

De Dordtse horeca in ontwikkeling

Knelpunten, kansen en plan van aanpak 2007-2012

Opdrachtgever: programmadirecteur Economie
Opdrachtnemer: Stadsontwikkeling/Beleid
Auteur: Erika Blijleven & Roel Esseboom
Versie: 2.3
Datum: 29 juni 2007
Status: Definitief

0. Inhoudsopgave

0. Inhoudsopgave	2
1. Inleiding	3
1.1 Aanleiding	3
1.2 Samenvatting	3
1.3 Leeswijzer	4
2. Analyse	5
2.1 Ambitie	5
2.2 Beleidskader	5
2.3 Evaluatie horecanota	5
2.4 Stand van zaken	7
2.5 Ontwikkelopgave	9
3. Aanpak	12
3.1 Ontwikkelstrategie	12
3.2 Acquisitie	13
3.3 Positionering	13
3.3.1 Organisatie	13
3.3.2 Promotie en communicatie richting ondernemers	14
3.3.3 Wet- en regelgeving	14
3.4 Ruimtelijk beleid	15
3.4.1 Concentreren of niet?	15
3.4.2 Scheffersplein	17
3.4.3 Houttuinen	17
3.4.4 Groothoofd	19
3.4.5 Nieuwstraat – Statenplein - Hofkwartier	19
3.4.6 Stadswerven – Enecoterrein	22
3.4.7 Stadswerven – Kop van de Staart	22
3.4.8 Visbrug – Visstraat - Voorstraat	22
3.4.9 Schakelpunten	23
3.4.10 Horeca buiten de binnenstad	23
3.4.11 Winkelondersteunende horeca	24
3.4.12 Hotels	24
3.5 Promotie richting gebruikers	24
3.6 Randvoorwaarden	25
3.6.1 Verbetering bereikbaarheid	25
3.6.2 Ontwikkeling van bronpunten	25
3.6.3 Evenementen en horeca	25
Bijlage 1: Acties en planning 2007-2012	26
Bijlage 2: Organisatie	29

1. Inleiding

1.1 Aanleiding

Er zijn 5 factoren die aanleiding geven voor het schrijven van deze notitie.

1. In 2002 is de Horecanota Binnenstad 2002-2007 vastgesteld. In het bijbehorende actieprogramma is een evaluatie gepland in 2007. Deze notitie geeft een evaluatie van wat er bereikt is en wat niet.
2. Zowel uit gesprekken met bestaande horeca-ondernemers als met potentiële investeerders komen knelpunten naar voren. Deze notitie geeft aan hoe deze knelpunten, en drempels voor verdere ontwikkeling, weggenomen kunnen worden.
3. Er is een nieuw bestemmingsplan binnenstad in ontwikkeling. Deze notitie geeft aan op welke wijze de ambities met betrekking tot de horeca daarin verwerkt moeten worden.
4. Er is een kanskaart in ontwikkeling van de binnenstad als samenhangend geheel. Deze notitie geeft zowel vanuit economische- als ruimtelijke optiek aan welke kansen er liggen om de horeca, als één van de pijlers van een aantrekkelijke binnenstad, verder tot ontwikkeling te brengen.
5. Horeca vormt één van de speerpuntsectoren binnen het acquisitiebeleid van het programma Economie. Deze notitie biedt een kader voor concrete acquisitie-opdrachten.

1.2 Samenvatting

De ontwikkeling van de binnenstad van Dordrecht kent een hoog ambitieniveau. Een goed en gevarieerd aanbod van horeca speelt daarin een belangrijke rol. Uit kwantitatief en kwalitatief onderzoek komt naar voren dat er, ondanks de conjuncturele dip van de laatste jaren, weliswaar sprake is van een lichte toename in het horeca-aanbod, maar dat zowel zakelijke- als particuliere gebruikers nog beter bediend kunnen worden. Het betreft zowel de omvang als de diversiteit van het aanbod.

Dit heeft tot gevolg dat Dordtenaren en in het bijzonder Drechtstedelingen nog te vaak andere steden bezoeken om uit (eten) te gaan. Ook de toeristische bezoeker keert veelal vóór het diner weer huiswaarts.

Hoewel de binnenstad overdag steeds succesvoller functioneert, vervult zij 's avonds nog niet de regiofunctie die gewenst is. Er is weinig loop in de avonduren. Dit vormt niet alleen een drempel voor nieuwe horeca-ondernemers, maar beweegt ook bestaande horeca-ondernemers er steeds vaker toe de openstelling te beperken tot de winkeltijden en/of het weekend. Hierdoor ontstaat een drempel voor verdere ontwikkeling.

Marktanalyse geeft aan dat er sprake is van substantiële marktruimte in alle segmenten van het horecabedrijf. Dankzij het aantrekken van de conjunctuur is er inmiddels sprake van toenemende belangstelling van nieuwe horeca-ondernemers maar niet in die mate die verwacht mag worden op basis van het 'gat in de markt'. Dit heeft te maken met het gebrek aan loop in de avonduren, de beperkte beschikbaarheid van geschikte panden en het feit dat er onvoldoende sprake is van een ontwikkelgerichte benadering van de markt.

Hoewel ondernemen primair een taak is voor de markt, kan de gemeente bijdragen door deze kip-ei-situatie te doorbreken en de Dordtse horeca door deze groeisporg te duwen. De ontwikkeling van de horeca zal de komende jaren daarom verder worden aangejaagd door het organiseren van een éénduidig professioneel aanspreekpunt dat de markt gericht zal benaderen en projectleiders zal ondersteunen bij het ontwikkelen van horeca. Daarnaast worden ervaren knelpunten zoveel als mogelijk weggenomen waardoor bestaande en nieuwe ondernemers beter gefaciliteerd worden.

Daarbij gaat het om bestemmingsplannen, bereikbaarheid, wet- en regelgeving en de beschikbaarheid van fysieke ruimte voor horeca-ondernemingen.

Het actieprogramma moet ertoe leiden dat de ontwikkeling van de horeca een inhaalslag maakt en in de toekomst gelijke tred houdt met de successen die geboekt zijn met betrekking tot winkelvoorzieningen, cultureel aanbod en evenementen. In 2012 kan de horeca dan met recht één van de pijlers van de aantrekkelijke (binnen)stad genoemd worden.

1.3 Leeswijzer

In hoofdstuk 2 wordt de Horecanota binnenstad geëvalueerd en wordt aan de hand van kwantitatief en kwalitatief onderzoek een analyse gemaakt van het huidige aanbod en het ontwikkelpotentieel. Het hoofdstuk sluit af met de ontwikkelopgave voor de periode 2007-2012.

Hoofdstuk 3 geeft op hoofdlijnen aan hoe het ontwikkelpotentieel de komende jaren benut kan worden en wat daarbij de rol van de gemeente is.

Bijlage 1 geeft een overzicht van de gewenste acties in de komende jaren. Bijlage 2 geeft aan op welke wijze de aanpak georganiseerd wordt. Bijlage 3 tenslotte is een overzichtskaart van de horeca in de binnenstad.

2. Analyse

2.1 Ambitie

Gemeente, ondernemers en projectontwikkelaars werken al jaren hard aan de ontwikkeling van de Dordtse binnenstad. Een aantrekkelijke binnenstad is cruciaal voor de ontwikkeling van Dordrecht en de Drechtsteden als totaal. De ambitie daarbij is hoog want Dordrecht wil niet alleen haar centrumfunctie voor de regio versterken maar ook een inhaalslag maken waar het gaat om het aantrekken van toeristische bezoekers, het binden van midden- en hogere inkomens en het acquireren van nieuwe bedrijvigheid.

Naast een aantrekkelijk winkelgebied, evenementen en culturele voorzieningen, is de aanwezigheid van horeca één van de pijlers voor die aantrekkelijke (binnen)stad. De ambitie voor de ontwikkeling van de horeca moet dus stroken met de ambitie t.a.v. de ontwikkeling van de binnenstad. De Dordtse horeca moet kwantitatief en kwalitatief dermate sterk ontwikkeld zijn dat ze:

1. in staat is (jonge, oude, arme, rijke, autochtone, allochtone) Dordtenaren en Drechtstedelingen aan zich te binden wat betreft hun horecabestedingen
2. in staat is de verblijfsduur van toeristische bezoekers te verlengen en daarmee de economische spin-off van het toerisme te vergroten
3. bijdraagt aan de positionering van Dordrecht als aantrekkelijke stad
4. bijdraagt aan het aantrekken van hogere inkomens en het acquireren van bedrijvigheid

2.2 Beleidskader

Over de betekenis van de horeca en het ambitieniveau van haar ontwikkeling bestaat geen discussie. In 2002 zijn deze nader vastgelegd in de Horecanota Binnenstad 2002-2007. De nota schetst een beeld van de gewenste ontwikkeling van de horeca in de Dordtse binnenstad en geeft ook een (ruimtelijk) beleidskader voor toetsing van initiatieven en een actieprogramma om te komen tot verdere ontwikkeling.

Aangezien het actieprogramma van de nota liep tot 2007 is een evaluatie gewenst. Zijn de resultaten van het programma bereikt? Is bijstelling van het beleid gewenst? Moet er een nieuw actieprogramma horeca komen?

2.3 Evaluatie horecanota

Op het gebied van beheer en overleg met de aanwezige horeca zijn goede resultaten geboekt. Zo heeft een goed georganiseerd overleg met ondernemers ertoe bijgedragen dat het Scheffersplein nu tot ontwikkeling is gekomen als terrassenplein. En hoewel het vestigingsproces voor een horecabedrijf tamelijk omslachtig is wat betreft vergunningen ed, wordt ook het accountmanagement van het Ondernemersloket positief gewaardeerd door ondernemers.

Als toetsingskader functioneert de horecanota wisselend. De fysieke en beschikbare ruimte op de aangewezen concentraties is beperkt en bepaalde typen horeca laten zich niet dirigeren richting de beoogde horecaconcentraties. Hierdoor is veel maatwerk aan de orde en wordt duidelijk dat de filosofie van concentreren niet in alle gevallen even wenselijk en haalbaar is.

In randvoorwaardelijke zin is aanvullend beleid gemaakt voor horeca op het water en horeca boven winkels. Dit scheidt voor ondernemers duidelijkheid wat wel en niet kan in de Dordtse binnenstad. Wat niet gebeurd is, is het doorvertalen van het beleid naar bestemmingsplannen. Hierdoor duurt het vestigingsproces in sommige gevallen onnodig lang a.g.v. vrijstellingsprocedures of een wijziging van het bestemmingsplan, waardoor potentiële investeerders soms ontmoedigd worden.

De horecanota staat ook een ontwikkelgerichte benadering van de markt voor om de horecaconcentraties verder tot ontwikkeling te brengen. Op het Scheffersplein is dit gebeurd waardoor

dit plein nu succesvol functioneert als terrassenplein. Op de concentraties Houttuinen en Groothoofd heeft de gemeente de laatste jaren echter niet het voortouw kunnen of willen nemen waardoor deze concentraties niet verder gegroeid zijn. Zeker wat betreft het Groothoofd, wat in potentie één van de meest kansrijke locaties van Dordrecht is, zijn daardoor kansen blijven liggen.

Vóór de totstandkoming van het Ondernemingsplan binnenstad en de horecanota was er relatief weinig aandacht voor het belang van goede horecavoorzieningen. Het is positief dat horeca de laatste jaren meer aandacht krijgt dan voorheen en een wezenlijk onderdeel uitmaakt van nieuwe projecten als Stadswerven, Hofkwartier en Voorstraat Noord. Vanuit de ontwikkelopgave die voortvloeit uit deze projecten wordt de markt *wel*/actief benaderd. Deze inspanning is echter gefragmenteerd waardoor in sommige gevallen ad hoc geadviseerd en ontwikkeld wordt en de markt door vele vertegenwoordigers van de gemeente benaderd wordt.

Naast de ontwikkeling van het Scheffersplein en de grote projecten hebben er ook op andere locaties positieve ontwikkelingen plaatsgevonden. Zo is er een aantal nieuwe restaurants bijgekomen en is ook de winkelondersteunende horeca verder versterkt. Daar staat tegenover dat ook een aantal ondernemingen verdwenen is. Behalve met natuurlijk verloop heeft dit ook te maken met de laagconjunctuur en de prijsstijgingen in de horeca in de periode 2002-2004. Op zich zijn dit tijdelijke effecten maar in toenemende mate klagen ondernemers over een structureel gebrek aan traffic in de avonduren. Ook consumenten geven aan dat er 's avonds te weinig te beleven is in de binnenstad. Dit punt verdient aandacht want het kan een negatieve spiraal naar beneden teweeg brengen.

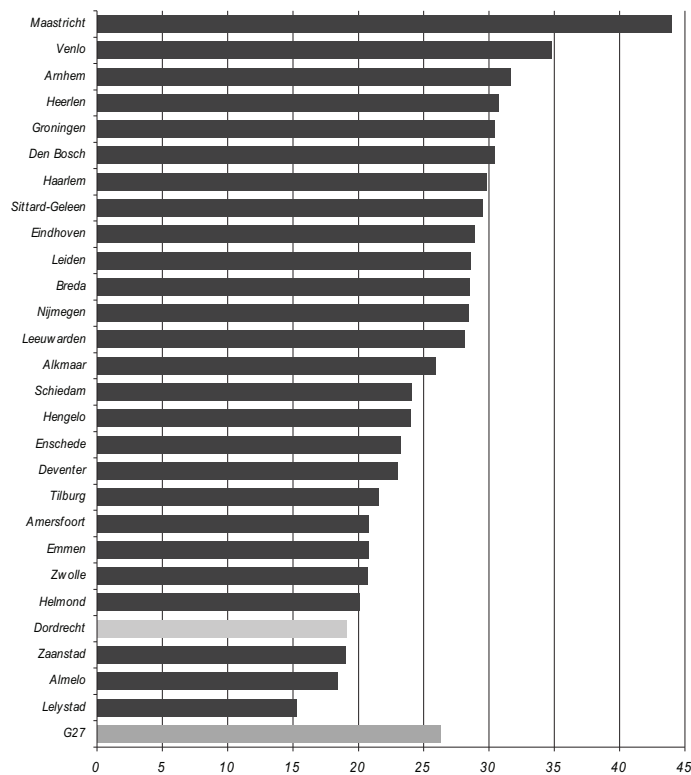
2.4 Stand van zaken

Omvang aanbod (1)

Op basis van kwantitatief onderzoek moet geconcludeerd worden dat het aantal horecabedrijven per 10.000 inwoners in de periode 2000-2005 niet gestegen is en blijft steken op 19. Daarbij moet wel de kanttekening geplaatst worden dat er in 2006 en 2007 een aantal ondernemingen bij is gekomen en er nog een aantal initiatieven in ontwikkeling is die nog niet in de statistieken verwerkt zijn. Ondanks de laagconjunctur van de afgelopen jaren is er dus wel degelijk een lichte toename te zien van het aantal horecabedrijven.

Dat Dordrecht geen bourgondische studentenstad is maakt een benchmark met de G27 weliswaar wat ongenueanceerd maar desondanks spreekt uit onderstaande figuur dat er nog veel te doen is om ook op het gebied van horeca een aantrekkelijke stad te worden.

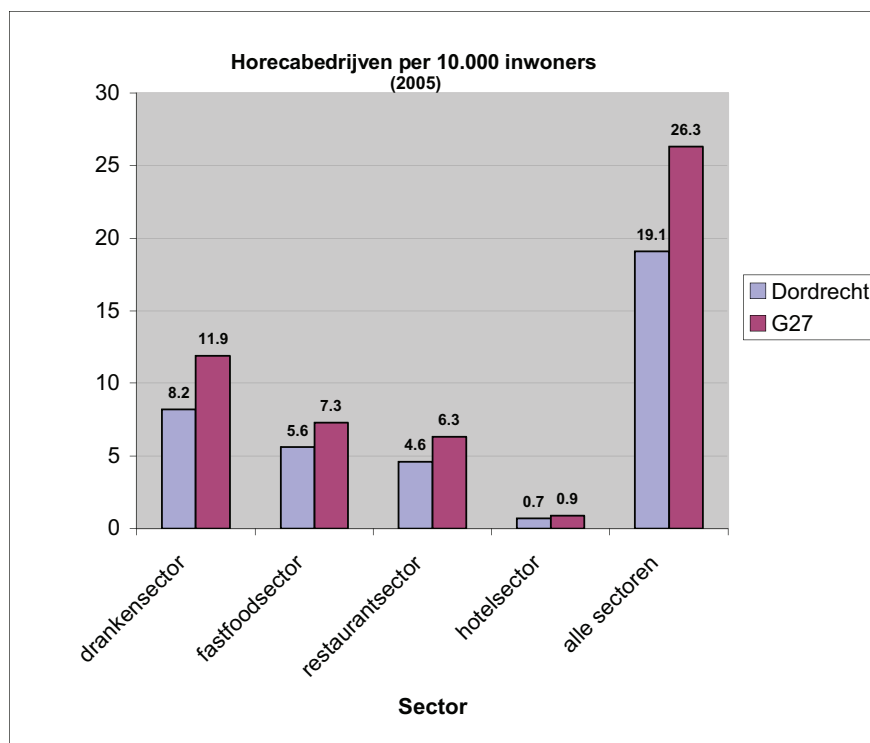
Figuur 2.1: Horecabedrijven per 10.000 inwoners, G27, 2005



Bron: BHenC, Horeca in cijfers 2005

Uit onderstaande grafiek blijkt dat dit tekort in het aanbod zich aftekent in alle segmenten van de horeca.

Figuur 2.2: Type horecabedrijven per 10.000 inwoners, 2005



Bron: BHenC, Horeca in cijfers 2005

Omvang aanbod (2)

De omvang van het horeca-aanbod wordt niet alleen bepaald door het absolute aantal ondernemingen maar ook door het vloeroppervlak van die ondernemingen. In de Horecanota binnenstad 2002-2007 werd al geconstateerd dat de gemiddelde onderneming in Dordrecht relatief klein is ten opzichte van andere steden. Dit verschil in bedrijfsomvang is de laatste jaren nog groter geworden. Uit onderstaande tabel blijkt dat de totale verkoopoppervlakte is gedaald tussen 2000 en 2005 en dat er in Dordrecht nauwelijks sprake is geweest van schaalvergroting waar dat in andere steden wel duidelijk zichtbaar is.

Figuur 2.3: Ontwikkeling verkoopoppervlakte horecabedrijven, 2000-2005, index en gemiddelde verkoopoppervlakte per bedrijf

Verkoopoppervlakte horecabedrijven, 2005 index 2000 = 100						
sector	Dordrecht	Amersfoort	Deventer	Zaanstad	Zwolle	G27
alle sectoren	95	119	99	122	113	106
drinkensector	92	113	95	99	110	97
fastfoodsector	102	108	98	97	121	106
restaurantsector	112	120	106	129	127	114
hotelsector	86	110	89	76	129	106
gemiddelde per bedrijf 2005	102 m ²	118 m ²	119 m ²	128 m ²	176 m ²	126 m ²

Bron: BHenC, Horeca in cijfers 2005

Diversiteit aanbod

Uit onderzoek van het SGB (stadspanel) en enquetes onder Dordtse ondernemers door het Ondernemersloket, blijkt dat er ook in kwalitatief opzicht het nodige ontbreekt aan het horeca-aanbod in de Dordtse binnenstad. Hiermee wordt overigens niet de kwaliteit van het ondernemerschap bedoeld, maar het gebrek aan diversiteit zoals dat door (particuliere en zakelijke) gebruikers van de Dordtse horeca ervaren wordt. Wat volgens de gebruikers nog ontbreekt is:

- Voldoende restaurants in het midden- en hogere segment (vanaf € 40 per persoon).
- Grotere diversiteit in keukens. Genoemd worden met name Latijns-Amerikaanse en Aziatische keukens, anders dan de Chinese. Ook is er een toenemende interesse in gezond en vegetarisch eten.
- Conceptuele horeca zoals kinderrestaurants, cabaret-diner, literair café etc.
- Voldoende goede en bereikbare lunchgelegenheden voor het bedrijfsleven.
- Kwalitatief en kwantitatief hotelaanbod voor zowel bedrijfsleven als toeristen.
- Uitgaansgelegenheden voor mensen tot 35 jaar.
- Grand-caféachtige formules in het hogere segment
- Café's gericht op publiek van 35 jaar en ouder

Openstelling

Consumenten zijn soms ontevreden over de beperkte openstelling van sommige horecabedrijven die slechts enkele dagen per week open zijn of hun deuren gesloten houden tijdens koopzondagen en het Kunstrandje Dordt. En recentelijk zien we steeds vaker dat zaken die voorheen zowel overdag voor winkelend publiek, als 's avonds voor overig publiek waren geopend, nu 's avonds hun deuren sluiten. Vanuit de optiek van de ondernemer is er op die momenten blijkbaar onvoldoende aanloop om de zaak te openen. Het gevolg hiervan is wel dat de perceptie dat er buiten winkeltijden niets te doen is in de Dordtse binnenstad verder versterkt wordt.



Gevolgen voor koopkrachtbinding

Het bezoek aan de binnenstad is op zich duidelijk toegenomen: in vijf jaar tijd van 180.000 naar 270.000 bezoekers per week. De toename heeft echter vooral betrekking op het dagbezoek en is merkbaar in de daghoreca tot 16:00 uur. Dagtoeristen reizen veelal voor het avondeten weer naar huis. In de avonduren lijkt de horeca vooral de Dordtse bevolking te bedienen, en is er naar schatting weinig bezoek vanuit de regio's.

Uit het SGB-onderzoek onder het Dordtse Stadspanel (2004) blijkt dat 44% van het aantal keren dat Dordtenaren uiteten gaan, dit in Dordrecht gebeurt, en voor de overige 56% een andere plaats wordt bezocht. Ook uitgaan doen Dordtenaren vaak buiten Dordrecht, het marktaandeel voor uitgaan onder Dordtenaren is 52%. Het keuzeaanbod in uitgaansgelegenheden werd in 2004 laag gewaardeerd met een 5,6 en de sfeer bij het uitgaan met een 6,0.

2.5 Ontwikkelopgave

Ontwikkelpotentieel

Concluderend kan gesteld worden dat er, mede dankzij de horecanota en tegen de conjunctuurbeweging in, positieve resultaten geboekt zijn in de afgelopen jaren maar dat het horeca-aanbod in de binnenstad zowel kwantitatief als kwalitatief nog onvoldoende is en geen gelijke tred

houdt met de successen die geboekt zijn met het op niveau brengen van de winkel-, culturele- en vrijetijdsvoorzieningen zoals evenementen. Zowel uit de statistieken als uit de waardering van particuliere en zakelijke horecabezoekers blijkt dat er sprake is van een 'gat in de markt' in alle segmenten van het horecabedrijf, met een duidelijk accent in de avondhoreca. Deze marktruimte manifesteert zich in de beperkte koopkrachtbinding 's avonds van Dordtenaren en (met name ook) Drechtstedelingen en de beperkte verblijfsduur van dagtoeristen. De marktruimte zal de komende jaren nog verder toenemen als gevolg van de volgende ontwikkelingen:

- aantrekken conjunctuur waarvan de horeca met enige vertraging van profiteert;
- realisatie van nieuwbouwprojecten gericht op bewoners met een grootstedelijke levensstijl zoals Plan Tijn en De Hoven;
- toename tot 2015 van de bevolkingsomvang in de Drechtsteden met 5400;
- uitwerking Hollands Glorie;
- versterking van de branding van Dordrecht via Dordrecht Marketing, evenementen etc;
- ontwikkeling Hofkwartier, Stadswerven en Voorstraat Noord.

Waar blijft de markt?!

Als er inderdaad zo'n enorme marktruimte is, waarom staan ondernemers dan niet in de rij om een horecabedrijf te starten in de Dordtse binnenstad? Voor de periode 2002-2005 kan een deel verklaard worden uit de slechte economie, waaronder de horeca in heel Nederland te lijden heeft gehad. Vóór en ná die periode is er wel degelijk meer belangstelling vanuit de markt te zien, maar niet zodanig groot als verwacht mag worden op basis van de marktanalyse zoals hierboven beschreven. Naast de conjuncturele dip zijn er blijkbaar nog meer drempels. De volgende factoren spelen daarbij een rol:

- Potentiële investeerders schrikken terug van de beperkte loop in de avonduren.
- Niet alle ondernemers laten zich naar de aangewezen horecaconcentraties dirigeren en daarbuiten zijn de mogelijkheden relatief beperkt wegens een gebrek aan gebruiksklare, geschikte panden en beperkingen door bestemmingsplannen en regelgeving.
- Het horecabestand in Dordrecht bestaat uit relatief veel kleine, lokale ondernemers met 1 vestiging. Dit type onderneming mist vaak de financiële basis of drijfveer om meerdere zaken te openen. Ook missen zij vaak de ervaring om niet-horeca panden te herontwikkelen tot een gebruiksklaar horecapand.
- Dordrecht staat niet bekend als een stad waar horeca investeringen makkelijk terugverdiend worden en staat daarom niet op de shortlist van de grote brouwerijen en grote ondernemers met 10 of meer vestigingen.
- Vanuit de gemeente is er nauwelijks sprake geweest van acquisitie of een actieve benadering van de markt om investeerders te wijzen op ontwikkelingen en business opportuniteiten.

Gebrek aan traffic

Het gebrek aan loop in de avonduren vraagt nog wat extra aandacht omdat het een mogelijke drempel vormt voor verdere ontwikkeling en acquisitie van nieuwe ondernemers.

Op basis van bovenstaande analyse en gesprekken met de markt kunnen de volgende verklaringen gegeven worden voor het gebrek aan loop in de avonduren:

- het ontbreken van bronpunten van betekenis zoals een bioscoop
- de perceptie dat de binnenstad per auto slecht bereikbaar is
- onbekendheid met het aanbod
- gebrek aan diversiteit in het aanbod
- ontbreken van kritische massa (één terras met 5 tafeltjes trekt niet, een terrassenplein wèl)
- beperkt aantal jongeren en studenten in de binnenstad (de komst van de PABO's naar het Achterom was voor de Dordtse horeca direct voelbaar)

Dat er ondanks het gat in de markt weinig spontane loop is 's avonds in de binnenstad betekent dat ondernemers in staat moeten zijn om hun eigen traffic te genereren. Als dit potentiële investeerders afremt, neemt het aanbod niet toe en blijft de loop in de avonduren beperkt. Er lijkt hierdoor sprake te zijn van een kip-ei-situatie. Indien bestaande ondernemers bovendien besluiten om hun bedrijf 's avonds te sluiten, ontstaat zelfs een spiraal naar beneden.

Ontwikkelopgave

Wil Dordrecht voldoen aan de ambitie een stad te zijn die voorziet in de (basis)behoeften van haar inwoners, een centrumfunctie voor de regio vervult en dermate aantrekkelijk is dat ze toeristen, koopkrachtige woonconsumenten en nieuwe bedrijven aan zich kan binden, dan zal er het nodige moeten gebeuren wat betreft het horeca-aanbod. Afgezien van de vraag hoe maakbaar de samenleving is en wat dus de invloed van een gemeente is, is de ontwikkelopgave helder. Om ook 's avonds een aantrekkelijke (binnen)stad te zijn moet er gewerkt worden aan:

- vergroten van de koopkrachtbinding door nieuwe onderscheidende concepten en een beter functioneren van de reeds aanwezige horeca
- vergroten aantal horecaondernemingen met accent op de segmenten café/bar en restaurant in het midden- en topsegment
- vergroten diversiteit van het horeca-aanbod zodat beter ingespeeld wordt op de specifieke wensen van (potentiële) bezoekers
- doorbreken van de patstelling die ontstaat door het gebrek aan loop in de avonduren zodat het vliegwiel van particuliere investeringen op gang komt

3. Aanpak

3.1 Ontwikkelstrategie

Om de in paragraaf 2.5 geformuleerde doelen te bereiken, wordt in dit hoofdstuk een strategie op hoofdlijnen gegeven. Sommige acties zijn al concreet en staan vermeld in het actieprogramma in bijlage 1, andere acties moeten nader worden uitgewerkt.

Samengevat moet er op de volgende trajecten actie worden uitgezet:

- 1. Acquisitie: acquireer nieuwe ondernemingen die het aanbod completeren.**
 - a. Concentreer op restaurants in top- en middensegment en (dans)café's of combinaties daarvan.
 - b. Acquireer niet in het wilde weg maar begin met (minimaal 2) grote ondernemers die de loop in de avonduren verder op gang kunnen brengen. Dat wil zeggen: bedrijven met een bewezen concept die de toon kunnen zetten en in staat zijn op eigen kracht bezoekers uit Dordrecht, de Drechtsteden en daarbuiten aan te trekken.
 - c. Benut kansen binnen projecten als Hofkwartier en Voorstraat Noord om direct te sturen op onderscheidende ontwikkelingen.

- 2. Positionering: biedt duidelijkheid en zekerheid aan potentiële investeerders.**
 - a. Organiseer een professionele, pro-actieve benadering van de markt en zorg voor een éénduidig aanspreekpunt (naar binnen en naar buiten) voor nieuw te ontwikkelen horeca.
 - b. Maak duidelijk wat je ambitie en beleid is en communiceer dit in een compacte en wervende brochure die de acquisitie kan ondersteunen.
 - c. Vertaal beleid naar bestemmingsplan, vergunningen, handhaving en overige wet- en regelgeving, zodat het beleid ook daadwerkelijk geëffectueerd wordt.
 - d. Stroomlijn het (voor horeca omvangrijke) vergunningentraject.

- 3. Ruimtelijk beleid: creëer meer fysieke ruimte voor ondernemen.**
 - a. Verruim de vestigingsmogelijkheden voor restaurants.
 - b. Benut bestaande horecaconcentraties beter en stuur actief op verdichting.
 - c. Ontwikkel gefaseerd 3 nieuwe concentraties.
 - d. Benut kansen om geschikte panden te herontwikkelen door partijen bij elkaar te brengen of zelf een tijdelijke rol als eigenaar te spelen.

- 4. Promotie richting gebruikers: faciliteer en stimuleer de bestaande horeca zodanig dat zij beter in staat is Dordtenaren en Drechtstelingen aan zich te binden.**
 - a. Communiceer bereikbaarheid en parkeren.
 - b. Stimuleer gezamenlijke promotie van het aanwezige aanbod.
 - c. Neem horeca expliciet mee in Dordrecht marketing en acties gericht op toeristisch bezoek.

- 5. Randvoorwaarden: stimuleer de loop in de avonduren verder door aan te sturen op ontwikkeling en uitvoering van aanvullend randvoorwaardelijk beleid.**
 - a. Ontwikkeling parkeergarages en verbetering bereikbaarheid en vindbaarheid.
 - b. Ontwikkeling van bronpunten zoals een bioscoopcomplex in de binnenstad.
 - c. Bijzondere aandacht voor evenementen die ook 's avonds loop genereren.
 - d. Onderneem actie om opleidingen en studenten naar de stad te trekken en hou bij woningbouwprojecten in de binnenstad rekening met woningen voor jongeren.

3.2 Acquisitie

Bij acquisitie moet onderscheid gemaakt worden tussen koude en warme acquisitie. Warme acquisitie is reactief. Het gaat om initiatieven die zich min of meer spontaan aandienen. In dit soort gevallen is het van belang de potentiële investeerder zo goed mogelijk te informeren, begeleiden en faciliteren. In het geval van koude acquisitie wordt de markt pro-actief benaderd. De analyse van H2 geeft aan dat er in alle segmenten voldoende marktruimte is maar dat deze onvoldoende spontaan wordt opgevuld (onder andere) vanwege een gebrek aan loop in de avonduren.

Het heeft echter geen zin om in te zetten op 'meer van hetzelfde'. De acquisitie-inspanning zal zich met name moeten richten op ondernemers die deze kip-ei-situatie kunnen helpen doorbreken. Dit betekent in ieder geval dat het accent gelegd wordt op avondhoreca, in het bijzonder op restaurants in het midden- en topsegment en (dans)café's.

Het gaat daarbij om ondernemingen die dermate onderscheidend zijn van het bestaande aanbod dat ze in staat zijn om niet alleen Dordtenaren en Drechtstedelingen aan te trekken maar ook klanten van buiten de regio. Dit soort sterke concepten genereren voor een groot deel hun eigen traffic en trekken bovendien vaak een aantal (kleinere) ondernemers mee in hun kielzog. Zo profiteert de gehele Witte de Withstraat in Rotterdam van het succes van een concept als Hotel Bazar en fungeert Hotel New York al jaren als motor van verdere ontwikkeling op de Kop van Zuid. Als een aantal van dit soort 'parels' kan worden gerealiseerd in de Dordtse binnenstad, is de kans groot dat de resterende marktruimte spontaan wordt opgevuld door nieuwe ondernemers die graag in de nabijheid van dergelijke formules willen ondernemen.

Uiteraard is marktruimte een noodzakelijke voorwaarde, maar dit type ondernemers wordt bovenal aangetrokken door de unieke kwaliteiten van een pand en/of locatie. Het is daarom van belang om goed te monitoren wanneer potentiële panden beschikbaar komen voor (her)ontwikkeling en vervolgens partijen bij elkaar te brengen. Ook kan het in uitzonderlijke gevallen gewenst zijn dat de gemeente panden tijdelijk verwerft, bijvoorbeeld indien gezamenlijke ontwikkeling van versnipperd eigendom gewenst is.

In gevallen dat de gemeente zelf beschikt over dergelijke panden, moet een hoog ambitieniveau gehanteerd worden bij de herontwikkeling ervan. Bij de herontwikkeling van de watertoren in de Stadswerven is dit gebeurd en Villa Augustus zal bij succesvol functioneren zeker een aanjager blijken van verdere ontwikkeling. Ook panden als bijvoorbeeld het Energiehuis en Nieuwstraat 60-62 kunnen een gangmaker zijn en een multiplier teweegbrengen. Voorwaarde is wel dat daar geen gemiddelde exploitaties in komen maar concepten met (boven)regionale uitstraling.

3.3 Positionering

3.3.1 Organisatie

Van acquisitie zoals hierboven beschreven is tot op heden geen sprake. Voor zover potentiële investeerders actief benaderd worden, gebeurt dit vanuit verschillende stedelijke projecten. Het ontbreekt vaak aan voldoende kennis van de markt en coördinatie tussen projecten en zelfs tussen deelprojecten. Wat betreft het beheer van de bestaande horeca is er een éénduidig aanspreekpunt maar de inspanningen m.b.t. de ontwikkeling van nieuwe horeca is versnipperd. Dit betekent in de praktijk dat:

- projectleiders en directeuren veelal solitair opereren als ontwikkelaar
- sommige ondernemers, los van elkaar, door meerdere projectleiders benaderd zijn voor nieuwe initiatieven
- meerdere externe adviseurs actief zijn om projectleiders te begeleiden
- voor locaties die niet binnen een project vallen (zoals de horecaconcentraties zelf) geen sprake is van een ontwikkelgerichte benadering van de markt

Op zich hoeft dit niet desastreus te zijn maar de kans bestaat dat de gemeente hierdoor geen solide gesprekspartner is voor grotere marktpartijen en dat het ambitieniveau soms lager ligt dan voor de binnenstad als totaal wenselijk is. Dat de ontwikkeling van de horecaconcentraties niet actief wordt aangejaagd d.m.v. gerichte acquisitie is zonder meer een gemiste kans.

Om de ontwikkeling van de horeca op een effectieve manier aan te jagen wordt in bijlage 2 een voorstel gedaan voor een organisatie die, in ieder geval de komende 2 jaar, de markt pro-actief zal benaderen vanuit het bovengenoemde acquisitiekader. Deze organisatie waarborgt een éénduidig aanspreekpunt voor horeca-ontwikkeling, is ondersteunend aan projecten waarin horeca een rol speelt en leidend in het versterken van de horecaconcentraties en het tot ontwikkeling brengen van nieuwe locaties.

3.3.2 Promotie en communicatie richting ondernemers

Na 2002 is de Horecanota aangevuld met diverse losse beleidsnotities die nog niet zijn samengevoegd tot een overzichtelijk totaaldocument (o.a. Horeca op het water, Horeca op de verdieping, Geluid&horeca).

De uitgangspunten van de Horecanota en het aanvullende beleid worden in een compact document samengevat. Dit document geeft zowel voor bestaande als potentiële investeerders aan wat de ambitie is en wat de (on)mogelijkheden zijn in de Dordtse binnenstad.

3.3.3 Wet- en regelgeving

Een gebleken knelpunt in de ontwikkeling van de horecaconcentratiegebieden is een tekort aan ruimte voor horecaondernemingen. Panden zijn op de begane grond soms gevuld met andere functies dan horeca. Enerzijds komt dat omdat die functies er van oudsher gevestigd zijn (wonen aan het Groothoofd, detailhandel en dienstverlening aan Houttuinen en Scheffersplein). Anderzijds laat het bestemmingsplan in veel panden nog steeds vestiging van andere functies dan horeca toe. In sommige gevallen is horeca zelfs niet direct mogelijk, zelfs niet d.m.v. binnenplanse vrijstellingen, waardoor langere procedures moeten worden gevolgd.

De herziening van het bestemmingsplan binnenstad biedt de kans dit knelpunt op te lossen. Op hoofdlijnen moet het nieuwe bestemmingsplan in het volgende voorzien:

- In de horecaconcentratiegebieden is de bestemming primair horeca. Binnenplanse vrijstelling voor andere centrumvoorzieningen is mogelijk indien blijkt dat horeca niet rendabel te exploiteren valt a.g.v. beperkingen van het pand of wet- en regelgeving. De woonfunctie wordt hier afgebouwd.
- Vestiging van lichte en middelzware horeca op schakelpunten is zonder meer mogelijk.
- Binnen het kernwinkelgebied dient de horeca primair winkelondersteunend te zijn.
- Op de route van het rondje Dordt zijn restaurants mogelijk na binnenplanse vrijstelling, daarbuiten na een zwaardere procedure.
- Overige initiatieven die niet direct inpasbaar zijn, vragen om maatwerk en dus om zwaardere planjuridische procedures

In § 3.4 wordt per gebied aangegeven op welke wijze aanpassing van het bestemmingsplan kan bijdragen aan de gewenste ontwikkeling.

In het actieprogramma in bijlage 1 wordt een aantal maatregelen genoemd die de duidelijkheid omtrent wet- en regelgeving moeten vergroten en het vergunningproces nog beter stroomlijnen.

3.4 Ruimtelijk beleid

3.4.1 Concentreren of niet?

De Horecanota binnenstad 2002-2007 stuurt aan op de ontwikkeling van 3 horecaconcentratiegebieden en een aantal schakelpunten. Achterliggend idee is dat concentratie de zichtbaarheid en vindbaarheid vergroot, looproutes aantrekkelijker maakt, en dat ook eventuele overlast geconcentreerd blijft. Het heeft dus vooral een ruimtelijke achtergrond. Het concentratiebeleid is slechts ten dele succesvol gebleken de afgelopen jaren. De twee voornaamste oorzaken daarvoor zijn het gebrek aan beschikbare en geschikte ruimte op die locaties, en het feit dat vestiging op horecaconcentraties voor de ondernemer niet per sé meerwaarde biedt.

In de Horecanota wordt slechts beperkt onderscheid gemaakt tussen verschillende typen horeca en is onvoldoende bekeken wat de locatiewensen van de ondernemer zijn. Vanuit de optiek van de ondernemer is concentratie lang niet altijd vanzelfsprekend. Binnen de concentratiegebieden is bijvoorbeeld niet geregeld dat de horecafunctie bovengeschied is aan andere functies, en hebben horecazaken binnen de concentratiegebieden niet meer ruimte in wet- en regelgeving (bijv. geluidsruijnte, openingstijden terrassen) dan andere horecazaken buiten de concentratiegebieden. Dit geeft de horecaconcentratiegebieden - behalve de nabijheid van andere horecazaken - geen duidelijke meerwaarde voor vestiging.

Ook is de nabijheid van andere horecabedrijven lang niet altijd een vestigingsfactor voor een nieuwe ondernemer. Een restaurant in het midden- of topsegment zal zich bijvoorbeeld meer laten leiden door de uitstraling en gebruiksmogelijkheden van het pand dat beschikbaar is, dan door de vraag of er veel spontane aanloop is op die locatie. En een hotel zal vooral graag op een locatie zitten die goed ontsloten is qua parkeren en openbaar vervoer.

Concentratie is economisch gezien wel zinvol voor terrassen en café's omdat een terrassenplein of uitgaansgebied meer aantrekkingskracht heeft dan de som der delen.

Het streven naar concentratie zal daarom gehandhaafd blijven ten aanzien van terrassen, café's en horeca die veel geluid produceert. Voor restaurants worden de vestigingsmogelijkheden verruimd.

Zoals gezegd is de beperkte beschikbaarheid van horecapanden een belangrijk knelpunt in de ontwikkeling van de horeca. De Dordtse horecaconcentratiegebieden zijn in vergelijking met concentratiegebieden in andere steden per stuk beperkt in omvang. Vrijwel alle nieuwe ondernemingen die zich in de afgelopen jaren hebben gevestigd, zitten buiten de aangewezen concentraties. Om beter te voorzien in de behoefte aan fysieke ruimte, zal worden aangestuurd op verdichting van de concentraties door het stimuleren van herontwikkeling van panden met functies anders dan horeca, en wordt op een aantal andere locaties aangestuurd op ontwikkeling van nieuwe concentraties.

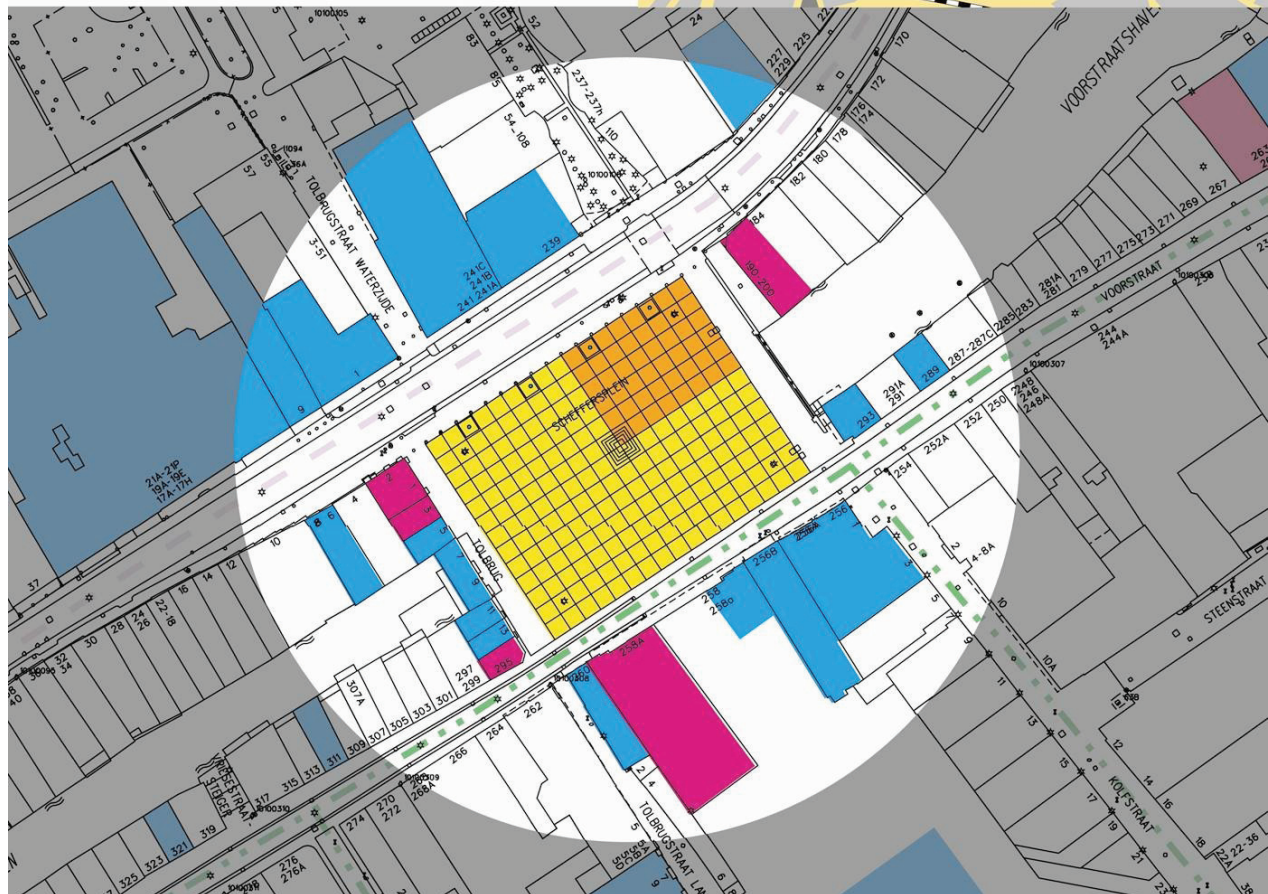
Scheffersplein

Horeca concentratiegebied

In 2012 is het Scheffersplein niet alleen het terrasplein van Dordrecht maar een uitgaansgebied dat ook 's winters veel publiek trekt. Direct aan het plein bevinden zich diverse soorten cafés en eetcafés, in de aangrenzende delen van de Groenmarkt en Wijnstraat bevinden zich restaurants in het midden- en hogere segment die zich op een wat ouder publiek richten.



- bestaande horeca
- ontwikkelpotentie
- bestaand terras
- terrasontwikkeling
- — — rondje Dordt
- · — · — winkelondersteunende horeca



3.4.2 Scheffersplein

In 2012 is het Scheffersplein niet alleen het terrassenplein van Dordrecht maar een uitgaansgebied dat ook 's winters veel publiek trekt. Alle panden die direct grenzen aan het plein bevatten dan horeca. Direct aan het plein bevinden zich diverse soorten cafés en eetcafés die zich veelal richten op bezoekers tot ongeveer 25 jaar, in de aangrenzende delen van de Groenmarkt en Wijnstraat bevinden zich restaurants in het midden- en hogere segment die zich op een wat ouder publiek richten. Het plein functioneert nu al goed maar heeft de potentie om verder uit te groeien tot een aantrekkelijk uitgaansgebied. De terrascapaciteit kan nog zeker met 30-40% groeien. In overleg met de aanwezige ondernemers zal gestuurd worden op maximale benutting van de ruimte. Aanvankelijk door bestaande ondernemers maar in de toekomst ook door nieuwe ondernemers want een aantal panden wordt nog niet benut voor horeca.

Grote potentie voor verdere ontwikkeling is het winkelpand aan de zuidzijde (boekhandel) inclusief de ondergelegen (grote) kelder waarin al horeca gevestigd is. Moeilijker is de strip aan de westzijde. De panden hier zijn klein en het eigendom versnipperd. Er wordt onderzoek gedaan naar de bouwtechnische en economische haalbaarheid om een aantal panden als collectief te ontwikkelen tot een aantrekkelijke horeca-exploitatie.

Verdere ontwikkeling wordt gefaciliteerd door in het bestemmingsplan alle panden die direct grenzen aan het plein te bestemmen als horeca. Binnenplanse vrijstelling voor andere centrumvoorzieningen is alleen mogelijk indien blijkt dat horeca niet rendabel te exploiteren valt a.g.v. beperkingen van het pand of wet- en regelgeving. De woonfunctie direct boven horeca wordt afgebouwd. Voor nieuwe ondernemingen worden strenge eisen gesteld aan de openstelling: zowel tijdens winkeltijden als 's avonds dienen horecagelegenheden geopend te zijn.

3.4.3 Houttuinen

Dit gebied heeft overdag een andere functie dan 's avonds. Overdag komen er vooral (individuele) cultuurtoeristen, die een bezoek brengen aan de Grote Kerk en de havens. In de avond en nacht heeft de horeca aan De Houttuinen vooral een uitgaansfunctie voor de jeugd tot ongeveer 25 jaar. Horecaconcentratiegebied Houttuinen loopt momenteel van Blauwpoortsplein via Houttuinen (tot nr. 25) tot en met het westelijke gedeelte van de Grotekerksbuurt. De afbakening van het gebied leidt ertoe dat horeca aan het water (Houttuinen 25 t/m 33) niet kan worden toegestaan. Hierdoor kan geen gebruik worden gemaakt van de verblijfskwaliteit die het water biedt. Daarom wordt de horecaconcentratie Houttuinen iets uitgebreid tot en met het gedeelte van de Houttuinen dat aan het water ligt.

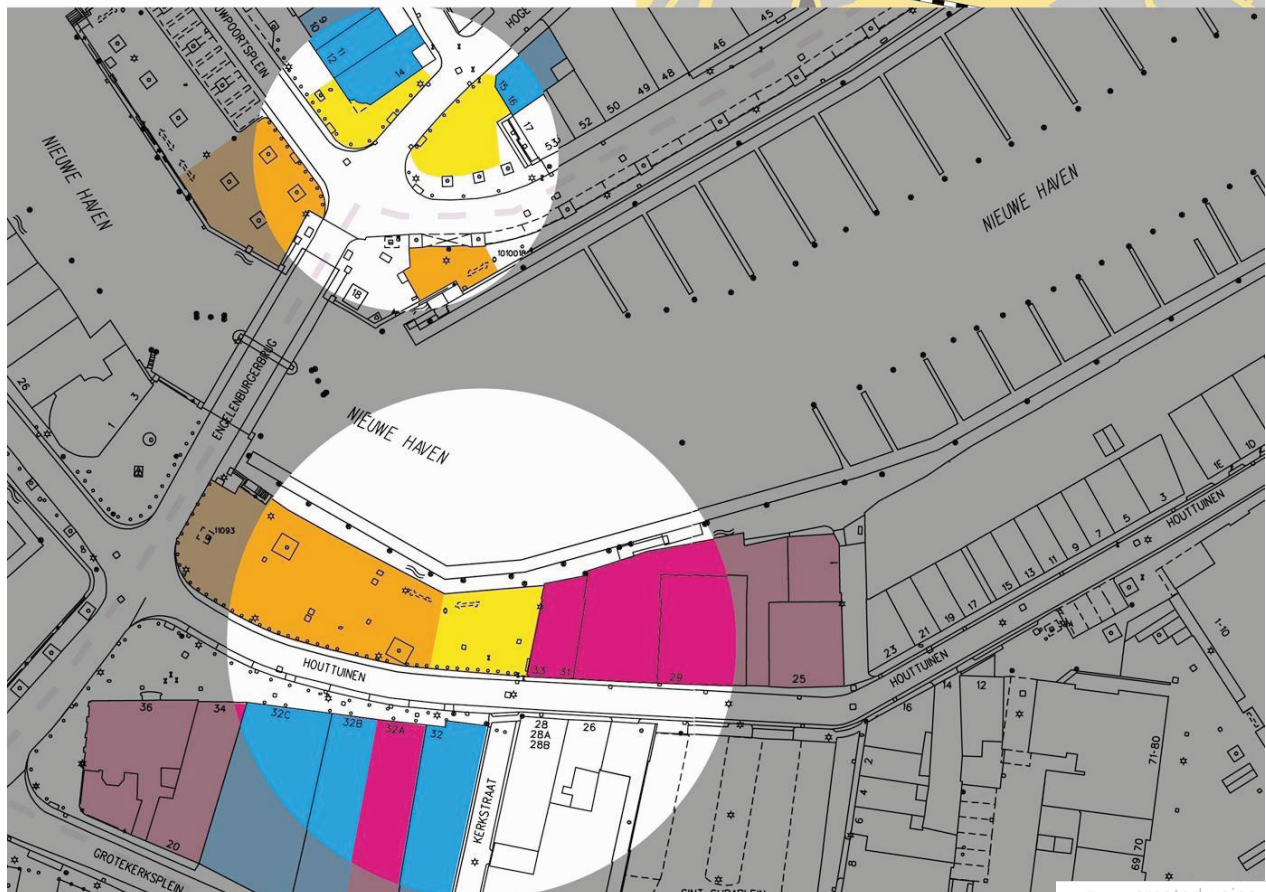
De ontwikkelpotentie voor dit gebied ligt in de panden aan de Houttuinen zelf. Het deel Grotekerksbuurt en Blauwpoortsplein blijft een gemengde bestemming houden waarbij gewaakt moet worden voor een goede balans tussen wonen en ondernemen. Het deel van de Houttuinen dat aan het water ligt, kan verder ontwikkeld worden tot zelfstandige horeca die een link heeft met het watertoerisme. Het blok van de voormalige Pontonnierskazerne krijgt de primaire bestemming horeca. De woonfunctie in dit blok vervalt als gebruiksmogelijkheid. In overleg met de huidige ondernemers en eigenaren wordt onderzocht hoe de horecafunctie verdicht kan worden en de openstelling verruimd, waardoor deze concentratie zowel overdag als 's avonds sterker gaat functioneren. Openbare orde en veiligheid is daarbij een belangrijke randvoorwaarde.

Houttuinen/ Blauwpoortsplein

Horeca concentratiegebied

In 2012 worden Blauwpoortsplein en de Houttuinen overdag vooral bezocht door toeristen, die een bezoek brengen aan de Grote Kerk en de havens. De terrasfunctie is versterkt en het deel van de Houttuinen dat aan het water ligt huisvest een aantal nieuwe restaurants. Hiermee is de verblijfskwaliteit in een gebied van water, cultuur en historie versterkt. In de avond en nacht heeft de horeca aan De Houttuinen vooral een uitgaansfunctie voor de jeugd tot ongeveer 25 jaar.

-  bestaande horeca
-  ontwikkelpotentie
-  bestaand terras
-  terrasontwikkeling
-  rondje Dordt
-  winkelondersteunende horeca



3.4.4 Groothoofd

Het Groothoofd is één van de mooiste en meest karakteristieke locaties van Dordrecht en daarmee in potentie een ideale locatie om horeca te exploiteren. In het verleden is dat met wisselend succes gebeurd. Ondanks het faillissement van Hotel Bellevue en de langdurige leegstand die daarop volgde, lijkt de ontwikkeling van deze locatie weer op gang te komen.

Mits goed ontwikkeld kan het Groothoofd één van de parels van de Dordtse binnenstad worden. Een belangrijke drempel daarbij is de nog aanwezige woonfunctie en het versnipperde eigendom. Het blok kan uitsluitend tot volledige ontwikkeling komen als een beperkt aantal ondernemers en eigenaren bereid is samen te werken en deze locatie als collectief naar het niveau te tillen dat het verdient. Een gemeentelijke rol als aanjager, bemiddelaar en projectleider is daarbij onmisbaar. Hier zal de komende jaren dan ook actief op worden ingezet met bestaande ondernemers en eigenaren.

Ook de westelijke punt van de Merwekade heeft meer potentie als vestigingslocatie voor horeca. De vele cruiseschepen die hier aankomen, maken dat de Merwekade een toeristische stadsentree van betekenis is geworden. Als er een hernieuwde visie op de Merwekade en omgeving wordt ontwikkeld, zal de toeristische functie en de ondersteunende rol van horeca daarbij, worden meegenomen. De komende jaren zal het actieprogramma zich echter concentreren op verdere ontwikkeling van het Groothoofd.

In 2012 is het Groothoofd overdag een toeristische trekpleister vanwege het unieke uitzicht op de rivieren en de Groothoofdspoor. Het complete blok bestaat dan uit een combinatie van hotel/restaurant Bellevue met cafés inclusief (winter)terrassen. In de avonduren wordt het gebied gebruikt door een publiek van 25 jaar en ouder, dat hier graag uitgaat. De woonfunctie is verdwenen en het hele blok heeft een horecabestemming. Het knelpunt parkeren is in de directe omgeving opgelost.

3.4.5 Nieuwstraat – Statenplein - Hofkwartier

In de Nieuwstraat en aan het Statenplein zitten een paar restaurants en een café. Vanwege de kleine, monumentale pandjes gaat het om relatief kleine ondernemingen. Met uitzondering van de Nieuwstraat blijft het Statenplein winkelgebied met ruimte voor winkelondersteunende horeca. Met de verschuiving van het zwaartepunt van het kernwinkelgebied (en daarmee verschuiving van de looproutes), is het niet langer zinvol om van de horeca in de Nieuwstraat te eisen dat zij winkelondersteunend is.

In de Horecanota binnenstad 2002-2007 werd al aangegeven dat de Nieuwstraat de potentie heeft om een aantrekkelijk eetstraatje te worden. Nu het Hofkwartier tot ontwikkeling komt, liggen er grote kansen om dit te realiseren. Economische kansen omdat het Hofkwartier bezoekers aantrekt en ruimtelijk omdat, mits het pand Nieuwstraat 60-62 met voldoende ambitie ontwikkeld wordt, de Nieuwstraat zowel ruimtelijk als functioneel kan worden 'opgespannen' tussen Nieuwstraat 60-62 en het cluster van restaurants op de kruising Voorstraat-Wijnbrug. Hiermee ontstaat via de Wijnbrug en de horeca in de Wijnstraat ook een horecaroute naar het Scheffersplein.

Voorwaarde is wel dat Nieuwstraat 60-62 een sterk en aantrekkelijk horecaconcept huisvest dat niet alleen ondersteunend is aan het dagbezoek aan het Hofkwartier maar ook 's avonds in staat is een eigen bezoekersstroom op gang te brengen. Conform hetgeen gezegd is over acquisitie in deze notitie, zal daarbij worden ingezet op een ondernemer met voldoende creativiteit en ervaring als ontwikkelaar die vanwege zijn sterke concept een aantal kleinere ondernemers in zijn kielzog kan meetrokken naar de Nieuwstraat.

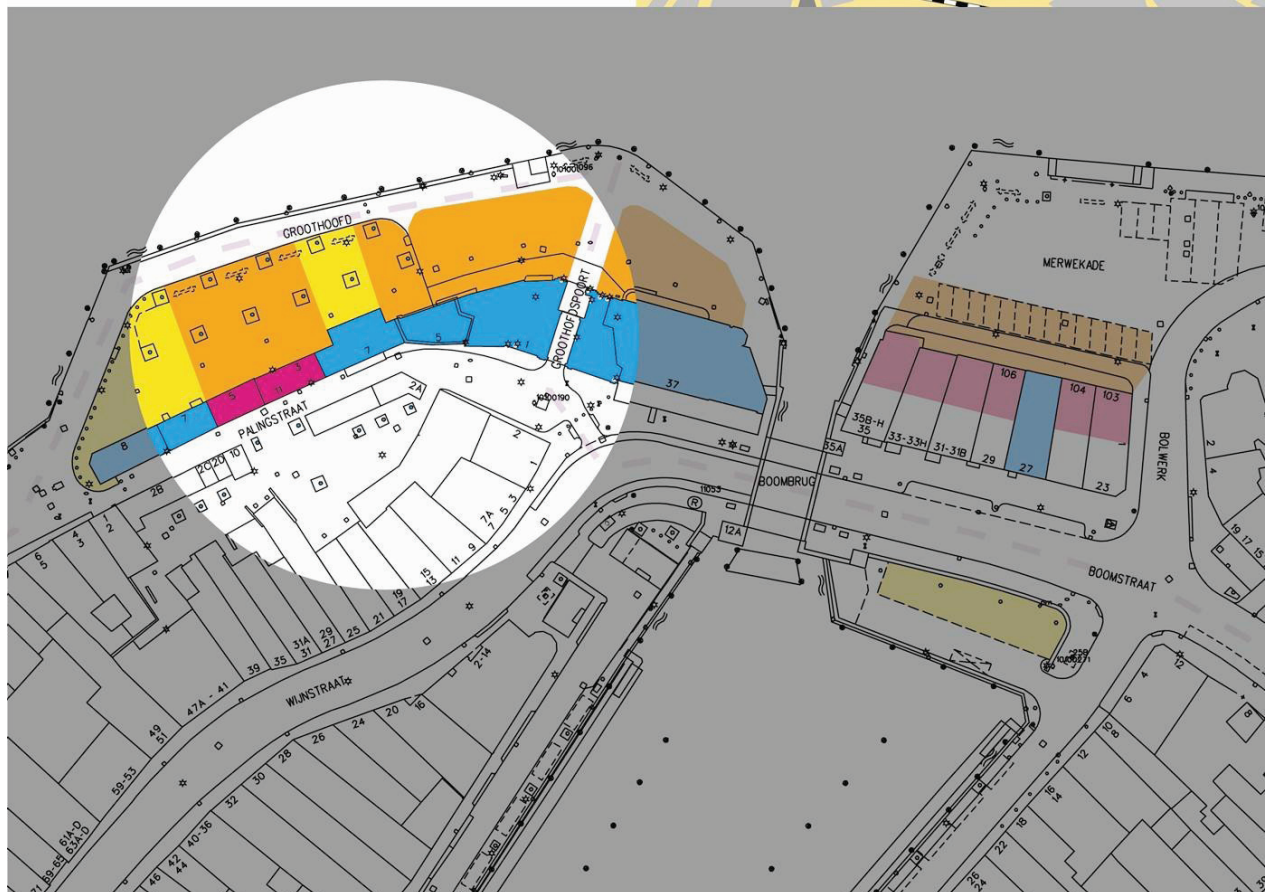
De horeca in het Hofkwartier wordt in samenhang ontwikkeld zodat er maximale synergie is met het functioneren van de culturele instellingen enerzijds en de binnenstad als aantrekkelijk verblijfsgebied anderzijds. De horeca in DIEP is ondersteunend en primair gericht op haar eigen bezoekers. De horeca in het Dordrechts museum wordt met een hoger ambitieniveau ontwikkeld. De Kunstkerk dient ofwel primair als culturele voorziening te worden ontwikkeld of als horeca in combinatie met de

Groothoofd

Horeca concentratiegebied

In 2012 is het Groothoofd overdag een toeristische trekpleister vanwege het unieke uitzicht op de rivieren en de Groothoofdspoort. Het complete blok bestaat dan uit een combinatie van hotel/restaurant Bellevue met cafés inclusief (winter)terrassen. In de avonden wordt het gebied gebruikt door een publiek van 25 jaar en ouder, dat hier graag uitgaat. De woonfunctie is verdwenen en het hele blok heeft een horecabestemming.

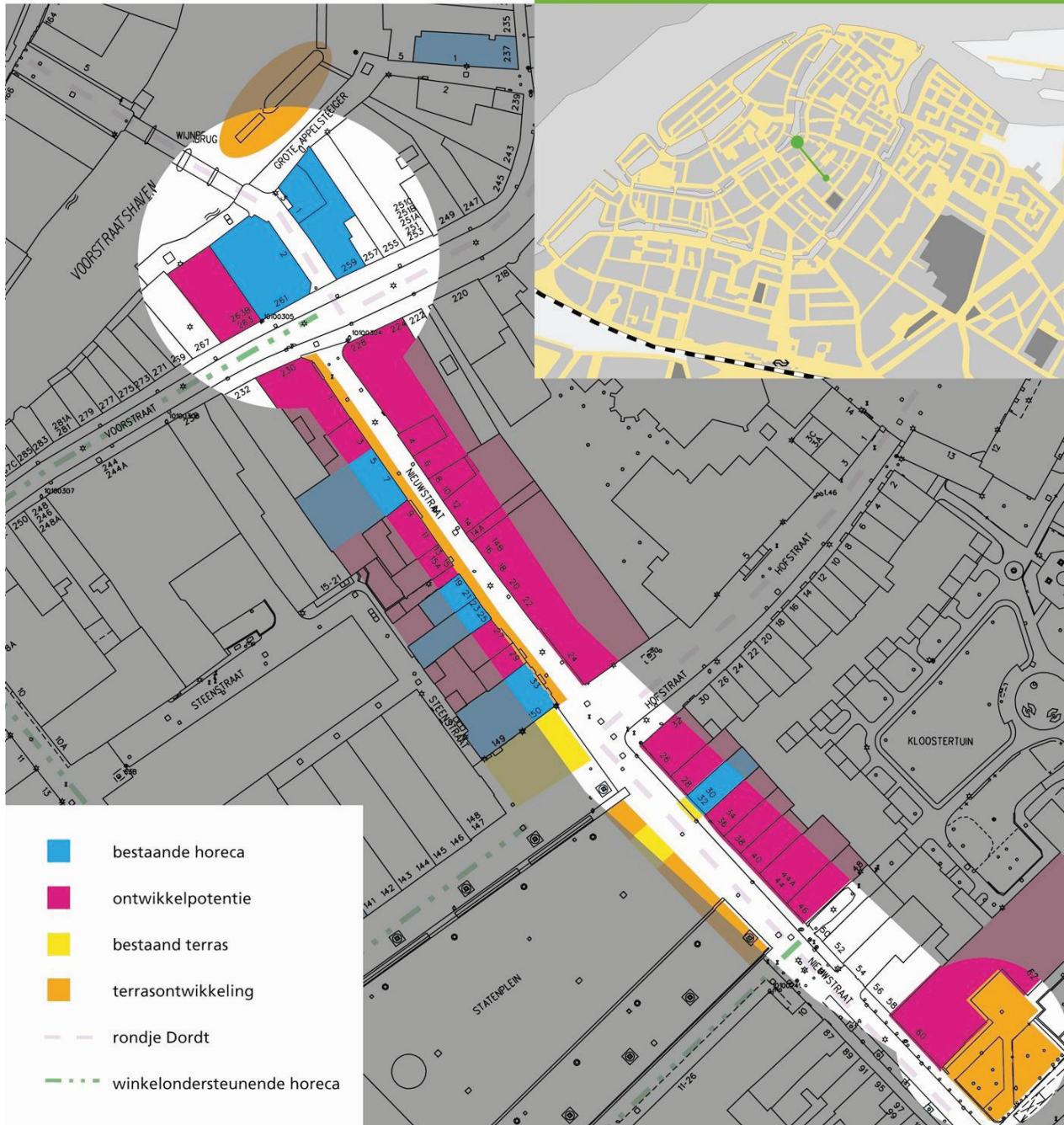
-  bestaande horeca
-  ontwikkelpotentie
-  bestaand terras
-  terrasontwikkeling
-  rondje Dordt
-  winklondersteunende horeca



Nieuwstraat

Horeca concentratiegebied

In 2012 is de Nieuwstraat een aantrekkelijk eetstratje dat een verbinding vormt tussen de aantrekkelijke horeca in Nieuwstraat 60-62 en het cluster van restaurants op de kruising Voorstraat-Wijnbrug. Hiermee ontstaat via de Wijnbrug en de horeca in de Wijnstraat een horeca-rondje tussen Scheffersplein en Statenplein.



exploitatie van de horeca in het museum of Nieuwstraat 60-62. De haalbaarheid om de Kunstkerk als zelfstandige horeca-exploitatie te ontwikkelen lijkt beperkt.

Andere mogelijke kansen voor verdere ontwikkeling van de Nieuwstraat zijn de kelders van de Berckepoort, het verruimen van de mogelijkheden om een (Frans) terras uit te zetten en het verbinden van een aantal kleinere panden tot één grotere exploitatie. De haalbaarheid hiervan wordt nader onderzocht.

De bestemming tussen Nieuwstraat 60-62 en de Voorstraat wordt primair horeca en specifiek restaurant. Binnenplanse vrijstelling voor andere centrumvoorzieningen is mogelijk indien blijkt dat horeca niet rendabel te exploiteren valt a.g.v. beperkingen van het pand of wet- en regelgeving. De woonfunctie direct boven horeca wordt afgebouwd.

3.4.6 Stadswerven – Enecoterrein

In het watertorengedebied wordt momenteel de laatste hand gelegd aan een ambitieus horecaconcept dat vanwege zijn unieke kwaliteit een bovenregionale aantrekkingskracht zal hebben. Daarmee zal het samen met de ontwikkeling van het Energiehuis een motor zijn voor de verdere ontwikkeling van het gehele gebied. Het Energiehuis richt zich weliswaar op een andere (jongere) doelgroep, maar wordt met eenzelfde ambitieniveau ontwikkeld. Wat betreft de aanvullende horeca in het Energiehuis wordt daarom aangestuurd op een aantrekkelijk en onderscheidend concept dat niet alleen de andere functies in het complex ondersteunt, maar ook in staat is een eigen bezoekersstroom in de avonduren op gang te brengen.

Het voordeel van het Enecoterrein is, dat er weinig omwonenden zijn waardoor minder snel overlast zal worden ervaren van geluid. Buiten het Energiehuis en Villa Augustus ligt er daarom een grote potentie om avond- en nachthoreca te ontwikkelen op een wijze en schaalgrootte die in de historische binnenstad niet of slechts beperkt mogelijk is.

Deze ontwikkelpotentie wordt meegenomen in het planteam programmering Stadswerven dat het programma voor dit gebied verder uitwerkt.

3.4.7 Stadswerven – Kop van de Staart

In de visie op de Stadswerven is een voorzieningencuster en een nautisch kwartier rondom de insteekhaven opgenomen. Dit biedt kansen voor grootschalige hotelontwikkeling met congresfaciliteiten en verdere (ondersteunende) horeca. De omvang van de ontwikkeling is mede afhankelijk van de definitieve uitwerking van het programma en wordt meegenomen in het planteam programmering Stadswerven.

3.4.8 Visbrug – Visstraat - Voorstraat

Op en rondom de Visbrug bevindt zich reeds een aantal horecabedrijven. De kruising Visstraat-Voorstraat biedt een uitgelezen kans om de ruimtelijke structuur van de binnenstad te versterken. Bij het beleven van een binnenstad gaat het om het leiden en verleiden van loopstromen. Indien de omgeving van de Visbrug aantrekkelijker wordt, versterkt dit niet alleen de verbinding tussen het herontwikkelde Bagijnhof en de Voorstraat, maar ook de routing van Voorstraat-West naar het kernwinkelgebied en omgekeerd. Dat dit kruispunt van loopstromen een logische locatie voor horeca is, blijkt ook uit een aantal nieuwe vestigingen dat de afgelopen jaren in dit gebied heeft plaatsgevonden.

De oppervlakte van de openbare ruimte en de aanwezigheid van panden die op eenvoudige wijze uitermate geschikt gemaakt kunnen worden voor aantrekkelijke horeca, maken dat er voldoende potentieel is om deze locatie verder te ontwikkelen tot een horecaconcentratie met terrassen op de Visbrug en horeca in de hoekpanden van de Visstraat. Daarbij wordt aangestuurd op horeca die zowel winkelondersteunend is, als 's avonds bijdraagt aan de levendigheid in de binnenstad en zich richt op een publiek vanaf 25 jaar.

Om deze ontwikkeling te faciliteren en stimuleren wordt een aantal panden in het gebied primair als horeca bestemd.

3.4.9 Schakelpunten

In de Horecanota binnenstad wordt ook een aantal schakelpunten genoemd (zie bijlage 3). Schakelpunten zijn locaties die van betekenis zijn voor de ruimtelijke structuur van de binnenstad zoals die door de bezoeker beleefd wordt. Het zijn verbindingpunten die, mits aantrekkelijk ontwikkeld, helpen om loopstromen te leiden en te verleiden. Horeca, en met name een terras, kan dit soort schakelpunten versterken.

Het beleid ten aanzien van de schakelpunten is tot op heden faciliterend en reactief en dat blijft de komende jaren ook zo.

Op het Spuiplein en kruising Achterom/Spuiboulevard hebben inmiddels ontwikkelingen plaatsgevonden. De komende jaren is hier geen sprake van een ontwikkelpotentie voor horeca van betekenis.

De stationsomgeving blijft een geschikte locatie voor horeca die de reiziger bedient, zoals bijvoorbeeld een lunchroom. Ontwikkeling van horeca met zelfstandige trekkracht (die zich dus niet per definitie op de reiziger richt) wordt niet nagestreefd.

Voor de Johan de Wittbrug liggen geen concrete plannen, maar dit punt biedt mede in het licht van de herontwikkeling van Achterom/Bagijnhof en het postkantoor kansen voor ontwikkeling van horeca. De mogelijkheden hiervan worden onderzocht.

Op de Vriesebrug worden de kiosken herontwikkeld. Aan het Vrieseplein is de druk op het woon- en leefklimaat toegenomen door maatschappelijke voorzieningen in de buurt. Hierdoor raadt de politie aan om hier alleen horeca toe te laten die in beginsel weinig of geen overlast veroorzaakt voor de buurt. Daarom wordt voor deze locatie aangestuurd op lichte vormen van horeca zoals restaurants, al dan niet met een beperkte terrasfunctie.

Ook de steiger van de Waterbus aan de Merwekade wordt in de Horecanota genoemd als schakelpunt. De Merwekade is een stadsentree van toenemende betekenis en het gebied Merwekade/Otto Dickeplein/Riedijkshaven kan samen met de Voorstraat Noord in de toekomst een belangrijke verbindingssas vormen tussen de Stadswerven en de historische binnenstad. Een herziene visie op dit gebied is daarom gewenst. De rol van horeca zal daarin meegenomen moeten worden.

Naast deze bestaande schakelpunten worden in het ruimtelijk beleid 2 nieuwe schakelpunten opgenomen. Buiten de eerdergenoemde Visbrug gaat het om het gebied Vlak/Aardappelmarkt. In het historische havengebied is weinig economische activiteit. Het is wel een belangrijk gebied voor het toerisme. Momenteel zit aan het Vlak en de Aardappelmarkt wat horeca gevestigd. Vooral het Vlak is belangrijk als visueel schakelpunt binnen het toeristische rondje Dordt. Uitbreiding voor horeca (met name op Aardappelmarkt) is vanuit het beleid mogelijk, en bovendien gewenst.

3.4.10 Horeca buiten de binnenstad

Hoewel het horeca-aanbod zich voor een groot deel in de binnenstad bevindt, liggen ook daarbuiten kansen om horeca verder te ontwikkelen en daarmee bij te dragen aan de aantrekkelijkheid van de stad.

Het gaat dan vooral om het beter benutten van de verblijfskwaliteit van een aantal unieke locaties (net) buiten het woongebied, zoals bijvoorbeeld het Wantijpark, het Vissertje of de Kop van 't Land. Afhankelijk van toeristische ontwikkelingen (Hollands Glorie, SGP) of woningbouwprojecten (Plan Tijn, De Hoven) kunnen dit soort unieke plekken verder ontwikkeld worden. Het actieprogramma voorziet in het opstellen van een overzichtskaart waarin dit soort locaties zal worden aangeduid.

In woonwijken is de horecafunctie ondergeschikt aan de woonfunctie. Het gaat om ondersteunende functies als snackbar of een buurtcafé, die zich bij voorkeur in- of nabij een wijkwinkelcentrum vestigen. Horeca met een stedelijke aantrekkingskracht dient zich vooral in de binnenstad te vestigen. Cateringbedrijven zijn wel toegestaan, mits er maatregelen worden genomen voor stankoverlast. Het beleid ten aanzien van horeca in de wijken zal de komende jaren reactief zijn.

Op bedrijventerreinen kan in combinatie met een complex van voorzieningen (facilitypoint) een lunchgelegenheid worden toegestaan. Voorwaarde is dat deze zich richt op de werknemers in het gebied en dus alleen overdag geopend is.

3.4.11 Winkelondersteunende horeca

In bepaalde aanloopstraten en winkelstraten, en langs toeristische routes in de binnenstad is het mogelijk om (na vrijstelling) winkelondersteunende horeca te vestigen. Deze moet dan overdag geopend zijn en passen in het karakter van het desbetreffende winkellint of straat. Het idee achter deze beleidsregel was het stimuleren van vestiging van voldoende daghoreca (lunchrooms, theehuizen etc.), zodat de stad overdag aantrekkelijker wordt voor bezoekers. Deze zaken kunnen ervoor kiezen om ook 's avonds geopend te zijn maar zijn dit niet verplicht. In de praktijk zien we nu door ruimtegebrek in de concentratiegebieden een omgekeerde toepassing van de beleidsregel ontstaan: ondernemers die aanvankelijk met avondhoreca wilden starten in Dordrecht, maar geen plek vinden in de concentratiegebieden, passen hun concept in meerdere of mindere mate aan (in ieder geval qua openingstijden), om zich op die manier weliswaar in een winkelstraat, maar toch in de binnenstad te kunnen vestigen.

De eis van winkelondersteunende horeca wordt soms op onlogische plekken gesteld, er is niet duidelijk uitgewerkt wat onder de regel wordt verstaan en de regel wordt verkeerd toegepast. Sommige straten zijn als winkellint aangemerkt, maar in de praktijk is er niet echt meer sprake van een winkelstraat (Nieuwstraat is het duidelijkste voorbeeld).

Het gebied waarin de eis gesteld wordt dat de horeca winkelondersteunend moet zijn, wordt daarom beperkt tot het kernwinkelgebied. In bijlage 3 is te zien waar de eis wordt gesteld. Voor de horecaconcentraties Scheffersplein, Groothoofd en de Visbrug geldt een dubbele eis ten aanzien van de openstelling; niet alleen tijdens winkeltijden maar ook 's avonds.

Binnen dit kleinere gebied wordt bij nieuwe aanvragen in de toekomst strenger getoetst op het winkelondersteunende karakter van de onderneming. Is er daadwerkelijk sprake van synergie met de winkelfunctie? Een amusementshal heeft dat niet, een lunchroom wel. Een bruin café niet, een restaurant met lunchkaart wel.

3.4.12 Hotels

Binnen de horeca vormt de hotelbranche een wereld op zich met zijn eigen economische wetten en vestigingseisen. Cruciale factoren voor vestiging zijn bereikbaarheid en het minimale aantal kamers dat nodig is om een bepaald type hotel te kunnen exploiteren. Uit meerdere onderzoeken is de behoefte aan beddenscapaciteit in Dordrecht gebleken. Zowel voor de toeristische bezoeker als voor de zakelijke (veel Dordtse bedrijven brengen hun gasten in Rotterdam onder). Er is zowel behoefte aan kleinschalige binnenstadshotels als aan 1 à 2 grote formules.

De marktruimte in de lokale hotelmarkt lijkt de komende jaren goed ingevuld te gaan worden met ontwikkelingen als Villa Augustus, Holster/Henegouwen, Bellevue en grootschalige ontwikkelingen op de Stadswerven en Amstelwijck. Vanuit de Economische Adviesraad Dordrecht wordt bovendien gewerkt aan de realisatie van een hotelboot in de binnenstad. Vanuit het economisch cluster worden deze initiatieven zo intensief als mogelijk gefaciliteerd. Advisering binnen de verschillende lopende projecten heeft niet alleen tot doel het individuele project te realiseren maar ook de coördinatie tussen de verschillende hotelontwikkelingen te waarborgen.

3.5 Promotie richting gebruikers

Volgens horecaondernemers en bezoekers aan de binnenstad heeft de communicatie over bereikbaarheid van de binnenstad verbetering. Op zich is de binnenstad goed bereikbaar voor horecabezoekers, maar de vindbaarheid laat zowel voor bezoekers van buiten de stad als ook voor veel Dordtenaren zelf nog te wensen over. Er blijkt nog steeds veel onbekendheid te zijn met de verkeersstructuur en het parkeerbeleid, en bebording en navigatiesystemen leiden bezoekers niet per definitie naar de juiste plek.

In het actieprogramma wordt een aantal maatregelen voorgesteld om de de bereikbaarheid beter te communiceren.

Er wordt nog weinig promotie gemaakt voor de Dordtse horeca, waardoor een beperktere markt wordt bereikt dan mogelijk is. Een aantal ondernemers neemt zelf initiatief voor promotie, maar dit gebeurt vaak alleen voor de eigen onderneming. Met uitzondering van activiteiten als Dordt op je Bord en de Uitladder, wordt er tot op heden nog niet heel veel samengewerkt.

Initiatieven om te komen tot gezamenlijke promotie zullen worden ondersteund vanuit de programma's Binnenstad en Economie. Daarnaast moet het horeca-aanbod expliciet meegenomen worden in Dordrecht marketing en acties gericht op toeristisch bezoek.

3.6 Randvoorwaarden

3.6.1 Verbetering bereikbaarheid

Het parkeerbeleid valt buiten de scope van deze notitie maar er bestaat geen discussie over de wenselijkheid van meer parkeerruimte in de binnenstad. Voor de ontwikkeling van de horeca is met name realisatie van parkeergelegenheid in het noord-oosten (Groothoofd-Merwekade-Voorstraat Noord) van de binnenstad gewenst. De beperkte openstelling van de parkeergarage in de Drievriendenhof wordt zowel door bezoekers als door ondernemers als een groot knelpunt ervaren.

De waterbus heeft in belangrijke mate bijgedragen aan de toename van het bezoek vanuit de regio. Aangezien de waterbus slechts vaart tot 20.45 uur, speelt deze vorm van vervoer geen rol van betekenis voor het bezoek aan avondhoreca. De koopkrachtbinding van de Drechtstedeling kan zonder twijfel toenemen indien de vaartijden van de Waterbus worden verruimd. Om de centrumfunctie voor de regio te versterken wordt daarom onderzocht wat de mogelijkheden zijn om de vaartijden te verruimen. Ook wordt onderzoek gedaan naar de exploitatiemogelijkheden van andere vormen van vervoer over water zoals taxibootjes.

3.6.2 Ontwikkeling van bronpunten

Zoals gezegd vormt het gebrek aan loop in de avonduren een belangrijke drempel voor verdere ontwikkeling van de horeca in de binnenstad. Het is daarom belangrijk om te onderzoeken of er andere functies zijn die 's avonds bezoekers naar de binnenstad kunnen trekken.

Een voordehandliggende functie die daaraan kan bijdragen is een bioscoop. Met een verzorgingsgebied van 250.000 inwoners moet er naast elkaar marktruimte zijn voor èn een grootschalig of middelgroot bioscoopcomplex, èn een service-bioscoop (met een hapje en drankje tijdens de film) van 2 tot 4 zalen èn een filmhuis zoals Cinode. Voor het functioneren van de binnenstad in de avonduren is het wenselijk dat dit soort functies in- of aan de rand van de historische binnenstad gevestigd worden.

Vanuit het programma Binnenstad en Cultuur wordt onderzocht wat de mogelijkheden zijn om de bioscoopfunctie in de binnenstad tot ontwikkeling te brengen.

Daarnaast wordt gezocht naar andere bronpunten in de avonduren. Daarbij kan bijvoorbeeld gedacht worden aan het verlengen van de winkeltijden en opleidingsinstituten die ook 's avonds geopend zijn.

3.6.3 Evenementen en horeca

Het evenementenbeleid is zeer succesvol gebleken de afgelopen jaren. Doel van het beleid is het vergroten van de levendigheid en naamsbekendheid en het versterken van de regiofunctie van het centrum. Inmiddels is het beleid toe aan een evaluatie. Hieruit zullen richtlijnen voortvloeien over welke evenementen extra ondersteuning verdienen vanuit de gemeente Dordrecht. Het verdient aanbeveling om de mate waarin een evenement spin-off genereert voor de (avond)horeca mee te laten wegen in de prioritering van evenementen.

Bijlage 1: Acties en planning 2007-2012

1. Acquisitie	Gewenst resultaat	Trekker	Loopt (L) of nieuw (N)	Planning	Kosten/uren (dekking)
Verdichting horecaconcentraties	Vestiging 6 nieuwe ondernemingen verdichting terrasfunctie met 20%	Taskforce horeca	N	2007-2010	PEO/gedekt
Projecten Voorstraat Noord, Hofkwartier en Stadswerven	Kaderstellende advisering en acquisitie Hofkwartier (+2), Voorstraat-Noord (+3), Stadswerven (+1) in 2012	PM i.s.m. Taskforce horeca	N	2007-2010	Projecten
Acquireren van nieuw aanbod elders	+ 8 in 2012	Taskforce horeca	N	2007-2012	PEO/gedekt
Realiseren hotels	Faciliteren ontwikkeling 4 hotellocaties	PM i.s.m. Taskforce horeca	L	2007-2012	PM/PEO
2. Positionering	Gewenst resultaat	Trekker	Loopt (L) of nieuw (N)	Planning	Kosten/uren (dekking)
Productie promotie- en acquisitiemateriaal	Portfolio gericht op potentiële investeerders	PEO, Taskforce horeca	N	2007	PEO
Bundelen voor horeca relevante beleidsnotities	1 compacte flyer met beleid op hoofdlijnen totaal overzicht op website met links naar relevante notities en verordeningen	Taskforce horeca PEO, SO Beleid, Communicatie	N	2007	PEO
Dovertaling van horecabeleid (incl. aanpassingen) in nieuwe bestemmingsplan binnenstad	Beleidsmatige keuzes voor gewenste horecalocaties zijn op pandniveau opgenomen in het bestemmingsplan.	SO/IS	L	2007	(gedekt)
Invoering omgevingsvergunning	Vergunningen (ruimte en milieu) kunnen gebundeld, in één keer worden aangevraagd, administratieve lastenverlichting.	BOWO	L	2008 of 2009	-(gedekt)
Innovatietraject Vergunning&Handhaving	Stroomlijnen vergunningentrajact	BOWO i.s.m. PEO	L	2007	-(gedekt)
Horeca tijdens evenementen	Duidelijke informatie over voorwaarden aan horeca bij evenementen.	PBB (PBB)	N	2007	-(gedekt)
Verruiming terrasvergunning	Regels rondom terrasvergunning aanpassen: vergunning voor 12 maanden; uitgifte voor onbepaalde tijd ipv elk jaar aanvragen; terughoudend met handhaving op inrichting.	OOV (Bestuur)	L	2007	-(gedekt)

Ontwikkelen en uitvoeren monitoring-instrument horeca	Instrument waarmee tweejaarlijks inzicht wordt geboden in herkomst van bezoekers aan Dordtse horeca, ontwikkeling traffic 's avonds en benchmark kwantiteit t.o.v. G27	SGB (PEO en PBB)	N	2007	€ 4.500 (PEO en PBB)
Monitoring ondernemersklimaat	Jaarlijks 10 bedrijfsbezoeken aan horeca door Ondernemersloket	SO/GBD/OL	L	2007-2010	GBD
3. Ruimtelijk beleid					
Stimuleren vestiging van andere functies dan horeca op begane grond in horecaconcentratiegebieden	Onderzoek ontwikkelmogelijkheden, benaderen markt, creëren van kansen, acquisitie	Taskforce horeca	N	2007-2009	PM/PEO
Ontwikkeling van horeca binnen stedelijke projecten	Ontwikkeling van horeca die doelstellingen project ondersteunt en bijdraagt aan functioneren binnenstad als totaal	PM i.s.m. Taskforce horeca	L/N	2007-2010	PM
Ontwikkeling Nieuwstraat als eetstraat	Onderzoeken en helpen benutten ontwikkelpotentie, vestiging 3 ondernemingen.	Taskforce horeca	N	2007-2012	
Ontwikkelen monitoringinstrument vastgoed horeca	Monitoringinstrument dat inzicht biedt in vrijkomende panden waar beleidsmatig horeca gewenst is.	SO/GBD	N	2007	50 uur (GBD)
4. Promotie naar gebruikers					
Promotie door ondernemers	Promotie-uitingen	Ondernemers	L/N	2007-2012	- (ondernemers)
Horeca onderdeel marketing Dordrecht	In collectieve marketinguitingen over de (binnen)stad wordt ten minste aandacht besteed aan de 3 concentratiegebieden als	Dordrecht Marketing	L	2007-2012	- (DM)

Reclameuitingen langs invalswegen stad, inclusief A16.	geheel.	Dordrecht Marketing	N	2008-2012	p.m.
5. Randvoorwaardelijk beleid	Gewinst resultaat	Trekker	Loopt (L) of nieuw (N)	Planning	Kosten/uren (dekking)
Formeren taskforce horeca	Taskforce conform voorgesteld model	Dir. Economie	N	2007	PEO/gedekt
Herontwikkeling Visstraat	Startnotitie voor project waarin (her)ontwikkel-mogelijkheden worden onderzocht	SO/Beleid	N	2007	ntb
Verruimen vaartijden waterbus	Verruimen vaartijden waterbus in avonduren, donderdag tot en met zondag, t.b.v. o.a. avondbezoek horeca.	SO/Beleid	L	2007-2008	(gedekt)
Optimaliseren communicatiemiddelen bereikbaarheid binnenstad:	Heidere communicatie over bereikbaarheid binnenstad: Pollers opgenomen in navigatiesystemen en; tweerichtingsverkeer mogelijk in pollergebied incl. Houttuinen; bebording naar binnenstad aangepast van invalswegen tot binnenstad. Ondernemers communiceren ook zelf.	SO/S&V en ondernemers	L	2007	-(gedekt)
Onderzoeken mogelijkheden toevoegen meer publiekstrekkende functies	Toevoeging van 2 publiekstrekkende functies in de binnenstad.	PBB	N	2007	100 (PBB)
Meer hbo-opleidingen naar Dordrecht	2 hbo-opleidingen erbij	Progr. Kennis en PEO	L	onderzoek 2007-2010	-(gedekt)
Meer woonruimte voor jongeren nabij binnenstad	Beleidsdoelstellingen voor toename van jongerenwoningen nabij binnenstad.	SO/BLD	N	2008	150 (SO/BLD)

Bijlage 2: Organisatie

Doel

Om de ontwikkeling van de horeca de komende jaren verder aan te jagen, wordt een professionele, pro-actieve benadering van de markt ingericht die zowel naar binnen als naar buiten fungeert als éénduidig aanspreekpunt voor nieuw te ontwikkelen horeca.

Het overleg met de bestaande horeca is goed georganiseerd en effectief. Het Horeca Overleg Platform (HOP) is een overlegorgaan met vooral een beheer karakter. Knelpunten worden hier gesignaleerd, besproken en zoveel mogelijk opgelost. Samenwerking onderling en tussen ondernemers en gemeente wordt gestimuleerd. De ondernemers fungeren ook als klankbordgroep en geven input voor nieuwe regelingen en beleid. De Adviesraad Detailhandel is vooral een platform waar nieuwe horeca-initiatieven getoetst worden op hun invloed op het functioneren van de horeca als totaal.

Een ontwikkelgerichte benadering van de markt vindt pas sinds kort plaats, en beperkt zich tot een aantal stedelijke ontwikkelingsprojecten waarin horeca een rol speelt, zoals Hofkwartier en Stadswerven. De acquisitie-inspanning en de advisering is versnipperd; het ontbreekt aan onderlinge coördinatie en de strategie wordt bepaald vanuit het schaalniveau van het project en niet altijd vanuit de optiek van de binnenstad als totaal.

Van locaties die niet onderdeel uitmaken van een stedelijk project (zoals de horecaconcentraties zelf bijvoorbeeld) wordt de ontwikkeling nog niet pro-actief aangejaagd.

Taskforce horeca

Om te voorzien in een efficiënte benadering van de markt wordt, in ieder geval voor de komende 2 jaar, een taskforce horeca samengesteld. Opdrachtgever van deze taskforce is de directeur Economie, die vanuit het programma Economie de opdracht heeft om nieuwe horeca-ondernemingen te acquireren. Hij legt nieuwe acquisities voor aan het ABC-overleg waar bepaald wordt of aanvullende acquisitie-instrumenten ingezet moeten worden. Indien nodig vindt afstemming op strategisch niveau plaats binnen het overleg van de aantrekkelijke stad.

De taskforce horeca wordt voorgezeten door een projectleider horeca die direct rapporteert aan de directeur Economie. De programmamanager binnenstad bewaakt de strategische kaders van de totale binnenstadsontwikkeling en vormt de verbinding met bestaande ondernemers via het HOP. De taskforce bestaat verder uit de accountmanager horeca van het Ondernemersloket en (ad hoc) uit een externe acquireur/adviseur die beschikt over gedegen kennis van de markt en een groot persoonlijk netwerk binnen de landelijke horeca.

Opdracht

De taak van de taskforce horeca is primair het sturen op de uitvoering van het actieprogramma horeca 2007-2012. Ze treedt niet op als zelfstandig ontwikkelaar met eigen investeringsbudgetten, maar jaagt de ontwikkeling door derden aan door partijen bij elkaar te brengen, kansen te creëren en potentiële investeerders te verleiden, begeleiden en faciliteren in de meest ruime zin.

Daar waar de gemeente zelf actief als ontwikkelaar optreedt, zoals in stedelijke ontwikkelingsprojecten, treedt de projectleider horeca op als kaderstellend adviseur in de conceptuele fase en als gesprekspartner van marktpartijen in de uitvoeringsfase. Daarbij wordt gewerkt binnen de kaders van het betreffende project maar ook gekeken naar de strategische kaders van de binnenstad als samenhangend geheel.

Procesgang

Op het moment dat een initiatief concreet wordt, legt de projectleider horeca dit voor aan het ambtelijk horeca-overleg. Dit overleg heeft een faciliterend en toetsend karakter. Vanuit verschillende disciplines wordt het initiatief beoordeeld en vindt fine-tuning van het initiatief plaats.

Als deze fase is afgerond, kan het vestigingsproces van start gaan. Het initiatief wordt vanaf dit punt overgedragen aan de accountmanager horeca van het Ondernemersloket die het vestigingsproces zo goed mogelijk begeleidt, de voortgang bewaakt en zorgt voor afstemming intern met het loket Vergunningen en Handhaving en extern met Brandweer, Milieudienst en Politie.

Middelen

Zoals gezegd beschikt de taskforce horeca niet over eigen investeringsbudgetten. Kosten voor promotie- en acquisitiemateriaal en eventuele incentives in het kader van het economische acquisitiebeleid worden gedekt vanuit het programma Economie.

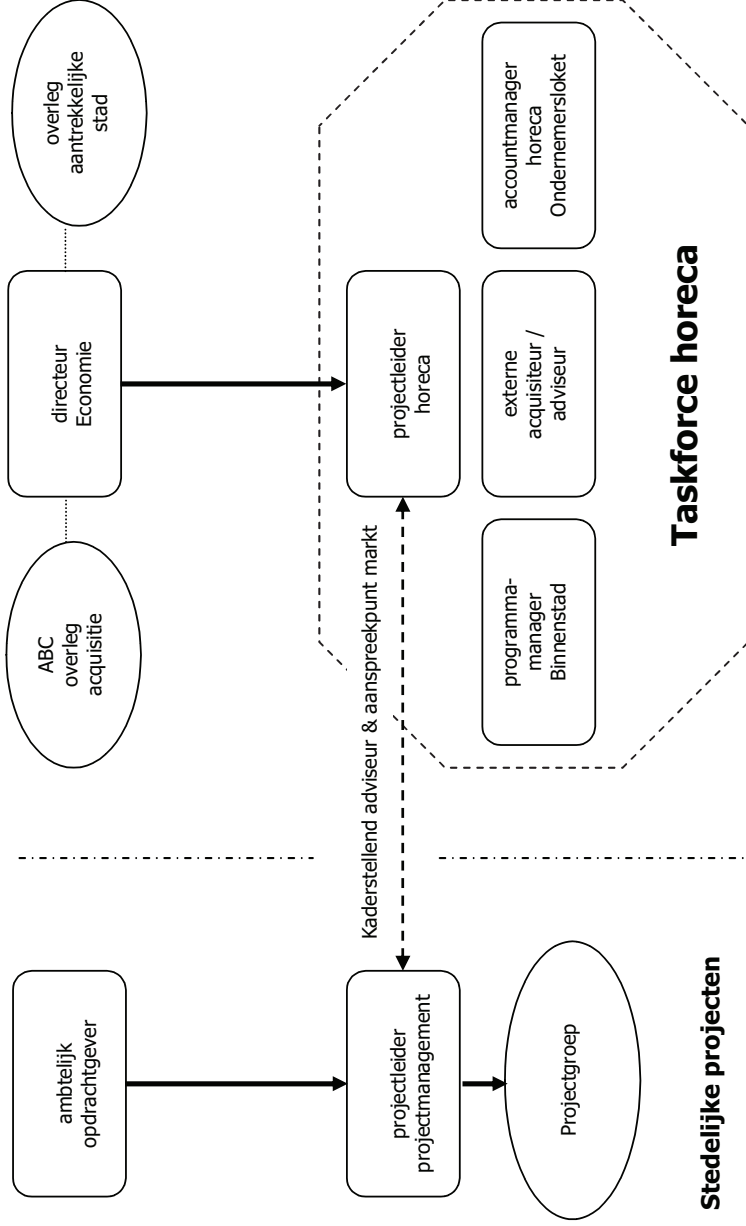
De belasting van de projectleider horeca is naar schatting maximaal 500 uur per jaar. Hierbij wordt gestreefd naar 70% dekking door de budgetten van de projecten waaraan de projectleider horeca adviseert. De overige 30% kan gezien worden als directe en indirecte acquisitie-inspanning en wordt gedekt vanuit het acquisitiebudget van het programma Economie.

De externe acquireur werkt wat betreft het daadwerkelijke acquireren op no cure-no pay-basis. De acquisitiefee bij een succesvolle vestiging wordt gedekt vanuit het programma Economie. Om welk bedrag het gaat is vooraf niet te zeggen. Daarnaast wordt deze persoon op ad hoc-basis ook als adviseur betrokken bij de taskforce. De kosten hiervoor worden geraamd op € 25.000 per jaar. Ook hier wordt uitgegaan van de verdeling 70% ten laste van projecten en 30% ten laste van het acquisitiebudget van het programma Economie.

Organisatieschema

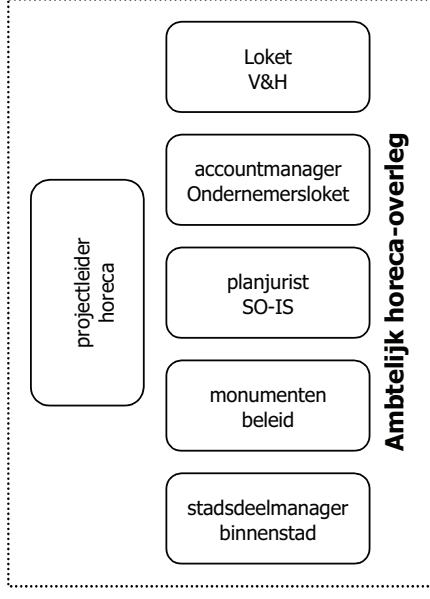
Schematisch ziet de organisatie van de aanpak er als volgt uit:

Aanpak ontwikkeling horeca



Actief ontwikkelen binnen projecten

Aanjagen en faciliteren van ontwikkelingen buiten bestaande projecten



Faciliteren en toetsen t.b.v. vestigingsproces

Binnenstad Dordrecht

Overzicht horeca

