

Horecabeleidsnota 2015-2018

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 2015 en verder
8. Organisatie gemeente
9. Relevante aspecten
10. Bijlagen

Horecabeleidsnota 2015-2018

Kwaliteit, Gastvrijheid en Vernieuwing

Voorwoord

Voor u ligt het nieuwe horecabeleid van de gemeente Maastricht voor de komende drie jaar. Het motto is kwaliteit, gastvrijheid en vernieuwing. Voor dit motto is gekozen omdat steeds meer mensen erop uit trekken en andere steden 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 2015-2018

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 2015-2018 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 Koestraat, 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). De horecamarkt vraagt in die straten om 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. Met behulp van het principe “Eerst willen dan kunnen” wordt een versnelling in de afhandeling van een aanvraag mogelijk, is de gedachte. Bedoeld wordt dat eerst wordt getoetst of een initiatief belangrijk is voor de stad en iets toevoegt. Als dat antwoord ja is, wordt pas gekeken onder welke voorwaarden vestiging mogelijk is.

Kansen voor winkelgebonden horeca

In de winkelzone worden meer kansen voor winkelgebonden horeca gecreëerd. Daarvoor is een getoetste ontheffing noodzakelijk. Hier wordt beperkt tegemoet gekomen aan een stijgende vraag naar deze activiteiten.

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.

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

CONCEPT

1. Aanleiding

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

Citaat uit de nota:

“Hoofddij 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 en, 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. Daarop moeten antwoorden worden gegeven. Kwaliteit staat daarbij centraal.

2. Naar een nieuwe beleidsnota

Het horecabeleid is 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 Zuid-Limburg, de klankbordgroep Horeca, diverse horecaondernemers, de Vereniging van Eigenaren Binnenstad Maastricht, ondernemers uit Wijck, Jekerkwartier, de Markt en het Vrijthof en enkele bewoners. Ook zijn beleidsaccenten besproken bij gelegenheid van de stadsbrede voorlichtingsbijeenkomst voor de horecaondernemers in november 2014. Het hotelbeleid is niet opgenomen in deze nota. Het beleid voor dat onderdeel is in een aparte nota beschreven, die inmiddels door de gemeente raad is vastgesteld in februari 2015. Deze nota is op de gemeentelijk website te vinden. Het terrassenbeleid is begin 2015 vastgesteld en als bijlage bijgevoegd.

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 pijlpalen 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, 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 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 horecavoorzieningen. De gemeente Maastricht mikt op meer bezoekers, die aansluiting vinden bij de drie doelen uit de economische visie. Het voorzieningenniveau van de horeca moet daarop 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:

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

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. Vele 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 of zelfs voor vreemden. Het lijkt logisch te veronderstellen, dat deze ontwikkelingen een negatieve 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. Er is ook een positieve ontwikkeling. De in deze periode toegenomen welvaart kan ook tot meer restaurantbezoek hebben geleid.

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

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.

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. 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

- 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 verwarming en gedifferentieerde precarioheffing. Onder meer bewoners vonden de grenzen van de terrasmogelijkheden wel bereikt. In het op 6 maart 2015 vastgestelde terrassenbeleid zijn antwoorden op deze dilemma's en vragen geformuleerd (zie bijlage).
- b. De sluitingstijden
In overleg met de nachtaakondernemers en de politie zijn de sluitingstijden aangepast gericht op de wensen van de ondernemers om langer open te blijven en overlast zoveel mogelijk te beperken.
- 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, wordt als te ingewikkeld, te tijdrovend en te duur beoordeeld. Het inmiddels gestarte project digitaal ondernemersdossier kan hierin veel verbeteren. Daarnaast vinden ondernemers dat de communicatie vanuit de gemeente wel aan snelheid en duidelijkheid kan winnen.
- 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, studenten, die weinig keuzemogelijkheden hebben. Inmiddels is door de openstelling van de Muziekgieterij en de 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 alle 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 verbeterslag wenselijk. Deze drie zijn onderstaand nog eens weergegeven met citaten van de belangrijkste constatering uit de evaluatie 2012. Daarnaast zijn geluiden uit de stad/het veld gecollecteerd, waarop het beleid een antwoord moet formuleren.

a. Het vestigingsbeleid

"Alle partijen zijn het erover eens dat per afzonderlijke wijk/buurt gekeken zou moeten worden naar de ruimte voor horeca. Wellicht zou daarbij ook gekeken kunnen worden naar de definitie van horeca (gaat het bv. om rustige horeca of om luidruchtige horeca, met terras of zonder terras, 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 gezien moeten worden of het mogelijk is om het ondervertegenwoordigde horeca-aanbod voor specifieke groepen (o.a. jongeren, studenten, senioren) te stimuleren om ervoor te zorgen dat deze groepen zich in Maastricht thuis blijven voelen en niet wegtrekken", dan wel niet meer in de stad gaan eten.

c. Kwalitatieve impuls

"Kwaliteit moet de norm blijven, en gezien 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?"

d. Geluiden uit de diverse gevoerde overleggen

- Parkeren
- Winkeltijden
- Evenementen
- Aandacht voor paracommercie
- Nachtzaken
- Jeugd en alcohol
- Horeca en bewoners

Deze onderwerpen zullen in het nieuwe horecabeleid worden meegenomen, voorzover 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 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 offline wereld 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
- Vergaande brancheervaging 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.
- Inkooprijds kan dalen onder invloed van toenemende concurrentie tussen drankleveranciers.

Bedreigingen

- Kosten zijn fors gestegen, margebehoud moeilijk te realiseren
- Verkooprijds 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 standaard product 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. Unicité 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 2015 - 2018

1. Vestigingsbeleid en de gebiedsindeling

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

- de winkelzone,
- horecaconcentratiegebieden ,
- overig centrum binnen de singels ,
- woongebieden en
- de periferie
- 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. Ongeclausuleerde toevoegingen van horeconcepten 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, dat niet is gericht op meer horeca op nieuwe locaties. Geconstateerd is, dat als een pand eenmaal een horecabestemming heeft gekregen, die bestemming er in de praktijk nooit meer af gaat. Vrije vestiging van horeca-initiatieven in bestaande horecapanden wordt dan makkelijker en verdunt de markt in een stad, waar er in principe al meer dan genoeg horeca is.

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 gebiedsindeling 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 (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. Vooral in het gebied "overig centrum" zal maatwerk worden gevraagd. Daarbij kan nieuwvestiging van horeca op gespannen voet staan met de vigerende bestemming binnen

het bestemmingsplan centrum. Als dat het geval is, moet dat worden opgelost bij de feitelijke realisatie.

De onderscheiden gebieden

De in de horecanota aangegeven zonering in gebieden kent per gebied verschillen in de vestigingsmogelijkheden. Per gebied wordt een overzicht geboden van de huidige situatie en de voorgestelde beperkte aanpassingen. Uitzonderingsmogelijkheden 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 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.

Winkelondersteunende horeca wordt onder voorwaarden 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 deze gewenste flexibiliteit mogelijk moeten maken. Naast de winkelgebonden horeca zou in dit gebied meer ruimte moeten kunnen worden geboden aan horeconconcepten met verkoop van producten (zgn. blurring, zie verderop). Dit is nu wettelijk nog niet toegestaan.

Horecaconcentratiegebieden

In horecaconcentratiegebieden voldoet het bestaande beleid. Naar de mening van de zittende ondernemers is in die gebieden voldoende horeca aanwezig. Toevoegingen zouden

leiden tot verschraling. 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).

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.

De Platielstraat, Amorsplein en de Koestraat zijn straten waar de bestaande detailhandel terugloopt. Daar is als het ware een omgeving ontstaan waar toename van horeca een logische gebiedsontwikkeling lijkt. Vragen uit de markt onderstrepen die stelling. Daarom zal die ontwikkeling beperkt worden ondersteund in het licht van de wens een gevarieerder horecalandschap te bereiken.

Overig centrum

Nieuwvestiging van horeca is in deze zone niet direct mogelijk. De nu geldende vestigingsvoorwaarden blijven van kracht en zijn ook vastgelegd in het bestemmingsplan. Uitzonderingen zijn beperkt mogelijk en onder de eerder aangegeven 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 een wonen als hoofdfunctie te definiëren (meer dan 50% van de vloeroppervlakte in een straat wordt bewoond) voor meerdere uitleg vatbaar. Het lijkt daar duidelijker om uit te gaan van panden of adressen.

Er zal streng op worden toegezien 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.”

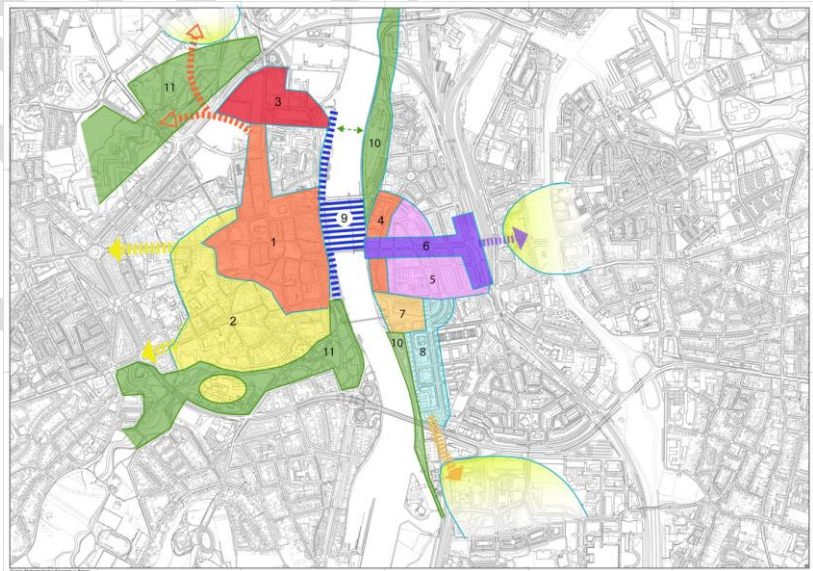
Bron: Visie op de binnenstad (2015)

Een en ander is uitgewerkt in een karakterisering van de beschreven buurten in de vorm van een gebruikstypering.

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/Sphinx) is een gebied met een mix van grootschalige cultuur-, leisure- en winkelgelegenheden in combinatie met creatieve en innovatieve ambachtelijkheid en ruimte voor zzp'ers op dit vlak. 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.

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 binnenstadsvisie . Deze tabel treft u onderstaand aan.

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						
Dancing	4	≤ 199 bezoekers	X		X						X
Poppodium	4	grootschalig			X						
Theater	4	Publiekstrek kend	X		X						
Congres	4	Publiekstrek kend			X						
Café	3	+ Live + terras	X								X
Café	3	+ Live	X								X
Café	3	+ Terras	X						X	X	X
Café	3		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
Koffiebar	2		X	X	X	X	X	X	X	X	X
Winkel	1	Winkelonder steunend	X	X		X		X	X	X	X
Frituur	0	Detailhandel	X			X		X			
Broodjes	0	Detailhandel	X			X		X	X		X
Overig	0	Detailhandel	X			X		X			

Wit = uitgesloten (uitzondering) 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

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 = uitgesloten (uitzondering) X = in overweging, te toetsen op uniciteit, plaats en buurt
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.

Voorgesteld wordt om de tabellen met de buurten af stemmen. Dan kunnen initiatieven die binnen de tabel 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.

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 ontmoetingsgebied bieden wat meer ruimte, maar initiatieven zullen daar ook moeten worden afgewogen.

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 moet 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.

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.

Industriegebieden/kantoorparken

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

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 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.

Experimenteergebieden zoals bijvoorbeeld de Tapijnkazerne en delen van Belvédère kunnen ruimte bieden voor activiteiten voor die doelgroepen. Het feit dat de Tapijnkazerne 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.

Voorstellen

- **In de winkelzone een afweging mogelijk maken betreffende winkelgebonden horeca, desgewenst ook op de verdieping, via getoetste ontheffing.**
- **In de Koestraat, de Platielstraat, Vrijthof Noord en de Markt meer ruimte bieden aan vernieuwende horeca-initiatieven, die passen in het desbetreffende gebied (via een toets).**
- **Nieuwe initiatieven in relatie tot het karakter van de buurt beschouwen. Toets op basis van tabel. Bij afwijkingen beoordelen met bewoners, daarna besluit college.**
- **Experimenteergebieden te benoemen om nieuwe concepten uit te proberen, in combinatie met (culturele) evenementen, waardoor meer en andere doelgroepen naar de stad worden getrokken.**
- **In de andere onderscheiden gebieden blijft het terughoudende beleid van kracht (in principe geen nieuwe vestiging anders dan in bestaande horecapanden)**

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 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 2016.

Voorbeelden zijn een restaurant dat olijfolie verkoopt aan de klanten of een kledingwinkel die een modeshow organiseert voor vaste klanten en hen 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 alcoholverstreking 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.

In die pilot zal worden onderzocht op welke wijze verkoop van branchevreemde maar ook branche-eigen producten binnen de horeca mogelijk gemaakt kan worden en welke voorwaarden daarvoor moeten worden opgesteld.

Voorstel

Deel te nemen als gemeente aan boven beschreven pilot met als inzet het mogelijk maken van verkoop van branchevreemde maar ook branche-eigen producten in horecagelegenheden.

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. Foodcourtontwikkelingen zijn er nog niet in Maastricht, terwijl concepten als Va Piano in de ons omringende steden een begrip is geworden. Veel studenten maken ervan gebruik, omdat de prijs-kwaliteitsverhouding 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.

Voorstel

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 moet dan wel snel kunnen reageren op marktontwikkelingen, die ondernemers aangeven. Nieuwe concepten worden bedacht, uitgevoerd en zijn dan weer achterhaald of out of date.

Het lijkt goed daarvoor een gezamenlijke strategie te ontwikkelen.

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 voor 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 gastvrijheid ook voor de eigen inwoners. Ook naar die inwoner heeft de horecaondernemer een verantwoordelijkheid. Bijvoorbeeld voor het schoonhouden van de ruimte voor zijn zaak.

Voorstel

Actief inzetten op het betrekken van meer ondernemers bij de versterking van gastvrije ontvangst van de gast in Maastricht. Dat kan ondermeer door het project gastvrij Maastricht te ondersteunen.

8. *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.

Voorstel

Tijdig en goed communiceren naar horecaondernemers en omwonenden is een essentieel onderdeel van de organisatie van een evenement of van de aanvraag voor een vergunning. Dat geldt voor alle betrokken partijen.

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.

De beoordeling van de toelating van dergelijke concepten kan worden gelegd bij een ambtelijke toetsgroep, die een advies voorbereiden voor de betrokken portefeuillehouder respectievelijk het college van B&W. Omdat de criteria helder zijn, zou die toetsgroep snel een knoop moeten kunnen doorhakken over een nieuw concept. Willen gaat voor kunnen. Een daadwerkelijke aanvraag kan dan ook sneller worden afgehandeld.

Voorstel

Instellen van een 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 dan het kunnen.

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. Hierdoor zullen vergunningen sneller kunnen worden 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. Vandaar de oproep om tijdig in te dienen.

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.

Voorstel

Nadere voorstellen ontwikkelen met ondernemers samen om te komen tot een gedragen werkbare oplossing en sancties op te late aanvragen.

d. Handhaving

Momenteel wordt er gewerkt aan de formulering van een meerjarenbeleid handhaving. Daarin worden ondermeer voorstellen ontwikkeld 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 in die voorstellen 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. Het blijft zaak ontwikkelingen op dit punt te blijven volgen. Bewoners

e. Automatisering

Om te komen tot deregulering en vermindering van administratieve lasten is besloten een geautomatiseerde versie van een horecaondernemersdossier in te richten. Daarin kan de ondernemer altijd zien welke vergunningen er op zijn zaak van toepassing zijn en de actuele stand van zaken. De gemeente kan dat dossier ook inzien, maar niet

muteren. De communicatie over de inhoud van het dossier verloopt nu soepeler en eenvoudiger.

Voorstel

De invoering van het Horecaondernemersdossier met de horecaondernemers evalueren

9. Relevante aspecten

Parkeren en tarieven

De parkeer worden door ondernemers als te hoog gezien. Zij zouden bezoekers belemmeren naar de stad te komen. Ook het verlagen van de parkeerduur van maximaal 4 uur naar maximaal 2 uur op straat aan de randen van de binnenstad zorgt volgens die ondernemers voor andere bezoekersstromen.

Maastricht kent een parkeerbeleid, waarbij het parkeren aan de rand van het centrum goedkoper (of minder duur) is dan wanneer men in de binnenstadsgarages wil parkeren. Dichtbij is duurder dan verder weg. Deskundigen stellen, dat de klant aan de hoogte van parkeertarieven in binnensteden moet wennen. Dat geldt zeker in steden, waar die tarieven worden vergeleken met steden in omliggende landen. Waar overigens andere bekostigingssystemen gelden.

In Maastricht is het parkeren op straat duurder, omdat de stad de auto uit het straatbeeld wil hebben. Het korter maken van de maximale parkeerduur op straat past in dat beleid. Als gezegd heeft het gemeentebestuur de parkeertarieven op straat de laatste jaren niet verhoogd, wat ook geldt voor de lasten van de horeca.

Het parkeerbeleid is overigens verwoord in een aparte beleidsnota. Bij de totstandkoming daarvan zijn alle relevante argumenten gewisseld.

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 zullen de resultaten bekend zijn. Intussen loopt de proef gewoon door.

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 site-events door horecaondernemers georganiseerd. Deze leveren met regelmaat extra overlast op. De vraag is gerechtvaardigd of er ruimte is voor controle en/of handhaving. Moeten er beperkingen worden opgelegd aan deze site-events? Of moeten zij worden toegestaan onder voorwaarden?

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 culturele instellingen, die zich voor een groot deel op jongeren richten. Het huidige college van B&W heeft daarvan een speerpunt gemaakt. De Muziekgieterij en filmtheater Lumière aan het Bassin zijn daarvan de belangrijkste voorbeelden. 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 een bredere serviceopstelling. De eerder ingezette trend van een breed service-aanbod wordt daarom steeds meer 'uitgebuit'. 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. In Maastricht wordt toepassing overwogen.

Voorstel

Formulering van een projectvoorstel om de effecten van het bovenstaande in kaart te brengen en te komen tot oplossingsrichtingen van deze Horeca C.

De resultaten van dit project onderdeel te laten uitmaken van de horecanota

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.

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 gelegen (bv. Platielstraat/St. Amorsplein, Wyck). Door de uitbreiding van het gebied ontstaat ook op deze plekken de mogelijkheid 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.

Alhoewel concreet cijfermateriaal ontbreekt is de proef 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 wordt voorgesteld om de maatregelen definitief in te voeren.

Voorstel :

De maatregelen die in de proef gehanteerd worden definitief te maken en daartoe de APV aan te passen op dit punt.

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.

In de APV is geen bevoegdheid opgenomen om incidenteel of per inrichting ontheffing te kunnen verlenen van de genoemde sluitingstijden.

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.

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 horecazen. Een drietal sociëteiten bezit een nachtvergunning. Met de Internationale Studentenclub 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).

Het aantal vastgestelde collectieve dagen is in 2015 vastgesteld op 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 verbonden zijn:

- dat minimaal 5 werkdagen voorafgaand aan de festiviteit een schriftelijke melding 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;
- dat de direct omgeving van de horecagelegenheid minimaal 5 werkdagen voorafgaand aan de festiviteit op de hoogte wordt gesteld van de festiviteit.

Uit een oogpunt van uniformiteit van regelgeving en maximale flexibiliteit voor ondernemers wordt voorgesteld om alle horecabedrijven 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 wordt onderzocht of de schriftelijke melding die ondernemers bij het gebruik maken van een incidentele ontheffing vooraf moeten doen, digitaal kan worden ingediend via het Ondernemingsdossier, zodat de administratieve lasten voor ondernemers nog verder kunnen worden verlaagd.

Voorstel

Voorgesteld wordt om alle horecabedrijven te laten beschikken over 12 incidentele ontheffingsmogelijkheden. Dat betekent feitelijk dat er zes dagen overblijven voor collectieve festiviteiten en daartoe de desbetreffende verordening op die punten aan te passen.

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. Daarom 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.

Bewoners en horecaondernemers

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.

Mogelijk dat de ingestelde Klankbordgroep horeca een rol kan spelen in het bij elkaar brengen van bewoners- en ondernemers (belangen).

*Bijlagen***Karakterisering buurten**

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	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, aparte concepten in/op aparte locaties, grootschaliger, geen cafe, wel muziekcentrum met nachtvergunning
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	statig, 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

Handboek uitvoering horecabeleid

In dit bijlagenboek worden alle regels betreffende de uitvoering van het horeca 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.

CONCEPT