



HORECAVISIE

COLOFON

Vastgesteld op 20-12-2018

Inhoud

1. Inleiding	4
2. Evaluatie Ontwikkelingsvisie horeca (2007)	5
3. Beleidskader horeca	6
Omgevingsplan Provincie 2018	6
Kustvisie 2017	6
Strategische visie 'Tij van de Toekomst' (2011)	7
Agenda Toerisme 2018 - 2026	7
Masterplan Renesse	7
Structuurvisie/Masterplan Bruinisse	8
Structuurvisie Buitengebied	8
Conclusie	8
4. Trends en ontwikkelingen in de sector	10
4.1 Landelijke trends.....	10
4.2 Lokale ontwikkelingen	10
5. Economische analyse horeca Schouwen-Duiveland	12
5.1 Marktonderzoek horeca Schouwen-Duiveland	12
5.2 Overzicht lopende projecten horeca Schouwen-Duiveland	16
5.3 Conclusie	16
6. Beleidskeuzen horeca Schouwen-Duiveland	17
6.1 Planologische ruimte blijft beschikbaar om in te vullen	17
6.2 Horeca in het landelijk gebied is beperkt mogelijk	17
6.3 Geen ruimte voor nieuwvestiging en uitbreiding, tenzij:.....	17
6.4 Uniek plan biedt kansen en ruimte	18
6.5 Dorpsvisies vormen de basis voor clustering of spreiding (gebiedsopgaven)	18
6.6 Wisseling binnen het horecabedrijf.....	19
6.7 Mengvormen horeca-detailhandel	20
6.8 Wisseling binnen het horecabedrijf.....	20
6.9 Evaluatie.....	20
Bijlage 1: Definities	21
Bijlage 2: Beleidskader	23
Bijlage 3: Plannen in ontwikkeling	29
Bijlage 4: Staat van horeca-activiteiten	31
Bijlage 5: Marktonderzoek Horeca Schouwen-Duiveland 2020-2025	32

Inleiding

1

Horeca vervult op Schouwen-Duiveland een belangrijke rol. De horeca heeft een economische functie in de vorm van bestedingen en werkgelegenheid. Daarnaast heeft de horeca ook een sociale functie als ontmoetings- en ontspanningsplek. Tot slot heeft horeca ook een recreatieve functie in de vorm van B&B's, pensions en hotels. De horecasector heeft een directe relatie met andere functies binnen de gemeente Schouwen-Duiveland zoals detailhandel en recreatie. Deze verschillende functies kunnen elkaar versterken wanneer ze op een juiste manier bij elkaar worden gebracht.

ACHTERGROND

Zoals ook de andere bedrijfstakken binnen de gemeente is de horeca een bedrijfstak die zich continu ontwikkeld. De ontwikkelingen betekenen ook veranderende behoeften en wensen binnen de samenleving, bij de ondernemers en bij de overheid. Op 31 mei 2007 heeft de gemeenteraad de ontwikkelingsvisie horeca Schouwen-Duiveland vastgesteld. Mede door de ontwikkelingen in de afgelopen jaren is een actualisatie van de Ontwikkelingsvisie Horeca noodzakelijk. Daarnaast is duidelijk geworden dat er een verschil bestaat tussen de definities die gebruikt worden in bestemmingsplannen van de gemeente Schouwen-Duiveland en het horecabeleid. Dit maakt de toetsing voor het verlenen van een vergunning complex en geeft weinig duidelijkheid.

AMBITIE EN DOEL

De nieuwe horecavisie moet een duidelijk toetsingskader zijn voor het toetsen van nieuwe ontwikkelingen. Daarnaast moet het beleid duidelijkheid bieden aan zowel de ondernemers als de samenleving en de overheid. Deze ambitie leidt tot de volgende doelstellingen:

- Inzicht geven in actueel beleid en regelgeving;
- Evenwicht tussen horeca en de fysieke leefomgeving;
- Duidelijke kaders voor ontwikkelingen.

Evaluatie Ontwikkelingsvisie horeca (2007)

2

Op 31 mei 2007 is de Ontwikkelingsvisie horeca Schouwen-Duiveland vastgesteld. De afgelopen jaren heeft de Ontwikkelingsvisie gefungeerd als toetsingskader voor ontwikkelingen. Aangezien het inmiddels meer dan 10 jaar geleden is dat het beleid is vastgesteld is evaluatie wenselijk. De volgende punten zijn tijdens de evaluatie naar voren gekomen:

- Wetgeving voor drank- en horeca is gewijzigd;
- Er ligt geen ruimtelijke afweging/onderbouwing aan de ontwikkelgebieden ten grondslag;
- Parkeren en verkeer zijn niet gemotiveerd in het beleid;
- Definities, beleid en onderliggende rapporten zijn verouderd;
- Definities en beschrijvingen van horeca zijn niet volledig;
- Definities wijken af van planologische regelingen;
- Nieuwe trends en ontwikkelingen zijn naar voren gekomen.

Zowel de Provincie als de gemeente Schouwen-Duiveland hebben verschillende beleidsdocumenten vastgesteld waarin horeca een rol speelt. In deze beleidsdocumenten staan visies voor de provincie Zeeland en de gemeente Schouwen-Duiveland. In dit hoofdstuk worden de belangrijkste aspecten uit het beleidskader van de beide overheden geïventariseerd en kort samengevat.

Aan het einde van het hoofdstuk staat de conclusie van het beleidskader. Voor een uitgebreidere beschrijving van het beleidskader verwijzen wij u naar "Bijlage 2: Beleidskader 23".

OMGEVINGSPLAN PROVINCIE 2018

Op 21 september 2018 is het Omgevingsplan 2018 met de bijbehorende Omgevingsverordening vastgesteld. Het Omgevingsplan bevat de hoofdlijnen uit alle provinciale beleidsplannen voor de fysieke leefomgeving. Het omgevingsplan wordt gevormd door vier integrale strategische toekomstgerichte opgaven:

- Duurzame en concurrerende economie
- Klimaatbestendige en –neutrale samenleving
- Waardevolle leefomgeving
- Toekomstbestendige bereikbare woon-, werk- en verblijfofomgeving.

Voor de horeca is met name de strategische opgave voor een duurzame en concurrerende economie van belang waarbij mogelijkheden worden gegeven voor Nieuwe Economische Dragere (NED's). In het Omgevingsplan en de Omgevingsverordening worden mogelijkheden geboden voor een hotelaccommodatie, restaurant, ijssalon en soortgelijke horecabedrijven.

Op basis van het Provinciaal beleid mag geen sprake zijn van nieuwvestiging. De ontwikkeling moet plaats vinden op een agrarisch of voormalig agrarisch perceel in bestaande bebouwing. Het is aan de gemeenten om aan te geven welke activiteiten worden toegestaan.

KUSTVISIE 2017

De Zeeuwse Kustvisie gaat uit van het samen versterken van de Zeeuwse Kwaliteitskust, met toepassing van ons DNA/Land in Zeel bij alle ontwikkelingen, inzetten op herstel van kwaliteit, zowel landschappelijk als verblijfsrecreatief en differentiatie van het recreatieve product (strand, natuur, cultuur en niches zoals wellness, ecotoerisme, culinair, zeezeilen). De Kustvisie bevat hiervoor een tweezijdige ontwikkelingsstrategie:

- *Beschermen, versterken en beleven* van bestaande kwaliteiten (natuur en landschap, (verblijfs)recreatie, water/strand en infrastructuur);
- *Gebiedsgericht ontwikkelen* van nieuwe kwaliteiten.

Voor strandpaviljoens geldt dat alle paviljoens jaarrond aanwezig mogen zijn. De maximale oppervlakte mag 1.000 m² bedragen. In het huidige gemeentelijk beleid mogen strandpaviljoens 750 m² groot zijn. In het kader van de Agenda Toerisme is de mogelijkheid opgenomen om op specifieke locaties in het kader van kwaliteitsverbetering tot 1.000 m² uit te breiden. Het toevoegen van nieuwe strandpaviljoens is in het kader van de Kustvisie niet mogelijk.

Voor de verblijfsrecreatie geldt dat de randvoorwaarden per deelgebied kunnen verschillen. Voor de **Zeeuwse badplaatsen** (waaronder Burgh-Haamstede en Renesse) geldt dat nieuwvestiging, kwaliteitsverbetering en herstructurering mogelijk is binnen de grenzen van het bestaand gebied. Het

toevoegen van kampeerterreinen en recreatiewoningenterreinen is op grond van het gemeentelijk beleid niet toegestaan in Burgh-Haamstede en Renesse. Daarbij geldt wel dat aspecten als ruimtelijke kwaliteit, waterveiligheid en leefbaarheid worden gewaarborgd. Tot slot moeten ontwikkelingen voldoen aan onderdeel B tot en met D van het Ontwikkeldkader. (zie bijlage voor alle deelgebieden en het ontwikkelkader).

Het ontwikkelkader is ook van toepassing op ontwikkelingen in het deelgebied **“Verblijfsrecreatief gebied”**. De verblijfsrecreatie moet zich daarom richten op onderscheidende kwaliteit, differentiatie en versterking van de identiteit van Zeeland. De accommodaties zijn (meer) geïntegreerd met het kustlandschap, natuur en cultuur en de economie van Zeeuwse badplaatsen. Ontwikkelingen in dit deelgebied moeten voldoen aan alle onderdelen van het ontwikkelkader wat hierboven beschreven is.

Voor het laatste deelgebied: **“het open agrarisch gebied”** geldt dat verblijfsrecreatieve ontwikkeling niet mogelijk zijn. Kleinschalige ontwikkelingen aansluitend op een bouwvlak zijn mogelijk onder voorwaarden en streekeigen landschappelijke inpassing. Wel zijn er mogelijkheden voor het toevoegen van een horecafunctie aan een bestaande functie via de NED-regeling.

STRATEGISCHE VISIE ‘TIJ VAN DE TOEKOMST’ (2011)

In de strategische visie staat de volgende ambitie centraal: *‘In 2040 kent vakantie-eiland Schouwen-Duiveland een toonaangevende watereconomie die de duurzame verbinding vormt tussen wonen, werken, zorgen en genieten.’*

In de visie zijn de drie strategische doelen ‘werken’, ‘wonen’ en ‘verblijven’ uitgewerkt. Horeca is verweven met alle strategische doelen die beschreven zijn. Dit wil zeggen dat er in de visie ruimte is voor horeca mits er sprake is van een goede scheiding tussen bijvoorbeeld wonen en horeca. Daarnaast moeten vooral de kwaliteiten van Schouwen-Duiveland benut worden. Er zijn bijvoorbeeld mogelijkheden voor horeca die sterk water gerelateerd is en het recreatief-toeristisch product versterken.

AGENDA TOERISME 2018 - 2026

De Agenda Toerisme 2018-2026 geeft de ambities voor Schouwen-Duiveland als toeristisch recreatieve bestemming voor de toekomst weer. De agenda bevat strategische keuzes voor de toekomst, doelstellingen en uitvoeringsthema’s aan de hand waarvan per thema beleidskeuzes worden gemaakt. Ook bevat de agenda een uitvoeringsprogramma.

25 oktober 2018 is de Agenda Toerisme vastgesteld. Toerisme en horeca zijn nauw met elkaar verbonden. Daarom zijn de relevante aanbevelingen uit deze Ontwikkelingsvisie Horeca opgenomen in de Agenda Toerisme.

MASTERPLAN RENESSE

Het Masterplan Renesse is een ruimtelijk toekomstperspectief voor de komende 20-30 jaar. Het Masterplan gaat over de lange termijn en geeft de grote lijnen aan waarbinnen toekomstige ruimtelijke ontwikkelingen plaats kunnen vinden. Horeca speelt in Renesse een belangrijke rol. Van oudsher is het centrum van Renesse sterk gericht op jongeren. Het centrum is daardoor gericht op het nachtleven en boodschappen doen. Het Masterplan richt zich op de verschuiving van nacht naar dag- en avondhoreca. Om dit te bereiken moeten horecagelegenheden niet alleen ‘s avonds open zijn maar de hele dag. Er moet ruimte worden geboden aan ontwikkelingen die een bijdrage leveren aan het dag- en avondleven en het creëren van een gezellig centrum voor de hele Kop van Schouwen. Dit ziet niet alleen op horeca maar ook op detailhandel en speelvoorzieningen. De aanwezige voorzieningen moeten elkaar gaan versterken.

In het Masterplan Renesse is benoemd op welke plekken de horeca gevestigd is en op welke plekken dit

wenselijk is. Dag- en avondhoreca en recreatief winkelen concentreert zich rondom de kerkring en Hogezoom en is ook te vinden op het strand. De nachthoreca concentreert zich ook aan de Hogezoom, specifiek aan het kruispunt met de Jan van Renesseweg. Dit moet op deze locaties geclusterd blijven, er wordt gestreefd naar een compact centrum waar verschillende voorzieningen elkaar versterken. Kleinschalige dag- en avondhoreca is mogelijk bij aanzet routes naar het strand en langs de route naar het transferium. Voor bijzondere concepten op bijzondere plekken buiten het centrum is ook ruimte. Het heeft de voorkeur om dit te koppelen aan verblijfsrecreatie.

STRUCTUURVISIE/MASTERPLAN BRUINISSE

De structuurvisie legt de gewenste ruimtelijke ontwikkeling op hoofdlijnen vast en vormt het toetsingskader voor nieuwe ontwikkelingen. In de Vissershaven is een kleinschalige concentratie van verschillende horecafuncties met terras, daaraan gekoppeld is een beperkte hotelfunctie of B&B wenselijk. Nieuwe horeca met terrassen in de buurt van bestaande woningen is mogelijk. Akoestisch onderzoek moet uitwijzen op welke afstand van de woningen dit kan worden gesitueerd.

In de Structuurvisie Bruinisse zijn duidelijke richtlijnen vastgesteld voor de nieuwvestiging van horeca. Er is ruimte voor een uitbreiding van de horeca met een totale oppervlakte van 300 m² en moet geconcentreerd worden rond het toekomstig nieuwe dorpsplein. Naast het dorpsplein heeft ook de haven toeristische potenties. Om de potenties waar te maken zijn in de toekomst nieuwe recreatieve functies gewenst. In het Masterplan is hiervoor een totale oppervlakte van maximaal 350m² Bvo opgenomen over maximaal 3 bedrijven. Sinds de vaststelling van de Structuurvisie zijn er verschillende ontwikkelingen geweest in het dorpscentrum en het havenplateau van Bruinisse. Hierdoor is de totale oppervlakte, geschikt voor uitbreiding, sterk gedaald.

STRUCTUURVISIE BUITENGEBIED

Het buitengebied is van groot belang voor toerisme en recreatie op Schouwen-Duiveland. Het versterken en ontwikkelen van de ruimtelijke kwaliteit van het buitengebied draagt in het algemeen bij aan de aantrekkelijkheid van onze gemeente voor toeristen en recreanten. Daarnaast zien wij in het buitengebied mogelijkheden voor specifieke, aan het buitengebied gebonden vormen van dag- en verblijfsrecreatie, die de kwaliteit van het toeristisch recreatieve product op het eiland versterken. Ook hierbij is een toegevoegde waarde van het grootste belang wat betreft kwaliteitsniveau, productdifferentiatie, versterking van de identiteit van ons eiland en seizoensverlenging.

Het aantal elk-weer voorzieningen in onze gemeente is relatief beperkt. We dagen ondernemers uit om nieuwe dag-recreatieve voorzieningen te ontwikkelen, die een alternatief bieden voor het strandbezoek en die fungeren als elk weer voorziening. Deze voorzieningen moeten wel bij het gebied passen. Dit kan in de vorm van het toevoegen van een horecafunctie aan een agrarisch bedrijf of voormalig agrarisch bedrijf, zoals verkoop van boerderij- en streekproducten, of kleinschalige horeca, of binnenspeeltuinen.

CONCLUSIE

In het beleid van de Provincie is nog ruimte voor hotelontwikkeling waarbij met name ontwikkeling mogelijk is in de hotspots (aandachtsgebieden). Kleinschalige verblijfsrecreatieve horeca is mogelijk onder de regeling voor Nieuwe Economische Draggers.

Ontwikkeling van verblijfsrecreatieve horeca (zie begrippen) in de zone van de Kustvisie is slechts beperkt en onder voorwaarden mogelijk. Bij ontwikkeling/uitbreiding wordt een grote nadruk gelegd op landschap realiseren in plaats van consumeren, economische haalbaarheid en koppeling met de omgeving (DNA en sociale bijdrage).

In de strategische visie Tij van de Toekomst staat de lange termijn visie voor Schouwen-Duiveland beschreven. Horeca, recreatie, natuur en landbouw worden genoemd als functies die in de toekomst mogelijk blijven op Schouwen-Duiveland.

De masterplannen en structuurvisies zijn een uitwerking van de lange termijn visie. Hierin staat specifiek benoemd op welke plekken horeca wenselijk is. In Zierikzee en Bruinisse is een (beperkte) nieuw vestiging van horeca mogelijk. In Renesse is dit vooral wenselijk op bijzondere plekken buiten het centrum.

Trends en ontwikkelingen in de sector

4

4.1 LANDELIJKE TRENDS

Koninklijke Horeca Nederland is de grootste branche organisatie van het land. Zij onderscheidt een aantal trends in de horeca:

Gezondheid en fitheid spelen meer dan ooit een grote rol voor de consument. Er is een toenemende vraag naar pure en eerlijke ingrediënten, met respect voor de afkomst, de bijproducten en het afval dat hiermee geproduceerd wordt. Hoge kwaliteit, ambacht en duurzaamheid worden gewaardeerd. De gast van nu verwacht altijd en overal service. Het aantal horeca momenten neemt toe, maar het aantal horeca aanbieders ook. Zij moeten voortdurend keuzes maken om succesvol te worden/ te blijven. Uiteindelijk bepaalt het DNA van het bedrijf en het persoonlijk verrassen van de klanten, het succes.

Door de *technologische ontwikkelingen* hebben gasten altijd en overal de mogelijkheid om vrijwel alles te bestellen. De behoefte aan gemak én snelheid wordt steeds groter. Dit is te zien aan de bezorgmarkt voor maaltijden, opkomst van boodschappen aan huis, groei van horeca en ook de foodtrucks op to-go locaties zijn hiervan het bewijs. Gasten weten ook steeds meer over bedrijven en dit maakt hen kritischer. Ze verwachten het beste.

De economische crisis van een aantal jaren geleden luidde een nieuw tijdperk in voor de horeca. Er wordt gezocht naar nieuwe verdienmodellen en dit creëert frictie op de markt. Het traditionele bedrijfssegment bestaat niet meer en blurring wordt steeds populairder. De *bestedingen veranderen* ook. De consument is prijsbewust en spaarzaam bij alles wat alledaags of standaard is. Ze zijn echter bereid om meer uit te geven aan dat wat voor hen bijzonder is. Het middensegment krimpt.

Er zijn verschillende *demografische ontwikkelingen*. Een groeiende groep vitale ouderen biedt kansen voor de horeca. Zij hebben tijd, zijn actief en bereid om geld te besteden. Ook de veranderende gezinssamenstelling heeft invloed op de horeca. Er komen steeds meer tweeverdieners, die zorgen voor meer horecamomenten en vragen om gemak. Doordat mensen het steeds drukker krijgen verandert de markt naar een 24 uren economie.

De keuze voor een bepaald horecabedrijf wordt bepaald door persoonlijke identiteit van de consument. Deze zoekt mensen die zijn/haar levensstijl delen. Traditionele netwerken maken plaats voor digitale en fysieke communities. Dit biedt ruimte voor nieuwe *lifestyle concepten*. Ieder wisselmoment in de dag is een potentieel horecamoment, waarbij de gast gefaciliteerd wil worden. De scheidslijn tussen gast en gebruiker wordt steeds vager. Voor de één is het horecamoment een moment uit. Voor de ander moet het een bijzondere ervaring zijn. De basis moet in ieder geval kloppen. Duurzaam en verantwoord dienen vanzelfsprekend te zijn, evenals een kwalitatief en bewust gezond aanbod. Er is veel aandacht voor pure, lokale producten, bereidingswijzen en ingrediënten.

4.2 LOKALE ONTWIKKELINGEN

Er zijn een aantal ontwikkelingen op lokaal niveau die invloed hebben op de horeca sector:

- Tekort aan horecapersoneel
In Zeeland is een tekort aan horecapersoneel. Ook op Schouwen-Duiveland is dit een groeiend probleem. De horecasector heeft te kampen met een slecht imago (lange dagen, laag salaris, weinig vaste contracten). Er wordt veel personeel uit de Randstad aangetrokken, maar

overnachtingsmogelijkheden voor hen is een probleem. Alle accommodaties zijn in het hoogseizoen volgeboekt door toeristen. Koninklijke Horeca Nederland en Recron zoeken samen naar oplossingen voor dit probleem.

- Particuliere verhuur (Airbnb)

Particulieren verhuur groeit fors op Schouwen-Duiveland. Dit komt hoofdzakelijk door de Airbnb's. Voor particuliere aanbieders is het nog eenvoudiger geworden om de kamer of woning aan te bieden voor de verhuur. De grens tussen een vakantieverblijf en wonen vervaagt hierdoor. De Airbnb is een extra verkoopkanaal wat gasten naar de regio weet te trekken. In 2017 heeft het Kenniscentrum Kusttoerisme een onderzoek opgeleverd met effecten van Airbnb op de Nederlandse Noordzeekust.

Economische analyse horeca Schouwen-Duiveland

5

In de periode van juli 2016 tot en met september 2017 heeft het onderzoeksbureau Seinpost/ZKA een marktonderzoek uitgevoerd voor de horeca op Schouwen-Duiveland. In paragraaf 5.1 geven wij een samenvatting van dit onderzoek. Voor het volledige onderzoek verwijzen wij u naar "Bijlage 3: Plannen in ontwikkeling 29".

Naast het marktonderzoek is tevens een inventarisatie gemaakt van de verleende toestemmingen (omgevingsvergunningen en bestemmingsplannen) tot en met 1 januari 2018. Deze inventarisatie behandelen wij in paragraaf 5.2.

5.1 MARKTONDERZOEK HORECA SCHOUWEN-DUIVELAND

5.1.1 Analyse horeca Schouwen-Duiveland

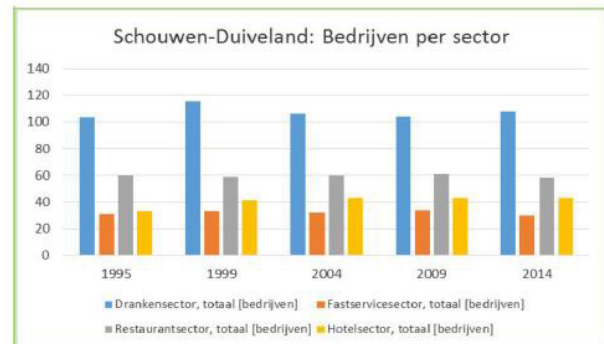
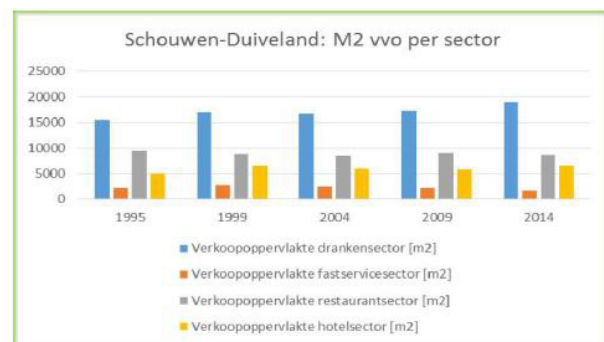
Schouwen-Duiveland beschikt in juli 2016 over 244 horecabedrijven met 35,944 m² verkoopvloeroppervlak (vvo). Er is onderscheid in horeca categorieën gemaakt:

1. Dranken;
2. Fastservice;
3. Restaurants;
4. Hotels en pensions.

Het aanbod is ten opzichte van 2014 licht gegroeid. De grootste categorie is dranken (café's, wijnbar, discotheken) en de kleinste is fastservice (snackbar, cafetaria's). In tabel 1 een overzicht van de ontwikkeling van horeca per m² vvo en het aantal bedrijven.

Het horeca-aanbod op Schouwen-Duiveland ontwikkelt zich redelijk stabiel, het aanbod groeit niet mee met de landelijke trend. In de loop der jaren vertoonde met name het aantal horecabedrijven een sterk wisselend beeld. Naar sector groeien nu de 'dranken' (met name door strandbedrijven) en hotelsector. Het aantal faillissementen is relatief beperkt ten opzichte van de landelijk trends.

Uit de vergelijking met de andere Zeeuwse gemeenten komt dat Schouwen-Duiveland over het grootste horeca-aanbod in m² beschikt; de horeca is een belangrijke werkgever met ruim 2.200 banen. De schaal blijft echter achter bij het gemiddelde van Nederland. Oorzaken zijn het beperkte exploitatiedraagvlak over het hele jaar gezien en daarnaast het feit dat het in de meeste gevallen om MKB-bedrijven gaat (weinig grote ketens, veel pensions). Vooral het lagere en middensegment zijn sterk vertegenwoordigd. Dit heeft te maken met de afhankelijkheid van de toeristische sector en dan met name de seizoen afhankelijke en minder koopkrachtige kampeersector. Het hogere/topsegment ontbreekt op dit moment (geen 5 sterrenhotel of restaurants met Michelinster).



Kernen

Er worden zes kernen nader onderzocht op aantal horecabedrijven en soort horecabedrijven in het marktonderzoek: Zierikzee, Renesse, Burgh-Haamstede, Scharendijke, Brouwershaven en Bruinisse. Ruim 80 % van het horeca aanbod ligt in één van de zes kernen, ruim 20 % verspreid over de andere dorpen en de rest van het eiland.

Het draagvlak voor de horeca bestaat uit drie groepen: de inwoners, de verblijfgasten en de dagrecreanten.

Zierikzee

In Zierikzee zijn 49 horecabedrijven gevestigd. Het aanbod is evenwichtig verdeeld over de drankensector, fastservice en restaurants. Er is een relatief geringe capaciteit aan hotels/pensions. Het horeca aanbod ligt met name binnen de grachten van de stad en aan het aangrenzende gebied achter de Zuidhavenpoort.

Er zijn allerlei soorten keukens, van basis/goedkoop tot exclusief, en van fast/to go tot slow food. Het kwaliteitsniveau is hoger dan gemiddeld. De historische omgeving draagt bij aan een goede beleving. De horeca in Zierikzee verzorgt primair de eigen inwoners van de kern. Door haar positie als centrumvoorziening vervult Zierikzee ook een belangrijke functie voor de omliggende kernen. Hierdoor is de horeca minder afhankelijk van het toerisme dan de andere kernen. De horeca profiteert uiteraard wel van bezoekers die een dagje naar Zierikzee komen en van de omvangrijke waterrecreatie.

De horeca heeft een belangrijke rol voor Zierikzee als jaarrond dag-attractie.

Renesse

Renesse heeft het grootste aantal horecabedrijven van Schouwen-Duiveland, namelijk 66. De helft hiervan behoort toe aan de drankensector. Hierdoor is het aanbod behoorlijk eenzijdig. Het aanbod aan geregistreerde restaurants en fastservice is relatief beperkt, en er zijn veel hotels/pensions (soms in het wat hogere segment). Het geheel vormt een bijzondere mix van oud en vernieuwd, van laag tot midden segment, en weinig hoger segment. Buiten het centrum bevindt zich veel horeca op de vakantieparken en aan de stranden. Renesse vormt het centrum van de Kop van Schouwen. Er is altijd wel levendigheid en reuring in het dorp met uitzondering van de wintermaanden (november – maart).

Het Masterplan Renesse vormt het kader voor de transformatie van de dorpskern. Het dorpscentrum wordt de bruisende poort tot de Kop van Schouwen, met een langere verblijfsduur en als de plek voor ontmoeting en evenementen. De horeca zal overdag en 's avonds geopend moeten zijn, en naast het hoogseizoen ook in het voor- en najaar en de winterperiode. De horecavoorzieningen worden zoveel mogelijk geconcentreerd in een compact dorpscentrum hetgeen ten goede komt aan de levendigheid.

Burgh-Haamstede

Burgh-Haamstede beschikt over 43 horecabedrijven. De meeste bedrijven behoren toe aan de drankensector, namelijk 17. Daarna komt de restaurantsector. Bij de hotelsector zijn in de meeste gevallen ook restaurants aanwezig. De horeca ligt sterk verspreid over het lint (Haamstede, Burgh en Westerschouwen) en kent meerdere sub concentraties. Concentraties liggen in de Noordstraat/Ring (Haamstede), Westerschouwenseweg (Westerschouwen) daarnaast ligt veel verspreid aanbod langs de Hogeweg en Maireweg aansluitend op de verblijfsaccomodaties. De drie sub concentraties zijn onderling niet goed met elkaar verbonden waardoor het horeca-aanbod weinig van elkaars aantrekkingskracht profiteert. De spreiding, de geringe synergie en nabije concurrentie van Renesse maakt het aanbod vrij kwetsbaar. De kwaliteit van de horeca is relatief wat hoger dan in Renesse. Dit komt door de locatiekwaliteit van het gebied in relatie tot het natuurgebied, de duinen en karakteristieke panden.

Scharendijke

Scharendijke kent een divers horeca aanbod met 19 vestigingen. De concentratie ligt in de Dorpsstraat en aan de jachthaven. De horecavoorzieningen profiteren flink van het toerisme en de recreatie en de vele evenementen in de directe omgeving.

Brouwershaven

Brouwershaven heeft met 8 horecabedrijven het geringste aanbod. Het horeca aanbod ligt met name rond de Haven Noord- en Zuidzijde en de aangrenzende markt. Het aanbod bestaat met name uit restaurants, dranken en fastservice. De horeca kent met name klanten die deze bedrijven gericht bezoeken, er is weinig aanloop van dagjesmensen. De horeca voorziet vooral de eigen inwoners en de in Brouwershaven verblijvende toeristen.

Bruinisse

Bruinisse kent met 21 bedrijven een gevarieerd horeca aanbod. De horeca in het centrum ligt versnipperd over een groot gebied en sluit daardoor onvoldoende op elkaar aan. Buiten het centrum ligt horeca bij de jachthaven en bij de golfbaan. Hier is sprake van horeca in het hogere segment, passend bij de locatiekwaliteiten van de jachthaven Bruinisse en de golfbaan. Bezoekers van de horeca bestaan uit de eigen inwoners en de in Bruinisse verblijvende toeristen met name van het vakantiepark (Aquadelta) en de waterrecreatie.

Overig

Verspreid over het eiland liggen nog 55 horecabedrijven in de resterende tien kernen en in het buitengebied. Het zijn met name bedrijven in de drankensector en de horeca op vakantieparken. Restaurants die zich in kwalitatieve zin onderscheiden en ook streekproducten promoten liggen veelal verspreid over het eiland. Deze horeca functioneert autonoom op basis van eigen trekkracht en is meestal op een eigen locatie gevestigd.

5.1.2 Uitbreidingsperspectief consumptieve horeca

Eerder hebben wij onderscheid gemaakt in verschillende categorieën horeca (dranken, fastservice, restaurant en hotels en pensions). Voor het uitbreidingsperspectief worden twee categorieën onderscheiden, namelijk consumptieve horeca (dranken, fastservice en restaurants) en verblijfsrecreatieve horeca (hotels en pensions).

Voor het bepalen van een uitbreidingsperspectief moet inzichtelijk worden gemaakt hoe de verhouding vraag en aanbod is. Aan de hand van twee verschillende rekenmethoden kan de aanbodpotentie van horeca op Schouwen-Duiveland inzichtelijk worden gemaakt. De aanbodpotentie wordt berekend door het aantal bedrijven te vermenigvuldigen met de gemiddelde omzet per bedrijf. De gemiddelde aanbodpotentie op Schouwen-Duiveland bedraagt €69,5 miljoen.

De vraagpotentie is opgebouwd uit bestedingen van diverse doelgroepen op Schouwen-Duiveland. De vraagpotentie wordt berekend door het aantal bezoekers te vermenigvuldigen met de gemiddelde bestedingen per bezoeker. Het betreft:

1. Inwoners van Schouwen-Duiveland;
2. Binnenlandse dagbezoekers;
3. Verblijfstoeristen (binnenlands en buitenlands).

Deze doelgroepen hebben allen een apart bestedingspatroon die gebruikt wordt voor de berekening. De vraagpotentie is vastgesteld op €77,1 miljoen.

Uit de confrontatie tussen vraag en aanbod blijkt dat de vraagpotentie groter is dan het aanbod. Dit wil zeggen dat de horeca gemiddeld genomen goed functioneert. In de praktijk zal er sprake zijn van een

grote variatie per kern, per seizoen en sector. De onderstaande tabel geeft een overzicht in euro's van de aanbod-, vraagpotentie en de confrontatie tussen deze twee.

Horecapotentie	Brouwershaven	Bruinisse	Burgh-Haamstede	Renesse
Inwoners	975.375	2.968.200	2.907.000	1.166.625
Dagtoeristen	810.900	810.900	3.243.600	4.865.400
Verblijfgasten	2.498.986	2.769.731	8.698.205	11.499.805
Totaal vraagpotentie	4.285.260	6.548.830	14.848.805	17.531.830
Aanbodclaim	2.300.000	6.800.000	12.400.000	17.600.000

Horecapotentie	Scharendijke	Zierikzee	Overig	Totaal
				25.807.275
Inwoners	1.002.150	8.506.800	8.281.125	
Dagtoeristen	2.432.700	1.216.350	2.027.150	16.218.000
Verblijfgasten	1.772.845	415.965	7.366.100	35.021.644
Totaal vraagpotentie	4.396.795	12.166.365	17.674.475	77.046.919
Aanbodclaim	4.500.000	13.000.000	12.950.000	69.500.000
Vershil in %				+10 %

Op totaalniveau is een plus van 10 % te zien in de confrontatie tussen vraag en aanbod. In werkelijkheid zal het verschil tussen vraag en aanbod per kern anders liggen. In de berekening is namelijk geen rekening gehouden met de trekkracht van horeca tussen de kernen onderling. Renesse en Zierikzee hebben bijvoorbeeld een grotere aantrekkingskracht dan bijvoorbeeld Brouwershaven. Daarnaast hebben we ook te maken met de invloed van de seizoenen in combinatie met het aantal verblijfstoeristen dat op Schouwen-Duiveland verblijft. De horeca is afhankelijk van het hoogseizoen, evenementen, feestdagen en het mooie weer. Tot slot moet er rekening gehouden worden met de demografische ontwikkelingen waarbij er sprake zal zijn van een bevolkingsdaling en vergrijzing.

Op basis van de cijfers komt het onderzoek uit op een uitbreidingsruimte, van de consumptieve horeca, van *3.500 tot 4.000 m² verkoopvloeroppervlak*. Er zijn 2 positieve factoren waarmee rekening moet worden gehouden:

- Door een verlenging van het aanbod aan verblijfsmogelijkheden komt er meer spreiding van de vraag. Er is ook een kans op meer overnachtingen en dus meer bestedingen door verlenging van het aanbod;
- Op de vraag van de consument naar meer kwaliteiten kan de horeca inspelen met meer hoogwaardig aanbod. Dit leidt tot hogere omzetten per m² vvo.

5.1.3 Uitbreidingsperspectief verblijfsrecreatieve horeca

Het totale aanbod aan hotels en pensions bestaat uit ruim 50 bedrijven en ruim 2000 bedden. De kamerbezetting is bijna 50 %. Het gemiddelde in de rest van Zeeland ligt op 70 %. Dit verschil is te verklaren omdat Schouwen-Duiveland sterk afhankelijk is van de toeristische markt en buiten het hoogseizoen een terugval heeft in de bezetting. De concentratie van verblijfsrecreatieve horeca is te vinden in Renesse. Opvallend is het bescheiden aanbod in Zierikzee.

Op basis van de huidige kamerbezetting is er weinig reden tot uitbreiding van verblijfsrecreatieve horeca. Een kamerbezetting van 60 % wordt aangehouden voor een gezonde exploitatie. Op basis van trends is

uitbreiding wel mogelijk. De uitbreidingsruimte komt samengevat op het volgende neer:

- Uitbreiding bestaande hotels van klein naar middelgroot;
- Ontwikkeling van een eigen hotel met concept, waardoor de afhankelijkheid van het seizoen kleiner is;
- Ontwikkeling extra hotelaanbod in Zierikzee gekoppeld aan een authentieke plek (monument) gericht op de zakelijke markt;
- Inzetten op kwaliteitsverhoging (kwalitatief hoogwaardige hotels).

5.2 OVERZICHT LOPENDE PROJECTEN HORECA SCHOUWEN-DUIVELAND

Ten tijde van de evaluatie en bijstelling van de Ontwikkelingsvisie horeca zijn er verschillende omgevingsvergunningen, in afwijking van het bestemmingsplan verleend, bestemmingsplannen vastgesteld en intentieovereenkomsten gesloten op basis waarvan ontwikkelingen mogelijk zijn. Deze ontwikkelingen voldeden aan het toen geldende beleidskader.

Om tot een eenduidig ontwikkelingsperspectief te komen is het noodzakelijk dat inzichtelijk wordt gemaakt hoeveel reeds toegezegde/gerealiseerde plannen er lopen die van invloed kunnen zijn op het uitbreidingsperspectief. Dit zijn plannen die niet zijn gelegen binnen de bestemming 'Horeca' of niet passen binnen de regels van de bestemming 'Horeca'. In bijlage 3 is een volledig overzicht van de plannen opgenomen. In dit overzicht is een omschrijving, vloeroppervlakte, en het aantal bedden opgenomen.

Uit dit overzicht blijkt dat er circa 1.600m² aan plannen consumptieve horeca en circa 25.000m² aan verblijfsrecreatieve horeca in ontwikkeling is. In veel gevallen bestaat er een overlap tussen verblijfsrecreatieve horeca en consumptieve horeca. Dit komt omdat het bij een hotel mogelijk is om het restaurant ook open te stellen aan passanten. Het overzicht consumptieve aanbod horeca is daardoor in de praktijk hoger dan sec in dit overzicht is opgenomen. Een uitzondering hierop zijn de recreatiebedrijven waarbij de horeca ten dienste van het bedrijf moet zijn. In de praktijk maken echter ook passanten en inwoners vaak gebruik van deze horecavoorzieningen.

5.3 CONCLUSIE

Uit de confrontatie tussen het marktonderzoek en de plannen in ontwikkeling blijkt dat de ontwikkelruimte uit het marktonderzoek voor de consumptieve horeca voor de komende jaren al is ingevuld. Er is dus geen ontwikkelruimte voor horeca op Schouwen-Duiveland.

Voor de verblijfsrecreatieve horeca geldt dat een aantal bedrijven inmiddels al uitgebreid is of trajecten lopen om tot uitbreiding te komen. Daarnaast wordt in Zierikzee Mondragon gerealiseerd (hotel op authentieke plek) en in Renesse hotels in combinatie met wellness dan wel zorg.

Beleidskeuzen horeca Schouwen-Duiveland

6

De conclusies uit de voorgaande hoofdstukken leiden tot de beleidskeuzen voor horeca op Schouwen-Duiveland. In dit hoofdstuk worden deze beleidskeuzen behandeld. Gerelateerde beleidskeuzen voor bijvoorbeeld de recreatie worden gemaakt in de Agenda Toerisme.

6.1 PLANOLOGISCHE RUIMTE BLIJFT BESCHIKBAAR OM IN TE VULLEN

Bestaande planologische rechten blijven beschikbaar om in te vullen/te benutten. Ook mogen deze planologische rechten gebruikt worden voor verplaatsing en herstructurering van horeca.

In verschillende geldende bestemmingsplannen is er binnen de horecabestemming nog ruimte. Enerzijds omdat er enkele horecabestemmingen niet ingevuld zijn (leegstand). Anderzijds omdat de volledige oppervlakte nog niet is ingevuld. Deze beschikbare ruimte is meegenomen in het uitgevoerde marktonderzoek. Omdat dit bestaande rechten zijn, blijven deze ook onder het nieuwe beleid beschikbaar om in te vullen of te benutten. Zo zijn er bijvoorbeeld horecapanden die op de verdieping nog vloeroppervlak kunnen benutten omdat planologisch een hogere goot- en nokhoogte is opgenomen. De beschikbare ruimte mag ook gebruikt worden voor herstructurering en verplaatsing van horeca.

In het kader van een goede ruimtelijke ordening moet afgewogen worden dat het anders inzetten van bestaande planologische ruimte uitvoerbaar en aanvaardbaar is.

6.2 HORECA IN HET LANDELIJK GEBIED IS BEPERKT MOGELIJK

Horeca als Nieuwe Economische Drager (NED) blijft in het landelijk gebied beschikbaar in de vorm van kleinschalige consumptieve horeca met maximaal 15 zitplaatsen en verblijfsrecreatieve horeca in de vorm van NED met maximaal 25 slaapplekken in de bestaande bebouwing.

Het behouden van de vitaliteit van het landelijk gebied van Schouwen-Duiveland is één van de belangrijkste pijlers van de Omgevingsvisie landelijk gebied. Een landelijk gebied dat ook aantrekkelijk is voor plattelandstoerisme en waar we aandacht hebben voor verbreding van de agrarisch functie en herinvulling van voormalige agrarische bebouwing. Daarom bieden we ruimte voor kleinschalige horeca in het landelijk gebied.

6.3 GEEN RUIMTE VOOR NIEUWVESTIGING EN UITBREIDING, TENZIJ:

Nu uit voorgaande hoofdstukken blijkt dat het totale aanbod op korte termijn de beschikbare marktruimte geheel zal opvullen, is nieuwvestiging en uitbreiding van horeca op Schouwen-Duiveland in principe niet meer mogelijk. Slechts wanneer sprake is van een uniek vernieuwend concept of beperkte uitbreiding van bestaande bedrijven zoals opgenomen in Stads- en dorpsvisies, meer in het bijzonder de Beeldkwaliteitsplannen, kan medewerking wel overwogen worden.

De beperking voor uitbreiding en nieuwvestiging is alleen van toepassing op:

- Zierikzee
- Renesse
- Burgh-Haamstede
- Scharendijke
- Brouwershaven
- Bruinisse

In de overige kernen moet nieuwvestiging in principe nog mogelijk zijn op voorwaarde dat er aansluiting gezocht wordt bij een eventuele Dorpsvisie en dat er sprake is van kleinschalige, consumptieve horeca.

Een voorbeeld van een uniek concept is een horecabedrijf dat zich richt op het hoge segment, bijvoorbeeld Michelinwaardig, of een bedrijf wat tot doel heeft een Michelinster te behalen. Voor wat betreft hotels en pensions wordt aansluiting gezocht bij de aandachtsgebieden met ontwikkelkader vanuit de Omgevingsvisie landelijk gebied en de Agenda Toerisme.

Op dit moment is alleen het Masterplan Renesse vastgesteld, er zijn ook stads- en dorpsvisies in voorbereiding voor de andere kernen. Bij de volgende evaluatie van de Horecavisie worden ook de dan geldende stads- en dorpsvisies verwerkt in het beleid. Van nieuwvestiging mag dan geen sprake zijn, het moet gaan om een beperkte uitbreiding of herstructurering.

Bij volgende actualisaties van bestemmingsplan wordt alleen bestaande horeca nog positief bestemd, eventuele planologische mogelijkheden voor nieuwe horeca worden niet meer overgenomen.

Niet alle plannen waar reeds toestemming voor is verleend zijn al gerealiseerd. In bijlage 3 een lijst met overgangsplannen die onder de Horecavisie 2018 nog gerealiseerd mogen worden. Wanneer een plan uiteindelijk niet door gaat, dan kan deze ruimte vvo onder de Horecavisie opnieuw worden benut. Het college moet hierbij per geval een afweging maken.

6.4 UNIEK PLAN BIEDT KANSEN EN RUIMTE

Er wordt ruimte geboden voor een uniek plan/concept wat op Schouwen-Duiveland nog niet aanwezig is. Daarnaast is het mogelijk bij cultuur historisch waardevolle objecten een ondergeschikte horecafunctie te realiseren, mits deze bijdraagt aan de instandhouding van het object.

Zoals eerder beschreven is de horeca een sector die snel verandert door wijzigende wensen/behoefte vanuit de gast. Ondernemers moeten kunnen blijven inspelen op de veranderende markt. Tevens kent Schouwen-Duiveland een groot aantal cultuurhistorisch waardevolle panden die behouden moeten worden. Invulling met horeca is daarvoor een kans die we op voorhand niet uit willen sluiten. Het volledig op slot zetten van een sector is dan ook niet wenselijk.

Aan de hand van een businessplan en haalbaarheidsonderzoek moet aangetoond worden dat het plan ook uitvoerbaar en uniek is. Tevens moet het plan een meerwaarde voor de omgeving hebben. Het unieke van een plan/concept wordt beoordeeld door het kwaliteitsteam toerisme.

Voor wat betreft de bestaande cultuurhistorisch waardevolle objecten staan we consumptieve horeca met maximaal 15 zitplaatsen en verblijfsrecreatieve horeca met maximaal 25 slaapplaatsen toe mits deze ontwikkeling bijdraagt aan het behoud van de cultuurhistorische waarden.

6.5 DORPSVISIES VORMEN DE BASIS VOOR CLUSTERING OF SPREIDING (GEBIEDSOPGAVEN)

In het najaar van 2017 zijn verschillende dorpen, in samenwerking met de gemeente Schouwen-Duiveland, gestart met het opstellen van dorpsvisies. Het doel van deze dorpsvisies is het realiseren van een kwaliteitsimpuls voor de kernen waarvoor geen masterplan wordt opgesteld. In de visies worden kansen en mogelijkheden voor de kernen in beeld gebracht. Daarbij wordt gekeken naar alle voorzieningen en functies, ook in relatie tot elkaar.

Dorpsvisies

De Ontwikkelingsvisie horeca ziet alleen op de horecasector. Andere sectoren zoals detailhandel en maatschappelijke voorzieningen zijn geen onderdeel van deze visie. Omdat deze functies elkaar kunnen versterken wanneer ze geclusterd worden, is het aanwijzen van gebieden voor horecaclustering of juist spreiding niet wenselijk zonder integrale visie op de gehele omgeving.

In de dorpsvisies worden de gebiedsopgaven voor de verschillende kernen beschreven. Horeca kan in deze visies als onderwerp worden meegenomen.

6.6 WISSELING BINNEN HET HORECABEDRIJF

Ondergeschikte horeca blijft mogelijk indien aan de voorwaarden wordt voldaan.

Ondergeschikte horeca is een gelegenheid waarbij het doel van de onderneming niet primair is gericht op het verstrekken van consumptieve goederen, maar slechts ter ondersteuning is van de hoofdactiviteit. Deze consumptieve gelegenheid richt zich op het verstrekken van etenswaren voor directe consumptie ter plaatse met daarnaast het afzonderlijk verstrekken van dranken voor directe consumptie ter plaatse. Binnen onze gemeente kennen we bijvoorbeeld ondersteunende horeca bij detailhandel, cultuurinstellingen, maatschappelijke voorzieningen en bij sportverenigingen.

Ondergeschikte horeca kan bijdragen aan een gezonde exploitatie van een bedrijf. Uit de evaluatie zijn geen negatieve punten naar voren gekomen. Omdat er geen negatieve punten zijn blijft ondergeschikte horeca ook in deze nieuwe horecavisie mogelijk. Voor ondergeschikte horeca zijn algemene kaders opgenomen die zien op horeca-activiteiten bij alle functies. Tevens zijn er voor de specifieke functies nog aanvullende voorwaarden opgenomen.

Algemene kaders:

- De horeca activiteit is ondergeschikt aan de hoofdactiviteit en heeft geen zelfstandige functie;
- De openingstijden van de ondergeschikte horeca is gekoppeld aan de openingstijden van de hoofdactiviteit;
- De ondergeschikte horeca heeft geen eigen ingang;
- Bij het beëindigen van de hoofdactiviteit wordt ook de ondergeschikte horeca beëindigd.

Specifieke kaders:

Detailhandel

Ondergeschikte horeca-activiteiten ten dienste van een detailhandelsbedrijf zijn toegestaan. De maximale oppervlakte van de horeca in een gebouw bedraagt ten hoogste 25 % van de verkoopvloeroppervlakte met een maximum van 50m².

Er is tevens een terras toegestaan met een oppervlakte die ten hoogste die de helft bedraagt van de gerealiseerde oppervlakte aan horeca als bedoeld onder 1; indien de gerealiseerde oppervlakte aan horeca minder bedraagt dan 20 m² is desondanks een terras van ten hoogste 10 m² toegestaan.

Cultuur en maatschappelijk

Ondergeschikte horeca-activiteiten ten dienste van culturele en maatschappelijke voorzieningen zijn toegestaan. De maximale oppervlakte bedraagt ten hoogste 10 % van de voor publiek toegankelijke vloeroppervlakte.

Sport

Ondergeschikte horeca-activiteiten ten dienste van sportvoorzieningen zijn toegestaan. Er is geen maximale oppervlakte opgenomen. Horeca is alleen toegestaan in het centrale gebouw van de sportvoorziening.

6.7 MENGVORMEN HORECA-DETAILHANDEL

In de periode 2016-2017 is er een pilot geweest voor 'blurring' oftewel branchevervaging. Een concept waarin horeca, detailhandel en dienstverlening elkaar ontmoeten. Het is een pilot die is ontstaan vanuit de klantbehoefte. Het was bijvoorbeeld mogelijk om bij de kapper een glas wijn te schenken of in een restaurant een fles wijn voor thuis te verkopen.

De mengvormen zijn op dit moment nog in strijd met de drank- en horecawetgeving. Op het moment van vaststelling van de Ontwikkelingsvisie horeca is niet duidelijk waar de wetgever met blurring naar toe wil. We kunnen daarom geen concrete beleidskeuze voor dit onderwerp maken.

[Wel staat de gemeente Schouwen-Duiveland positief tegenover de mengvormen horeca, mits het speelveld voor iedere sector gelijk wordt.](#)

Zodra meer duidelijkheid is over de keuze van de wetgever kan dit bij de eerst volgende evaluatie verwerkt worden.

6.8 WISSELING BINNEN HET HORECABEDRIJF

We zien steeds vaker, met name in de kern van Renesse, dat horeca exploitanten een concept hanteren waarbij de bedrijfsvoering gaandeweg de dag wijzigt. Zo zijn er diverse horecazaken die zich in de middaguren als dagzaak (lunchroom) profileren en gaandeweg de avonduren het karakter kennen van een (dans) café.

Vanuit onze toezichhoudende rol hebben we hier geen problemen mee zolang deze bedrijfsvoering niet conflicteert met het vigerende bestemmingsplan. Wij zien dit als kans om een zo breed mogelijke horeca aanbod te kunnen bieden aan onze inwoners en gasten. Tevens draagt het op een positieve wijze bij aan de gewenste seizoen verlenging. Zo kan in de zomermaanden een horeca exploitant zich richten op het uitgaanspubliek (loungen, cafébezoek, dansen) en in het naseizoen meer op consumptieve horeca (lunchen en dineren).

In het bestemmingsplan wordt hierop geanticipeerd door een nieuwe Staat van Horeca activiteiten die ook als bijlage bij dit beleidsdocument is opgenomen.

6.9 EVALUATIE

Om goed te kunnen inspelen op de veranderende markt is het zaak om regelmatig een evaluatie van het horecabeleid uit te voeren. De evaluatie moet bestaan uit een economische analyse en een overzicht van de verleende toestemmingen. Elke 3 jaar moet deze visie daarom geëvalueerd worden. Aandachtspunten bij een eerst volgende evaluatie zijn:

4. Mengvormen horeca en detailhandel (blurring);
5. Stads- en dorpsvisies;
6. Wisselingen binnen het horecabedrijf;
7. Gevolgen demografische ontwikkeling;
8. Gevolgen exploitatiedraagvlak;
9. Horeca op recreatieterreinen openstellen.

Bijlage 1: Definities

AFHAALRESTAURANT

Een horecabedrijf dat zich richt op het verstrekken van maaltijden voor directe consumptie ter plaatse met al dan niet het daarnaast afzonderlijk verstrekken van dranken of kleine etenswaren voor directe consumptie ter plaatse en waarbij tevens de mogelijkheid bestaat dat consumpties ter plaatse afgehaald worden en niet ter plaatse geconsumeerd worden.

BED & BREAKFAST

Een nevenactiviteit voor kortdurend toeristisch verblijf bij een woning in het hoofdgebouw of in een bijgebouw waar logies (maximaal 5 slaappleatsen) en ontbijt worden aangeboden. Deze gebouwen dienen te voldoen aan de juiste wet- en regelgeving en alle veiligheidseisen.

CAFÉ

Een horecabedrijf, niet zijnde een discotheek of bar/dancing, dat tot hoofddoel heeft het verstrekken van alcoholische en niet-alcoholische dranken voor consumptie ter plaatse, met als nevenactiviteit het verstrekken van kleinere etenswaren.

CONSUMPTIEVE HORECA

Een categorie binnen de horeca die zich richt op het verstrekken van ter plaatse te nuttigen dranken en/of etenswaren. Voorbeelden van bedrijven binnen deze categorie zijn cafés, restaurants, cafetaria enzovoort.

DRANK- EN HORECAVERGUNNING

Een vergunning om tegen betaling alcoholhoudende drank te mogen verstrekken.

EXPLOITATIEVERGUNNING

Een vergunning die nodig is voor het exploiteren van een horecabedrijf.

GASTENVERBLIJF

Een vrijstaand of aan een woning aangebouwd gebouw, die niet direct vanuit de woning toegankelijk is en die gebruikt wordt om niet-commercieel logies te bieden aan personen die elders hun hoofdverblijf hebben.

HORECA(BEDRIJF)

Een bedrijf gericht op:

- het bedrijfsmatig verstrekken van ter plaatse te nuttigen voedsel en/of dranken of
- het bedrijfsmatig exploiteren van zaalaccommodaties, of
- het bedrijfsmatig verstrekken van logies.

HOTEL

Een horecabedrijf dat tot hoofddoel heeft het verstrekken van logies (per nacht), maaltijden en dranken ter plaatse en eventueel zaalverhuur voor congressen.

HOTELUNIT

Een losse hotelkamer, behorend bij een centrale hotelvoorziening, in het landschap op hetzelfde perceel wat tot doel heeft het verstrekken van logies. In de hotelunits bevinden zich geen (volwaardige) keukens.

ONDERGESCHIKTE HORECA-ACTIVITEITEN

Gelegenheid waarbij het doel van de onderneming niet primair is gericht op het verstrekken van consumptieve goederen, maar slechts ter ondersteuning is van de hoofdactiviteit. Deze consumptieve gelegenheid richt zich op het verstrekken van etenswaren voor directe consumptie ter plaatse met daarnaast het afzonderlijk verstrekken van dranken voor directe consumptie ter plaatse.

PENSION

Een bedrijf dat tot hoofddoel heeft het verstrekken van logies met een maximum van 25 slaappleatsen, met als nevenactiviteit het verstrekken van maaltijden en/of dranken aan logerende gasten. In de kamers bevinden zich geen (volwaardige) keukens.

RESTAURANT

Een horecabedrijf dat tot hoofddoel heeft het verstrekken van maaltijden voor consumptie ter plaatse, met als nevenactiviteit het verstrekken van alcoholische en niet-alcoholische dranken.

VERBLIJFSRECREATIEVE HORECA

Een categorie binnen de horeca die zich als hoofdactiviteit richt op het aanbieden van logies maar zich daarnaast ook richt op het aanbieden van maaltijden. Voorbeelden hiervan zijn een hotel en pension.

VERKOOPVLOEROPPERVLAKTE

De vloeroppervlakte van voor het publiek toegankelijke winkelruimten.

Bijlage 2: Beleidskader

KUSTVISIE ZEELAND (2017)

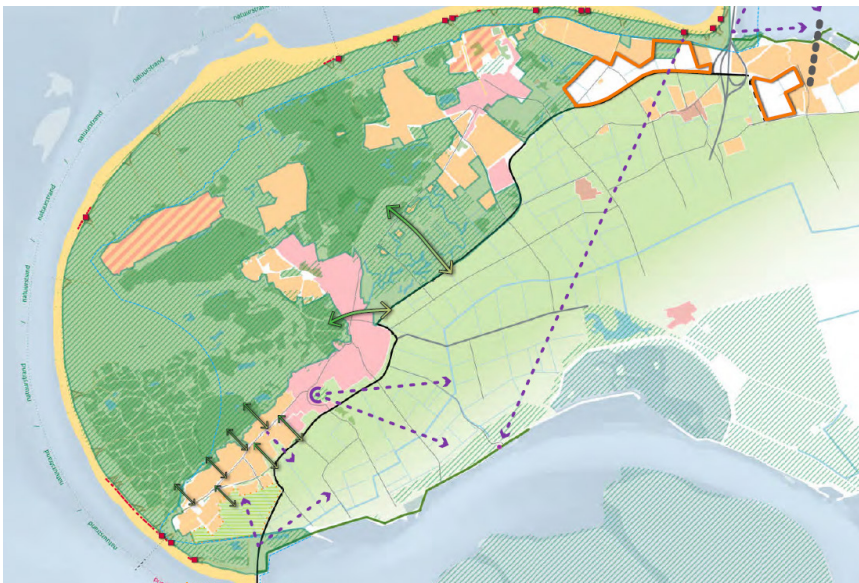
De Zeeuwse kust herbergt enorme kwaliteiten en een grote diversiteit aan functies. Deze diversiteit maakt mede dat er discussie is over de gewenste ontwikkeling van de Zeeuwse kust. Vanuit de samenleving is de zorg over het beschermen van de natuur- en landschapskwaliteiten uitgesproken. Hiernaast speelt de opgave om de vitaliteit van de verblijfsrecreatie te waarborgen en de waterveiligheid te garanderen. Dit is voor verschillende partijen aanleiding geweest om op landelijk niveau een Kustpact op te stellen. In het Kustpact worden kwaliteiten benoemd waarop de toekomst van de kust gebaseerd moet zijn. Het Kustpact daagt de regio uit deze kwaliteiten in een regionale visie uit te werken met bijbehorende zonering. De Zeeuwse Kustvisie geeft invulling aan deze opgave.

Om de beoogde Zeeuwse Kwaliteitskust dichterbij te brengen wordt ingezet op een tweezijdige ontwikkelingsstrategie:

1. Beschermen, versterken en beleven van bestaande kwaliteiten (natuur en landschap, (verblijfs)recreatie, water/strand en infrastructuur);
2. Gebiedsgericht ontwikkelen van nieuwe kwaliteiten.

Aan de genoemde ontwikkelstrategieën zijn gebieden gekoppeld. De deelgebieden zijn terug te vinden op de kaart:

- Strand en waterkering (geel)
- Groene Zeeuwse topkwaliteit (donkergroen)
- Zeeuwse badplaatsen (rood)
- Verblijfsrecreatief gebied (oranje)
- Open agrarisch gebied (lichtgroen)



De Kustvisie ziet met name op (verblijfs)recreatie zoals kampeerterreinen en recreatiewoningterreinen. Echter ook een deel van de horeca valt onder de regels van de Kustvisie, het gaat daarbij om de strandpaviljoens en hotels en pensions. Per deelgebied wordt beschreven wat de mogelijkheden en uitgangspunten zijn. In het deelgebied Groene topkwaliteit is ontwikkeling uitgesloten.

STRANDPAVILJOENS

De Kustvisie wijkt op het onderdeel strandpaviljoens niet af van het beleid van de gemeente Schouwen-Duiveland. Dit wil zeggen dat alle paviljoens jaarrond aanwezig mogen zijn. Daarnaast mag de oppervlakte van een strandpaviljoen maximaal 1000m² bedragen, op natuurstrand bedraagt de oppervlakte 600m². Het toevoegen van nieuwe strandpaviljoens is niet mogelijk.

PENSIONS EN HOTELS

Voor verblijfsrecreatie in de vorm van pensions en hotels gelden vanuit de Kustvisie een aantal randvoorwaarden die per deelgebied kunnen verschillen. Voor de Zeeuwse badplaatsen (Burgh-Haamstede en Renesse) geldt dat nieuwvestiging, kwaliteitsverbetering en herstructurering mogelijk is binnen de grenzen van het bestaand gebied. Daarbij geldt wel dat aspecten als ruimtelijke kwaliteit, waterveiligheid en leefbaarheid worden gewaarborgd. Tot slot moeten ontwikkelingen voldoen aan onderdeel B t/m D van het Ontwikkeldkader. Het ontwikkelkader bestaat uit:

- Ruimtelijke kwaliteit:
Kwaliteitsverbetering van bestaande bedrijven vindt plaats binnen de bestaande oppervlakte en eenheden van het bedrijf.
- Economische haalbaarheid:
Ontwikkelingen vinden plaats op basis van een businessplan en voorzien in een centrale bedrijfsmatige exploitatie.
- Markt en onderscheidend vermogen van het concept:
Ontwikkelingen zetten qua verschijningsvorm en type accommodatie in op een innovatief en hoogwaardig concept wat aansluit bij het lokale DNA van LAND IN ZEE.
- Sociaal maatschappelijke bijdrage:
Ontwikkelingen leveren een bijdrage aan de werkgelegenheid, behoud van voorzieningen en zijn een toegevoegde waarde voor de (leef)omgeving.

Het ontwikkelkader is ook van toepassing op ontwikkelingen in het deelgebied Verblijfsrecreatief gebied. De verblijfsrecreatie moet zich daarom richten op onderscheidende kwaliteit, differentiatie en versterking van de identiteit van Zeeland. De accommodaties zijn (meer) geïntegreerd met het kustlandschap, natuur en cultuur en de economie van Zeeuwse badplaatsen. Ontwikkelingen in dit deelgebied moeten voldoen aan alle onderdelen van het ontwikkelkader wat hierboven beschreven is. Dit wil zeggen dat een beperkte uitbreiding van oppervlakte alleen mogelijk is als:

- A. Het integraal onderdeel uitmaakt van een (nieuw) landschap;
- B. De dichtheid en omvang van de bebouwing passend is in het betreffende landschap;
- C. Het beheer en onderhoud van het landschap is gewaarborgd;
- D. Er sprake is van een maximale invulling ten behoeve van verblijfsrecreatie op het totale uitbreidingsoppervlak van 13 % (exclusief centrale voorzieningen);
- E. Maximaal 20 % van het totale terrein aan de openbaarheid mag worden onttrokken;
- F. De openbaar toegankelijke paden en routestructuren integraal onderdeel uitmaken van het landschap.

Voor het laatste deelgebied: het open agrarisch gebied geldt dat verblijfsrecreatieve ontwikkelingen niet mogelijk zijn. Kleinschalige ontwikkelingen aansluitend op een bouwvlak zijn mogelijk onder voorwaarden en streekeigen landschappelijke inpassing. Het benutten van de Nieuwe Economische Draggers op grond van het gemeentelijk beleid blijft mogelijk.

Strategische visie 'Tij van de Toekomst' (2011)

De gemeenteraad heeft op 3 oktober 2011 de strategische visie 'Tij van de Toekomst' vastgesteld. In de visie is opgenomen hoe de gemeente Schouwen-Duiveland er in 2040 uit zou moeten zien.

In de strategische visie staat de volgende ambitie centraal: 'In 2040 kent vakantie-eiland Schouwen-

Duiveland een toonaangevende water economie die de duurzame verbinding vormt tussen wonen, werken, zorgen en genieten.'

In de visie zijn de drie strategische doelen 'werken, 'wonen' en 'verblijven' uitgewerkt. Hierna zijn de strategische doelen met bijbehorende ambities voor 2040 beschreven.

Strategische doelen: wonen

- We hebben een kwalitatief goed en realistisch voorzieningenniveau;
- We wonen prettig naar wens en behoefte;
- De leefbaarheid en sociale samenhang in de kernen is groot;
- Er is een goed en betaalbaar aanbod van zorg en welzijn.

Strategische doelen: werken

- De economie van Schouwen-Duiveland is sterk watergerelateerd;
- Landbouw en aquacultuur zijn geïnnoveerd en verweven met andere functies;
- Kleinschalige bedrijvigheid floreert, optimaal gestimuleerd en gefaciliteerd;
- Vraag en aanbod van de arbeidsmarkt zijn in balans;
- Schouwen-Duiveland is krachtig gepositioneerd als toonaangevend in water en veelzijdig vakantie-eiland.

Strategische doelen: verblijven

- De bijzondere kwaliteiten maken het tot een aantrekkelijk vakantie-eiland;
- Schouwen-Duiveland heeft een herkenbare toeristische hoofdstructuur;
- De kwaliteit en diversiteit van de toeristische sector is groot;

Horeca is verweven met alle strategische doelen die hierboven beschreven zijn. Dit wil zeggen dat er in de visie ruimte is voor horeca mits er sprake is van een goede scheiding tussen bijvoorbeeld wonen en horeca. Daarnaast moeten vooral de kwaliteiten van Schouwen-Duiveland benut worden. Er zijn bijvoorbeeld mogelijkheden voor horeca die sterk watergerelateerd zijn en het recreatief-toeristisch product versterken.

AGENDA TOERISME 2018 - 2026

Doelstellingen Agenda Toerisme:

De Agenda Toerisme 2018-2026 vervangt het oude 'Actieprogramma Schouwen-Duiveland kiest voor toerisme'. Met deze nieuwe agenda leggen we onze ambities voor de toekomst van het toerisme op Schouwen-Duiveland vast. De agenda geeft aan waar we de komende jaren tijd, geld, middelen en energie in steken. De ambities zijn vertaald in concrete beleidskeuzes, doelen en acties voor de korte en middellange termijn. In het uitvoeringsprogramma is opgenomen wat we gaan doen, wanneer, met welk doel en wie verantwoordelijk is. De agenda is tot stand gekomen met onze regionale en eilandelijke partners en verbindt en inspireert deze partijen om gezamenlijk aan dezelfde ambities en agenda te werken.

Visie; de toekomst van het toerisme is Schouwen-Duiveland':

De ambitie voor de toekomst is als volgt geformuleerd: 'De Groen Blauwe Oase Schouwen-Duiveland blijft ook in de toekomst een bijzondere en aantrekkelijke toeristische bestemming in de Zeeuwse- en Zuid-Hollandse Delta'.

Dit blijkt onder andere uit: Gastvrije ontvangst, hele jaar genieten aan de kust, de 'Groen/blauwe oase' is de kern van ons product, kwaliteiten Groen Blauwe oase optimaal benutten en beleven (natuur/water en

cultuur(historie)), afgestemd op profiel van de gast, blijvend investeren in vernieuwing en verduurzaming van ons jaarrond toeristische product, verblijfsrecreatie blijft sterkste economische factor en kan concurrentie aan met andere toeristische bestemmingen, voorbeeld voor andere kustgemeenten.

Bij deze ambities past een uitdagende missie: 'de toekomst van het toerisme is Schouwen-Duiveland'. Een missie met een hoog ambitieniveau dat zich vertaalt in aspecten als landschappelijke kwaliteit, vernieuwende en duurzame bedrijfsconcepten, een duidelijk onderscheidend product en een sociale bijdrage aan de omgeving. Deze kwaliteitsaspecten komen daarom terug in het Ontwikkelkader Verblijfsrecreatief Gebied vanuit de Zeeuwse Kustvisie.

Strategische keuzes en doelen:

Om dit voor elkaar te krijgen, gaan we uit van de volgende zes strategische keuzes:

1. Schouwen-Duiveland: de 'Groen Blauwe Oase' in de Delta
2. Het geheel is meer dan de som der delen: de Toeristische Hoofdstructuur (THS)
3. Gast en een gastvrije ontvangst centraal
4. Blijvende aandacht voor jaarrond toeristisch product en toename bestedingen
5. Ruimte voor kwaliteit, innovatie, verduurzaming en goed ondernemerschap
6. Samenwerking is de sleutel tot succes

Strategie Agenda Toerisme:

Met deze ambities, missie, strategische keuzes en (economische) doelstellingen hebben we een duidelijke strategie. We willen door brede samenwerking op het hele eiland een beweging tot stand brengen naar meer vernieuwing en verduurzaming van onze recreatie en naar meer beleving van onze natuur en water. Onze unieke cultuurhistorische band met het water maakt de beleving van onze gasten compleet. Zodanig dat vraag en aanbod in balans zijn, onze unieke omgevingskwaliteiten behouden blijven en versterkt worden, de bijdrage van recreatie aan de lokale economie verder versterkt wordt en dat ons eiland meer wordt gezien als een jaarrond toeristische bestemming. Op deze wijze kunnen gasten én inwoners ook in de toekomst volop blijven genieten van onze Groen Blauwe Oase. Om dit voor elkaar te krijgen is het essentieel dat we goed in beeld krijgen en houden wat onze gasten willen.

Uitvoeringsthema's en (beleids-)keuzes Agenda Toerisme:

Vanuit de zes strategische uitgangspunten en de strategie hebben we zes overkoepelende thema's in de agenda uitgewerkt:

- UITGEKIENDE MARKETING VAN ONZE 'GROEN BLAUWE OASE'
- MEER BELEVING: 'Schouwen-Duiveland als podium voor de beste natuurbeleving op de grens van land en water'
- HET HELE EILAND GASTVRIJ EN MEER JAARROND BEZOEKERS
- VOORTDUREND VERNIEUWEN
- HET MOOIESTE STRAND ALS BLIJVENDE TREKKER
- ZORGELOOS DE UNIEKE PLEKKEN OP HET EILAND VINDEN

STRUCTUURVISIE ZIERIKZEE

Zierikzee heeft een eigen karakter, een sterke identiteit. Het centrum van Zierikzee heeft vooral betekenis als recreatief winkelgebied. Winkels en horeca in een fraai en prettig ingerichte historische setting maken de binnenstad tot een verblijfsgebied met aantrekkingskracht en een hoge belevingswaarde.

De ambitie voor Zierikzee luidt als volgt: "Zierikzee staat op de kaart als een levendige en bruisende stad, waar mensen graag naar toe gaan om te genieten van de historische rijkdom, het gezellige centrum met een divers aanbod van winkels en horecagelegenheden en de vele evenementen."

Specifiek voor de horeca is het volgende omschreven. Op de pleinen en in de aanloopstraten is een gevarieerd aanbod van horecagelegenheden en in de winkelstraten vinden we kleinschalige mengvormen van detailhandel en horeca. De horeca concentreert zich rond het Havenplein, Kraanplein, Oude Haven, Nieuwe Haven, Haven 't Sas, Schuithaven en het plein aan de Maarstraat. Het aanbod bestaat grotendeels uit dag- en avondhoreca: lunchrooms, restaurants en cafés. Voor zware horeca, zoals een discotheek, is in de binnenstad geen plek.

MASTERPLAN RENESSE

Renesse is een dorp met een veelkleurig gezicht. Het is een hechte dorpsgemeenschap, een dynamische badplaats en een gemeenschap van ondernemers. Om te zorgen dat het veel kleurige Renesse aantrekkelijk en leefbaar blijft stelt de gemeente Schouwen-Duiveland samen met de dorpsraad en de ondernemersvereniging het Masterplan Renesse op. Het Masterplan is een ruimtelijk toekomstperspectief voor de komende 20-30 jaar. Het Masterplan gaat over de lange termijn en geeft de grote lijnen aan waarbinnen toekomstige ruimtelijke ontwikkelingen plaats kunnen vinden.



Horeca speelt in Renesse een belangrijke rol. Van oudsher is het centrum van Renesse sterk gericht op jongeren. Het centrum is daardoor sterk gericht op het nachtleven en boodschappen doen. Het Masterplan richt zich op de verschuiving van nacht naar dag- en avondhoreca. Om dit te bereiken moeten horecagelegenheden niet alleen 's avonds open zijn maar de hele dag. Er moet ruimte worden geboden aan ontwikkelingen die een bijdrage leveren aan het dag- en avondleven en het creëren van een gezellig centrum voor de hele Kop van Schouwen. Dit ziet niet alleen op horeca maar ook op detailhandel en speelvoorzieningen. De aanwezige voorzieningen moeten elkaar gaan versterken.

In het Masterplan Renesse is benoemd op welke plekken de horeca gevestigd is en op welke plekken dit wenselijk is. Dag- en avondhoreca en recreatief winkelen concentreren zich rondom de kerkring en Hogezoom en is ook te vinden op het strand. De nachthoreca concentreert zich ook aan de Hogezoom, specifiek aan het kruispunt met de Jan van Renesseweg. Dit moet op deze locaties geclusterd blijven. Er wordt gestreefd naar een compact centrum waar verschillende voorzieningen elkaar versterken. Kleinschalige dag- en avondhoreca is mogelijk bij aanzet routes naar het strand en langs de route naar het transferium. Voor bijzondere concepten op bijzondere plekken buiten het centrum is ook horeca mogelijk. Het heeft de voorkeur om dit te koppelen aan verblijfsrecreatie.

STRUCTUURVISIE BRUINISSE

De Structuurvisie Bruinisse 2025 is op 29 september 2011 vastgesteld. De structuurvisie legt de gewenste ruimtelijke ontwikkeling op hoofdlijnen vast en vormt het toetsingskader voor nieuwe ontwikkelingen. In de Vissershaven is een kleinschalige concentratie van verschillende horecafuncties met terras, daaraan gekoppeld is een beperkte hotelfunctie of B&B wenselijk. Nieuwe horeca met terrassen in de buurt van bestaande woningen is mogelijk. Akoestisch onderzoek moet uitwijzen op welke afstand van de woningen dit kan worden gesitueerd.

In de Structuurvisie Bruinisse zijn duidelijke richtlijnen vastgesteld voor de nieuwvestiging van horeca. Er is ruimte voor een uitbreiding van de horeca met een totale oppervlakte van 300 m² en moet geconcentreerd worden rond het nieuwe dorpsplein. Sinds de vaststelling van de Structuurvisie zijn er verschillende ontwikkelingen geweest in Bruinisse. Hierdoor is de totale oppervlakte geschikt voor uitbreiding sterk gedaald.

STRUCTUURVISIE BUITENGEBIED

Het buitengebied is van groot belang voor toerisme en recreatie op Schouwen-Duiveland. Het versterken en ontwikkelen van de ruimtelijke kwaliteit van het buitengebied draagt in het algemeen bij aan de aantrekkelijkheid van onze gemeente voor toeristen en recreanten. Daarnaast zien wij in het buitengebied mogelijkheden voor specifieke, aan het buitengebied gebonden vormen van dag- en verblijfsrecreatie, die de kwaliteit van het toeristisch recreatieve product op het eiland versterken. Ook hierbij is – gelet op de ontwikkelingen op de recreatiemarkt – een toegevoegde waarde van het grootste belang wat betreft kwaliteitsniveau, productdifferentiatie, versterking van de identiteit van ons eiland en seizoensverlenging.

Het aantal elk-weer voorzieningen in onze gemeente is relatief beperkt. We dagen ondernemers uit om nieuwe dag recreatieve voorzieningen te ontwikkelen, die een alternatief bieden voor het strandbezoek en die fungeren als elk weer voorziening. Deze voorzieningen moeten wel bij het gebied passen. Dit kan in de vorm van Nieuwe Economische Dragere op agrarische bedrijven, zoals verkoop van boerderij- en streekproducten of kleinschalige horeca.

Bijlage 3: Plannen in ontwikkeling

CONSUMPTIEVE HORECA

Adres	Plaats	Omschrijving	Status juni 2018
Ring 23b	Burgh-Haamstede	Lunchroom	Verleend
Mol 1	Zierikzee	Cafeteria Fish en Chips	Gerealiseerd, beroep ingesteld.
De Zoom 4	Renesse	Realiseren van een terras	Verleend
De Zoom 4-6	Renesse	Pizzeria vestigen ipv discotheek	Gerealiseerd
Kraayensteinweg 162	Burgh-Haamstede	Uitbreiden bestaand restaurant	In voorbereiding
Lange Nobelstraat 5	Zierikzee	Vestigen pizzeria	Verleend
Havenpark 27	Zierikzee	Wijzigen van gebruik naar horeca	Verleend
Meelstraat 31A	Zierikzee	Vestigen van een bakkerswinkel	Gerealiseerd
melmarkt 11	Zierikzee	Uitbreiden van de horeca activiteiten	Verleend
Brouwersdam	Scharendijke	Verplaatsen surfshop/webwinkel	Verleend
Korte Reke 1	Renesse	Uitbreiden van een horeca locatie	Verleend
Beddeweeg 4	Zierikzee	Verbouwen en uitbreiden van een restaurant	Verleend
Nieuwe Haven 2	Zierikzee	Realiseren restaurant	In voorbereiding

VERBLIJFSRECREATIEVE HORECA

Adres	Plaats	Omschrijving	Status juni 2018
Korte Reke 5	Renesse	Uitbreiden hotel/pension met 34 bedden	Verleend
Beddeweeg 6	Zierikzee	Realiseren pension 5 kamers	Verleend
Mauritsweg 8	Renesse	Realiseren pension	Verleend
Hogezoom 143	Renesse	Realiseren pension	Verleend, beroep ingesteld
Slikweg 7	Kerkwerve	Realiseren hotel	Gerealiseerd
Oude Haven 13	Zierikzee	Realiseren hotel met 40 kamers	Verleend
Hoogenboomlaan 5	Renesse	Herontwikkelen hotel inclusief wellness	Bestemmingsplan in voorbereiding, exploitatieovereenkomst getekend
Brouwersdam	Scharendijke	Realiseren Brouwerseiland met restaurant, zalen en max. 75 hotelvilla's	Bestemmingsplan vastgesteld
Hogeweg 59	Burgh-Haamstede	Hotelontwikkeling ipv manege	In voorbereiding

Adres	Plaats	Omschrijving	Status juni 2018
Schelphoek	Serooskerke	Hotel Schelphoek	In voorbereiding, opgenomen in gebiedsvisie
Strandweg 4	Bruinisse	Bouwen hotel	In voorbereiding, planologisch mogelijk
Platteweg 9	Scharendijke	Realiseren pension	In voorbereiding
Dorpsstraat 19	Scharendijke	Realiseren hotel	In voorbereiding, planologisch mogelijk
Dorpsstraat 6, 8 en 10	Scharendijke	Realiseren hotel	In voorbereiding, planologisch mogelijk

Bijlage 4: Staat van horeca-activiteiten

CATEGORIE 1: CONSUMPTIEVE HORECA

Horecabedrijf dat als hoofddoel heeft het verstrekken van ter plaatse te nuttigen voedsel en/of dranken, eventueel in combinatie met het exploiteren van een zaalaccommodatie

1a: consumptieve horeca tot een maximale verkoopvloeroppervlakte (vvo) kleiner dan of gelijk aan 500m².

1b: consumptieve horeca tot een maximale verkoopvloeroppervlakte (vvo) groter dan 500m².

Voorbeelden: restaurants, cafetaria's, lunchroom enzovoort

CATEGORIE 2: AVOND- EN NACHTHORECA

Horecabedrijf die in met name 's nachts geopend is en die als hoofddoel heeft het verstrekken van dranken en aanbieden van entertainment, zoals het geven van gelegenheid tot dansen, en waar eventueel in combinatie daarmee kleine etenswaren worden verstrekt.

Voorbeelden: clubs, discotheken, feestcafés, uitgaansconcepten, partycentra, danscafés, karaokebars

CATEGORIE 3: VERBLIJFSRECREATIEVE HORECA

Horecabedrijf dat als hoofddoel heeft:

- het aanbieden van logies waarbij ook maaltijden worden aangeboden aan uitsluitend logerende gasten (pensions) of aan zowel logerende gasten en passanten (hotel) , al dan niet in combinatie met zaalaccommodatie

Voorbeelden: hotel en pension



Bijlage 5: Marktonderzoek Horeca Schouwen-Duiveland 2020-2025

1. Marktonderzoek horeca Schouwen-Duiveland



**Marktonderzoek
Horeca
Schouwen-Duiveland
2020-2025**



September 2017

INHOUDSOPGAVE

INLEIDING	3
1. DE HORECA OP SCHOUWEN-DUIVELAND.....	4
1.1 Het eiland.....	4
1.2 Feiten en cijfers op gemeenteniveau	5
1.3 Benchmark.....	9
2. DE KERNEN	13
2.1 Zierikzee.....	15
2.2 Renesse	18
2.3 Burgh-Haamstede	22
2.4 Scharendijke	25
2.5 Brouwershaven	28
2.6 Bruinisse.....	31
2.7 Overig horeca-aanbod op het eiland.....	33
3. FUNCTIONEREN EN UITBREIDINGSPERSPECTIEF.....	35
3.1 Functioneren consumptieve horeca.....	35
3.2 Uitbreidingsperspectief consumptieve horeca.....	39
3.3 Verblijfshoreca: functioneren en uitbreidingsperspectief.....	42
4. DE VISIE OP DE HORECA.....	44
4.1 Dynamiek in de sector	44
4.2 De horeca hotspots.....	45
4.3 Strategie per horecaconcentratiegebied en sector.....	45
4.4 Betekenis voor de overige locaties	48
5. BELEID EN SAMENWERKING	49

BIJLAGE 1 TRENDS	52
1.1 Algemene trends in de horeca.....	52
1.2 Trends in de hotelsector	53
1.3 De omzetontwikkeling en prognoses.....	54
BIJLAGE 2 LEEFSTIJLANALYSE IN DE HORECA.....	58
BIJLAGE 3 BELANG VAN HORECA.....	61
BIJLAGE 4 DEFINITIE VAN SECTOREN	62
BIJLAGE 5 FAILLISEMENTEN	63

Schouwen-Duiveland 'Gastvrij eiland'

INLEIDING

Via een marktonderzoek wenst de gemeente Schouwen-Duiveland inzicht te krijgen in de marktmogelijkheden (kwantitatief en kwalitatief) voor de horecasector. Uit de Strategische visie 'Tij van de toekomst' en verschillende andere beleidsdocumenten blijkt dat de gemeente wil inzetten op versterking van het voorzieningen-niveau waaronder de horecasector. De horeca zorgt voor beleving en geeft locaties en gebieden smaak en kleur. Het verlengt de verblijfsduur van consumenten, met vaak hogere bestedingen tot gevolg. De horeca is met ongeveer de helft van het aantal banen de grootste werkgever binnen de toerismesector (bron: CBS). Tegelijkertijd wil de gemeente voor de horeca nieuwe 'spelregels' opstellen die passen bij deze ambitie. Het marktonderzoek vormt een belangrijke bouwsteen voor de vernieuwing van het horecabeleid uit 2007 dat de gemeente in overleg met Koninklijke Horeca Nederland en de ondernemers wil gaan opstellen. Deze bouwsteen is opgesteld vanuit het belang van de horecasector zelf. Haar toekomstperspectief staat daarbij centraal. In het nieuwe horecabeleid zal de gemeente ook andere bouwstenen betrekken vanuit het beleidskader zoals milieu en de ruimtelijke aspecten.

Het onderzoek schetst een beeld van de trends en ontwikkelingen in de horeca. Daarnaast geeft het inzicht in de kwaliteiten van het huidige horeca-aanbod op Schouwen-Duiveland en de ontwikkeling ervan in de tijd. Verder ontstaat inzicht in het economische belang van de sector in termen van omzet en functioneren en de betekenis van de horeca voor het toerisme en de leefbaarheid op het eiland. Bovenal moet de scan aanknopingspunten aandragen om de (economische) positie van de horeca op Schouwen-Duiveland te versterken, met de focus op de zes belangrijkste kernen die door de gemeente geselecteerd zijn: Zierikzee, Renesse, Burgh-Haamstede, Scharendijke, Brouwershaven en Bruinisse. Bijna nergens zijn de horeca en toerisme zo vervlochten als op de Zeeuwse kusteilanden.

Afbakening onderzoek

In het onderzoek staan de horecabedrijven centraal in vier sectoren: dranken, fastservice, restaurants en hotels / pensions (zie bijlage 4). De catering is buiten beschouwing gelaten. De strandbedrijven en de horeca op de vakantieparken maken formeel deel uit van de horeca maar worden op verzoek van de gemeente niet specifiek geanalyseerd. Op basis van de Zeeuwse Kustvisie 2017 mag het aanbod aan strandbedrijven namelijk niet meer uitbreiden. Deze beide typen horeca hebben wel invloed op de vier sectoren zodat ze wel zijn meegenomen in de rapportage. De strandbedrijven en de horeca op de vakantieparken worden doorgaans tot de dranken- of de restaurant-sector gerekend.

LEESWIJZER

De rapportage van het marktonderzoek is als volgt opgebouwd.

Hoofdstuk 1: Profiel gemeente, feiten en cijfers op gemeenteniveau;

Hoofdstuk 2: De zes kernen en het verspreide aanbod;

Hoofdstuk 3: Functioneren en uitbreidingsperspectief;

Hoofdstuk 4: De visie op de horeca;

Hoofdstuk 5: Beleid en samenwerking.

In de bijlagen wordt ingegaan op de trends in de horeca (bijlage 1), de leefstijlanalyse in de horeca (bijlage 2), het belang van horeca (bijlage 3) en de definities van de verschillende horeca-sectoren (bijlage 4).

Het onderzoek is in 2016 uitgevoerd en afgestemd met een begeleidingsgroep vanuit de gemeente en KHN. Met een achttal horecaondernemers uit diverse sectoren en verspreid over het eiland is mondeling of telefonisch gesproken over de problematiek en de kansen voor de horeca op het eiland. Op verzoek van de gemeente zijn in 2017 de laatste aanpassingen verwerkt.

1. DE HORECA OP SCHOUWEN-DUIVELAND

1.1 Het eiland

Schouwen-Duiveland is het meest noordelijke eiland van de provincie Zeeland. Met 49.000 hectare is Schouwen-Duiveland de grootste gemeente van Zeeland. Op de Kop van Schouwen aan de westkust liggen de bos-, duin- en strandgebieden, met Burgh-Haamstede en Renesse als badplaatsen aan de Noordzee. Het midden- en oostelijke deel van het eiland heeft een landelijk karakter met de nadruk op agrarische en natuurgebieden. Dit midden- en oostelijke deel van Schouwen-Duiveland staat bekend om haar uitgebreide fiets-, wandel- en de watersportrecreatie, grenzend aan de Oosterschelde en de Grevelingen. Het historische Zierikzee met 569 monumenten en 379 gemeentelijke monumenten ligt in het midden aan de zuidkant van het eiland. Het historische Brouwershaven ligt aan de noordkant ervan. Naast deze twee steden kent de gemeente 15 dorpen en diverse buurtschappen en gehuchten. Bruinisse is een oude vissersplaats op de oostpunt van het eiland. Scharendijke wordt gezien als het centrum van de watersport nabij de Brouwersdam en het Grevelingenmeer.

Figuur 1.1: Schouwen-Duiveland met de zes belangrijkste kernen



Bron: Apple maps, bewerking Seinpost Adviesbureau

De horeca op Schouwen-Duiveland profileert zich met typische streekproducten. Dat zijn bijvoorbeeld de regionale vis-, schelp- en schaaldieren waarbij horecabedrijven met elkaar samenwerken. Bij www.zekerzeeuws.nl wordt samengewerkt in de Stichting Streekeigen Producten Nederland. Aan de basis van www.proefenbeleefzeeland.nl staat een coöperatief netwerk van ondernemers. Dat zijn producenten van streekproducten en ondernemers die met streekproducten werken of die verkopen.

Via www.hetschouwsebord.nl werken negen horecaondernemers in het kwaliteitssegment samen die allen gevestigd zijn op Schouwen-Duiveland. Doel is lokale producten op de kaart te zetten en van Schouwen-Duiveland een 'culinair bedevaartsoord' te maken. Er zijn ook andere producten van eigen bodem zoals Zeeuwse kaas, jams, vlees, drankjes en zoetwaren.

Bron: www.hetschouwsebord.nl



Figuur 1.2: Gemeente Schouwen-Duiveland



1.2 Feiten en cijfers op gemeenteniveau

Het horeca-aanbod

Op basis van de landelijke database en definities van HorecaDNA wordt een cijfermatig beeld geschetst van de horeca op Schouwen-Duiveland. De meest actuele cijfers zijn beschikbaar van juli 2016. De tijdreeks loopt van 1995 tot en met 2014¹. Deze tijdreeks geeft een indruk hoe de horeca zich heeft ontwikkeld en is bruikbaar om benchmarks uit te voeren. Er wordt een onderscheid gemaakt naar vier sectoren in de horeca: dranken, fastservice, restaurants en de hotels/pensions (zie bijlage 4). Dit is een indeling op basis van de hoofdactiviteit van een bedrijf en die gebruikelijk is in horeca-onderzoeken. Voor een horecabezoeker is het lang niet altijd duidelijk welk soort horeca hij of zij bezoekt. In toeristische gebieden zal een horecabedrijf in willen spelen op de consumptieve behoeften van zoveel mogelijk klanten, 'op die plek en op dat moment van de dag'. Vandaar dat er veel branchevervaging is tussen de sectoren.

Horeca-aanbod groeit weer

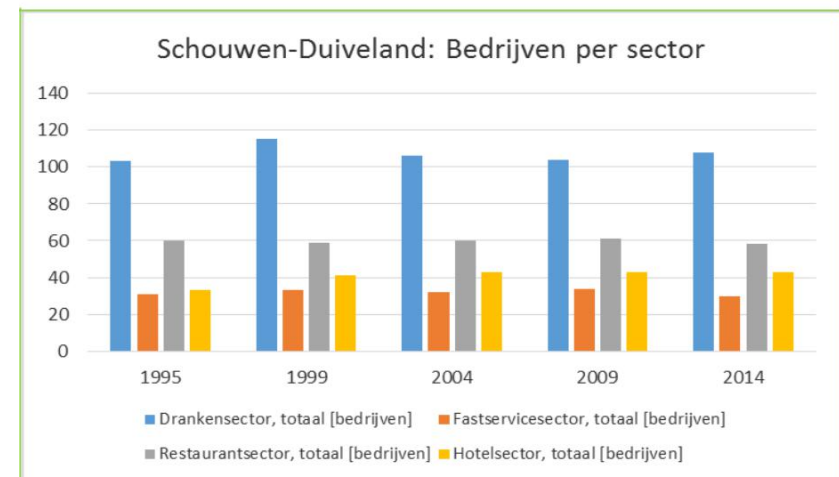
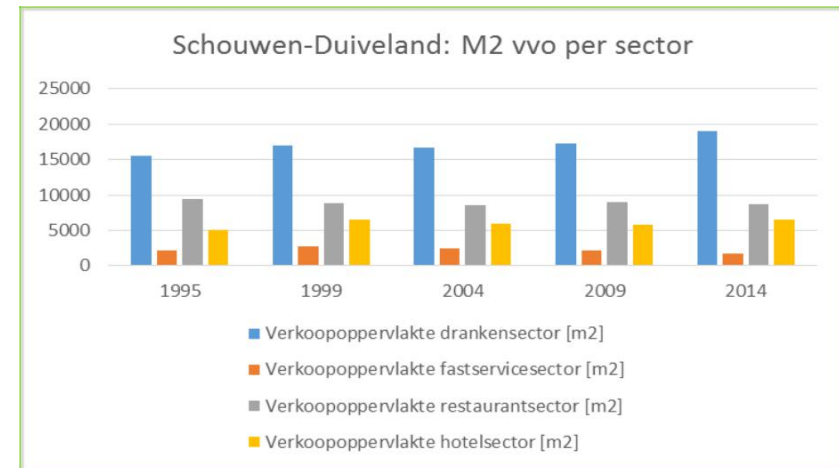
Schouwen-Duiveland beschikt per juli 2016 over 244 bedrijven (excl. partycatering) met 35.944 m² vvo. Het aanbod is licht gegroeid ten opzichte van juli 2014² waarbij het eiland 239 horecabedrijven kende met een gezamenlijk oppervlak ter grootte van 35.870 m² vvo. Verreweg de grootste sector is dranken, de kleinste sector is fastservice. Uit de figuren blijkt dat na een groei in de jaren '90 en

¹ De definitieve cijfers van heel 2015 ontbreken nog.

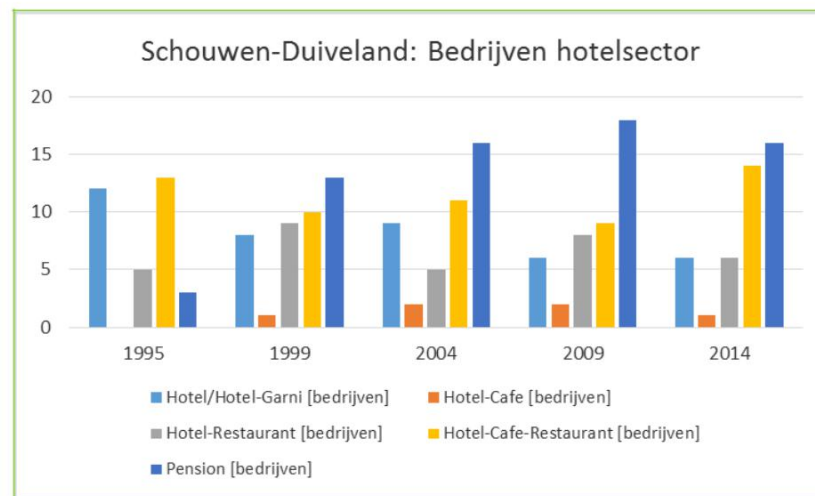
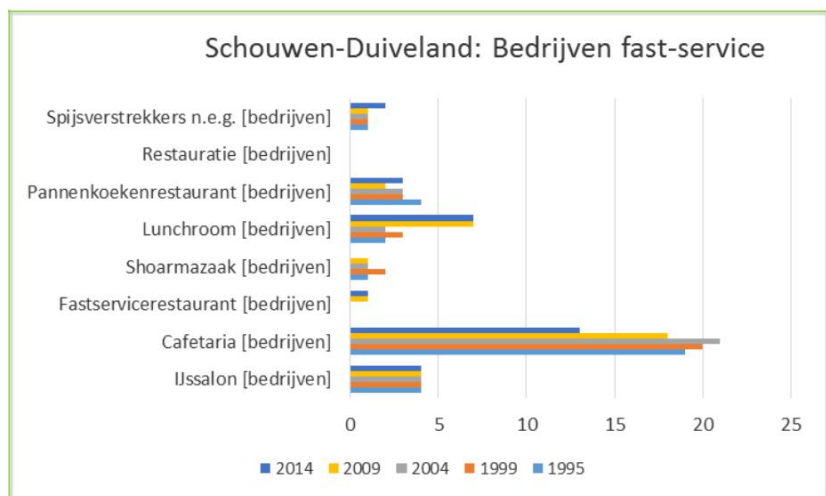
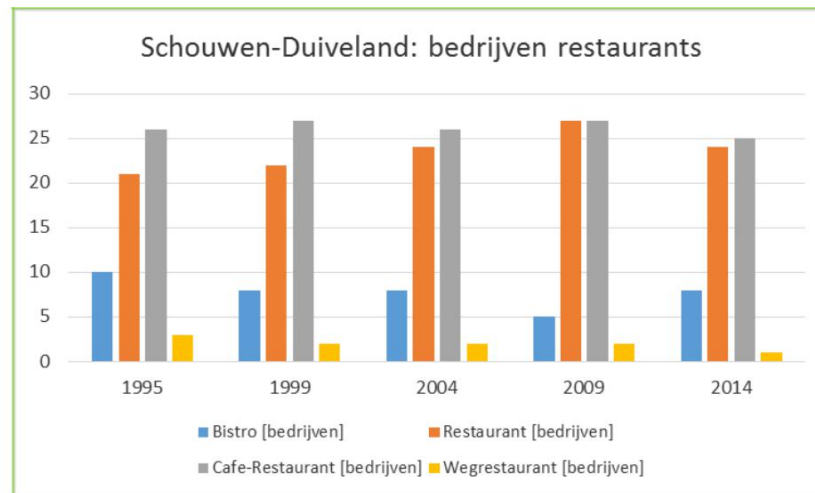
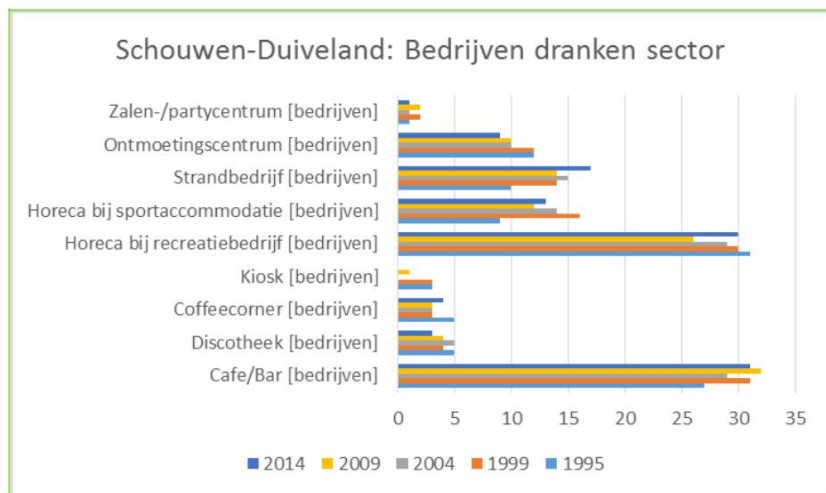
² De definitie en bedrijfsregistratie van HorecaDNA verschilt van die van de gemeente. De bronnen zijn verschillend (HorecaDNA = Kamer van Koophandel) tegenover de gemeentelijke registraties. Horecavestigingen kunnen dubbel of gezamenlijk op één adres ingeschreven staan. Soms zijn ze ingedeeld in een andere sector, of worden de metrages anders gedefinieerd zoals het meetellen van het terras. Afhaal-bezorghoreca kan meegeteld worden zonder nuttiging ter plaatse (zie definitie bijlage drie). Hierdoor kunnen verschillen ontstaan.

een daling tussen 1999 en 2004 het aanbod weer is gaan groeien: met name qua aantal m² vvo. De laatste vijf jaar is een groei zichtbaar in de dranken- en hotelsector, fastservice en restaurants zijn stabiel. De ontwikkelingen per sector worden verklaard door nieuwe horecabedrijven of door mutaties in de voorraad: bedrijven kunnen na een mutatie tot een andere sector gerekend worden.

Figuur 1.3 en 1.4: Ontwikkeling m² vvo en bedrijven aan horeca



Figuren 1.5 tot en met 1.8: Aantal bedrijven per sector



Bron: HorecaDNA

Analyse per sector

De figuren 1.5 tot en met 1.8 geven een indruk van de ontwikkeling van de typen bedrijven binnen de vier sectoren. De bron vormen de landelijke data van HorecaDNA.

Dranken: Schouwen-Duiveland kent opvallend veel café/bars en horeca bij recreatiebedrijven. Deze worden gevolgd door de strandbedrijven en de horeca bij sportaccommodaties. De laatste vijf jaar is een daling opgetreden in het aantal disco's, kiosken en zalen-/partycentra, en heeft een groei plaatsgevonden in het aantal recreatie- en strandbedrijven.

Fastservice: deze sector is relatief klein op Schouwen-Duiveland. Het aantal cafetaria's daalt, de overige typen fastservice-bedrijven zijn relatief stabiel.

Restaurants: de meeste restaurants zijn café-restaurants. Voor de klant maakt dit de drankensector nog groter dan die in feite al is. De groei van het aantal reguliere restaurants is omgezet in een daling. Het aantal bistro's groeit opnieuw, het aantal wegrestaurants daalt.

Hotels / pensions: Het totale aantal bedrijven is gegroeid van bijna 35 in 1999 naar 43 in 2014. Het aantal garni-hotels (zonder keuken / restaurant) stabiliseert na een daling, het aantal pensions groeit niet meer. Het aantal hotel-café-restaurants groeit weer naar het oude niveau (van 1995), ten koste van de hotel-restaurants. Ook hier zien we weer de invloed van de drankensector op de hotelsector net als bij de restaurants. Volgens de meest actuele cijfers van HorecaDNA per juli 2016 is het aantal hotels en pensions gegroeid naar 49.

Het aanbod nader bekeken

Gemiddeld kleinere horecaondernemingen

De schaal van de horecabedrijven op Schouwen-Duiveland is opvallend kleiner dan landelijk. Het verschil varieert van bijna 50% tot 90%. Het beeld wijkt het sterkst af bij de hotels vanwege de vele

pensions op Schouwen-Duiveland. Bij de restaurants is de afwijking het geringst.

Tabel 1.1: Schaal per sector in Schouwen-Duiveland en Nederland

Gem. m ² vvo per bedrijf (2014)	Schouwen-Duiveland	Nederland	Vershil
Dranken	177	225	-21%
Fastservice	55	69	-20%
Restaurants	149	166	-10%
Hotels	151	303	-50%

Bron: HorecaDNA

Faillissementen

Omdat Schouwen-Duiveland redelijk veel horecabedrijven kent zijn er ook faillissementen. Dat zijn er vier in 2014, vier in 2015 en twee in de eerste maanden van 2016 (zie bijlage vijf). Aan de lijst van faillissementen valt op dat er relatief veel ondernemers in Burgh failliet zijn gegaan. In toeristische gebieden is de exploitatie van horeca geen makkelijke opgave vanwege de pieken en dalen in de toeristisch-recreatieve seizoenen. de omzet kan zelfs per dag sterk fluctueren afhankelijk van het weer en de voorspelling. In dit licht bezien is het aantal van 10 faillissementen in 3 jaar op zoveel bedrijven relatief bescheiden.

Definitief horeca-bestand per juni 2016

De horecabestanden van de gemeente en van HorecaDNA zijn samengevoegd en in overleg met de gemeente gecontroleerd. De sectoren zijn zo ver mogelijk opgesplitst naar typen horecabedrijven waarop bij de beschrijving van het aanbod per kern wordt teruggekomen. Schouwen-Duiveland blijkt over 261 horecabedrijven te beschikken, iets meer dan per juli 2016 op basis van de bron HorecaDNA. Het verschil kan met enkele recente mutaties te maken hebben of met verschil in definities (zie voetnoot 1). Het grootste verschil wordt verklaard door het aantal bedrijven in de hotelsector omdat er vanuit de gemeentebestanden meer pensions / kamerverhuurbedrijven / B&B's zijn meegerekend.

Tabel 1.2: type aanbod in 2016 op gemeenteniveau

Sector	Dranken	Fastservice	Restaurant	Hotel	Totaal
Aantal bedrijven	102	36	66	57	261

Bijna alleen zelfstandige ondernemers

De horeca op Schouwen-Duiveland bestaat bijna volledig uit zelfstandig ondernemers. Sommige ondernemers runnen meerdere horecabedrijven, landelijke horecaformules worden er weinig aangetroffen. Het hoge aandeel MKB verklaart mogelijk ook de relatief kleine schaal van het aanbod, en de invloed van het seizoenstoerisme op het exploitatiedraagvlak.

Uitzonderingen zijn grotere hotelketens die een vestiging op Schouwen-Duiveland hebben (Fletcher, Hampshire), of sommige consumptieve horeca-ketens die op het eiland gevestigd zijn (Subway, Capri).

Kwaliteit van het aanbod

Om het aanbod te beoordelen zijn er meerdere locatiebezoeken gebracht aan Schouwen door Seinpost en ZKA. Dat is gebeurd op 6 april 2016 (Zierikzee-centrum), 17 juni 2016 (de zes belangrijkste kernen en enkele verspreide horeca), en in week 33 en 34 in het hoogseizoen (alle zes de kernen). Er is in dit horeca-onderzoek geen integrale kwaliteitsbeoordeling uitgevoerd voor alle individuele horecavestigingen op Schouwen-Duiveland, bijvoorbeeld op segment en prijs. Met internetsites als iens, Apple Maps, Yelp, Tripadvisor en overige informatie via internet kan een goede indruk verkregen worden van de variatie in het aanbod. Middels reviews

geeft de consument een beoordeling van de kwaliteit maar dat is doorgaans subjectief.

In bijlage twee bieden de mood boards van de horeca voor de vier belevingswerelden aanknopingspunten voor de beoordeling van de kwaliteit:

- Rood (vitaliteit): eigzinnig, inspirerend, creatief;
- Blauw (controle): stijlvol, exclusief, verwennen;
- Geel (harmonie): gezelligheid, samen, vrolijk, voor iedereen;
- Groen (zekerheid): vertrouwd, niet te duur, toegankelijk.

Van belang is om op Schouwen-Duiveland voldoende variatie te bieden in het horeca-aanbod zodat deze doelgroepen iets te kiezen hebben. De kwaliteit van het aanbod zoals op segment en prijs wordt meestal alleen beoordeeld voor de restaurants en hotels. Schouwen-Duiveland heeft geen restaurants met een of meerdere Michelin-sterren. Er is wel één restaurant met een Bib Gourmand kwalificatie, namelijk De Vluchthaven in Bruinisse aan de Veerhaven. Op de classificatie van de hotels is in paragraaf 3.2 ingegaan. Over het algemeen kan gesteld worden dat Schouwen-Duiveland over veel laag- en middensegment aanbod beschikt en minder in het hogere segment. Dit heeft te maken met de afhankelijkheid van de toeristische sector en de kwaliteit van de verblijfssector met onder andere de seizoen afhankelijke kampeersector.

1.3 Benchmark

Het horeca-aanbod in Schouwen-Duiveland kan op verschillende manieren vergeleken worden. Hiermee wordt een goed beeld verkregen van de hoeveelheid en de soorten horeca en hoe het aanbod zich ontwikkeld heeft. De analyse is uitgevoerd op meerdere schaalniveaus door te vergelijken met de provincie en Nederland, en met de andere gemeenten in Zeeland. Een absolute vergelijking van het aanbod per inwoner is weinig zinvol: Schouwen-Duiveland kent bijna tweemaal zoveel horeca per inwoner als Zeeland en bijna driemaal als Nederland (bron: HorecaDNA³).

Aanbod groeit niet mee met landelijke trend (figuren 1.9, 1.10)

De groei van de horeca op Schouwen-Duiveland en in Zeeland blijft achter bij het landelijke beeld. Na de groei in de jaren '90 trad een daling op in het horeca-metrage in zowel de provincie als de gemeente. Sinds medio 2006 is dit zich aan het herstellen.

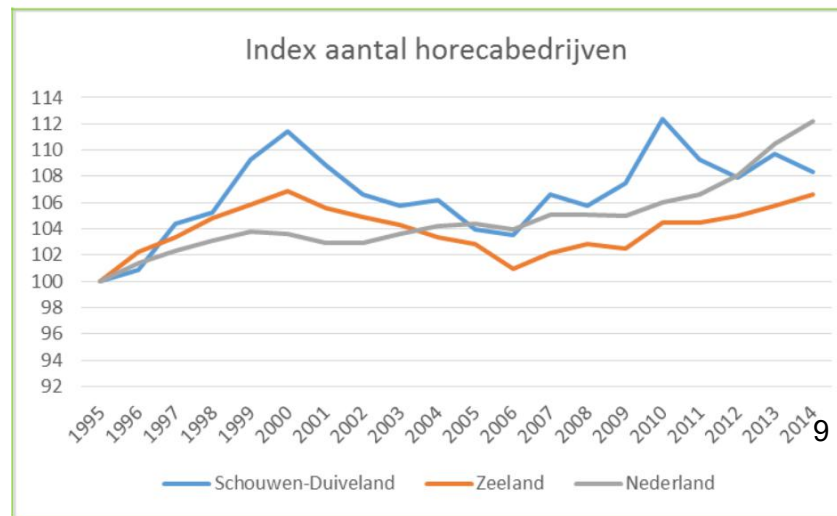
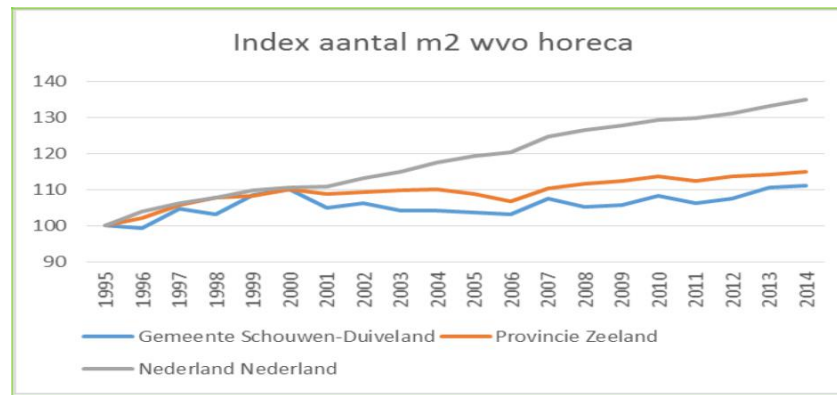
Datzelfde beeld zien we terug in het aantal horecabedrijven op Schouwen-Duiveland en in Zeeland. Ook hier zien we een groei tot het einde van de jaren '90 waarna een daling optreedt en sinds 2006 weer sprake is van groei. In Zeeland is die groei wat geleidelijker dan op Schouwen-Duiveland waar het aanbod wat sterker muteert. Dat kan te maken hebben met de omvang van de horeca die op Schouwen-Duiveland relatief groot is, en de seizoensinvloed en de afhankelijkheid van het kusttoerisme. Een mooie of een slechte zomer kan grote invloed hebben op het kustbezoek en de dagrecreatie. Het ondernemerschap wordt door de grote concurrentie en dynamiek op de proef gesteld. Daarbij komt dat de laatste jaren de evenementen steeds meer invloed hebben op het vrije tijdsgedrag. Die krijgen vaak ontheffingen voor de verkoop van zwak alcoholische dranken. De gevestigde horeca kan daardoor niet optimaal profiteren van de extra bezoekers.

Sector-benchmark: relatief veel drankensector (figuren 1.11, 1.12, 1.13)

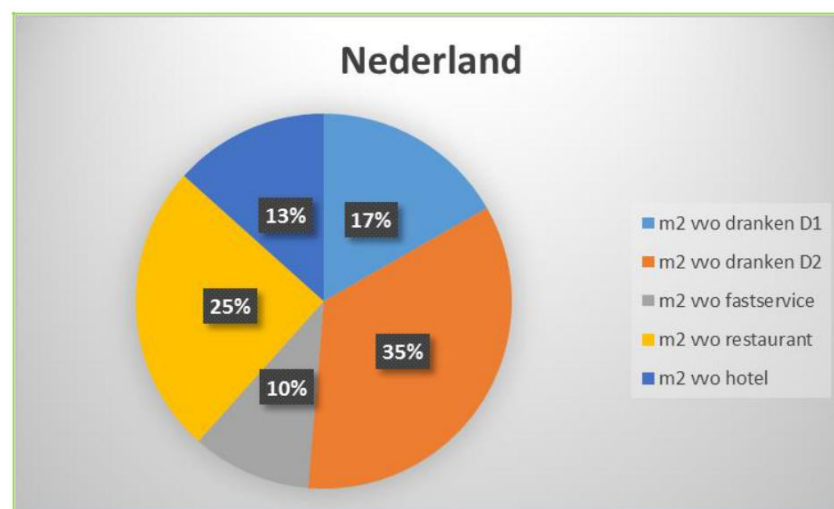
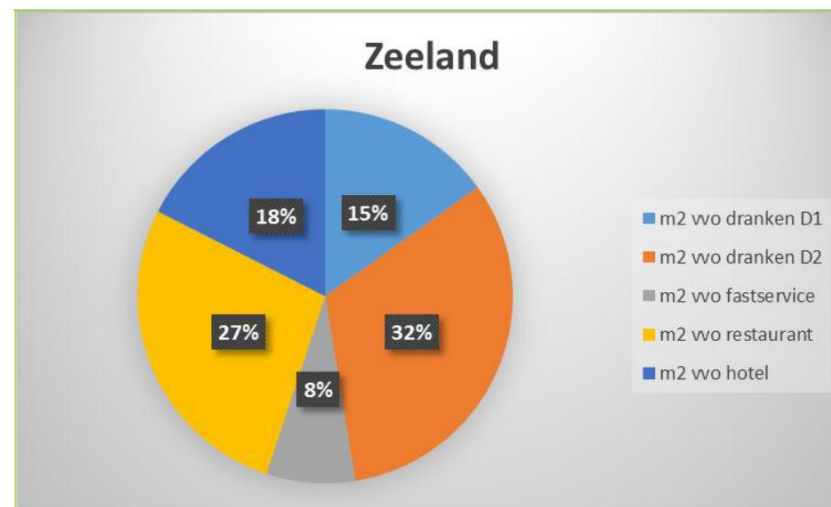
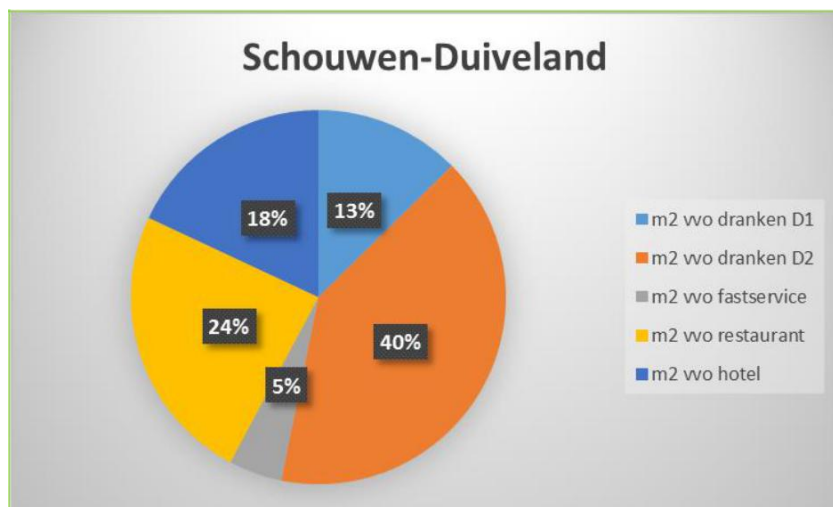
³ In Veere is het aanbod per inwoner zelfs nog een stuk hoger omdat die gemeente beduidend minder inwoners kent (21.900 inwoners) en slechts een iets kleiner horeca-aanbod (32.400 m² vvo).

Op sectorniveau binnen de horeca wordt de gemeente vergeleken met Zeeland en Nederland. Binnen de drankensector maakt HorecaDNA een onderscheid tussen de reguliere cafés, disco's, coffeecorners, kiosk e.d. (D1) en de speciale accommodaties bij sport, recreatiebedrijven, ontmoetingscentra / zalen-partycentra en strandbedrijven (D2). In de figuren is te zien dat Schouwen-Duiveland zich onderscheidt met relatief veel aanbod dranken D2 en iets minder Dranken D1. Het aandeel fastservice is laag, en het aandeel restaurants gemiddeld. Het aandeel verblijfsaccommodaties (hotels, pensions) is in de gemeente en de provincie hoger dan in Nederland.

Figuur 1.9 en 1.10: Benchmark horeca-ontwikkeling 1995-2014 (bron: HorecaDNA)



Figuren 1.11 tot en met 1.13: Benchmark sectorverdeling naar m² vvo (bron: HorecaDNA)

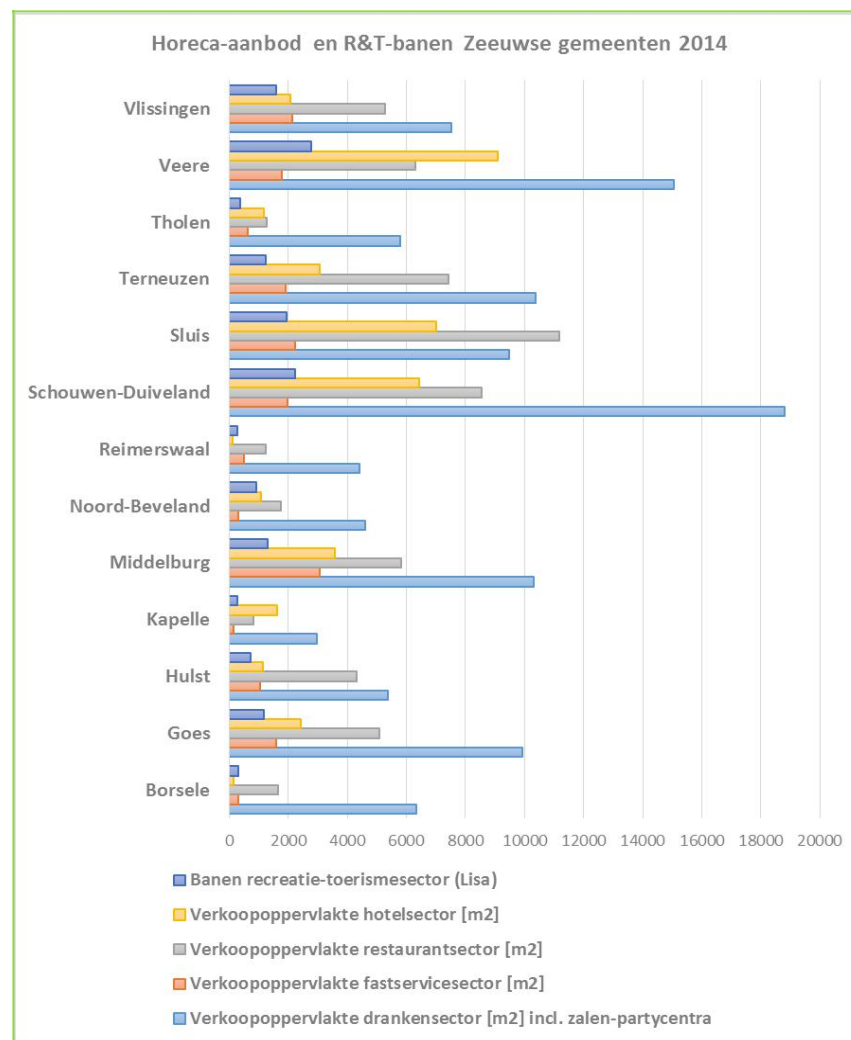


Benchmark Zeeuwse gemeenten

In figuur 1.14 is zichtbaar dat Schouwen-Duiveland de gemeente is met het grootste metrage aan horeca, met name in de dranksector. Zij wordt gevolgd door de gemeente Veere op Walcheren. Dit zijn de Zeeuwse gemeenten met het grootste aandeel in het strand- en kusttoerisme: de strandbedrijven worden bijvoorbeeld altijd tot de dranksector gerekend. Het toeristisch-recreatieve belang is ook zichtbaar aan het aantal banen in de recreatie en toerisme (R&T-banen, bron Lisa). De horeca is de grootse werkgever binnen de toeristische sector. Het aantal banen ligt in Veere (2.780) en Schouwen-Duiveland (2.230) het hoogst, gevolgd door Sluis. De verschillen kunnen meerdere oorzaken hebben zoals meer of minder arbeidsintensieve horeca, seizoensarbeid (FTE of deeltijd) of de productiviteit per werknemer. Het toeristisch-recreatieve karakter van deze drie gemeenten blijkt ook uit de grote omvang van de hotelsector.

Sluis heeft verhoudingsgewijs een groter metrage aan restaurants in plaats van dranken. Dat kan te maken hebben met het Belgische achterland. Schouwen-Duiveland is een goede tweede qua omvang van de restaurantsector. De omvang van de fastservice is relatief bescheiden in de toeristisch-recreatieve gemeenten, die sector is in absolute zin groter in steden zoals Middelburg, Terneuzen en Vlissingen.

Figuur 1.14 Benchmark horeca-aanbod en banen Zeeuwse gemeenten



Bron: HorecaDNA en Lisa (Lisa wordt ook gebruikt door het Kenniscentrum Kusttoerisme)

Conclusies aanbod:

- Het horeca-aanbod op Schouwen-Duiveland ontwikkelt zich redelijk stabiel, het aanbod groeit niet mee met de landelijke trend. In de loop der jaren vertoonde met name het aantal horecabedrijven een sterk wisselend beeld. Naar sector groeien nu de dranken en hotels, met name door het horeca-aanbod aan recreatie- en strandbedrijven. De drankensector is relatief groot op Schouwen-Duiveland, met name fastservice is een kleine sector. Het aantal faillissementen is relatief beperkt;
- Benchmark: uit de vergelijking met de andere Zeeuwse gemeenten komt dat Schouwen-Duiveland over het grootste horeca aanbod beschikt; de horeca is een belangrijke werkgever met ruim 2.200 banen;
- Schaal: deze blijft achter bij het gemiddelde van Nederland. Oorzaken zijn het beperkte exploitatiedraagvlak over het hele jaar gezien en daarnaast het feit dat het in de meeste gevallen om MKB-bedrijven gaat (weinig grote ketens, veel pensions).
- Kwaliteit: vooral het lagere en middensegment zijn sterk vertegenwoordigd. Dit heeft te maken met de afhankelijkheid van de toeristische sector en dan met name de seizoen afhankelijke en minder koopkrachtige kampeersector. Het hogere/ topsegment ontbreekt (geen 5 sterrenhotel of restaurants met Michelinster).

2. DE BELANGRIJKSTE KERNEN

Inleiding

Met de gemeente is afgesproken om de horecasector nader te aanschouwen in de zes kernen: Zierikzee, Renesse, Burgh-Haamstede (inclusief Westerschouwen, exclusief Nieuw-Haamstede), Brouwershaven, Scharendijke en Bruinisse. De resterende bedrijven zijn dan meegenomen bij het overige deel van Schouwen-Duiveland. De zes kernen zijn beschreven in zes fact sheets. De SWOT per kern is een eigen analyse van Seinpost / ZKA op basis van onze marktkennis, de locatiebezoeken en het deskresearch om de uitgangssituatie te schetsen.

De 261 horecabedrijven op Schouwen-Duiveland (stand juni 2016) zijn als volgt verdeeld over de zes kernen en het overige deel van het eiland. De bedrijven zijn opgesplitst naar sector:

Tabel 2.1: Horecabedrijven naar kern en sector

Aantal horecabedrijven					
Kern	Dranken	Fastservice	Restaurant	Hotel	Totaal
Brouwershaven	1	1	5	1	8
Bruinisse	6	3	8	4	21
Burgh-Haamstede	17	8	11	7	43
Renesse	33	7	10	16	66
Scharendijke	8	4	5	2	19
Zierikzee	12	11	18	8	49
1. Overig	25	2	9	19	55
Eindtotaal	102	36	66	57	261

Bron: HorecaDNA en gemeente

Bijna 80% van het horeca-aanbod ligt in één van de zes kernen, ruim een vijfde verspreid over de andere dorpen en de rest van het eiland.

Draagvlak op hoofdlijnen

Op hoofdlijnen bestaat het draagvlak voor de horeca uit drie groepen: de inwoners, de verblijfsgasten en de dagrecreanten. De verdeling van de inwoners over de zes grootste kernen en overig luidt als volgt:

Tabel 2.2: Inwoners per kern en overig

Gemeente	Inwoners
Brouwershaven (wijk 01)	1.326
Bruinisse (wijk 05)	3.877
Burgh-Haamstede (wijk 12)	4.224
Renesse (wijk 13)	1.521
Scharendijke (wijk 09)	1.313
Zierikzee (wijk 00)	11.154
Overig	10.353
Totaal 29-6-2016	33.768

Bron: gemeentesite mei 2017

De overnachtingen (2014) zijn als volgt verdeeld:

Tabel 2.3: Verblijfsovernachtingen per kern en type

Overnachtingen	Brouwershaven	Bruinisse	Burgh-Haamstede	Renesse
Bungalowpark	245.907	265.508	239.411	53.330
Minicamping	9.363	16.718	79.059	36.852
Overig verblijfsrecreatief (Jacht)haven	-	-	18.814	11.623
Hotel, pension, particulier	14.734	70.046	9.886	-
Kampeerb企业	2.136	-	45.500	129.375
Totaal	49.970	12.186	749.252	1.019.115
Totaal	322.109	364.458	1.141.921	1.250.295
Overnachtingen	Scharendijke	Zierikzee	Overig	Totaal
Bungalowpark	30.938	-	149.031	984.125
Minicamping	34.625	11.613	224.610	84.316
Overig verblijfsrecreatief (Jacht)haven	19.187	4.779	29.913	-
Hotel, pension, particulier	27.419	6.458	24.497	153.038
Kampeerb企业	-	6.858	76.944	673.652
Totaal	172.865	19.239	502.856	2.525.483
Totaal	285.034	48.946	1.007.851	4.420.614

Bron: Toeristenbelasting gemeente Schouwen-Duiveland, bewerking Seinpost / ZKA

Dagrecreanten

Aan dagrecreatie kent Schouwen-Duiveland 3,2 miljoen bezoeken door niet-Zeeuwen (bron: data Kenniscentrum Kusttoerisme Zeeland, bewerking ZKA). Hiervan zijn geen cijfers per kern beschikbaar. De dagbezoeken aan het strand maken hier een belangrijk onderdeel

vanuit. Ook de evenementenmarkt wordt voor Schouwen-Duiveland steeds belangrijker.



Zierikzee



2.1 Zierikzee

Karakter van de kern

Zierikzee is goed bereikbaar via de N59 die de belangrijkste ontsluitingsroute vormt van het eiland Schouwen-Duiveland. Aan de rand van het centrum ligt op enige afstand een aantal parkeerplaatsen die fungeren als ontvangstruimten voor het centrumbezoek. Het centrum is het grootste koop- en verblijfsgebied van het eiland. Dankzij de vele monumenten is dit het (historische) hart van Schouwen-Duiveland, met een belangrijke havenfunctie en veel eilandelijke voorzieningen waaronder horeca (bron: Startnotitie structuurvisie Zierikzee 2030).

Horeca-aanbod

Er zijn 49 horecabedrijven gevestigd. Het aanbod is evenwichtig verdeeld over de drankensector, fastservice en restaurants. Er is een relatief geringe capaciteit aan hotels / pensions. Het horeca-aanbod ligt met name in de binnenstad binnen de singel (39 van de 49 bedrijven) en daarbuiten het aangrenzende deel van het bedrijventerrein achter de Zuiderpoort. Het overige horeca-aanbod ligt in de woonwijken en langs de provinciale wegen. In het centrum ligt de meeste horeca rondom de havens en pleinen (Havenplein / Havenpark, Kraanplein, Oude Haven). Het Havenplein / Havenpark is recent aangepakt met een nieuwe pleinfunctie en groen waarbij de horeca nieuwe terrassen heeft gekregen. Horeca ligt in mindere mate in de omliggende winkel- en woonstratjes. Een klein horecasubcluster ligt bij de Schuithaven en verspreid langs de Nieuwe Haven. De openbare ruimte is grotendeels ingericht als voetgangersgebied. Over het geheel genomen is in het centrumgebied een ruime keus aan consumptieve horecaconcepten aanwezig in de dranken, fastservice en restaurants. Er zijn allerlei soorten keukens, van basis / goedkoop tot exclusief, en van fast / to go tot slow food. Er zijn pilots zoals met blurring tot en met april 2017 die officieel nog niet zijn toegestaan. Een voorbeeld van blurring is de Zeeuwse Hemel, en er zijn nieuwe concepten als Ziezo, de Werf, Bij Kees, een Theelab e.d. Qua leefstijlen worden alle vier de belevingswerelden (bijlage 2) bediend. Het kwaliteitsniveau is hoger dan gemiddeld. De beleving is over het algemeen goed omdat de horeca is ingepast in de historische omgeving. Een aandachtspunt zijn de windschermen die rond de terrassen geplaatst zijn in overleg met de ondernemers en de gemeente. Die hebben invloed op de belevingswaarde van het gebied.

Draagvlak voor de horeca

De horeca in Zierikzee verzorgt primair de eigen inwoners van de kern (11.100 inwoners). Door de centrumfunctie van de voorzieningen in Zierikzee vervult de horeca ook een belangrijke functie voor de inwoners van de omliggende dorpen en voor de rest van het eiland. De aanwezigheid van een groot aantal inwoners maakt het horeca-aanbod in Zierikzee minder afhankelijk van alleen het toerisme. In de directe omgeving van Zierikzee liggen weinig campings, ook de verblijfshoreca (hotels/pensions) is een relatief kleine sector in Zierikzee (49.000 overnachtingen). De horeca profiteert wel sterk van de potentie aan recreatie en toerisme dankzij de bezoekers van elders die een dagje komen winkelen en verblijven in de oude binnenstad. Die komen vanuit het overige deel van het eiland maar ook vanuit de verder weg gelegen toeristische en woongebieden. De horeca profiteert ook van de omvangrijke jachthavens, waterrecreatie en evenementen die extra bezoekers genereren.

Ambities en plannen

Het belangrijkste plan voor de horeca is voorjaar 2016 opgeleverd: de aanpak van het Havenplein/ Havenpark. Dit biedt kansen om de horeca verder te versterken. De synergie met de winkels, de overige voorzieningen en de evenementen krijgt dan optimaal vorm. In de startnotitie Structuurvisie Zierikzee staat verwoord dat Zierikzee het kloppend hart van Schouwen-Duiveland moet blijven. Dit is verder uitgewerkt in de Structuurvisie Zierikzee 2030. Het DNA van de havenstad is gebaseerd op haar uitzonderlijke historische kwaliteiten waar het goed werken, wonen en (recreatief) verblijven is. In Zierikzee wordt met name ingezet op verblijfsrecreatie, en in het centrum op horeca die overdag geopend is en niet alleen 's-avonds. Voor zware horeca zoals een discotheek is in de binnenstad geen plek. Er wordt optimaal ingespeeld op de verblijfsfunctie in Zierikzee om aangenaam te kunnen verpozen, als jaarronde dag-attractie. De horeca is een belangrijk onderdeel van de fraaie en prettig ingerichte historische setting. Op de pleinen en in de aanloopstraten is een gevarieerd aanbod aan horeca-gelegenheden. Het is de ambitie om de horeca te concentreren rond het Havenplein, Kraanplein, Oude Haven, Nieuwe Haven, Haven 't Sas, Schuithaven en het plein aan de Maarstraat (bron: Structuurvisie 2030).

SWOT-analyse Zierikzee

<p>Sterk: Goed bereikbaar vanaf hele eiland Grootste inwonertal, stabiele basis</p> <p>voor horeca, ook buiten seizoen Historische kwaliteit in het centrumgebied, voetgangersgebied Mix van horeca met winkelen, musea, weekmarkt, evenementen (dagje uit) Alle leefstijlen worden bediend</p>	<p>Zwak: Kleinschalige verkaveling, beperkte ruimtelijke mogelijkheden. Parkeren op wat grotere afstand aan de rand van het centrum Kleine verblijfs capaciteit, vrijwel uitsluitend dagbezoek Uitstraling van de terrasschermen</p>
<p>Kans: Verder promoten van de binnenstad in de richting van de toeristen en recreanten, volledige evenementenkalender; Kansen voor de hotelsector (toerisme, zakelijk)</p>	<p>Bedreiging: Bereikbaarheid moet gegarandeerd blijven Grotere horeca-ontwikkelingen in de Kop van Schouwen, met effect minder bezoek aan Zierikzee Aantasting woonklimaat in</p>



Kaart met indruk van de spreiding van de restaurants: bron Apple Maps.

Zierikzee: aantal horecabedrijven

1. Dranken	12
1. Café, Bar, Nachtclub	9
1. Horeca bij recreatie	1
1. Horeca. bij sportacc.	2
2. Fastservice	11
2. Broodjeszaak, Lunchroom e.d. Cafeteria, Snackbar,	3
2. Automatiek	3
2. Crêperie	1
2. Fastfoodrestaurant	1
2. IJssalon	1
2. Overig spijsverstrekkend	2
3. Restaurant	18
3. Café-restaurant	7
3. Petit-rest., Bistro, Pizzeria	2
3. Restaurant	9
4. Hotel	8
4. Groepsaccommodatie	1
4. Hotel-café	1
4. Hotel-café-restaurant	1
4. Hotel-restaurant	1
4. Pension, Kamerverhuurbedrijf	4
Eindtotaal	49



Renesse



2.2 Renesse

Karakter van de kern

Het dorp Renesse ligt op korte loopafstand van het strand- en duingebied en is goed bereikbaar via het ontsluitende wegennet op Schouwen-Duiveland. Het dorp beschikt over een groot transferium direct naast het centrumgebied. Het winkel- en overige centrumaanbod is voornamelijk gericht op het toerisme, maar vervult natuurlijk ook een functie voor de eigen bewoners, bijvoorbeeld in het boodschappen doen. Renesse vormt het bruisende hart van de Kop van Schouwen en stond bekend als nachtelijk uitgaansdorp voor jongeren in de zomervakantie. Renesse vervult echter een veel bredere functie. Het is een aantrekkelijk woondorp en een badplaats voor alle doelgroepen waaronder gezinnen (met kinderen), jongeren en ouderen. Renesse heeft een grote aantrekkingskracht op buitenlandse gasten. De watersportgebieden zoals rond de Brouwersdam trekken veel verblijfstoeristen naar Renesse.

Horeca-aanbod

Renesse is de kern met de meeste horecabedrijven op Schouwen-Duiveland. Dat zijn er totaal 66, waarvan de helft bestaat uit bedrijven die gerekend worden tot de drankensector. Hierdoor is het aanbod behoorlijk eenzijdig, waarbij beseft dient te worden dat drankenbedrijven ook maaltijden, spijs en soms verblijf aanbieden. Onder de drankenbedrijven bevinden zich negen strandbedrijven waarvan er enkele de laatste jaren zijn uitgebreid en vernieuwd (bijvoorbeeld Haven van Renesse, Our Seaside). De meeste strandbedrijven zijn jaarrond geopend. Het aanbod aan geregistreerde restaurants en fastservice is relatief beperkt, en er zijn veel hotels / pensions (16 bedrijven), soms in het wat hogere segment..

38 van de 66 horecabedrijven liggen in het centrumgebied, dat is een relatief laag aandeel (< 60%). Trekkers die zich in het dorp duidelijk profileren zijn Het Wapen van Zeeland, La Piazza, ijssalon Geleijnse, eetcafé Het Paard, Royal Palace, de restaurants De Wig en Helder, en enkele uitgaansfuncties zoals De Stulp, De Zoom, Simpel e.d. De uitstraling van de panden is soms laagwaardig en gedateerd en laat dan te wensen over. De belevingswaarde van het gebied Kerkplein (dorps, oud Renesse) is geheel anders dan van de Hogezoom / De Zoom met de uitstraling van tijdelijke bebouwing, soms western- / outlet-achtig. Op dit moment is er nagenoeg geen leegstand in Renesse.

In het centrum van Renesse zijn ook ondernemers waarbij de beleving en kwaliteit prima op orde zijn. Het geheel vormt echter een bijzondere mix van oud en vernieuwd, van laag tot midden segment, en weinig hoger segment. Het aanbod sluit goed aan op de leefstijlen van de recreanten en toeristen die Renesse bezoeken, de nadruk ligt op met name de gele belevingswereld, met minder aanbod voor de rode, blauwe en groene belevingswereld. Het verblijfsklimaat wordt beïnvloed door de verkeersfunctie die het centrum nog heeft voor doorgaand en bestemmingsverkeer en voor straatparkeren. Er is geen voetgangersgebied in de hoofdwinkelstraten, behalve in enkele zijstraatjes en tijdens evenementen en de weekmarkt.

Buiten het centrum bevindt zich veel horeca zoals op de campings / vakantieparken, de strandbedrijven en verspreide horeca. Deze horeca is doorgaans functioneel, inspelend op de specifieke behoeften van de klanten op het park of op het strand. Het aanbod is soms ook bijzonder en hoogwaardig. Alle zes de horecabedrijven uit Renesse die meedoen met 'Het Schouwse Bord' liggen niet in het centrumgebied maar op de

campings, vakantieparken of op het strand. Ook Slot Moermond ligt solitair in de bossen. Bekende namen buiten het centrum zijn de (grotere) hotels als het Hampshire Hotel, Fletcher Hotel, Badhotel Renesse (rand centrum) en Zeeuwse Stroom (hotel, congres).

Draagvlak voor de horeca

Het dorp Renesse heeft slechts 1.500 inwoners. Het aantal inwoners in het omliggende gebied is ook beperkt van omvang. De 15 campings en vakantieparken in Renesse zijn goed voor 1.250.000 overnachtingen per jaar. De stranden zijn goed voor honderdduizenden toeristen en dagjesmensen (bron: Masterplan). De helft van de klanten zijn Nederlanders, bijna de helft Duitsers, en een groeiende groep Belgen, Fransen, Engelsen e.d. Het aantal jongere bezoekers daalt. De belangrijkste redenen zijn de vernieuwde alcohol- en rookwetgeving en de goedkope vliegvakanties naar de warme vakantiebestemmingen in het buitenland. Renesse blijft wel een belangrijke uitgaansfunctie vervullen voor de jeugd van Schouwen-Duiveland. Het aandeel gezinnen en senioren groeit daardoor in Renesse (bron: Masterplan). Er worden steeds minder lange vakanties en meer korte vakanties gevierd, verdeeld over een langer seizoen. Waar vroeger nog het accent lag op juli-augustus is dat nu verschoven naar circa zeven maanden, van april tot en met oktober. Omdat Renesse het centrum vormt van de Kop van Schouwen is er altijd wel levendigheid en reuring in het dorp met uitzondering van de wintermaanden (november-maart) wanneer een aantal winkel- en horecabedrijven gesloten zijn.

Ambities en plannen (masterplan)

Het Masterplan Renesse vormt het kader voor de transformatie van de dorpskern. De ambitie is om een badplaats te zijn waar iedereen zich het hele jaar en op ieder moment van de dag thuis voelt: zowel de bezoekers als de bewoners. Het doel is meer ruimtelijke en functionele samenhang te realiseren en de unieke selling points van Renesse te benutten. Het dorpscentrum wordt de bruisende poort tot de Kop van Schouwen, met een langere verblijfsduur en als dé plek voor ontmoeting en evenementen. De horeca zal overdag en 's-avonds (een deel 's-nachts voor het uitgaan) geopend moeten zijn: niet alleen in het hoogseizoen maar ook in het voor- en najaar en de winterperiode. Er wordt ingezet op een herinrichting van de openbare ruimte en de aanpak van de uitstraling en de kwaliteit van de panden. Er wordt een visie op de verkeersstructuur en een beeldkwaliteitsplan opgesteld. De (horeca)voorzieningen worden zoveel mogelijk geconcentreerd in een compact dorpscentrum hetgeen ten goede komt aan de levendigheid. Vanuit het masterplan wordt ingezet op nieuwe verblijfsrecreatieve concepten waaronder vier of vijf sterren hotels.

SWOT-analyse Renesse

Renesse	
Sterk: Grootste badplaats, ligging bij zee en strand Naamsbekendheid Levendig en compact centrum, mix met winkelen. Altijd reuring Grootste concentratie hotelaanbod Grote en gratis park & ride naast centrumgebied	Zwak: Ligging aan de rand van het eiland Verblijfskwaliteit, autoverkeer door en parkeren in centrum Soms laagwaardige kwaliteit van aanbod en uitstraling, in centrum weinig aanbod voor rode en blauwe belevingswereld Beperkt voetgangersgebied Imago uit verleden, is al sterk verbeterd
Kans: Centrum kop van Schouwen Mooie omgeving Investeren in centrumgebied Accentverschuiving naar meer	Bedreiging: Terugloop jongerenbezoek Achterblijvende investeringen en vernieuwing in het centrumgebied en in de verblijfsaccommodaties



jaarrond en minder gericht op jongeren

Vernieuwing en uitbreiding horeca op campings, parken en stranden ten koste van kwaliteit in centrum

Renesse: aantal horecabedrijven

1. Dranken	33
1. Café, Bar, Nachtclub	8
1. Discotheek, Dancing	3
1. Horeca bij recreatie	9
1. Horeca. bij sportacc.	3
1. Ontmoetingscentrum, Sociëteit	1
1. Strandbedrijf	9
2. Fastservice	7
2. Broodjeszaak, Lunchroom e.d. Cafeteria, Snackbar,	4
2. Automatiek	1
2. IJssalon	2
3. Restaurant	10
3. Café-restaurant	3
3. Petit-rest., Bistro, Pizzeria	2
3. Restaurant	5
4. Hotel	16
4. Hotel-café-restaurant	3
4. Hotel-garni	4
4. Hotel-restaurant	1
4. Pension, Kamerverhuurbedrijf	8
Eindtotaal	66



Burgh-Haamstede



2.3 Burgh-Haamstede

Karakter van de kern

Burgh-Haamstede is een bekende kustplaats. Haar afzonderlijke kernen zijn goed bereikbaar vanaf de N57 tussen Walcheren / Noord-Beveland en Goeree-Overflakkee. Haamstede, Burgh en Westerschouwen zijn aan elkaar gegroeid en vormen een langgerekte lintbebouwing. Burgh en Haamstede liggen als dubbeldorp op enige afstand van het strand, Westerschouwen ligt pal achter de duinen en het strand.

Horeca-aanbod

Burgh-Haamstede beschikt over 43 horecabedrijven. De horeca ligt sterk verspreid over het lint en kent meerdere subconcentraties en veel vestigingen erbuiten (ruim de helft). Concentraties zijn de Noordstraat / Ring in het historische dorps hart van Haamstede, in Westerschouwen de Westerschouwenseweg en nabij de rotonde Westerschouwen. Op geen van de locaties is een verblijfszone voor de voetgangers. Opvallend is dat bij de belangrijkste boodschappenlocatie in Burgh aan de Burghseweg maar heel weinig horeca is gevestigd. Er ligt veel verspreid aanbod langs de Hogeweg en de Maireweg, aansluitend op de verblijfsaccommodaties. Er zijn vijf strandbedrijven meegerekend in Burgh-Haamstede. Het horeca-aanbod van Burgh-Haamstede ligt verspreid over een groot gebied met een lengte van circa vier kilometer. Dat is anders dan in Renesse en Zierikzee met hun grotere horecaconcentraties. De drie subconcentraties zijn onderling niet goed verbonden waardoor het horeca-aanbod weinig van elkaars trekkracht profiteert. Deze spreiding, de geringe synergie met de eigen winkels en de nabije concurrentie van Renesse maken het horeca-aanbod in Burgh-Haamstede relatief kwetsbaar. De kwaliteit van het horeca-aanbod is gemiddeld wat hoger dan bijvoorbeeld in het centrum van Renesse. Dat komt mede door de locatiekwaliteit van het gebied met het vele groen, de duinen en de karakteristieke panden.

Draagvlak voor de horeca

Het draagvlak voor de horecavoorzieningen bestaat uit de 4.200 inwoners, aangevuld met de bezoekers van de acht campings / vakantieparken met totaal 1.140.000 overnachtingen. De dagrecreatie is met name gericht op het strandtoerisme en bijpassende andere voorzieningen. Het aandeel Nederlanders / Duitsers / overige buitenlanders verschilt niet wezenlijk van Renesse.

Ambities en plannen (masterplannen e.d.)

Er zijn geen concrete plannen in de kern Burgh-Haamstede die van invloed zijn op de horeca. De verspreide ligging en de geringe concentratie zijn aandachtspunten als de horeca een goed toekomstperspectief geboden moet worden.

SWOT-analyse Burgh-Haamstede

Burgh-Haamstede	
<p>Sterk: Goed en bekend imago Historische beleving dorpscentrum Naast de gele en groene wordt ook de blauwe leefstijl bediend</p>	<p>Zwak: Verspreid aanbod, weinig massa per locatie Geen combinatie van horeca (BH, WS) met winkelen (Burgh) Ontbreken verblijfszone voetgangers Lineaire structuur van de kern, grote afstanden Concurrentie van het nabij gelegen Renesse</p>
<p>Kans: Mooie omgeving, veel verblijfsrecreatie Verblijfsaanbod met meer jaarrond karakter en hogere bestedingen (bungalows en hotels)</p>	<p>Bedreiging: Vernieuwing en uitbreiding van de horeca op campings, vakantieparken en de stranden Vergrijzing in inwonersdraagvlak</p>



Burgh-Haamstede: aantal horecabedrijven	
1. Dranken	17
1. Café, Bar, Nachtclub	2
1. Coffeeshop, Theehuis	1
1. Horeca bij recreatie	6
1. Horeca. bij sportacc.	2
1. Ontmoetingscentrum, Sociëteit	1
1. Strandbedrijf	5
2. Fastservice	8
2. Broodjeszaak, Lunchroom e.d. Cafeteria, Snackbar,	1
2. Automatiek	3
2. Crêperie	2
2. IJssalon	1
2. Overig spijsverstrekend	1
3. Restaurant	11
3. Café-restaurant	4
3. Petit-rest., Bistro, Pizzeria	2
3. Restaurant	4
3. Restaurant bij recreatie	1
4. Hotel	7
4. Hotel-café-restaurant	2
4. Hotel-pension	1
4. Hotel-restaurant	1
4. Pension en restaurant	1
4. Pension, Kamerverhuurbedrijf	2
Eindtotaal	43



2.4 Scharendijke

Karakter van de kern

Scharendijke ligt aan de noordzijde van Schouwen-Duiveland aan de voet van de Brouwersdam. Ze is goed bereikbaar vanaf de N57 nabij de ontsluiting van Schouwen-Duiveland van en naar Goeree Overflakkee.

Scharendijke is een kleinschalig dorp met haar karakteristieke molens in het buitengebied en haar kerkgebouwen. In de directe omgeving liggen veel recreatiecentra voor verblijf en dagrecreatie. Roompot, Strandloper en Duin en Strand in Scharendijke en Port Zelande op de Brouwersdam zijn daarvan enkele bekende namen.

Scharendijke beschikt over veel recreatieve voorzieningen waaronder de jachthaven met 850 ligplaatsen, duiksport, vissen, windsurfen en andere strandporten en de natuur- en strandrecreatie aan het water en op het land. Scharendijke ligt direct aan het Grevelingenmeer en de Brouwersdam met volop recreatiemogelijkheden waaronder voor de jongere doelgroepen. Een evenement als het jaarlijkse Concert at Sea wordt op korte afstand van Scharendijke gehouden aan het begin van de Brouwersdam. De meeste verblijfsrecreatieve voorzieningen zijn dan volgeboekt en ook de consumptieve horeca profiteert mee.

Horeca-aanbod

Scharendijke kent een divers horeca-aanbod met 19 vestigingen. Aan de Dorpsstraat liggen zes horecavestigingen. De jachthaven kent er drie met onder andere het restaurant annex clubhuis Westenwind. Twee strandbedrijven worden tot Scharendijke gerekend: de beachclubs Perry's en Floor. Op de recreatiebedrijven is ook horeca gevestigd waaronder op de jongeren-familiecamping Duin en Strand met de eigen discotheek De Schuur als uitgaanszone. Nabij de stranden liggen twee fastservicebedrijven. De overige horeca ligt verspreid. Scharendijke kent totaal acht bedrijven met als hoofdactiviteit drank, vijf restaurants, vier fastservice-bedrijven, een hotel en een pension.

Draagvlak voor de horeca

Het dorp Scharendijk kent slechts 1.300 inwoners. Klanten komen ook uit de omringende dorpen als Ellemeet en Den Osse. De horecavoorzieningen profiteren flink van het toerisme en de recreatie en de vele evenementen in de directe omgeving. Er zijn veel dagrecreanten, met name dankzij de watersport, en zelfs nachtrecreanten dankzij de duiksport. Het centrum ligt op vijf minuten loopafstand van de jachthaven en de duikvoorzieningen en is het meest nabije centrumgebied voor de Brouwersdam waar vele activiteiten plaatsvinden en die bezoekers van grote afstand aantrekken.

Er zijn in Scharendijke circa 300.000 verblijfsovernachtingen. Er vindt ook veel verblijfsrecreatie plaats in haar directe omgeving zoals in Den Osse dat sterk op Scharendijke gericht is. Verder zijn er de vaste klanten van de jachthaven. Veel verblijfs gasten komen uit het buitenland, met name Duitsland maar ook uit de andere omringende landen.

Ambities en plannen

Er zijn geen concrete plannen voor uitbreiding van de horeca. Voor de oude PLUS-supermarkt wordt ingezet op een andere bebouwing en functie. De verwachte realisatie van Brouwers-eiland kan invloed hebben op de horeca in het dorp, in positieve zin door de extra dag- en verblijfs gasten, en mogelijk in negatieve zin als daar extra en vernieuwende horecavoorzieningen komen. Dat vraagt voor de horeca in Scharendijke extra aandacht voor haar toekomstbestendigheid en om de eigen bijzonderheden van het dorp uit te nutten. Dat zijn met name het verblijfsklimaat, de gastvrijheid en de gemoedelijke sfeer en het eigen ondernemerschap. Brouwerseiland is nog een zacht plan. Scharendijke kan in ieder geval profiteren van de vernieuwingen die zullen blijven plaatsvinden in de waterrecreatie, watersport en de evenementen op en rondom de huidige Brouwersdam (bron: Tijl van de Toekomst)

SWOT-analyse Scharendijke

<p>Sterk: Dorpse karakter, eigenheid Gemoedelijke sfeer</p> <p>Horecaconcentratie Dorpsstraat Waterrecreatie en voorzieningen Verblijfsrecreatie in omgeving</p>	<p>Zwak: Beperkt inwonerdraagvlak Afhankelijkheid toeristisch seizoen Leegstaande locatie PLUS-supermarkt</p>
<p>Kans:</p> <p>Extra dag- en verblijfsrecreatie dankzij Brouwerseiland</p>	<p>Bedreiging: Nieuwe horeca op Brouwerseiland als horeca in Scharendijke onvoldoende</p>



<p>Verlengen toeristisch seizoen Vernieuwingen in de evenementen en dagrecreatie zoals de watersport</p>	<p>vernieuwt</p>
--	------------------

Scharendijke: aantal horecabedrijven

1. Dranken	8
1. Cafe, Bar, Nachtclub	3
1. Coffeeshop, Theehuis	1
1. Horeca bij recreatie	2
1. Strandbedrijf	2
2. Fastservice	4
2. Cafeteria, Snackbar, Automatiek	4
3. Restaurant	5
3. Cafe-restaurant	2
3. Petit-rest., Bistro, Pizzeria	2
3. Restaurant	1
4. Hotel	2
4. Hotel-cafe-restaurant	1
4. Pension, Kamerverhuurbedrijf	1
Eindtotaal	19

Brouwershaven



2.5 Brouwershaven

Karakter van de kern

Brouwershaven ligt centraal op Schouwen-Duiveland aan de noordzijde van het eiland. De kern ligt niet langs de grootste doorgaande autoroutes op het eiland en ligt daardoor wat geïsoleerd. Brouwershaven ligt nabij belangrijke toeristische gebieden als Den Osse en Scharendijke, bekend op de waterrecreatie aan het Grevelingenmeer en als geboorteplaats van dichter Jacob Cats.

Horeca-aanbod

Van de zes kernen kent Brouwershaven met acht horeca-bedrijven het geringste aanbod. Het horeca-aanbod ligt met name rond de Haven Noord- en Zuidzijde en de aangrenzende Markt, beide vormen het hart van het historische stadje. De Markt is een relatief groot parkeerplein waardoor de horeca niet echt geclusterd ligt. Op de Markt worden soms evenementen georganiseerd. Draggers van het gebied zijn het historische stadhuis en de overige historische bebouwing langs de Markt en haven. Het horeca-aanbod bestaat uit met name restaurants, het aanbod dranken, fastservice of hotel / pension is met ieder één vestiging zeer beperkt. Door de beperkte omvang van het stadje en de geringe nevenfuncties kent de horeca met name klanten die deze bedrijven gericht bezoeken. Bezoekers die in dit kleinschalige centrumgebied verblijven, zullen de horeca spontaan bezoeken.

Draagvlak voor de horeca

Het draagvlak voor de horeca zijn primair de 1.400 inwoners in het eigen stadje. Brouwershaven vervult met name een verzorgingsfunctie voor het noordelijke deel van het eiland, samen met Scharendijke. Ook een aandeel dankzij toeristen op de campings en vakantieparken (322.000 overnachtingen in de

eigen kern) en dankzij het nabijgelegen Den Osse en Scharendijke. De dagrecreatie bestaat met name uit de waterrecreatie aan en nabij de haven en het Grevelingenmeer.

Ambities en plannen (masterplannen e.d.):

Concrete plannen met Brouwershaven die van invloed zijn op de horeca zijn niet bekend.

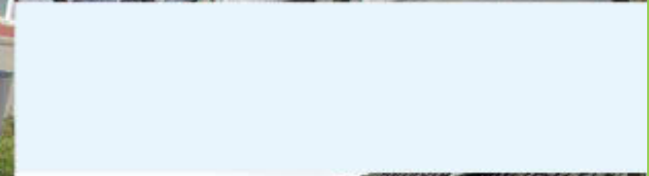
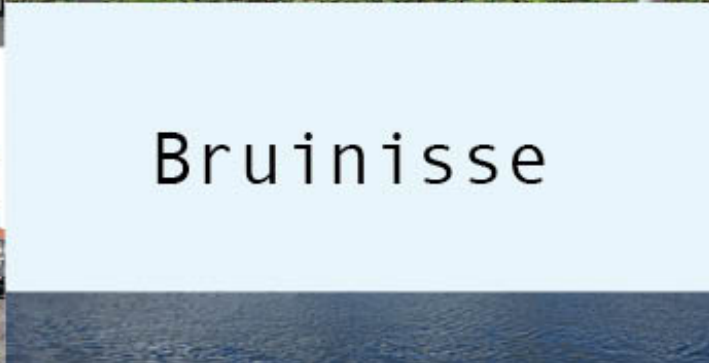
SWOT Brouwershaven

Brouwershaven	
Sterk: Historisch karakter centrum en haven Parkeren voor auto en boot	Zwak: Weinig kritische massa, gering horeca-aanbod, verspreide ligging over groot plein, ontbreken aantrekkelijke verblijfszone voetgangers Geringe combinatie mogelijk met winkelen Gering inwoners-draagvlak
Kans: Versterken verblijfsklimaat op Markt	Bedreiging: Stilstand, weinig investeringen



Meerdere doelgroepen (kampeer-/bungalowgasten, watersporters, duikers)

Brouwershaven: aantal horecabedrijven	
1. Dranken	1
1. Horeca. bij sportacc.	1
2. Fastservice	1
Cafetaria, Snackbar,	
2. Automatiek	1
3. Restaurant	5
3. Restaurant	5
4. Hotel	1
4. Pension en restaurant	1
Eindtotaal	8



2.6 Bruinisse

Karakter van de kern

Bruinisse ligt op de oostpunt van Schouwen-Duiveland direct aan de N59. Het dorp is hierdoor uitstekend bereikbaar maar ligt wel geïsoleerd ten opzichte van de rest van het eiland. Bruinisse staat bekend om haar schelpdiervisserij (mosselen, oesters).

Horeca-aanbod

Bruinisse kent met 21 bedrijven een gevarieerd horeca-aanbod. De horeca ligt in het centrum aan de Havenkade, de Korte Ring / Oudestraat tot aan de Nieuwstraat / Market Plaza (AH). Ook in de omliggende straten is verspreide horeca gevestigd: Deestraat, Molenstraat en Noorddijk. De horeca in het centrum ligt versnipperd over een groot gebied (400 meter lengte) en sluit onvoldoende op elkaar aan. Bij de haven is sprake van de enige concentratie met Bru 17, 't Veerhuis en de Vrienden van Bru. Iets verderop aan de Noordstraat ligt het nieuwe hotel Bru.

Buiten het centrum ligt horeca aan de Boomdijk / Vluchthaven, en langs de Parallelweg met het grotere wegrestaurant Grevelingen aan de Grevelingendam. Ook bij de recreatiecentra ten noorden van Bruinisse, aan de Jachthavenweg en op de golfbaan is horeca aanwezig. Bij de laatste twee is sprake van horeca in het hogere segment, passend bij de locatiekwaliteiten van de jachthaven Bruinisse (Oester & Soja, Sailors Inn) en de golfbaan (Grevelingenhout).

Draagvlak voor de horeca

Het draagvlak van de horeca bestaat uit de inwoners van het dorp (3.900). Daarnaast profiteert de horeca van een hoog aandeel toeristen dankzij de 364.000 overnachtingen en de dagrecreanten dankzij de vakantieparken aan de noordzijde (Aquadelta, Strandcaravanpark) en de waterrecreatie.

Ambities en plannen (masterplannen e.d.);

Er ligt een masterplan Bruinisse van het jaar 2010. Geleidelijk wordt eraan gewerkt om tot verdichting te komen in het centrumgebied en het hart te versterken met nieuwe publieksfuncties waaronder horeca. Dit is echter een lastige opgave voor zo'n kleine kern en zo'n groot gebied en vraagt om een lange termijn aanpak.

SWOT Bruinisse

Bruinisse	
Sterk: Imago als vissersdorp Haven en scheepswerf	Zwak: Geen echt hart van het dorp Woonhuizen tussen commerciële aanbod Beperkte combinatie winkelen-horeca
Kans: Concentratie van het aanbod	Bedreiging: Verdere terugloop van het aanbod Verspreide horeca bij leisure/watersport en horeca in grotere kernen met meer keuze



Bruinisse: aantal horecabedrijven

1. Dranken	6
1. Café, Bar, Nachtclub	3
1. Café-restaurant	1
1. Horeca. bij sportacc.	2
2. Fastservice	3
Cafeteria, Snackbar,	
2. Automatiek	3
3. Restaurant	8
3. Café-restaurant	4
3. Restaurant	3
3. Wegrestaurant	1
4. Hotel	4
4. Groepsaccommodatie	1
4. Hotel	1
4. Hotel-garni	2
Eindtotaal	21

2.7 Overig horeca-aanbod op het eiland

Verspreid over het eiland liggen nog eens 55 horecabedrijven. Dat is in de resterende 10 kleinere dorpen en in het buitengebied, langs de provinciale wegen e.d. Het zijn met name bedrijven in de drankensector zoals de dorpscafés en de horeca op de recreatieparken. Bijna alle ontmoetingscentra / sociëteiten op het eiland zijn in de kleinere dorpen gevestigd. In de fastservice gaat het met name om de dorpscafetaria. De hotelsector scoort met een groot aantal verspreid gelegen verblijfsaccommodaties. Er zijn 9 restaurants buiten de zes kernen gevestigd. Enkele grotere en bekende restaurants zijn de Heerenkeet in Kerkwerve, de Wok van Zeeland in Oosterland en de Vierbannen in Ouwerkerk. En enkele hoogwaardige strandbedrijven. Opvallend is dat de restaurants die zich in kwalitatieve zin onderscheiden en ook de streekproducten promoten vaak verspreid gelegen zijn en minder in de zes kernen: www.zekerzeeuws.nl, www.proefenbeleefzeeland.nl, www.hetschouwsebord.nl). Deze horeca functioneert autonoom op basis van eigen trekkracht en is meestal op een eigen locatie gevestigd.

Het is belangrijk om op Schouwen-Duiveland een goede spreiding te hebben aan horecabedrijven. Dan is er voor de meeste inwoners en toeristen/recreanten voldoende aanbod op korte afstand van het verblijfadres. Teveel spreiding moet niet ten koste gaan van de clusterlocaties zoals in de zes kernen. Dat leidt uiteindelijk tot minder diversiteit en verschraling. Specialisatie en onderscheidend vermogen worden bevorderd als er meerdere horecabedrijven bij elkaar gevestigd zijn. Dan is sprake van een gezamenlijke trekkracht waarbij de ondernemers elkaar gaan aanvullen.

Verspreid: aantal horecabedrijven	
1. Dranken	25
1. Cafe,Bar,Nachtclub	7
1. Coffeeshop,Theehuis	1
1. Horeca bij recreatie	7
1. Horeca. bij sportacc.	2
1. Ontmoetingscentrum,Societeit	6
1. Strandbedrijf	1
1. Zalen-/Party- /Congrescentrum	1
2. Fastservice	2
2. Cafeteria,Snackbar,Automatiek	2
3. Restaurant	9
3. Cafe-restaurant	3
3. Restaurant	5
3. Restaurant bij sportacc.	1
4. Hotel	19
4. Hotel	1
4. Hotel-cafe-restaurant	4
4. Hotel-garni	2
4. Hotel-restaurant	3
4. Pension,Kamerverhuurbedrijf	9
Eindtotaal	55

Conclusies kernen en overig:

- Het horeca-aanbod op Schouwen-Duiveland ligt behoorlijk verspreid over het eiland: 55 van de 261 horecabedrijven liggen buiten de zes kernen, met name in de kleinere dorpen, op de recreatieparken, de strandbedrijven, en de verblijfsaccommodaties. Spreiding en nabije horeca zijn goed voor het verblijfsklimaat op alle vrijetijdslocaties van Schouwen-Duiveland maar draagt minder bij aan een goed ondernemersklimaat. Concentratie in de centrumgebieden leidt tot meer gezamenlijke trekkracht/kritische massa, meer concurrentievermogen en specialisatie/diversiteit;
- De grootste horecaconcentratie ligt in Renesse, gevolgd door Zierikzee en Burgh-Haamstede. Het aanbod in Scharendijke, Bruinisse en Brouwershaven is veel geringer;
- In Renesse is bijna de helft van haar horecabedrijven een vestiging in de drankensector. Het aanbod in de overige kernen is veel diverser, mede ingegeven door de historische en natuurlijke kwaliteiten van de omgeving. Alleen Zierikzee heeft een echt verblijfsgebied voor de horecabezoekers, op alle overige locaties op het eiland is menging met verkeer. In Burgh-Haamstede ligt het horeca-aanbod relatief verspreid met een drietal kleinere subconcentraties;
- In de Kop van Schouwen is het horeca-aanbod sterk afhankelijk van het toeristenseizoen. Met name Zierikzee heeft daar veel minder last van door haar reguliere verzorgingsfunctie voor de eigen kern én het gehele eiland;
- De concurrentie is toegenomen door uitbreiding van het aantal horeca-vestigingen op de recreatieparken en de grotere strandbedrijven die jaarrond geopend zijn;
- In bijna alle kernen zijn ambities om het horeca-aanbod te versterken.

3. FUNCTIONEREN EN UITBREIDINGSPERSPECTIEF

3.1 Functioneren consumptieve horeca

Opbouw van de bestedingen

De bestedingen in de consumptieve horeca op Schouwen-Duiveland kunnen berekend worden op basis van:

- Een aanbodclaim: berekend door de oppervlakte aan horeca op het eiland te vermenigvuldigen met de gemiddelde vloeroppervlakte (landelijke normen, deze verschillen per type horeca, bron: Horeca DNA). Daarnaast is het mogelijk op basis van het aantal bedrijven en de bijbehorende gemiddelde omzet per bedrijf een berekening te maken;
- De vraagpotentie: berekend vanuit de bestedingen van de diverse doelgroepen (inwoners, dagtoeristen en verblijfstoeristen), op basis van aantallen bezoekers maal gemiddelde bestedingen per bezoeker. Een onderscheid naar sector (dranken, fastservice, restaurants) is daarbij niet mogelijk.

Aanbodclaim

Om de aanbodclaim van de consumptieve horeca te bepalen wordt het metrage uit paragraaf 1.2 (juni 2016) als uitgangspunt genomen. Het metrage bedraagt bijna 36.000 m² vvo. Exclusief de ruimtes voor zalenverhuur/congres heeft de consumptieve horeca op Schouwen-Duiveland een verkoopvloeroppervlakte van 34.000 m². Dit is inclusief de horeca bij verblijfsaccommodaties, hotels, sportaccommodaties en de strandbedrijven. De oppervlaktes en aantallen zijn afkomstig van horecaDNA en gecheckt door Seinpost / ZKA in samenspraak met de gemeente. Ontbrekende oppervlaktes (slechts een beperkt deel) zijn door ons geschat. Deze oppervlakte is op Schouwen als volgt opgebouwd:

Sector	Verkoopoppervlakte horeca (m ² excl. zalen) (Schouwen –Duiveland)
Drankensector	18.670
Fastservice	1.930
Restaurant	8.070
Hotel	5.270
Totaal	33.975

Dit leidt op basis van de landelijke omzetten per m² vvo per sector tot een aanbodclaim van € 63 miljoen inclusief BTW per jaar op Schouwen-Duiveland.

De tweede methode is gebaseerd op het aantal horecabedrijven op Schouwen-Duiveland, vermenigvuldigd met de gemiddelde omzet per type horecabedrijf, gecorrigeerd voor de schaalgrootte van bedrijven op het eiland (t.o.v. het landelijk gemiddelde, de bedrijven op het eiland zijn gemiddeld iets kleiner van omvang). Dit leidt tot een aanbodclaim van € 76 miljoen, inclusief BTW.

Omdat de daadwerkelijke productiviteit (omzet per vierkante meter of per bedrijf) in de horeca in Schouwen-Duiveland niet bekend is, maar alleen aan de hand van de bovengenoemde twee methoden geraamd kan worden, zijn de gemiddelde uitkomsten van beide methoden gehanteerd om tot een goede raming van de aanbodclaim te komen (het totaalbedrag wordt dan € 69,5 miljoen inclusief BTW). Deze zijn als volgt gespecificeerd naar de zes kernen en overig:

Kern	Horeca-omzet
Brouwershaven	€ 2,3 miljoen
Bruinisse	€ 6,8 miljoen
Burgh-Haamstede	€ 12,4 miljoen
Scharendijke	€ 4,5 miljoen
Renesse	€ 17,6 miljoen
Zierikzee	€ 13,0 miljoen
Overig	€ 12,9 miljoen
Totaal	€ 69,5 miljoen

Vraagpotentie

De vraagpotentie is opgebouwd uit de bestedingen van de diverse doelgroepen. Er worden drie doelgroepen onderscheiden:

- Inwoners van Schouwen-Duiveland;
- Binnenlandse dagbezoekers (ook uit andere Zeeuwse gemeenten);
- Verblijfstoeristen.

De bestedingen van de drie doelgroepen zijn als volgt berekend:

- Inwoners: Er wordt uitgegaan van 33.800 inwoners (bron: gemeente). Op basis van deskresearch van Seinpost en ZKA blijkt dat de gemiddelde Nederlandse inwoner circa € 765 aan horeca besteedt (inclusief zakelijke uitgaven). Uiteraard wordt een deel van deze uitgaven ook elders in Nederland gedaan, we gaan er vanuit dat dit circa 20% is op basis van ervaringsgegevens, ligging, profiel van de bevolking, e.d. Anderzijds komen er ook andere Zeeuwse bezoekers vanuit andere gemeenten naar Schouwen-Duiveland. De exacte omvang hiervan is niet bekend, maar we gaan er vanuit dat het bedrag dat door inwoners elders wordt uitgegeven weer wordt gecompenseerd door inkomsten van andere Zeeuwse bezoekers van buiten de gemeente;

- Binnenlandse dagtoeristen (van buiten Zeeland). Op basis van de factsheet van Kenniscentrum Kusttoerisme is bekend dat niet-Zeeuwen 10,6 miljoen dagtochten maken naar Zeeland. Als het aandeel dagbezoekers dat naar Schouwen-Duiveland komt gelijk is aan het aandeel verblijfstoeristen (dat nemen we aan, een aandeel van 30%), dan ontvangt Schouwen-Duiveland per jaar 3,2 miljoen dagtoeristen (inclusief strandbezoek e.d.). We gaan er vanuit dat vrijwel alle buitenlandse bezoekers verblijfs-toeristen zijn en niet tot deze categorie dagtoeristen behoren;
- Verblijfstoeristen. Het aantal verblijfstoeristen kan worden afgeleid uit de opbrengsten van de toeristenbelasting in Schouwen-Duiveland. We ontvingen hiervoor een bestand van de gemeente. Dat toonde aan dat het in 2015 4,4 miljoen overnachtingen betrof (inclusief overnachtingen van vaste gasten, geraamd op basis van het forfaitaire aantal overnachtingen). Dit bestand onderscheidt verschillende typen accommodaties. Dit is essentieel omdat de horecabesteding per overnachting verschilt per accommodatie. Het bestand van de toeristenbelasting vereiste de volgende bewerkingen om tot de juiste bestedingen te komen:
 - o Het aantal toeristen dat verblijft in bungalows is door ons separaat geselecteerd uit het bestand. Een deel van de bungalowparken en vakantiewoningen was vermeld onder campings, een deel onder de categorie “hotel, pension, particulier”. Er was geen separate categorie bungalowparken;
 - o Het aantal hotels/pensions is door ons uit het bestand handmatig geselecteerd en gecontroleerd aan de hand van één van onze adressenbestanden van de provincie Zeeland. Hieruit bleek dat de meerderheid van de adressen uit de categorie “hotel, pension, particulier” tot overig verblijfsrecreatief kon worden gerekend;
 - o Het aantal overnachtingen van vaste gasten is geraamd op basis van het forfaitaire aantal overnachtingen uit het

- bestand. Dit resulteerde in een aantal van 2,8 miljoen toeristische overnachtingen en 1,6 miljoen overnachtingen van vaste gasten;
- o Vervolgens zijn bestedingsniveaus per overnachting bepaald op basis van onze modellen. Deze zijn verschillend per categorie, zo is de besteding van een hotelgast in de horeca een stuk hoger dan die van een campinggast;
 - o Op basis van deze uitgangspunten is deze vraagpotentie vastgesteld op € 77,1 miljoen.

Berekening	Horecabestedingen (inclusief BTW)
Aanbodclaim	€ 69.547.000
Vraagpotentie	€ 77.046.900

Deze vraagpotentie is als volgt verdeeld over de doelgroepen:

Doelgroep	Horecabestedingen (inclusief BTW)
Inwoners+Zeeuwen	€ 25.807.275
Binnenlandse dagtoeristen	€ 16.218.000
Verblijfstoeristen	€ 35.021.650
Totaal	€ 77.046.900

Uit de tabel blijkt dat de inwoners van Zeeland goed zijn voor slechts een derde van de totale horeca-omzet. Twee derde is te danken aan het toerisme. Dat betekent dat de horeca sterk afhankelijk is van deze extra klandizie en hoe die bijvoorbeeld verdeeld is over de seizoenen.

Confrontatie vraag-aanbod

Uit de confrontatie van vraag en aanbod blijkt dat de vraagpotentie iets hoger is dan de aanbodclaim: € 77 miljoen vraagpotentie en € 69,5 miljoen aanbodclaim.

Deze uitkomst komt erop neer dat de horeca gemiddeld genomen goed functioneert (+10%). In werkelijkheid zal sprake zijn van een grote variatie per kern, per seizoen en per deelsector. Exacte cijfers daarover zijn echter niet te bepalen, met name omdat de toeristisch-recreatieve bestedingen niet bekend zijn naar sector. Dit zou nader onderzoek vergen.

De vraagpotentie en het aanbod per kern

Er is een globale verkenning uitgevoerd van de vraag-aanbod-confrontatie in de zes kernen en het overige deel van het eiland. De vraagpotentie dankzij de inwoners en verblijfstoeristen is gemakshalve voor 100% meegeteld bij de betreffende zes kernen omdat zij in die kernen verblijven. De horeca-koopstromen van beide doelgroepen verdeeld over het eiland zijn namelijk niet bekend. Het dagtoerisme is alleen bekend op het niveau van het totale eiland. Hiervoor is een aanname gedaan in de verdeling van de horeca-bestedingen over de kernen en overig. Het dagtoerisme aan de stranden maken daar een belangrijk onderdeel vanuit. De indicatieve vraag-aanbodvergelijking per kern luidt als volgt:

Horecapotentie	Brouwershaven	Bruinisse	Burgh-Haamstede	Renesse
Inwoners	975.375	2.968.200	2.907.000	1.166.625
Dagtoeristen	810.900	810.900	3.243.600	4.865.400
Verblijfgasten	2.498.986	2.769.731	8.698.205	11.499.805
Totaal vraagpotentie	4.285.260	6.548.830	14.848.805	17.531.830
Aanbodclaim	2.300.000	6.800.000	12.400.000	17.600.000
	Scharendijke	Zierikzee	Overig	Totaal
Inwoners	1.002.150	8.506.800	8.281.125	25.807.275
Dagtoeristen	2.432.700	1.216.350	2.027.150	16.218.000
Verblijfgasten	1.772.845	415.965	7.366.100	35.021.644
Totaal vraagpotentie	4.396.795	12.166.365	17.674.475	77.046.919
Aanbodclaim	4.500.000	13.000.000	12.950.000	69.500.000
Vershil in %				+10%

Op totaalniveau is dezelfde +10% zichtbaar als het verschil tussen de vraagpotentie en de aanbodclaim. Per kern is er een verschil tussen vraag en aanbod die in werkelijkheid anders zal liggen. Er is namelijk nog geen rekening gehouden met de trekkracht van de horeca op de inwoners en verblijfgasten tussen de kernen onderling. Een kern als Brouwershaven met een gering horeca-aanbod oefent maar een beperkte aantrekkingskracht uit op haar eigen vraagpotentie die best groot is. Renesse, Zierikzee en Burgh-Haamstede hebben met hun ruime aanbod een veel groter verzorgingsgebied. Zierikzee heeft maar een heel beperkte vraagpotentie aan verblijfstoeristen in haar eigen kern maar oefent een (boven)regionale aantrekkingskracht uit op de inwoners en verblijfgasten van buiten de eigen kern. Immers een groot deel van de verblijfgasten op Schouwen-Duiveland bezoekt tijdens het verblijf Zierikzee vanwege het aanbod aan winkels, horeca, cultuurhistorie, evenementen e.d. De vraagpotentie zal met name in Zierikzee aanmerkelijk hoger liggen door toevloeiing dankzij de inwoners en verblijfgasten van elders.

De inwoners en de verblijfstoeristen zullen hun horecabestedingen spreiden over het hele eiland en de kernen: tijdens een uitstapje ergens naar toe (strand, stads- / dorpstrip, natuur etc.), als gericht horecabezoek om ergens te gaan uit eten, op een locatie onderweg etc. In de Kop van Schouwen is in de horeca bijvoorbeeld veel

koopkrachtuitwisseling tussen Renesse en Burgh-Haamstede vanwege de korte afstand. Die uitwisseling wordt mede bepaald door de verschillen in het horeca-aanbod en de beleving op de locaties zoals in het dorp Renesse, Haamstede, Westenschouwen of een andere horeca-concentratie.

De vraagpotentie in de kolom 'Overig' buiten de zes kernen zal zich in werkelijkheid ook richten op het horeca-aanbod in de zes andere kernen. De verspreide dorpen zijn te klein van omvang voor enige horecaconcentratie en de verblijfgasten in de verspreid gelegen verblijfsaccommodaties wijken ook uit naar het aanbod in de grotere kernen. In Overig Schouwen-Duiveland ligt de horeca grotendeels verspreid en is met name afhankelijk van de eigen trekkracht.

Functioneren en de invloed van de seizoenen

De seizoenen zijn van invloed op de horeca op het eiland. Een deel van het horeca-aanbod op Schouwen-Duiveland is vijf maanden (gedeeltelijk) dicht van eind oktober tot en met maart.



Het scheelt een factor zes-zeven tussen de rustige maanden november tot en met maart en de topmaanden juli en met name augustus. Dat is een erg groot verschil. De horeca moet het hebben van het hoogseizoen en de topweekends tijdens de feestdagen en

met het mooie weer. Dan kan de belegde boterham worden verdiend. De seizoenen en pieken hebben daarom grote invloed op de exploitatie. Het is dan mooi meegenomen als de vraagpotentie 10% hoger is dan de aanbodclaim.

3.2 Uitbreidingsperspectief consumptieve horeca 2020-2025

Om het perspectief te schetsen voor een mogelijke uitbreiding van de horecasector gaan we kort in op de ontwikkelingen bij de drie belangrijkste doelgroepen: de inwoners, de dagtoeristen en de verblijfgasten.

In de eerste plaats benoemen we de landelijke bestedingsprognoses in de horeca:

Tabel: Groeitempo horeca-omzet

Jaar	2015 werkelijk	2016 werkelijk	2017 prognose	2018-2025 per jaar
Horeca	4,0%	6,5%	1,5%	1%
Hotels	3,2%	4,9%	1,5%	1%
Restaurants	6,3%	6,4%	2,5%	1,5%
Cafetaria & fastservice	3,7%	9,4%	1,5%	1%
Cafés	0,5%	5,8%	0,0%	0%

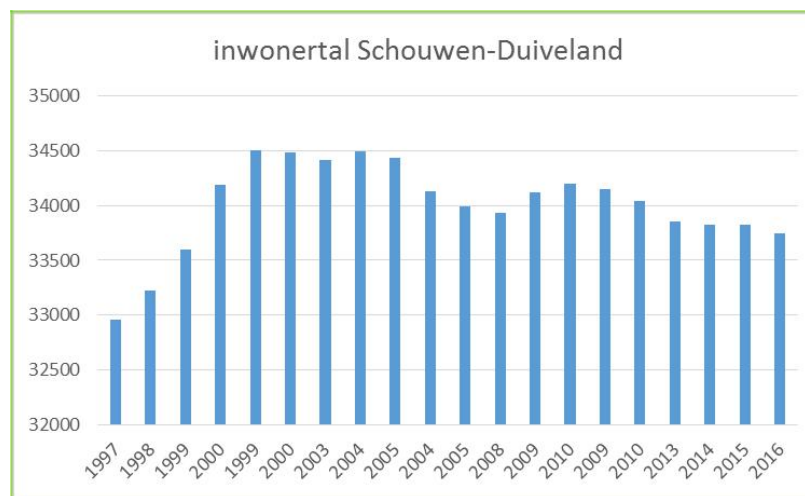
Bron: cijfers 2015 en 2016 CBS, ING augustus 2016 met prognoses 2017, vanaf 2018 prognose Seinpost / ZKA

De prognoses voor de periode vanaf 2016 zijn over het algemeen gunstig: voor de totale horeca 7,5% (2020) tot 12,5% (2025). De restaurants scoren het hoogst met 11% (2020) tot 18,5% (2025). De cafés het laagst (1,5%). De groei heeft te maken met de ontwikkeling van het uithuizige consumptiegedrag. Dat geldt met name voor de bewoners. Bij dag- en verblijfstoeristen ligt dat anders omdat horecabezoek in het directe verlengde ligt van hun vrijetijdsgedrag.

Omzetgroei betekent niet altijd groei van de winstgevendheid. In de fastservice en de restaurants is de laatste jaren een sterke volumegroei zichtbaar en veel minder groei in het prijsniveau. Hiermee dient rekening gehouden te worden. Dat geldt ook voor het consumentenvertrouwen dat nu gunstig is. Slaat dat om dankzij een dalende conjunctuur dan zie je vaak dat het direct effect heeft op de bestedingen in de horeca. Onderstaand gaan we dieper in op het uitbreidingsperspectief in de horeca in de nabije toekomst.

Inwoners

Het aantal inwoners in de gemeente Schouwen-Duiveland ontwikkelde zich zoals in bijgaande figuur (bron: CBS Statline).

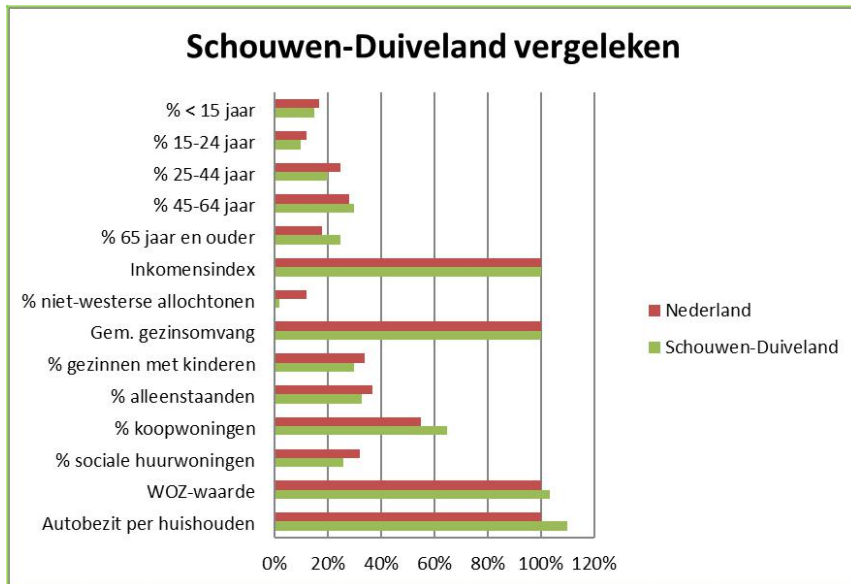


Na een daling tot enkele jaren geleden is het inwonertal van Schouwen-Duiveland de laatste jaren weer redelijk stabiel rond de 33.800. De vraag is hoe het aantal inwoners zich de komende jaren zal gaan ontwikkelen. Volgens de provincie (cijfers 2015) zal het aantal inwoners dalen met 1.000 naar circa 32.721 in 2025, met name door een daling van het aantal huishoudens.

Dat is een forse daling die zal neerkomen op een veel groter vertrek dan de komst van huishoudens. Volgens Primos 2016 daalt het aantal inwoners met slechts 200 tot 2025. De instroom van asielzoekers blijkt invloed te hebben op de bevolkingsontwikkeling. Ook de belangstelling voor te koop staande huizen op Schouwen-Duiveland is sterk bepalend voor de doorstroming en instroom van nieuwe huishoudens. Het aanbod zal zich moeten aanpassen aan de vraag. Seinpost / ZKA gaat uit van een geringe bevolkingsdaling naar circa 33.500 (2020, -1%) en 32.250 (2025, -2%) (-1,5%).

Bevolking kwalitatief

Net als het aantal inwoners is de kwaliteit van het draagvlak belangrijk.



Figuur 3.13: benchmark bevolkings- en woningkenmerken
Bronnen: CBS 2015 en 2010, en actuele gemeentedata

Op Schouwen-Duiveland is de bevolking aan het vergrijzen. Waar in 2010 21% van de bevolking 65 jaar of ouder was is dat nu gestegen naar 24%. Landelijk ging deze stijging in dezelfde periode van 15% naar 18%. Op Schouwen-Duiveland heeft deze ontwikkeling zich dus al verder voortgezet. De groep die het sterkste is ondervertegenwoordigd zijn de 25-44 jarigen. Het inkomensniveau is gemiddeld, op Schouwen-Duiveland wonen weinig niet-westerse allochtonen. De gemiddelde gezinsomvang is normaal, er wonen wat meer gezinnen met kinderen en relatief weinig alleenstaanden. Schouwen-Duiveland kent een hoger aandeel koopwoningen en weinig sociale huurwoningen, de WOZ-waarde ligt iets bovengemiddeld. Het autobezit is relatief hoog.

Met name de vergrijzing zal enig effect kunnen hebben op het horecabezit omdat 65-plussers minder vrije bestedingsruimte hebben. Tezamen met de bevolkingsdaling heeft het een beperkt negatief effect op de horecabestedingen van enkele procenten voor de komende 5-10 jaar: we gaan uit van -2% in 2020 en -4% in 2025. Verminderd op de verwachte groei van de horecabestedingen per persoon zal de horecapotentie dankzij de doelgroep inwoners groeien met 5,5% in 2020 en 8,5% in 2025.

Dagtoeristen

Over langere periode, tijdens de recessie, (2009-2015) zien we voor heel Zeeland een (lichte) daling van het aantal dagtochten (van 43 mln in 2009 via 38 mln in 2012 naar ruim 36 mln in 2015; bron kenniscentrum kusttoerisme op basis van CVTO). Binnen die periode nam het aantal dagtochten van niet-Zeeuwen ook licht af van 12,2 mln in 2009 naar 10,2 mln in 2015). Het dagtochttoerisme lijkt zich nu redelijk te herstellen en stabiel te zijn in Zeeland.

Er zijn voornamelijk nog weinig redenen om te verwachten dat de markt voor het dagtoerisme sterk af of toe gaat nemen. Wel is het zo dat de rol van de horeca daarbinnen kan veranderen. De top 10 van dagtochtactiviteiten is:

1. Wandelen voor plezier
2. Uit eten in een restaurant
3. Toertochtjes met de auto
4. Recreëren aan water (strand)
5. Fietstocht voor plezier
6. Winkelen in binnenstad
7. Op terras zitten
8. Bezoek aan bioscoop of filmhuis
9. Bezoek aan café
10. Bezoek aan rommelmarkt (bron: CVTO 2016)

Uit de top 10 is af te leiden dat de horeca een belangrijke functie vervult bij dagtochten. Mede op basis van de groei van de landelijke bestedingen in de horeca, de uithuizige consumptie en het terrassenbezoek is hier ook wel te verwachten dat het bedrag aan horeca per dagtocht licht zal blijven stijgen. Nu is de besteding € 5,10 per persoon. We houden een groei aan van 2% per jaar gelijk aan de prognose van het CPB, bij een gelijkblijvend aantal dagtoeristen op Schouwen-Duiveland (3,2 miljoen). De omzetspotentie voor de horeca groeit daarmee met 8% (2020) tot 18% (2025).

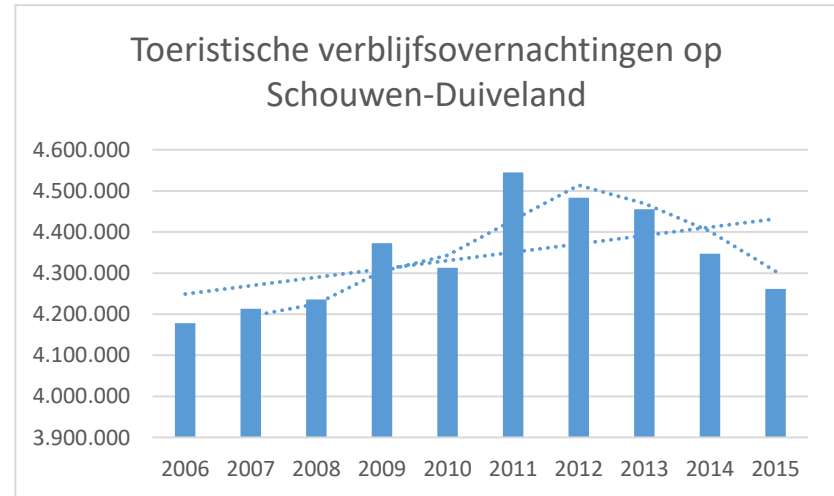
Verblijfstoeristen

Het aantal toeristische overnachtingen op Schouwen-Duiveland verschilt per jaar maar is per saldo redelijk stabiel rond de 4,2 tot 4,5 miljoen. Eind jaren '90 lag het aantal overnachtingen ook al rond de 4,5 miljoen (bron: Schouwen-Duiveland kiest voor toerisme, 2005), de laatste jaren is sprake van een daling.

De groeiverwachting van NBTC voor het inkomend toerisme ligt op 2%, het binnenlands toerisme groeit iets minder hard. Daarom is een groeiverwachting van 1-2% gemiddeld realistisch (uitgaande van een verdeling inkomend en binnenlands van 50%:50%). Dit vraagt wel om de uitvoering van kwaliteitsimpulsen en nieuwe ontwikkelingen: bijvoorbeeld realisering Brouwerseiland en hotelontwikkeling op niveau en met eigen content.

Hierdoor zal weliswaar het aantal eenheden per ha hier en daar teruglopen maar de bezetting per unit kan (behoorlijk) stijgen door een betere marktwerking en meer jaarrondaanbod. Dit in plaats van kampeerplekken die alleen van april tot oktober kunnen worden benut. Daarnaast zullen de bestedingen p.p.p.d. toenemen doordat

bungalow- en hotelgasten gemiddeld meer uitgeven dan kampeersers.



Daarbij is het ook van belang om te kijken naar de kwaliteit en het uitgavepatroon. Bekend is dat campingbezoek en kamperen, bijvoorbeeld door de jongeren, onder druk staan. Verblijf in 'winterharde' accommodaties (bungalows en hotels) groeit, en dat is ook goed voor de verdeling van de overnachtingen over de seizoenen en de bestedingen per persoon per dag (die zijn hoger dan bij kampeerovernachtingen). Bij die 1-2% groei per jaar aan verblijfstoeristen wordt er vanuit gegaan dat de kwaliteit van de verblijfsaccommodaties zich mee ontwikkelt met de vraag. Dat bepaalt ook het groeiperspectief naar herkomst: ongeveer de helft van de overnachtingen is te danken aan Duitsers, andere nationaliteiten winnen aan belang zoals de Belgen, Engelsen en Fransen. Bij de 2% groei van het DPB komt dat neer op een jaarlijkse groei van de horecapotentie dankzij de verblijfstoerist van 3,5%: 14% in 2020, en 31,5% in 2025. De potentie van de horeca per doelgroep en totaal zal als volgt groeien:

Doelgroep	2016	2020	2025
Inwoners	€ 25,8 mln	€ 27,2 mln	€ 28,0 mln
Dagtoeristen	€ 16,2 mln	€ 17,5 mln	€ 19,1 mln
Verblijfstoeristen	€ 35,0 mln	€ 39,9 mln	€ 46 mln
Totaal	€ 77,0 mln	€ 84,6 mln (+10%)	€ 93,1 mln (+20%)

Het perspectief voor de horeca op Schouwen-Duiveland is op basis van deze prognoses gunstig. Zoals aangegeven ligt een aantal veronderstellingen hieraan ten grondslag. Dat zijn de autonome bestedingsgroei in de horeca per inwoner en dag- en verblijfstoerist per jaar, mede op basis van het gunstige consumentenvertrouwen en de conjunctuur. Er is uitgegaan van een jaarlijkse groei van het aantal verblijfstoeristen van 1-2%, waarbij de aanname is gedaan dat de kwaliteit in de verblijfsaccommodaties mee verandert met de veranderende vraag.

Een groei van 10% tot 2020 komt neer op een uitbreidingsruimte van de consumptieve horeca met 3.500 tot 4.000 m² vvo. Tot 2025 zou er dan eenzelfde metrage bij kunnen komen. We moeten hierbij wel rekening houden met twee factoren: door meer winterhard aanbod aan verblijfsmogelijkheden komt er meer spreiding van de vraag en hoeft het aanbod niet meteen uit te breiden. Bovendien zal door de kwaliteitsimpuls van de vraag ook het aanbod reageren met een verkleuring naar meer hoogwaardig aanbod en hogere omzetten per m² vvo.

3.3 Verblijfs-horeca: functioneren en uitbreidingsperspectief

Het huidige aanbod aan hotels, pensions en B&B's is niet eenduidig vast te stellen. Er zijn de nodige verschillen in data tussen de verschillende bestanden. Naast de data uit HorecaDNA is gebruik gemaakt van cijfers uit de toeristenbelasting (primair voor het vaststellen van de overnachtingen) en het aanbodbestand dat gebruikt is voor de Vitaliteitsscan Zeeland (met uitsplitsingen per gemeente).

Het totale aanbod aan hotels, pensions en B&B's bestaat uit ruim 50 bedrijven en ruim 2.000 bedden. Op basis van een koppeling tussen aanbod (aantal bedden) en overnachtingscijfers hebben we de bedbezetting geraamd op 42-43% (deze bezetting is gebaseerd op zo'n 75-80% van het aanbod, waaronder alle grotere hotels en pensions en de betere B&B's). Als we deze bedbezetting vergelijken met de bedbezetting voor heel Zeeland (= 40%, bron CBS 2015) valt op dat deze in Schouwen iets hoger uitvalt. Voor de overige 20% van het aanbod (met name kleinschalig, niet bedrijfsmatig, soms delen van het jaar dicht), zal het bedbezettingscijfer een stuk lager uitpakken. Naar verwachting zal dit onder de 30% uitkomen. Het totale volume aan overnachtingen voor het hele aanbod ramen we op 260.000-275.000 per jaar.

Voor hotels is bedrijfsmatig gezien de kamerbezetting veel belangrijker dan de bedbezetting. Daarom is de bedbezetting van 42-43% omgerekend naar kamerbezetting. Uitgangspunt is hierbij dat circa 85% van de vraag toeristisch is en 15% zakelijk en dat bij de toeristische vraag de kamerbezetting gemiddeld 1,9 is en voor de zakelijke markt 1,1 (dit zijn ramingen, officiële cijfers ontbreken). Omgerekend leidt dit tot een kamerbezetting van bijna 50% (is wederom voor 75-80% van het aanbod; rest zal waarschijnlijk onder de 40% uitkomen). De enige vergelijking die hier gemaakt kan worden is met de cijfers uit HOSTA 2013 en 2014 voor heel Zeeland; deze kamerbezetting schommelde toen rond de 70%. Belangrijke verklaringen voor het veel lagere cijfer van Schouwen-Duiveland: de cijfers voor heel Zeeland hadden alleen betrekking op 3 en 4 sterrenhotels én in de rest van Zeeland is de zakelijke markt sterker ontwikkeld waar Schouwen-Duiveland sterk afhankelijk is van de toeristische markt met een sterke terugval in de maanden november t/m maart.

Wat de spreiding betreft, zien we dat de grootste concentratie aan hotelaanbod is terug te vinden in Renesse. Hier bevindt zich circa 35% van het aanbod (in capaciteit/aantal bedden), waaronder een aantal grotere hotels zoals Zeeuwse Stroom (4 sterren), Badhotel, Fletcher Landgoedhotel en Hampshire (allen 3 sterren) en veel kleiner/middelgrote hotels met gemiddeld genomen goede waarderingen (Booking.com; gemiddelde tussen 7,5 en 9,0).

De op één na grootste concentratie aan hotelaanbod is in Burgh-Haamstede met circa 25% van het aanbod, waaronder twee grotere 4 sterren hotels (Grand hotel ter Duin en Fletcher). De waardering ligt hier gemiddeld op 7,5-8,0. De rest van het aanbod is sterk verspreid over de gehele gemeente. Opvallend is het relatief bescheiden aanbod in Zierikzee. Hier bevindt zich alleen een aantal kleinere hotels en pensions en in totaal (in capaciteit) slechts 5-10% van het aanbod.

Uitbreidingsperspectief verblijfshoreca

Op basis van de beschikbare data is het lastig om tot een eenduidig groeiperspectief te komen. Overall, over het gehele jaar genomen, is er op basis van de berekende kamerbezetting van circa 50% weinig reden tot uitbreiding. Als norm wordt doorgaans minimaal circa 60% kamerbezetting aangehouden voor een gezonde exploitatie, mede afhankelijk van de gerealiseerde prijzen. Het gemiddelde ligt hier met nog geen 50% (ver) onder. In het algemeen zijn de perspectieven voor de hotelmarkt echter wel positief. Mensen gaan steeds makkelijker in steeds meer verschillende groepen en met verschillende motieven enkele dagen weg. Bovendien is er de trend dat mensen kiezen voor meer gemak, comfort en luxe.

Op basis van de kamerbezetting is uitbreiding niet mogelijk, op basis van de trends wel. Nadere analyse zal moeten uitwijzen of en waar de beste groeimogelijkheden zijn. Vanuit onze ervaringen elders en rekening houdend met de lokale hotelstructuur en verdeling doen we hier alvast enkele suggesties:

- Uitbreiding bestaande hotels om daarmee meer kritische massa te krijgen en beter te renderen. Bij de bestaande hotels valt op dat er maar twee grotere hotels zijn met > 80-100 kamers (Zeeuwse Stromen en Grand Hotel Ter Duin). De categorie hieronder zijn hotels met 35-50 kamers of veel kleiner, hetgeen vandaag de dag al als relatief klein wordt ervaren en vaak lastig te exploiteren is vanwege de relatief hoge vaste kosten en de veranderende vraag naar services (wifi bijv.);
- Ontwikkeling van een hotel met eigen 'content' (bijv. theater, wellness, casino, zalencapaciteit voor feesten/zakelijke markt, congressen, sport) waardoor de markt wordt vergroot, en de afhankelijkheid van het seizoen kleiner is;
- Ontwikkeling van extra hotelaanbod in Zierikzee gekoppeld aan een authentieke plek (monument?) met onderscheidend

vermogen (nieuwbouw of uitbreiding) en mede gericht op de zakelijke markt en/of de markt van meerdaagse bijeenkomsten voor extra exploitatiedraagvlak. Op dit moment is het aanbod in Zierikzee nog zeer bescheiden.

- Het is logisch om in te zetten op kwaliteitsverhoging en dan met name jaarrond accommodaties zoals bungalows en hotels. Hier passen kwalitatief hoogwaardige hotels zeker ook in. Het is hierbij wel de vraag of een 5 sterrenhotel zoals mogelijk voorzien in Renesse kansrijk is, gezien onze ervaringen in heel Nederland. We zien dat deze doorgaans alleen goed 'landen' in de Randstad en in gebieden met een goede mix van zakelijke en toeristische bezetting en ook andere voorzieningen die aansluiten bij de motieven en behoeften van gasten op dit niveau: denk aan restaurants met Michelin ster, casino, musea en winkels in het hoge segment met de bekende topmerken.

4. DE VISIE OP DE HORECA

4.1 Dynamiek in de sector

Voor Schouwen-Duiveland is de horecasector van levensbelang om haar positie als vakantie-eiland duurzaam vast te kunnen houden. Daarnaast levert de horeca een sociale bijdrage aan het woon- en leefklimaat voor de inwoners en aan de economie met een goed ondernemersklimaat en de werkgelegenheid. De horeca is een groeisector. Er spelen allerlei ontwikkelingen door elkaar:

- Aanbod: schaalvergroting, professionalisering/ filialisering, specialisatie, belevingshoreca, nieuwe keukens en gerechten, to go concepten, mengvormen, pop-up-concepten en ambulante handel (foodtrucks) en de invloed van online: met afhalen, bezorgen, prijs- en producttransparantie, de invloed van prijsacties, sociale media, AirBNB, AirDND etc.;
- Draagvlak: behoefte aan gemak, snelheid, luxe en beleving. Met verschillen tussen de inwoners en recreanten-toerist, de invloed van de leefstijlen en de toenemende internationale diversiteit van de klanten;
- Beleid: alcohol, roken, veiligheid, accijnzen, pilot mengvormen en openingstijden. Ook de ruimtelijke voorwaarden zoals de beleving van de openbare ruimte, verkeer, terrassen, gevelreclame en uitstallingen hebben impact op de sector.

Relaties met andere sectoren

De horeca staat niet op zichzelf. Ontwikkelingen buiten de reguliere horeca beïnvloeden haar perspectief. We noemen de groei van de festival- en evenementenmarkt met eigen catering, blurring in de detailhandel, fabrikanten en groothandelaren die rechtstreeks de consument beleveren etc. Dit heeft invloed op de 'fysieke' horeca.

De horeca zal op de dynamiek buiten de eigen sector een antwoord moeten formuleren en mee moeten veranderen met de eisen en wensen van de tijd. Binnen de eigen sector is volop sprake van branchevervaging tussen de drankenbedrijven, fastservice,

restaurants en hotel-pensions. Voor de consument is lang niet altijd duidelijk welk soort horeca bezocht wordt. De horeca-ondernemer op Schouwen-Duiveland zal zoveel mogelijk inwoners, toeristen en recreanten willen bedienen, op elk moment van de dag, op ieder plekje van het eiland!

Randvoorwaarde: verhoging van het voorzieningenniveau

Ook op Schouwen-Duiveland zal de horeca de komende 10 jaar moeten blijven vernieuwen. De sector is onlosmakelijk deel van het toeristische voorzieningenniveau. Seizoensverlenging en jaarrond zijn voor de horeca belangrijke aandachtspunten en dat wordt gestimuleerd als Schouwen-Duiveland zich onderscheidt met een aantrekkelijk toeristisch product in alle seizoenen. Het voorzieningenniveau blijft zich continu ontwikkelen met allerlei initiatieven vanuit de markt en de gemeente, met nieuwe attracties en hypes, evenementen, vernieuwing van de verblijfsaccommodaties etc. De bewoners en bezoekers zijn continu op zoek naar (nieuwe) beleving, comfort, kwaliteit en goede basisvoorzieningen. De consument is gevoelig voor authenticiteit en eigenheid die past bij het eiland en bij Zeeland. Schouwen-Duiveland moet haar 'unique selling points' zien uit te nutten. Met eigentijdse horeca kan het eiland haar gastvrijheid optimaal invullen: 'Schouwen-Duiveland, gastvrij eiland'.

Horecaondernemerschap centraal

De kwaliteit van de horeca wordt voor het grootste gedeelte bepaald door de ondernemer zelf. De ondernemer zelf speelt continu in op de veranderende behoeften van de klant. Hij of zij stelt de gast centraal en zal het concept, assortiment, prijs en de openingstijden aanpassen aan de vraag. Hij kan zich focussen op een bepaalde doelgroep of leefstijl, of juist voor een zo breed mogelijke doelgroep en meerdere leefstijlen kiezen. Specialisatie of juist verbreding is zeker mogelijk in toeristische gebieden zoals Schouwen-Duiveland met een ruim horeca-aanbod.

Van buitenaf zijn er niet zoveel mogelijkheden om de kwaliteit van de horeca te beïnvloeden. Door de overheid kunnen in de ruimtelijke voorwaarden gunstige condities geschapen worden die het ondernemerschap en de vernieuwing in de sector ondersteunen. Bij het beleid en de samenwerking (paragraaf 3.3) wordt hierop terug gekomen.

Doorvertaling naar de horeca-locaties

Horeca is booming. Ze verdient een goede afweging op welke locaties de sector moet worden versterkt. In de praktijk blijken er allerlei vormen van horeca actief waarbij een onderscheid gemaakt kan worden tussen de reguliere horeca en de overige vormen van horeca: de strandbedrijven, op de vakantieparken, de traffic-locaties, de paracommercie bij sportaccommodaties en de ontmoetingscentra in de dorpen. De overige vormen van horeca dienen zich passend te versterken, hun positie mag niet ten koste gaan van de reguliere horeca.

Maken van ruimtelijke keuzes

Voor Schouwen-Duiveland moet bepaald worden hoe de horecasector versterkt gaat worden. Uit hoofdstuk drie blijkt dat er voldoende uitbreidingsperspectief is om het aanbod in de nabije toekomst uit te breiden.

Een gastvrij eiland betekent niet dat de groei van de horeca op iedere locatie wordt losgelaten. Dat zal namelijk makkelijk kunnen leiden tot overaanbod. Overaanbod leidt tot afnemende winstmarges en verminderd investeren door de bestaande ondernemers. Hierdoor treedt verschraling op in het aanbod. Een verdere versnippering zal leiden tot minder kwaliteit. Het is erg belangrijk dat het bestaande horeca-aanbod bij de tijd blijft en zich (continu) kan vernieuwen. Een zekere mate van concentratie van de horeca past hierbij.

4.2 De horeca hotspots

Op basis van de SWOT wordt geadviseerd om prioriteit te leggen bij die locaties die het beste ontwikkeld kunnen worden als de

toekomstige 'horeca hot spots' voor de consumptieve horeca op het eiland. Deze prioriteit hoeft niet meteen ook uitbreiding te betekenen op de betreffende locaties; dit kan ook verkleuring / omvorming / opschaling van bestaande horeca betekenen. Op Schouwen-Duiveland ligt het primaat bij de centrumgebieden van de zes belangrijkste kernen:

- Zierikzee: de oude binnenstad en het ontwikkelingsgebied Nieuwe Haven e.o.;
- Badplaats Renesse: het centrumgebied;
- Burgh-Haamstede: Ring/Noordstraat als centrumgebied, Westenschouwenseweg als subcentrum;
- Scharendijke: Dorpsstraat en de naastgelegen jachthaven;
- Brouwershaven-centrum: Markt met uitloop in het Havengebied;
- Bruinisse: Havenkade, Oudestraat, Kerkplein.

Het zijn de locaties die ruimtelijk de meest toegevoegde waarde leveren, het zijn de bruisende centrumgebieden van de kernen: aantrekkelijke plekken voor ontmoeting en verblijf, als fysiek en mentaal hart van de kern. Horeca wordt in centrumgebieden steeds belangrijker omdat de winkel- en dienstenfuncties in een aantal branches om diverse redenen onder druk staan: door de verschuiving naar internet, digitalisering, vergrijzing, van bezit naar gebruik etc. De horecaondernemers in de centrumgebieden excelleren in elkaars nabijheid, dit zal leiden tot meer variatie en kwaliteit in het aanbod: bij concurrentie heeft de klant bovendien iets te kiezen. Daarnaast heeft iedere 'horeca hot spot' bij voorkeur een eigen onderscheidend profiel op het eiland.

Op de verspreide horeca-locaties ligt de nadruk op consolidatie.

4.3 Strategie per horecaconcentratiegebied en sector

Onderstaand gaan we in op het ontwikkelingsperspectief van de zes horeca hotspots en op de overige locaties van Schouwen-Duiveland. In de tabel is een indicatie gegeven van het perspectief per sector: groen betekent dat uitbreiding kansrijk is, geel betekent een neutrale score en rood is kansarm. Op totaalniveau worden de meeste mogelijkheden gezien in Zierikzee en Brouwershaven, voor de andere hotspots is de totaalscore neutraal.

Op de locaties buiten de zes hotspots is de totaalscore kansarm. Per sector is rekening gehouden met de landelijke ontwikkelingen die het gunstigst zijn in de restaurantsector, gevolgd door de fastservice en hotels, en het minst gunstig zijn in de dranken/cafés. Hierbij wordt er nogmaals op gewezen dat er sprake is van veel branchevervaging tussen de vier sectoren waarbij eigenlijk alleen het onderscheid in de hoofdactiviteit nog het verschil maakt.

Tabel: advies ontwikkelingsmogelijkheden per kern en

	Totaal	Dranken	Fastservice	Restaurant	Hotel/pension
Zierikzee	Green	Yellow	Green	Green	Green
Renesse	Yellow	Red	Yellow	Green	Yellow
Burgh-Haamstede	Yellow	Red	Yellow	Light Green	Yellow
Scharendijke	Yellow	Red	Yellow	Light Green	Yellow
Brouwershaven	Yellow	Red	Red	Yellow	Green
Bruinisse	Yellow	Red	Red	Green	Yellow
Overig	Red	Red	Red	Yellow	Yellow
Legenda					
Kansrijk	Green				
Neutraal	Yellow				
Kansarm	Red				

sector

Zierikzee; ruimte voor groei (incl. hotel) voor een breed publiek

De uitgangssituatie is relatief gunstig voor de horeca in Zierikzee. Het toekomstperspectief wordt met name ontleend aan de cultuurhistorie (monumenten, musea, bezienswaardigheden) en het maritieme karakter van deze ‘hoofdstad’ van het eiland. Het blijkt een goede voedingsbodem voor nieuwe horeca-concepten. Functioneel zijn dat met name nieuwe restaurant- en fastservice-concepten, in minder mate dranken. Uitzonderingen zijn bijzondere functies als een wijnhoeve, bierbrouwerij of destilleerderij. Die voegen een stuk ambacht toe aan het aanbod. Het totale horeca-aanbod zal een mooie mix kunnen vormen voor alle vier de leefstijlen (rood, blauw, geel, groen).

De ingezette ambities met het Havenplein/ Havenpark en directe omgeving kunnen afgerond worden door de horeca te verdichten en terrassen uit te breiden indien gewenst. De huidige inrichting

met de terrasschermen kan dan ook geëvalueerd worden.

Uitbreiden kan ook op bijzondere locaties elders in de binnenstad indien het woon- en werkklimaat gerespecteerd blijft.

Op termijn is het mogelijk om nieuwe horeca toe te voegen rondom de Nieuwe Haven en het gebied van het bedrijventerrein achter de Zuiderpoort. Hieraan zou de voorwaarde gesteld kunnen worden dat die nieuwe horeca qua schaal niet inpasbaar is in het centrumgebied en dat die voldoende onderscheidend is. Dat geldt bijvoorbeeld voor de verblijfshoreca in de vorm van een cityhotel. We zouden hierbij kiezen voor een locatie in/tegen de historische binnenstad aan zo mogelijk gebruik makend van een historisch pand om daarmee te kunnen concurreren en onderscheidend te zijn t.o.v. de hotels die meer richting strand en duinen liggen.

Buiten het centrumgebied zal het horeca-aanbod op wijk- buurtniveau een ondersteunende verzorgingsfunctie blijven vervullen. Verder zijn er mogelijkheden voor traffic-horeca die een bredere functie kan vervullen op het eiland. Vanwege de centrale ligging van Zierikzee kan hier ook een fast food drive-inn concept langs de provinciale weg gerealiseerd worden, bij voorkeur aansluitend op een transferium. Een groter wegrestaurant zou hier ook kunnen passen. Beiden kunnen dan inspelen op zowel het lokale inwonersdraagvlak als de passanten waaronder de vele recreanten en toeristen op het eiland.

Renesse: ‘verkleuren’ horeca en kwaliteitsimpulsen centraal

Renesse wordt versterkt als eigentijdse badplaats, het te vernieuwen bruisende hart van de Kop van Schouwen. Vanwege het ruime en soms gedateerde/eenzijdige aanbod ligt de nadruk op transformatie van de horeca. Er wordt zo weinig mogelijk ingezet op een verdere uitbreiding (masterplan p. 92). Het kwaliteitsniveau zal verhoogd moeten worden, en er wordt ingezet op een verschuiving van dranken naar restaurants en in mindere mate fastservice. Er ontstaat meer diversiteit in het aanbod, de uitgaansfuncties worden geconcentreerd en gemoderniseerd. Nu ligt sterk het accent op de gele en groene leefstijlen, er zal meer diversiteit ontstaan als ook de rode en de blauwe leefstijlen beter zichtbaar worden.

De transformatie van de horeca gebeurt hier bij voorkeur in combinatie met een impuls in de openbare ruimte, met een aantrekkelijk verblijfsmilieu, aanpak van de gevels en uitstraling, en een afgewogen inpassing van het autoverkeer in het centrum.

Hotels en pensions e.d. worden zoveel mogelijk geconcentreerd in en rondom het centrum. Van nieuwe vestigingen is zo weinig mogelijk sprake, bij bestaande verblijfsaccommodaties ligt de nadruk op herstructurering, vernieuwing. Desgewenst is uitbreiding mogelijk om voldoende kritische massa te hebben en nieuwe concepten in te voeren. Solitaire locaties worden alleen in uitzonderlijke gevallen toegevoegd, bij voorkeur gekoppeld aan nieuwe verblijfsrecreatieve concepten. Beleidsmatig is hiervoor weinig ruimte tegen het licht van de Zeeuwse Kustvisie.

Burgh-Haamstede: accent op restaurants/kwaliteitshoreca, verdere versnippering tegengaan

Burgh-Haamstede zal zich als tweede kern in de Kop van Schouwen duidelijk anders moeten positioneren dan Renesse. Unique selling points zijn het kleinschalige dorpse karakter van Haamstede, haar historische bebouwing (kasteel, dorpsplein) en de lintbebouwing. Richting Burgh en Westerschouwen ligt een aantal aantrekkelijke locaties in het groen en de natuur.

Burgh-Haamstede beschikt over meerdere subconcentraties en een sterk verspreide horeca langs een langgerekt lint. Een aantrekkelijk verblijfsklimaat met een beperking van het autoverkeer ontbreekt. Hierdoor is sprake van een specifieke ruimtelijke opgave. De nadruk zal liggen op concentratie op één of twee horecalocaties waarbij aandacht is voor een prettig verblijfsmilieu voor de bezoekers en de bewoners. Dat zijn met name de voetgangers die in de gebied verblijven, terrasebruikers, fietsers, direct omwonenden en de bezoekers tijdens evenementen. Het verspreide horeca-aanbod hoeft niet zozeer afgebouwd te worden maar de nadruk in de visie ligt op versterking in de concentratiegebieden. De keuze valt daarbij op de Ring/Noordstraat in Haamstede met een ondersteunende functie in Westerschouwen aan de Westerschouwenseweg. De kansen liggen in de restaurantsector. Er zijn mogelijkheden om de horeca in kwalitatieve zin te onderscheiden van het aanbod in Renesse: wat meer de nadruk op de blauwe leefstijl passend bij de aantrekkelijke omgeving.

Scharendijke: eigen identiteit benutten

In Scharendijke zal de focus liggen op het behoud en de versterking van de bestaande horeca. Er is al sprake van een behoorlijke spreiding en een ruim aanbod met de hoofdactiviteit dranken. Daarbij is duidelijk dat die sector ook actief is in de restaurant- en fastservicesector zoals bij de strand- en de recreatiebedrijven. Een aantal horecavestigingen ligt bij elkaar in de Dorpsstraat en die versterken elkaar, met in het verlengde daarvan het aanbod in de jachthaven. In die sector kan ruimte zijn voor een nieuwe keuken of een onderscheidend concept die nieuwe doelgroepen en bestedingen aantrekt. Versterking kan ook plaatsvinden door het bestaande aanbod te vernieuwen. Het belangrijkste is dat Scharendijke haar eigen dorpse karakter weet te benutten om in te kunnen spelen op de omvangrijke dag- en verblijfsrecreatie in de directe omgeving. Opgave is om die potentie aan zich te binden, zeker als straks Brouwerseiland erbij komt.

Brouwershaven; bescheiden groei, koppelen aan historische centrum

In Brouwershaven is de laatste jaren niet zoveel veranderd in de horeca. De nadruk ligt op consolidatie van de consumptieve horeca. Wellicht dat er de komende jaren nog een enkele horecavestiging bij kan, bijvoorbeeld een onderscheidend restaurant of in de drankensector, zodat er iets meer kritische massa ontstaat met meer keuzemogelijkheden. De vraagpotentie is er, er kan gebruik worden gemaakt van de authentieke historische kwaliteit van dit centrumgebied aan het water en de vele vormen van verblijf en dagrecreatie in de directe omgeving (incl. duiken en overige waterrecreatie en visserij). De leefstijlen waarop Brouwershaven inspeelt zijn divers. De kern heeft weinig aanbod in de verblijfs-horeca, hier liggen mogelijkheden voor een kleiner hotel of pension.

Bruinisse: thematiseren en concentreren

In Bruinisse ligt de nadruk op consolidatie van de horeca. De visserij en de watersport zijn belangrijke thema's waarmee Bruinisse zich onderscheidt om de horeca te thematiseren. Ruimtelijk is het een lastige opgave om de horeca te concentreren. De focus ligt op de Havenkade, Oudestraat en Kerkplein en om die deelgebieden met elkaar te verknopen.

4.4 Betekenis voor de overige locaties

De ontwikkeling van de ‘horeca hotspots’ betekent dat er niet meer wordt ingezet op een sterke groei en versnippering van horeca op de verspreide locaties op het eiland. De nadruk ligt op versterking van het bestaande ondernemerschap en niet meer op nieuwvestiging. Zo mogelijk wordt verspreid gelegen horecabedrijven gestimuleerd om te verplaatsen naar een horeca-concentratiegebied. Indien ondernemers vanuit de eigen exploitatie wensen te verplaatsen naar een concentratiegebied, dan zal dat goed voorbereid en gefaciliteerd kunnen worden. Afhankelijk van de locatie zal afbouw van de horecafunctie op de oude locatie de voorkeur verdienen.

Nieuwe solitaire ontwikkelingen worden alleen mogelijk gemaakt indien deze qua omvang niet passen in de concentratiegebieden en ook aantoonbaar iets toevoegen aan het bestaande aanbod, bijvoorbeeld thematisch op bijzondere locaties. De horecalocaties op de stranden, de vakantieparken en bij sportaccommodaties kunnen eigenlijk veel makkelijker inspelen op de veranderende trends: de huisvestingslasten zijn lager, het vastgoed kan makkelijker getransformeerd worden. De prijsstelling van de producten is soms lager en er zijn meer ruimtelijke mogelijkheden. En de ondernemer kan op zo’n plek een eigen belevingswaarde creëren.

Op dit soort locaties zal de horeca in moeten spelen op de eigen potentie: op die plek, op dat moment, en voor de eigen doelgroepen: en niet zozeer een autonome aantrekkingskracht uitoefenen op andere doelgroepen. Als de eigen potentie toeneemt, bijvoorbeeld omdat er een nieuw vakantiepark of een nieuwe vrije tijdsbestemming bijkomt, dan kan er weloverwogen nieuw horeca-aanbod worden toegevoegd. Nieuw horeca-aanbod moet namelijk goed verantwoord worden dat het niet inpasbaar is in de horecaconcentraties bijv. door de omvang en schaal of als het echt onderscheidend is. De bestaande horeca op de stranden en de vakantieparken zal wel moeten worden gestimuleerd om te vernieuwen, met daarbij hooguit een beperkte uitbreiding. Op dit moment is uitbreiding van horeca op de stranden vanuit het huidige beleid zoals de kustvisie niet meer mogelijk. Die mogen niet groter worden dan op basis van het vigerende bestemmingsplan is toegestaan.

Overall wordt geadviseerd om de focus de komende 5 tot 10 jaar op de centrumgebieden te leggen, en een pas op de plaats te maken met de horeca op de locaties buiten de centrumgebieden, De marktruimte voor de komende 10 jaar kan dan globaal als volgt verdeeld worden:

Locatie	Consumptieve horeca	
Zierikzee	1.500 – 2.000 m ²	Verbreding diversiteit met nieuwe concepten
Renesse	1.000 – 1.500 m ²	Verkleuring bestaand ondernemerschap
Burgh-Haamstede	1.000 m ²	In concentratiegebieden
Scharendijke	0 - 500 m ²	Benutten dorpse karakter
Brouwershaven	250 - 500 m ²	Inzetten op historie
Bruinisse	0 - 500 m ²	Thematische vernieuwing
Overige locaties	500 – 1.500 m ²	Bestaand ondernemerschap
Totaal	4.250 – 7.500 m ² vvo	

De tabel is exclusief de verblijfshoreca. Het advies voor de sector hotels-/pensions op gemeenteniveau is dat er met name ingezet moet worden op enige schaalvergroting van bestaande hotels, met name in Renesse en Burgh-Haamstede, omdat de huidige schaal relatief klein is en bedrijfsmatig daardoor vaak lastiger te exploiteren.

Met name voor Zierikzee is er weinig capaciteit in de deelsector hotels-pensions, hier zou onderzocht kunnen worden of een nieuw aantrekkelijk hotel in een authentiek-historische setting haalbaar is, waarmee ook de zakelijke en meerdaagse bijeenkomsten-markt bewerkt zou kunnen worden. Tot slot zou een hotel met eigen ‘content’, en daarmee ook nieuwe markt aantrekkelijk, een meerwaarde kunnen hebben. Bijvoorbeeld een hotel met eigen wellness centrum, theaterzaal en/of casino faciliteiten.

5. BELEID EN SAMENWERKING

De uitkomsten van de scan vormen de bouwstenen voor het nieuw (horeca)beleid van de gemeente dat als beleidskader zal fungeren voor de versterking van de horecasector. Ook horecaondernemers en vastgoedeigenaren van horecapanden zullen de komende jaren actief op de marktkansen moeten inspelen. Samenwerking tussen al deze partijen is komende jaren van cruciaal belang wil Schouwen-Duiveland als vakantiebestemming haar ambities ook op horecagebied (kunnen) waarmaken. Er zijn enkele thema's die naar onze mening extra aandacht verdienen.

Ruimtelijk beleid

Het marktonderzoek geeft handvaten voor de planning van de horecavoorzieningen over de verschillende locaties op Schouwen-Duiveland. De gemeente is verantwoordelijk voor het formuleren van het ruimtelijke beleid op basis van het omgevingsrecht. Zij stelt een horecabeleid vast en vertaalt dat in de bestemmingsplannen. Het horecabeleid wordt ook betrokken bij de andere beleidsterreinen zoals voor de detailhandel, economie, verkeer en parkeren, evenementen en recreatie-toerisme.

Om het nieuwe horeca-beleid tot uitvoering te brengen, zal de gemeente haar planologisch kader, indien noodzakelijk, vernieuwen. Het horeca-onderzoek is input voor de beoordeling van nieuwe initiatieven. Gewenste horeca-ontwikkelingen worden dan mogelijk gemaakt en ongewenste ontwikkelingen worden voorkomen.

Op basis van de inzichten uit dit marktonderzoek voor de horeca kunnen planologische verruiming mogelijk worden gemaakt in de centrumgebieden (horeca-hotspots) voor zover die ontoereikend zijn voor nieuwe horeca. Dit gaat samen met het stellen van planologische beperkingen op locaties waar nieuwe horeca niet meer gewenst is. Om (op termijn) ongewenste horeca-ontwikkelingen te voorkomen kan de gemeente verborgen en ongewenste plancapaciteiten in beeld brengen en mogelijk schrappen.

Het verdient de voorkeur dat de gemeente handhavend optreedt op plekken waar horeca-activiteiten plaatsvinden die niet zijn toegestaan op basis van het vigerende bestemmingsplan. Dat geldt bijvoorbeeld bij de para-commerciële instellingen, met horeca alleen voor eigen doelgroepen en met passende openingstijden. Handhaving draagt bij aan de totstandkoming van een toekomstbestendige structuur van horecavoorzieningen. Het draagt ook bij aan draagvlak en wederzijds vertrouwen bij de bestaande ondernemers die hun bijdrage zullen moeten leveren. Pilots als blurring (in detailhandel, in horeca) en AirDnD kunnen worden opgezet, met een goede evaluatie van de effecten voor de horeca en een eerlijk speelveld tussen de sectoren.

Openbare ruimte

De uitstraling en beleving van de openbare ruimte en de bebouwing zijn voor de horeca belangrijke voorwaarden om goed te kunnen functioneren. Daarbij gaat het met name om de horecaconcentraties zoals rond de pleinen en in de straten. De horeca in een bruisende kern staat of valt met haar sociale functie voor ontmoeting en vermaak, met aantrekkelijke terrassen en eenduidige terrasschermen in de openbare ruimte, mooie panden en gevels (ook 's-avonds-'s-nachts), groen en blauw (waterornamenten), speelgelegenheid e.d. Dat geldt ook voor een breed aanbod leisurevoorzieningen en cultuur voor de recreanten en toeristen, een gevarieerd aanbod evenementen, de weekmarkt e.d. De horecaconcentraties fungeren dan als een huiskamer voor de stad. De gemeente werkt hierbij samen met de ondernemers en de eigenaren om ervoor te zorgen dat de horecagebieden aantrekkelijk zijn. Publieke en private investeringen kunnen daarbij op elkaar worden afgestemd.

Bereikbaarheid

Tot het primaire takenpakket van de gemeente behoort de bereikbaarheid voor de auto, het openbaar en langzaam vervoer en de logistiek/expeditie. Goede parkeervoorzieningen en een passend regime zijn belangrijke aandachtspunten voor de horeca. Dat geldt ook voor het beperken van de verkeersoverlast. Meer specifiek vanuit de toeristische concentratiegebieden zijn aantrekkelijke en goede fiets- en wandelverbindingen belangrijk om de automobilititeit terug te dringen en de beleving van het landschap/openbare ruimte te versterken.

Dat geldt zeker op Schouwen-Duiveland waarbij alleen in Zierikzee sprake is van een aantrekkelijk voetgangersgebied. In de centrumgebieden van Renesse, Burgh-Haamstede, Scharendijke Brouwershaven en Bruinisse is de auto (nadrukkelijk) aanwezig in de openbare ruimte.

Veiligheid en leefbaarheid

De gemeente is verantwoordelijk voor de openbare orde en veiligheid en de handhaving ervan. Horecaondernemers voor de veiligheid van bezoekers en medewerkers in horecabedrijven. Om marktkansen te benutten moet horeca echter steeds meer benaderd worden vanuit de kansen in plaats van alleen de bedreigingen of de overlast. Er blijft wel specifieke aandacht nodig voor de uitgaans- of nachthoreca om die alleen op de daarvoor bestemde locaties te ontwikkelen. Dan is er zo weinig mogelijk overlast voor derden.

Het Keurmerk Veilig Ondernemen is een middel om gezamenlijk – ondernemers, overheid en andere belanghebbenden - maatregelen te nemen die de veiligheid en het veiligheidsgevoel ten goede komen.

Openingstijden

Het is van belang om ook bij de openingstijden goed samen te werken met de marktpartijen. Om aantrekkelijke horeca gebieden te ontwikkelen zijn de openingstijden van de andere functies zoals in de detailhandel ook belangrijk. Verlenging en afstemming van de openingstijden is goed voor bruisende en levendige centrumgebieden, ook op zaterdag en zondag. Daarbij spelen ook de wintermaanden een rol als een deel van de winkels en horeca gesloten is. Van belang is om dan toch een voldoende aanbod aan te kunnen bieden omdat sluiting van een groot deel van de voorzieningen uiteindelijk leidt tot minder aantrekkelijkheid voor verblijfsgasten die overwegen om naar Schouwen-Duiveland te komen.

Huisvestingslasten

De huisvestingslasten spelen een belangrijke rol in de horeca en zeker ook op Schouwen-Duiveland omdat de lasten vaak in zeven maanden terugverdiend moeten worden. Deze kennen hun grenzen in de horeca. Bij hogere huren zijn er alleen specifieke vormen van horeca mogelijk met een hoge omzetsnelheid en lage kosten en dat is niet altijd gewenst omdat het leidt tot eenzijdig aanbod (pizza-pasta, pannenkoek, cafetaria etc.). Omdat horeca steeds belangrijker wordt in de centrumgebieden ten opzichte van bijvoorbeeld de winkelfunctie die onder druk staat, ligt hier de noodzaak tot een passend huurniveau.

Als de gemeente haar horecabeleid concentreert in de centrumgebieden dan kunnen er nadere afspraken gemaakt worden met die gebieden, bijvoorbeeld in een convenant met gebiedsprofielen per locatie. Met de vastgoedeigenaren, de investeerders, de ondernemers en KHN kunnen afspraken worden gemaakt over de juiste functie op de juiste plaats, het acquireren van nieuwe ondernemers en het creëren van de juiste randvoorwaarden (waaronder passende huisvestingslasten, flexibele huurcontracten). In de uitwerking van dit soort afspraken is een heldere verantwoordelijkhedenverdeling van belang tussen private en publieke partijen.

Marketing en promotie

De gemeente kan samen met ondernemers organisatorische en promotionele maatregelen nemen om het horecabeleid te ondersteunen. Het is van belang om in de marketing en branding van het eiland een scherp profiel te kiezen: op basis van het eigen DNA t.o.v. andere toeristische gebieden. Dat zijn met name de rust en de ruimte, zee, strand en natuur, de vele zonuren, uitstekende bereikbaarheid en het parkeren (regime, capaciteit), maar ook schoon-heel-veilig en leefbaarheid, en de eigen producten en gerechten.

Samenwerking

De situatie dat de gemeente altijd de regierol neemt bij gebiedsontwikkelingen is voorbij. De gemeente heeft veel meer een faciliterende en ondersteunende rol. Hierbij wordt vanuit de mogelijkheden gedacht die een gebied heeft en de kansen die er bij betrokkenen liggen om deze daadwerkelijk (zelf) op te pakken. Er wordt gezamenlijk geacteerd op basis van een gedragen visie. De rol die de gemeente neemt is verschillend en afhankelijk van de kracht en de kwaliteit van de marktpartijen en van de potentie van een gebied. Een BIZ of een ondernemersfonds kan de samenwerking structureel en professioneel vormgeven, als instrument om gezamenlijk te investeren op basis van een actieprogramma. Bij gezamenlijke fondsvorming kan een stimuleringsregeling investeringen aanjagen door een deel van de investering te vergoeden: bijvoorbeeld in de aanpak van de gevels en puin.

BIJLAGE 1 TRENDS

1.1 Algemene trends in de horeca

Er spelen allerlei trends die van invloed zijn op de horeca. Er is sprake van een grote dynamiek in het eet-, drink-, uitgaans- en vrije tijdsgedrag. Maatschappelijke veranderingen liggen hieraan ten grondslag zoals de individualisering (kleine huishoudens), de vergrijzing, de multiculturele samenleving, de consument die altijd druk en onderweg is en veranderend vrije tijdsgedrag.

De trends zijn sterk sector-overstijgend waardoor dranken, fastservice, restaurants en hotels steeds moeilijker van elkaar te scheiden zijn. De menukeuze wordt steeds breder, verdeeld over alle dagdelen en gekoppeld aan (verblijfs)arrangementen. Het terras is een belangrijke schakel om de klanten langer te binden waarbij de drankjes vanzelf overgaan in spijs (fastservice) of zelfs een maaltijd (restaurant). Het terras wint enorm aan belang. Hotels spelen ook in op de lokale en toeristische doelgroepen met restauratieve voorzieningen.

De horeca anticipeert op de veranderingen, met enerzijds gemak & snelheid (prijs) en anderzijds luxe & vakmanschap (kwaliteit). Het belang van beleving & ervaring wordt steeds belangrijker, en de gunfactor voor de ondernemer, het personeel of de formule. Open keukens (live-cooking experience) laten het ambacht zien van de ondernemer en bieden reuring en vermaak. Horeca speelt in op de zakelijke markt en evolueert naar een werkplek om zelfstandig te werken of voor zakelijke ontmoetingen. Voor de recreatie en het toerisme speelt de horeca met haar directe consumptie in op de primaire levensbehoeften. De innerlijke mens wordt hiermee behaagd en er wordt een aangenaam verblijf geboden: de altijd-alles-overal-consument die (iets) wil consumeren wanneer, wat en waar hij dat wil.

Ook de opkomst van online speelt een rol door de invloed van de sociale media en reviews, de groei van online kortingsacties en arrangementen.

Een horecavestiging is onderdeel van de totale locatiestrategie off- en online, inclusief tijdelijke vestigingen bij evenementen, met bezorgen en afhalen, cateringfaciliteiten etc. Afhalen en bezorgen groeien snel, mede door sites als thuisbezorgd.nl.

In het aanbod zien we specifieke ontwikkelingen. We noemen de schaalvergroting met vaak als reden de omzeteisen (wereldkeuken, food-courts), filialisering (Starbucks, Vapiano, Eataly, hotelketens etc.) en specialisatie (Nespresso, sappenbar). Bijzondere vormen zijn fast-dining (Happy Italy-achtig), 'on the move' en drive inn, of shared dining (geen eenpersoonsgerechten maar kleine hapjes in groepsverband). In opkomst zijn Bed & Breakfast, online (AirBnB, AirDnD), en tijdelijkheid (pop-up, food-trucks, catering). De horecasector professionaliseert steeds verder, een mooi voorbeeld zijn de strandbedrijven die zich permanent settelen met eigen belevingsconcepten.

Buiten de sector speelt blurring in de detailhandel, de opkomst van food-markets, para-commerciële activiteiten bij sportclubs, horeca in kantoren, op onderwijslocaties, ziekenhuizen en bij cultuur / leisure etc. De rol van horeca in winkelgebieden is ook aan het veranderen (internationaal onderzoek CBRE 2015). De consument verandert, hij consumeert bewuster, wordt grilliger en minder trouw (zap-cultuur). Er is volledige markttransparantie op kwaliteit (recensies) en prijs (iens, Groupon etc.). Spaarzegelacties zoals van Albert Heijn of Shell stimuleren het bezoek aan de horeca maar kunnen wel eerst betekenen dat de horeca een tweede maaltijd gratis aanbiedt.

De trends hebben hiermee effecten op de veranderende vraag naar horeca. De consument bepaalt steeds meer het succes en functioneren van een ondernemer, van een formule, een gehele branche of locatie.

1.2 Trends in de hotelsector

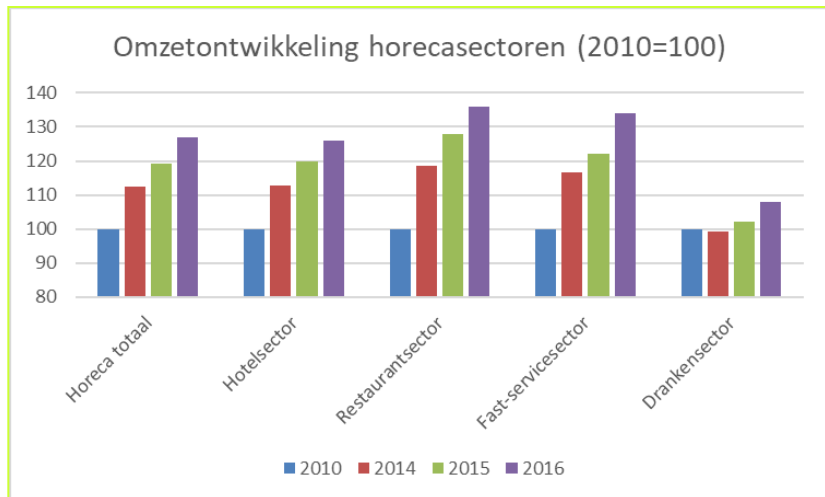
Meer specifiek voor de hotelmarkt zien we onder meer de volgende trends:

- Meer luxe en comfort: er is binnen de verblijfsmarkt een verschuiving gaande naar type accommodaties met meer luxe en comfort. Dit is gunstig voor de hotel- en B&B markt (en ongunstig voor de kampeermarkt);
- Groei Bed and Breakfast en verhuurmarkt: deze wordt groter, diverser en steeds professioneler. In dit verband zijn initiatieven als Stichting Bed & Breakfast Nederland, Wimdu en AirBnB trekkende voorbeelden.
- Behoeft aan scherpe prijzen en toch relatief hoge kwaliteit: De prijsstelling en het kwaliteitsniveau zijn belangrijke boekmotieven met name voor jongere doelgroepen (o.a. millennials);
- Bijzondere formules en concepten: nieuwe formules en concepten vormen internationaal een trend. Voorbeelden zijn sporthotels, casinohotels, zorg- en kraamhotels, health en/of wellness hotels, congreshotels, theaterhotels, etc. Dergelijke hotels trekken vaak een bepaald type gast aan en creëren daarmee ook nieuwe markt;
- Digitalisering en e-commerce: Het gebruik van het internet door consumenten voor het boeken van een hotelkamer neemt steeds verder toe door gebruik van reserveringssystemen via de eigen website, boekingsplatforms en speciale apps, internetreisbureaus, etc.

1.3 De omzetontwikkeling en prognoses

Het gaat de laatste jaren goed met de horeca, met omzetstijgingen van soms 4-5% per jaar. In de crisisjaren 2008-2011 lag dat anders in de horeca: eten en logies zitten na 2015 weer op het niveau van voor de crisis, cafés scoren nog een min van ruim 20%.

Figuur 1.1: Omzetgroei horeca 2010-2016 per sector



Bron: CBS

Volgens de ranglijst Horeca Top 100 2016 was 2015 in alle opzichten een recordjaar voor veel bedrijven uit deze top 100, met ook nog hoge groeiverwachtingen voor 2016. Over 2016 is volgens het CBS de omzet in de horeca met 7% gegroeid: 9% in de fastservice, 6% in de cafés, 6% in de restaurants en 5% in de hotels.

De prognoses in de horeca zijn positief (bron: ING, aug 2016, en Rabobank Cijfers en trends) maar nog gebaseerd op de cijfers van 2015. De verwachte groei komt met name door het hogere consumentenvertrouwen, de hogere bestedingsruimte en de lage inflatie. ING verwacht dat de groeitempo's afnemen maar blijven positief behalve voor de cafés. De gehele horeca blijft met 1% per jaar groeien tot medio 2020-2025 zo is de verwachting van Seinpost / ZKA.

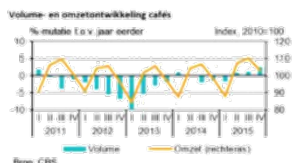
Tabel 1.1: Groeitempo horeca-omzet

Jaar	2015	2016	2017
	Werkelijk	Werkelijk	Prognose ING
Horeca	4,0%	7%	1,5%
Hotels	3%	5%	1,5%
Restaurants	6%	6%	2,5%
Cafetaria & fastservice	4%	9%	1,5%
Cafés	0,5%	6%	0,0%

Bron: cijfers 2015 en 2016 CBS, prognoses ING van augustus 2017

Hierbij wordt opgemerkt dat er gekeken moet worden naar de volume- en prijsontwikkeling. Uit de cijfers van afgelopen jaren (zie volgende pagina) zie je bijvoorbeeld dat de volumes in de fastservice en restaurants gelijk oplopen met de omzet. Dat betekent dat de prijsontwikkeling ofwel de marge onder druk staat. Bij dranken en de hotels zie je een beperkte volumegroei. Onderstaand nog enkele trends per sector, en daarna enkele inspirerende en beeldende trends.

ZKA
Drankensector



Bron: CBS

Branches: pubs, buurtcafés, eetcafés, themacafés, koffiebars, discotheken (D1)

Dranken bij recreatie, sport, zalen- / partycentra, strand (D2). Zit slechts deels in de bestedingen en omzet, wel volledig in aanbod HorecaDNA

- 2015: indicatieve omzet € 3,3 miljard incl. BTW
- Groeit weer na 2014
- Effect antirook- en alcohol-beleid, hoge prijzen en accijnzen -> thuis indrinken
- Daling cafés en dancings, groei eetcafés, koffiebars
- Trends: ander uitgaans-gedrag, jeugd niet meer iedere week naar zelfde kroeg. Wel groei in uitgaan oudere leeftijdsgroepen (altijd jong blijven)
- Concurrentie van evenementen / festivals, optredens etc.
- Opgave: beleving, interieur, belang van aantrekkelijke terrassen

ZKA
Fastservicesector



Bron: CBS

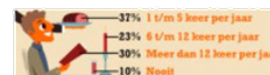
Branches: afhaal / bezorg, cafetaria, fast food, lunchroom, ijs, pannenkoek, shoarma / grill / kebab, food-kiosk / mobiel, zelfbediening

- 2015: indicatieve omzet € 3,5 miljard incl. BTW
- Groeit vanaf 2013
- Nieuwe concepten, healthy, beleving
- Specialisatie / niches, gemak / gezondheid, snelheid / to go, drive-thru, pop-up
- Afname kleine traditionele snackbar, groei grotere fast food, lunchroom / broodjes, ijs, spijs, buitenlandse concepten
- Invloed food-trucks, afhalen / bezorgen (s geen horeca)
- Prijzen onder druk, de consument bepaalt

ZKA
Restaurantsector



Bron: CBS



Bron: ING

- 2015: indicatieve omzet € 6,9 miljard incl. BTW
- Groeit sinds 2013
- Van fast (prijs, gemak) tot slow food (beleving, kwaliteit)
- kwaliteit / ambacht, specialiteit, healthy, local, doorgroei buitenlandse keukens
- Schaalvergroting en ketenvorming
- Tegentrend: kleinschalig, particuliere exploitant zoals AirDnD

ZKA
Sector hotels



Bron: CBS

- 2015: indicatieve omzet € 4,3 miljard incl. BTW, sterke groei vanaf 2013, 35% is logies
- Groeit vanaf 2013. Met name in stedelijke regio's met sterke economie en toerisme
- Veel nieuw aanbod, ook verblijf overdag en werkplekken
- Trend: schaalvergroting, internationale ketens
- Tegentrend: opkomst B&B, AirBnB in grote steden

ENKELE KWALITATIEVE TRENDS IN DE HORECASECTOR

ECTOR



TRENDS: *Bezorgrevolutie & Technologie*
24/7 verse en gezonde maaltijden van restaurants afgeleverd bij jou thuis na even invullen op je app. Hierdoor krijg je als klant service op maat.
FOTO: Deliveroo, bezorgt high quality maaltijden van toprestaurants als fastfood



TREND: *Branchevervaging*
Grenzen vervagen: horeca, catering, retail alles begint door elkaar heen te lopen.
FOTO: Hutspot, Amsterdam: conceptstore en lunchroom



TREND: *Systeemgastronomie*
Goede prijs/kwaliteitverhouding eten met een efficiënte achterkant
FOTO: Vapiano, fast casual self-service restaurant

TREND: *Tijdelijkheid*
Experimenteeruimte voor ondernemers zorgt voor verrassing in een winkelgebied
FOTO: Eenmaal, Amsterdam: pop-up eenpersoonsrestaurant



**TREND: Niche**

Steeds meer concepten richten zich op een specifieke niche, zoals espresso, halal of sapjes, met de bijbehorende doelgroep.

FOTO: Dr.Blend, Amsterdam: Sapbar

**TREND: Hotelbar**

De hotelbar is zijn slechte imago kwijt en fungeert steeds vaker als publiekstrekker. De hotelgast vindt er lokaal vertier en de local vindt er internationale contacten.

FOTO: Kevin Bacon Bar, Amsterdam: Hotelbar van Hotel not Hotel

**TRENDS: Multifunctioneel & gezondheid**

Een horecazaak moet voldoen aan steeds meer behoeftes van de bezoeker. Tegelijkertijd gaat de horeca een belangrijke rol spelen qua gezondheid van de bezoekers

FOTO: Welldent Bar, Amsterdam: Tandarts en bar ineen.

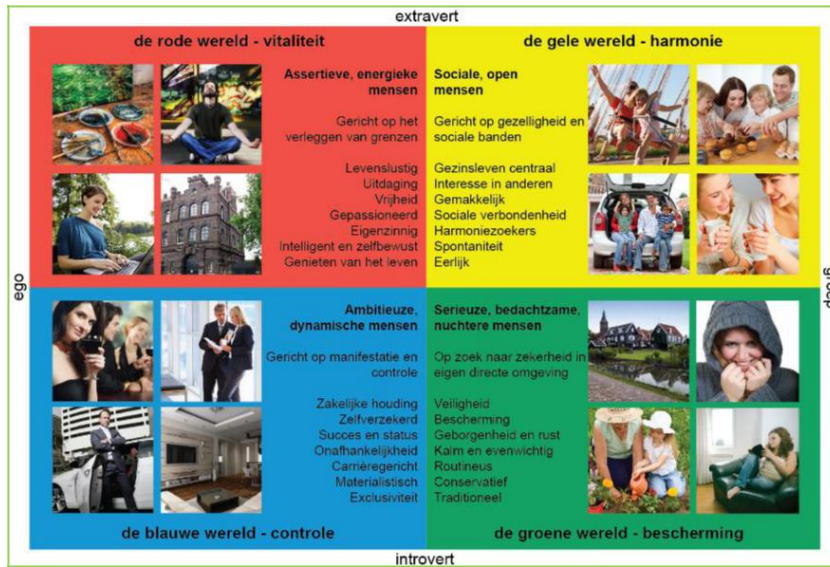
**TRENDS: Duurzaam & Luxe**

Duurzaamheid is geen trend meer maar een lifestyle geworden. Tegelijkertijd worden het sobere design en de versleten vintagebanken van de afgelopen jaren vervangen door luxe en comfort.

FOTO: In de wulf, Dranouter België: Luxe duurzaam restaurant

BIJLAGE 2 LEEFSTIJLANALYSE IN DE HORECA

Het leefstijlenmodel (van Smartagent) is een segmentatietool dat belevingswerelden van bevolkingsgroepen in kaart brengt. Het model beschrijft waarden, behoeften en motieven van mensen en structureert deze in vier kwadranten van waaruit mensen denken en handelen. De vier kwadranten beschrijven de volgende vier belevingswerelden:



1. De rode wereld

De rode wereld staat voor vitaliteit. Dit zijn energieke, assertieve mensen die zoeken naar 'anders dan anders'. Qua horeca betekent dit nieuwe dingen willen uitproberen, trends opzoeken. Deze mensen gaan voor gezond maar soms ook voor gemak (even een hapje voor onderweg), en hebben bijv. interesse in streek- en seizoens-producten.

2. De gele wereld

De gele wereld staat voor harmonie. Deze groep bestaat uit sociale, open mensen voor wie gezelligheid voorop staat. Qua horeca betekent dit dat zij graag met grotere groepen iets gaan doen, waarbij er voor ieder wat wils moet zijn. Een ruime keus bij een horecazaak is dan ideaal.

3. De groene wereld

De groene wereld staat voor bescherming. Dit zijn serieuze, bedachtzame en nuchtere mensen. In horecazaken zoeken ze informele, toegankelijke zaken die gewoon en vertrouwd zijn. Belangrijk is ook dat het niet te duur is. Concepten als All-you-can-eat met veel voor weinig of de Hollandse pot spreekt hen aan.

4. De blauwe wereld

De blauwe wereld staat voor controle. Dit zijn ambitieuze, en dynamische mensen waarvoor succes, status en exclusiviteit belangrijk zijn. In hun voorkeur voor horeca betekent dat het goed moet zijn, exclusief, formeel, luxe en stijlvol. Dit is een doelgroep die ook veel gebruik maakt van de horeca. Hierbij gaat het ook om verwennen.

Subgroepen binnen de belevingswerelden

Vanzelfsprekend kunnen deze vier werelden verder uitgesplitst worden naar tussenliggende kleuren zoals de 'lime' groep, die zich bevindt tussen de gele en de groene belevingswereld in. Dit is een groep die zeker ook wel de horeca in duikt, helemaal tijdens een dagje weg. Deze groep zoekt gezelligheid en houdt er van als het ergens lekker druk is, komt graag bij ketens zoals de Hema.

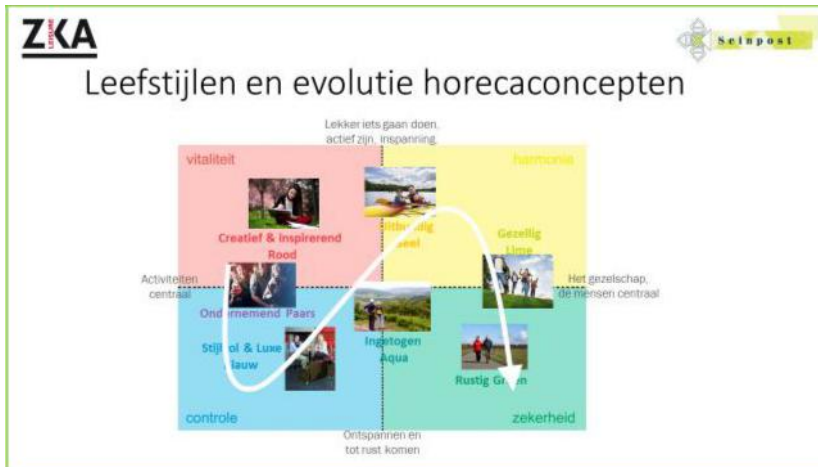
Een groep die tussen de rode en de blauwe belevingswereld in zit is de 'paarse' groep. Dit zijn hippe, jonge ondernemende mensen. Qua

gedrag zijn zij niet zo chique als blauw en niet zo creatief als rood. Laat zich graag verrassen en inspireren.

Tenslotte is er nog de ‘aqua’ groep, met rustigere, geïnteresseerde mensen. Vaak zijn het wat oudere mensen die met hun partner op stap gaan. Hun bezoek aan winkelcentra is vaak functioneel, op rustigere momenten, wat ze combineren met even ergens een kopje koffie drinken.

De ontwikkeling van nieuwe horecaconcepten

Vernieuwende horecaconcepten starten vaak bij de rode doelgroep, evolueren naar blauw en daarna geel om uiteindelijk bij groen te belanden (zie witte lijn in de figuur). In de praktijk hoeft dit echter niet altijd het geval te zijn als nieuwe concepten sterk lijken op bestaande formules voor de brede doelgroepen maar dan in een nieuw jasje.



Horeca mood boards voor de vier belevingswerelden

Horeca
Rood: eigenzinnig, anders dan anders, creatief

Wil nieuwe dingen uitproberen, trendy, gaat voor gezond maar soms ook voor gemak (hap onderweg). Interesse in streek- en seizoensproducten.

Bron: Seinpost Adviesbureau / ZKA

Horeca
Geel: gezelligheid, samen, vrolijk, voor iedereen

Gezellig staat voorop. Gaat graag met grotere groepen, er moet voor ieder wat wils zijn. Dus een ruime keus is ideaal.

.....

Horeca
Blauw: stijlvol, exclusief, verwennen

Het moet goed zijn, luxe en stijlvol, exclusief en formeel. Gaat ook om verwennen.

Horeca
Groen: vertrouwd, niet te duur, toegankelijk

Gewoon, vertrouwd, informeel toegankelijk, niet te duur. De Hollandse pot of all you can eat spreekt hen aan. Veel voor weinig.

BIJLAGE 3 BELANG VAN HORECA

“Het bedrijfsmatig - of in een omvang alsof zij bedrijfsmatig is - verstrekken van ter plaatse te nuttigen voedsel en/of dranken, bereiden voor directe consumptie van voedsel en/of dranken, exploiteren van zaalaccommodatie en het bieden van logies”

Consumenten bezoeken de horeca daar waar ze wonen, werken, een studie volgen, hun vrije tijd besteden, gaan winkelen of andere voorzieningen bezoeken. Of gebruiken de horeca om tot rust te komen met een drankje, een maaltijd of voor een overnachting. Horeca heeft dus een belangrijke rol in ons ‘daily urban system’; het gebied waarin de consument zijn dagelijkse, reguliere activiteiten onderneemt. In economisch opzicht betekent dit dat horeca de verblijfsduur van consumenten kan verlengen (vaak met hogere bestedingen tot gevolg) en zorgt voor

‘beleving’ bij consumenten / gebruikers van een gebied.

Goede horeca draagt dus bij aan de leefbaarheid en het voorzieningenniveau van een gebied en heeft een belangrijke sociale functie voor ontmoeting, vermaak, genieten van het leven etc. Horeca heeft ook een belangrijke verzorgingsfunctie in onze primaire levensbehoeften (voeding).

Tegelijkertijd levert het laagdrempelige werkgelegenheid op (laaggeschoold, specialistisch, veel seizoensarbeid) en is ze een economische factor van betekenis.

De horeca is een belangrijke factor voor ‘bruisende steden en dorpen’ en is een dynamische sector, Ze geeft gebieden smaak en kleur en verdient daarmee de aandacht en een visie op de toekomst.

BIJLAGE 4 DEFINITIE VAN SECTOREN



DRANKEN

Deze bedrijfstypes hebben als hoofdactiviteit dranken. Hier onder vallen de volgende types: café, eetcafé, grandcafé, bruincafé, discocafé, coffeecorner, strand- en recreatiebedrijven en café/zalencentra.



RESTAURANTS

Dit bedrijfstype richt zich op de verkoop van eten en bijbehorende dranken. Hieronder vallen o.a. bistro's, petitrestaurants, klassiek-restaurant, top-culinairrestaurants en wegrestaurants.



FASTSERVICE

Hoofdactiviteit van dit bedrijfstype is het verkopen van eten en drinken met het oog op snelle service. Hierbij kun je denken aan snackbars, cafetaria, lunchrooms, broodjeszaken en ijssalons.

Formeel vallen afhaalcentra, kantines en catering hier dus niet onder.



HOTELS

Dit bedrijfstype richt zich op het aanbieden van logies en overnachting. Dit is een sterk zakelijke en / of toeristische markt. Als sector zijn hotels nauwelijks gerelateerd aan de bevolkingsomvang, behalve als er restaurant wordt gevoerd dat niet alleen voor de hotelgasten functioneert maar ook voor externe gasten. Daarnaast kan het als ontmoetingsplek met vergaderruimten, eigen zwembad etc. ook een functie hebben voor externe gasten. Denk hierbij aan motels, pensions, congreshotels en centrehotels. Bed & breakfast valt hier niet onder omdat dat niet als een bedrijfsmatige activiteit gezien wordt.

TENSLOTTE is er nog "Ondersteunende horeca" waarbij de hoofdfunctie niet horeca is maar bijv. detailhandel. Voorbeelden van ondersteunende horeca zijn kantines in sportaccommodaties, winkels met een zeer bescheiden horecaomvang, of ziekenhuizen met horeca-activiteiten.

Tabel faillissementen op schouwen-Duiveland

Wijziging	Bedrijfsnaam	Plaats	KVK
16-05-2014	Regtkamer Exploitatie BV (Hotel/café Bom)	Burgh	2065092
31-07-2014	De Zoom, Pinky BV (New York Pizza)	Zierikzee	22009664
11-12-2014	Hotel Lunch & Diner Café de Burghsche Babbelaers	Burgh	22040173
11-12-2014	Ter Duin Exploitatie	Burgh	52724581
26-03-2015	Pizzeria Il Nettuno D'oro	Zierikzee	22046753
13-10-2015	V.O.F. Café Restaurant "Zeelust"	Burgh	23074526
12-11-2015	Eetcafé Brandenburgh	Burgh	64472574
24-03-2016	V.O.F. Kooman-sanstra	Noordwelle	22042048
24-03-2016	Hotel Restaurant Man Li BV	Bruinisse	60022450

Bron: Kamer van Koophandel 2016



Laan van St. Hilaire 2
4301 SH Zierikzee

Postadres:
Postbus 5555
4300 JA Zierikzee

T (0111) 452 000

gemeente@schouwen-duiveland.nl
www.schouwen-duiveland.nl