



Behoefteteonderzoek horecavestiging PostNL locatie te Purmerend 2020



Opdrachtnummer: 3035
Oplevering: juni 2020

Projectbegeleiding: drs. J.P. Verwaaijen
drs. P. Rodenburg

Strabo bv
Marktonderzoek en Vastgoedinformatie
Postbus 15710
1001 NE Amsterdam

Bezoekadres:
Herengracht 560
1017 CH Amsterdam
T: 020-6260817

info@strabo.nl
www.strabo.nl

Inhoudsopgave

1.	Inleiding.....	1
2.	Horeca-aanbod Purmerend	2
2.1	Horeca-aanbod per 1 juli 2019	2
2.2	Horeca-ontwikkeling in de afgelopen jaren	2
2.3	Benchmark.....	4
2.4	Spreiding horeca-aanbod	4
2.5	Plancapaciteit.....	5
3.	Draagvlak en vraag horeca Purmerend	6
4.	Overwegingen, ontwikkelingen en trends.....	9
4.1	Impact Corona en verwachtingen t.a.v. besteding/omzet	9
4.2	Horeca zoekt ruimte om te innoveren en te vernieuwen.....	9
5.	Behoefteraming en marktruimte	12
5.1	Raming economisch functioneren op basis van aanbod.....	12
5.2	Raming behoefte op basis van draagvlak/vraagstructuur	12
5.3	Omzet en ontwikkelruimte 2020-2025	13
6.	CONCLUSIE	15

1. Inleiding

Snippe Projecten BV ontwikkelt een appartementencomplex met 158 woningen en in de plint een horecavestiging van maximaal 150 m² op de zogenaamde PostNL locatie op de hoek van de Gedempte Where en de Hoornselaan in Purmerend.

De nieuwe invulling van PostNL is onderdeel van een grotere invulling van de woningbouwopgave waar de komende jaren met verschillende bouwprojecten een forse impuls wordt gegeven aan de woonambitie van de stad. Het totale plan bestaat in totaal uit 308 woningen waarvan dus ca. 158 woningen op de locatie PostNL en daarnaast circa 89 sociale huurwoningen (veld I) en ca. 61 middeldure koopwoningen (veld J) in de Kop West. Op de locatie PostNL is gekozen voor historiserende architectuur die past bij de uitstraling van de binnenstad en het historische karakter ervan versterkt.



In het voorliggende behoefteonderzoek wordt in hoofdstuk 2 een actueel inzicht gegeven van het in de gemeente Purmerend gevestigde horeca-aanbod. Vervolgens wordt in hoofdstuk 3 ingegaan op (ontwikkelingen in) draagvlak en vraag. Het aanbod en de vraag confronterend wordt in hoofdstuk 4 een raming gegeven van de behoefte en marktruimte voor nieuw horeca-aanbod in Purmerend in het algemeen en horecavestiging van maximaal 150 m² op de PostNL locatie in het bijzonder.

Voor de actualisatie van het horeca-aanbod is gebruik gemaakt van gegevens van HorecaDNA (landelijk overzicht van commerciële bij Kamer van Koophandel inschrijfplichtige horeca). De gemeente heeft Locatus-gegevens verstrekt en via www.purmerendincijfers.nl is een goed beeld gekregen van draagvlak en vraag. Voor een indicatie van de binding en toevloeiing van horecabestedingen is gebruik gemaakt van het Koopstromenonderzoek Randstad.

Ten behoeve van het behoefteonderzoek is over de uitgangspunten en planvorming telefonisch gesproken met vertegenwoordigers van Snippe Projecten (de heer Nick Capel) en de gemeente Purmerend (mevrouw Maud Maartens en de heer Eric Griffioen).

2. Horeca-aanbod Purmerend

Hieronder de belangrijkste kwantitatieve kenmerken van het horeca aanbod in Purmerend op rij gezet.

2.1 Horeca-aanbod per 1 juli 2019¹

Op 1 juli 2019 telt Purmerend in totaal 121 horecabedrijven. Samen beschikken die zaken over ongeveer 14.000 m² verkoopvloeroppervlak (voor het publiek vrij toegankelijke eet-, drink- en zalenruimte)².

	1995	2000	2005	2010	2015	2019
Bevolking op 1 januari [personen]	65070	70284	77068	79038	79611	80117
Horecabedrijven, totaal [bedrijven]	112	116	122	130	130	121
Verkoopoppervlakte, totaal [m ²]	12668	13925	15013	15513	14552	13960
Drankensector, totaal [bedrijven]	46	48	45	47	46	40
Verkoopoppervlakte drankensector [m ²]	5927	6954	6737	6370	5596	5098
Fastservicesector, totaal [bedrijven]	30	35	37	42	51	49
Verkoopoppervlakte fastservicesector [m ²]	1662	2101	2481	3098	4086	4105
Restaurantsector, totaal [bedrijven]	32	31	38	39	31	30
Verkoopoppervlakte restaurantsector [m ²]	4054	3675	4600	4850	3900	3787
Hotelsector, totaal [bedrijven]	4	2	2	2	2	2
Verkoopoppervlakte hotelsector [m ²]	1025	1195	1195	1195	950	950
Kamers, totaal [kamers]	128	108	108	108	103	103

2.2 Horeca-ontwikkeling in de afgelopen jaren

Bij een gestaag toenemend inwonertal blijkt dat het horeca-aanbod in aantallen bedrijven in Purmerend na een gestage groei en piek in 2014 langzaam maar zeker weer is afgenomen. Deze groei/daling is ook zichtbaar in het verloop van het aantal in Purmerend beschikbare meters verkoopvloeroppervlak. In de afgelopen vijf jaar is het horeca-aanbod per hoofd van de bevolking in Purmerend duidelijk kleiner geworden.

Kijken we naar het aanbod en de ontwikkeling daarvan in de diverse hoofdgroepen, dan blijkt het volgende:

- Drankensector: 40 bedrijven met 5.100 m² vvo. Het aanbod is de laatste jaren gestaag afgenomen, zowel in aantallen als in m² vvo. De daling van het metrage dat we

¹ Het huidige horeca-aanbod en ontwikkelingen daarin wordt beschreven met de laatste bekende HorecaDNA gegevens per 1 juli 2019 en vergeleken met het aanbod zoals dat door HorecaDNA in eerdere jaren is geïnventariseerd.

² HorecaDNA Gemeente Purmerend (peildatum 1 juli)

constateerden voor de horeca als totaal blijkt vrijwel geheel veroorzaakt door vertrek/opheffing van ontmoetingscentra, party-/zalencentra en horeca bij sportaccommodaties. Het aantal café's is al jaren min of meer stabiel rond 30.

- Fastservicesector: 49 bedrijven met 4.100 m2 vvo. De fastservice sector is de afgelopen jaren zowel in aantal bedrijven als in m2 vvo het meest gestegen, vergelijkbaar met de groei die we ook landelijk in juist deze sector zagen.
- Restaurantsector: 30 bedrijven met 3.800 m2 vvo. In de laatste jaren is met name het aantal restaurants, en daarmee ook het oppervlak in deze sector afgenomen.
- Hotelsector: 2 bedrijven met 950 m2 vvo restaurant/café/zaalruimte en ongeveer 100 kamers. In de afgelopen jaren niet veel veranderd.
- De in HorecaDNA-bestanden opgenomen partycateraars worden hier verder niet behandeld omdat ze géén fysieke, vrij voor het publiek toegankelijke maaltijd-, drank- en/of logiesverstrekkende ruimten hebben.

Terwijl de horeca in Nederland in het algemeen in de afgelopen jaren een toename liet zien, is die groei in Purmerend achterwege gebleven. Na de piek in 2014/15 is in Purmerend zelfs sprake van een afnemend aanbod in aantallen bedrijven en m2 vvo, door een daling in zowel de drankensector als de restaurantsector. Alleen de fastservicesector groeide.

2.3 Benchmark

In onderstaand overzicht blijkt het aanbod per 10.000 inwoners in Purmerend (ca. 80.000 inwoners) klein als dat wordt vergeleken met gemiddeld in naar inwonertal vergelijkbare Nederlandse gemeenten (>50.000 – 100.000 inwoners), Noord-Holland en Nederland.

Gemiddeld aanbod per 10.000 inwoners in	2019 Dranken	Fastser- vice	Restau- rant	Hotel	Totaal
Purmerend (ca. 80.000 inwoners)	5,0	6,1	3,7	0,2	15,0
Gemeenten (50.000 – 100.000 inwoners)	8,0	6,8	5,3	1,2	21,3
Noord-Holland	10,7	8,5	9,6	3,1	31,9
Nederland	9,7	7,4	6,9	2,2	26,2

Met ruim 80.000 inwoners is Purmerend naar inwonertal de 44e gemeente van Nederland (van de op dit moment ongeveer 355). Kijken we naar de ranglijsten als het gaat om het totale aanbod dan staat Purmerend met gemiddeld 15 horecabedrijven per 10.000 inwoners op de 309e plaats, in de drankensector op de 312e plek, in de fastservice 166e, in de restaurantsector 291e en in de hotelsector op de 335e plaats.

Het aanbod per 10.000 inwoners is dus klein voor een stad met 80.000 inwoners. En zoals eerder al gesignaleerd is het aanbod in de afgelopen jaren bij een licht toenemend inwonertal niet gegroeid maar in absolute aantallen en meters vvo juist kleiner geworden. En dat geeft te denken.

Het profiel van Purmerend is in aantallen horecabedrijven per 10.000 inwoners in gemeenten met meer dan 50.000 inwoners te vergelijken met plaatsen als Nieuwegein (15,3 bedrijven per 10.000 inwoners) en Zoetermeer (14,9). Van de 50.000-plus gemeenten hebben Almere (12,6), Heerhugowaard (12,3), Houten (11,2), Lansingerland (10,7), Pijnacker-Nootdorp (10,3) en Capelle aan den IJssel (9,3) per 10.000 inwoners een nog kleiner aanbod.

Rekening houdend met de horeca-aantrekkingskracht van Amsterdam (54 horecabedrijven per 10.000 inwoners) en ten noorden van het kanaal in mindere mate Alkmaar (25,9) en Zaanstad (20) en de IJsselmeerkust met Edam-Volendam (21,9) en Hoorn (21,1) verdienen ook de inwoners van Purmerend een wat groter aanbod dan nu beschikbaar is.

2.4 Spreiding horeca-aanbod

Ongeveer 2/3e van het horeca-aanbod is gevestigd in het centrum van Purmerend. Ongeveer 1/3e deel bevindt zich her en der verspreid in de omliggende woonwijken (o.a. in de buurt- en wijkwinkelcentra), op bedrijventerreinen en in het buitengebied.

In de wijken gaat het vooral om buurt- en wijkverzorgende horeca, zoals cafetaria's en lunchrooms, pizzeria, shoarmazaken en de laatste Chinese restaurants. De buurtcafés zijn langzaam maar zeker uit beeld verdwenen, maar naar de toekomst toe zijn ontmoetingsplekken waar je ook wat kunt eten en drinken in woonbuurten steeds meer in opkomst.

Met het oog op een blijvend goede verzorging van de lokale bevolking in buurten en wijken buiten de binnenstad zal in toekomstige invulling en (her)ontwikkelingsplannen aandacht moeten zijn voor behoud en - waar nodig en mogelijk - versterking van de wijk- en buurtverzorgende horeca.

2.5 Plancapaciteit

Er zijn meerdere bestemmingsplannen voor de binnenstad, waaronder het Bestemmingsplan Binnenstad 2010 dat op veel plekken de vestiging toestaat van horecabedrijven, in nader bepaalde categorieën zoals aangegeven in de Staat van Horeca-activiteiten³.

Buiten de binnenstad kunnen er naast de voorgenomen vestiging van horeca in het plan voor de PostNL locatie volgens opgave van de gemeente Purmerend in de (wat verdere) toekomst mogelijk ook horecaontwikkelingen plaatsvinden op volgende locaties:

- Kop West
- Stationsgebied/Waterlaan
- Hoornselaan / Wagenweg
- Parkeergarage Stadhuisplein
- Kom A7 Van der Valk hotel (verplaatsing)

Die mogelijke ontwikkelingen zijn verder nog niet in aantallen of meters te bepalen.

Over de leegstand in horecapanden is niet veel te zeggen. Panden hebben een ruime bestemming waarin horeca, maar ook winkels en andere publiekverzorgende functies en woningen mogelijk zijn. Volgens opgave van de gemeente is de leegstand van panden waarin de vestiging van horeca en detailhandel mogelijk is gemeten in:

- Verkooppunten hele stad 5,9%
- Oppervlakte hele stad 6,3%
- Verkooppunten binnenstad 7,2%
- Oppervlakte binnenstad 7,7%

³ Zie hiervoor https://www.ruimtelijkeplannen.nl/documents/NL.IMRO.0439.BPBS2010-VS03/r_NL.IMRO.0439.BPBS2010-VS03_2.html en https://www.ruimtelijkeplannen.nl/documents/NL.IMRO.0439.BPBS2010-VS03/rb_NL.IMRO.0439.BPBS2010-VS03_3.pdf

3. Draagvlak en vraag horeca Purmerend⁴

Hiervoor hebben we al geconstateerd dat het horeca-aanbod per 10.000 inwoners in Purmerend op dit moment kleiner is dan je op basis van benchmark en kentallen zou verwachten in een gemeente en plaats met ongeveer 80.000 inwoners.

Om de behoefte aan horeca verder in beeld te brengen gaan we hieronder dieper in op draagvlak en vraagstructuur

Draagvlak voor en vraag naar horeca is afkomstig uit diverse groepen. In Purmerend gaat het dan vooral om de eigen inwoners en in veel mindere mate om bestedingen door toeristisch-recreatieve bezoekers van de stad. Naast de eigen inwoners heeft Purmerend een relatief klein direct aanliggend verzorgingsgebied. Zakelijk is er vanuit lokale bedrijvigheid een beperkte vraag naar horeca te verwachten, en de bestedingen in enkele daarvoor goed geoutilleerde (hotel- en vergader/zalen) bedrijven zullen voor een belangrijk deel van buiten Purmerend komen, met name als het gaat om vergaderingen/congressen en overnachtingen.

Wonen en ontwikkeling lokaal draagvlak/inwonertal

- Purmerend telt momenteel ongeveer 81.000 inwoners.
- T.o.v. 2015 is het inwonertal met ca. 4.000 toegenomen (+ 3%).
- Onder andere door de woningniewbouw op de PostNL locatie en op andere nieuwbouwprojecten (Kop West, Stationsgebied/Waterlandlaan, Hoornselaan/Wagenweg etc.) zal het aantal inwoners van Purmerend de komende vijf tot tien jaar verder toenemen en daarmee ook het lokale draagvlak voor de horeca.
- Door die woningniewbouwplannen groeit niet alleen de bevolking, maar verandert ook de samenstelling van de bevolking. De nieuwe inwoners zijn gemiddeld wat jonger, hebben een gemiddeld wat hoger inkomen en hebben in potentie ook een wat hogere oriëntatie op horeca met bijbehorende wat hogere bestedingen in de horeca (als die horeca weet in te spelen op die nieuwe inwoners en doelgroepen).
- Op en in de directe omgeving van de PostNL ontwikkeling is een omvangrijk woningniewbouwprogramma voorzien. Met een kwalitatief goed aanbod en op de buurt gericht concept kan de voorgenomen horecazaak op deze locatie een buurtverzorgende functie krijgen en in de behoefte van de nieuwe bevolking voorzien. Een goed aanbod op de PostNL locatie zal uiteraard ook in de behoefte van andere inwoners van Purmerend voorzien en binden.

Regiobezoek en andere toeristisch/recreatieve doelgroepen

- De omliggende regio is relatief klein maar volgens gegevens van het koopstromenonderzoek 2018 wel goed voor 32% van de bestedingen in de dagelijkse en niet-dagelijkse artikelen in de binnenstad.

⁴ Voor informatie over draagvlak en vraagstructuur vanuit wonen, werken en toerisme is gebruik gemaakt van gemeentelijke info zoals weergegeven op www.purmerend.incijfers.nl

- Toeristen en dagjesmensen zijn volgens het koopstromenonderzoek goed voor ongeveer 3% van de uitgaven in de binnenstadswinkels. Dat weerspiegelt het feit dat Purmerend weinig cultuur-historische hoogtepunten heeft die interessant zijn voor studenten-bezoekende doelgroepen.
- Volgens het koopstromenonderzoek wordt ongeveer de helft van de bezoeken aan de binnenstad gecombineerd met een bezoek aan andere binnenstadsfuncties zoals horeca (78%), verzorging, leisure.

Werken en zakelijke doelgroepen

- Purmerend biedt werkgelegenheid aan ca. 27.500 mensen waarvan bijna 30% in de zorg, ruim 20% in de handel, 15% in de zakelijke dienstverlening en ongeveer 3% in de horeca. De meeste bedrijven en werkgelegenheid vinden we op de bedrijventerreinen Baanstee (Oost en West) en De Koog.
- Het gebruik van horeca door werknemers en zakelijke bezoekers hangt naast het type bedrijf waar ze werken en de locatie vooral af van de aanwezigheid/kwaliteit van eigen catering en de mate van (inter)nationale contacten van het bedrijf. (inter)nationale bedrijven zijn beperkt aanwezig in Purmerend en daarmee naar verwachting ook de zakelijke behoefte aan vergader- en zaalruimte.
- Op de bedrijventerreinen zijn enkele horecabedrijven gevestigd die naar verwachting in een deel van de vraag ter plekke voorzien. Voor zakelijke contacten en afspraken is er elders in Purmerend en in de binnenstad een beperkt aantal hiervoor aantrekkelijke horecazaken.
- Bij de mogelijke ontwikkeling van het Stationsgebied kan ook horeca voor de verzorging van werknemers ter plekke en zakelijk bezoek van buiten worden ontwikkeld.
- De nu op de PostNL locatie voorgenomen horeca-ontwikkeling kan zich met een kwalitatief goed aanbod ook op de zakelijke vraag richten, o.a. op de behoefte van ZZP-ers, maar ook zakenlieden die in de nabijgelegen binnenstad onvoldoende terecht kunnen. Daarvoor is dan wel enige reclame en promotie bij het lokale bedrijfsleven van belang.

Winkels, horeca en andere voorzieningen

- De meeste winkels en andere publiekverzorgende voorzieningen zijn gevestigd in de binnenstad van Purmerend. Diverse kleinere buurt- en wijkverzorgende functies in de wijken en een groot aanbod ook op de Woonboulevard Baanstee.
- Volgens opgave uit het Randstad Koopstromenonderzoek 2018 heeft het winkelaanbod in Purmerend vooral een lokaal verzorgende winkelfunctie met een relatief kleine regiofunctie. De toevloeiing van buiten richt zich nadrukkelijk ook op enkele buiten de binnenstad gelegen concentraties.
- De gemeente Purmerend zet in op een aantrekkelijk verblijfsgebied waar naast het winkelen een ruim en divers aanbod aan andere functies de beleving van de bezoeker voedt ('place to be' én 'place to buy').
- Rapportcijfers geven aan dat de horeca als attractiefactor in de binnenstad hoog scoort bij het bezoekende publiek.

- Horeca geeft een belangrijke meerwaarde aan het centrum van Purmerend. Niet alleen op de herontwikkelde Koemarkt met terrassen en een gevarieerde horeca voor overdag en 's avonds, maar ook elders in het centrum zijn in de winkelstraten (nieuwe) horecazaken gericht op het winkelend publiek, met name in de fastservicesector.
- Het is noodzakelijk dat het type horeca en vestigingslocatie(s) zijn afgestemd op de vraag van de bezoeker.
- De nu voorgenomen horeca op de PostNL locatie ligt op steenworp afstand van de Koemarkt maar zal naar onze inschatting het toch vooral moeten hebben van de rol die het als ontmoetingspunt van de buurt en kwalitatief aantrekkelijk alternatief voor de wat onrustige op het grotere bezoekerspubliek van de binnenstad gerichte horeca aan de Koemarkt en elders verspreid in de winkelstraten.

Woningbouwprogramma PostNL-locatie en directe omgeving

Ten aanzien van de voorgenomen horecavestiging op de PostNL locatie kan worden opgemerkt dat hier en in de omliggende omgeving een groot aantal nieuwe woningen gerealiseerd gaat worden. In totaal 308 woningen waarvan ca. 158 woningen op locatie PostNL en daarnaast ca. 89 sociale huurwoningen (veld I) en ca. 61 middeldure koopwoningen (veld J) in de Kop West. De uitvoering van deze bouwplannen zal naar verwachting in 2020 kunnen starten. Dan zal ook de verkoop en verhuur van deze woningen plaats vinden. De uitvoering van het bouwplan op de PostNL locatie zal naar verwachting kunnen starten in 2021. Het totale woonprogramma past goed binnen het in Purmerend gehanteerde 30-30-40 principe. De nieuwe inwoners zullen naar verwachting een gemiddeld wat hoger besteedbaar inkomen hebben dan gemiddeld in Purmerend. Zij zullen behoefte hebben aan een goed en gevarieerd horeca-aanbod, waar de in het PostNL-project gevestigde horeca van kan profiteren door de nieuwe bewoners direct aan zich te binden.

4. Overwegingen, ontwikkelingen en trends

4.1 Impact Corona en verwachtingen t.a.v. besteding/omzet

Terwijl de horeca begin 2020 juist anticipeerde op een verdere groei, heeft de komst van Covid-19 en de plotselinge sluiting van de horeca per 15 maart tot in ieder geval 20 mei geleid tot ongekende omzetverliezen. Met op dit moment ruim 6 weken lock-down staat het water de horeca aan de lippen. Hoewel ondernemers met bestel/haal/bezorg-concepten hebben kunnen profiteren heeft het overgrote deel van de horeca € 0,- inkomsten gegenereerd, terwijl aan de kostenkant de vaste lasten (personeel, huur, rente op leningen en krediet) doorlopen en maar deels gecompenseerd worden. In de woorden van de voorzitter van KHN is het de komende maand (mei 2020) erop of eronder met drie scenario's: scenario vol open, scenario grotendeels dicht met ruim compensatie pakket, of scenario horecabranche failliet met alle gevolgen van dien.

Voor de komende periode lijkt met de anderhalve meter samenleving een nieuwe realiteit gecreëerd te worden voor de horeca. En het is nu afwachten hoe de consument op korte en langere termijn zal reageren.

De Nederlandse consument gaf in de afgelopen jaren jaarlijks steeds meer uit in de horeca. In 2019 werd aan eten en drinken buitenhuis per persoon ongeveer € 1.200,- besteed⁵. In 2020 zal dat door de impact van Corona naar verwachting veel en veel lager zijn, mede afhankelijk van de tijd dat de horeca de deuren dicht moet houden en de aantallen gasten die er in de komende maanden in anderhalvemeter opstellingen kunnen worden ontvangen.

Verwacht mag worden dat als Covid-19 effectief bestreden is en de anderhalvemeter in de horeca geen regel meer is, de consument weer meer horeca gaat bezoeken en besteden zodat de horeca relatief snel (in periode van 2 tot 3 jaar) kan terugkeren naar huidige omzetniveaus.

Belangrijk is dan wel dat bestaande én nieuwe ondernemers zich nu al op die nieuwe post-corona tijd voorbereiden. En daarbij is het belangrijk te komen met op de doelgroep afgestemde (ver)nieuwe(nde) concepten.

4.2 Horeca zoekt ruimte om te innoveren en te vernieuwen

Ondanks de impact van het virus zal er gereageerd worden en binnen de diverse sectoren zullen we vernieuwing en innovatie zien en ook geheel nieuwe concepten voor geheel nieuwe doelgroepen worden ontwikkeld.

⁵ Aldus het Foodservice Instituut Nederland (FSIN), kenniscentrum voor de levensmiddelen- en horecabranche.

In eerste instantie staat de reactie in het teken van de anderhalve-meter samenleving maar dat zal niet zo blijven. Als het virus definitief bestreden is, zullen we weer terugkeren naar het aloude principe van de horeca als ontmoetingsplek. Maar wel anders: fysiek en digitaal.

Een aantal al lopende ontwikkelingen zullen verder uitgerold worden en zullen ook in het denken over de horeca in Purmerend een rol spelen:

- **Restaurantsector** : In de afgelopen jaren is de restaurantsector in omvang en diversiteit sterk gegroeid. De sector gaat mee met de tijd, er is sprake van innovatie, zowel in het concept, de aankleding, het productaanbod als de vestigingslocaties. Als het consumentenvertrouwen zich na Corona weer positief gaat ontwikkelen, zal de restaurantsector in komende jaren doorgroeien.
- **Fastservicesector** : Eten is het nieuwe winkelen en vooral de fastservice bedrijven kenden in de afgelopen jaren een sterke groei. Die trend zal na Corona naar verwachting weer opgepakt worden en gepaard gaan met een toenemend aantal gespecialiseerde aanbieders die nadrukkelijk inspelen op veranderende eetpatronen van mensen. Steeds meer mensen kiezen voor gemak en snelheid en met het toenemend aanbod op steeds meer locaties ontstaan er nieuwe eetmomenten en eetlocaties. Klassiekers als friet, burgers, broodjes etc. blijven in trek, wat niet betekent dat er meer traditionele snackbars bij komen. Groei vindt plaats in vernieuwende concepten waarin je naast broodjes ook smoothies, salades en koffie kunt krijgen en waar je ook op je laptop kunt werken. De nadruk ligt daarbij op duurzaam, gezondheid, vega, authenticiteit en pure smaken.
- **Drankensector**: Het aantal cafés in Nederland is de afgelopen jaren afgenomen maar de daling van het aanbod in de drankensector als geheel was min of meer tot stilstand gekomen. Corona kan voor een aantal drankenverstrekkers (die het toch al niet best deden) wel een genadeklap worden. In vergelijking met fastservice en restaurants is er maar weinig vernieuwing van concepten (drankverstrekking) of doelgroepen (jongeren). Cafébazen vinden het vaak lastig om ook wat met eten te doen. Maar als de ondernemer -gedwongen door Corona- die knop weet om te zetten, liggen er zeker kansen voor nieuw aanbod. Met name de combinaties van de drankensector met vermaak speelt dan een rol getuige het feit dat in de laatste jaren steeds meer cafébedrijven zich gingen toeleggen op het organiseren van bordspel en pubquiz bijeenkomsten etc. Ook de opkomst van de jeux-de-boulescafés is een mooi voorbeeld van vernieuwend denken en doen. Dit type combinaties zal na Corona zeker verder toenemen.

Mengvormen van winkels, horeca, vermaak en andere dienstverlening (blurring) zoals hiervoor al even aangestipt vormen de belangrijkste trend in de laatste jaren en zullen zich na Corona nog nadrukkelijker gaan ontwikkelen. Uiteraard binnen de regels van de wet, zoals onder andere neergelegd in de Drank- en Horecawet (DHW).

Van groot belang is dat nieuwe horecavestigingen niet een één op één kopie zijn van wat we al kennen. De klant van vandaag vraagt ook in de horeca om originaliteit, specialisatie

en beleving. Dat zorgt voor de komst van nieuwe en unieke horecaconcepten. Zoals hierboven al geschetst vaak in combinatie met andere (ondersteunende) functies (winkels, vermaak, cultuur etc.).

Ook de fysieke horeca zal na Corona nadrukkelijker internet moeten inzetten in het verleiden en binden van klanten en gasten aan de zaak.

Voor de op de PostNL locatie voorgenomen horecaontwikkeling is een aanbod gericht op het verleiden en binden van de nieuwe inwoners van de direct omliggende buurtbevolking van groot belang. Daarbij staat het creëren van een moderne op de buurt gerichte ontmoetingsplaats centraal. Een horecaplek waar buurtbewoners niet alleen terecht kunnen om wat te eten of te borrelen, maar waar ze zich ook (met elkaar) kunnen (laten) vermaaken.

5. Behoefteraming en marktruimte

5.1 Raming economisch functioneren op basis van aanbod⁶

Gebruikmakend van de 'gemiddelden' in Nederland (aanbodgegevens HorecaDNA, omzetgegevens CBS en de daaruit af te leiden gemiddelde omzet per m² verkoopvloeroppervlak (vloerproductiviteit) wordt de in 2019 in Purmerend gerealiseerde totaalomzet geraamd op ca. € 53,6 miljoen (exclusief BTW). Inclusief BTW is dat ongeveer € 58,5 miljoen.

Sector	aantal m ² vvo	Omzet excl. BTW € per m ² vvo	Omzet excl. BTW (x 1 miljoen €)
Drankensector	5.098	2.645,-	9,7
Fastservicesector	4.105	4.990,-	21,9
Restaurantsector	3.787	4.450,-	18,2
Hotelsector reca-zalen	950	3.685,-	3,8
Eindtotaal	13.960	3.850,-	53,6

5.2 Raming behoefte op basis van draagvlak/vraagstructuur

In de raming van de bestedingen in de horeca vanuit draagvlak/vraag voor de periode 2020-2025⁷ gaan we uit van:

- Op dit moment ruim 81.000 inwoners en een voor de gemeente Purmerend voorspelde groei naar ruim 83.500 inwoners in 2025⁸.
- De door Foodservice Instituut Nederland voor 2019 per persoon geraamde horecabesteding van ca. € 1.200,- (incl. BTW) aan eten en drinken buitenhuis. Bij het gemiddeld wat lagere besteedbaar inkomen per hoofd van de bevolking in Purmerend zal ook de horecabesteding hier naar schatting 10% lager liggen op ongeveer € 1.080,- per persoon. Voor 2025 houden we de horecabesteding per inwoner constant op het niveau 2019 in euro's 2019. We merken hierbij op dat in deze berekening de impact van de Corona-crisis op het consumentenvertrouwen en -bestedingen in eerste instantie fors is, maar uitgaande van een vaccin, zal op de wat langere termijn (over 5 jaar) de omzet weer herstellen naar de huidige niveaus.
- Omdat er geen specifiek koopstromenonderzoek is in de horeca schatten wij de binding en toevloeiing⁹ van horecabestedingen in op basis van de koopstromen dagelijks/niet-dagelijks zoals in 2018 in Purmerend gemeten in het Koopstromen Onderzoek Randstad¹⁰. De lokale binding van horecabestedingen is normaliter vergelijkbaar met de

⁶ Voor de raming van het economisch functioneren en marktruimte is gebruik gemaakt van de in HorecaDNA gehanteerde categorie-indeling.

⁷ Planhorizon bestemmingsplan is 10 jaar (tot 2030) waarbinnen wij in de behoefteraming vanuit draagvlak/vraag de inwonertallen, bestedingen en daaruit resulterende omzetten voor de eerste vijf jaar (tot 2025) goed kunnen inschatten.

⁸ Bevolkingsprognose Purmerend 2017-2032

⁹ Binding is het aandeel van de bestedingen van de inwoners van Purmerend dat wordt besteed/gebonden in de horeca. Toevloeiing is het aandeel van de totaal gerealiseerde omzet/bestedingen dat afkomstig is van consumenten die niet in Purmerend wonen.

¹⁰ 2018 https://www.kso2018.nl/downloads/factsheets/Gemeente_439.pdf

koopkrachtbinding niet-dagelijkse artikelen en bedraagt dan in Purmerend naar schatting ongeveer 50%

- De toevloeiing vanuit de omliggende regio én ander toeristisch en recreatief bezoek plus de zakelijke bestedingen ramen wij op ca. 25% van de nu en in de komende jaren in de Purmerendse horeca gerealiseerde omzet.
- Bovenstaande bestedingen, bindingen en toevloeiingscijfers passen bij het in Purmerend aanwezige aanbod en bevolkingskenmerken.

5.3 Omzet en ontwikkelruimte 2020-2025

Het voorgaande samenvattend resulteert voor de Purmerendse horeca anno 2019 een geraamde omzet van ongeveer € 55 miljoen (exclusief BTW). Uitgaande van berekende vloerproductiviteiten in euro's 2019 (in Purmerend gemiddeld € 3.850,- per m2 vvo) is er op dit moment in Purmerend economisch ruimte voor ongeveer 14.170 m2 vvo en dat is ruim 200 m2 vvo meer dan het huidige metrage van nu 13.960 m2 vvo.

Raming Purmerend	2019	2025 (min)	2025 (max)
Inwonertal	81.000	83.500	83.500
Besteding per hoofd	€ 1.080,-	€ 1.080,-	€ 1.080,-
Gebonden in Purmerend	51%	51%	55%
Totaal gebonden omzet (abs.€)	44,6 miljoen	46,0 miljoen	45,9 miljoen
Toevloeiing	25%	25%	30%
Totaal gebonden toevloeiing (abs €)	14,9 miljoen	15,3 miljoen	19,7 miljoen
Tot. horecabesteding (incl. BTW)	59,5 miljoen	61,3 miljoen	65,6 miljoen
= Totale Omzet (exclusief BTW)	54,6 miljoen	55,7 miljoen	64,9 miljoen
Rendabel metrage bij € 3.850 / m2	14.175 m2	14.480 m2	16.870 m2

Kijkend naar de komende 5 jaar dan speelt Corona en de impact daarvan op het economisch functioneren van de horeca nu een niet goed in te schatten rol.

Er van uitgaande dat een vaccin wordt gevonden en de anderhalve meter niet het nieuwe normaal is geworden, is het waarschijnlijk dat op termijn (3 tot 5 jaar) het consumentenvertrouwen, de bestedingen, de binding en toevloeiing van koopkracht in de horeca weer zullen herstellen op tenminste de oude waarden.

In dat geval kan er uitgaande van het huidige aanbod van 13.960 m2 vvo voor de horeca in 2025 een uitbreidingsruimte worden berekend van minimaal ongeveer 520 m2 tot maximaal ongeveer 2.910 m2 vvo. Uitgaande van een gemiddelde horecaomvang van ca. 125 m2 kan het dan gaan om minimaal ongeveer 4 en maximaal ongeveer 23 nieuwe horecaken.

In totaal zouden er in 2025 in Purmerend dan ongeveer 125 tot 145 horecabedrijven kunnen zijn. Dat komt dan neer op ongeveer 15,0 tot 17,4 bedrijven per 10.000 inwoners.

Verwijzend naar paragraaf 2.4 (Benchmark) kan dan opnieuw worden geconcludeerd dat zelfs na de groei in het maximumscenario ook in 2025 het horeca-aanbod per 10.000 inwoners in Purmerend kleiner is dan gemiddeld in naar inwonertal vergelijkbare gemeenten (50.000 – 100.000 inwoners) en ook nog steeds kleiner is dan het gemiddelde aanbod per 10.000 inwoners in Noord-Holland en Nederland.

Als het gaat om de specifieke invulling van de hierboven geraamde economische marktruimte, dan zijn er diverse mogelijkheden met nog veel onzekerheden. Vast staat dat de horecasector er in de toekomst duidelijk anders uitziet dan op dit moment, ook in Purmerend. Daarbij spelen ontwikkelingen die, zeker in een publiekverzorgende sector als de horeca, sterk worden bepaald door veranderend consumentengedrag, het consumentenvertrouwen en bijbehorende consumentenbestedingen.

6. Conclusie

Met behulp van de gegevens van HorecaDNA is op verschillende manieren (via benchmark en op basis van kentallen zowel vanuit het aanbod als vanuit draagvlak en vraag) vastgesteld dat het anno 2020 in Purmerend beschikbare horeca-aanbod minder groot is dan je op basis van het gemiddelde in naar inwonertal vergelijkbare gemeenten zou verwachten. Waarbij wordt opgemerkt dat enkele andere met Purmerend vergelijkbare (groei)gemeenten een vergelijkbaar laag aanbod per hoofd kennen.

Afgaande op de te verwachten toename van het inwonertal valt er in de komende jaren alleen al op die groei een toenemende behoefte aan horeca te verwachten. De raming van de toekomstige vraag en marktruimte voor nieuw horeca-aanbod in Purmerend resulteert per 2025 in een uitbreidingsmogelijkheid van minimaal ongeveer 520 m² vvo (wat overeenkomt met ongeveer 4 nieuwe horecazaken) tot maximaal ongeveer 2.910 m² vvo (ongeveer 23 nieuwe horecabedrijven).

Voor de voorgenomen vestiging van een horecabedrijf van maximaal 150 m² op de PostNL locatie is op basis van het bovenstaande ruim voldoende draagvlak. Gegeven de gelijktijdige ontwikkeling van een groot aantal woningen in het PostNL project zelf en diverse andere direct omliggende woningnieuwbouwprojecten, is er ter plekke ook voldoende behoefte en marktvraag te verwachten voor de betreffende horecavestiging. In de uitwerking van het horecaconcept gaat het om het creëren van een moderne op de buurt en omgeving gerichte horecaplek waar buurtbewoners en mensen van buiten de buurt (particulier en zakelijk) terecht kunnen om wat te eten of te borrelen. in een horecagelegenheid waar zij zich gastvrij ontvangen weten en thuis voelen.