bij eerste aanzegging van de burgemeester (en dat is minimaal twee weken van tevoren) het terras moet worden verwijderd gedurende de periode van het evenement (eventueel inclusief op- en afbouw van het evenement) of gedurende de (infrastructurele) werkzaamheden.

18. Openingstijden terras

Het terrasmeubilair moet elke dag tussen 08:00 uur en 10:00 uur worden opgesteld.

In het gedeelte van het bestendigingsgebied dat als primaire functie *winkelzone* heeft, mag het terrasmeubilair echter pas vanaf 11:30 uur worden opgesteld vanwege laad- en losactiviteiten (dit

⁴ Voor het aanbrengen van parasolputjes is een omgevingsvergunning vereist.

gebied wordt vóór en na laad- en lostijden afgesloten door een automatisch selectief afsluitingssysteem of – in sommige gevallen – door Maastrichter paaltjes).

Om te voorkomen dat terrasmeubilair opgestapeld blijft staan moet – wanneer het terrasmeubilair niet inpandig kan worden opgeslagen – het bij ensembles, ook tijdens sluitingsdagen, uiterlijk om 10.00 uur worden opgesteld.

Een terras moet iedere dag om 02.00 uur (of eerder, indien de situering van het terras daartoe aanleiding geeft en aanvullende voorwaarden zijn opgenomen in de vergunning) zijn opgeruimd. Het terrasmeubilair moet inpandig worden opgeslagen. Wanneer dat niet mogelijk is mag het terrasmeubilair gestapeld (voor de veiligheid max. 1.50m hoog) en gezeurd worden opgeslagen binnen het aangewezen terrasoppervlak⁵.

Het gebruik van terrasmeubilair na sluitingstijd is (ook voor personeel) niet toegestaan.

19. Ongehinderde doorgang

Om ervoor te zorgen dat alle weggebruikers op een zo veilig en doelmatig mogelijke manier gebruik kunnen maken van de openbare weg, is een ongehinderde doorgang noodzakelijk. Om dit te verzekeren moet aan de volgende voorschriften worden voldaan:

- de minimale doorloop voor voetgangers is 1,5 tot 2,4 meter, afhankelijk van de intensiteit van de voetgangersstroom en de functies van de locatie;
- de minimale afstand tussen een straat- of pleinterras en de rijbaan is voor de veiligheid van de terrasbezoekers 0,3 tot 0,6 meter, afhankelijk van de situatie ter plaatse;
- Ambulances, brandweer, politie en verzorgingsverkeer (hulpverleningsdiensten) moeten altijd vrije doorgang te hebben. Om dit te kunnen garanderen is een minimale breedte van de doorgang noodzakelijk. Deze doorgang is:
 - minimaal 3,5 meter op een recht stuk weg;
 - minimaal 4,5 meter bij een korte doorsteek of een flauwe bocht;
- Bij de entree/uitgang van wegen en in scherpe bochten wordt bij berekening de verplichte vrije ruimte vastgesteld (de zogenaamde draaicurve);
- De toegang tot een bouwwerk dient tot op ten minste 10 meter bereikbaar te zijn voor hulpverleningsdiensten.
- Brandkranen en –putten/ kolken én de volle breedte van vluchtwegen, uitgangen en toegangsdeuren dienen steeds vrij te zijn van opstallen.

20. Hervreiding terrassen

De grootte van een pleinterras is afhankelijk van de voor terrassen beschikbare oppervlakte op een plein en het aantal horecaondernemingen die ter plaatse een terras willen voeren. Het is mogelijk dat gedurende de looptijd van een terrasvergunning (vijf jaar) een onderneming aan een plein verdwijnt of een nieuwe onderneming start. Dit is van invloed op de vraag om terrasruimte.

Om het ook voor nieuwe ondernemingen mogelijk te maken om terras te voeren, en om de terrasruimte beter te verdelen onder de aanwezige horecaondernemingen aan een plein, zal op iedere pleinlocatie om de vijf jaar worden bekeken hoe groot de vraag is naar terrasvergunningen. Wanneer die vraag wijzigt ten opzichte van de bestaande situatie op dat moment, zal op basis daarvan naar evenredigheid, en gelet op de specifieke locatie, de voor terrassen beschikbare oppervlakte worden (her)verdeeld. Hierbij wordt o.a. gekeken naar de oppervlakte van de horeca-inrichting, de bestaande terrasgrootte en de breedte van de gevel.

⁵ Bij opslag buiten dient op grond van de brandveiligheid een afstand van 5 meter vanaf de gevel te worden aangehouden, tenzij het terrasmeubilair brandwerend is.

Daarbij geldt dat de vergunde terrasoppervlakte van een reeds terrasvoerende ondernemer op een locatie nooit meer dan 10% (naar boven of naar beneden; peildatum voor de eerste herverdeling is 15 februari 2015) kan wijzigen en een nieuw te vormen terras minimaal 15 m² dient te zijn.

Pleinterrassen waar herverdeling aan de orde kan zijn: Sint Amorsplein, Onze Lieve Vrouweplein, Pleintje onder de klok (Wyck) en Maaspromenade.

Omdat juist vóór de totstandkoming van dit aangepaste beleid voor enkele van de bedoelde locaties nieuwe terrasvergunningen zijn verleend, zal de eerste herverdeling pas plaatsvinden per 15 februari 2020. De betrokken ondernemers op een locatie worden ruim van tevoren bij deze herverdeling betrokken.

21. Handhaving

Dit beleid kan uiteraard alleen het gewenste effect hebben wanneer de regels ook worden nageleefd. De manier waarop hier op wordt toegezien is verankerd in het gemeentelijke handhavingsbeleid.

3. Procedure

Aanvraag

In het algemeen geldt dat de aanvrager zodanige gegevens moet overleggen dat de aanvraag kan worden beoordeeld.

De aanvraag om terrasvergunning wordt ingediend door middel van een daartoe opgesteld ondertekend aanvraagformulier en gaat vergezeld van:

- een situatietekening van het terras op de schaal 1:100 met details zoals bomen, bebouwing (in de omgeving), lichtmasten en terrasschotten. Tevens dienen de maten van de verschillende details te worden aangegeven.
- kleurenfoto's van terrasmeubilair, parasols (inclusief afmetingen) en eventuele opstallen.
- Nadere informatie over de wijze van opslag van het terrasmeubilair regulier, én bij vakantie, grootschalige evenementen etc.

De overgelegde gegevens maken integraal onderdeel uit van de vergunning.

Gegevens die al in het bezit zijn van de gemeente en voldoende actueel zijn om de aanvraag te kunnen beoordelen (bijvoorbeeld de situatietekening, de inschrijving bij de Kamer van Koophandel en de drank- en horecawetvergunning of exploitatievergunning), hoeven niet (opnieuw) te worden overgelegd.

Leges

Voor het in behandeling nemen van een aanvraag om een terrasvergunning worden legeskosten in rekening gebracht conform de tarieventabel van de legesverordening (ook indien de vergunning wordt geweigerd).

De verleende vergunning

De verleende terrasvergunning is zaaksgebonden. Dat betekent dat de terrasvergunning blijft bestaan zelfs als de exploitatie wisselt gedurende de geldigheidsduur van de vergunning. De terrasvergunning (voor de resterende vergunningsduur) kan dus bij een eventuele overname worden betrokken. In dat geval dienen wel de gegevens op de vergunning te worden aangepast.

Precario

Voor het hebben van voorwerpen onder, op of boven gemeentegrond wordt precariobelasting geheven. Hieronder valt ook het plaatsen van een terras. Het precariotarief is afhankelijk van de locatie. Van precariobelasting wordt geen kwijtschelding verleend.

Geldigheidsduur

De terrasvergunning wordt verleend voor een periode van vijf jaar (met een voorbehoud voor (toekomstige) wijzigingen in de infrastructuur).

Een terrasvergunning wordt bij bijzondere omstandigheden zoals (beoogde) gemeentelijke reconstructie, onderhoud of projecten minimaal voor één regulier seizoen (straat- of pleinterras) verleend.

De terrasvergunning eindigt op het moment dat de exploitatie van de betreffende horeca-inrichting wordt beëindigd of onderbroken. De terrasvergunning eindigt van rechtswege als de vergunninghouder niet meer beschikt over een geldige drank- en horecawetvergunning of een geldige exploitatievergunning.

In afwijking van het bovenstaande geldt de vergunning voor een kerstterras slechts voor de duur van één editie van Magisch Maastricht (1 december - eerste werkdag na de kerstvakantie).

Infrastructurele wijzigingen

De terrasvergunning eindigt ook wanneer er sprake is van geplande grootschalige infrastructurele wijzigingen op de terraslocatie. Na afloop van de werkzaamheden kunnen alle horecabedrijven op de locatie een nieuwe vergunning aanvragen en worden de terrassen evenredig en met inachtneming van de specifieke locatie herverdeeld.

Criteria

Om in aanmerking te komen voor een terrasvergunning dient de aanvrager te beschikken over een geldige drank- en horecawetvergunning (artikel 1 jo. artikel 3 jo. artikel 12, lid 1 Drank- en Horecawet) of exploitatievergunning (artikel 2.1.5.1, lid 1 jo. artikel 2.3.1.1, lid 1 APV Maastricht 2006).

Ingevolge artikel 2.1.5.1 van de Algemene Plaatselijke Verordening Maastricht 2006 (APV) kan de burgemeester de terrasvergunning weigeren:

- Indien het beoogde gebruik schade toebrengt aan de weg, gevaar oplevert voor de bruikbaarheid van de weg of voor het doelmatig en veilig gebruik daarvan, dan wel een belemmering kan vormen voor het doelmatig beheer en onderhoud van de weg;
- Indien het beoogde gebruik hetzij op zichzelf, hetzij in verband met de omgeving niet voldoet aan redelijke eisen van welstand;
- in het belang van de voorkoming of beperking van overlast voor gebruikers van de in de nabijheid gelegen onroerende zaak;

Dit terrassenbeleid vormt o.a. een verdere uitwerking van deze weigeringsgronden.

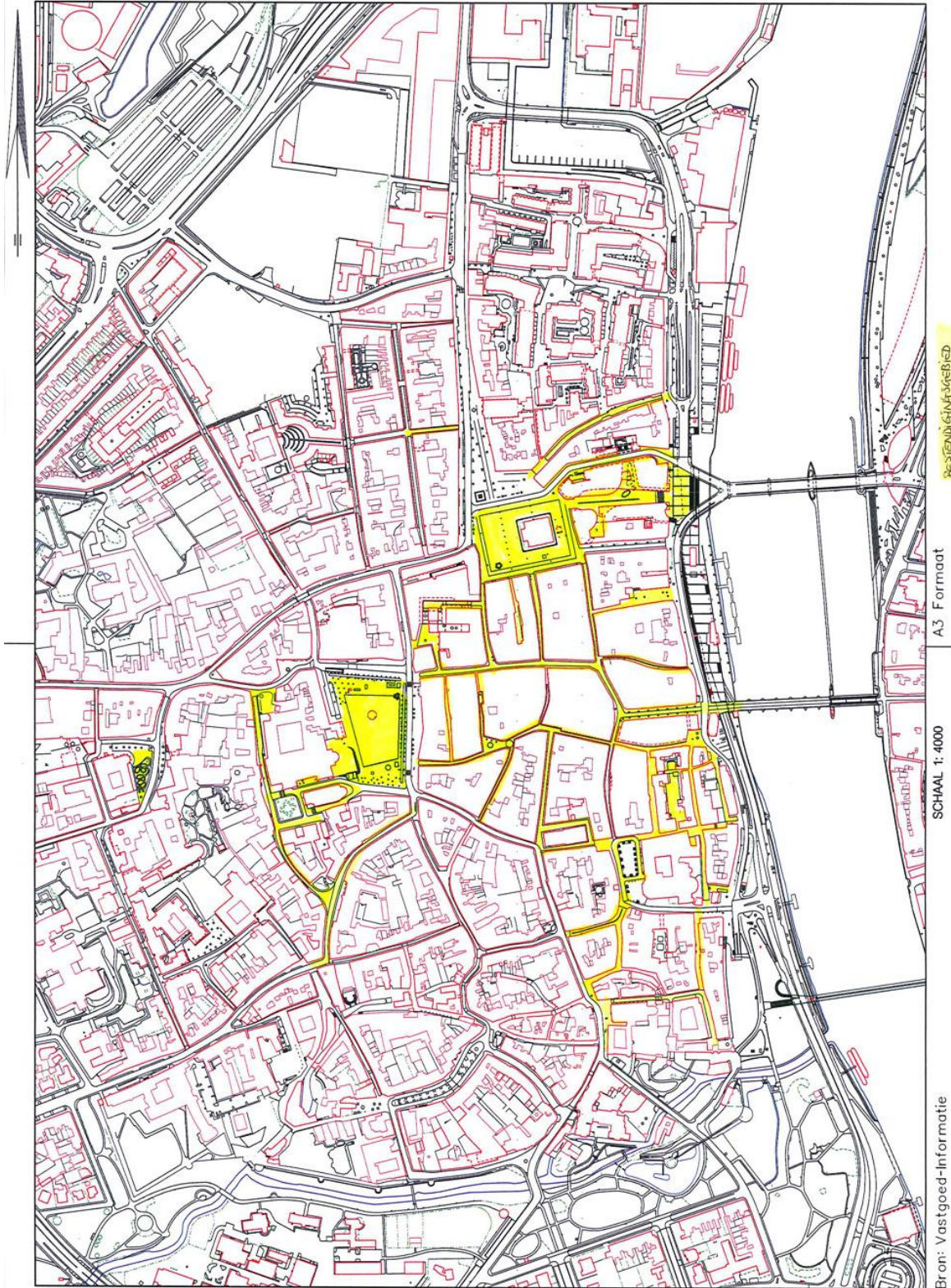
4. Overgangsbepalingen

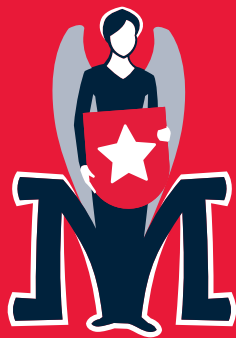
Een bestaande gevestigde horeca-inrichting met een geldige terrasvergunning op het moment van inwerkingtreding van deze beleidsregels heeft het recht op voortzetting van de exploitatie van dat terras op de wijze zoals die in de vergunning is vastgelegd, voor de duur van de geldigheid van die vergunning.

Een uitzondering hierop vormt de nieuwe periode waarop straat- en pleinterrassen zijn toegestaan (van 15 februari tot 1 december). Deze nieuwe periode is met ingang van de inwerkingtreding van dit beleid onverkort van toepassing.

Vanaf het moment dat dit nieuwe beleid is vastgesteld zijn deze nieuwe regels van toepassing voor aanvragen voor nieuwe terrasvergunningen, verlengingen en wijzigingen van bestaande (aflopende) terrasvergunningen.

5. Bijlage: bestendingsgebied





VOLGNUMMER
146-2014

DATUM
18 november 2014

ORGANISATIEONDERDEEL
Economie en Cultuur

CORRESPONDENTIENUMMER
2014-44835

BIJLAGEN

RAADSCOMMISSIE
Economische en Sociale Zaken

ONDERWERP RAADSVORSTEL
Hotelbeleid 2015-2018

STELLER
Costongs/350 4788
ard.costongs@maastricht.nl

AAN DE GEMEENTERAAD,

1. Samenvatting

Waarom een vernieuwd hotelbeleid?

Het huidige hotelbeleid is geëvalueerd door onderzoeksbureau ZKA. Conclusie daarvan was dat het hotelbeleid heeft gewerkt en op hoofdlijnen in stand moet blijven om de markt in Maastricht enerzijds te kunnen voorzien van nieuwe impulsen en anderzijds de investeringsruimte van de bestaande hotels niet te veel te beperken door al te veel concurrentie.

Wat is onze ambitie?

Wij willen het bestaande hotelbeleid voor nieuwvestiging qua systematiek – toets op mate van vernieuwing van het concept en haalbaarheid - overeind houden, om bovenvermelde redenen. Tegelijkertijd willen wij het makkelijker maken om ruimte te geven aan vernieuwende concepten en om de marktruimte in het budgetsegment en in het luxesegment beter te benutten. Dat betekent deels reguleren en deels liberaliseren.

Wat gaan we doen?

Ten eerste gaan we in de haalbaarheidstoets uit het oude beleid meer accent leggen op vernieuwing. Met vernieuwing wordt bedoeld het binnenhalen van nog niet in Maastricht voorkomende hotelconcepten die nieuwe doelgroepen naar de stad halen en daarmee voor extra overnachtingen zorg dragen.

Ten tweede gaan we de haalbaarheidsstudie afschaffen voor kleinschalige logiesaccommodaties tot en met 7 kamers. Dit mag alleen als geen woningen verdwijnen. Wel wordt voor elke locatie afgewogen of deze functie daar geschikt is (planologische afweging). Hiermee wordt de toenemende markt voor kleinschalige logies beter bediend, terwijl de woonfunctie blijft en alle overige vereisten voor kleine hotels gelden.

Ten derde gaan we de haalbaarheidstoets ook afschaffen voor bestaande hotels die met maximaal 7 kamers uitbreiden en voor de bestaande hotels vanaf 140 kamers die met maximaal 5% uitbreiden. Voor grotere uitbreidingen wordt de haalbaarheidsstudie bovendien versoepeld op het punt van vernieuwende concepten.

2. Beslispunten

- Het huidige beleid voortzetten met de volgende nuanceringen:



- Checklist voor de haalbaarheidsstudie aanpassen: minder nadruk op financiële haalbaarheid en meer op de inhoudelijke aspecten (de zogenoemde aanvullende vraag: nieuwe concepten die extra toeristen naar Maastricht trekken)
- Haalbaarheidsstudie vereisen voor initiatieven vanaf 8 kamers (of vergelijkbare verblijfseenheden) waarbij geen onttrekking aan de woonfunctie plaatsvindt
- Voor bestaande hotels een haalbaarheidsstudie vereisen voor uitbreidingen vanaf 8 kamers en voor bestaande hotels groter dan 140 kamers voor uitbreidingen van 5% van het aantal bestaande kamers (peildatum 1-1-2015)
- Voor uitbreidingen van bestaande hotels groter dan 5% (in hetzelfde of het naastgelegen pand) de checklist versoepelen op het punt van aanvullende vraag (waarbij het ontbreken van een nieuw concept niet leidt tot een lagere score, maar het aanpassen/vernieuwen van het concept wel leidt tot een hogere score)
- Waar mogelijk te komen tot een reductie van de planvoorraad
- De effecten van deze beleidsaanpassingen en de aard en omvang van m.n. kleinschalige logiesaccommodaties te monitoren en te beoordelen of de uitkomsten consequenties moeten hebben voor het instrumentarium en gemeentelijke handhavingsprioriteiten.

3. Aanleiding

In 2009 heeft de gemeente een nieuw, op innovatie sturend, hotelbeleid vastgesteld. Dat is gebeurd op grond van de conclusie dat destijds geen ruimte was voor nieuwe kamers. Bovendien waren er enkele tientallen plannen bekend met een aantal hotelkamers dat veel groter is dan de marktruimte. Bij een ongereguleerde vestiging was er voor de Maastrichtse hotellerie geen tot weinig ruimte voor het verbeteren van de resultaten. Dit mogelijk met een groot risico dat de kwaliteit van het gehele stedelijke hotelproduct zou verminderen. Destijds was het dus niet zeker dat met een ongereguleerde vestiging een goed kwantitatief én kwalitatief aanbod bereikt kon worden en daarbij het positief imago van de stad behouden kon worden. Gekozen is voor sturing via hotelbeleid (zoals in zekere zin ook op het gebied van kantoren en wonen gebeurt).

Het Hotelbeleid 2009-2013 houdt in dat de gemeente Maastricht alleen ontheffing verleent van bestemmingsplannen c.q. een projectbesluit neemt, indien sprake is van een vernieuwend concept waardoor de marktruimte vergroot en de kwaliteit van de omgeving behouden en/of verbeterd wordt. Dit moet worden aangetoond door middel van een haalbaarheidsstudie die moet voldoen aan de vastgestelde checklist.

4. Relatie met bestaand beleid

Evaluatie Hotelbeleid

ZKA heeft een evaluatie gedaan van het hotelbeleid dat in 2009 is vastgesteld (zie bijlage). Belangrijke conclusies hieruit zijn:

- Het hotelaanbod in de gemeente Maastricht is de afgelopen jaren gestegen van 2216 naar 2362 kamers; dit is minder hard dan landelijk en in de grote steden.
- De tendens van steeds meer aanbod in het luxe segment is tot staan gekomen en er is meer budgetaanbod gekomen. Hiermee wordt in kwantitatief opzicht (deels) aan de doelstelling van een meer gevarieerd hotelaanbod voldaan. Echter: budgetaanbod is nog ondervertegenwoordigd en er is geen 5*-hotel.



- Er zijn enkele nieuwe hotels bijgekomen die aansluiten bij de trend van bijzondere hotelconcepten en -formules, waardoor ook in kwalitatief opzicht het aanbod meer divers is geworden.
- De hotelplannen waaraan reeds principemedewerking is verleend (400 kamers van de in totaal minimaal 880), hebben al meer kamers dan de geraamde marktruimte (ca. 325 kamers in het realistische scenario).

Ofschoon de ontwikkeling van de marktverhoudingen in Maastricht minder fors verslechterd is dan landelijk, bestaat de komende jaren nog steeds geen of nauwelijks marktruimte voor extra hotelkamers. Bovendien is er nog steeds sprake van enkele tientallen hotelplannen, waarvan alleen al de plannen/kamers met een principetoezegging groter is dan de marktruimte.

ZKA adviseert dan ook:

- handhaven van het huidige restrictieve, naar meer diversiteit en innovatie strevende hotelbeleid;
- sterk blijven toetsen op de haalbaarheid, onderscheidend vermogen en toegevoegde waarde van potentiële nieuwe hotels;
- komen tot een nadere ordening en reductie van de planvoorraad.

Haalbaarheidsstudie

Naast de inhoudelijke aspecten zoals door ZKA geëvalueerd zijn er ook procedurele aspecten en vereisten. De haalbaarheidsstudie die voor elk initiatief moet worden ingevuld (m.u.v. 1 of 2 kamers guesthouse) noodzaakt zeer specifieke kennis en wordt als zeer complex ervaren, zelfs door de gespecialiseerde bureaus die hiermee de meeste ervaring hebben.

Hierdoor leidt ieder initiatief tot hoge kosten voor initiatiefnemer én gemeente en tot een lange doorlooptijd:

- de initiatiefnemer huurt een gespecialiseerd bureau in om een haalbaarheidsstudie op te stellen
- de gemeente huurt een ander gespecialiseerd bureau in om de haalbaarheidsstudie te toetsen
- het bureau van de initiatiefnemer past de haalbaarheidsstudie aan
- het door de gemeente ingehuurd bureau toetst de aangepaste haalbaarheidsstudie

Vooraf voor kleinere initiatieven is dit een kostenpost die men niet snel uit de exploitatie gedekt krijgt en voor de gemeente betekent dit een kostenpost van enkele duizenden euro's per initiatief.

Omdat de complexiteit van de haalbaarheidsstudie als een probleem ervaren wordt, is vereenvoudiging geboden.

Short stay

In december 2013 is het short-staybeleid duidelijker geformuleerd. Op grond hiervan gelden voor short stay de volgende eisen:

- het gaat om zelfstandige woonruimte(n) met eigen voordeur en eigen voorzieningen.
- deze woonruimte alleen gestoffeerd en gemeubileerd wordt verhuurd.
- verhuur alleen met tijdelijke huurcontracten/gebruiksovereenkomsten plaatsvindt. Daarbij geldt een minimale termijn van 4 weken en een maximale termijn van één jaar.
- er geen recreatieve verhuur plaatsvindt.



Vrij vertaald betekent dit dat tijdelijke bewoning tot 4 weken niet mogelijk is op grond van een woonbestemming (met short stay), maar dat hiervoor een hotelbestemming nodig is. Met andere woorden: het hotelbeleid heeft betrekking op tijdelijk verblijf c.q. overnachtingsmogelijkheden tot 4 weken.

De laatste tijd komen er steeds meer plannen met een mengvorm van hotel en short stay, zoals bijvoorbeeld hotelappartementen en studenthotels. Hierop zijn zowel het hotelbeleid (voor het verblijfsdeel korter dan 4 weken) als het short-staybeleid (voor het verblijfsdeel vanaf 4 weken) naar rato van toepassing.

Guesthouses/B&B

Op dit moment worden guesthouses uitgezonderd van het hotelbeleid. In de Hotelnota 2009-2013 Maastricht staat guesthouse gedefinieerd als: "Een kleinschalig logiesverstrekkend bedrijf, gericht op het bieden van een toeristisch en kortdurend verblijf waarbij het aanbod zich beperkt tot maximaal twee kamers. Deze overnachtingsaccommodatie is gevestigd in een woning, wordt gerund door de eigenaren, tevens hoofdbewoner(s) van de betreffende woning." Een guesthouse is rechtstreeks toegestaan binnen de woonbestemming zoals vastgelegd in het bestemmingsplan.

Het principe van een guesthouse komt min of meer overeen met wat men landelijk aanduidt als Bed and Breakfast. De Stichting Bed & Breakfast heeft samen met het Platform Bed & Breakfast, Ministerie van Infrastructuur en Milieu, Ministerie van Binnenlandse Zaken en Koninkrijksrelaties, Vereniging van Nederlandse Gemeenten, Kamer van Koophandel, Antwoord voor Bedrijven, Infomil en Belastingdienst een handreiking voor gemeenten opgesteld: de Beleidsnotitie Bed & Breakfast (die overigens niet door KHN onderschreven wordt). In deze beleidsnotitie staat Bed & Breakfast als volgt omschreven: "Een bed & breakfast is een overnachtingsaccommodatie gericht op het bieden van de mogelijkheid tot een toeristisch en veelal kortdurend verblijf met het serveren van ontbijt. Een bed & breakfast is gevestigd in een woonhuis of bijhuis, wordt gerund door de eigenaren van het betreffende huis en heeft maximaal zeven kamers".

Uit deze landelijke Beleidsnotitie blijkt dat het omslagpunt van een kleinschalige naar een commerciële Bed and Breakfast (B&B) bij zeven kamers ligt. Een B&B met meer dan zeven kamers boet in aan kleinschaligheid en persoonlijke aandacht voor de gast. De eigenaar moet in veel gevallen personeel inschakelen, wat afbreuk doet aan het persoonlijke karakter van de B&B. De accommodatie gaat dan te veel op een pension of hotel lijken. Ook in andere Europese landen is een grens van zeven kamers heel gebruikelijk. Met deze begrenzing van de activiteit van een B&B kan een duidelijk onderscheid worden gemaakt tussen bed & breakfast en de reguliere pensions of hotels.

Economische visie Made in Maastricht

In 2013 is de Economische visie Made in Maastricht door de Raad vastgesteld. Werk staat hierin centraal, als bron van welvaart en welzijn voor de burgers van Maastricht. De Visie kent drie pijlers: internationale kenniseconomie, cultuur & economie (creatieve economie) en bezoek-, werk-, en ontmoetingsstad.

Binnen de laatstgenoemde pijler is het belang van de vrijetijdseconomie en het zakelijk toerisme voor de stad opgenomen. Het hotelaanbod moet kwantitatief en kwalitatief (blijven) aansluiten bij hetgeen de bezoeker nu en in de toekomst vraagt. Made in Maastricht beoogt ook deregulering en het bieden van experimenteerruimte om ondernemerschap te faciliteren.



Visie op de Binnenstad

De interactief tot stand gekomen Visie op de Binnenstad gaat hierin verder. Er moet ruimte geboden worden voor vernieuwende initiatieven en experimenten. Er is geen sprake van het van bovenaf ontwikkelen en sturen van ontwikkelen, maar van het geleiden van de dynamiek die er is. Niet alleen een diversiteit aan evenementen, maar ook verbreding en differentiatie van het huidige horeca-, cultuur- en hotelaanbod is belangrijk voor de aantrekkelijkheid van de binnenstad. Er kan een optimale wisselwerking plaatsvinden tussen nieuwe hotelconcepten en bezoekers die door bepaalde winkel/horecaconcepten of evenementen (kunnen) worden aangetrokken. Gestreefd wordt naar zones waar, in ieder geval tijdelijk, minder regels gelden voor het gebruik van gebouwen en/of openbare ruimte. Hierdoor krijgen creatieve en innovatieve ideeën de kans om te bewijzen dat ze levensvatbaar zijn. Bovendien kan dan een mentaliteit ontstaan waarbij het versoepelen van regels niet leidt tot angst voor chaos. Experimenteeruimte is echter breder dan alleen zones: overal in de binnenstad meer mogelijkheden creëren om te innoveren. Begin 2015 zullen wij u een voorstel voorleggen tot besluitvorming over de Visie op de Binnenstad. In het nu voorliggende raadsvoorstel zoeken we de versoepeling van de regels vooral op het gebied van kleinschalige initiatieven en vereenvoudiging van de procedure.

Trends en ontwikkelingen

Dit alles moet gezien worden in het licht van hetgeen in het kader van de Visie op de Binnenstad al geconstateerd is: "The World is changing fast!" Niet alleen de technologische ontwikkelingen gaan steeds sneller, maar ook de deeleconomie groeit gestaag. "Het individu maakt een verbinding met gelijkgestemden en passeert eenvoudigweg voorgekookte systemen" (Trendrede). Dit gebeurt bijvoorbeeld door steeds meer gebruik te maken van boekingsites als booking.com en hotel.nl. Er ontstaan ook services voor het "delen" van gebruiksvoorwerpen, productiemiddelen, auto's, diensten, maar ook voor het delen van woningen. Zelf-organiserende online-diensten als Airbnb, Windu en Couchsurfing (incidentele vakantieverhuur van de eigen woning) zijn flink in opmars. Deze diensten spelen in op de ontwikkeling dat de toerist steeds individueler en veeleisender wordt en zich steeds meer richt op beleving. Dit heeft zijn weerslag op het functioneren van het meerdaags verblijfstoerisme.

Hier ligt een grote uitdaging voor Maastricht als internationale toeristenstad, en voor de Maastrichtse hotellerie in het bijzonder. Aan de ene kant zorgen deze diensten voor meer aanbod in de markt en betekenen ze zo in zekere zin concurrentie voor het gevestigd hotelaanbod in Maastricht. Aan de andere kant zorgen deze ontwikkelingen niet alleen voor een diverser aanbod, maar ook voor aansluiting op grote internationale netwerken die vaak wereldwijd toeristen bereiken die overnachtingen in Europa, Nederland of Limburg willen boeken. Dit zijn zaken die (mede) worden nagestreefd met de beleidsuitgangspunten van ons hotelbeleid.

Onze insteek is dan ook niet om tegen deze mondiale ontwikkelingen in te gaan, maar om juist te kunnen profiteren van de kansen die dit biedt voor extra meerdaags bezoek aan Maastricht. Dit zal echter wel onder de juiste voorwaarden moeten gebeuren.

De netwerken hebben zowel betrekking op vakantieverhuur als op normale hotel- en Bed&Breakfast-kamers (deze laatste twee categorieën komen later in dit raadsvoorstel aan de orde). Onder vakantieverhuur wordt incidentele verhuur van de eigen woning verstaan, bijvoorbeeld enkele weken als de hoofdbewoner op vakantie is (bv. via Airbnb, Wimdu, Couchsurfing).

Vakantieverhuur is een fenomeen van incidenteel gebruik waarop het planologisch systeem in Nederland eigenlijk niet is toegerust. Strikt genomen is dit niet toegestaan naar de letter van



een pure woonbestemming. Daar staat tegenover dat naar de geest de woonbestemming niet wezenlijk wordt aangetast indien er daadwerkelijk sprake is van slechts incidentele verhuur.

De ontwikkelingen op dit gebied gaan snel en we zullen deze goed blijven volgen.

In het verlengde van trends als zelf-organiserende online-diensten en vakantieverhuur ligt de algemene trend van een toenemende vraag naar en aanbod van kleinschalige logiesaccommodaties. Zo zal de vraag naar B&B's de komende jaren blijven groeien. Door de vergrijzing groeit de groep ouderen, die het meest een B&B bezoekt. Ook voor andere doelgroepen voorziet de B&B in de behoefte aan kleinschalige en goedkopere overnachtingsmogelijkheden.

Afschaffing sterrenclassificatie

Ook de KHN is zich bewust van de veranderingen in de dynamische wereld van het meerdaags toerisme. Per 1 januari 2015 zal het systeem van sterrenclassificatie afgeschaft worden. Momenteel beraadt men zich op een systeem dat beter aansluit bij deze tijd. Daarom zullen wij in het vervolg niet meer spreken van 2-sterren en 5-sterrenhotels, maar van resp. budgetsegment en luxe segment.

5. Gewenst beleid en mogelijke opties

Ambitie

Voor de komende jaren streven we geen grote groei, maar wel een kwaliteitsslag van het hotelaanbod na. We willen ruimte geven aan concepten die de marktruimte in het budgetsegment en het luxesegment beter invullen, aan concepten die meer toeristen naar Maastricht trekken en aan kleinschalige logiesaccommodaties. Dit met behoud van de vitaliteit van het huidige hotelaanbod. Er moet zoveel mogelijk een gelijk speelveld zijn op het gebied van eisen van brandveiligheid, andere bouweisen en toeristenbelasting. Het is de bedoeling om de procedure te vereenvoudigen.

Voortzetting huidig beleid

Uit de evaluatie van het huidige hotelbeleid is gebleken dat de tempering van de groei van het aanbod een positieve werking gehad heeft op de ontwikkeling van de marktverhoudingen in Maastricht. Tegelijkertijd is de planvoorraad net als in 2009 aanzienlijk groter dan de marktruimte.

Wij stellen u dan ook voor om het huidige hotelbeleid voort te zetten en hierbij tevens de volgende knelpunten te verzachten dan wel op te heffen.

Complexiteit haalbaarheidsstudie

Omdat de complexiteit van de haalbaarheidsstudie als een probleem ervaren wordt, is vereenvoudiging geboden. Wij stellen u voor om deze regeldruk zowel voor nieuwe als voor uitbreiding van bestaande hotels te verminderen. Dit door de checklist voor de haalbaarheidsstudie dusdanig te vereenvoudigen dat er minder nadruk op de financiële haalbaarheid komt liggen en meer op de inhoudelijke aspecten (de zogenoemde aanvullende vraag: nieuwe concepten die extra toeristen naar Maastricht trekken). Hiermee kan nog beter ingespeeld worden op de steeds veranderende behoefte van de toerist.



Dit zou een versoepeling betekenen die enerzijds niet wezenlijk afdoet aan het huidige, door ZKA geëvalueerde beleid en anderzijds wel een verlichting van de regeldruk betekent.

Haalbaarheidsstudie kleine ondernemingen

Vooraf voor kleinere initiatieven is de haalbaarheidsstudie een kostenpost die men niet snel uit de exploitatie gedekt krijgt. Ook is er een doorlooptijd mee gemoeid die niet evenredig is aan de kleinschaligheid van dergelijke plannen. Dit staat bovendien op gespannen voet met het economische beleid van de afgelopen tijd om juist het (kleine) ondernemerschap te stimuleren en faciliteren. Wij stellen u dan ook voor om het minimaal aantal kamers waarvoor een haalbaarheidsstudie aangeleverd moet worden, te verhogen en hierbij aansluiting te zoeken bij de landelijke Beleidslijn Bed & Breakfast (grens van 7 kamers). Dit betekent er pas vanaf 8 kamers een haalbaarheidsstudie vereist is. Om op moderne en wellicht toekomstige trends te kunnen inspelen, kunnen met kamers vergelijkbare verblijfseenheden (bv. tentjes in de tuin of couchsurfing) hieraan gelijk gesteld worden.

Dit geldt voor alle initiatieven (niet alleen B&B). Bovendien wordt met het oog op het woonklimaat voorgesteld om deze regeling alleen toe te passen op plannen, waar de woonfunctie behouden blijft. (Dergelijke initiatieven wijken immers af van reguliere kamerverhuur, die zich richt op duurzaam woonverblijf.)

Voor alle initiatieven tot 8 kamers, ook die in andere panden dan woningen, zal een planologische afweging plaatsvinden of deze functie op deze plek geschikt is, waarbij o.a. getoetst wordt aan beleid(snota's) als Structuurvisie, Visie op de Binnenstad, Detailhandelsnota, bedrijventerreinenbeleid, woonbeleid en zaken als bereikbaarheid, parkeren e.d. Ook zijn toetsingscriteria als brandveiligheidseisen voor hotel/logiesgebouw van toepassing en moet voor elke overnachting, ongeacht accommodatie, toeristenbelasting betaald worden.

Als gevolg hiervan verwachten we niet dat dergelijke initiatieven op grote schaal gerealiseerd zullen worden.

Wat betekent dit ten opzichte van de huidige situatie?

- De regeling in bestemmingsplannen voor guesthouses (1 of 2 kamers bij de hoofdbewoner) hoeft niet te worden aangepast.
- Overige initiatieven tot 8 kamers waarbij geen woningen verdwijnen, worden getoetst aan de gebruikelijke planologische criteria, maar een haalbaarheidsstudie is niet nodig.
- Vanaf 8 kamers is naast de gebruikelijke toetsingscriteria een haalbaarheidsstudie vereist.

Ter illustratie enkele praktijkvoorbeelden aan de hand van 5 casussen

- Casus 1: hoofdbewoner wil 2 kamers B&B en blijft wonen in het pand. Conclusie op grond van dit raadsvoorstel: er verandert niets; blijft rechtstreeks toegestaan (geen haalbaarheidsstudie en geen planologisch toets).
- Casus 2: hoofdbewoner wil woning omzetten in 5 kamers B&B en blijft er niet wonen. Conclusie: woonfunctie verdwijnt, dus niet toegestaan.
- Casus 3: hoofdbewoner wil de schuur bij zijn boerderij omzetten in 6 kamers B&B en blijft wonen in zijn woning. Conclusie: geen haalbaarheidsstudie nodig; wel de planologische afweging of deze functie op deze plek geschikt is alsmede een toets op bouwtechnische zaken als brandveiligheid, parkeren e.d. De uitkomst van deze afweging en toets is bepalend of het plan toegestaan wordt.
- Casus 4: projectontwikkelaar wil een leegstaand pand (bv. kantoor) omzetten in 7 hotelkamers. Conclusie: geen haalbaarheidsstudie nodig; wel de planologische afweging of deze functie op deze plek geschikt is alsmede een toets op bouwtechnische zaken als brandveiligheid, parkeren e.d. De uitkomst van deze afweging en toets is bepalend of het plan toegestaan wordt.



- Casus 5: projectontwikkelaar wil een hotel van 8 kamers of meer realiseren in een leegstaand pand. Conclusie: planologische afweging nodig of deze functie op deze plek geschikt is alsmede een toets op bouwtechnische zaken als brandveiligheid, parkeren e.d.. Tevens is een haalbaarheidsstudie vereist. De uitkomst van deze afweging, toets en studie is bepalend of het plan toegestaan wordt.

Gevolgen voor de woonfunctie

De nieuwe regeling voor initiatieven tot 8 kamers geldt alleen als er geen woningen verdwijnen. Er hoeft daarom niet te worden gevreesd dat het woonklimaat wezenlijk achteruitgaat. Bovendien wordt bij de verplichte planologische afweging en de toets op bouwtechnische zaken als brandveiligheid, parkeren e.d. ondermeer de ruimtelijke inpassing mede bezien van dergelijke initiatieven.

Uitvoerbaarheid en handhaafbaarheid

Door de geformuleerde voorstellen over afschaffing van de haalbaarheidstoets voor kleinschalige logiesaccommodaties tot en met 7 kamers wordt de drempel om legaal te ondernemen in deze sector lager en kunnen bij aanmelding ook eisen worden opgelegd betreffende de brandveiligheid. Daarmee zal binnen de sector een beter level playing field ontstaan onder eerlijker concurrentie. Bovendien neemt de opbrengst toeristenbelasting naar verwachting toe.

Vanwege het feit dat de markt van het meerdaags verblijfstoerisme sterk in ontwikkeling is en er op dit gebied allerlei trends waarneembaar zijn, zullen wij het komende jaar de effecten van de voorgestelde beleidsaanpassingen gaan monitoren en daarnaast een onderzoek doen naar de aard en omvang van het totaalaanbod aan (met name kleinschalige) logiesaccommodaties; aan de hand van de resultaten van dit totaalonderzoek zal dan integraal, in combinatie met de actuele en toekomstige verblijfsbehoefte, worden bezien of het beschikbaar instrumentarium (beleidscriteria/bestemmingsplannen) verdere aanpassing behoeft; in het verlengde daarvan zal dan beoordeeld worden of een en ander nog consequenties kan/moet hebben voor de gemeentelijke handhavingsprioriteiten. De resultaten van deze evaluatie zijn voorzien begin 2016. Zoals toegezegd in de raadsronde van 13 januari 2015 zullen wij, indien noodzakelijk, eerder rapporteren, namelijk als uit tussentijdse gegevens zou blijken dat zich ongewenste ontwikkelingen voordoen.

Bestaande hotels

Ook de hotellerie heeft gewezen op het zeer strenge regime van de haalbaarheidsstudies en heeft verzocht om voor beperkte uitbreidingen van bestaande hotels geen haalbaarheidsstudie te hoeven aanleveren. De bestaande hotels die hun product willen aanpassen aan de behoefte van deze tijd, lopen bij uitbreiding namelijk ook aan tegen de kosten en vooral doorlooptijd van een haalbaarheidsstudie. De hotellerie heeft daarom verzocht om uitbreidingen van bestaande hotels te koppelen aan een uitbreidingspercentage, bv. 5% met een maximum van 10 kamers en dit vrij te stellen van de plicht tot haalbaarheidstoets.

Uit oogpunt van eenduidigheid stellen wij u voor om ook hierbij de grens van 7 kamers te hanteren, zodat pas een haalbaarheidsstudie vereist is voor uitbreidingen van bestaande hotels met 8 kamers of meer. Bestaande hotels zijn echter vaak ondernemingen die hun dienst voor de stad bewezen hebben en verdienen daarom meer krediet. Wij stellen u dan ook voor om bovendien voor de grotere hotels een uitbreidingspercentage van 5% van het aantal kamers aan te houden (peildatum 1-1-2015). Aangezien het grootste hotel 275 kamers telt, zou dit maximaal 14 kamers betekenen. Dit wijkt niet veel af van de door de hotellerie voorgestelde bovengrens van 10 kamers en we stellen dan ook voor om geen getalsmatige bovengrens te hanteren.



Een ander punt van aandacht is dat de checklist voor een haalbaarheidsstudie nadeliger is voor bestaande hotels vanwege het vereiste van een nieuw concept (aanvullende vraag). Een bestaand hotel heeft immers per definitie een concept dat al in de stad aanwezig is. Ook hier wordt voorgesteld de checklist op dit punt te versoepelen, waarbij het ontbreken van een nieuw concept niet leidt tot een lagere score, maar het aanpassen/vernieuwen van het concept wel leidt tot een hogere score.

Reductie planvoorraad

Momenteel zijn er plannen waarvoor al principemedewerking is toegezegd. Dit betreft 400 kamers. Deze principemedewerking gold echter ook al bij ten tijde van het vaststellen van het beleid in 2009. Deze plannen zijn dus nog steeds niet uitgewerkt en uitgevoerd, terwijl ze wel de marktruimte voor andere initiatieven beperken. Wij stellen u voor om deze planvoorraad voor zover mogelijk te reduceren. Om dergelijke claims voor de toekomst te voorkomen, worden nieuwe principemedewerkingen slechts voor beperkte tijd afgegeven.

Draagvlak

Er heeft overleg plaatsgevonden met de brancheorganisaties Sahot en KHN, met de VVV, het MCB en met het Centrummanagement. Deze kunnen zich vinden in de voorgestelde beleidslijn.

Tot slot

In de volksmond bestaat er nogal verwarring over het begrip Bed & Breakfast (B&B). Zo verstaat bijvoorbeeld KHN onder B&B 1 of 2 kamers bij een hoofdbewoner, terwijl er aan de andere kant ook accommodaties van bijvoorbeeld 14 kamers zijn die zichzelf B&B noemen. In dit raadsvoorstel wordt een aantal keren gesproken over B&B. Er is voor de grens tussen kleinschaligheid en grootschaligheid aansluiting gezocht bij de landelijke Beleidslijn Bed & Breakfast (namelijk 7 kamers). Dit betekent echter **niet** dat de daarin genoemde definitie voor B&B overgenomen wordt. Integendeel, in het gemeentelijk beleid bestaat er **geen** categorie B&B en vallen de diverse accommodaties die zich B&B plegen te noemen, onder één van de volgende categorieën:

1. guesthouses: 1 of 2 kamers bij hoofdbewoner;
2. overige kleine logiesaccommodaties tot en met 7 kamers: kleine hotels;
3. hotels vanaf 8 kamers.

Na vaststelling van de beslispunten van dit raadsvoorstel gelden hiervoor de volgende vereisten:

1. guesthouses: geen bijzondere vereisten;
2. kleine accommodaties: alle vereisten die voor een hotel gelden (ook bestemmingsplan/planologie, brandveiligheid etc.) met uitzondering van een haalbaarheidsstudie;
3. hotels vanaf 8 kamers: alle vereisten die voor een hotel gelden inclusief een haalbaarheidsstudie."

6. Duurzaamheid en gezondheid

N.v.t.



7. Personeel

N.v.t.

8. Informatie en automatisering

N.v.t.

9. (Duurzame) aanbestedingen

N.v.t.

10. IBOR beheersparagraaf

N.v.t.

11. Financiën

De aangegeven versoepeling betekent een verlichting van de regeldruk voor de kleinere ondernemer/initiatiefnemers. Deze hoeven immers niet meer de onevenredig zware (en dure) haalbaarheidsstudie aan te leveren. Dat betekent al gauw een kostenbesparing van in de orde van 15.000 euro. Ook voor de gemeente betekent dit een kostenvermindering. Naar verwachting zullen er minder haalbaarheidsstudies getoetst hoeven te worden. Die toets vindt plaats door een gespecialiseerd bureau en kost enkele duizenden euro's, afhankelijk van de complexiteit van de aanvraag.

12. Voorstel

- Het huidige beleid voortzetten met de volgende nuanceringen:
 - Checklist voor de haalbaarheidsstudie aanpassen: minder nadruk op financiële haalbaarheid en meer op de inhoudelijke aspecten (de zogenoemde aanvullende vraag: nieuwe concepten die extra toeristen naar Maastricht trekken)
 - Haalbaarheidsstudie vereisen voor initiatieven vanaf 8 kamers (of vergelijkbare verblijfseenheden) waarbij geen onttrekking aan de woonfunctie plaatsvindt
 - Voor bestaande hotels een haalbaarheidsstudie vereisen voor uitbreidingen vanaf 8 kamers en voor bestaande hotels groter dan 140 kamers voor uitbreidingen van 5% van het aantal bestaande kamers (peildatum 1-1-2015)
 - Voor uitbreidingen van bestaande hotels groter dan 5% (in hetzelfde of het naastgelegen pand) de checklist versoepelen op het punt van aanvullende vraag (waarbij het ontbreken van een nieuw concept niet leidt tot een lagere score, maar het aanpassen/vernieuwen van het concept wel leidt tot een hogere score)
 - Waar mogelijk te komen tot een reductie van de planvoorraad
 - De effecten van deze beleidsaanpassingen en de aard en omvang van m.n. kleinschalige logiesaccommodaties te monitoren en te beoordelen of de uitkomsten consequenties moeten hebben voor het instrumentarium en gemeentelijke handhavingsprioriteiten.



VOLGNUMMER
146-2014

13. Vervolg / Planning

Na instemming van de gemeenteraad zullen de in deze nota aangegeven voorstellen worden gebundeld in de Hotelnota 2015-2018.

Burgemeester en Wethouders van Maastricht,

De Secretaris,

P.J. Buijtels.

De Burgemeester,

O. Hoes.

Raadsvoorstel



BIJLAGE

I

VOLGNUMMER

146-2014

DE RAAD DER GEMEENTE MAASTRICHT,

gezien het voorstel van Burgemeester en Wethouders d.d. 18 november 2014 en gewijzigd n.a.v. de raadsronde d.d. 13 januari 2015, organisatieonderdeel BenO-Economie en Cultuur, no. 2014-44835;

gehoord de commissie Economische en Sociale Zaken

BESLUIT:

- Het huidige beleid voortzetten met de volgende nuanceringen:
- Checklist voor de haalbaarheidsstudie aanpassen: minder nadruk op financiële haalbaarheid en meer op de inhoudelijke aspecten (de zogenoemde aanvullende vraag: nieuwe concepten die extra toeristen naar Maastricht trekken)
- Haalbaarheidsstudie vereisen voor initiatieven vanaf 8 kamers (of vergelijkbare verblijfseenheden) waarbij geen onttrekking aan de woonfunctie plaatsvindt
- Voor bestaande hotels een haalbaarheidsstudie vereisen voor uitbreidingen vanaf 8 kamers en voor bestaande hotels groter dan 140 kamers voor uitbreidingen van 5% van het aantal bestaande kamers (peildatum 1-1-2015)
- Voor uitbreidingen van bestaande hotels groter dan 5% (in hetzelfde of het naastgelegen pand) de checklist versoepelen op het punt van aanvullende vraag (waarbij het ontbreken van een nieuw concept niet leidt tot een lagere score, maar het aanpassen/vernieuwen van het concept wel leidt tot een hogere score)
- Waar mogelijk te komen tot een reductie van de planvoorraad
- De effecten van deze beleidsaanpassingen en de aard en omvang van m.n. kleinschalige logiesaccommodaties te monitoren en te beoordelen of de uitkomsten consequenties moeten hebben voor het instrumentarium en gemeentelijke handhavingsprioriteiten (evaluatie begin 2016, of eerder indien noodzakelijk).

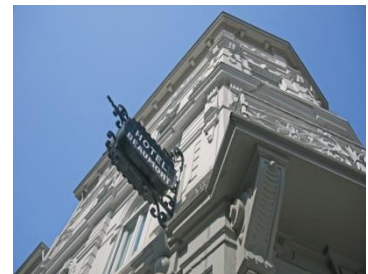
Aldus besloten door de raad der gemeente Maastricht in zijn openbare vergadering van 27 januari 2015.

De Griffier,

De Voorzitter,

Raadsbesluit

Evaluatie hotelnota Maastricht



Rapportage in opdracht van de
Gemeente Maastricht

Oktober 2013

Projectnummer
P.13.021

ZKA *Consultants & Planners*
Biesbosweg 16C
5145 PZ Waalwijk
tel.: 088-2100 250
fax: 088-2100 100
e-mail: info@zka.nl
www.zka.nl

Inhoudsopgave

1.	INLEIDING	1
1.1.	Aanleiding	1
1.2.	Vraagstelling	1
1.3.	Leeswijzer	1
2.	KWANTITATIEVE ONTWIKKELING 2008-2012	2
2.1.	Inleiding	2
2.2.	Aanbod	2
2.3.	Vraag	4
2.4.	Huidige marktverhoudingen	6
3.	EVALUATIE HOTELBELEID	9
3.1.	Inleiding	9
3.2.	Gevarieerder hotelaanbod	9
3.3.	Betere marktverhouding	11
4.	TOEKOMSTIGE RUIMTE HOTELMARKT MAASTRICHT	13
4.1.	Inleiding	13
4.2.	Ontwikkelingen vraagsegmenten	13
4.3.	Toekomstige marktruimte	15
4.4.	Aanbevelingen evenwichtige invulling marktruimte	16
5.	CONCLUSIES EN AANDACHTSPUNTEN NIEUW HOTELBELEID	17
5.1.	Conclusies	17
5.2.	Aandachtspunten hotelbeleid	18
Bijlage 1	Aanpak en verrichte werkzaamheden	20
Bijlage 2	Achtergrondtabellen en -grafieken bij hoofdstuk 2	21
Bijlage 3	Achtergrondtabellen en -grafieken bij hoofdstuk 3	23

1. INLEIDING

1.1. Aanleiding

In 2009 heeft de gemeente een nieuw, op innovatie sturend, hotelbeleid vastgesteld. De belangrijkste elementen van het Hotelbeleid 2009-2013 zijn dat de gemeente Maastricht:

- Alleen ontheffing verleent van bestemmingsplannen c.q. een projectbesluit neemt, indien sprake is van een vernieuwend concept waardoor de marktruimte vergroot en de kwaliteit van de omgeving behouden en/of verbeterd wordt;
- Het criterium "ruimte in de markt" heeft toegevoegd aan de toets Leefbaarheid en duurzame Ruimtelijke Ordening.

De gemeente Maastricht heeft thans behoefte aan een evaluatie van de hotelnota. De oorsprong van deze behoefte is tweeledig:

- Het vigerende hotelbeleid loopt tot eind 2013. Bij het vaststellen van het beleid is afgesproken het beleid in 2013 te evalueren;
- De gemeente Maastricht stelt een nieuwe centrumvisie op. Een korte evaluatie van de hotelnota is wenselijk als input voor deze visie.

Op basis van de evaluatie van de hotelnota en de nieuwe centrumvisie wil de gemeente Maastricht in 2014 bezien of het hotelbeleid herijkt moet worden. Aan **ZKA Consultants & Planners** (ZKA) heeft de gemeente gevraagd deze evaluatie te verrichten.

1.2. Vraagstelling

Gevraagd is een notitie die inzichtelijk maakt:

- Hoe de hotelmarkt in Maastricht zich kwantitatief heeft ontwikkeld in de periode 2008-2012¹;
- Wat het hotelbeleid anno 2013 in kwalitatief opzicht heeft opgeleverd (is het aanbod bijvoorbeeld gevarieerder geworden zoals beoogd?);
- Aandachtspunten voor (eventueel) nieuw beleid.

1.3. Leeswijzer

Deze notitie is als volgt opgebouwd:

- Eerst is een beeld geschetst van de kwantitatieve ontwikkelingen op de hotelmarkt in Maastricht in de periode 2008-2012 (hoofdstuk 2);
- Daarna wordt het hotelbeleid 2008-2012 geëvalueerd (hoofdstuk 3). Hiervoor is geanalyseerd of sprake is van een gevarieerder hotelaanbod en de marktverhoudingen zijn verbeterd (ook relatief in vergelijking met andere grote steden, provinciale en landelijke tendensen);
- Vervolgens is een raming gemaakt van de toekomstige marktruimte op de hotelmarkt in Maastricht in 2020 (hoofdstuk 4);
- Tot slot volgen conclusies en aanbevelingen/aandachtspunten voor (eventueel) nieuw hotelbeleid (hoofdstuk 5).

In bijlage 1 is ingegaan op de aanpak en verrichte werkzaamheden ten behoeve van deze studie.

¹ De hotelnota heeft betrekking op de periode 2009-2013. Het laatste jaar voordat het beleid is ingevoerd is aldus 2008. Vandaar dat de huidige situatie is vergeleken met het jaar 2008. De 'huidige situatie' betreft het jaar 2012, zowel voor de vraag als het aanbod. Voor 2013 is immers nog geen inzicht in de totale marktvraag. Tevens komen de aanbodcijfers van het Bedrijfschap Horeca en Catering (BHC) voor 2013 pas in juli beschikbaar.

2. KWANTITATIEVE ONTWIKKELING 2008-2012

2.1. Inleiding

In dit hoofdstuk wordt een kwantitatieve analyse gemaakt van de ontwikkeling van de hotelmarkt in Maastricht in de periode 2008-2012. Hierbij is achtereenvolgens ingegaan op:

- Het aanbod: aantal hotels, capaciteiten, classificatie, spreiding over de stad, etc. (2.2.);
- De vraag: overnachtingen, marktsegmentatie, spreiding in tijd (2.3.);
- De marktverhoudingen: de bezettingsgraad en gerealiseerde prijzen (2.4.).

2.2. Aanbod

In deze paragraaf is nader ingegaan op het hotelaanbod in Maastricht, voor 2012 en de ontwikkeling in de periode 2008-2012. Hierbij zijn – conform de afbakening van het CBS – hotels, pensions en jeugdaccommodaties met minimaal 5 bedden meegenomen². Gesproken wordt over hotels.

Omvang en opbouw (classificatie) hotelaanbod Maastricht

Onderstaand wordt inzicht gegeven in het hotelaanbod in Maastricht. Het accent ligt op het viersterrensegment (75%). Hoewel er 13 driesterrenhotels zijn, hebben zij een relatief beperkt marktaandeel (zij bieden gemiddeld minder kamers).

Tabel 2.1. Hotelaanbod Maastricht 2012

Classificatie	Hotels	Kamers	Gemiddeld aantal kamers per hotel	Marktaandeel
5 sterren	0	0	0	0%
4 sterren	16	1.705	107	75%
3 sterren	13	245	19	11%
2 sterren	8	180	23	8%
1 ster	4	58	15	3%
Niet geclassificeerd	4	71	18	3%
Totaal	45	2.259	50	100%

Bron: Eigen inventarisatie³ en enquête hotels Maastricht

Spreiding

Wanneer we kijken naar de ligging van de hotels in Maastricht kunnen we concluderen dat bijna 80% van de hotels in het centrum⁴ is gevestigd. De overige 22% liggen buiten het centrum van Maastricht. Op basis van capaciteit (aantal kamers) kan worden geconcludeerd dat 57% in het centrum ligt en 43% buiten het centrum van Maastricht. De hotels buiten het centrum zijn dus relatief grootschalig.

² Guesthouses (1 of 2 kamers) maken geen onderdeel uit van deze studie.

³ Bestanden van VVV Maastricht, Kamer van Koophandel (hotels vanaf 2009), www.booking.com en www.hotelsterren.nl.

⁴ Hierbij is het centrum als volgt afgebakend: hotels die binnen de Wilhelminasingel, Prins Bisschopsingel, Hertogsingel, Statensingel en Maasboulevard liggen worden tot het centrum gerekend. Tevens worden hotels in Wyck tot het centrum gerekend.

Ontwikkeling hotels

Het aantal hotels in Maastricht is gestegen zoals ook zichtbaar is in tabel 2.2. Ten opzichte van het jaar 2008 is het aanbod volgens BHC per saldo gestegen met vijf hotels en 161 kamers. Limburg en Nederland hebben een relatief grotere stijging van het aanbod gehad over de afgelopen vijf jaar. De Zuid-Limburgse hotelmarkt daarentegen blijft iets achter wat betreft de ontwikkeling (rond de 4% stijging).

Tabel 2.2. Ontwikkeling alle hotels Maastricht, Limburg en Nederland 2008-2012⁵

	Nederland		Limburg		Zuid-Limburg		Maastricht	
	Hotels	Kamers	Hotels	Kamers	Hotels	Kamers	Hotels	Kamers
2008	2.870	99.437	377	9.419	278	7.385	45	2.201
2009	2.895	102.122	378	9.523	277	7.401	48	2.216
2010	3.005	104.686	394	9.644	284	7.552	50	2.302
2011	3.102	108.515	407	9.773	287	7.592	51	2.331
2012	3.154	110.332	413	10.009	290	7.734	50	2.362
Groei	+9,9%	+11,0	+9,5%	+6,3%	+4,3%	+4,7%	+11,1%	+7,3%

Bron: HINC, Bedrijfschap Horeca en Catering, bewerkt door ZKA

Als gekeken wordt naar de ontwikkeling van het hotelaanbod, kan geconstateerd worden dat Maastricht achterblijft bij de grote steden. Weliswaar is het aantal hotels in Maastricht relatief sterk gegroeid, de groei van het aantal kamers is echter lager dan in de andere steden, zeker ten opzichte van Amsterdam en Rotterdam (zie tabel 2.3.).

Tabel 2.3. Ontwikkeling capaciteit steden 2008-2012

	Ontwikkeling aantal hotels	Ontwikkeling aantal kamers
Amsterdam	+ 8,6%	+ 18,2%
Den Haag	- 1,5%	+ 9,6%
Maastricht	+ 11,1%	+ 7,3%
Rotterdam	+ 3,2%	+ 20,3%
Utrecht	+ 16,7%	+ 8,7%

Bron: HINC, Bedrijfschap Horeca en Catering, bewerkt door ZKA

Ontwikkeling naar sterrenklasse

De hotelcapaciteit in Maastricht is sterk geconcentreerd in het 4-sterren segment (circa 74% van het totaal). In onderstaande tabel is de ontwikkeling van het aantal kamers naar segment weergegeven.

Tabel 2.4. Hotelaanbod Maastricht naar sterrenklasse (aantal kamers)

	- ster	1 ster	2 sterren	3 sterren	4 sterren	5 sterren	Totaal
2008	209	6	104	253	1.569	60	2.201
2009	215	6	113	253	1.569	60	2.216
2010	248	10	137	258	1.649	0	2.302
2011	356	13	96	217	1.649	0	2.331
2012	286	13	92	217	1.754	0	2.362
Groei 2008-2012	+37%	+117%	-11,5%	-14%	+12%	-100%	+7,3%

Bron: HINC, Bedrijfschap Horeca en Catering, bewerkt door ZKA

Qua ontwikkeling de afgelopen vier jaar kan worden geconcludeerd dat het kameraanbod met name in het 1-sterrensegment en in de niet geclassificeerde accommodaties relatief sterk is toegenomen. In absolute zin is de toename het grootst in het 4-sterrensegment. Dit komt mede door de classificatie van het Kruissherenhotel die sinds 2010 over 4 in plaats van 5 sterren beschikt.

⁵ De cijfers in deze tabel wijken af van de cijfers in de tabellen 2.1. tot en met 2.4. omdat bij het totale hotelaanbod ook de niet geclassificeerde accommodaties zijn meegenomen.

2.3. Vraag

In deze paragraaf is een beeld geschetst van de (ontwikkeling) van de hotelvraag in Maastricht in de periode 2008-2012. Hierbij wordt gekeken naar de omvang en ontwikkeling van het aantal overnachtingen, de herkomst van de gasten, de spreiding in tijd en de marktsegmentatie.

Deze analyse is gebaseerd op cijfers van het CBS (HINC/BHC heeft geen gegevens over de ontwikkeling van de overnachtingen). Omdat de cijfers van het CBS over de ontwikkeling van het aanbod iets afwijken van de cijfers van HINC uit de vorige paragraaf, is in deze paragraaf ook de relatie gelegd met de aanbodontwikkeling volgens het CBS⁶.

Omvang en ontwikkeling hotelvraag

Volgens het Centraal Bureau van de Statistiek werden er in 2008 in Maastricht 807.200 overnachtingen gerealiseerd in de hotellerie. In 2012 lag dit aantal op 809.900 overnachtingen. Dit is 0,3% meer dan in 2008, bij een ongeveer stabiel aantal kamers (+0,5%). De groei van het aantal overnachtingen in de hotellerie in Maastricht blijft hiermee achter bij de landelijke groei (zie ook tabel 2.5. en figuur 1 in bijlage 2). Ook in de overige grote steden zijn het aantal hotelovernachtingen (in personen) de afgelopen vijf jaar harder gestegen dan Maastricht.

Tabel 2.5. Ontwikkeling aantal hotelovernachtingen (in personen) 2008-2012

	2008	2012	Groei overnachtingen 2008-2012	Groei kamers 2008-2012
Amsterdam	8.309.600	9.816.700	+ 18,1%	+ 12,3%
Den Haag	1.152.500	1.239.300	+ 7,5%	+ 4,8%
Maastricht	807.200	809.900	+ 0,3%	+ 0,5%
Rotterdam	951.700	1.172.500	+ 23,2%	+ 18,5%
Utrecht	444.400	473.900	+ 6,6%	+ 7,6%
Nederland	32.618.600	35.417.700	+ 8,6%	+ 7,9%

Bron: CBS, bewerkt door ZKA

Verder kan uit tabel 2.5. worden afgelezen dat de groei van het aantal persoonsovernachtingen redelijk in lijn ligt met de groei van het aantal kamers. In Maastricht blijft de groei in het aantal overnachtingen, evenals de groei in het aantal kamers, achter bij de andere steden.

Verdeling marktsegmenten

In tabel 2.6. op de volgende pagina wordt de marktsegmentatie voor Maastricht voor de jaren 2008 en 2012 in percentages gegeven. Er is een stijging zichtbaar voor het toeristisch individuele segment. In het zakelijke segment (zowel zakelijk individueel als groepsmarkt/MICE) is sprake van een daling. Deze afname van de zakelijke markt (met name het individueel zakelijke segment) en stijging van het segment toeristisch individueel komt overeen met de landelijke en provinciale tendens (zie hiervoor de tabellen in bijlage 2).

⁶ Volgens het CBS (Statistiek Logiesaccommodaties) is het aantal kamers in hotels in Maastricht in de periode 2008-2012 met bijna 0,5% gegroeid. Ter vergelijking: landelijk groeide het aantal hotelkamers volgens het CBS met circa 8%. Het Bedrijfschap Horeca en Catering hanteert iets andere cijfers. Ook hieruit blijkt dat het aanbod in Maastricht duidelijk minder hard is gegroeid dan landelijk (7,3% in Maastricht tegen 11,1% landelijk).

In combinatie met het redelijk stabiele aantal persoonsovernachtingen (+0,3% volgens CBS) betekent deze verschuiving in de segmentatie dat het aantal kamernachten gedaald is⁷.

Tabel 2.6. Marktsegmentatie Maastricht 2008-2012

	2008	2012	Ontwikkeling 2008-2012
Zakelijk individueel	32%	29%	-
Zakelijk groep	16%	13%	--
Toeristisch individueel	37%	42%	++
Toeristisch groep	9%	9%	=
Overig	7%	8%	+
Totaal	100%	100%	

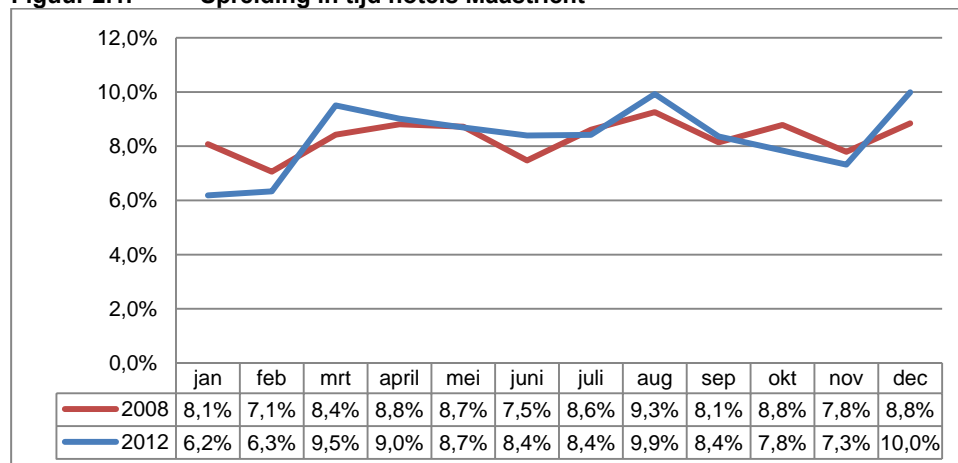
Bron: Enquête ZKA

Wanneer we, voor 2012, naar de marktsegmentatie kijken voor de hotels binnen of buiten het centrum, valt op dat het zakelijke groepssegment in de hotels buiten het centrum hoger ligt (16% t.o.v. 10% in het centrum). Het toeristisch individuele segment is daarentegen weer beduidend hoger in het centrum van Maastricht (45% t.o.v. 36% buiten het centrum), hetgeen logisch is gezien het bezoekmotief.

Spreiding in tijd

Figuur 2.1. geeft inzicht in de spreiding van de hotelovernachtingen gedurende het jaar. Bij een evenredige verdeling, zouden per maand 8,3% van de overnachtingen plaatsvinden. Uit de tabel in de figuur blijkt dat de beste maanden de maanden maart tot en met september zijn met daarnaast een (forse) piek is december (zeker in 2012 en in vergelijking met het landelijke beeld (circa 6,5% van de overnachtingen in de maand december)). In vergelijking met het landelijke beeld zijn de overnachtingen in Maastricht evenrediger over het jaar verspreid (zie figuur 2 in bijlage 2). Dit duidt op een redelijk evenwichtige opbouw/segmentatie van de markt.

Figuur 2.1. Spreiding in tijd hotels Maastricht



Bron: CBS, bewerkt door ZKA

⁷ Het gemiddeld aantal personen per kamer ligt voor het toeristische segment namelijk hoger dan voor het zakelijke segment. Bij een groter aandeel toerisme stijgt aldus de gemiddelde groepsgrootte en – bij ongeveer evenveel persoonsovernachtingen – daalt het aantal verkochte kamernachten.

De meeste hotels geven aan dat als zij volledig bezet zijn – gemiddeld ongeveer 65 nachten per jaar⁸ – dat dit met name op de vrijdag en zaterdag voorkomt.

Herkomst gasten

Nederlandse gasten waren in 2012 goed voor 69% van de overnachtingen in Maastricht. Ten opzichte van vijf jaar geleden kan worden geconcludeerd dat er sprake was van iets meer overnachtingen van Nederlandse gasten in Maastricht, zie ook tabel 2.7. Het aantal overnachtingen van Nederlandse gasten is in absolute zin toegenomen met 7.400 (+1,5%), het aantal overnachtingen van buitenlandse gasten is afgenomen met bijna 5.000 (-1,8%).

Tabel 2.7. Herkomst overnachtingen hotels Maastricht

	2008	2012
Nederlandse gasten	68%	69%
Buitenlandse gasten	32%	31%

Bron: CBS, bewerkt door ZKA

2.4. Huidige marktverhoudingen

Enquête onder hoteliers

Om een goed beeld te krijgen van het functioneren van de hotels in Maastricht, is een enquête verricht onder de hotels. Hiervoor zijn alle 45 hotels benaderd (in beginsel met een digitale vragenlijst vergezeld door een brief namens de gemeente Maastricht). De hotels zijn vervolgens gebeld (én hebben een reminder ontvangen) tot de streefrespons (50%) was gerealiseerd. In totaal hebben 27 hotels (= 60%) meegewerkt. Deze vertegenwoordigen bijna 85% van de kamers in Maastricht.

Bezettingsgraad⁹

Afgelopen jaar realiseerden de hotels in Maastricht gemiddeld een bezettingsgraad van bijna 64%. Dat is iets lager dan in 2008 (bijna 65%). Deze daling is met name terug te zien bij de middenklasse en luxe hotels (3 tot en met 5 sterren), in het budgetsegment is de gemiddelde kamerbezetting gestegen.

Tabel 2.8. Gemiddelde kamerbezetting Maastricht naar niveau

	2008	2012
0-2 sterren	60%	65%
3-5 sterren	65%	64%
Totaal	65%	64%

Bron: Enquête ZKA

Met een gemiddelde kamerbezetting van bijna 64% is de bezettingsgraad van de 3-5 sterrenhotels in Maastricht iets lager dan het landelijk gemiddelde voor 3- tot en met 5-sterrenhotels (66%), maar beduidend hoger dan het landelijk gemiddelde exclusief de regio Amsterdam/Schiphol (59%). Ook blijkt de ontwikkeling van de gemiddelde bezettingsgraad in Maastricht beduidend gunstiger dan de landelijke ontwikkeling: in Maastricht bleef de bezetting immers redelijk stabiel, terwijl landelijk sprake was van een forse daling buiten de regio Amsterdam/Schiphol (gedaald van 64% in 2008 tot 59% in 2012, bron: HOSTA).

⁸ Voor de 3-5 sterren hotels is dit gemiddeld 54 nachten per jaar en voor de budgethotels gemiddeld 156 nachten per jaar. Dit is een indicatie voor een bepaalde krapte in dit segment.

⁹ De gemiddelde kamerbezetting is exclusief Stayokay Maastricht. Vanwege het andere karakter (m.n. groepskamers) is het aantal persoonsovernachtingen (en de bedbezetting) voor deze accommodatie relevanter dan het aantal kamernachten (die dan ook niet bekend zijn).

Als nader gekeken wordt naar de kamerbezetting van de hotels in Maastricht naar locatie, blijkt dat de gemiddelde bezettingsgraad in het centrum hoger is (67%) dan buiten het centrum (62%). Wel heeft de gemiddelde kamerbezetting van de hotels in het centrum zich minder gunstig ontwikkeld dan bij de hotels buiten het centrum (zie ook tabel 2.9.).

Tabel 2.9. Gemiddelde kamerbezetting Maastricht naar locatie

	2008	2012
Centrum	71%	67%
Buiten centrum	59%	62%
Totaal	65%	64%

Bron: Enquête ZKA

Gerealiseerde kamerprijs

Uit de enquête blijkt dat voor het 3-5 sterrensegment in 2012 de gerealiseerde kamerprijs op ruim € 93 lag, voor de 0-2 sterren hotels was deze prijs bijna € 78. De gemiddeld gerealiseerde kamerprijs voor alle hotels voor 2012 komt uit op circa € 92. In 2008 was de gerealiseerde kamerprijs voor het 3-5 sterrensegment ongeveer € 99 (evenals de gemiddeld gerealiseerde kamerprijs voor alle hotels¹⁰).

Met een gemiddeld gerealiseerde kamerprijs van € 93 hebben de middenklasse en luxe hotels in Maastricht een prijs gerealiseerd die iets onder het landelijk gemiddelde ligt van 3-5 sterren hotels (€ 97, NB: voor Maastricht geldt dat dit zonder 5 sterrenhotels is), maar beduidend boven het gemiddelde van Nederland, exclusief de regio Amsterdam/Schiphol (€ 80).

In Maastricht daalde de gemiddeld gerealiseerde prijs van de middenklasse en luxe hotels in de periode 2008-2012 met ongeveer 6% (van ruim € 99 naar ruim € 93). Landelijk gezien (excl. Amsterdam/Schiphol) daalde de gerealiseerde kamerprijs van € 91 in 2008 naar € 80 in 2012, ofwel een daling van circa 12%.

Als nader gekeken wordt naar de gerealiseerde prijs van de hotels in Maastricht naar locatie, blijkt dat de gemiddeld gerealiseerde prijs in het centrum beduidend hoger is (bijna € 110) dan buiten het centrum (€ 76). Ook is de gemiddelde kamerprijs van de hotels in het centrum minder gedaald dan buiten het centrum (zie ook tabel 2.10.), te weten bijna 3% in het centrum en ongeveer 12% buiten het centrum.

Tabel 2.10. Gemiddeld gerealiseerd kamerprijs Maastricht naar locatie

	2008	2012
Centrum	€ 113	€ 110
Buiten centrum	€ 86	€ 76
Totaal	€ 99	€ 92

Bron: Enquête ZKA

Kameropbrengst

De gemiddeld gerealiseerde logiesopbrengst per beschikbare kamer¹¹ – verder kameropbrengst genoemd – bedroeg bijna € 59 in 2012. In 2008 was dit gemiddelde nog bijna € 64. Er was dus sprake van een afname van ruim 8%. De kameropbrengst in het 3-5 sterrensegment bedroeg voor 2012 ruim € 59. In 2008 was dit nog ruim € 64. Dit betekent dat sprake was van een afname van ruim 8%.

¹⁰ Voor het 'budgetsegment' (0-2 sterren) hebben onvoldoende hotels de logiesomzet voor 2008 opgegeven, waardoor het niet mogelijk is om een betrouwbaar beeld van de gerealiseerde kamerprijs in 2008 en de ontwikkeling voor dit segment weer te geven.

¹¹ Deze wordt door hoteliers veelal Revenu Per Available Room (RevPar) genoemd.

Met een kameropbrengst van bijna € 59 presteren de middenklasse en luxe hotels in Maastricht ruim boven het landelijk gemiddelde exclusief de regio Amsterdam/Schiphol (gemiddeld € 47 in 2012). Ook de ontwikkeling in Maastricht was relatief gunstig: in Maastricht daalde de kameropbrengst in het middenklasse en luxe segment met ruim 8%, terwijl landelijk (excl. Amsterdam/Schiphol) sprake was van een daling van ongeveer 19% (van € 58 in 2008 naar € 47 in 2012). Het verschil met het landelijk gemiddelde (exclusief de regio Amsterdam/Schiphol) is aldus groter geworden (in 2008 lag de gemiddelde kameropbrengst in Maastricht ongeveer € 6 hoger, in 2012 was dat opgelopen tot ongeveer € 12).

Aangezien in het centrum van Maastricht zowel de kamerbezetting als de gerealiseerde prijs hoger liggen dan buiten het centrum, is de gerealiseerde kameropbrengst in het centrum eveneens hoger (zie tabel 2.11.). In de ontwikkeling van de gemiddelde kameropbrengst laten de hotels in het centrum en buiten het centrum geen groot verschil zien: in het centrum daalde deze met ruim 8% (lagere bezettingsgraad en (iets) lagere prijs) en buiten het centrum eveneens met ruim 8% (iets hogere bezettingsgraad met een fors lagere prijs).

Tabel 2.11. Gemiddelde kameropbrengst (RevPar) Maastricht naar locatie

	2008	2012
Centrum	€ 80	€ 74
Buiten centrum	€ 51	€ 47
Totaal	€ 64	€ 59

Bron: Enquête ZKA

Bedrijfsresultaat

Een andere indicator voor het functioneren van de hotels – naast o.a. de kamerbezetting, gerealiseerde prijs en kameropbrengst – is het bedrijfsresultaat. In de enquête is gevraagd naar het bedrijfsresultaat¹² als percentage van de omzet. Voor 2012 kwam dit uit op gemiddeld ongeveer 30%. Dit is ongeveer gelijk aan het landelijk gemiddelde voor 3-5 sterrenhotels in Nederland (exclusief de regio Amsterdam/Schiphol) die 31% bedroeg in 2012 (bron: HOSTA). Geconcludeerd kan worden dat het bedrijfsresultaat redelijk op niveau is in Maastricht. Dit is een indicator voor de ruimte voor investeringen (o.a. voor renovaties en upgradering).

Wel blijkt uit de enquête dat het bedrijfsresultaat zich sinds 2008 licht negatief heeft ontwikkeld. Van de hotels geeft 43% aan dat het bedrijfsresultaat is gedaald (gemiddeld met 9,7%), bij 17% is dit gelijk gebleven en 39% van de hotels hebben het bedrijfsresultaat zien verbeteren (gemiddeld met 9,5%). Hierbij moet worden opgemerkt dat de middenklasse en luxe hotels vaker een verslechtering van het resultaat hebben aangegeven en dat een verbetering van het bedrijfsresultaat vooral is gemeld door de budgethotels.

¹² Hierbij gedefinieerd als de omzet minus de operationele kosten. Het is aldus het resultaat voor aftrek van de kapitaallasten en belastingen.

3. EVALUATIE HOTELBELEID

3.1. Inleiding

In 2009 heeft de gemeente een nieuw, op innovatie sturend, hotelbeleid vastgesteld. In dit hoofdstuk is dit Hotelbeleid 2009-2013 geëvalueerd. De gemeente Maastricht streeft (met dit beleid) naar een goed kwantitatief én kwalitatief aanbod van hotels en wil juist innovatieve hotelconcepten een kans bieden. Centraal bij de evaluatie staat het beoordelen of sprake is van:

- Een gevarieerder aanbod (zodat toegevoegde waarde ontstaat en Maastricht doelgroepen aantrekt die zonder de nieuwe hotels niet naar Maastricht zouden komen);
- Een betere verhouding tussen vraag en aanbod op de hotelmarkt dan waarvan in 2008 sprake was¹³.

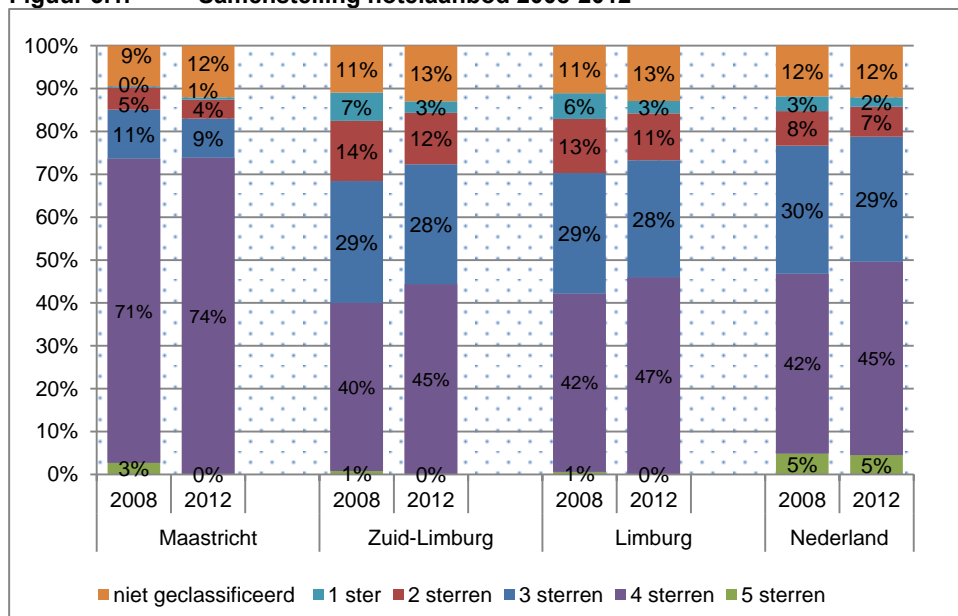
Om in te kunnen schatten in hoeverre de 'resultaten' op deze aspecten te danken zijn aan het hotelbeleid, is niet alleen gekeken naar de ontwikkelingen in Maastricht, maar is een vergelijking gemaakt met andere grote steden, (Zuid-)Limburg en de landelijke tendensen.

3.2. Gevarieerder hotelaanbod

Kwantitatieve analyse

Zoals in hoofdstuk 2 is aangegeven, is in absolute termen (aantal kamers) met name het aanbod in het 4-sterrensegment in Maastricht gestegen. In onderstaande figuur is de ontwikkeling van de samenstelling van het aanbod weergegeven voor Maastricht, (Zuid-)Limburg en Nederland.

Figuur 3.1. Samenstelling hotelaanbod 2008-2012



Bron: HINC, Bedrijfschap Horeca en Catering, bewerkt door ZKA

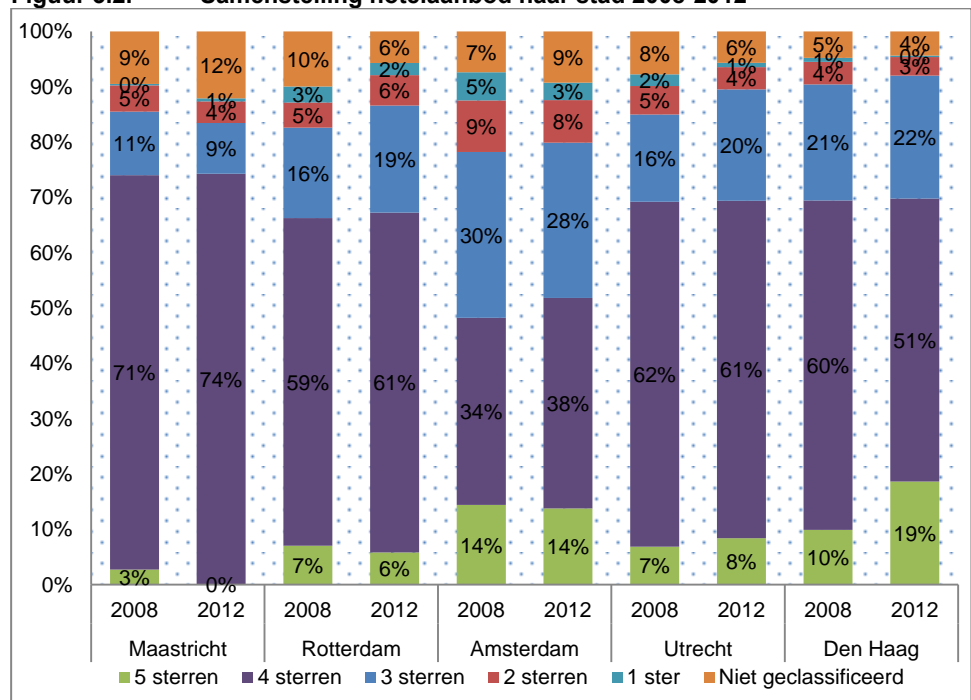
¹³ Dit was in combinatie met de grote hoeveelheid hotelplannen eind 2008, en het streven naar kwaliteit en innovatie, de reden voor het instellen van een sturend en terughoudend beleid met betrekking tot uitbreiding van de hotelcapaciteit in Maastricht.

Uit deze figuur kan worden geconcludeerd dat het aanbod in het 4-sterren segment in Maastricht is gestegen van 71% naar 74%. Als echter rekening wordt gehouden met de verandering van classificatie van het Kruissherenhotel, blijkt dat het aanbod in het 'luxe' segment (4 en 5 sterren) stabiel te zijn gebleven op 74%. In zowel Zuid-Limburg, Limburg als landelijk is er juist sprake van een stijging van het aanbod in het luxe segment.

Verder kan uit de figuur worden afgelezen dat het 'budgetsegment' (de niet geclassificeerde hotels en hotels met 1 of 2 sterren) in Maastricht is toegenomen (van circa 15% naar 17%), terwijl landelijk, provinciaal en regionaal sprake is van een daling van het aanbod. Wel blijkt uit figuur 3.1. dat in Maastricht het aanbod in het 3- en 4-sterrensegment (dat in de praktijk vaak – ook qua prijsstelling – redelijk inwisselbaar is) oververtegenwoordigd blijft (in Maastricht 83% terwijl dit aandeel landelijk, provinciaal en regionaal maximaal 75% is).

In figuur 3.2. wordt Maastricht vergeleken met de overige grote steden in Nederland. In de andere grote steden blijkt sprake van een groei van het aanbod in het middenklasse en luxe segment (3 tot en met 5 sterren). Aangezien in alle steden sprake was van een groei van het aantal kamers (zie tabel 2.3.), gaat het zowel om een absolute als relatieve groei. Deze relatieve groei geldt niet voor Maastricht: het aandeel van het middenklasse en luxe segment daalde van 85% naar 83%). Verder blijkt uit onderstaande figuur duidelijk dat in alle steden het aandeel van het 0-2 sterrensegment afgenomen, terwijl dit in Maastricht licht is toegenomen.

Figuur 3.2. Samenstelling hotelaanbod naar stad 2008-2012



Bron: HINC, Bedrijfschap Horeca en Catering, bewerkt door ZKA

Een meer gevarieerd hotelaanbod was een belangrijk doel van het hotelbeleid. Wij concluderen dat de tendens van steeds meer aanbod in het luxe segment (4 en 5 sterren) in Maastricht tot staan is gekomen (dit aandeel stabiliseerde op 74%) en dat er meer budgetaanbod is gekomen. Hiermee wordt tot op zekere hoogte aan de doelstelling voldaan. Wel blijft het aandeel kamers in het 3- en 4-sterrensegment in Maastricht oververtegenwoordigd.

Kwalitatieve analyse hotelaanbod

Naast een kwantitatieve analyse is ook een kwalitatieve analyse verricht van de hotels die sinds 2008 zijn gerealiseerd. Hierbij is een vergelijking gemaakt met het rapport van Horwath HTL en gebruik gemaakt van een door de gemeente aangeleverde lijst met nieuwe hotels/guesthouses. Tevens is deskresearch verricht en zijn de resultaten uit de enquête gebruikt.

In de afgelopen jaren, sinds de uitvoering van het vorige hotelonderzoek en de daarop volgende invoering van het hotelbeleid, is er aanbod toegevoegd in Maastricht. Onderstaand hebben wij een aantal hotels genoemd die de afgelopen jaren zijn toegevoegd aan het hotelaanbod of van formule zijn veranderd:

- Hotel Brittanique, geopend in 2009. Brittanique is een kleinschalig (6 kamers) boutiquehotel, geassocieerd met 3 sterren, aan het Vrijthof;
- Townhouse Designhotel Maastricht is geopend in 2009 in het centrum van Maastricht en beschikt over 69 kamers. Het is een authentiek, design hotel met een moderne uitstraling en geassocieerd met 2 sterren. Het innovatieve karakter van dit hotel wordt onderstreept door de winst van de Dutch Hotel Award 2011;
- Hotel Sansa. Dit is een klein (12 kamers) modern budgethotel (1 ster) in Wijck;
- De Hooghenweerth Kasteel & Suites. Dit hotel beschikt over 8 suites in het voormalige koetshuis van het kasteel. Sinds 2011 is het hotel aangesloten bij Quality Lodgings, een verzameling kleinschalige en authentieke luxe hotels. De suites zijn ook geschikt voor een langer verblijf;
- Hotel Trash Deluxe, voorheen Quartier Bassin, juni 2012 heropend, 3 sterren, 8 kamers. Iedere kamer heeft een eigen design/thema met op maat gemaakt behang en zelfgemaakte meubels;
- Anna's Restaurant & Hotel. Dit trendy budgethotel hotel – voorheen Hotel Bar Neuf – ligt aan het Vrijthof en beschikt over 10 kamers.

Dit aanbod sluit aan bij de trend in de hotelmarkt van de opkomst van bijzondere concepten en formules. Het betreft overwegend relatief kleinschalige formules (zoals boutiquehotels¹⁴), designhotels en budgethotels. Hiermee is het hotelaanbod in Maastricht meer divers geworden en kwalitatief verbeterd.

3.3. Betere marktverhouding

Een goede balans tussen vraag en aanbod komt tot uitdrukking in de marktverhoudingen. Belangrijke parameters hiervoor zijn de kamerbezetting, de gerealiseerde kamerprijs en de gerealiseerde kameropbrengst. In tabel 3.3. zijn de marktverhoudingen voor alle hotels in Maastricht weergegeven. Hieruit blijkt dat de kamerbezetting vrij stabiel is (-1%). De kamerprijs nam echter af (met ruim 7%) waardoor ook de kameropbrengst daalde (-8%).

Tabel 3.3. Ontwikkeling marktverhoudingen Maastricht totaal

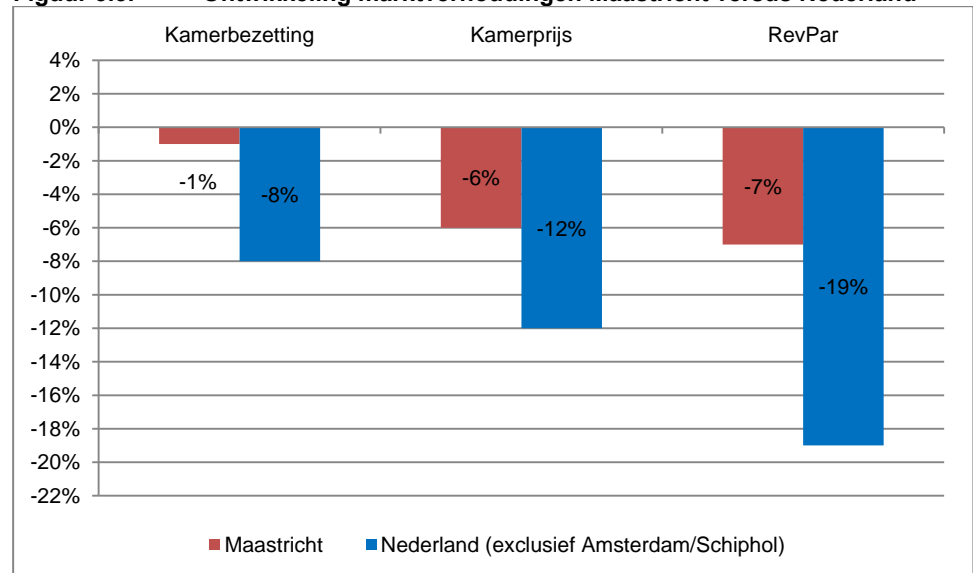
	Kamerbezetting	Gerealiseerde kamerprijs	Kameropbrengst (RevPar)
2008	65%	€ 99	€ 64
2012	64%	€ 92	€ 59
Ontwikkeling	-1,0%	-7,3%	-8,2%

Bron: Enquête ZKA

¹⁴ Boutiquehotels worden gekenmerkt door een eigen, persoonlijke stijl. Het betreft luxueuze hotels met een eigenzinnige maar ook intieme sfeer. Deze hotels zijn vaak kleiner en behoren meestal niet tot een hotelketen.

De kamerbezetting voor Maastricht in het 3-5 sterrensegment is ten opzichte van 2008 met 1,2% afgenomen. Het landelijk gemiddelde (exclusief de regio Amsterdam/Schiphol) daarentegen kende een daling van bijna 8%. De gerealiseerde kamerprijs lag voor Maastricht in 2012 op € 93, in 2008 was dit nog € 99. Landelijk was sprake van een afname van 12%, terwijl Maastricht een afname had van 6%. De kameropbrengst (RevPar) voor de 3-5 sterren hotels in Maastricht is met ruim 7% afgenomen, landelijk was hier sprake van een afname van 19%. Zie ook figuur 3.3.

Figuur 3.3. Ontwikkeling marktverhoudingen Maastricht versus Nederland



Bron: Enquête ZKA / HOSTA

Wij concluderen dat ondanks dat de marktverhoudingen de afgelopen jaren in Maastricht zijn verslechterd, de ontwikkeling in Maastricht wel relatief gunstig was. Immers landelijk was sprake van een beduidend forsere verslechtering. Het restrictieve beleid heeft ons inziens gezorgd voor een tempering van de groei van het aanbod (dat relatief beperkt groeide ten opzichte van andere steden en het landelijke beeld, zie ook hoofdstuk 2) en daarmee bijgedragen aan het 'redelijk op peil houden' van de bezetting en prijs in Maastricht (en tegelijkertijd is het aanbod meer divers geworden).

4. TOEKOMSTIGE RUIMTE HOTELMARKT MAASTRICHT

4.1. Inleiding

Om ook in kwantitatief opzicht input te kunnen leveren aan (eventueel) nieuw hotelbeleid is een raming gemaakt van de toekomstige ruimte op de hotelmarkt in Maastricht op de middellange termijn (2020). Hierbij zijn drie scenario's gehanteerd – pessimistisch (tegenvallende groei), realistisch (verwachte groei) en optimistisch (aantrekkende groei én Maastricht Culturele Hoofdstad 2018).

Dit hoofdstuk bevat de resultaten van deze raming en gaat achtereenvolgens kort in op:

- De verwachte ontwikkeling van de belangrijkste vraagsegmenten (4.2.);
- De toekomstige marktomvang en – rekening houdend met het huidige functioneren (o.a. kamerbezetting), het huidige aanbod en de planvoorraad – de marktruimte voor extra hotelkamers (4.3.);
- Aanbevelingen voor een evenwichtige invulling van de toekomstige marktruimte (4.4.).

4.2. Ontwikkelingen vraagsegmenten

In deze paragraaf is kort ingegaan op de verwachte ontwikkeling van de belangrijkste vraagsegmenten. Hierbij komen achtereenvolgens de locatiegebonden zakelijke markt, de MICE-markt en de toeristische markt aan bod.

4.2.1. Zakelijke markt

De zakelijke markt is niet zo sterk ontwikkeld in Maastricht. Vooral grote, (inter)nationale bedrijven met veel (commerciële) externe contacten zorgen vaak voor veel vraag. In Maastricht zijn vooral veel MKB bedrijven gevestigd. De afgelopen jaren zijn ook diverse grote(re) organisaties uit Maastricht vertrokken (zoals bijvoorbeeld Vodafone naar Amsterdam en diverse bedrijven naar Maastricht Aachen Airport). De belangrijkste hotelovernachtingen genererende organisaties in Maastricht zijn de Universiteit Maastricht en het Academisch Ziekenhuis Maastricht.

De ontwikkeling van deze markt is doorgaans sterk gelieerd aan de economische ontwikkeling. Daarnaast zijn ook inspanningen om bedrijven te acquireren, infrastructurele maatregelen en dergelijke van invloed. De laatste jaren is sprake van een aanhoudende laagconjunctuur. Voor het jaar 2013 wordt nog een (verdere) krimp van de economie verwacht. Verwacht wordt dat er vanaf 2014 sprake is van een licht herstel (+1% in 2014 en 1,5% in 2015-2017)¹⁵. Voor de jaren vanaf 2018 is uitgegaan van een gemiddelde groei van + 2,4% (gemiddelde 2003-2007)¹⁶.

¹⁵ De groeicijfers voor 2013 en 2014 zijn gebaseerd op de Macro Economische Verkenning 2013 van het CPB (bron: kortetermijnraming maart 2013). Voor 2013-2015 is de CPB Policy Brief 2012/01 "De Nederlandse economie tot en met 2017 inclusief begrotingsakkoord 2013" uit juni 2012 gehanteerd waarin wordt gesproken van een gemiddelde jaarlijkse groei van 1,5% voor de periode 2013-2017.

¹⁶ Dit is de laatste periode voor de kredietcrisis en daaropvolgende recessie. In de periode daarvoor (1998-2002) bedroeg de gemiddelde jaarlijkse groei 2,9%.

4.2.2. MICE¹⁷ markt

Maastricht staat in de top 100 op de wereldranglijst van de internationale non-corporate congressen¹⁸. In 2011 stond Maastricht nog op de 132^{ste} plaats, in 2012 kwam Maastricht op de 94^{ste} plaats. Dit betekent dat Maastricht hiermee, na Amsterdam en Rotterdam, de derde Nederlandse stad op de ranglijst is. MECC Maastricht is een belangrijke speler bij het binnenhalen van meerdaagse, internationale congressen. De samenwerking met de Maastricht health Campus en Maastricht University speelt een belangrijke rol bij het werven en ontwikkelen van congressen voor Maastricht en de regio.

De ontwikkeling van de markt voor meerdaagse (semi-)zakelijke bijeenkomsten – ook wel MICE-markt genoemd – is sterk afhankelijk van de ontwikkeling van de economie en zakelijke markt. Het is een sterk concurrerende markt (met veel internationale concurrentie) met lange leadtimes. Er zijn geen officiële groeiprognoses voor de congresmarkt in Nederland. Het NBTC gaat uit van een (lichte) groei voor de congresmarkt in Nederland in de periode tot en met 2020. Wanneer er fors en effectief wordt ingezet op het organiseren van congressen in een stad, kan dit wel voor een relatief grote groei zorgen.

4.2.3. Toerisme

Het toerisme is een belangrijk segment voor de hotels in Maastricht. Maastricht heeft een rijk cultuurhistorisch, retail en gastronomisch aanbod en behoort daarmee tot de meest populaire steden van Nederland voor een korte hotelvakantie.

Het stedelijk toerisme/shortbreakmarkt is de afgelopen jaren een structurele groeiemarkt geweest (ook in de crisisjaren). De komende jaren blijft dit een groeiemarkt. NBTC-NIPO verwacht voor de binnenlandse hotelvakanties een gemiddelde groei van 2% per jaar tot en met 2015. Vanaf 2016 tot 2020 wordt een groei van 4% verwacht. Het UNWTO voorspelt voor het internationaal toerisme in West-Europa een groei van 2,25% voor de komende jaren (2014-2020). Dit komt door de zwakkere euro, meer vliegverbindingen, de structurele groei van stedenreizen op de Europese markt en ook de economische groei in de BRIC landen).

4.2.4. Resumé

Om een raming te kunnen maken van de toekomstige behoefte aan hotelkamers in Maastricht, zijn de potenties van de verschillende deelmarkten ingeschat. Tabel 4.1. resumeert de geraamde groeivoeten op basis van de analyses in de voorgaande paragrafen.

Tabel 4.1. Geraamde jaarlijkse groeivoeten (2013-2020)¹⁹

Segment	Pessimistisch scenario	Realistisch scenario	Optimistisch scenario
Zakelijk	0,80%	1,50%	2,00%
Congres	0,00%	1,50%	3,00%
Toerisme	2,00%	3,00%	4,00%

¹⁷ MICE staat voor Meetings, Incentives, Conventions en Events.

¹⁸ Artikel: Maastricht in top-100 congressenranglijst, bron: www.missethoreca.nl

¹⁹ Het segment 'overig' is evenredig verdeeld over de andere segmenten, de segmenten 'leisure individueel' en 'leisure groep' zijn samen gepakt tot één segment toerisme.

In paragraaf 4.3. is op basis van deze groeivoeten – in combinatie met de huidige omvang van de vraag, de huidige bezetting en het huidige aanbod – een raming gemaakt van de toekomstige marktruimte voor hotels in Maastricht.

4.3. Toekomstige marktruimte

Om de toekomstige capaciteitsbehoefte aan hotelkamers te bepalen, zijn de huidige overnachtingen uitgedrukt in kamernachten. In tabel 4.2. is een overzicht gegeven van het aantal geraamde kamernachten in 2020 en het benodigde aantal kamers om in deze vraag te voorzien voor de drie varianten. Hierbij is uitgegaan van een normatieve kamerbezetting van 65-70%²⁰.

Tabel 4.2. Benodigde groei hotelcapaciteit Maastricht²¹

	Geraamde stijging kamernachten en benodigde hotelkamers		
	Pessimistisch	Realistisch	Optimistisch
Kamernachten 2020	579.500	626.375	672.775
Benodigd aantal kamers 2020 ²²	2.352	2.542	2.731
Huidig aantal kamers (2012)	2.221	2.221	2.221
Marktruimte in kamers	131	321	510

Uitgaande van een normatieve kamerbezetting van circa 65-70% op jaarbasis, is er tot en met 2020 ruimte voor ongeveer 325 extra hotelkamers in Maastricht ten opzichte van het huidige aantal kamers (circa 130 kamers in het pessimistische scenario en 510 kamers in het optimistische scenario).

Volgens de Gemeente Maastricht spelen er momenteel in Maastricht 31 hotel-initiatieven. Deze verschillen van status (van oriëntatie- en initiatieffase tot principetoezegging). Ook het beoogde niveau en concept verschilt. Van de initiatieven waarvan de beoogde classificatie bekend is (ongeveer de helft) betreft het voor 33% budgethotels, voor 33% tophotels (5 sterren) en voor 33% middenklasse/luxe hotels (3-4 sterren).

Niet van alle initiatieven is het beoogd aantal kamers bekend. De 14 plannen waarvan het aantal kamers bekend zijn, voorzien in 880 kamers. Dit is meer dan de geraamde marktruimte, ook in het optimistische scenario.

De plannen waaraan principetoezegging is gedaan voorzien in ruim 400 kamers. Dit is meer dan de geraamde marktruimte in het realistische scenario.

²⁰ Gerekend is met een toekomstige gemiddelde kamerbezetting van 67,5%. Dit betekent dat ook rekening is gehouden met de gewenste (en deels noodzakelijke) verbetering van de bezettingsgraad van de huidige hotels.

²¹ Bij de berekening van de toekomstige marktruimte (en het huidige aantal kamers) is Stayokay Maastricht niet meegenomen omdat hiervan de kamernachten en kamerbezetting niet bekend zijn (vanwege de formule zijn persoonsovernachtingen en bedbezetting relevanter).

²² Aantal kamernachten/(65-70% normatieve gemiddelde kamerbezetting x 365 dagen per jaar).

4.4. Aanbevelingen evenwichtige invulling marktruimte

Zoals in de voorgaande paragraaf is aangegeven, zijn er groeipotenties voor hotelontwikkeling in Maastricht. Boven de initiatieven waar reeds principemedewerking aan is verleend, is er echter niet of nauwelijks sprake van marktruimte. Desalniettemin is in deze paragraaf kort aangegeven hoe de geraamde marktruimte zo evenwichtig mogelijk zou kunnen worden ingevuld:

- **Uitbreiding en of nieuwbouw:** vanwege het belang van schaalgrootte en met het oog op de productiviteit kan het wenselijk zijn om de marktruimte waar mogelijk via uitbreiding van bestaande hotels te realiseren. Dit kan echter op gespannen voet staan met de gewenste variatie binnen het hotelaanbod. In onze optiek dienen hotels voor een uitbreiding dus wel een businessplan/haalbaarheidsstudie te overleggen;
- **Niveau:** Maastricht heeft momenteel geen aanbod in het 5-sterrensegment. Het budgetsegment is (in vergelijking met het landelijk gemiddelde en Amsterdam) ook enigszins ondervertegenwoordigd. Het middenklasse en luxe segment (3 en 4 sterren) is oververtegenwoordigd (met name het 4-sterrensegment is fors oververtegenwoordigd). Voor een evenwichtige invulling van de marktruimte gaat de voorkeur dan ook uit naar tophotels (geclassificeerd met 5 sterren) en budgethotels. Vooral met toevoeging van 4-sterrenhotels dient voorzichtig te worden omgegaan, tenzij deze duidelijk van toegevoegde waarde zijn (qua formule en doelgroep) voor Maastricht;
- **Locaties:** de vraag is het grootst naar hotels in het centrum van Maastricht. In het centrum kunnen het makkelijkst diverse marktsegmenten worden bediend (zowel toeristen, zakelijke gasten als congresgangers/MICE-gasten). Dit komt ook naar voren in een hogere bezetting en gerealiseerde prijs van de hotels in het centrum. Voor de invulling van de marktruimte bestaat dan ook de voorkeur om deze in grote mate in het centrum in te vullen (lieft met hotels die zich qua niveau, sfeer/ambiance, bijzondere services, prijs, etc. onderscheiden van het bestaande aanbod). Zeker voor nieuwe hotels buiten het centrum is het momenteel noodzakelijk dat deze over een bijzonder concept beschikken (bijvoorbeeld themahotels met bijbehorende voorzieningen) en daarmee specifieke doelgroepen kunnen binden;
- **Concepten:** om de hotelvraag in Maastricht zo veel mogelijk te stimuleren is het raadzaam dat nieuwe hotels zich nadrukkelijk onderscheiden van het bestaande aanbod. Dit kan qua niveau (bijvoorbeeld door een 5-sterrenhotel of een budgethotel) maar ook door een onderscheidend concept/formule. Hierbij kan bijvoorbeeld worden gedacht aan een wellnesshotel, casinohotel, resort, zorghotel, etc. Thematische hotels/concepthotels vallen (groten)deels buiten de raming van de reguliere marktruimte omdat deze ook een stuk eigen markt creëren. Ons inziens dienen thematische hotels/ concepthotels het creëren van eigen vraag middels een businessplan/haalbaarheidsstudie aan te (blijven) tonen.

5. CONCLUSIES EN AANDACHTSPUNTEN NIEUW HOTELBELEID

5.1. Conclusies

Op basis van de analyses in de voorgaande hoofdstukken concluderen wij het volgende:

- Het hotelaanbod in de gemeente Maastricht is de afgelopen jaren minder hard gestegen dan landelijk en in de grote steden. Vermoedelijk heeft het restrictieve hotelbeleid hieraan bijgedragen;
- Het aanbod in het luxe segment (aandeel kamers in 4- en 5-sterrenhotels samen), dat in Maastricht met 74% zeer dominant is, is gestabiliseerd. Landelijk en in de grote steden is het aanbod in dit segment wel gestegen. Het budgetaanbod (hotelaanbod tot en met 2 sterren) is gestegen maar blijft ondervertegenwoordigd. Overigens beschikt Maastricht volgens BHC²³ sinds 2010 niet meer over een 5-sterrenhotel wat voor een stad met (internationale) allure als een lacune kan worden gezien;
- De tendens van steeds meer aanbod in het luxe segment in Maastricht is kortom tot staan gekomen en er is meer budgetaanbod gekomen. Hiermee wordt, in kwantitatief opzicht, (deels) aan de doelstelling van een meer gevarieerd hotelaanbod voldaan. Sinds 2009 zijn enkele nieuwe hotels in Maastricht geopend (of van formule veranderd) die aansluiten bij de trend van bijzondere hotelconcepten en -formules. Ook in kwalitatief opzicht is het aanbod in Maastricht dus meer divers geworden en verbeterd;
- Het individuele toeristische segment is het grootste vraagsegment voor de hotels in Maastricht. Dit segment is de afgelopen jaren, net als landelijk, fors gegroeid. De vraag uit het zakelijke marktsegment (zowel individueel zakelijk als MICE) is daarentegen gedaald. Met deze ontwikkeling zijn de hotels in Maastricht (nog) afhankelijker geworden van het (steeds) prijsgevoelige(re) leisuresegment;
- De kamerbezetting bedroeg in 2012 ongeveer 64%. Dit is een fractie lager dan in 2008. De gerealiseerde kamerprijs daalde met 7% tot ongeveer € 92. De gemiddelde kameropbrengst (RevPar) daalde met ongeveer 8% tot gemiddeld € 59,--;
- De ontwikkeling van de marktverhoudingen in Maastricht was hiermee relatief gunstig. Landelijk was er namelijk sprake van een beduidend forsere verslechtering. Het restrictieve hotelbeleid heeft ons inziens hieraan bijgedragen door de tempering van de groei van het aanbod;
- De marktruimte voor hotelkamers in Maastricht ramen wij op 130-510 kamers (circa 325 kamers in het realistische scenario) tot en met 2020. Gezien de huidige bezettingsgraad (die onder de norm van 65-70% kamerbezetting ligt) en de beperkte groeiverwachting voor de komende jaren, zal deze ruimte met name aan het eind van de periode ontstaan;
- Momenteel zijn er bij de Gemeente Maastricht 31 hotelinitiatieven bekend. De 14 plannen waarvan het aantal kamers bekend is, voorzien in 880 kamers. Dit is meer dan de geraamde marktruimte. De plannen waaraan principemedewerking is toegezegd voorzien in ruim 400 kamers, hetgeen meer is dan de geraamde marktruimte in het realistische scenario.

²³ Tot en met 2009 had het Kruissherenhotel 5 sterren, sinds 2010 heeft dit hotel 4 sterren.

5.2. Aandachtspunten hotelbeleid

Aanbevelingen hotelbeleid

Voor de korte termijn (2-3 jaar) adviseren wij de gemeente Maastricht:

- Het huidige restrictieve, naar meer diversiteit en innovatie strevende hotelbeleid (op hoofdlijnen) te handhaven. Op de korte termijn (2-3 jaar) bestaat er namelijk niet of nauwelijks marktruimte voor extra hotelkamers in Maastricht gezien de huidige marktverhoudingen (o.a. de kamerbezetting die onder de norm van 65-70% ligt), de beperkte (economische) groei-verwachtingen de eerste jaren en een aantal principetoezeggingen aan hotelinitiatieven die al zijn gedaan;
- Dit betekent dat de gemeente sterk moet blijven toetsen op de haalbaarheid en het onderscheidend vermogen en de toegevoegde waarde van potentiële nieuwe hotels. Initiatiefnemers moeten hiervoor een haalbaarheidsstudie overleggen die de additionele vraag en de haalbaarheid aantoont;
- Te komen tot een nadere ordening en reductie van de planvoorraad. Dit om overaanbod te voorkomen én om te voorkomen dat bepaalde (gebieds-) ontwikkelingen stagneren op het beoogde hotel. Om te komen tot een reductie van de planvoorraad is het ons inziens raadzaam om:
 - De nu bij de gemeente bekende initiatiefnemers te vragen om binnen een bepaalde, relatief beperkte, termijn een haalbaarheidsstudie in te dienen;
 - Een geldigheidsduur te verbinden aan (principe)medewerking aan initiatieven, bijvoorbeeld een duur van 1 jaar (om ook te voorkomen dat deze plannen “te lang boven de markt blijven hangen”);
 - Te onderzoeken of de plannen die bij het opstellen van de hotelnota als ‘hard’ golden nog actueel zijn of dat hiermee geen rekening meer hoeft te worden gehouden in de planvoorraad. Geadviseerd wordt om voor zover mogelijk ook aan deze plannen een tijdslijm te verbinden.

Voor de middellange termijn adviseren wij de gemeente om:

- De hotelmarkt op reguliere basis te monitoren²⁴ via bijvoorbeeld hotelmarktonderzoek (liefst ook in regionaal perspectief en met specifieke aandacht voor opkomende logiesvormen zoals B&B, shortstay, etc.). Dit is belangrijk gezien het economische belang van voldoende en passend hotelaanbod (zowel voor toerisme als voor de zakelijke markt en congresmarkt) én het belang van een goede balans tussen vraag en aanbod (o.a. voor de kwaliteit van het bestaande aanbod);

Shortstay

De laatste jaren is in Nederland sprake van een flinke groei van het aantal zogenaamde shortstay initiatieven. Wij zien in toenemende mate dat initiatiefnemers met een ‘shortstay concept’ proberen de hotelmarkt te betreden. In onze optiek gaat het bij shortstay over andere doelgroepen dan reguliere hotelgasten, met andere behoeften en motieven. Hiervoor is separaat beleid gewenst. In Maastricht is in de Lokale woonagenda een leidraad voor short stay opgenomen. Hierin is een minimale termijn van 1 maand opgenomen. Een optie kan zijn om deze termijn te verlagen tot 2 weken omdat uit onderzoek (CVO) blijkt dat reguliere hotelgasten zelden langer dan twee weken in een hotel verblijven. Wij adviseren om de leidraad (inclusief minimale verblijfsduur) in ieder geval ook op te nemen in de hotelnota.

²⁴ Dit is in de huidige tijd van voortdurende onzekerheid over de economische ontwikkeling extra belangrijk.

- Het hotelbeleid opnieuw te evalueren en eventueel bij te stellen op basis van nieuw onderzoek. Wij achten het denkbaar dat na enkele jaren marktruimte ontstaat om ook 'reguliere hotels' toe te staan die kunnen zorgen voor een betere mix van het hotelaanbod in Maastricht (het gaat hierbij met name om initiatieven voor hotels in de nu ondervetegenwoordigde segmenten (lees met name het 5-sterrensegment en het budgetsegment).

Stimulering hotelvraag

Aangezien de hotelmarkt een volgende markt is, is het wenselijk dat de Gemeente Maastricht activiteiten/projecten entameert die de logiesvraag stimuleert. In het geval van Maastricht – met een relatief beperkte locatiegebonden zakelijke vraag gaat het hierbij met name om acquisitie van (inter)nationale bedrijven. Ook het stimuleren van de congresmarkt is wenselijk. Om de toeristische logiesvraag te stimuleren kunnen toeristische productontwikkeling en het evenementenbeleid ingezet worden.

Bijlage 1 Aanpak en verrichte werkzaamheden

Aanpak

Voor deze studie is gebruik gemaakt van deskresearch en interviews.

Bij het deskresearch zijn gegevens bestudeerd van de gemeente Maastricht, Bedrijfschap Horeca en Catering, Centraal Bureau voor de Statistiek, Centraal Plan Bureau, World Tourism Organisation, Nederlands Bureau voor Toerisme en Congressen, HOSTA, etc.

Interviews zijn verricht met vertegenwoordigers van de segmenten (toerisme, zakelijke markt en congresmarkt) die hotelvraag genereren en de voorzitter van het SAHOT. Om een goed beeld te krijgen van het functioneren van de hotels in Maastricht, is tevens een enquête verricht onder de hotels. In totaal heeft 60% van de hotels meegewerkt. Deze hotels vertegenwoordigen bijna 85% van de kamers in Maastricht. Wij zijn de voorzitter van het SAHOT, die de aangesloten hotels heeft opgeroepen mee te werken, én alle hotels die hun medewerking hebben verleend zeer erkentelijk.

Verrichte werkzaamheden

Voor deze studie zijn de volgende werkzaamheden verricht:

- Startbespreking;
- Analyse kwantitatieve ontwikkeling hotelmarkt Maastricht periode 2008-2012 op basis van deskresearch (data gemeente Maastricht, Bedrijfschap Horeca en Catering (BHC) en Centraal Bureau voor de Statistiek (CBS));
- Enquête onder Maastrichtse hotels;
- Analyse enquêteresultaten;
- Vergelijking ontwikkeling (samenstelling) hotelaanbod en marktverhoudingen Maastricht en andere grote steden (BHC, CBS en HOSTA);
- Globale kwalitatieve analyse van het (recent gerealiseerde) hotelaanbod in Maastricht;
- Interviews voorzitter SAHOT, directeur VVV en Congresbureau Maastricht, Centrummanagement Maastricht;
- Raming toekomstige marktruimte (o.b.v. deskresearch trends en ontwikkelingen marktsegmenten en doorrekening);
- Interne brainstorm;
- Rapportage en toelichting.

Bijlage 2 Achtergrondtabellen en -grafieken bij hoofdstuk 2

Tabel 1. Marktsegmentatie Nederland (in %)

	2008	2009	2010	2011	Gemiddeld
Zakelijk individueel	39	33	33	32	35
Zakelijk groep	16	13	17	16	16
Toeristisch individueel	33	42	37	39	36
Toeristisch groep	8	8	8	8	8
Overig	4	4	5	5	5
Totaal	100	100	100	100	100

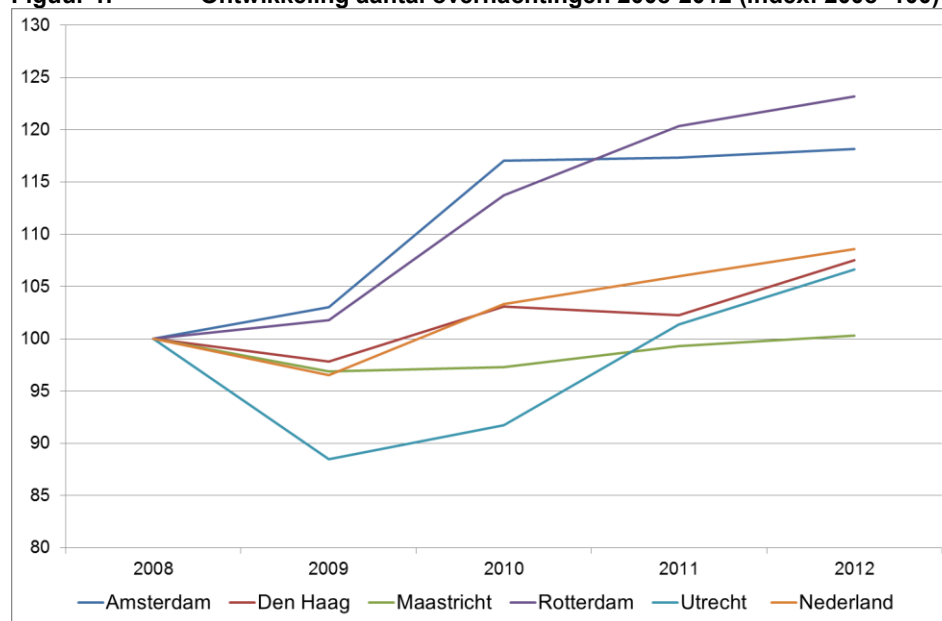
Bron: Horwath HTL

Tabel 2. Marktsegmentatie Limburg (in %)

	2008	2009	2010	2011	Gemiddeld
Zakelijk individueel	30	37	35	28	32
Zakelijk groep	15	14	15	12	14
Toeristisch individueel	51	42	44	53	47
Toeristisch groep	3	5	5	6	5
Overig	1	2	2	1	2
Totaal	100	100	100	100	100

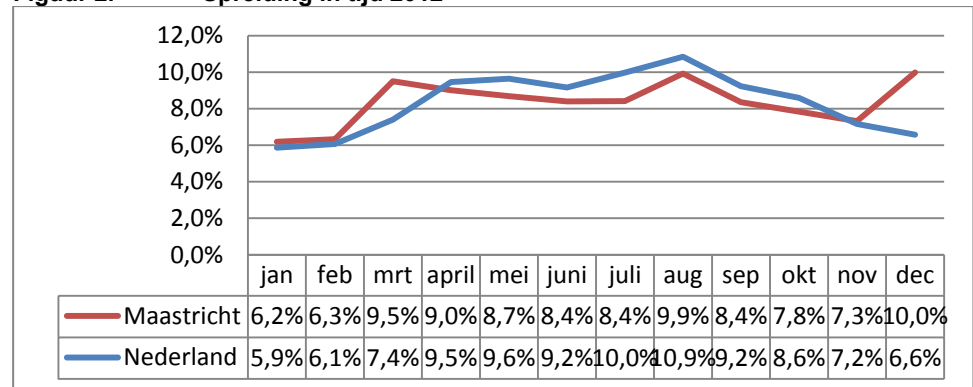
Bron: Horwath HTL

Figuur 1. Ontwikkeling aantal overnachtingen 2008-2012 (index: 2008=100)



Bron: CBS

Figuur 2. Spreiding in tijd 2012



Bron: CBS

Bijlage 3 Achtergrondtabellen en -grafieken bij hoofdstuk 3

Tabel 3. Hotelaanbod regio's 2008-2012

	Maastricht		Zuid-Limburg		Limburg		Nederland	
	2008	2012	2008	2012	2008	2012	2008	2012
5 sterren	60	0	60	0	60	0	4.890	5.033
4 sterren	1.569	1.754	2.941	3.488	3.970	4.669	42.098	50.165
3 sterren	253	217	2.132	2.197	2.686	2.772	29.990	32.462
2 sterren	104	92	937	817	1.072	967	7.154	6.830
1 ster	6	13	495	211	571	292	3.418	2.438
Totaal	1.992	2.076	6.565	6.713	8.359	8.700	87.550	96.928

Bron: HINC, Bedrijfschap Horeca en Catering, bewerkt door ZKA

Tabel 4. Hotelaanbod steden 2008-2012

	Maastricht		Rotterdam		Amsterdam		Utrecht		Den Haag	
	2008	2012	2008	2012	2008	2012	2008	2012	2008	2012
5 sterren	60	0	231	230	2.805	3.165	91	121	347	716
4 sterren	1.569	1.754	1.948	2.431	6.580	8.755	826	878	2.090	1.967
3 sterren	253	217	538	766	5.835	6.453	209	290	736	855
2 sterren	104	92	149	218	1.811	1.768	68	58	143	129
1 ster	6	13	95	87	990	729	28	11	25	10
- ster	209	286	328	226	1.439	2.131	103	82	168	168
Totaal	2.201	2.362	3.289	3.958	19.460	23.001	1.325	1.440	3.509	3.845

Bron: HINC, Bedrijfschap Horeca en Catering, bewerkt door ZKA

Hotelnota 2009 – 2013



Datum: juni 2009

INHOUDSOPGAVE

1. Aanleiding.....	5
2. Uitgangspunten van beleid.....	5
3. Nieuw beleid.....	5

PLANOLOGISCH REGIME
AFWEGINGSCRITERIA VOOR LEEFBAARHEID EN RUIMTELIJKE ORDENING
BENODIGDE INFORMATIE T.B.V. INTEGRALE AFWEGING

BIJLAGEN

Bijlage 1: Definities (guesthouse, logiesverstreckende bedrijven)...	11
Bijlage 2: Vraag en aanbod (marktonderzoek Horwath HTL).....	13
Bijlage 3: Financiële haalbaarheidsstudie.....	17

1. AANLEIDING

Maastricht telt circa 2000 hotelkamers, waarvan 80% in het viersterren segment. Daarmee is Maastricht qua aantal hotelkamers in één adem te noemen met de grotere steden zoals Den Haag, Rotterdam en Utrecht en is het verblijfstoerisme, zowel zakelijk als recreatief een sterke economische pijler. Een kwalitatief goede hotelmarkt is dan ook in het grootste belang voor de stad Maastricht.

In 2007 en 2008 kwamen er veel aanvragen binnen op het gebied van het starten of uitbreiden van een hotel. Het gaat daarbij in totaal om zo'n 1900 kamers, hetgeen bijna zo groot is als de huidige voorraad. De aanvragen zijn divers van aard:

het gaat om nieuwe hotels, uitbreidingen, kleine en grote hotels, gelegen in het stadscentrum c.q. voetgangersgebied maar ook aan de snelweg en in het buitengebied. Tegelijkertijd groeit bij de gemeente in die periode het vermoeden dat er op de hotelmarkt geen goede balans tussen vraag en aanbod aanwezig is.

Vandaar dat eind 2008 de gemeente Maastricht opdracht heeft gegeven tot een onderzoek naar de Maastrichtse hotelmarkt. Dit heeft geresulteerd in het rapport "Hotels in Maastricht" met informatie over het huidig hotelaanbod, de vraag van de markt, de marktpotentie en aanbevelingen voor een nadere invulling van het hotelbeleid. Zie bijlage twee met daarin opgenomen de samenvatting van het rapport. Voor het volledig rapport verwijzen we naar www.maastricht.nl. In het rapport is onder meer geconcludeerd dat er de komende jaren nauwelijks marktruimte is voor nieuwe hotelkamers.

2. UITGANGSPUNTEN VAN BELEID

Maastricht heeft in haar stadsvisie naar 2030 gekozen voor een aantal speerpunten: woonstad, cultuurstad en kennisstad. Een aantrekkelijke en gezonde horeca met een goede ontvangst en serviceverlening is daarbij met name belangrijk voor de cultuur- en kennisstad.

In de nota economische speerpunten 2015 zijn vrijetijdseconomie (waar hotelbeleid een belangrijk onderdeel vanuit maakt) en kenniseconomie belangrijke speerpunten. Een toename van het toeristisch en zakelijk verblijf met als effect een hogere besteding, toename van investeringen en daaraan gekoppelde werkgelegenheid is één van de beleidsdoelen.

In het onderzoek naar de hotelmarkt heeft het adviesbureau Horwath HTL aanbevelingen voor de gemeente Maastricht geformuleerd:

"Het bevorderen van het zakelijk klimaat, een sturend en terughoudend beleid voeren met betrekking tot uitbreiding van de hotelmarkt en het verbeteren van de communicatie met de hotellerie".

3. NIEUW BELEID

In de stad streven we naar een goede leefbaarheid en duurzame ruimtelijke ordening. Dit is één van de publieke taken van de gemeente en dit komt nadrukkelijk aan de orde indien een initiatief strijdig is met het bestemmingsplan. Dan moet een integrale afweging plaatsvinden op basis van leefbaarheid en (duurzame) ruimtelijke ordening over het al dan niet verlenen van een ontheffing, het nemen van een projectbesluit of het partieel herzien van een bestemmingsplan

Belangrijke criteria bij de integrale afweging zijn bijvoorbeeld de parkeerbalans, het niet evenredig schaden van het woonmilieu, de geschiktheid van het gebouw en het behoud van de monumentale kwaliteit. Voor logiesverstreckende bedrijven, waar sprake is van het vestigen van nieuwe hotelkamers, is daar het criterium "de ruimte in de markt" aan toegevoegd.

Via dit criterium wordt een financiële haalbaarheidsstudie verplicht gesteld om zo te voorkomen dat meer van hetzelfde wordt toegevoegd aan de hotelmarkt. Met een haalbaarheidsstudie kan worden aangetoond dat sprake is van een duurzame ontwikkeling die in de bestaande markt overlevings- en groeikansen heeft. In deze studie is het van belang dat de initiatiefnemer aangeeft of door het specifieke hotelconcept gasten worden aangetrokken die normaliter niet zouden overnachten in Maastricht.

De gemeente Maastricht geeft daarmee mogelijkheden voor kwalitatieve, vernieuwende concepten waardoor zowel de marktruimte vergroot wordt én de kwaliteit van de omgeving behouden c.q. verbeterd wordt.

PLANOLOGISCH REGIME

Met deze beleidsnotitie worden de criteria aangegeven, die gehanteerd worden bij de toetsing van zich aandienende hotelinitiatieven. De vermelde criteria zijn maatgevend voor het verkrijgen van toestemming. Het College van B&W kan dus een ontheffing verlenen van het geldende bestemmingsplan op basis van dit vastgestelde hotelbeleid.

Bestaande logiesverstreckende functies worden in bestemmingsplannen onder de planologische noemer logiesverstreckende horecadoeleinden gebracht: er wordt dus een specifieke bestemming aan gegeven.

In bijlage 1 staan de definities van een logiesverstreckend bedrijf en guesthouse zoals deze worden toegepast in Maastricht.

AFWEGINGSCRITERIA VOOR LEEFBAARHEID EN RUIMTELIJKE ORDENING

Indien er sprake is van een strijdigheid met het bestemmingsplan vindt een integrale afweging plaats aan de hand van de volgende afwegingsfactoren:

- Belangen van derden mogen niet onevenredig worden geschaad;
- Het woon- en leefklimaat in de directe omgeving mag niet onevenredig worden geschaad; (bijv. door het voorkomen van een concentratie van overlast)
- De parkeerbalans in de directe omgeving mag niet onevenredig nadelig worden beïnvloed en er mag geen onevenredige verkeersaantrekkende werking ontstaan; (bijv. door het oplossen van parkeerbehoefte)
- Het stedenbouwkundig beeld en de ruimtelijke kwaliteit mogen niet verminderen (bijv. letten op het behoud van multifunctionaliteit in omgeving);
- De ruimte in de markt; (behoefte aantonen met een financiële haalbaarheidsstudie)
- Het bestaande gebruik van het gebouw:
Is de voorziening minder overlastgevend t.o.v. het bestaande gebruik? (bijv. een café wordt vervangen door een hotel, wat mogelijk leidt tot verbetering van woon- en leefklimaat).

Niet alleen de omgevingskwaliteit speelt een rol in de afweging, ook de functionele kwaliteit speelt een rol. Belangrijke afwegingsfactoren daarbij zijn:

- De geschiktheid van het gebouw voor de gewenste of een andere functie;
- Het behoud van de monumentale kwaliteit van het gebouw.

Bij de afwegingscriteria “de belangen van derden niet onevenredig schaden” en “het woon- en leefklimaat in de directe omgeving niet onevenredig schaden” wordt onder meer rekening gehouden met het volgende:

- De winkelzone in Maastricht is het gebied in de binnenstad dat vooral gericht is op het winkelend publiek. Hier zijn op de begane grond de publieksfuncties het uitgangspunt en op de verdiepingen de woonfunctie. Dit ter behoud van een aantrekkelijke omgeving voor bezoekers en het streven naar leefkwaliteit en levendigheid van het stadscentrum ook 's avonds en in het weekend.
- In de winkelzone kan op de begane grond een horeca-exploitatie plaatsvinden met daarbij op de verdiepingen alleen mogelijkheden voor ondergeschikte (horeca)-activiteiten zoals een garderobe, toiletten, keuken, opslag of vergaderfaciliteiten (geen hotelfunctie zijnde).
- In de woonbuurten staat de woonfunctie op de eerste plaats. Hier zal een specifieke ligging ten opzichte van natuurgebieden of het centrumgebied, het behoud van monumentale panden, de aanwezigheid van bijzondere functies die de vestiging rechtvaardigen of het scheppen van voorzieningen die vanuit de woonbuurt wenselijk zijn, mede bepalend zijn bij de afweging voor een hotel.
- In het buitengebied moeten nieuwe functies de sfeer, het karakter en het gebruik van historische bebouwing versterken en hier de binding met de natuur- en landschapswaarden van de omgeving aangaan. Het uitgangspunt in het buitengebied is dat er geen toename van de bebouwing plaatsvindt.

BENODIGDE INFORMATIE BIJ STRIJD MET HET BESTEMMINGSPLAN

Indien sprake is van strijd met het bestemmingsplan vindt er altijd een integrale afweging plaats over het al dan niet verlenen van een ontheffing, het nemen van een projectbesluit of wordt een bestemmingsplan partieel herzien. Deze afweging vindt plaats aan de hand van afwegingscriteria voor leefbaarheid en ruimtelijke ordening:

- Op basis van het criterium ‘ruimte in de markt’ moet altijd een “financiële haalbaarheidsstudie” worden ingediend (zie hieronder).
- Op basis van de overige criteria moet bij het nemen van een projectbesluit of het partieel herzien van een bestemmingsplan een financiële haalbaarheidsstudie én een goede “ruimtelijke onderbouwing” worden ingediend (zie hieronder).
- Indien sprake is van een ontheffing moet **wel** een financiële haalbaarheidsstudie worden ingediend maar hoeft men **geen** “ruimtelijke onderbouwing” in te dienen.

Er is sprake van een ontheffing als het een wijziging van het gebruik van een bouwwerk betreft, al dan niet in samenhang met inplanting van bouwactiviteiten, mits de gebruikswijziging plaatsvindt in de bebouwde kom, betrekking heeft op een bruto vloeroppervlak van niet meer dan 1500 m² en het aantal woningen gelijk blijft (art. 4.1.1 Besluit ruimtelijke ordening).

Financiële haalbaarheidsstudie

De inhoud van een financiële haalbaarheidsstudie betreft doorgaans twee onderdelen:

1. De marktwaarde berekend aan de hand van factoren zoals locatie, marktverhouding, concept etc.
2. De begrote investeringskosten van het project op basis van aankoopkosten, bouwkosten, inrichtingskosten etc.

Als de marktwaarde groter is dan de investeringskosten lijkt het project te worden ondersteund door de markt en financieel haalbaar te zijn.

Bij het bepalen van de geprojecteerde marktwaarde van een toekomstig hotel wordt onder meer gekeken naar het te realiseren aandeel van de bestaande lokale hotelvraag en de groei hierin. Om te voorkomen dat meer van hetzelfde wordt toegevoegd aan de hotelmarkt moet ook worden gekeken naar de mogelijkheden om met het nieuwe hotelconcept een eigen doelgroep c.q. nieuwe gasten naar de stad te trekken. In de bijlage is nader aangegeven welke onderdelen belangrijk zijn bij de toetsing van een haalbaarheidsstudie.

Ruimtelijke Onderbouwing:

Een ruimtelijke onderbouwing is een document waarin alle relevante aspecten met betrekking tot een project beschreven en afgewogen worden.

De ruimtelijke onderbouwing dient minimaal te bevatten:

1. Beschrijving van het project.
2. De geldende planologische situatie.
3. De visie op de toekomstige ruimtelijke ontwikkeling van het gebied.
4. De ruimtelijke effecten van het project op de omgeving.
5. Rapportage van een gehouden inspraak.
6. Verantwoording van de economische uitvoerbaarheid.
7. Toets aan rijks-, regionaal- en provinciaal beleid;
8. Toets aan de milieuwetgeving.
9. Afweging van betrokken cultuurhistorische belangen.

Wat in de ruimtelijke onderbouwing moet worden opgenomen, is afhankelijk van het betreffende project. Bijvoorbeeld bij een functiewijziging van een pand, waarbij de bodem niet geroerd wordt, zal het aspect archeologie waarschijnlijk niet relevant zijn.

Bijlagen:

Bijlage 1: Definities (guesthouse, logiesverstrekkende bedrijven)

Bijlage 2: Vraag en aanbod (marktonderzoek Horwath HTL)

Bijlage 3: Financiële haalbaarheidsstudie

Bijlage 1

Definities: Guesthouse en logiesverstrekkende activiteiten

Guesthouse:

Een kleinschalig logiesverstrekkend bedrijf, gericht op het bieden van een toeristisch en kortdurend verblijf waarbij het aanbod zich beperkt tot maximaal twee kamers.

Deze overnachtingaccommodatie is gevestigd in een woning, wordt gerund door de eigenaren, tevens hoofdbewoner(s) van de betreffende woning.

Een guesthouse is rechtstreeks toegestaan binnen de woonbestemming zoals vastgelegd in het bestemmingsplan. De logiesfunctie moet in belangrijke mate ondergeschikt zijn aan de hoofdfunctie wonen en de logiesfunctie zelf mag niet functioneren als een zelfstandige woning (dus moet in de woning bijvoorbeeld sprake zijn van één gemeenschappelijke kookgelegenheid).

In dat geval doet de logiesfunctie geen afbreuk aan de woonfunctie ter plekke en is er in planologisch opzicht sprake van het handhaven van de woonfunctie. Hier gelden de eisen die in het Bouwbesluit en Gebruiksbesluit zijn gesteld voor woningen en woongebouwen.

Logiesverstrekkende activiteiten:

Een logiesverstrekkend bedrijf (hotel, pension, Bed & Breakfast), niet zijnde een guesthouse, valt onder de planologische noemer "Horeca hotel/pension".

Hier is sprake van het beroepsmatig exploiteren van een nachtverblijf voor korte tijd, eventueel in combinatie met het verstrekken van maaltijden en drank voor gebruik ter plaatse.

Dit is in Maastricht in principe niet rechtstreeks toegestaan in de bestemmingsplannen.

Een aanvraag moet worden ingediend en het volgen van een vrijstelling c.q. ontheffingsprocedure moet plaatsvinden aan de hand van afwegingscriteria voor leefbaarheid en (duurzame) ruimtelijke ordening. Voor deze logiesfuncties geldt het Hotelbeleid en gelden de eisen die in het Bouwbesluit en het Gebruiksbesluit zijn gesteld voor logiesgebouwen.

Controle en inning van toeristenbelasting

Deze vindt voor alle logiesverstrekkende activiteiten plaats via de Verordening toeristenbelasting Maastricht. Hierin wordt zowel voor een Guesthouse (een "niet-beroepsmatige verhuurde ruimte") als voor overige logiesverstrekkende bedrijven het belastingtarief en de aanmeldingsplicht vermeld.

Bijlage 2

Samenvatting Rapport “Hotels gemeente Maastricht”

Achtergrond

Diverse ondernemers hebben plannen ingediend voor het ontwikkelen van nieuwe hotelkamers, maar volgens hoteliers biedt de hotelmarkt hier geen ruimte voor. De gemeente stelt vast dat de publieke taak erop gericht is de stedelijke ruimte zodanig te verdelen dat de stad de functies kan realiseren die voor het welvarende voortbestaan ervan relevant zijn. Onderdeel hiervan is het opstellen en uitvoeren van hotelbeleid. Bestemmingsplanmatig is het ontwikkelen van nieuwe hotels in principe niet rechtstreeks mogelijk. Beleidsmatig bestaan voor sommige stedelijke gebieden wel mogelijkheden voor het ontwikkelen van nieuwe hotels. Het wijzigen van het hotelbeleid in 2008 heeft geleid tot een stagnatie van de toetsing van hotelaanvragen. Voor de toetsing van hotelaanvragen kan worden hervat moet nader worden onderzocht of een programmatische sturing van hotelontwikkelingen wenselijk is.

Locatieanalyse

Maastricht ligt relatief ver van de Randstad en dichtbij diverse Belgische en Duitse steden. De bereikbaarheid van Maastricht per openbaar vervoer is vanuit Nederland goed en vanuit België steeds beter, maar vanuit Duitsland minder goed. Per auto is Maastricht vanuit Nederland, België en Duitsland goed te bereiken. Wel is sprake van toenemende vertragingen. Via een regionale luchthaven in het nabije Beek is Maastricht vanuit sommige herkomststeden ook per vliegtuig te bereiken.

Maastricht heeft te maken met een structureel veranderende bevolkingsamenstelling, een dalende beroepsbevolking en een relatief hoog werkloosheidspercentage. Ter reactie heeft de gemeente een stimulerend beleid met bijbehorende instrumenten ingezet.

Het industriële karakter wordt vervangen door de ontwikkeling van Maastricht tot cultuurstad, kennisstad en dienstestad. Deze laatste twee aspecten betreffen vooral openbare instituten, die doorgaans weinig behoefte hebben aan hotelkamers. Uitzonderingen hierop in Maastricht zijn het AZM en de UM. De zakelijke dienstverlening, die doorgaans relatief veel hotelvraag oplevert, is minder goed vertegenwoordigd. De creatieve industrie wordt gezien als een belangrijke stuwende economische sector. Omdat deze sector wordt gedomineerd door kleine bedrijven, wordt hieruit geen noemenswaardige groei in hotelvraag verwacht. Van de gehele bedrijvigheid in Maastricht bestaat meer dan 99,5% uit het MKB, terwijl het vaak juist de grote bedrijven zijn die zakelijke hotelvraag opleveren. Ook blijkt het lastig te zijn om grotere bedrijven van buiten Maastricht aan te trekken. Diverse samenwerkingsverbanden bieden kansen voor de zakelijke hotelmarkt, maar deze zijn nog niet te gelde gemaakt.

Maastricht is de tweede meest belangrijke Nederlandse congresstad en heeft een sterke internationale naamsbekendheid. De laatste jaren is echter sprake van een afname in het aantal congressen en congresbezoekers. Onder meer vanwege de uitdagingen op de individuele zakelijke markt, is juist de ontwikkeling van de congresmarkt van groot belang voor de lokale hotellerie. Mits door alle betrokken partijen op de juiste manier wordt ingespeeld op geobserveerde kansen, kunnen ontwikkelingen in de congresmarkt op de lange termijn weer een stijgende lijn vertonen.

Maastricht heeft ook een sterke nationale naamsbekendheid, onder meer door de kwantiteit en kwaliteit van het winkelaanbod, de historische en gastronomische rijkdom en het omliggende heuvellandschap. Het toeristische dagbezoek is de afgelopen jaren dan ook sterk toegenomen.

In Maastricht zijn diverse ontwikkelingen ingezet, welke op de lange termijn van invloed kunnen zijn op de hotelmarkt. Met betrekking tot de zakelijke markt kan gedacht worden aan het UM convenant, de gezamenlijke inzet om het congrestoerisme te verbeteren en de ontwikkelingen in het Geusseltpark, Belvédère, Kwaliteitssprong en Randwyck. De ontwikkelingen in het Geusseltpark, Belvédère en Kwaliteitssprong worden verwacht ook een positieve uitwerking te kunnen hebben op de toeristische markt. Ditzelfde wordt verwacht voor de aanzienlijke gemeentelijke ambities op het gebied van cultuur. Ten slotte kunnen infrastructurele ontwikkelingen in de stad een positieve aantrekkingskracht op zowel zakelijke als toeristische gasten hebben.

Aanbodanalyse

De regio Zuid-Limburg heeft een rijk aanbod aan hotels buiten Maastricht. Het hotelaanbod in Maastricht zelf is aanzienlijk groter dan in vergelijkbare steden, in verhouding tot het aantal inwoners, de werkgelegenheid én het aantal dagbezoekers. Zelfs in vergelijking met steden als Den Haag, Rotterdam en Utrecht heeft Maastricht een opmerkelijk groot hotelaanbod.

Een gemiddeld Maastrichts hotel is aanzienlijk groter dan een gemiddeld hotel in Nederland, Limburg en Zuid-Limburg. Wel is de afgelopen jaren de omvang van een gemiddeld hotel in Maastricht afgenomen, terwijl de gemiddelde omvang van hotels elders in Nederland juist is toegenomen. De grootte van een gemiddeld hotel neemt af naarmate de classificatie lager is.

Hoewel het in de Nederlandse hotellerie gebruikelijk is dat het viersterren segment het grootste marktaandeel heeft, kan gesteld worden dat met een aandeel van nagenoeg 80% het viersterren segment de hotelmarkt van Maastricht domineert. De overige 20% bestaat uit driesterren hotels en in mindere mate uit budgethotels.

In deze studie is de betekenis van 'hotel' uitgebreid met accommodatievormen als hostel, pension, gasthuis en B&B. In totaal bestaat het huidige hotelaanbod in Maastricht uit 2.225 kamers. Dit aantal is de afgelopen jaren sterk gegroeid. Sinds 2000 is het aantal hotelkamers in Maastricht per jaar met gemiddeld 2% gegroeid. Dit is meer dan de groei in de Nederlandse hotelmarkt en zeker meer dan in Limburg. In de periode 1995-2000 nam het aanbod in Maastricht nog sterker toe.

Circa 35 plannen voor in totaal ruim 2.000 nieuwe hotelkamers zijn bekend bij de gemeente Maastricht. Als de hotelkamers van al deze plannen gerealiseerd worden, zou het hotelaanbod in Maastricht groeien tot circa 190% van de huidige omvang. Aan een aantal plannen met in totaal ongeveer 945 kamers heeft de gemeente principemedewerking verleend.

Vraaganalyse

In de periode 2002-2007 nam het aantal hotelovernachtingen in Maastricht toe met een gemiddelde jaarlijkse groei van 3,1%. De groei wordt grotendeels verklaard door een toename in het aantal overnachtingen in niet-geclassificeerde hotels en in mindere mate ook door een toename in drie- en viersterren hotels. De overnachtingen in één- en tweesterren hotels namen juist af.

Net als elders in Nederland zijn sinds 2000 de resultaten van hotels in Maastricht gedaald, waarna een herstel zich in 2005 inzette. Dit herstel heeft zich doorgezet in 2006 en in mindere mate ook in 2007. Volgens de hoteliers wordt het steeds moeilijker om gezonde resultaten te behalen, omdat stagnerende hotelvraag moet worden verdeeld over een toenemend aanbod aan hotelkamers binnen én buiten de stad. Hierbij is opgemerkt dat geclassificeerde hotels oneerlijke concurrentie ondergaan van niet-geclassificeerde hotels. De voorlopige resultaten van 2008 tonen dat de bezettingsgraad wat zal afnemen. Doordat de gemiddelde kamerprijs wel nog verder groeit, neemt de opbrengst per beschikbare kamer licht toe. Het lijkt echter waarschijnlijk dat de resultaten van het gehele boekjaar minder positief zijn. Voor 2009 wordt een afname in opbrengsten per beschikbare kamer verwacht.

De opbrengsten per beschikbare kamer in Maastricht zijn hoger dan in Limburg, maar aanzienlijk lager dan in Nederland. De hotelmarkt van Maastricht kan verdeeld worden in centrumhotels en hotels die buiten het centrum zijn gelegen. Met uitzondering van een deel overflow, zijn beide soorten hotels grotendeels actief in verschillende deelmarkten. Doorgaans realiseren centrumhotels hogere gemiddelde kamerprijzen en bezettingsgraden.

In Maastricht is het aandeel zakelijke hotelvraag kleiner dan gebruikelijk is in Nederland. Vanwege spreiding in hotelvraag is het van groot belang de zakelijke markt in Maastricht te verbeteren en zodoende een betere verhouding te realiseren tot toeristische vraag. Dit is een aanzienlijke uitdaging en mogelijke verbeteringen betreffen de langere termijn.

Er zijn slechts een paar momenten in het jaar waarop het moeilijk is een hotelkamer te boeken in Maastricht. In totaal bedragen deze drukbezette dagen niet meer dan één à twee weken van het jaar en lijkt de drukte niet onoverkomelijk. Het is de verwachting dat de vraag naar hotelkamers in Maastricht in de periode 2008-2020 jaarlijks gemiddeld met 2,8% zal groeien. Hierbij wordt ervan uitgegaan dat proactief en doelgericht wordt gewerkt aan het verbeteren van het zakelijke klimaat van Maastricht en de perceptie daarvan, dat alle belanghebbende partijen zullen bijdragen aan het aantrekken van congressen en dat op de lange termijn de meeste initiatieven om hotelvraag te doen toenemen gericht zullen zijn op de zakelijke markt.

Marktpotentie

Het centrumgebied biedt meer potentie dan stedelijke gebieden buiten het centrum, maar de gehele hotelmarkt van Maastricht biedt de komende jaren geen ruimte voor de ontwikkeling van nieuwe kamers. Van 2013 tot en met 2020 vertaalt de verwachte groei in vraag zich naar een behoefte van 824 nieuwe kamers. Om een gezonde situatie te garanderen, moet er op worden toegezien dat de toevoeging van hotelkamers over de hele periode wordt verspreid.

In totaal zijn ongeveer 35 hotelontwikkelingsplannen opgevat voor ruim 2.000 nieuwe hotelkamers in Maastricht. Aan een aantal plannen, met betrekking tot in totaal circa 945 kamers, heeft de gemeente principemedewerking verleend. Alleen al de hotelkamers van de plannen waar principemedewerking aan is verleend betreft een groter aantal dan waar de markt tot en met 2020 ruimte voor lijkt te bieden. Als alle hotelkamers met principemedewerking worden toegevoegd, daalt de gemiddelde hotelbezetting in de stad dramatisch. Zowel voor centrumhotels als voor hotels die buiten het centrum van Maastricht zijn gelegen blijft de bezettingsgraad dan gedurende de gehele geprojecteerde periode beneden het wenselijke niveau.

Indien exploitanten van de nieuwe hotels met internationale reserveringssystemen van hotelketens gaan werken, kan de marktruimte groter zijn. Hetzelfde kan worden gerealiseerd door het ontwikkelen van hotels met aantoonbaar unieke hotelconcepten. In het bijzonder moderne low budget hotels, resorts, combinatiehotels (bijvoorbeeld met een musicaltheater) en zorg- en herstelhotels lijken kans van slagen te hebben om de marktruimte in Maastricht te doen toenemen.

Aanbevelingen hotelbeleid

Geadviseerd wordt om het economische beleid op dusdanige wijze in te zetten dat een aantrekkelijk zakelijk klimaat en economische groeiimpulsen ontstaan. Hierbij is het belangrijk dat op de lange termijn prioriteit wordt gegeven aan een stimulering van zakelijke vraag ten opzichte van toeristische vraag. Omdat op de korte termijn de mogelijkheden tot het uitbreiden van het hotelaanbod beperkt zijn, wordt geadviseerd om tevens een sturend en terughoudend beleid in te stellen.

Met dit beleid dient ervoor gezorgd te worden dat tot 2013 geen en na 2013 gedoseerd nieuwe hotelkamers aan de markt worden toegevoegd. Hierbij zou geen onderscheid gemaakt moeten worden tussen verschillende stedelijke gebieden, maar moet wel rekening gehouden worden met een verschillende markt binnen en buiten het centrum. Als te hanteren instrumenten wordt onder meer het verspreiden van marktinformatie en het instellen van een economische toets in de vorm van financiële haalbaarheidsstudies geadviseerd. Uitgangspunt is dat de economische toets wordt gebaseerd op een adequate kwaliteit van het product. Ook wordt geadviseerd om periodiek een nieuwe marktruimtebepaling uit te voeren. Hiertoe dient een uitgebreide inventarisatie van alle hotels, hostels, pensions en B&B's uitgevoerd te worden, evenals van alle gasten van die logementen. Aanvullend wordt het verbeteren van de communicatie met de hotellerie geadviseerd. Onderstaande tabel geeft een overzicht van de aanbevelingen.

Tabel A Aanbevelingen hotelbeleid

Aanbeveling	Uitvoering van aanbeveling
Inzetten van het economische beleid	Inzetten van het economische beleid ter verbetering van het zakelijke klimaat
	Inzet van het MECC om congresstoerisme te verbeteren
	Op de lange termijn ontwikkeling van de zakelijke markt meer additionele aandacht geven dan de toeristische
Opstellen van een sturend en terughoudend beleid met betrekking tot hoteluitbreidingen (geen nieuwe hotelkamers tot 2013, daarna gedoseerd)	Toepassing voor de gehele stad
	Verspreiden van marktinformatie onder initiatiefnemers
	Initiatiefnemers verzoeken een financiële haalbaarheidsstudie aan te leveren → economische toets , gebaseerd op een adequate kwaliteit van het product.
	Bestaande hoteliers verzoeken aan te tonen dat de gewenste uitbreiding exploitatietechnisch nodig is → economische toets , gebaseerd op een adequate kwaliteit van het product.
Verbeteren van communicatie met hotellerie	Een monitor van hotelvraag opstellen en marktruimte bepaling periodiek aanpassen
	Overleg met hoteliers over de stand van zaken
	Flexibel zijn waar dit kan leiden tot synergie Consequent zijn in regels en toelichten waarom uitzonderingen worden gemaakt

Een andere manier om met scheve verhoudingen in hotelaanbod en hotelvraag om te gaan is te kiezen voor vrije marktwerking. In bepaalde situaties kan vrije marktwerking ertoe leiden dat een toename in de concurrerende druk ervoor zorgt dat de bedrijfsvoering van gevestigde hotels aanscherpt, wat zich manifesteert in het aanbieden van betere producten tegen lagere prijzen. De gevestigde hotellerie in Maastricht heeft echter geen ruimte om aan te scherpen. Het vrijlaten van de Maastrichtse hotelmarkt aan de marktwerking zal daarom naar verwachting juist tot een vermindering in kwaliteit van het stedelijke hotelproduct leiden. Hiermee wordt een negatieve spiraal in werking gezet, waarbij minder gasten zullen willen overnachten in Maastricht. De mogelijkheid bestaat dat door de daling in kwaliteit van de hotelmarkt van Maastricht zowel toeristische als zakelijke gasten gebruik maken van het ruime aanbod aan hotels in de regio.

Het volledige rapport van adviesbureau Horwath HTL is te vinden op www.maastricht.nl

BIJLAGE 3

De (financiële) haalbaarheidsstudie

De inhoud van een financiële haalbaarheidsstudie betreft doorgaans twee onderdelen:

1. De marktwaarde berekend aan de hand van factoren zoals locatie, marktverhouding, concept etc.
2. De begrote investeringskosten van het project op basis van aankoopkosten, bouwkosten, inrichtingskosten etc.

Als de marktwaarde groter is dan de investeringskosten lijkt het project te worden ondersteund door de markt en financieel haalbaar te zijn. Bij het bepalen van de geprojecteerde marktwaarde van een toekomstig hotel wordt onder meer gekeken naar het te realiseren aandeel van de bestaande lokale hotelvraag en de groei hierin. Om te voorkomen dat meer van hetzelfde wordt toegevoegd aan de hotelmarkt moet ook worden gekeken naar de mogelijkheden om met het nieuwe hotelconcept een eigen doelgroep c.q. nieuwe gasten naar de stad te trekken.

Bij het toetsen van de studie wordt vooral gekeken of alle benodigde en juiste aspecten voldoende in de studie verwerkt zijn. De gemeente hanteert hiervoor een checklist. In de studie moet naast het beantwoorden van algemene vraagstukken uitgebreid informatie worden verstrekt over marktwaarde en investeringsvraagstukken. Denk aan wat onderzocht is, op welke wijze gerekend is, welke factoren toegepast zijn en wat de relatie is met het specifieke hotelconcept.

Bij de algemene vraagstukken moet bijvoorbeeld duidelijk zijn: locatie, aantal kamers, nieuwbouw of uitbreiding, initiatiefnemer, ontwikkelaar, investeerder maar ook de uitvoerder van de studie en diens ervaring(en) in de hotelbranche. Tevens moeten de investeringskosten vermeld worden en antwoord gegeven worden op de vraag wat de marktwaarde van het geplande bedrijf is of wat het verschil is in marktwaarde van het bestaande bedrijf na en voor de uitbreiding.

De marktwaarde vraagstukken zijn te verdelen in de elementen locatie en omgeving, marktverhouding, het hotelconcept en financiële projecties. Voor nadere vragen hierover kunt u contact opnemen met de bouwinspecteur.

De haalbaarheidsstudie zal niet verder worden gecontroleerd indien bijvoorbeeld blijkt dat:

- de marktwaarde niet groter is dan de begrote investeringskosten;
- per onderdeel niet voldoende aspecten verwerkt zijn;
- getwijfeld wordt aan de kwalificaties van de uitvoerder van de studie;
- de mogelijkheid tot het aantrekken van gasten die normaliter niet in Maastricht zouden overnachten, c.q. de werking van aanvullende vraaggeneratoren, niet voldoende onderbouwd is (incl. het resultaat in kamernachten);
- geen fair share analyse voor de komende vijf jaren in combinatie met een mogelijke aanvullende vraag is aangegeven;
- geen reële factoren worden toegepast bij de financiële projecties

Ter informatie zijn hieronder enkele tabellen opgenomen met voorbeelden van adviesbureaus en bronvermeldingen.

Tabel 1. Voorbeelden adviesbureaus met hotelspecialisme

Deloitte	Horwath HTL
HVS International	KPMG
LaGroup Arts & Leisure	Grontmij Marktplan
ZKA	

Tabel 2. Voorbeelden adviesbureaus met hotelervaring

C.B. Richard Ellis Hotels	DHV
Ernst & Young	Hospitality Consultants
Jones Lang LaSalle	Kloosterhuis
MKG Hospitality	PKF
Trust Hospitality	Van Spronsen & Partners

Tabel 3. Voorbeelden bronnen locatie- en omgevingsanalyse

Atlas voor gemeenten	Centraal Bureau voor de Statistiek
Centraal Plan Bureau	Centrum voor Werk en Inkomen
Gemeente Maastricht	Het Grote Gemeentenboek
ICCA	Kamer van Koophandel
Maastricht Aachen Airport	Maastricht Bereikbaar
Maastricht Congres Bureau	MECC
Nationaal Vestigingsplaatsonderzoek	Nationale Spoorwegen
Provincie Limburg	Rebus Bedrijventerreinmonitor
Sprekende Cijfers	Toerisme Index Maastricht
UIA	VVV

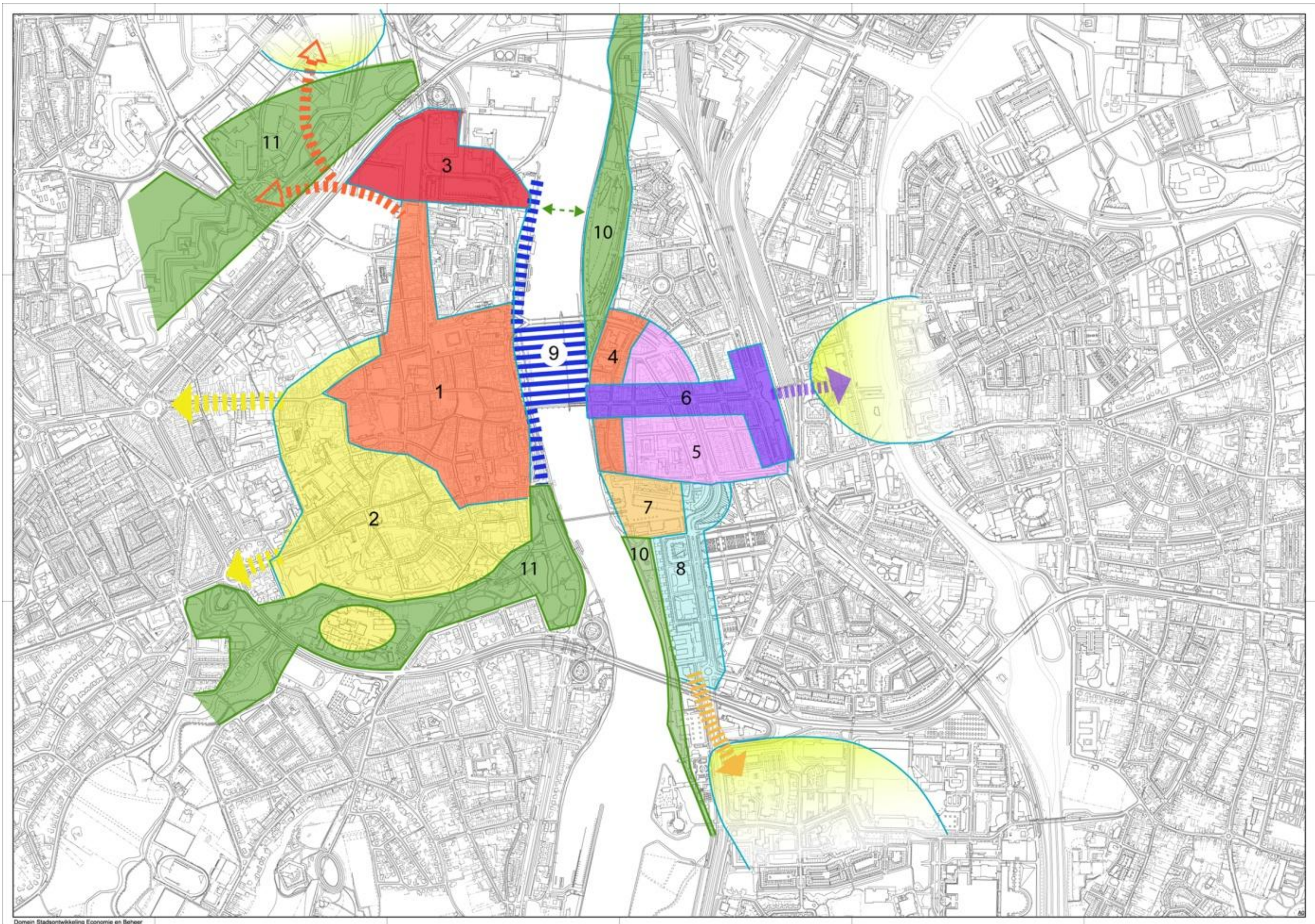
Tabel 4. Voorbeelden bronnen marktverhouding

Atlas voor Gemeenten	Bedrijfschap Horeca en Catering
Centraal Bureau voor de Statistiek	Continu Vakantie Onderzoek
Gemeente Maastricht	HOSTA – Horwath HTL
Hoteliers Maastricht	Maastricht Congresbureau
Stichting Bed and Breakfast Nederland	VVV

Tabel 5. Voorbeelden bronnen concept

Bedrijfschap Horeca en Catering	Koninklijke Horeca Nederland
Hotels per m ² – Horwath HTL	Nederlandse Hotel Classificatie

Bron tabellen: Horwath HTL



B-4 Karakterisering buurten vgl. Visie op de Binnenstad

Buurt	globaal gebied	sfeer	fysieke ruimte	functies	Streefbeeld en typologie horeca
1 Hartje binnenstad	hart binnenstad-west	levendigheid, gezelligheid, sfeervol, kleurrijk	grote en kleine schaal, historie (Middeleeuwen en Vroegmodern)	winkel- en uitgaansgebied, wonen op de verdiepingen	Droog en nat, eten met drinken, proeflokaal, veel "moet kunnen" retailondersteunend,
2 Binnenstad zuidwest	binnenstad zuidwest, o.a. delen van Jekerkwartier en Kommelkwartier	"Urban campus": rustig, dromerig, sfeervol, onderwijs met bijbehorende levendigheid	historie	instituten, wonen, studenten	Kleinschalig, zeer beperkt ruimte voor meer zaken, toets uniciteit concept, overleg bewoners en ondernemers
3. Bassin/Sphinx	Bassin, Sphinx, Timmerfabriek, Boschstraat-Noord	dynamisch, ruw, robuust, onaf, kansrijk voor innovatie en ontwikkeling	grote schaal, historie 19e eeuw, industrie, water	cultuur, leisure, horeca, creatieve en innovatieve ambachtelijkheid, plaatselijk wonen op verdiepingen	Accent op eten en drinken, aparte concepten in/op aparte locaties, grootschaliger, muziekcentrum met nachtvergunning, poppodium
4. Wyck-Rechtstraat-kwartier	Rechtstraat, Stenenwal, Cörversplein, Oeverwal	aanloopmilieu	kleine schaal, historie (Middeleeuwen en 19e /20e eeuw)	winkels, horeca, wonen op verdiepingen	Droog en nat, eten met drinken, proeflokaal, veel "moet kunnen" retailondersteunend
5. Wyck-Singelkwartier	Wyck ten oosten en westen van de Wilhelminasingel	rustig	straten en bomenlanen	wonen met bedrijven en kantoren	Kleinschalig, zeer beperkt ruimte voor meer zaken, toets uniciteit concept, overleg bewoners en ondernemers
6. Percée	Wycker Brugstraat, Stationstraat en Stationsplein	statisch, levendigheid, gezelligheid, sfeervol, kleurrijk	kleine en grote schaal, 19e eeuw	winkels, horeca, wonen op verdiepingen	Droog en nat, eten met drinken, proeflokaal, veel "moet kunnen" retailondersteunend
7. Plein 1992	omgeving Plein 1992	modern, levendig	grote schaal, architectuur	ontmoetingsplek, horeca, buurtwinkels, wonen	Droog en nat, eten met drinken, lunch proeflokaal, veel "moet kunnen", zakelijk
8. Avenue Céramique	Avenue Céramique	stedelijk, modern-monumentaal, voortzetting Wilhelminasingel	grote schaal, architectuur	mix van kantoren, cultuur en wonen	Kleinschalig, zeer beperkt ruimte voor meer zaken, toets uniciteit concept, overleg bewoners en ondernemers
9. Maas	Maas en westoever	verblijfsgebied met stedelijk waterplein	rivier, oevers, kades, groen	recreatie en verblijf, horeca	Stedelijk schaal, binnen en buiten, eten, terrassen

B-5 Procedure aanvraag nieuwe horecavestiging

Als het nieuwe horecabeleid is vastgesteld zal het worden toegepast bij wijzigingen in het concept en bij nieuwe horecaconcepten.

Vooraf:

- Er wordt getoetst aan het nieuwe horecabeleid en het vigerende bestemmingsplan;
- De toetsing vindt plaats door de ambtelijke toetsgroep horeca (samenstelling op basis van nader te bepalen competenties. Deze toetsgroep toetst uitsluitend het aspect horeca (met name de toets of het horecaconcept of wijziging past in de omgeving);
- Er wordt een profiel gemaakt van een wijk of straat door de gemeente in nauw overleg met de buurtkaders en de aanwezige horeca. In het profiel wordt per categorie horeca aangegeven of er mogelijkheden zijn voor uitbreiding in de betreffende categorie. Er wordt ook een inzicht gegeven in de aanwezige horeca (zie fictief voorbeeld van de Sint Pieterstraat). De profielschets zal uiteindelijk door het college van burgemeester en wethouders worden vastgesteld. De profielschets wordt met regelmaat herzien zeker als er veel bewegingen zijn geweest in het horecalandschap.

Sint Pieterstraat

Type horeca	Cat	Toelichting	Aanwezig	Mogelijk	Toelichting
Discotheek	4	≥ 200 bezoeker			
Dancing	4	≤ 199 bezoekers			
Poppodium	4	grootschalig			
Theater	4	Publiekstrekend			
Congres	4	Publiekstrekend			
Café	3	+ Live + terras	2		
Café	3	+ Live			
Café	3	+ Terras	1		
Café	3				
Restaurant	3	+ Terras	3		
Restaurant	3		1	X	
Fastfood	3	Met DHW			
Restaurant	2	Zonder DHW		X	
Lunchroom	2		1	X	
Fastfood	2	Frituur, grilroom	1		
Broodjes	2			X	
Koffiebar	2			X	
Winkel	1	Winkelondersteunend		X	
Frituur	0	Detailhandel			
Broodjes	0	Detailhandel		X	
Overig	0	Detailhandel		X	

Welke aanvragen kunnen tot de gemeente worden gericht?

1. Aanvraag voor wijziging bestaande horecazaak
2. Aanvraag voor nieuw initiatief in een bestaande horecazaak
3. Aanvraag voor nieuw initiatief in een niet horecapand

Ad 1.

Een aanvraag voor het wijzigen van een bestaande horecazaak zal in de praktijk weinig problemen opleveren. Zeker als de aanvraag is gericht op een soortgelijke bedrijfsvoering of een bedrijfsvoering die tot minder overlast leidt voor de omgeving (bijv. het omzetten van een café naar een restaurant). Leidt het verzoek echter tot een verzwaring van de belasting voor de omgeving dan zal de profielschets uitwijzen of deze uitbreiding gewenst is. Hetzelfde geldt wanneer een café wil overgaan tot een andere bedrijfsvoering (bijv. een terras wil toevoegen). Als uit de profielschets blijkt dat de categorie niet gewenst is in de omgeving zal de toetsing zwaarder zijn en het verzoek wellicht worden afgewezen. De omgeving zal daarbij worden betrokken.

Ad 2.

Een aanvraag voor een nieuw initiatief in een bestaande horecazaak zal meestal ook niet tot problemen leiden, behalve als daarmee de belasting voor de omgeving wordt vergroot. De profielschets geeft aan wat er gewenst is in de straat of wijk. Zo zal in een straat waar geen cafés gewenst zijn het omzetten van een restaurantfunctie naar een caféfunctie niet gemakkelijk te realiseren zijn. Als er echter sprake is van een bijzonder concept kan van deze regel worden afgeweken. Een uitzondering hierop zijn horecavestigingen in de zogenaamde horecaconcentratiegebieden. In deze gebieden is elke vorm van horeca toegestaan ook op de verdiepingen en kelders (binnen de overige van toepassing zijnde regelgeving).

In de overige delen van Maastricht zijn alleen nevenfuncties zoals garderobe, vergaderlocatie, keuken, toiletten en opslag toegestaan.

Ad 3.

Een aanvraag voor een nieuw initiatief in een niet horecapand ligt moeilijker. In principe zal de aanvrager een leegstaand bestaand horecapand moeten zoeken. Uitgangspunt is dat het horeca-aanbod van Maastricht totaal niet wordt uitgebreid maar wordt verbeterd binnen de aanwezige sector. Alleen een nieuw verzoek met een bijzonder gewild concept maakt een kans in een niet-horecapand. De profielschets is hierbij wederom het uitgangspunt. Past het initiatief in het profiel, is het concept vernieuwend en een aanwinst voor de stad én past het initiatief op deze plaats dan kan in principe worden meegewerkt aan het initiatief. Is het initiatief niet vernieuwend dan zal worden verwezen naar een andere plek in de stad in een bestaand horecapand. Past het initiatief niet in het profiel dan kan worden gekeken naar panden in wijken of straten waar dit wel past in het profiel. Past het initiatief niet in het pand dan wordt eveneens gezocht naar andere mogelijkheden.

Indien een initiatief gewenst is (we willen het initiatief een kans geven in de stad) en dit niet in het profiel past, dan wordt met de buurt overlegd of en onder welke voorwaarden dit initiatief een kans maakt. De buurt kan dan meegeven of het initiatief uit het oogpunt van de buurt gewenst is óf dat medewerking kan worden verleend onder bepaalde voorwaarden (geen terras, vervroegde sluitingstijd). Het is dan vervolgens aan het college om af te wijken van de regels (via MT).

De toetsing zal het moeilijkste worden op het aspect vernieuwend, gewild in het geval het een niet bestaand horecapand betreft. Waar wordt dan aan getoetst:

- Unicitéit : Hebben we dit al in de stad of zijn er al te veel?
- Gewild : Is er behoefte aan in de stad (bijv. voor studenten)?
- Kwaliteit : Stijgt de kwaliteit van het aanbod (bijv. verzoek van een sterrenkok)?
- Bijzonder: Trekt het initiatief nieuwe bezoekers aan?

De werkwijze wordt na 1 jaar geëvalueerd en waar nodig aangepast.

B-6 Begrippenlijst Horecabeleid 2016-2019

Uit onze bestemmingsplannen (aangepast)

horeca categorie 1

een detailhandel die qua exploitatievorm aansluit bij winkelvoorzieningen en waar voor maximaal 25% van het vloeroppervlak overwegend niet ter plaatse bereide kleinere etenswaren en niet alcoholische drank wordt verstrekt, zonder terrasvoorziening;

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 (zonder alcohol).

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, restaurant met alcohol, 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, nachtcafé 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, hostel, pension en overige logiesverstrekkers.

droge horeca

Een inrichting die geheel of overwegend gericht is op het verstrekken van maaltijden en dranken zonder alcohol. Er wordt geen onderscheid gemaakt tussen het al dan niet ter plaatse nuttigen. Voor deze vorm van horeca is een exploitatievergunning op basis van de Algemene plaatselijke Verordening vereist (zie categorie horeca 2).

natte horeca

Een inrichting die geheel of overwegend gericht is op het verstrekken van maaltijden en dranken met alcohol. Voor deze vorm van horeca is een Drank- en Horecawetvergunning op basis van de Drank- en Horecawet vereist (zie categorie horeca 3 en 4).

winkelondersteunende horeca

Een detailhandel die overwegend gericht is op de verkoop van non-food producten die ter plaatse genuttigd kunnen worden. Bij deze vorm van mag 25% van het totale winkelvloeroppervlak voor horeca worden gebruikt. Echter zonder terras, zonder alcohol en zonder reclame voor het horecadeel. Er is geen exploitatievergunning vereist (zie categorie horeca1).

B-7 Handboek uitvoering horecabeleid

In dit bijlagenboek worden alle regels betreffende de uitvoering van het horecabeleid op hoofdlijnen samengevat. De bedoeling ervan is dat de horecaondernemer snel een antwoord op een uitvoeringsvraagstuk kan vinden. Daarnaast worden links opgenomen naar relevante internetsites. Zo gezien wordt de bijlage beschouwd als een handboek voor de horecaondernemers

Dit bijlageboek is nog in bewerking, want is afhankelijk van de acceptatie van de beleidsvoorstellen die in deze horecanota zijn opgenomen.