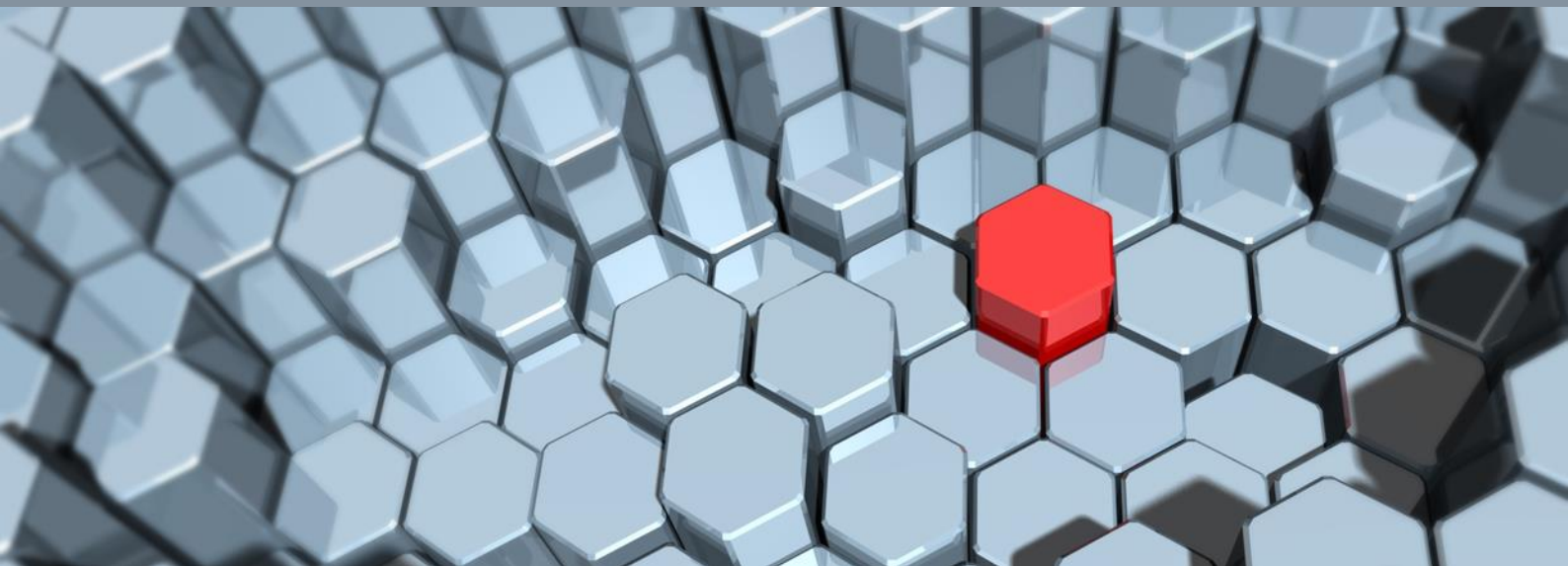


Jachthaven Drimmelen; Toetsing
programma aan de Ladder voor
duurzame verstedelijking



Jachthaven Drimmelen; Toetsing programma aan de Ladder voor duurzame verstedelijking

Rapportnummer:	P00693
Datum:	20 september 2018
Contactpersoon opdrachtgever:	De heer Arjan van Dooren
Projectteam BRO:	Jan Carel Jansen Venneboer, Wanda Blommensteijn
Trefwoorden:	ladder voor duurzame verstedelijking, verblijfsrecreatie, horeca, watersport, recreatie
Beknopte inhoud:	Een toets aan de ladder voor duurzame verstedelijking van de beoogde functieverbreiding in het Schakelgebied van de Drimmelse jachthaven.

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

Inhoudsopgave

pagina

1. INLEIDING	2
1.1 Beoogde ontwikkeling	2
1.2 Ladder voor duurzame verstedelijking	4
1.3 Opzet rapport	5
2. AANBOD, BELEID EN PLANNEN LOGIES EN HORECA	6
2.1 Relevante regio	6
2.2 Trends in logiesaccommodaties landelijk	6
2.3 Aanbod logiesaccommodaties in de regio	7
2.4 Trends in de horeca landelijk	8
2.5 Aanbod horeca in de regio	10
2.6 Overheidsbeleid vrijetijdsvoorzieningen	11
3. BEHOEFTE	13
3.1 Trends aan de vraagzijde algemeen	13
3.2 Toerisme in Nederland en Noord-Brabant	14
3.3 Behoeftte vakantiewoningen	15
3.4 Behoeftte horeca	18
4. TOETS LADDER VOOR DUURZAME VERSTEDELIJ KING	21
4.1 Inleiding	21
4.2 Toetsing ontwikkeling aan de Ladder	22
4.3 Conclusie	24
BIJLAGE	
Bijlage 1: Branchering horeca	1

1. INLEIDING

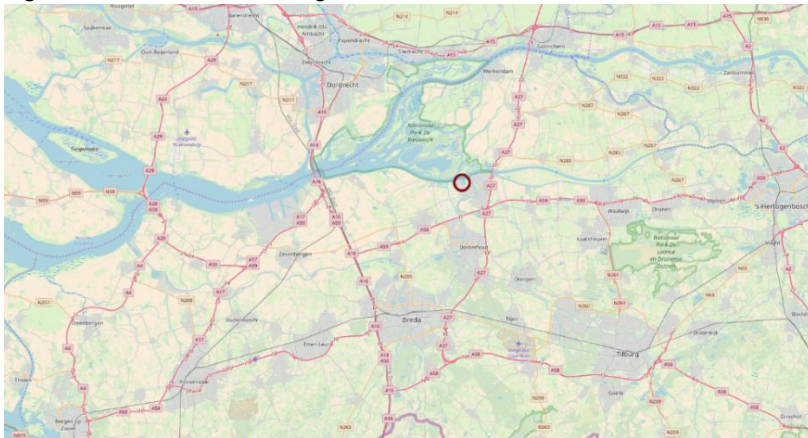
1.1 Beoogde ontwikkeling

Achtergrond

Het jachthavengebied van Drimmelen heeft van oudsher een grote aantrekkingskracht op een breed publiek, zowel watersporters als andere (recreatieve) doelgroepen. Met name het middengebied heeft momenteel een nogal rommelige ruimtelijk-functionele structuur en uitstraling. Er ontbreekt een heldere, 'logische' zonering naar functietypen, doelgroepen en bezoekgedrag. Ook de infrastructuur en parkeergelegenheid heeft een onsamenhangend karakter en belemmert de verblijfskwaliteit en veiligheid ter plekke aanzienlijk. Bovendien is de inrichtingskwaliteit zeer matig.

Deze tekortkomingen belemmeren de (verdere) recreatieve ontwikkeling van het gebied. Eigenaar van het Schakelgebied is het Engelse Yacht Havens Group, die een verplichting heeft tot investeren in het havengebied met het accent op kwaliteitsversterking. Er bestaan momenteel diverse ruimtelijke- en inrichtingsverzoeken die het gebied kunnen versterken, maar het huidige beleidsmatige instrumentarium voldoet niet. Zo omvat het gebied meerdere bestemmingsplannen. Ondanks de onmiskenbare dynamiek in de (leisure)markt krijgt de doorontwikkeling van de jachthaven daardoor in praktijk onvoldoende kracht en samenhang.

Figuur 1.1: Planlocatie in de regio



BRO heeft recent een bondige ontwikkelingsvisie gemaakt voor het gebied, als basis voor een dynamisch en flexibel bestemmingsplan. Het accent lag daarbij op het Schakelgebied, maar wel binnen de context van het gehele havengebied. Mede aan de hand van de beschreven kernkwaliteiten, ontwikkelingen en trends formuleert de visie o.a. de volgende hoofddlijnen voor de toekomstige ontwikkeling:

- Langere verblijfsduur bezoekers (minimaal een dagdeel)
- Nieuwe doelgroepen
- Meer beeldbepalende trekker(s) in leisure en horeca
- Meer overnachtingsmogelijkheden

- Kwaliteitsverbetering en betere uitstraling bestaande bedrijven
- Hogere inrichtingskwaliteit Schakelgebied, minder hinder van autoverkeer
- Meer kwaliteit en uitstraling bebouwing
- Overzichtelijke parkeerstructuur nabij entree, zonder zoekverkeer in recreatieve zone
- Attractieve looproute(s) Schakelgebied/Landtong – Oude Haven - Dorp
- Inkadering Drimmelen in (boven)regionale toeristische routestructuren

Als belangrijkste doelgroepen worden benoemd:

- 'Pure' watersporters, met eigen boot
- Huurders kleine boten (geen vaarbewijs)
- Huurders grote boten (met vaarbewijs)
- Passagiers rondvaarten
- Bezoekers met brede recreatiebehoefte (jong en oud)
- Horecabezoekers
- Lokale inwoners

Ontwikkelingskansen concreet

De verdere ontwikkelingskansen voor het jachthavengebied van Drimmelen liggen volgens de ontwikkelingsvisie vooral in de sfeer van:

- Horeca (restaurants, fastservice, etc.)
- Kleine supermarkt / gemakswinkel
- Ruimte(n) voor evenementen
- Vakantieappartementen

In het Schakelgebied bestaan diverse initiatieven voor nieuwbouw en de ambitie is gericht op transformatie tot een aantrekkelijk 'Havenhart'. Door de centrale ligging van het schakelgebied, nabij de hoofdentree van de jachthaven, kan deze ontwikkeling bovendien een katalysator zijn van een verdere gebiedsversterking in de omgeving. Het accent moet daarbij, zo stelt de visie, liggen op sterke, onderscheidende en marktgerichte productconcepten.

Noodzaak onderbouwing ladder

Voor het onderhavige plan is ten dele een wijziging van het bestemmingsplan noodzakelijk, hoewel het vigerende bestemmingsplan reeds enige ruimte biedt aan de gewenste functies. De extra ruimtebehoefte t.o.v. het huidige bestemmingsplan moet dan ook worden getoetst aan de Ladder voor duurzame verstedelijking.

Dit rapport doet verslag van deze toetsing en afweging, met een onderscheid tussen de volgende functies:

- **Verblijfsrecreatie:**

Feitelijk aanwezig: geen verblijfseenheden aanwezig.

Vigerend bestemmingsplan: in totaal is ongeveer 13.500 m²¹ aan verblijfseenheden toegestaan.

¹ Aangezien het vigerende bestemmingsplan een ouder plan is (1999), is het niet mogelijk om de oppervlakte van het bouwvlak exact op te meten. Het genoemde metrage is dan ook een (reële) schatting, waarbij het bebouwingspercentage en de mogelijkheden op de verdiepingen reeds verrekend zijn.

Visie: Op basis van de huidige visie wordt uitgegaan van circa 20 tot 30 verblijfseenheden. Uitgaande van een oppervlakte van circa 40 m² per verblijfseenheid, is dit in totaal maximaal 1.200 m² aan verblijfseenheden.

Totaal: Dit betekent dat er circa 12.300 m² aan verblijfseenheden *minder* mogelijk gemaakt wordt dan op basis van het vigerende bestemmingsplan toegestaan is.

- **Horeca:**

Feitelijk aanwezig: 3 horecagelegenheden aanwezig.

Vigerend bestemmingsplan: er zijn alleen algemeen lichte, winkelondersteunende horecagelegenheden toegestaan.²

Visie: Op basis van de huidige visie wordt uitgegaan van (indicatief) maximaal circa negen horecagelegenheden.

Totaal: De horecamogelijkheden die in de visie opgenomen zijn, zijn qua oppervlakte beperkter van aard dan het vigerende bestemmingsplan mogelijk maakt, aangezien daarin de mogelijkheden qua omvang onbegrensd zijn. Functioneel kan het zijn dat er wat zwaardere horeca komt dan nu in het bestemmingsplan toegestaan is, bijvoorbeeld restaurants. Dit is mede afhankelijk van de vraag waar deze exact komen, aangezien restaurants in het ene bestemmingsplan wel, en in het andere niet toegestaan zijn.

- **Detailhandel**, op basis van de vigerende bestemmingsplannen is watersportgebonden detailhandel toegestaan, zonder een beperking in omvang. De visie gaat uit van een kleine supermarkt / gemakswinkel. Hoewel het functioneel een ander accent heeft, zal de detailhandel qua oppervlakte gelijk blijven of kleiner zijn dan het bestemmingsplan toelaat.
- **Kantoren**, het vigerende bestemmingsplan maakt watersportgebonden dienstverlening en kantoordeelinden voor het beheer van de haven mogelijk. Ditzelfde gebruik wordt in de visie gecontinueerd.

1.2 Ladder voor duurzame verstedelijking

Nieuwe stedelijke ontwikkelingen moeten worden getoetst aan de Ladder (art. 3.1.6. lid 2 Bro). Hierna wordt ervan uitgegaan dat de beoogde leisureontwikkeling als een nieuwe 'stedelijke' ontwikkeling moet worden beschouwd. In de toets worden de volgende drie stappen doorlopen:

1. Is er een actuele regionale behoefte?
2. Is (een deel van) de regionale behoefte op te vangen binnen het bestaand stedelijk gebied?
3. Indien stap 2 onvoldoende mogelijkheden biedt, zoek een locatie die passend, multimodaal ontsloten is of kan worden voor de resterende regionale behoefte. (Deze fase hoeft niet te worden doorlopen, omdat hier sprake is van bestaand stedelijk gebied.

² Hieronder wordt verstaan bedrijven die in beginsel alleen overdag en 's avonds hoeven te zijn geopend en slechts beperkte hinder voor de omgeving veroorzaken, zoals cafetaria, restaurant, hotel, pizza-services. Voor dat deel van de gronden die binnen het bestemmingsplan Kern Drimmelen liggen, zijn hotels, restaurants en pizza-services niet toegestaan.

De Ladder voor duurzame verstedelijking heeft zowel kwalitatieve als kwantitatieve componenten. Ook de 'behoefte' als bedoeld in de Ladder is zowel kwalitatief als kwantitatief van aard en een afgeleide van de verhouding tussen de actuele en toekomstige vraag, de trends en het huidige regionale aanbod (incl. plancapaciteit). Omdat er meestal geen 'absolute', eenduidig te berekenen regionale behoefte bestaat, wordt deze hier indicatief bepaald. Voor de beoordeling van de kwalitatieve aspecten (aanbod, vraag, behoefte, etc.) zijn waardeoordelen soms onontkoombaar. De beoordeling in dit rapport is afkomstig van BRO.

1.3 Opzet rapport

In hoofdstuk 2 worden de beoogde ontwikkeling gezien in het licht van de huidige aanbodstructuur in de regio, de relevante trends aan de aanbodzijde en het overheidsbeleid. In hoofdstuk 3 spitst de analyse zich toe op de behoefte, mede aan de hand van het landelijke en regionale marktperspectief. Tot slot worden in hoofdstuk 4 de belangrijkste conclusies geformuleerd in het kader van de Ladderonderbouwing. Dit aan de hand van de beschreven analyses in dit rapport.

2. AANBOD, BELEID EN PLANNEN LOGIES EN HORECA

2.1 Relevante regio

De beoogde verblijfsaccommodaties richten zich primair op recreanten die de watersportfaciliteiten in de jachthaven willen benutten dan wel speciaal komen voor de bijzondere sfeer en recreatiemogelijkheden ter plekke. Dit onderzoek beschrijft de eventuele regionale effecten.

Als regio wordt in dit kader gehanteerd de gemeenten Drimmelen, Geertruidenberg en Oosterhout. Vanuit deze regio is het maximaal 15 minuten reistijd per auto (daluren) naar de jachthaven. Deze reistijd is ook voor de meeste vormen van horecabezoek realistisch.

2.2 Trends in logiesaccommodaties landelijk

Aanbod logiesaccommodaties

Nederland telde juni 2018 9.138 logiesaccommodaties³, waarvan 17% huisjesterreinen. Sinds 2012 nam het aantal huisjesterreinen toe met 24%, maar de capaciteit aan slaapplekken met slechts 16%. Er is dus sprake van een schaalverkleining. De 1.536 Nederlandse huisjesterreinen beschikken over ruim 309.000 slaapplekken.

Aanboddifferentiatie en nieuwe spelers

De toenemende concurrentie in de logiessector dwingt tot innovatie en een meer doelgroepgerichte benadering qua product, locatie en communicatie. Er treedt in de sector zowel schaalvergroting als schaalverkleining op. Bestaande vakantieparken groeien om een modern en zo compleet mogelijk product aan te kunnen bieden, inclusief dagrecreatie. Tegelijkertijd worden kleinschalige initiatieven geopend, soms gericht op nichemarkten. Om de consument die unieke beleving te bieden, richten steeds meer vakantieparken en logiesverstrekkers zich op een bepaald thema, ontwerpstyl, een specifieke doelgroep of kwaliteitsniveau. Tegelijkertijd komen er nieuwe spelers op de markt als Airbnb, short stay, B&B's en andere typen gastenkamers.

Integratie dagrecreatie met verblijfsrecreatie

Steeds vaker wordt dagrecreatie aan verblijfsrecreatie gekoppeld om jaar-rond een 'compleet' toeristisch product aan te bieden. Attractieparken breiden hun verblijfsaccommodaties uit of openen nieuwe. Tegelijkertijd investeren vakantieparken steeds meer in dagrecreatie of arrangementen met andere bedrijven (horeca, recreatie, cultuur) in de omgeving.

³ Hotels/pensions/jeugdaccommodaties met minimaal vijf slaapplekken; kampeerterreinen met min. vier standplaatsen (excl. verblijf in vaste standplaatsen zoals stacaravans); huisjesterreinen en groepsaccommodaties met min. tien slaapplekken. Bron CBS Statline

Online zichtbaarheid

Een sterke profilering en aantrekkelijke uitstraling zijn voor logiesaccommodaties tegenwoordig essentieel, ook omdat de kritische consument zich steeds meer via internet oriënteert. Grotere vakantieketens en touroperators brengen de resulterende 'big data' samen en transformeren het naar 'smart data' voor de consument, bijvoorbeeld gericht op ligging, verblijfsduur, prijs en accommodatietype. Het opzetten en beheren van dergelijke systemen vergt hoge investeringen, wat leidt tot toenemende ketenvorming.

Veroudering, maar ook vernieuwing

In Nederland hebben nog steeds veel vakantieparken en campings een gedateerd karakter, naar de maatstaven van de moderne consument. Dit kan betrekking hebben op hun product (uitstraling, omvang, kwaliteit en onderhoudsniveau eenheden, centrale voorzieningen en buitenruimte), maar ook de presentatie online. Zij verliezen de concurrentiestrijd met moderne, innovatieve accommodaties. Deze accommodaties transformeren hetzij naar moderne recreatieparken, hetzij tijdelijke huisvesting voor arbeidsmigranten of andere doelgroepen. Dit laatste leidt soms tot verpaupering of ongewenste activiteiten.

Alleen verblijfsaccommodaties met een uniek aanbod (ligging, voorzieningen, concept, etc.) en hoge kwaliteit (service, innovatie en personeel) zijn kansrijk in deze verdringingsmarkt. Voor een optimale beleving wil de consument zeker extra betalen. Zodoende komen er steeds meer unieke, innovatieve verblijfsmogelijkheden op de markt. Voorbeelden zijn slaapstrandhuisjes, vlotwoningen, boomhutten, duinbungalows, etc.

Verblijfsrecreatie: een paradox....

Puur cijfermatig is er landelijk sprake van een 'verzadigde markt' in de verblijfsrecreatie, waaronder huisjesterreinen. De totale capaciteit overstijgt in kwantitatief opzicht de vraag. Kwalitatief is veel aanbod evenwel sterk gedateerd (zie boven) en sluit het onvoldoende aan op de veranderende consumentenbehoefte. De levenscyclus van recreatiewoningen is in het algemeen veel korter dan van een reguliere woning; ze zijn zonder ingrijpende modernisering maximaal 10 tot 15 jaar courant voor de verhuur. Bedrijven met een verouderd aanbod zijn financieel vaak niet in staat om de benodigde investeringen op te brengen en ondervinden een afnemende bezetting. Tegelijkertijd komen innovatieve concepten die wél inspelen op de actuele behoefte in praktijk vaak moeizaam tot ontwikkeling, veelal vanwege planologische of financiële beperkingen. Recron noemt dit de 'Verblijfsrecreatie-paradox'. Dit dilemma speelt ook in Noord-Brabant.

2.3 Aanbod logiesaccommodaties in de regio

Omvang regionaal aanbod

De relevante regio omvat als vermeld de gemeenten Drimmelen, Geertruidenberg en Oosterhout. De enige cijfermatige bron over het aanbod van verblijfsaccommodaties biedt het CBS. In totaal beschikt

deze regio over 777 verblijfsobjecten voor recreatief gebruik of tijdelijk onderdak⁴. Hiervan is 94% gevestigd in de gemeente Oosterhout en slechts 3% in de gemeente Drimmelen. Het aantal slaappleatsen is onbekend.

Veruit de grootste aanbieder van vakantiewoningen is De Katjeskelder te Oosterhout. Het is een uitgestrekt vakantiepark in een bosrijke omgeving met enige honderden vakantiewoningen/chalets en een breed voorzieningenpakket en vooral gericht op jonge gezinnen. Juist westelijk van de jachthaven Drimmelen ligt camping De Beverburcht, met totaal 65 staanplaatsen, waarvan er slechts 15 toeristische plekken. Familiecamping De Kurenepolder te Hank (gelegen aan de rand van de Biesbosch) ligt buiten de regio als hier afgebakend.

De regio biedt in totaal 14 hotels met 287 kamers. Hier ligt met 42% van het aantal kamers wel een accent op Drimmelen. Met gemiddeld 21 kamers zijn de hotels in de regio opvallend klein (landelijk 37 kamers). De hotelkamers in de regio zijn vooral geclassificeerd met 3-sterren (middensegment) en 4-sterren (hogere segment). Juist noordelijk van het Schakelgebied heeft Bed & Breakfast in 't Riet 7 appartementen/kamers. Deze zijn modern ingericht, maar de externe uitstraling is matig.

Aanbod West-Brabant

De gehele regio West-Brabant telde juni 2018 173 logiesaccommodaties⁵, waarvan 9% huisjesterreinen. De 15 huisjesterreinen beschikken over bijna 5.200 slaappleatsen en zijn hiermee gemiddeld opvallend groot (gemiddeld 346 slaappleatsen t.o.v. 200 landelijk). Sinds 2012 is het aantal huisjesterreinen in West-Brabant gelijk gebleven, maar de capaciteit aan slaappleatsen daalde met 10%. Er is dus hier evenals landelijk sprake van een schaalverkleining.

2.4 Trends in de horeca landelijk

Er hebben zich de afgelopen jaren veel ontwikkelingen voorgedaan in de (restaurantieve) horeca, zowel aan de vraag- als de aanbodzijde. We beperken ons in dit overzicht tot de hoofdlijnen, aangezien er in en rond de zeer veelzijdige horecasector vele trends spelen, zowel op macro- als microniveau.

Er zijn in Nederland ca. **41.375 horecazaken**, waaronder bijna 17.000 drankverstrekkers, 12.700 fast-service-zaken (snackbars, etc.) en 11.775 restaurants. In 2016 realiseerde de restaurantieve horeca (dus excl. hotels) een totale omzet van **ca. 134,7 miljard euro**. Hoewel de bestedingen in de sector de afgelopen jaren fors zijn gestegen en de **toekomstverwachting** eveneens **positief** is, bestaat er landelijk een overaanbod van 'traditionele' horeca. Er is 'teveel van hetzelfde'. Anno 2018 bestaan er vooral ontwikkelingskansen voor zaken die zich qua thema, product, service en marketing sterk en onderscheidend profileren.

⁴ Een verblijfsobject kan bijvoorbeeld ook een hotel betreffen en het aantal slaappleatsen kan per object sterk variëren. Campings vallen buiten deze statistiek.

⁵ Hotels/pensions/jeugdaccommodaties met minimaal vijf slaappleatsen; kampeertreinen met min. vier standplaatsen (excl. verblijf in vaste standplaatsen zoals stacaravans); huisjesterreinen en groepsaccommodaties met min. tien slaappleatsen. Bron CBS Statline



In toenemende mate wordt het **economisch en sociaal-maatschappelijk belang** van een sterke horecasector erkend, ook door overheden. Horeca richt zich steeds meer op **vermaak en beleving** en moderne zaken zijn actief bezig met productontwikkeling, marketing en organisatie van activiteiten en arrangementen. Sterke horeca zet een gebied op de kaart, ook voor bovenlokale bezoekers. Dit heeft ook effecten op de ruimtelijke eisen en structuur van de sector.

De **vrijtijdseconomie** toont nog steeds een sterke expansie. Vrijwel elke Nederlander bezoekt tegenwoordig weleens een horecazaak, in welk verband en met welk motief dan ook. Bovenal verwacht men een aantrekkelijke, al dan niet bijzondere **'beleving'** en men is in het algemeen bereid daarvoor een faire prijs te betalen. Daarnaast laten steeds meer mensen zich echter leiden door kortingsacties. De groeiende groep (**koopkrachtige**) **ouderen** wil optimaal genieten van haar ruime vrije tijd. Ook het groeiende aantal kleine huishoudens leidt tot extra consumptie buitenshuis. Het aantal dagelijkse 'eetmomenten' neemt nog steeds toe. Tenslotte leveren de sterk toenemende overnachtingen van **buitenlandse toeristen** veel extra vraagpotentieel voor de horeca.

De belangrijkste trends in de horecasector:

- **Multifunctionaliteit:** horecabedrijven bieden een steeds bredere menukeuze, met per dagdeel soms verschillende doelgroepen. Ook worden vaker recreatieve en culturele activiteiten georganiseerd.
- **Vervlechting horeca, detailhandel en cultuur:** Traditioneel baseren bestemmingsplannen zich primair op hoofdfuncties als horeca (al dan niet met verkoop alcoholhoudende dranken), cultuur of detailhandel. Mede door de veranderende consumentenwensen, multifunctionaliteit en 'blurring' ontstaan steeds meer combinatievormen. Bijvoorbeeld een dagelijkse of niet-dagelijkse winkel (mode, woninginrichting, boeken, etc.) of bibliotheek met gelegenheid voor koffiedrinken of lunchen. Vanuit de landelijke regelgeving is hier overigens in principe alleen consumptie van niet-alcoholhoudende dranken toegestaan.
- **Schaalvergroting:** de ruimtebehoefte van horecazaken neemt toe, vanwege de gewenste multifunctionaliteit, consumentenbehoefte en/of omzeteisen. De opkomst van de zogenaamde Wereldrestaurants (grootschalige buffetrestaurants met een mondiale keuken) en andere 'fast casual' formules (La Place, Happy Italy, Vapiano) vormen de meest recente exponenten hiervan.
- **Opkomst traffic-locaties:** doelgericht bezochte horecaketens gericht op fastservice en 'casual dining' (met doorgaans een relatief grote ruimtebehoefte) oriënteren zich steeds meer op lokaal en regionaal goed bereikbare voorzieningenconcentraties met ruime parkeergelegenheid. Vaak betreft het locaties langs snelwegen of andere regionale hoofdroutes.
- **Vestiging horeca in industrieel of militair erfgoed:** De robuuste, ongepolijste en 'stoere' uitstraling van dit soort vastgoed, beschikbare ruimte en parkeerruimte bieden bijzondere kansen voor

bijzondere horecaconcepten en aanverwante activiteiten. Ook wel gekenschetst als 'Nouveau Ruig'.

- **Opkomst drankspecialiteiten:** Cafés waren in Nederland van oudsher sterk gericht op het schenken van bier, met een beperkte keuze aan andere dranken. Hoewel speciaalbieren ('Craft Beers') weer in opkomst zijn, is ook de groeiende populariteit van wijn en gedestilleerd (cocktails, whiskey, gin) opvallend. Soms betreft het zelfstandige horecazaken. Het aantal koffiezaken groeit sterk, met landelijke spelers als Starbucks en Coffeecompany. Voor jongeren en ZZP-ers hebben deze zaken vaak een belangrijke ontmoetingsfunctie. Voor de vermelde horecatypen is vooral de binnenstad een kansrijk vestigingsmilieu.
- **Opkomst horeca met maatschappelijke betrokkenheid** en inzet van personeel met een achterstand tot de arbeidsmarkt. Voorbeelden zijn Brownies&downies, The Colour Kitchen en Bakkerij/lunchcafé Driekant te Zutphen. Restaurant Instock kookt alleen met voedseloverschotten of producten met een afwijkende maat of uiterlijk. Mede vanwege de maatschappelijke functie zijn deze zaken soms zeer populair.
- **Toenemende betekenis buitenfestivals met een accent op het thema food.** Vaak zijn er foodtrucks aanwezig en wordt vooral vers, biologisch en 'streekeigen' voedsel aangeboden, binnen een breed programma met entertainment, muziek en cultuur.
- Opvallend is de recente opkomst van (soms grootschalige) **buffetrestaurants, tapasformules, rooftop-restaurants, koffieformules en Craft bier/zelftap concepten.**

2.5 Aanbod horeca in de regio

De regio heeft in totaal heeft 219 restauratieve horecabedrijven, waarvan 101 drankverstrekkers, 65 fastfoodzaken en 53 restaurants. Oosterhout heeft veruit het ruimste aanbod, gevolgd door Drimmelen. De sfeervolle centra van Oosterhout en Geertruidenberg hebben een uitgaansfunctie 's avonds, maar ook een groeiend aanbod van winkelondersteunende horeca.

Het aanbod van drankenverstrekkers ligt regionaal, met 9,7 zaken per 10.000 inwoners, vrijwel exact op het landelijk gemiddelde. Wel ligt het wat lager dan het Brabantse gemiddelde (10,1 zaken). Vooral in de gemeente Drimmelen is het aantal drankverstrekkers relatief omvangrijk.

Regionaal ligt de capaciteit in de fastservicebranche met gemiddeld 6,3 zaken per 10.000 inwoners beneden zowel het landelijke als het provinciale gemiddelde (resp. 7,4 en 7,6 zaken). Oosterhout heeft verhoudingsgewijs het ruimste aanbod van fastfoodzaken (7,3) zaken. Het aanbod in Drimmelen omvat 4,8 zaken per 10.000 inwoners en is dus relatief beperkt. Binnen het totale regionale aanbod is 43% geregistreerd als cafetaria, 35% als lunchroom en 9% als shoarmazaak.

Het aanbod van restaurants ligt regionaal, met 5,1 zaken per 10.000 inwoners, beduidend beneden het landelijk gemiddelde (6,9 zaken), maar ook beneden het Brabantse cijfer (6 zaken per 10.000 inw.). In deze branche heeft Drimmelen verhoudingsgewijs het ruimste aanbod, gevolgd door Oosterhout.

Van de restaurants in de regio heeft 43% een Nederlands-Franse keuken en de rest (57%) een buitenlandse keuken. In deze laatste groep valt vooral het grote aantal Chinees-Indische restaurants op (31%), gevolg door de restaurants met een niet nader vermelde internationale keuken (25%). De regio beschikt over relatief weinig hoogwaardige restaurants; de meeste zaken richten zich op het midden- of lagere marktsegment. Veel zaken zijn te kenmerken als familiebedrijven, wat ze overigens wel een geheel eigen aantrekkingskracht geeft. Het aantal moderne, laagdrempelige restaurantformules (een opvallende trend in de sector) is beperkt.

Er is in de regio bovendien geen ander vestigingsmilieu voor horeca gelieerd aan een levendige jachthaven, dus met veel passantenplaatsen en botenverhuur zoals in Drimmelen.

2.6 Overheidsbeleid vrijetijdsvoorzieningen

Beleid provincie Noord-Brabant

In het Beleidskader en Uitvoeringsagenda Vrijtijdseconomie 2013 – 2020 komt naar voren dat Brabant een zeer sterke infrastructuur aan vrijetijdsvoorzieningen heeft, met ondernemerschap en samenwerking als belangrijke competenties. De provincie is ruim voorzien van attracties, routes, podia, musea, evenementen, horeca en winkelvoorzieningen. Wel is de algemene indruk dat het Brabantse vrijetijdsproduct toe is aan vernieuwing. Mondiaal is de vrijetijdseconomie een sterk groeiende sector, maar uit cijfers blijkt dat Brabant onvoldoende weet te profiteren van deze groei. Een belangrijke oorzaak hiervan is, dat vrijetijdsvoorzieningen binnen Brabant nogal eenzijdig zijn ontwikkeld voor de thuis- en gezinsmarkt en onvoldoende voor doelgroepen als jongeren, tweeverdieners en ouderen. De vrijetijdssector biedt bovendien veel kansen voor werkgelegenheid van specifieke doelgroepen, zoals jongeren, allochtonen en laagopgeleiden.

De vrijetijdseconomie levert een wezenlijke bijdrage aan de werkgelegenheid en bestedingen in de provincie. Brabant is qua ligging, voorzieningen en infrastructuur een ideale regio voor korte vakanties, zo stelt de provincie. Vanwege de goede infrastructuur bestaan er bijzondere kansen voor cultuurtoerisme. Noord-Brabant heeft als missie de meest innovatieve en gastvrije provincie van Nederland te worden.

Deze hoofddoelen worden vertaald in een aantal subdoelen, waarmee de provincie Noord-Brabant wil bereiken dat:

- er meer bezoekers uit een groter herkomstgebied naar Brabant komen om te recreëren, waarbij naast de huidige gezinsmarkt ook wordt ingezet op verbreding naar nieuwe doelgroepen;
- bezoekers meer per dag gaan besteden. Dit kan door nieuwe product-marktcombinaties te ontwikkelen, waarbij er meer ruimte ontstaat voor kunst en cultuur, (sport-) evenementen, stedelijke leisure concepten en de shortbreakmarkt.

Uitvoeringsstrategie

Om de meest innovatieve en gastvrije provincie van Nederland te worden, richt de provincie Noord-Brabant zich met de uitvoeringsstrategie op:

- versterking van een 'interessant internationaal aanbod' (voorbeeld: Van Gogh Brabant);
- versterking van het reguliere aanbod van horeca, verblijfslocaties, natuur etc. door het creëren van toegevoegde waarde;
- versterking van het top- en reguliere aanbod door cross-overs, storytelling en concepten die leiden tot innovaties en nieuwe product-marktcombinaties;
- ontwikkeling tot de meest innovatieve en gastvrije provincie van Nederland;
- het op orde brengen van de basis, o.a. informatie, infrastructuur en marketing.

Provinciaal beleid horeca

De provincie Noord-Brabant heeft geen specifiek horecabeleid geformuleerd. Wel stelt men in algemene zin te streven naar een goed, economisch levensvatbaar voorzieningenniveau. De primaire verantwoordelijkheid hiervoor ligt bij gemeenten. De Verordening Ruimte Noord-Brabant stelt, dat ontwikkelingen die het lokale niveau overstijgen (zoals de onderhavige ontwikkeling), moeten worden besproken in de regionale ruimtelijke overleggen.

Regionaal beleid

De Strategische Agenda West-Brabant 2012-2020 (RWB Regio West-Brabant, 2017) constateert dat de toeristische sector van blijvende waarde is. Het relevante aanbod moet derhalve 'bij de tijd worden gehouden' en de recreatieve en toeristische mogelijkheden blijvend onder de aandacht gebracht van (potentiële) bezoekers.

De recente studie regio West-Brabant; Bijdragepotentie VTE sector (RWB Regio West-Brabant, 2017) stelt, dat de vrijetijdseconomie vele cross-overs omvat en zorgt voor verbinding en versterking van diverse sectoren. Landelijke trends tonen aan dat het de laatste jaren economisch erg goed gaat in deze sector. Het aandeel van de vrijetijdseconomie is in West-Brabant klein, aldus deze studie, maar er zijn wel diverse kansen om de bezoekers en bestedingen te vergroten.

Plannen in de regio

Er zijn in de regio geen plannen bekend, die qua ligging, doelgroepen en marktoriëntatie in een vergelijkbare behoefte voorzien als de beoogde ontwikkeling en versterking van verblijfsrecreatie en horeca in de jachthaven Drimmelen.

3. BEHOEFTE

3.1 Trends aan de vraagzijde algemeen

Algemeen

Vrijtijdsbesteding krijgt landelijk een steeds grotere betekenis, zowel in economisch als sociaal-maatschappelijk opzicht. De toeristische sector is de afgelopen tien jaar sneller gegroeid dan de Nederlandse economie als geheel. Met name het inkomend toerisme groeit al jaren met grote cijfers.

Beleving

De consument wordt steeds kritischer. Men zoekt naar een bijzondere beleving of emotionele lading en kan deze via internet eenvoudig traceren en vergelijken. Tegelijkertijd is er sprake van hybride consumentengedrag. Enerzijds vraagt de consument om een 'unieke beleving' en wil hier ook extra voor betalen. Anderzijds blijft de consument kritisch op zijn uitgaven en laat zich leiden door kortingsacties en scherpe prijzen.

Aandacht duurzaamheid

Er is steeds meer aandacht voor de duurzaamheid van toerisme, mede omdat de kritische consument dit verlangt. Duurzaam toerisme betekent dat de negatieve gevolgen voor de natuur en het milieu worden beperkt en dat tegelijkertijd de lokale en regionale bevolking en economie ervan profiteren.

Deeleconomie

Een economie waar steeds meer mensen beschikbare middelen met elkaar delen (vaak gefaciliteerd door internet) wordt de deeleconomie genoemd. Eigendom wordt steeds meer onderling gedeeld, al dan niet om financiële overwegingen. Voor de toeristische sector wordt deze trend steeds relevanter, bijvoorbeeld doordat (vakantie)woningen door de eigenaar zelf worden verhuurd. Ze zijn sinds enige jaren aantrekkelijke beleggingsobjecten, ook ten opzichte van de 'traditionele' beleggingsdoelen als winkel- en kantorenvastgoed en de historisch lage bankrente.

Groeiende groep welvarende ouderen

Nederland vergrijst. Dit betekent dat het percentage ouderen (65-plussers) groeit in de bevolkingssamenstelling. Volgens het CBS stijgt het aandeel van 17% in 2014 naar 24% in 2025⁶. Tegelijkertijd groeit de groep welvarende ouderen met veel vrije tijd, die daar bovendien optimaal van wil genieten. Hierdoor verandert ook de vraag naar toeristische voorzieningen.

⁶ Expert Group: Future retail city center 2030, februari 2016

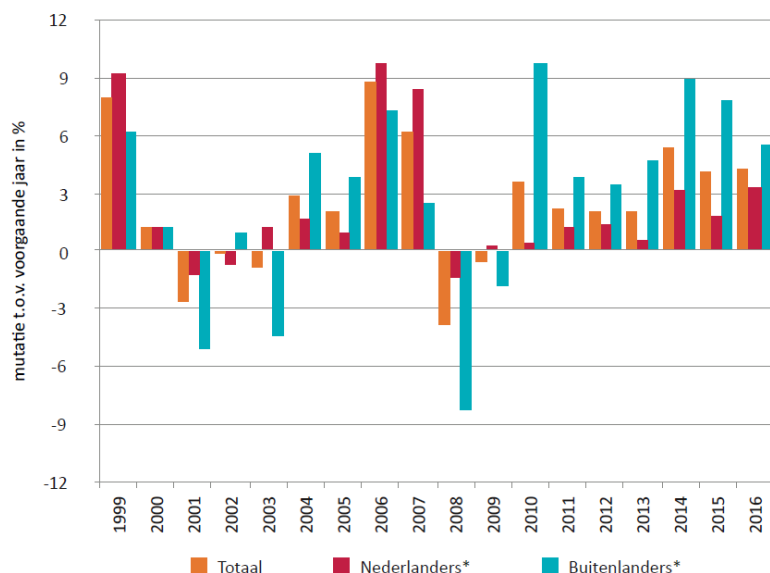
3.2 Toerisme in Nederland en Noord-Brabant

Toerisme in Nederland

In 2016 hebben Nederlanders 17,6 miljoen vakanties in eigen land ondernomen, waarvan 9,5 mln. korte vakanties (max. 3 nachten) en 8,1 mln. lange vakanties. Dit aantal is de afgelopen jaren redelijk stabiel. Daarnaast verbleven in 2015 15,8 mln. buitenlandse gasten in Nederlandse verblijfsaccommodaties. Duitsland, het Verenigd Koninkrijk en België zijn de belangrijkste herkomstlanden⁷.

2016 was het zevende opeenvolgende jaar met een sterke groei van het inkomend toerisme in Nederland. Van de buitenlandse gasten overnacht totaal 15% op huisjesterreinen en 79% in hotels. Overigens betreft deze laatste categorie vooral bezoekers van grotere afstand die in de grotere steden verblijven; van de Duitsers slaapt bijna de helft (46%) op een huisjesterrein.

Figuur 3.1 Ontwikkeling aantal gasten in logiesaccommodaties in Nederland, 1999-2016



In toeristisch verhuurde vakantiewoningen werden in 2016 totaal 4,9 mln. binnenlandse vakanties doorgebracht, in eigen woningen 1,1 mln. Daarnaast ontvingen deze 2,4 mln. buitenlandse gasten. Opvallend is het toenemende aantal Duitsers, Belgen en Britten.

Daarnaast hebben Nederlanders in 2016 totaal 3,5 miljard (max. 1 dag, zonder overnachting) buitenshuis ondernomen in eigen land. De belangrijkste activiteiten:

1. Uitgaan
2. Buitenrecreatie
3. Winkelen

In Noord-Brabant worden jaarlijks ca. 502 mln. uithuizige vrijetijdsactiviteiten ondernomen.

⁷ Celth, CBS, NBTC, NRITmedia, Trendrapport toerisme recreatie en vrije tijd 2017

Toerisme in Noord-Brabant in economisch perspectief

Noord-Brabant heeft landelijk een prominente positie in de vakantiemarkt. Voor korte vakanties van Nederlanders neemt de provincie de vierde positie in (860.000 vakanties in 2016), voor lange vakanties is het zelfs de tweede bestemming landelijk (1,2 mln. vakanties). Voor buitenlandse gasten is Noord-Brabant in Nederland de vierde bestemming (ruim 1 mln. gasten).

Actuele economische cijfers zijn alleen beschikbaar op provinciaal niveau. Uit de '1-meting Monitor Vrijtijdseconomie Stand van zaken 2017' voor Noord-Brabant (Dynamics Concepts, 2017) komen de volgende cijfers:

- De vrijtijdseconomie genereert jaarlijks 2,42 miljard euro aan bestedingen (toegevoegde waarde).
- Hiermee zijn in Noord-Brabant totaal 63.100 banen gemoeid.
- Er is de afgelopen jaren sprake van een opvallende groei.

In Noord-Brabant vinden traditioneel, in vergelijking met heel Nederland, meer overnachtingen plaats in relatief goedkopere verblijfsaccommodaties, zoals huisjesterreinen, campings en groepsaccommodaties (76% versus 68%) en minder vaak in hotels in de provincie (24% versus 32%). Sinds 2012 vindt hierin wel een verschuiving plaats.

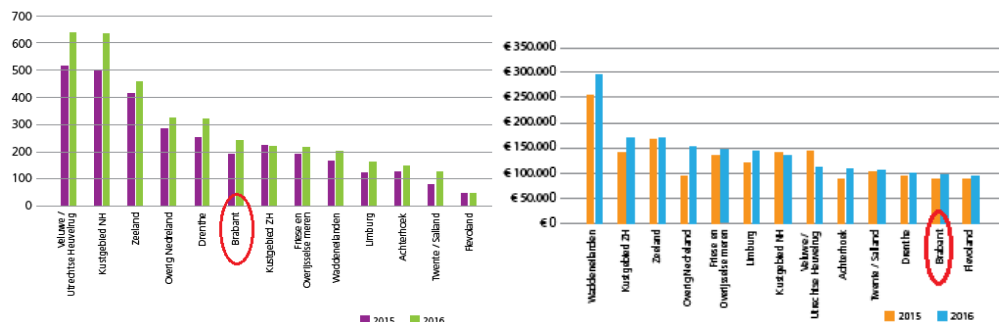
3.3 Behoeftte vakantiewoningen

De markt voor vakantiewoningen in Nederland is recent onderzocht in opdracht van de Nederlandse Vereniging van Makelaars (NVM)⁸. Belangrijke conclusies uit dit onderzoek zijn:

- Er is sinds 2014 sprake van een opvallend sterk herstel van de markt voor de aankoop van recreatiewoningen, gemeten in aantal transacties. Dit aantal was in 2016 met 3.750 het hoogste ooit gemeten. De gemiddelde transactieprijs steeg tot ruim € 140.000,-.
- Deze toename deed zich voor in alle toeristische regio's. In de regio's Veluwe/Utrechtse Heuvelrug, Noord-Hollands kustgebied en Zeeland vonden de meeste verkopen plaats.
- De gemiddelde transactieprijs was (met afstand) het hoogst op de Waddeneilanden. In Noord-Brabant zijn vakantiewoningen relatief voordelig.

⁸ NVM / Bureau Stedelijke Planning bv; Nederlandse markt voor recreatiewoningen 2017.

Figuur 3.2 Aantal transacties en gemiddelde transactieprijs recreatiewoningen per regio in 2015 en 2016



Bron: NVM; Nederlandse markt voor recreatiewoningen.

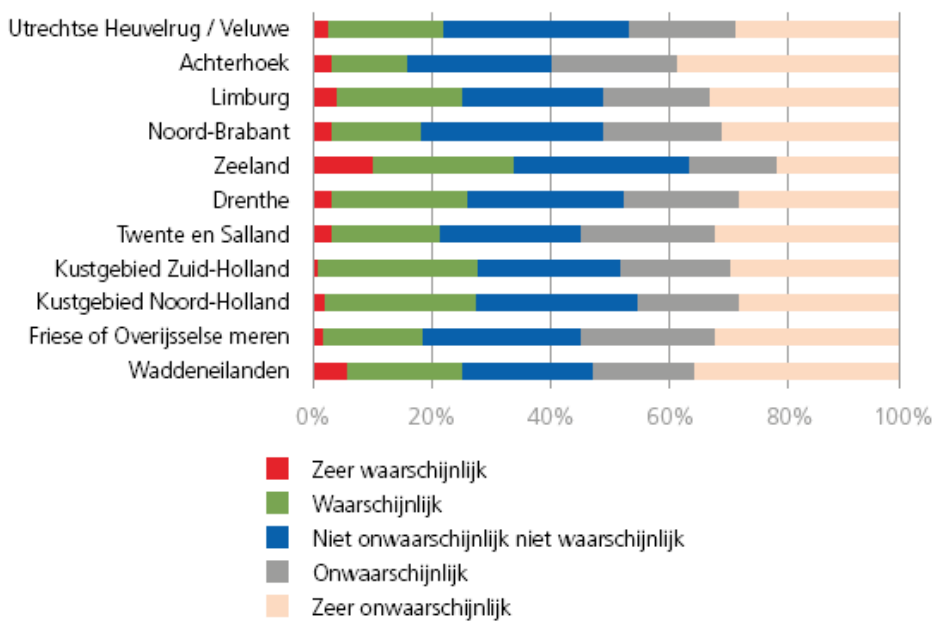
- De plancapaciteit voor nieuwbouw is landelijk sinds 2015 afgenomen van ruim 8.000 tot 7.000 recreatiewoningen in 2016. Dit komt vooral door oplevering van woningen en het schrappen van onbenutte plancapaciteit. In Zeeland, de Waddeneilanden en de Friese-Overijssels Meren bestaan de meeste plannen. In Noord-Brabant bedraagt de totale plancapaciteit ca. 800 nieuwe woningen. In praktijk komen veel plannen hier echter moeizaam tot ontwikkeling, aldus het onderzoek.
- De consumentenvraag richt zich steeds meer op het luxe segment en minder op de lagere segmenten (woningen met een gedateerde inrichting, uitstraling en/of kleine omvang).
- Het aankoopmotief is anno nu sterk financieel gedreven (alternatieve beleggingsvorm). Mede hierdoor neemt het aanbod verder toe.
- Circa 2% van de Nederlandse huishoudens met een bruto inkomen van minimaal € 30.000,- bruto per jaar weet zeker dat ze binnen 5 jaar een recreatiewoning willen kopen⁹. Dit betreft ca. 100.000 huishoudens. Nog eens 3% overweegt een dergelijke aankoop. Bijna 40% van de geïnteresseerde respondenten geeft aan een nieuwbouwwoning te willen.
- Ruim de helft van de respondenten wil kopen voor eigen gebruik en af en toe verhuren. Een kwart wil kopen voor eigen gebruik en 20% uitsluitend voor verhuur.
- Kopers zijn vaak gezinnen met oudere kinderen en stellen waarvan de kinderen het huis al hebben verlaten ('empty-nesters'). Ouderen hebben relatief vaak een voorkeur voor een recreatiewoning in een bosrijke omgeving.
- De meest genoemde redenen door Nederlanders voor het kopen van een recreatiewoning in eigen land zijn gevisualiseerd in onderstaande 'Woordwolk'.

⁹ O.b.v. een aselechte steekproef onder deze groep.



- De voorkeur van potentiële kopers van een recreatiewoning (zeer waarschijnlijk/waarschijnlijk) gaat primair uit naar de kustregio's. Deze bestemmingen worden echter op korte afstand gevolgd door de provincies Drenthe en Limburg.

Figuur 3.3: Geografische voorkeuren potentiële kopers recreatiewoningen



- Positief voor de markt voor vakantiewoningen in Noord-Brabant zijn, aldus het NVM onderzoek uit 2017, de ligging t.o.v. het vraagpotentieel (m.n. de Randstad) en de recente ontwikkeling (veel nieuwbouw, deels in grote parken). Wel is de relatief grote, maar afnemende, plancapaciteit een potentiële bedreiging voor de verdere ontwikkeling.

3.4 Behoeft horeca

Vraagpotentieel regio

In januari 2018 bedroeg het inwonertal in de regio (i.c. de gemeenten Drimmelen, Geertruidenberg en Oosterhout) ca. 103.725 inwoners¹⁰. Hiervan woont iets meer dan de helft in Oosterhout. De bevolking zal de komende jaren naar verwachting nog slechts beperkt groeien, namelijk tot ca. 104.300 in 2030¹¹. De groei vindt voornamelijk plaats in Oosterhout.

De zakelijke markt is in de regio goed vertegenwoordigd, met in totaal 8.740 bedrijfsvestigingen en 47.420 arbeidsplaatsen¹². Gezamenlijk genereren zij eveneens een beduidende vraag naar hotelaccommodatie, zowel vanuit het hogere- en middenkader als tijdelijke arbeidskrachten, die steeds vaker uit het buitenland komen en een tijdelijke overnachtingsplek zoeken. De zakelijke markt biedt kortom een omvangrijk en groeiend draagvlak voor de lokale en regionale hotellerie en overige horeca. De behoefte bestaat naast overnachtingsmogelijkheden ook uit externe voorzieningen voor vergaderen, lunches en diners.

Over het aantal toeristische overnachtingen ontbreken als vermeld regionale cijfers.

Behoeft horeca

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

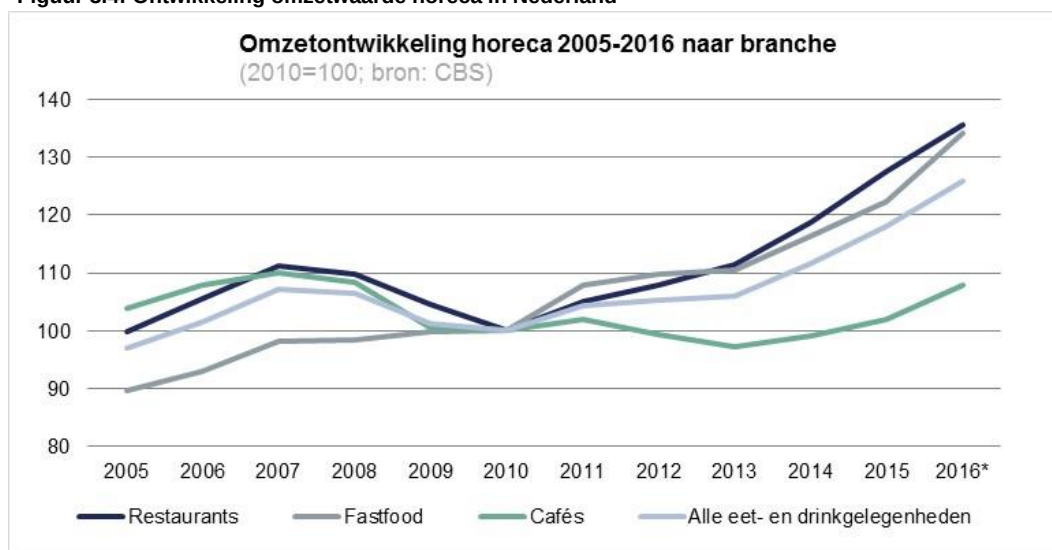
De horecasector vertoont sinds enige jaren landelijk opvallend groeicijfers. Dit geldt met name voor de fastfoodbranche, restaurants en hotels, zie onderstaande grafiek. Alleen in de branche cafés blijft de groei wat achter.

¹⁰ CBS

¹¹ PBL / CBS regionale bevolkings- en huishoudensprognose 2016-2040

¹² Zowel voltijd- als deeltijdbanen. Bron: LISA 2018.

Figuur 3.4: Ontwikkeling omzetwaarde horeca in Nederland



Perspectief voor onderscheidende horeca

De horeca is dus een veerkrachtige sector. Het feit dat veel zaken desalniettemin matig functioneren, komt voor een belangrijk deel doordat deze zich onvoldoende van elkaar onderscheiden in hun product, doelgroepen en marketing. Het is 'teveel van hetzelfde', wat in grote lijnen ook geldt voor de onderhavige regio. Voor onderscheidende horecaformules (in het hogere en lagere segment), die creatief inspelen op de gebiedskwaliteiten en consumententrends bestaat nog steeds veel groeiperspectief. Dit geldt zeker voor een vestigingsmilieu als de levendige en ook door niet-watersporters veelvuldig bezochte jachthaven van Drimmelen.

Afbakening regio en marktruimte restaurant

De totale bestedingen in horecazaken vanuit een bepaald gebied (in dit geval de gehele regio) noemen we het '**bestedingspotentieel**'. Dit bedrag is in dit geval berekend als de vermenigvuldiging van het regionale inwonertal en de gemiddelde besteding (gebaseerd op landelijke cijfers) naar horecatype. Deze cijfers zijn nadrukkelijk indicatief en alleen beschikbaar op landelijk en niet op regionaal niveau. De gemiddelde besteding per Nederlander houdt bovendien geen rekening met inkomende en uitgaande horecabestedingen naar/vanuit Nederland. Cijfers hierover ontbreken. Als een gebied per saldo meer horecabestedingen aantrekt dan dat er afvloeien resulteert dat in de regel in een hoger bestedingspotentieel en dus meer ontwikkelingskansen voor horeca.

Er zijn in de regio als omschreven momenteel 101 drankenverstrekkers, 65 fastfoodzaken (snackbars, grillrooms, etc.) en 53 restaurants¹³. Wanneer we hierop de gemiddelde Nederlandse omzetcijfers voor deze horecatypen (conform de indeling van HorecaDNA) toepassen, dan zijn de omzetten in de regio (de zogenaamde **omzetclaim**) als volgt¹⁴:

¹³ HorecaDNA / CBS.

¹⁴ Normcijfer gemiddelde omzet (afgerond) per drankenverstrekker € 193.000,-, per fastfoodzaak € 300.000,- en per restaurant € 645.000,- (inclusief BTW, meest recente cijfers over 2015). Bron: CBS, bewerkt door HorecaDNA.

Tabel 3.1: Indicatie marktruimte fastfood en restaurants in regio Drimmelen in 2018 (in € miljoen)

	Vraagpotentieel vanuit regio	Omzetclaim gevestigde horeca regio	Verschil (indicatie marktruimte)
Drankenverstrekkers	19,7	19,5	0,2
Fastservice sector	23,0	19,5	3,5
Restaurantsector	45,8	34,2	11,6
Totaal	88,5	73,2	15,3

Bron: HorecaDNA, 2018

De totale bestedingen bij drankenverstrekkers door inwoners uit de regio zijn met ca. € 19,7 mln. kwantitatief vrijwel exact in evenwicht met het de 'claim' van het gevestigde aanbod (ca. € 19,5 mln.). De totale bestedingen in fastservicezaken door inwoners uit de regio overschrijden de 'claim' van het gevestigde aanbod met ca. € 3,5 mln. Bij restaurants is het verschil zelfs aanzienlijk groter (ca. € 11,6 mln.). Per saldo is er derhalve nu reeds sprake van een wezenlijke uitstroom van bestedingen in fast-servicezaken en restaurants vanuit de regio, namelijk met ruim € 15 mln. Deze uitstroom, die duidt op marktruimte, zal tot 2030 zelfs nog verder toenemen door de bevolkingsgroei.

Hoewel vanuit deze regio per saldo altijd wel een uitstroom van horecabestedingen zal blijven bestaan (grotere uitgaanssteden ontbreken), kan een belangrijk deel van de marktruimte worden ingezet voor extra horecacapaciteit. Voorwaarde is wel dat dit nieuwe aanbod inspeelt op de consumententrends en zoveel mogelijk complementair is aan het bestaande aanbod qua productformule en locatietype. Tevens plaatsen we de kanttekening, dat het gemiddeld inkomensniveau in de regio een fractie beneden het landelijk gemiddelde ligt. Het effect daarvan op bestedingen in de horeca is echter onbekend. De marktruimte is evenwel dusdanig groot, dat ook na een correctie hierop ruim voldoende perspectief zal overblijven voor nieuwe horeca.

We ramen de totale omzet van de extra horeca op de planlocatie (in zelfstandige vorm) op maximaal circa € 2 à 3 mln., afhankelijk van de uiteindelijke omvang en branchering. Er is hiervoor dus in de regio ruim voldoende marktruimte (behoefte) aanwezig.

4. TOETS LADDER VOOR DUURZAME VERSTEDELIJKING

4.1 Inleiding

Het nieuwe bestemmingsplan voor het zogenaamde Schakelgebied in de Drimmelse jachthaven biedt enige extra ruimte voor horeca en verblijfsrecreatie t.o.v. de huidige mogelijkheden (zie hoofdstuk 1). Daarbij is dus sprake van een nieuwe stedelijke ontwikkeling. In deze paragraaf toetsen we deze aanvulling kort en bondig aan de Ladder voor duurzame verstedelijking. In de toetsing leggen we het accent op de essentiële doelen en aspecten binnen de Ladder. Voor de onderbouwing van de behoefte verwijzen we naar de voorgaande hoofdstukken.

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

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

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

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

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

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

4.2 Toetsing ontwikkeling aan de Ladder

Behoefte verblijfsaccommodatie

De trends geven aan dat er een groeiende behoefte bestaat aan onderscheidende recreatieve verblijfsvormen met een hoge belevingskwaliteit en een goed kwaliteitsniveau. Dit onderscheid kan zowel betrekking hebben op de woning zelf (inrichting, faciliteiten, vormgeving), het totaalconcept (thema) als de locatie.

Het verblijfsrecreatieve aanbod in de regio wordt gedomineerd door een relatief grootschalig vakantiepark (Katjeskelder te Oosterhout) en enige reguliere hotels. De overheersende doelgroep bestaat uit gezinnen met (jonge) kinderen. Voor de grote groep recreanten gericht op watersport en gelieerde activiteiten bestaan in de regio nauwelijks overnachtingsplekken.

We concluderen we dat de beoogde toevoeging van verblijfscreatie in de Drimmelse jachthaven zich sterk onderscheidt van het overige aanbod in de regio. Dit vooral door de unieke locatie (een grote, veelzijdige jachthaven nabij de Biesbosch), de ligging aan het water en de beoogde bijzondere, moderne vormgeving van de verblijfsunits. Bovendien wordt hiermee de uitstraling van het Schakelgebied aanzienlijk versterkt en het bestedingspotentieel voor de andere functies in het gebied (bijv. horeca, detailhandel) vergroot.

Door de ontwikkeling komt er meer diversiteit in het regionale aanbod, met een sterk accent op beleving van het water en het botenverkeer, duurzaamheid en een hoogwaardige vormgeving. De doelgroep zal vanwege de bijzondere kenmerken voor een belangrijk deel 50+ zijn (vaak “empty-nesters”), afkomstig uit Nederland, Duitsland en België. Het betreft zowel watersporters (incl. botenhuurders), bezoekers van overnachtende boten als gasten met een breder recreatief oogmerk.

De ontwikkeling ondersteunt de beleidsmatig gewenste toeristisch-recreatieve versterking van West-Brabant, omdat er een onderscheidende verblijfsvorm wordt toegevoegd. Het leidt tot een sterkere profilering van de regionale watersportfunctie in het algemeen en van de Drimmelse jachthaven in het bijzonder. Tevens leidt de ontwikkeling van ‘winterharde’ logiesvormen tot seizoensverbreding, met een grotere economische en maatschappelijke spin-of dan nu. De verruiming van de logiesfunctie heeft kortom een duidelijke meerwaarde voor de toeristische en economische structuur van de regio en voorziet in de huidige en toekomstige behoefte.

Behoefte horeca

De horecasector kent landelijk een enorme dynamiek, zowel aan de vraag- als aanbodzijde. Er bestaat in kwantitatief opzicht ruim voldoende regionale behoefte (marktruimte) voor extra horeca in het jachthavengebied, met name in de branches fastservice en restaurants. Zie voor een nadere toelichting het beschreven onderzoek.

Vanuit de behoefte van de regionale bevolking zijn kwaliteiten in algemene zin, onderscheidend vermogen, productvernieuwing en bereikbaarheid in wezen belangrijker dan cijfermatige aspecten (aantal

zaken, capaciteit, etc.). Relatief veel aanbod horeca in de regio is nogal 'traditioneel' qua opzet, inrichting en uitstraling. Hoewel dit deels als een kernkwaliteit kan worden beschouwd, is binnen dit aanbod slechts beperkt sprake van product vernieuwing, aansluitend aan de veranderende consumentenwensen.

Water trekt altijd mensen en Drimmelen biedt in dat opzicht een bijzonder vestigingsmilieu voor horeca, in samenhang met de andere recreatiefuncties ter plekke. Vanuit kwalitatief perspectief levert nieuwe horeca in de jachthaven derhalve een bijdrage aan een sterkere verzorgingsfunctie voor zowel de regionale bevolking als toeristische bezoekers. Het voorziet dus in de behoefte.

Behoeft kantoren

De bestemming 'kantoren' heeft in het onderhavige plan alleen betrekking op zakelijke dienstverlening ondersteunend aan de jachthavenfunctie. Ze hebben een relatief beperkte publiekaantrekkende functie. Het gaat bijvoorbeeld om ruimten t.b.v. het beheer van de jachthaven en de buitenruimte, bemiddeling en advies t.b.v. botenverkoop/verhuur, toeristische informatie, etc.

Aanvaardbaarheid van de effecten

De ruimtelijk-functionele versterking van het Schakelgebied is gericht op versterking van de watersportfunctie van de jachthaven in brede zin, gericht op meerdere doelgroepen en bezoekmotieven. De uitstraling en verblijfskwaliteit van de jachthaven worden erdoor vergroot, de bezoekers blijven langer en er vindt seizoenverbreding plaats.

De effecten van de beoogde nieuwe functies (horeca, verblijfsrecreatie) zijn per saldo positief en richten zich vooral op de regionale toeristisch-recreatieve structuur. Naast de watersportfunctie krijgt ook de algemene recreatiefunctie van West-Brabant een impuls.

Er worden geen substantiële (negatieve) effecten verwacht op verblijfsrecreatie en horeca in de regio en geen toename van de leegstand in de deze sectoren. Bestaande aanbieders zullen nauwelijks effecten ondervinden van de beoogde structuurversterking van de Drimmelse jachthaven, mits goed en proactief ondernemerschap. Het kan leiden tot een (extra) kritische blik op hun eigen productconcept, doelgroepen en marketing, inspelend op de actuele en toekomstige behoefte van regionale inwoners, toeristen en zakelijke bezoekers.

De ontwikkeling heeft kortom vooral positieve effecten op het woon-, leef- en ondernemersklimaat in de regio.

Tenslotte: kwaliteit boven kwantiteit

De aangegeven kwantitatieve marktruimte (regionale behoefte) is het resultaat van berekeningen gebaseerd op beschikbare cijfers en diverse aannames. Bovendien zijn de data over vraag, aanbod en trends afkomstig uit diverse bronnen en onderzoeken. De behoefte aan en effecten van nieuwe voorzieningen zijn in hoge mate afhankelijk van toekomstige ontwikkelingen en die kunnen nooit exact worden voorspeld. De uitkomsten van de ramingen mogen daarom niet als normatief, maar slechts als

indicatief worden beschouwd. Het gaat bij de Ladder voor duurzame verstedelijking in essentie om de *ruimtelijke* effecten.

Bij de ontwikkeling van (commerciële) publieksfuncties zijn de kwalitatieve aspecten in wezen bovendien belangrijker dan de kwantitatieve marktruimte. Een nieuwe ontwikkeling kan de voorzieningenstructuur een kwaliteits- en vernieuwingsimpuls geven door het bieden van een ontbrekend marktsegment, productformule of een oriëntatie op nieuwe doelgroepen. Met name in leisure en horeca creëert sterk, marktgericht aanbod in praktijk vrijwel altijd extra behoefte.

4.3 Conclusie

De herontwikkeling van het Schakelgebied in de Drimmelse jachthaven als omschreven in hoofdstuk 1 wordt vanuit de doelstellingen en kaders van de Ladder voor duurzame verstedelijking positief beoordeeld.

De effecten op de regionale toeristische en economische structuur zijn per saldo positief. Er is voldoende regionale behoefte aanwezig, zowel vanuit kwalitatief als kwantitatief perspectief. Er zijn in de regio geen alternatieve en/of betere locaties dan wel planologische capaciteit beschikbaar voor de beoogde ontwikkeling. De ontwikkeling van (extra) horeca en verblijfsaccommodaties is bovendien een belangrijke kostendrager voor de noodzakelijke integrale, ruimtelijk-functionele versterking van de jachthaven.

Bijlage 1: Branchering horeca

HorecaDNA hanteert een bedrijfstypenindeling gebaseerd op het product dat wordt verstrekt (dranken, ijs, etc.), de specifieke ligging van het bedrijf (strand, camping, etc.) en een aantal andere onderscheidende kenmerken. Deze bedrijfstypen worden hieronder beschreven.

Indeling horecabedrijven naar sector

Drankensector

- | | |
|--|--------------------------------|
| • café/bar | • horeca bij sportaccommodatie |
| • discotheek | • strandbedrijf |
| • coffeecorner | • ontmoetingscentrum |
| • kiosk | • zalen-/partycentrum |
| ▪ horeca bij recreatiebedrijf (w.o. pool/biljartcentra, amusementscentra, bioscopen) | |
-

Fastservice

- | | |
|----------------------|--------------------------------------|
| • ijssalon | • lunchroom |
| • snackbar/cafetaria | • crêperie |
| • fastfoodrestaurant | • restauratie |
| • shoarmazaak | • spijsverstrekkers n.e.g., delivery |
-

Restaurantsector

- | | |
|--------------|-------------------|
| • bistro | • café-restaurant |
| • restaurant | • wegrestaurant |
-