



Haalbaarheidsonderzoek Walkartpark Zeist



Datum: 1 juli 2019
Referentie: 1919.0209

Tom Rietveld
Anne van Muijen
Ilse Donkervoort

INLEIDING

In 2016 is het Walkartpark te Zeist gerenoveerd. Opvolgend is in 2017 door de gemeente Zeist het bestemmingsplan voor een horecapaviljoen 'het parkpaviljoen Walkartpark' van maximaal 100m² met terras opgesteld. Het plangebied ligt midden in het Walkartpark. Dit park is gelegen in het centrum, direct naast het gemeentehuis, grenzend aan de Slotlaan en Kerkweg.

Voor de beoogde plannen heeft gemeente Zeist in samenwerking met Rho adviseurs voor de leefruimte een plan opgesteld. De beoogde plannen worden in deze rapportage getoetst door middel van een haalbaarheidsonderzoek naar het meest haalbare concept.

Opdrachtformulering

De centrale onderzoeksvraag is:

"Zijn de voorgenomen plannen en de realisatie van de bouw voor het Parkpaviljoen Walkartpark te Zeist, in de huidige markt bedrijfseconomisch haalbaar?"

Definitie

In het onderzoek wordt de term 'parkpaviljoen' gebruikt ter aanduiding van de horecagelegenheid in het Walkartpark. De definitie van parkpaviljoen is voor deze rapportage als volgt:

Een kleinschalig horecabedrijf dat valt in categorie 1 en 3 in de categorale indeling van de gemeente Zeist (zie toelichting in de bijlagen). In de hoofdzaak worden etenswaren en niet-alcoholische dranken verstrekt. De beoogde horeca heeft echter wel een drankvergunning. De openingstijden zijn van 8.00 uur tot 21.00 uur.

Onderzoek werkzaamheden

Er is bij dit onderzoek gebruik gemaakt van de (statistische) gegevens van het CBS, Kenniscentrum Horeca, Koninklijk Horeca Nederland, de Kamer van Koophandel, gemeente Zeist en de Utrechtse Heuvelrug. Tevens is het onderzoek gebaseerd op de bij HTC beschikbare gegevens en kennis inzake soortgelijke exploitaties.

Opbouw rapportage

De rapportage start met de conclusie, waarin de uitkomsten van het onderzoek kort en bondig zijn verwoord. In de daaropvolgende hoofdstukken wordt ingegaan op de conceptkaders, de markt, de conceptbepaling en de financiële haalbaarheid.

INHOUDSOPGAVE

Conclusie.....	3
1. Conceptkaders	5
1.1 Doelstellingen	5
1.2 Uitgangspunten	5
1.3 Randvoorwaarden	5
2. Marktanalyse.....	6
2.1 Uitgangspunten	6
2.2 Vestigingslocatie.....	6
2.3 Analyse van de vraagzijde	8
2.4 Analyse van de aanbodzijde	12
2.5 Best practices	15
3. SWOT analyse	16
4. Conceptanalyse	17
4.1 Randvoorwaarden concepten	17
4.2 Mogelijke concepten	17
5. Exploitatieprognose	19
5.1 Uitleg	19
5.2 Maximale investering	19
5.3 Verdeling vierkante meters.....	19
5.4 Winst- en verliesrekening Hart van Zeist.....	20
5.5 Winst- en verliesrekening All day pancakes	22
6 Best passende concept	24
Bijlage 1 – Definitie bepaling parkpaviljoen.....	25
Bijlage 2 – Toelichting leefstijlen	26
Bijlage 3 – Tabellen marktonderzoek.....	27
Bijlage 4 – Horeca aanbod zeist	28
Bijlage 5 – Toelichting overige exploitatiekosten	30

CONCLUSIE

De realisatie van een parkpaviljoen in het Walkartpark te Zeist heeft **voldoende tot goede** omzetspotentie en kent een positief resultaat voor belastingen en kapitaalslasten.

Voor het All day pancakes concept is bij de berekende omzet en kostenstructuur de maximale investering berekend. Bij een investering van maximaal € 815.000,- voor gebouw en inrichting, is een goede bedrijfseconomische exploitatie mogelijk.

Conceptkaders

Het parkpaviljoen levert een positieve bijdrage aan de levendigheid en de sociale controle in het vernieuwde park én binnen de kern Zeist. Om dit te creëren, wordt rekening gehouden met de doelstellingen, uitgangspunten en randvoorwaarden.

Marktanalyse

- De vestigingslocatie kent door de ligging in het Walkartpark een sterke aantrekkingskracht en bedrijvigheid rondom de vestigingslocatie: het groene gebied grenzend aan het centrum van Zeist.
- Aantrekkelijke particuliere markt met een hoog inkomensniveau. Om het concept te laten slagen, moet deze inspelen op de leefstijlen stijzoekers en plezierzoekers.
- De zakelijke markt maakt in mindere mate gebruik van het parkpaviljoen, zakelijke bestedingen zijn voornamelijk afkomstig vanuit omliggende financiële en zakelijke bedrijven.
- Om de toeristische markt aan te trekken moeten de juiste promotiemiddelen worden ingezet, het centrum van Zeist is op dit moment geen belangrijk bezoekmotief voor het toerisme.
- Het aanbod restaurants rondom de vestigingslocatie en in het centrum van Zeist is voldoende. Het aanbod is gevarieerd, echter de traditionele concepten overheersen. Er is ruimte in de markt voor een onderscheidend horeca concept, die zorgt voor een sterke aantrekkingskracht vanwege de sterke identiteit.

Conceptanalyse

Drie mogelijke concepten die het best passen bij de conceptkaders en de marktanalyse: Hart van Zeist (lokaal, biologisch en duurzaam), The Tosti Bar (sociaal, identiteit kiezen) en All day pancakes (identiteit kiezen, draagvlak bij inwoners).

Business case

De omzetspotentie voor het "All day pancakes" concept is het hoogst. All day pancakes kent een resultaat voor belastingen en kapitaalslasten van € 96.000,- in jaar 1 en het resultaat groeit door naar € 117.000,- in jaar 3. Het concept "Hart van Zeist" kent een resultaat voor belastingen en kapitaalslasten van € 84.000,- in jaar 1 en het resultaat groeit door naar € 98.000,- in jaar 3.

De kapitaalslasten zijn niet opgenomen in de winst- en verliesrekening. Voor het concept met de beste omzetspotentie (All day pancakes), is de maximale investering berekend. Bij een investering van maximaal € 815.000,-, voor gebouw en inrichting, is een goede bedrijfseconomische exploitatie mogelijk.

Winst- en verliesrekening beide concepten

Winst en verliesrekening All day pancakes (x € 1.000)						
	Jaar 1	Jaar 2	Jaar 3	Jaar 1	Jaar 2	Jaar 3
Omzet totaal	€ 587	€ 628	€ 657	100%	100%	100%
Inkoopkosten	€ 176	€ 188	€ 197	30%	30%	30%
Personeelskosten	€ 182	€ 195	€ 204	31%	31%	31%
Overige exploitatiekosten	€ 88	€ 88	€ 92	15%	14%	14%
DGA-salaris**	€ 45	€ 46	€ 47	7,7%	7,3%	7,1%
Resultaat *	€ 96	€ 111	€ 117	16%	18%	18%

Winst en verliesrekening Hart van Zeist (x € 1.000)						
	Jaar 1	Jaar 2	Jaar 3	Jaar 1	Jaar 2	Jaar 3
Omzet totaal	€ 462	€ 483	€ 518	100%	100%	100%
Inkoopkosten	€ 148	€ 155	€ 166	32%	32%	32%
Personeelskosten	€ 116	€ 121	€ 129	25%	25%	25%
Overige exploitatiekosten	€ 69	€ 73	€ 78	15%	15%	15%
DGA-salaris**	€ 45	€ 46	€ 47	9,7%	9,5%	9,0%
Resultaat *	€ 84	€ 89	€ 98	18%	19%	19%

Best passende concept

Het beste passende concept is All day pancakes. Dit concept past bij de unieke locatie, de doelgroepen, de historie van het Walkartpark en kent de grootste verdienmogelijkheid. Het uitgesproken concept is laagdrempelig maar wel kwalitatief en kent een sterke eigen identiteit. Voorwaarden om het concept te laten slagen zijn een tweedeling van het restaurant voor gezinnen met kinderen en stellen zonder kinderen en een sterke positionering creëren.

Aanbevelingen

Op basis van het uitgevoerde onderzoek adviseert HTC het volgende:

- HTC adviseert voorafgaand aan het aanbestedingstraject goed na te denken over de verschillende beheervormen en wat voor consequenties dit met zich mee kan brengen voor de gemeente Zeist en het partnerschap tussen de ondernemer en de gemeente.
- HTC adviseert een taakstellende en realistische investeringsbegroting op te stellen voor het definitieve concept. Een overschrijding van de investeringsom drukt zwaar op de winst en verliesrekening en kan leiden tot een structureel negatief resultaat van de onderneming.
- HTC adviseert een expert te betrekken bij de bouw, de inrichting en routing van het pand. Door de vastgestelde afmetingen van het gebouw en het terras, is het gewenst de maximale capaciteit aan verdienend oppervlak te plaatsen op de begane grond. Hierdoor komen de ondersteunende functies (opslag, bereiding, toiletten etc.) in de kelder. De exploitatie in verdiepingen vormt echter een uitdaging voor de operationele excellentie en winstgevendheid van de concepten door extra inzet van personeel, grote loopafstanden en verdubbeling van de bezetting op warme dagen t.o.v. een relatief kleine keuken.
- In verband met de draagvlak bij de inwoners van Zeist, is het aan te raden een lokale ondernemer te contracteren voor de exploitatie van het parkpaviljoen.



1. CONCEPTKADERS

De doelstellingen, uitgangspunten en randvoorwaarden voor het parkpaviljoen in het Walkartpark te Zeist vormen samen de conceptkaders voor de drie best passende concepten voor het parkpaviljoen.

1.1 Doelstellingen

Walkartpark

- Verbinding tussen de historische (Slot Zeist) en moderne (centrum) kernen van Zeist.
- Het Walkartpark opwaarderen en de toegankelijkheid vergroten.

Parkpaviljoen

- De kernwaarden van het parkpaviljoen zijn het verlengstuk van het park.
- Het parkpaviljoen is het *kloppend hart* en schakelstuk tussen de verschillende sferen van het Walkartpark.
- Een pleisterplaats voor passanten.
- Sluit aan op het typerende karakter van Zeist, behoudt en herstelt de historische context van het Walkartpark.

1.2 Uitgangspunten

Gebouw

- Maximale footprint is 100 m².
- Maximale bouwhoogte is 6m voor architectonische verbijzondering.
- Horeca activiteiten zijn alleen mogelijk op de begane grond, de kelder is voor ondersteunende voorzieningen (bijv. opslag, keuken en toilet).
- Het gebouw bestaat uit een begane grond, verdiepingen zijn niet toegestaan.
- Helder vormgegeven gebouw met verschillende uitzichten op het park.
- Het gebouw wordt multifunctioneel gebouwd om flexibel in te kunnen spelen op veranderende marktvrage.

Parkpaviljoen

- Openingstijden van 08.00 tot 21.00 uur. Dagelijkse opening mogelijk.
- Maximale oppervlakte van het terras is 200 m².
- De gemeente geeft de grond uit in erfpacht. De ondernemer is verantwoordelijk voor de bouw en exploitatie van het parkpaviljoen.

1.3 Randvoorwaarden

- Bestemmingsplan.
- Beeldkwaliteitsplan Paviljoen Walkartpark Zeist.
- Vigerende wet- en regelgeving.

Kernwaarden Walkartpark

Laagdrempelig, informeel, levendig (diverse activiteiten & evenementen), gedenken, historische & moderne verbinding, stedelijk groen gebied

Kernwaarden parkpaviljoen

Kloppend hart van Zeist, toegankelijk voor diverse doelgroepen, levendigheid, duurzaam, levensvatbaar, flexibel, lokaal

Het parkpaviljoen levert een positieve bijdrage aan de levendigheid en de sociale controle in het vernieuwde park én binnen de kern Zeist.



2. MARKTANALYSE

2.1 Uitgangspunten

Voor de marktanalyse is gekeken naar de functies en doelgroepen voor het parkpaviljoen. De markt bestaat uit een particuliere, zakelijke en toeristische markt.

Verzorgingsgebied

Het parkpaviljoen heeft een centrale en regionale functie binnen het dorp Zeist.

- Primaire verzorgingsgebied: Zeist

De kaart is grafisch weergegeven in de naastgelegen afbeelding.

2.2 Vestigingslocatie

De vestigingslocatie wordt als goed beoordeeld. Het parkpaviljoen wordt gerecluseerd in het Walkartpark; het groene gebied grenzend aan het centrum van Zeist. De directe omgeving kent een hoge bedrijvigheid en de gemeente Zeist is volop in ontwikkeling. Beide factoren hebben een positieve invloed op de passantenstromen langs de beoogde locatie.

Ligging, bereikbaarheid en parkeergelegenheid

- De locatie is gelegen te midden van het Walkartpark, naast het centrum van Zeist.
- De locatie is zowel per auto, te fiets en te voet goed bereikbaar door de ligging in het centrum. Op circa 200 m zijn twee busstations gesitueerd.
- Betaald parkeren in de directe omgeving is vereist, voor de lokale functie van het parkpaviljoen wordt dit echter van minder groot belang geacht.

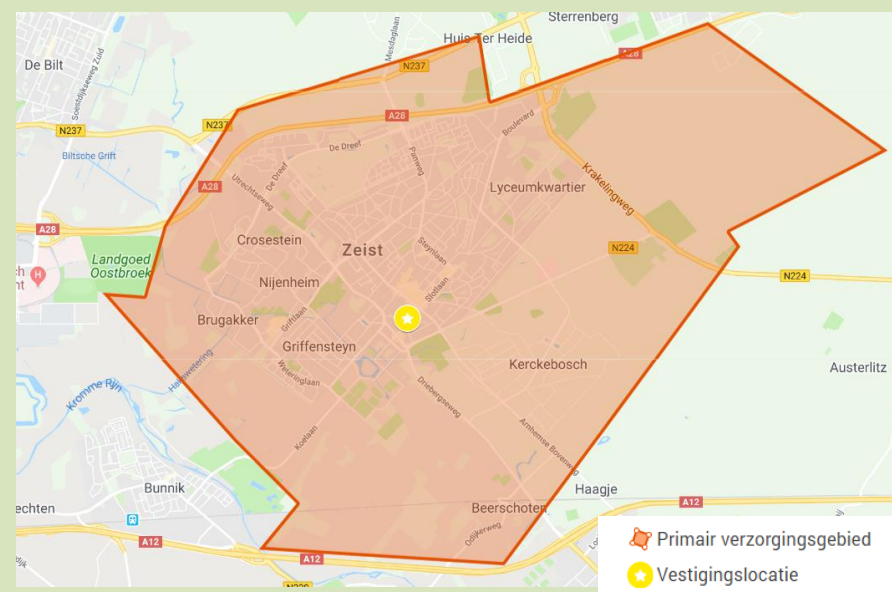
Aangrenzende functies en concentratie woongebieden

- De omliggende wijk Centrum kent een hoge bevolkingsdichtheid van 3.625 inwoners per km².
- Hoge bedrijvigheid in de directe omgeving: horeca, diverse zakelijke bedrijven en winkels. Ruim 2/3 van het winkelvloeroppervlakte van Zeist is geconcentreerd in het centrum (circa 54.000 m²).
- De Slotlaan is het meest in trek voor winkeliers die zich nieuw vestigen of winkeliers die verplaatsen.

Beoordeling vestigingslocatie Walkartpark

	Uitstekend	Goed	Voldoende	Matig	Slecht
Geografische & fysieke ligging		👁️			
Bereikbaarheid en parkeergelegenheid		👁️			
Aangrenzende functies/ woongebieden		👁️			
Zichtbaarheid van het pand en passanten			👁️		
Lokale trends en ontwikkelingen		👁️			

Verzorgingsgebied



Zichtbaarheid

- Het Walkartpark is een opvallend park voor passanten dankzij de blauwe hekafwerking en de omvang grenzend aan het centrum.
- Het parkpaviljoen is voor passanten in het park en vanaf het centrum goed zichtbaar door de ligging te midden van het Walkartpark, schuin tegenover één van de ingangen.

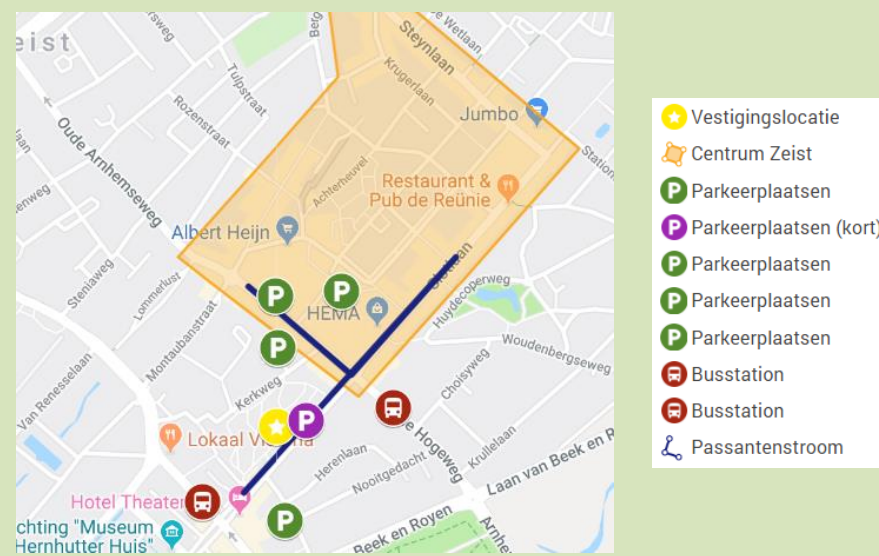
Passanten

- Het Walkartpark trekt door de natuurlijke functie van het park passanten, voornamelijk woonachtig en/ of werkzaam in de wijk Centrum. Doordeweeks betreft dit de zakelijke doelgroep en in het weekend de particuliere - en toeristische doelgroep.
- De grootste passantenstroom is de passantenstroom die vanaf Het Rond richting het winkelgebied van Zeist beweegt en vice versa. De passantenstroom is grafisch weergegeven in de naastgelegen afbeelding.

Lokale trends en ontwikkelingen

- Het centrum van Zeist is bezig met een herpositionering. Er wordt gewerkt aan het terugdringen van leegstand. Middels de centrumvisie 'Groen, gezond, gastvrij en geschiedenis' wenst Zeist het centrum te laten bruisen. Tevens wordt het kernwinkelgebied gherdefinieerd.
- In het Retailperspectief voor het centrum van Zeist staat omschreven hoe Zeist onderscheidende kracht en een aantrekkelijke centrum kan creëren door focus aan te brengen.
- Vanaf 2013 t/m 2028 worden circa 2.200 nieuwbouwwoningen gebouwd in Zeist om aan de vraag te voldoen. Voornamelijk de vraag naar kleine, betaalbare woonruimtes is groot. Om dit te realiseren onderzoekt de gemeente mogelijkheden om leegstaande gebouwen te verbouwen tot woonruimten.
- In het waterwinpark 'De Waterbron' (Zeist Noord) wordt in de toekomst de mogelijkheid geboden voor 'tiny houses'. Bewoners huren een stuk grond en bouwen hun eigen huis. De proef begint in de zomer van 2019 en duurt 5 jaar.
- Het Winkelcentrum De Clomp wordt vernieuwd. Hiermee krijgt dit deel van de wijk Zeist-West een vernieuwingsimpuls. Naar verwachting is het winkelcentrum in 2021 volledig vernieuwd.

Passantenstromen



Entree Walkartpark met zicht op de fontein

2.3 Analyse van de vraagzijde

De vraagzijde wordt voldoende beoordeeld. De vraag komt hoofdzakelijk vanuit de particuliere markt. Deze markt kent een hoge inwonersdichtheid en inkomensniveau. Een succesvol concept sluit aan op de belangrijkste leefstijlen: stijlzoekers en plezierzoekers. De zakelijke markt zal in beperkte mate gebruik maken van een parkpaviljoen in het Walkartpark, zakelijke bestedingen zijn voornamelijk afkomstig vanuit omliggende financiële en zakelijke bedrijven. De toeristische markt is een interessante doelgroep, hiervoor moeten echter de juiste promotiemiddelen worden ingezet om hen naar het Walkartpark te trekken; zij hebben als voornaamste bezoekmotief de ligging op de Utrechtse Heuvelrug, het centrum van Zeist is voor hen minder van toegevoegde waarde.

2.3.1 Particuliere markt

De particuliere markt wordt als goed beoordeeld. Zeist wordt gekenmerkt door een hoge inwonersdichtheid, hoog inkomensniveau, vergrijzing en een toekomstige bevolkingsgroei. De voornaamste leefstijlen stijlzoekers en plezierzoekers vragen om een kwalitatief goed concept met goede service.

Kenmerken particuliere markt

- Inwonersaantal gemeente Zeist circa 63.960 inwoners. Zeist telt ongeveer 54.000 inwoners.
- Hoge bevolkingsdichtheid in het dorp Zeist van 1.283 inwoners per km² t.o.v. 411 landelijk.
- De leeftijdsopbouw van Zeist is nagenoeg gelijk aan het landelijk gemiddelde, zie de naastgelegen tabel.
- Relatief veel eenpersoonshuishoudens (41%). Het aantal tweepersoonshuishoudens (27%) en meerpersoonshuishoudens (32%) ligt nagenoeg gelijk aan het landelijk gemiddelde.
- Hoog inkomensniveau per inwoners (+18% t.o.v. landelijk) en per huishouden (+19% t.o.v. landelijk).

Lokale trends en ontwikkelingen

- De vergrijzing neemt toe: naar verwachting is 25% van de inwoners in 2030 65+. Het aandeel 30 tot 65 jaar neemt af. Het aandeel tot 29 jaar neemt daarentegen toe.
- De bevolking groeit: naar verwachting zal het aantal inwoners stijgen met 6% tot circa 68.000.
- Het aantal huishoudens zal groeien met circa 4.000 (+14%) tot 2035.
- Tot 2030 groeien de inkomens van € 24.000,- tot € 34.000,- en € 47.000,- en meer.
- Er wordt verwacht dat tot 2025 het geboorteoverschot zal toenemen.

Beoordeling particuliere markt

	Uitstekend	Goed	Voldoende	Matig	Slecht
Inwonersaantal		☹			
Leeftijdsopbouw			☹		
Huishoudsamenstelling			☹		
Inkomensverdeling	☹				
Leefstijlen		☹			
Lokale trends en ontwikkelingen		☹			

Leeftijdsopbouw

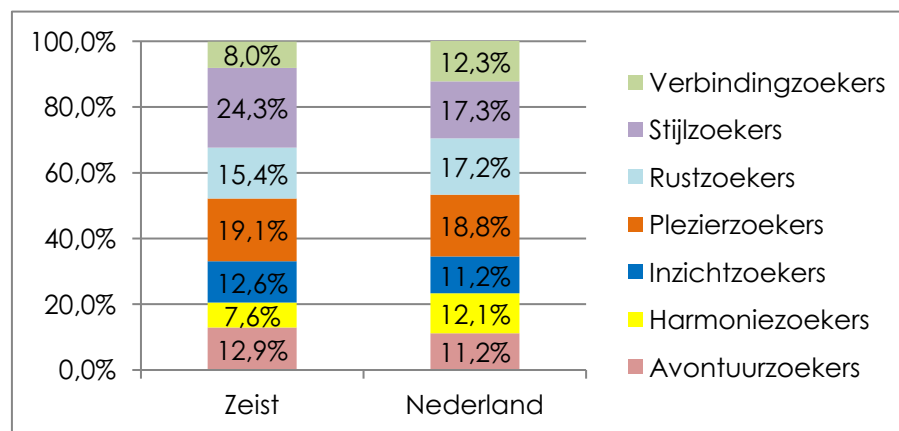
	Primair	Verskil	Landelijk
0 t/m 14 jaar	18%	2%	16,1%
15 t/m 29 jaar	17%	-1%	18,8%
30 t/m 49 jaar	25%	-1%	25,5%
50 t/m 64 jaar	20%	-1%	20,8%
65 jaar en ouder	21%	2%	18,9%

Bron: Feiten en Cijfers, Kenniscentrum Horeca, 2018

Leefstijlen

- De grafiek geeft een indicatie van de leefstijlen in Zeist t.o.v. Nederland. Het verzorgingsgebied wordt voornamelijk gekenmerkt door stijlzoekers en plezierzoekers.
 - Stijlzoekers zijn ambitieus, zelfverzekerd en doelgericht. Ze zijn op zichzelf en hun sociale contacten gericht en leiden een druk en dynamisch leven. Hun motto is 'work hard, play hard'.
 - Plezierzoekers zijn graag onder de mensen en houden van gezelligheid. Ze zijn avontuurlijk, impulsief en eigenwijs. Hun motto is 'een dag niet gelachen, een dag niet geleefd'.

Leefstijlen



- Ondanks dat de horecavoorkeuren van de doelgroepen relatief afwijkend van elkaar zijn, zijn de volgende overeenkomsten zichtbaar:
 - Goede tot hoogwaardige kwaliteit en service
 - Willen een unieke en bijzondere ervaring
 - Uitstraling moet verzorgd zijn
 - Prijs is niet doorslaggevend
- De grootste verschillen van de leefstijlen zijn:
 - De stijlzoeker komt voor de luxe, er echt een avond tussenuit.
 - De plezierzoeker komt voor de gezelligheid, het aanbod is passend voor het gezin en de kinderen moeten zichzelf kunnen vermaken.

Horecavoorkeuren stijlzoeker

Verhaal

- Sterke identiteit en richting concept: bijvoorbeeld 100% biologisch of vegan
- Succes delen: beste terras, Michelin ster
- Goede recensies zijn belangrijk

Menukaart

- Kwaliteit
- Heldere keuze: vernieuwend of juist traditioneel, hoog culinair of heel bijzonder
- Iets nieuws ontdekken
- Exclusiviteit spreekt aan

Presentatie

- Kwaliteit!
- Strak en goed verzorgd: tot op detailniveau
- Aangepaste mogelijkheden voor kinderen
- Speelhoek uit het zicht

Bediening

- Ingetogen, nette service
- Kennis en kunde
- Op de achtergrond, met constante aandacht

Prijs

- Kosten niet doorslaggevend



Horecavoorkeuren plezierzoeker

Verhaal

- Harmonie, sociaal
- Gericht op kinderen
- Willen echt een dagje/ avondje uit zijn: met een bijzonder/ uniek verhaal

Menukaart

- Goede kwaliteit en ruime keuze
- Hip en vernieuwend
- Gevoelig voor trends
- Samen delen, proeven en ontdekken
- Wel toegankelijk, niet te exclusief

Presentatie

- Enthousiast, uitbundig en informeel
- Spreekt iedereen in het gezelschap aan
- Kinderen belangrijk
- Gevoelig voor trends

Bediening

- Veel contact, uitgebreid welkom praatje
- Oog voor het gezin
- Toegankelijk
- Extratraatjes

Prijs

- Kosten niet doorslaggevend



2.3.2 Zakelijke markt

De zakelijke markt wordt als voldoende tot goed beoordeeld. Zeist heeft een relatief lage bedrijvendichtheid, maar telt daarentegen veel contact-intensieve bedrijven. Daarnaast is regio Utrecht volop in economische ontwikkeling.

Bedrijvendichtheid en cultuur

- De bedrijvendichtheid is relatief laag met 338 bedrijven per 10.000 inwoners (landelijk: 359 bedrijven per 10.000 inwoners).
- Op de bedrijventerreinen in Zeist zijn vooral bedrijven gevestigd die actief zijn in handel, zakelijke dienstverlening en productie.

Contact intensieve bedrijven

- Bedrijven in de zakelijke en financiële dienstverlening maken het meest gebruik van horeca buitenhuis. Zowel de zakelijke dienstverlening (+12%) als de financiële dienstverlening (+4%) liggen hoger dan het landelijke gemiddelde.

Directe omgeving

- In de directe omgeving zijn meerdere (kleinschalige) kantoren gesitueerd. De kantoren van ING, SNS, gemeente Zeist, ING, SNS, ABN AMRO, het Politiebureau bevinden zich op loopafstand.
- De leegstand van het winkelaanbod in het centrum van Zeist was in 2018 15% (8.119 m²). Ten opzichte van 2016 is hier een daling zichtbaar van -8%. De gemiddelde leegstand in Nederland was in 2018 6,8%.

Trends en ontwikkelingen

- Uit de begroting 2019 van de gemeente Zeist blijkt dat zowel de economie als de mobiliteit de komende jaren flink zal toenemen.
- In de realisatie van de economische groei staat de bedrijvigheid binnen Zeist in verbinding met het Utrecht Science Park (USP) op de thema's gezondheidszorg, duurzaamheid en ICT.
- Kansen zoals vrijkomende (grote) werklocaties, aangetrokken markt voor bedrijfshuisvesting en de snelle groei van het USP worden benut. Hierdoor ontstaat immers een toenemende ruimtevrage in Zeist. De ruimtevrage zal toenemen met maximaal 23 hectare tot 2020.
- De komende jaren verdwijnt er nog 20-25% van de retail uit het straatbeeld van Zeist (bron: Retailagenda), dit betekent dat er een afname in winkels zichtbaar is van 100.

Beoordeling zakelijke markt

	Uitstekend	Goed	Voldoende	Matig	Slecht
Bedrijvendichtheid				☹️	
Cultuur		☹️			
Contact intensieve bedrijven		☹️			
Directe omgeving		☹️			
Trends en ontwikkelingen		☹️			

Marktdichtheid

	Primair	Landelijk
Bedrijvendichtheid	338	359
Percentage bedrijven >10 per.	7%	8%

Bron: Handelsregister, Kamer van Koophandel, 2018



2.3.3 Toeristische markt

De toeristische markt wordt als voldoende beoordeeld. Groen (Utrechtse Heuvelrug) in combinatie met cultuur zorgt voornamelijk voor een sterke aantrekkingskracht voor toeristen. Het centrum profiteert hier matig van; het centrum is geen bezoekmotief voor bezoekers. Daarnaast kent de gemeente een sterke seizoensgebondenheid. Daarmee staat Zeist voor de uitdaging: creëer een eigen identiteit en onderscheidend vermogen.

Motief bezoek Zeist

- De kernkwaliteiten van Zeist zijn: groen, landschap, cultuur en erfgoed. Deze onderdelen hebben een sterke aantrekkingskracht voor het toerisme van Zeist. De Zeister-bossen en landschappen dragen voor een belangrijk deel bij aan de toeristische waarde.
- Het centrum van Zeist is geen belangrijk bezoekmotief: 39% van de bezoekers heeft een verblijfsduur in het centrum van Zeist van 30 – 60 minuten. 38% heeft een verblijfsduur van 1 – 2 uur. Dit komt door lage verdichting van het aanbod: hoge leegstand en relatief weinig horeca in het kernwinkelgebied (Slotlaan, 1^e Hogeweg, Meester de Klerkstraat, Korte Weeshuislaan, Emmaplein en Voorheuvel).

Toegevoegde waarde toerisme

- De toegevoegde markt van recreatie & toerisme binnen de Utrechtse Heuvelrug (2018) was € 674.000.000,- (+7,5% t.o.v. 2017), hiervan is € 332.000.000,- afkomstig uit zakelijke toerisme.
- De Utrechtse Heuvelrug is met bijna 2 miljoen overnachtingen in hotels, op camping en in vakantieparken goed voor 60% van het verblijfstoerisme in de provincie Utrecht.

Evenementen

- Evenementen in Zeist vinden het gehele jaar plaats, voornamelijk bezocht door lokale bezoekers.
- Veelgebruikte evenementlocaties zijn: Slot Zeist, Belcour & Marktplein, Slotlaan en het Walkartpark.
- Jaarlijks terugkerende evenementen: Dag der Kunste, Slot Zeist Proeft, Lentefestival, Ashtononia, WinterWonderLand en Sportief Zeist.
- In het Walkartpark vinden regelmatig evenementen plaats, o.a.: Walk Art Markt, Ibiza Markt en (tijdelijk op de woensdag) foodtrucks.

Seizoensgebondenheid

- Het verblijfstoerisme is sterk seizoensgebonden: de periode april-september is met 70% van de inkomsten de belangrijke periode.

Trends en ontwikkelingen

- Vanuit de Taskforce Recreatie & Toerisme zijn adviezen geformuleerd om het recreatie en toerisme in Zeist een impuls te geven: kies een merk, een doelgroep en een toegesneden aanbod.

Beoordeling toeristische markt

	Uitstekend	Goed	Voldoende	Matig	Slecht
Motief bezoek Zeist			🐼		
Toegevoegde waarde toerisme		🐼			
Evenementen			🐼		
Seizoensgebondenheid				🐼	
Trends en ontwikkelingen		🐼			



2.4 Analyse van de aanbodzijde

Er is voldoende aanbod van restaurants gelegen rondom het Walkartpark en in het centrum van Zeist. Toch wordt het kernwinkelgebied van Zeist gekenmerkt door beperkte aanwezigheid van horeca. Het aanbod is gevarieerd, echter de traditionele concepten overheersen. Er is ruimte in de markt voor een onderscheidend horeca concept, die zorgt voor een sterke aantrekkingskracht vanwege de sterke identiteit.

2.4.1 Omschrijving van de aanbodzijde

- In de directe omgeving van het Walkartpark is voldoende aanbod (circa 50) van horecagelegenheden. Dit aanbod is excl. uitgaansgelegenheden, kroegen en ijsalon.
- Zeist kent een relatief lage horecadichtheid van 2,7 horecavestigingen per 1.000 inwoners t.o.v. 3,6 gemiddeld.
- Het aanbod bestaat voornamelijk uit klassieke/ traditionele concepten met voor ieder wat wils, gevolgd door klassieke restaurants met een twist.
- Het aanbod specifiek gericht op kinderen is beperkt.
- Het aanbod onderscheidende concepten zoals blurring is beperkt.
- Het aanbod concepten met een sterke identiteit/ richting is beperkt; de keuze voor één productgroep (monoconcepten) wordt niet gemaakt.
- Het horeca aanbod in Zeist wordt door inwoners beoordeeld met 7,5 en door bezoekers met 7,7. Dit is relatief laag t.o.v. de benchmark (7,9). Bron: Koopstromen onderzoek Randstad.

2.4.2 Concurrentie op locatie

Binnen een straal van 500 m van de beoogde vestigingslocatie zijn circa 15 horecazaken gevestigd. Het horeca aanbod in de directe omgeving bestaat voornamelijk uit restaurants met een klassiek/ traditioneel concept. De concurrentie op locatie is uitgewerkt in naastgelegen tabel.

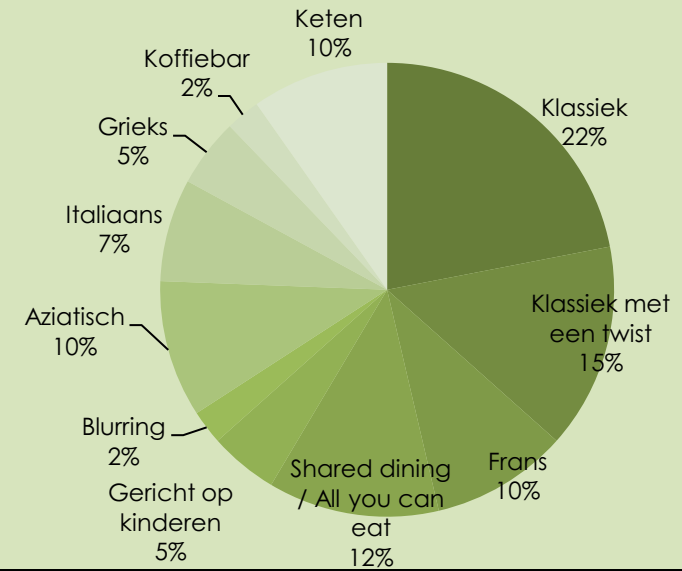
Naam	Afstand	Bedrijfstype	Concept	Onderscheidend vermogen
Bell's eten en drinken	210 m	Restaurant	Klassiek	Ontbijt, lunch, salades
Figi	220 m	Grand Café	Klassiek	Onderdeel van hotel / theater Figi
Proeverij de Azijnmaker	240 m	Restaurant	Klassiek met een twist	Open keuken
De Koffietafel	250 m	Koffiebar	Koffiebar	Staan in de top 100 beste koffiezaken van Nederland. Geef het door koffie waarbij je de koffie voor een ander betaald.
Restaurant Hermitage	250 m	Restaurant	Frans	
Twist of Flavours	300 m	Brasserie	Klassiek met een twist	Slow cooking, open keuken
Bangkok Cuisine	300 m	Restaurant	Aziatisch	Thaise keuken
DANTE	300 m	Bistro	Klassiek met een twist	Bistro en wijnbar
Pandarve	350 m	Eetcafé	Klassiek	Huiskamer gevoel
Lokaal Victoria	350 m	Restaurant	Klassiek met een twist	Biologische en lokale producten
Bij Lex	350 m	Restaurant	Klassiek	
De Koets	350 m	Bar / Dancing	Bar / Dancing	
Brasserie First	400 m	Brasserie	Klassiek met een twist	Aangesloten bij Euro Toques
Ramblas	450 m	Restaurant	Shared Dining / all you can eat	Spaanse tapas
Venezia	450 m	IJssalon	IJssalon	
Bij Johannes	550 m	Winkel / restaurant	Blurring	Atelier, winkel en café in één.

2.4.3 Concurrentie op concept

Het horeca aanbod rondom het Walkartpark is verdeeld over de volgende conceptclusters:

- **Klassiek/ traditioneel**
Laagdrempelige horeca, traditionele gerechten zoals carpaccio, saté en tournedos staan op de menukaart.
- **Klassiek met een twist – high end**
Restaurant met een eigen kijk op traditionele gerechten zoals carpaccio, saté en tournedos. De gemiddelde prijs ligt hoger t.o.v. het klassiek/ traditionele concept en de aankleding, menukaart en bediening sluit hier op aan.
- **Frans**
Franse keuken, veelal luxer en gericht op het hoge segment.
- **Shared dining/ All you can eat**
Het aanbod bestaat uit kleine gerechten (onbeperkt) die gedeeld worden zoals tapas of sushi.
- **Gericht op kinderen**
Restaurants die gericht zijn op gezinnen met kinderen en daarvoor een kindermenu en speciale faciliteiten aanbieden. Voorbeelden zijn speeltuinen en mogelijkheden voor kinderfeestjes.
- **Blurring**
Horeca en retail vermengen. Zeist kent één blurring-concept: Bij Johannes.
- **Aziatisch**
Aziatische keuken, zoals Thais, Chinees, Indisch en Nepalees.
- **Italiaans**
Typerende Italiaanse gerechten waaronder pizza en pasta.
- **Grieks**
Typerende Griekse gerechten zoals gyros en stifado.
- **Koffiebar**
Concept gericht op dagfunctie, kwalitatief goede koffie, zoetigheden en broodjes.
- **Keten**
Restaurants die onderdeel zijn van een restaurantketen en op meerdere plekken in Nederland gevestigd zijn.

Verdeling conceptuele aanbodzijde Zeist



Op de kaart hiernaast zijn de locaties van de verschillende concepten weergegeven.

Een volledig overzicht van het horeca aanbod in Zeist is opgenomen in de bijlage.

2.4.4 Trends en ontwikkelingen horeca

- Groei in de vraag naar gemak: doordat consumenten steeds meer en vaker onderweg zijn, stijgt de groei naar gemak. Vooral de vraag naar fast good food en de bezorgmarkt groeit; gemak en snelheid combineren met gezond.
- Bewust: de consument is steeds meer bewust bezig met versheid, kwaliteit en voedingswaarde.
- Blurring: de grenzen tussen dienstverlening vervagen. Retail en horeca worden gecombineerd.
- One-trick-pony's: concepten gericht op één product, productgroep, duidelijke focus en met een sterke identiteit.
- Instagrammable en customization: sterke merkbeleving, storytelling en alles moet gedeeld worden op social media.
- Beleving: de totaalbeleving qua interieur, assortiment en concept moet kloppend zijn en aansluiten op elkaar.
- Internet of things: technologie zorgt voor efficiency en beleving.
- Maatschappelijk verantwoord ondernemen: circulariteit, transformatie en duurzaamheid.
- All day breakfast: concepten waar ontbijtgerechten de gehele dag gegeten kunnen worden.



2.5 Best practices

Naam: Blauwe Theehuis
Ligging: Vondelpark Amsterdam
Kenmerken park: Grootste stadspark van Amsterdam
Diverse horecagelegenheden
Vondelpark Openluchttheater
Speeltuintjes en een kinderspeelvijver
Kenmerken horeca: Proeflokaal van Brouwerij 't IJ en plaatpizza's van Renato's Amsterdam
Voornameelijk borrel
Opvallende en eigenzinnige architectuur
Openingstijden: Open tot maximaal 21.00 uur

Naam: Parqiet
Ligging: Stadspark Rotterdam
Kenmerken park: Diverse horecagelegenheden
Veel openbare festivals
Grenzend aan Schoonoord: een groen juweel van de stad (historische tuin)
Onderscheidend vermogen: Samenwerkingen met lokale ondernemers
Kleinschalige evenementen
Lokaal aanbod, speelt in op de laatste trends met klassieke gerechten en nieuwe gerechten
Openingstijden: 09.00 – 18.00 uur

Naam: Parkpaviljoen
Ligging: De Wezenlanden Zwolle
Kenmerken park: Grootste park van Zwolle
Kinderboerderij, speeltuin, skatebaan, basketbalveld en panna voetbalveld
Grote evenementen
Kenmerken horeca: Strandterras met uitzicht op de vijver
Modern en hoger segment concept met aanbod met een Spaanse twist
Ruim aanbod cocktails
Evenementen (bruiloften, borrels etc.)
Openingstijden: 6 dagen per week geopend (10.00 – 21 / 22.00 uur)



Blauwe Theehuis – Vondelpark Amsterdam



Parqiet – Stadspark Rotterdam



Parkpaviljoen – De Wezenlanden Zwolle

3. SWOT ANALYSE

Sterktes

- Ligging in het Walkartpark: het groene gebied grenzend aan het centrum van Zeist
- Ligging tegenover één van de ingangen van het Walkartpark
- Opvallend park voor passanten dankzij de blauwe hekafwerking
- Hoge bedrijvigheid rondom de vestigingslocatie
- Goede bereikbaarheid

Zwaktes

- Lage bedrijvendichtheid in Zeist
- Sterke seizoensgebondenheid
- Voldoende horeca aanbod directe omgeving Walkartpark
- Betaald parkeren
- Beperkt gebruik parkpaviljoen door zakelijke markt
- Centrum Zeist kent geen onderscheidend vermogen, hierdoor is het centrum geen bezoekmotief

Kansen

- Herpositionering van het centrum van Zeist
- Inspelen op de aanwezige leefstijlen stijlzoekers en plezierzoekers
- Hoog inkomensniveau inwoners Zeist
- Toekomstige bevolkingsgroei
- Economische ontwikkeling gemeente Zeist en regio Utrecht
- Huidige horeca aanbod voornamelijk klassiek/ traditionele keuken
- Weinig horeca concepten gericht op kinderen
- Kansen om in te spelen op trends/ ontwikkelingen horeca aanbod

Bedreigingen

- Toeristische markt komt voor de Utrechtse Heuvelrug, centrum is geen bezoekmotief
- Vergrijzing
- Geen duidelijke identiteit van Zeist, dit beperkt de aantrekkingskracht van het dorp

4. CONCEPTANALYSE

Drie mogelijke concepten die het best passen bij de conceptkaders en de marktanalyse: Hart van Zeist (lokaal, biologisch en duurzaam), The Tosti Bar (sociaal, identiteit kiezen) en All day pancakes (identiteit kiezen, draagvlak bij inwoners).

4.1 Randvoorwaarden concepten

De randvoorwaarden van de mogelijke concepten zijn gebaseerd op de conceptkaders en de marktanalyse.

Criteria	Randvoorwaarden	
Conceptkaders	<ul style="list-style-type: none"> Het parkpaviljoen is het kloppende hart en pleisterplaats van het Walkartpark 	Levendigheid
	<ul style="list-style-type: none"> Het concept sluit aan op het typerende karakter van Zeist Behouden en herstellen van de historische context 	Historisch en hedendaags Zeist
	<ul style="list-style-type: none"> Het concept moet een duurzaam karakter hebben Het concept sluit aan op de doelstellingen van het Walkartpark 	Verlenging van het Walkartpark
	<ul style="list-style-type: none"> Centrumlocatie Unieke ligging in Walkartpark 	Aantrekkingskracht door concept
Marktanalyse	<ul style="list-style-type: none"> Doelgroepen: stijlzoekers en plezierzoekers Doelgroep: inwoners van Zeist 	Laagdrempelig en kwalitatief
	<ul style="list-style-type: none"> Het concept is onderscheidend met duidelijke identiteit en creëert eigen bezoekers voor zowel de horeca als het park 	Uitgesproken concept

4.2 Mogelijke concepten

Op basis van de randvoorwaarden zijn drie concepten mogelijk:

Hart van Zeist

Concept	Ambachtelijk, laagdrempelig en huisgemaakt Puur, rauw en eerlijk eten Streekproducten vanuit co-creatie (het Broodlokaal, Local2local), speels maar kwalitatief hoogwaardig Buitenterras van toegevoegde waarde Verkoop streekproducten mogelijk
Producten	<ul style="list-style-type: none"> Kaart met focus: specifiek kiezen voor goede, lokale producten, maximaal 6 producten per productgroep Producten dichtbij de oorsprong en huisgemaakt Belegde robuuste broodjes, salades, borrelplanken en een dagelijks wisselende daghap
Presentatie	De historie van Zeist komt terug in de aankleding Warmte, knusheid en groen Authentiek door gebruik borrelplanken en weckpotten
Openingstijden	Dinsdag tot en met zondag 10.00 – 20.00 uur
Serviceniveau	Gemiddeld tot hoog
Prijsniveau	Gemiddeld
Kwaliteit	Gemiddeld tot hoog
Voordelen	Stimuleren van lokale samenwerkingen (co-creatie) Draagvlak bij inwoners en ondernemers in Zeist, knipoog naar de historie van Zeist Passend voor stijlzoekers en plezierzoekers Aantrekkelijk concept voor brede doelgroep, inspeland op trends zoals lokale samenwerking en duurzaamheid
Nadelen	Uiting van een goed verhaal (lokaal, kwaliteit, robuust en ambachtelijk): storytelling, als dit niet het geval is het concept niet onderscheidend



The Tosti Bar (sociaal restaurant)

<i>Concept</i>	Single line product: tosti's Ontmoeten voor een snelle hap in een ongedwongen sfeer Bediening en bereiding door mensen met afstand tot arbeidsmarkt Selfservice (bestellen aan de bar) en service aan de tafel (drinkje en eten brengen)
<i>Producten</i>	<ul style="list-style-type: none"> Divers en uiteenlopend aanbod aan tosti's, meer dan het 'gewone' aanbod: bijvoorbeeld banaan & nutella en red hot panini Barista koffie en sappen uit de streek Biologisch aanbod met aandacht en kwaliteit bereid Koffie en tosti's to go
<i>Presentatie</i>	Modern, industrieel en speels, met afwisselend hoge en lage zitplaatsen Less is more: basis uitstraling van de bar, hierdoor zijn het barista koffieapparaat en de krijtborden zijn eye-catchers
<i>Openingstijden</i>	Dagelijks 10.00 – 19.00 uur
<i>Serviceniveau</i>	Laag
<i>Prijsniveau</i>	Gemiddeld
<i>Kwaliteit</i>	Gemiddeld tot hoog
<i>Voordelen</i>	Sterke identiteit Bijzondere ervaring: unieke doelgroep in de bediening Laagdrempelig concept Sociaal restaurant: sluit aan bij de doelstellingen van de gemeente Goede prijs-kwaliteit verhouding Kindvriendelijk concept
<i>Nadelen</i>	Minimale integratie van de natuur en locatie in het concept Positionering van het concept moet duidelijk zijn Sterke begeleiding benodigd



All day pancakes

<i>Concept</i>	Oer Hollandse pannenkoeken in een modern jasje: de American pancake in de hoofdrol, en overige ontbijtgerechten. Het interieur, de producten zorgen voor een totaalbeleving, waardoor men hier graag geweest wilt zijn. Goede kwaliteit, huisgemaakte producten met focus op gebruik biologische en lokale ingrediënten Pannenkoeken bakken met de kinderen, kinderfeestjes.
<i>Producten</i>	<ul style="list-style-type: none"> Zoete en hartige pannenkoeken, geschikt voor ontbijt, lunch, diner en tussendoor Verse sappen, goede koffie, yoghurtjes voor het ontbijt Vaste kaart en wekelijkse variërende topper tegen gereduceerd tarief
<i>Presentatie</i>	Inrichting met een knipoog naar de historie van het park Geen traditioneel pannenkoekenrestaurant, aankleding hipper, speelser en kleurrijk Kindergedeelte voor gezinnen met kinderen en aantrekkelijke bar voor de stijlzoeker om de pannenkoek te consumeren
<i>Openingstijden</i>	Dinsdag tot en met zondag 10.00 – 20.00 uur
<i>Serviceniveau</i>	Gemiddeld
<i>Prijsniveau</i>	Gemiddeld
<i>Kwaliteit</i>	Gemiddeld tot hoog
<i>Voordelen</i>	Identiteit: alles draait om pancakes en de beleving qua interieur, producten etc. Inspelend op de trend all day breakfast Knipoog naar de historie van het Walkartpark, maar wel passend in de huidige tijd. Dit verhaal wordt verteld. Draagvlak bij inwoners Passend voor stijlzoekers en plezierzoekers, zeer kindvriendelijk
<i>Nadelen</i>	Positionering van het concept als hoger segment t.o.v. normaal pannenkoekenrestaurant om zo ook de stijlzoeker te trekken



5. EXPLOITATIEPROGNOSE

De omzetspotentie voor het concept All day pancakes is het hoogst. All day pancakes kent een resultaat voor belastingen en kapitaalslasten van € 96.000,- in jaar 1 en het resultaat groeit door naar € 117.000,- in jaar 3. Het concept Hart van Zeist kent een resultaat voor belastingen en kapitaalslasten van € 84.000,- in jaar 1 en het resultaat groeit door naar € 98.000,- in jaar 3.

Voor de financiële haalbaarheid van het concept met de meeste omzetspotentie (All day pancakes) mag de investering maximaal € 815.000,- bedragen.

5.1 Uitleg

In overleg met de Gemeente Zeist, is de business case opgesteld voor twee concepten: Hart van Zeist en All day pancakes.

5.2 Maximale investering

Op basis van de winst- en verliesrekening van het All day pancakes concept, is de maximale investering berekend. Voor het berekenen van de maximale investering, wordt rekening gehouden met een (bancair) rentepercentage van 6% en een gemiddelde looptijd van de leningen van 13 jaar (6 jaar inventaris en 20 jaar pand).

Voor de financiële haalbaarheid van het concept, mag de investering **maximaal € 815.000,-** zijn. Op basis van deze maximale investering en de opgestelde winst- en verliesrekening van All day pancakes, is de exploitatie bedrijfseconomisch haalbaar.

HTC heeft een investeringsraming opgesteld voor de totale investeringssom van gebouw en inrichting. Hierbij zijn de gebruikelijke afschrijvingstermijnen opgenomen. De afschrijvingstermijnen worden bepaald door de Belastingdienst en de wettelijke en bancaire richtlijnen. De totale investeringssom is op hoofdlijnen gelijk voor beide concepten.

5.3 Verdeling vierkante meters

Voor de exploitatieprognose is als uitgangspunt een m² bepaling opgenomen voor de diverse ruimten in het gebouw. Deze m² bepaling is voor beide concepten van toepassing.

Investeringsen en afschrijvingstermijn (paragraaf 5.2)

Onderdeel	Investering	Afschrijvingstermijn
Nieuwbouw pand	€ 700.000,-	25
Inrichting begane grond	€ 80.000,-	10
Bar	€ 12.000,-	7
Inrichting kelder	€ 45.000,-	10
Keuken	€ 140.000,-	7
Terras	€ 20.000,-	10

Uitgangspunt verdeling m² (paragraaf 5.3)

Verdienend oppervlakte	
Begane grond	
Restaurant	80 m ²
Totaal verdienend	80 m²
Niet verdienend oppervlakte	
Begane grond	
Bar	10 m ²
Kelder	
Spoel	10 m ²
Uitgifte	5 m ²
Bereidingsruimte	15 m ²
Opslag	20 m ²
Emballage, fustopslag, afval	12 m ²
Personeelsruimte	8 m ²
Toiletten	10 m ²
Drankenopslag	10 m ²
Goederenlift	4 m ²
Trapgat	4 m ²
Verkeersruimten	12 m ²
Totaal niet verdienend	120 m²
Totaal oppervlakte	200 m²

5.4 Winst- en verliesrekening Hart van Zeist

Onderstaand is de winst- en verliesrekening uitgewerkt van Hart van Zeist. Het resultaat is berekend exclusief kapitaalslasten (zijnde: afschrijvingen, rente en erfpacht) en belastingen. Het resultaat vóór belastingen en exclusief kapitaalslasten bedraagt in het eerste exploitatiejaar € 84.000,- en groeit door naar circa € 98.000,- in jaar 3. Het concept heeft voldoende omzetpotentie.

Winst- en verliesrekening (x € 1.000,-)

	Jaar 1	Jaar 2	Jaar 3	Jaar 1	Jaar 2	Jaar 3
Ontbijt	€ 26	€ 28	€ 30	5,7%	5,7%	5,7%
Lunch	€ 72	€ 76	€ 81	15,6%	15,6%	15,6%
Borrel	€ 102	€ 107	€ 114	22,0%	22,0%	22,0%
Diner	€ 218	€ 228	€ 244	47,1%	47,1%	47,1%
Terras	€ 44	€ 46	€ 49	9,5%	9,5%	9,5%
Omzet totaal	€ 462	€ 483	€ 518	100,0%	100,0%	100,0%
Inkoop	€ 148	€ 155	€ 166	32,0%	32,0%	32,0%
Lonen & sociale lasten	€ 106	€ 111	€ 119	23,0%	23,0%	23,0%
Overige personeelskosten	€ 9	€ 10	€ 10	2,0%	2,0%	2,0%
Personeelskosten	€ 116	€ 121	€ 129	25,0%	25,0%	25,0%
Huisvestingskosten	€ 32	€ 34	€ 36	7,0%	7,0%	7,0%
Verkoopkosten	€ 14	€ 15	€ 16	3,0%	3,0%	3,0%
Algemene kosten	€ 23	€ 24	€ 26	5,0%	5,0%	5,0%
Overige exploitatiekosten	€ 69	€ 73	€ 78	15,0%	15,0%	15,0%
DGA-salaris**	€ 45	€ 46	€ 47	9,7%	9,5%	9,0%
Resultaat***	€ 84	€ 89	€ 98	18,3%	18,5%	19,0%

* verschillen in de optelling worden veroorzaakt door afrondingsverschillen

** indien gekozen wordt voor een BV

*** voor belastingen en kapitaalslasten

5.4.1 Omzet

De totale omzet wordt geprognoseerd op circa € 462.000,- in het eerste jaar en groeit door naar € 518.000,- in het derde jaar.

Omzet per activiteit (x € 1.000,-)

	Jaar 1	Jaar 2	Jaar 3
Ontbijt	€ 26	€ 28	€ 30
Lunch	€ 72	€ 76	€ 81
Borrel	€ 102	€ 107	€ 114
Diner	€ 218	€ 228	€ 244
Terras	€ 44	€ 46	€ 49
Omzet totaal	€ 462	€ 483	€ 518

Voor de omzetprognose gelden de volgende uitgangspunten:

- Geopend van dinsdag t/m zondag van 10.00 uur tot 20.00 uur.
- Inflatiecorrectie is 2%.
- Groei van 2,5% in jaar 2 en 5% in jaar 3. HTC verwacht dat het groeipercentage in jaar 2 marktconform is en vanaf jaar 3 een hoger groeipercentage kent. Het concept moet een goede naamsbekendheid krijgen door de juiste positionering en het vertellen van het verhaal (lokale samenwerkingen, duurzaam, biologisch). Vanaf jaar 3 plukt het concept hier de vruchten van.
- Op basis van de m² verdeling (zie 5.3) en het type concept met de benodigde ruimte per zitplaats, telt het restaurant 50 zitplaatsen binnen en 140 zitplaatsen buiten.
- De gem. besteding is berekend aan de hand van gemiddelde prijzen in vergelijkbare exploitaties. Tevens is gekeken naar de gem. besteding van de verschillende generaties.
- Onderstaand is de bezettingsgraad en de gem. besteding weergegeven.

Omzet per activiteit jaar 1 (x € 1.000,-)

	Aantal zitplaatsen	Gemiddelde bezetting	Gemiddelde besteding*	Omzet eerste jaar
Ontbijt	50	29% €	5,80 €	26
Lunch	50	38% €	10,50 €	72
Borrel	50	40% €	14,00 €	102
Diner	50	44% €	27,00 €	218
Terras	140	60 terras dagen €	10,50 €	44

Totale omzet € **462**

* Exclusief BTW

Ontbijt

Het ontbijt is van 10.00 uur tot 12.00 uur. Er wordt koffie en taart geconsumeerd en een enkeling neemt een broodje als ontbijt.

Lunch

De lunch is van 12.00 uur tot 14.00 uur. De lunchgasten consumeren een belegd broodje of een verse salade met hoofdzakelijk één drankje.

Borrel

De borrel is van 14.00 uur tot 17.30 uur. Bij de borrel neemt met één à twee drankjes (alcoholisch of non-alcoholisch) en delen zij een borrelplank met gemiddeld 2,5 personen.

Diner

Het diner is van 17.30 uur tot 20.00 uur. Bij het diner neemt men de daghap, of een rijkelijk gevulde borrelplank als hoofdgerecht. Daarnaast drinkt men gemiddeld twee drankjes. Ongeveer 50% van de gasten neemt een broodplankje vooraf of een dessert (zoetigheid) achteraf.

Terras

Nederland kent circa 60 terrasdagen. Indien gasten plaatsnemen op het terras, is de omloopsnelheid vaak lager en neemt men een extra drankje en een borrelhap. Hierdoor zijn de extra uitgaven op het terras gemiddeld € 10,50.

5.4.2 Kosten

Inkoopkosten

- De kosten voor inkoop bedragen 32% van de omzet.
- De inkoopkosten geprognosticeerd door HTC liggen boven marktconform (30%). De inkoopkosten zullen hoger zijn door lokale samenwerkingen en het aanbod van biologische en duurzame producten.

Personeelskosten

- De personeelskosten exclusief ondernemersinkomen bedragen in het eerste jaar 25% van de omzet.
- Het uitgangspunt is dat de ondernemer zelf volledig meewerkt in de exploitatie en een salaris krijgt uitgekeerd van € 45.000,- per jaar. Afhankelijk van de gekozen beheervorm en de geldende voorwaarden, kan het ondernemersinkomen lager zijn dan € 45.000,-.
- Het ondernemersinkomen betreft circa 10% van de omzet. De totale personeelskosten (incl. ondernemersinkomen) bedragen 35%.

- De personeelskosten liggen boven branchegemiddeld (31%). Extra personeel is benodigd door de bouwkundige indeling van het gebouw (lange loopafstanden vanaf kelder naar begane grond, groot terras). Tevens is het een eis dat er goed, vakbekwaam personeel wordt ingezet om het verhaal van het concept duidelijk naar voren te laten komen.
- Uitgangspunten zijn een loonindex van 102% en overige personeelskosten van 2,0%.

Overige exploitatiekosten

- De overige exploitatiekosten bedragen 15%. Dit percentage is marktconform (13% - 18%) voor een soortgelijke exploitatie.
- De verkoopkosten liggen met 3% iets boven marktconform (2%). Extra marketing is benodigd om het verhaal te vertellen en dit te communiceren naar de doelgroepen.
- In de bijlage is een overzicht opgenomen van de verschillende posten die onder de overige exploitatiekosten vallen.

Kapitaalslasten

- De kapitaalslasten (afschrijvingen, rente, en indien van toepassing erfpacht en/of huur) zijn niet opgenomen in de winst- en verliesrekening. In paragraaf 5.2 is de maximale investeringssom berekend voor het concept met de beste omzetsom (All day pancakes).

5.5 Winst- en verliesrekening All day pancakes

Onderstaand is de winst- en verliesrekening uitgewerkt van het concept All day pancakes. Het resultaat is berekend exclusief kapitaalslasten (zijnde: afschrijvingen, rente en erfpacht) en belastingen. Het resultaat vóór belastingen en exclusief kapitaalslasten bedraagt in het eerste exploitatiejaar € 96.000,- en groeit door naar circa € 117.000,- in jaar 3. Het concept heeft goede omzetspotentie.

Winst- en verliesrekening (x € 1.000,-)

	Jaar 1	Jaar 2	Jaar 3	Jaar 1	Jaar 2	Jaar 3
Ontbijt	€ 48	€ 51	€ 54	8,2%	8,2%	8,2%
Lunch	€ 152	€ 163	€ 170	25,9%	25,9%	25,9%
Borrel	€ 121	€ 129	€ 135	20,6%	20,6%	20,6%
Diner	€ 247	€ 264	€ 276	42,0%	42,0%	42,0%
Terras	€ 19	€ 20	€ 21	3,2%	3,2%	3,2%
Omzet totaal	€ 587	€ 628	€ 657	100,0%	100,0%	100,0%
Inkoop	€ 176	€ 188	€ 197	30,0%	30,0%	30,0%
Lonen & sociale lasten	€ 170	€ 182	€ 190	29,0%	29,0%	29,0%
Overige personeelskosten	€ 12	€ 13	€ 13	2,0%	2,0%	2,0%
Personeelskosten	€ 182	€ 195	€ 204	31,0%	31,0%	31,0%
Huisvestingskosten	€ 41	€ 44	€ 46	7,0%	7,0%	7,0%
Verkoopkosten	€ 18	€ 13	€ 13	3,0%	2,0%	2,0%
Algemene kosten	€ 29	€ 31	€ 33	5,0%	5,0%	5,0%
Overige exploitatiekosten	€ 88	€ 88	€ 92	15,0%	14,0%	14,0%
DGA-salaris**	€ 45	€ 46	€ 47	7,7%	7,3%	7,1%
Resultaat***	€ 96	€ 111	€ 117	16,3%	17,7%	17,9%

* verschillen in de optelling worden veroorzaakt door afrondingsverschillen

** indien gekozen wordt voor een BV

*** voor belastingen en kapitaalslasten

5.5.1 Omzet

De totale omzet wordt geprognoseerd op circa € 587.000,- in het eerste jaar en groeit door naar € 657.000,- in het derde jaar.

Omzet per activiteit (x € 1.000,-)

	Jaar 1	Jaar 2	Jaar 3
Ontbijt	€ 48	€ 51	€ 54
Lunch	€ 152	€ 163	€ 170
Borrel	€ 121	€ 129	€ 135
Diner	€ 247	€ 264	€ 276
Terras	€ 19	€ 20	€ 21
Omzet totaal	€ 587	€ 628	€ 657

Voor de omzetprognose gelden de volgende uitgangspunten:

- Geopend van dinsdag t/m zondag vanaf 10.00 uur tot 20.00 uur.
- Inflatiecorrectie is 2,0%.
- Groei van 5% in jaar 2 en 2,5% in jaar 3. HTC verwacht een hoog groeipercentage in jaar 2 vanwege het draagvlak bij de inwoners van Zeist voor dit concept. Vanaf jaar 3 zal het groeipercentage marktconform zijn.
- Op basis van de oppervlakteverdeling (zie 5.2) en het type concept met de benodigde ruimte rondom de zitplaatsen, telt het restaurant 60 zitplaatsen binnen en 120 zitplaatsen buiten.
 - Het restaurant telt meer stoelen binnen t.o.v. Hart van Zeist vanwege minder benodigde ruimte bij de zitplaatsen.
 - Het restaurant telt minder stoelen buiten t.o.v. Hart van Zeist. Vanwege de kleine capaciteit van de keuken en de hogere omloopsnelheid t.o.v. Hart van Zeist, is het aan te raden het terras niet volledig te benutten.
- De gem. besteding is berekend aan de hand van gemiddelde prijzen in vergelijkbare exploitaties en de gem. besteding in (traditionele) pannenkoekenrestaurants.
- Onderstaand is de bezettingsgraad en de gem. besteding weergegeven.

Omzet per activiteit jaar 1 (x € 1.000,-)

	Aantal zitplaatsen	Gemiddelde bezetting	Gemiddelde besteding*	Omzet eerste jaar
Ontbijt	60	40% €	6,40 €	48
Lunch	60	56% €	12,50 €	152
Borrel	60	44% €	12,50 €	121
Diner	60	73% €	15,50 €	247
Terras	120	60 terras dagen €	3,30 €	19

Totale omzet

587

* Exclusief BTW

Ontbijt (incl. brunch)

Het ontbijt is van 10.00 uur tot 12.00 uur. De ontbijtgasten komen naar het concept om te ontbijten met goede en rijkgevulde yoghurt of een vers sapje. Daarnaast drinkt men een kop koffie. Voornamelijk in het weekend worden de pannenkoeken als ontbijt- en brunchgerecht besteld.

Lunch

De lunch is van 12.00 uur tot 14.00 uur. De lunchgasten eten een pannenkoek en nemen één drankje.

Borrel

De borrel is van 14.00 uur tot 17.30 uur. Omdat het een all-day concept is, ligt de gemiddelde besteding gelijk aan de lunch: één pannenkoek en één drankje).

Diner

Het diner is van 17.30 uur tot 20.00 uur. Bij het diner neemt men een pannenkoek en één à twee drankjes. Hierdoor ligt de gemiddelde besteding hoger t.o.v. de lunch.

Terras

Nederland kent circa 60 terrasdagen. Indien gasten plaatsnemen op het terras, is men bereid langer te wachten en een extra drankje te drinken. Hierdoor zijn de extra uitgaven op het terras gemiddeld voor het All day pancakes concept € 3,30.

5.5.2 Kosten

Inkoopkosten

- De kosten voor inkoop bedragen circa 30% van de omzet.
- De inkoopkosten geprognoseerd door HTC zijn marktconform voor pannenkoekenrestaurants (25% tot 30%) maar liggen aan de hoge kant. De inkoopkosten zullen hoger zijn door het gebruik van goede, biologische en duurzame producten.

Personeelskosten

- De personeelskosten exclusief ondernemersinkomen bedragen in het eerste jaar circa 31% van de omzet.
- Het uitgangspunt is dat de ondernemer zelf volledig meewerkt in de exploitatie en een salaris krijgt uitgekeerd van € 45.000,- per jaar. Afhankelijk van de gekozen beheervorm en de geldende voorwaarden, kan het ondernemersinkomen lager zijn dan € 45.000,-.

Dit betreft circa 8% van de omzet. De totale personeelskosten (incl. ondernemersinkomen) bedragen 39%.

- De personeelskosten zijn aan de hoge kant van het branchegemiddelde (35% - 39%). Extra personeel is benodigd door de bouwkundige indeling van het gebouw (lange loopafstanden vanaf kelder naar begane grond, groot terras) en de hoge omloopsnelheid van de bezette tafels.
- Uitgangspunten zijn een loonindex van 102% en overige personeelskosten van 2,0%.

Overige exploitatiekosten

- De overige exploitatiekosten bedragen 15%. Dit percentage ligt op de ondergrens van branchegemiddeld (15% - 23%) voor het type exploitatie.
- Normaliter liggen de huisvestingskosten van een traditioneel pannenkoekenhuis hoger (12%). Dit komt omdat pannenkoekenrestaurants veelal in oudere gebouwen zijn gesitueerd. Hierdoor zijn de kosten voor energie, onderhoud en reparatie van het gebouw hoger. Dit is echter niet van toepassing voor het concept.
- Extra marketing is benodigd in jaar 1 om de doelgroep te attenderen over het nieuwe concept, hierdoor zijn de verkoopkosten 3% in jaar 1. Deze nemen af naar 2% vanaf jaar 2.

Kapitaalslasten

- De kapitaalslasten zijn niet opgenomen in de winst- en verliesrekening. In paragraaf 5.2 is de maximale investeringssom berekend. Bij een investering van maximaal € 815.000,-, voor gebouw en inrichting, is een goede bedrijfseconomische exploitatie mogelijk voor het All day pancakes concept.

6 BEST PASSENDE CONCEPT

De drie mogelijke concepten zijn vergeleken in een beslismodel op basis van beslisriteria. In het beslismodel kunnen de volgende scores op de criteria worden gegeven: + (ja) +/- (neutraal) en - (nee). De criteria zijn opgesteld op basis van de uitkomsten van de conceptkaders en het marktonderzoek.

Beslisriteria	Hart van Zeist	De Tosti Bar	All day pancakes
Totaalscore	+/-	+/--	+
1. Verdienmogelijkheden	+/-	-	+
2. Randvoorwaarden			
• Levendigheid	+/-	+	+
• Historisch & hedendaags Zeist	+	-	+/-
• Verlenging van het Walkartpark	+	-	+
• Aantrekkingskracht door concept	+	+	+
• Laagdrempelig & kwalitatief	+/-	+	+
• Uitgesproken	+/-	+	+
3. Aansluiting markt vraag			
• Stijlzoekers	+	+/-	+/-
• Plezierzoekers	+/-	+	+
4. Trends	+/-	+	+

All day pancakes is het best passende concept. Dit concept biedt voldoende verdienmogelijkheden, sluit goed aan op de randvoorwaarden en de leefstijl plezierzoekers, voldoende bij de stijlzoekers. Het concept speelt in op de trends identiteit en all day breakfast.

All day pancakes

Een speels, stoer en licht concept dat een duidelijke identiteit kiest: Nederlandse pannenkoeken, poffertjes en Amerikaanse pancakes. Het heeft een gezellige en speelse sfeer, met een tweedeling van het restaurant voor gezinnen met kinderen en stellen zonder kinderen. De pannenkoeken, poffertjes en pancakes zijn verrassend en origineel en bieden een beleving voor de verschillende doelgroepen.

Voorbeelden: Moak Pancakes Amsterdam en Rolph's Deli Rotterdam



BIJLAGE 1 – DEFINITIE BEPALING PARKPAVILJOEN

Op basis van de categorale indeling van horeca-activiteiten van de gemeente Zeist, worden de volgende terminologieën onderscheiden:

Categorie 1 – dagzaak

Een horecabedrijf waar in hoofdzaak etenswaren en niet alcoholische dranken worden verstrekt voor gebruik ter plaatse, en waarvan de openingstijden vergelijkbaar zijn met een detailhandelsbedrijf, althans de sluitingstijd niet na 21.00 uur is gelegen.

Voorbeelden: broodjeszaak, lunchroom, croissanterie, ijssalon, dag café, dag cafetaria enz.;

Categorie 3 – restaurant

Een horecabedrijf waar in hoofdzaak ter plaatse bereide etenswaren/ maaltijden worden verstrekt voor nuttiging ter plaatse, met daaraan ondergeschikt het schenken van dranken.

Voor de term 'parkpaviljoen' is geen wettelijke definitie bekend. De definitie van parkpaviljoen voor de gemeente Zeist is als volgt:

Definitie parkpaviljoen

Een kleinschalig horecabedrijf dat valt in categorie 1 en 3 van de categorale indeling van de gemeente Zeist. In de hoofdzaak worden hier etenswaren en niet-alcoholische dranken verstrekt. De beoogde horeca heeft echter wel een drankvergunning. De openingstijden zijn beperkt vanaf 8.00 uur tot 21.00 uur.



Stijlzoeker

'Work hard, play hard'



- Vaker mannen dan vrouwen (74%)
- Veelal jongeren tussen de 18-34 (35%)
- Vaak hoogopgeleid, (boven)modaal salaris
- Intelligent, zelfverzekerd en doelgericht, ambitie, uitdaging en daadkracht



- Relatief vaak erop uit
- Actief
- Luxe, exclusiviteit en comfort
- Natuur is ondergeschikt
- Aantal dagen weg of langere vakanties



- Hoogwaardige kwaliteit en service
- Mooie producten, luxe en uitstraling
- Professionele bediening
- Kosten niet doorslaggevend



- Relatief veel zon-, zee- en strandvakanties
- Kosten niet doorslaggevend
- Meerdere zaken in één keer regelen
- Luxe en exclusiviteit hoort bij vakantie, hotels, Air(BnB)



Plezierzoeker

'Een dag niet gelachen, is een dag niet geleefd!'



- Veelal jongeren tussen 18-34 (56%)
- Ook gezinnen met kinderen (42%)
- Middelbaar opgeleid, modaal salaris
- Avontuurlijk, impulsief en eigenwijs
- Uitdaging, uniek zijn en succes in het leven
- Liefst omringd door mensen
- Vaak erop uit



- Vermakt worden, leuke dingen doen!
- Festivals, evenementen, pretparken, bioscopen
- Hoe meer zielen, hoe meer vreugd



- Gezellig en verzorgd
- Kinderen vermaken zichzelf
- Verrast worden
- Goede kwaliteit en service



- Campings met veel activiteiten
- Zon-, zee- en strandvakantie of avontuurlijke vakanties
- Avontuurlijke, verrassende accommodaties zoals hostels
- Zoekt de beste aanbieding



BIJLAGE 3 – TABELLEN MARKTONDERZOEK

Leeftijdsofbouw

	Primair	Vershil	Landelijk
0 t/m 14 jaar	18%	2%	16,1%
15 t/m 29 jaar	17%	-1%	18,8%
30 t/m 49 jaar	25%	-1%	25,5%
50 t/m 64 jaar	20%	-1%	20,8%
65 jaar en ouder	21%	2%	18,9%

Bron: Feiten en Cijfers, Kenniscentrum Horeca, 2018

Inkomensverdeling

	Primair	Vershil	Landelijk
Inkomen per inwoner	€ 24.300	18%	€ 20.600
Inkomen per huishouden	€ 45.900	19%	€ 38.600

Bron: Feiten en Cijfers, Kenniscentrum Horeca, 2018

Huishoudenssamenstelling

	Primair	Vershil	Landelijk
Eenpersoons	41%	4%	37%
Tweepersoons	27%	-2%	29%
Meerpersoons	32%	-2%	34%

Bron: Feiten en Cijfers, Kenniscentrum Horeca, 2018

Bedrijvendichtheid

	Primair	Vershil	Landelijk
Landbouw en visserij	1%	-7%	7%
Industrie	3%	-2%	5%
Bouw	12%	-5%	17%
Groothandel	8%	-2%	10%
Detailhandel	12%	0%	12%
Horeca	3%	-2%	5%
Vervoer	2%	-2%	3%
Financiën	6%	2%	4%
Zakelijke dienstverlening	39%	16%	24%
Onderwijs en overheid	3%	0%	2%
Overige dienstverlening	12%	2%	10%

Bron: Handelsregister, Kamer van Koophandel, 2018

Gemiddelde verkoopoppervlakte

	Primair	Vershil	Landelijk
Drankensector	178,4	-19%	220
Fastservicesector	71,1	6%	67
Restaurantsector	163,5	0%	163

BIJLAGE 4 – HORECA AANBOD ZEIST

Naam	Afstand	Bedrijfstype	Concept	Onderscheidend vermogen
't Jagershuys	2000 m	Restaurant	Gericht op kinderen	Pannenkoeken en een buitenspeeltuin voor kinderen Verhuur 'The Oak' voor evenementen
Banfi	700 m	Restaurant	Klassiek met een twist	Kosmopolitisch interieur. Gericht op hoger segment Compacte menukaart, wisselend per drie maanden
Bangkok Cuisine	300 m	Restaurant	Aziatisch	Thaise gerechten, kennismaken met de Thaise cultuur
Bell's eten en drinken	210 m	Restaurant	Klassiek	Ontbijt, lunch, salades; breed aanbod, voor ieder wat wils
Beyerick	650 m	Restaurant	Frans	Beste restaurant tot €55,- volgens Proefschrift.
Bij Johannes	550 m	Atelier, winkel en café	Blurring	Kweken eigen groente in kas, uitsluitend lunch Mensen met afstand tot de arbeidsmarkt
Bij Lex	350 m	Restaurant	Klassiek	Voor ieder wat wils, huiselijk
Bistro La Fourchette	850 m	Bistro	Frans	Goed en eerlijk, klassiek Franse kookstijl, goede wijnkaart Zaalverhuur (105 m ²)
Blik en Burgers	1,1 km	Restaurant	Gericht op kinderen,	Focus op kindvriendelijk aanbod, met diverse faciliteiten: skatebaan, verkeerstuin, kinderfeestjes en speciale menukaart.
Blink Eten & Drinken	700 m	Restaurant	Klassiek	Breed aanbod lunch, diner, borrel en een aparte kinderkaart

Naam	Afstand	Bedrijfstype	Concept	Onderscheidend vermogen
Bon Vivant	600 m	Brasserie	Klassiek	Gelegen aan Emmaplein in het hart van winkelgebied Zeist Lunchroom met breed aanbod
Brasserie First	400 m	Brasserie	Klassiek met een twist	Aangesloten bij Euro Toques, garantie voor ambachtelijke gerechten, beperkt en kwalitatief hoogwaardige menukaart Hoger segment
Brasserie/Restaurant 't Voorhuys	3,3 km	Brasserie / restaurant	Frans	Gevestigd in hotel Oud London, maandelijks wisselend 3-gangen menu, bijpassende wijnen
Buddha	600 m	Restaurant	Aziatisch	Indiase en Nepalese gerechten: natuurlijk krachtvoedsel. Ook afhalen en catering
CostaRozzi	1,2 km	Restaurant	Grieks	Het Grieks restaurant 2.0 met buitenterras
DANTE	300 m	Bistro en wijn	Klassiek met een twist	Elke maandag oesterdag
De Heren van Zeist	900 m	Grand Café	Shared dining / All you can eat	Fingerfood (shared dining), veel aanbiedingen (korting): wicked Wednesday, crazy Monday. Tevens aanbod groepsactiviteiten, feesten en partijen
De Jonckheer	700 m	Eetcafé	Klassiek	Bruincafé uitstraling; eten aan de bar of borrelen aan de bar
De Koets	350 m	Bar/ Dancing	Kroeg	Meerdere malen uitgeroepen tot beste Discotheek van Nederland

Naam	Afstand	Bedrijfstype	Concept	Onderscheidend vermogen
De Koffie-tafel	250 m	Koffiebar	Koffiebar	Staan in de top 100 beste koffiezaken van Nederland. "Geef het door koffie" en storytelling van de productafkomst
De Punt	600 m	Brasserie	Koffie/ lunch	Geen eigen website, 26 jaar naamsbekendheid in Zeist, uitstraling niet aantrekkelijk
De Reünie	650 m	Restaurant en pub	Klassiek	Ouderwetse gezelligheid, bedrijfsborrel of viering, simpele lunch of diner, grote diversiteit aan dranken
Deli-france	450 m	Restaurant	Keten	Keten, bekend van de broodjes
Dell'Italia	1 km	Restaurant	Italiaans	Goed Italiaans eten met live cooking, ook een kookstudio aanwezig, tevens catering mogelijk
Domino's	550 m	Bezorg- en afhaal	Keten	Grote keten in Nederland, bezorging en afhaal van pizza's
Figi	220 m	Grand Café	Klassiek	Onderdeel van hotel, taarten uit eigen patisserie, complete kaart met kleine gerecht, à la carte, Kids Menu, theatermenu. Ook aanbod voor flexwerken.
Fressini IJssalon	900 m	IJssalon	IJssalon	Dagelijkse verse bereiding, hoogwaardige grondstoffen
Huis-kamer van Zeist	600 m	Restaurant	Klassiek	Zeer authentieke uitstraling, brunchen en catering

Naam	Afstand	Bedrijfstype	Concept	Onderscheidend vermogen
ICHI	650 m	Restaurant	Shared dining / all you can eat	Sushi, ook bezorging
Kepass	2,2 km	Restaurant	Steakhouse	Spareribs volgens vast en geheim recept, voornamelijk vleesgerechten, onbeperkt spareribs, afhaalservice
La Cubanita	1,2 km	Restaurant	Shared dining / all you can eat / keten	Spaans tapas restaurant, voordelig onbeperkt eten
Lin Fa	800 m	Restaurant	Aziatisch	Afhalen
Lokaal Victoria	350 m	Restaurant	Klassiek met een twist	Biologische en lokale producten, informele sfeer, homemade taarten, zaalhuur
Monterosso	750 m	Pizzeria	Italiaans	Terras, eerste pizzeria in Zeist (1982), feesten en groepen. De kleinsten vermaken zich met een bolletje deeg bij de pizzabakker
New York Pizza	1,1 km	Afhaal/bezorgdienst	Keten	Bezorg en afhaal pizza
Pandarve	350 m	Huiskamer eetcafé	Klassiek	Lokale producten, huiselijke sfeer, wekelijkse activiteiten (bijvoorbeeld klaverjas-avonden, festival of paasmenu)
Proeverij de Azijnmaker	240 m	Hoger segment	Klassiek met een twist	Monumentaal pand van een azijnmaker, geschiedenis is bewaard gebleven Open keuken
Pizzeria Pronto	1,2 km	Pizzeria	Italiaans	Bezorging
Ramblas	450 m	Restaurant	Shared dining / all you can eat	Spaanse gerechten, Winnaar Gold Award, onbeperkt tapas assortiment

Naam	Afstand	Bedrijfstype	Concept	Onderscheidend vermogen
Restauran Hermitage	250 m	Brasserie/ restaurant	Frans	Hoger segment, hedendaagse uitstraling, moderne gastronomie, sfeervol restaurant met apart een informeler Café de Paris
Sirtaki	600 m	Restaurant	Grieks	Afhalen en bezorgen
Stan & Co	900 m	Restaurant	Keten	Steaks en pasta. Onderdeel van meerdere Stan en Co
Tapa Tapa	600 m	Restaurant	Shared dining / all you can eat	Tapas, ook afhalen. Waan jezelf in Spaanse sferen
The Fushion Club	1 km	Restaurant	Aziatisch	Aziatische fusion keuken
Twist of Flavours	300 m	Brasserie	Klassiek met een twist	Slow cooking, open keuken Koks zijn ook de gastheren, wijnsuggesties
Venezia	450 m	IJssalon	IJssalon	IJs zoals vroeger

BIJLAGE 5 – TOELICHTING OVERIGE EXPLOITATIEKOSTEN

Huisvestings- en inventariskosten

Niet meerekenen huur/pacht gebouwen, afschrijvingen en interest (deze vallen onder kapitaalslasten).

Onder huisvestings- en inventariskosten vallen:

- a) Kosten energieverbruik;
- b) Kosten onderhoud en reparatie gebouwen, terreinen, tuinen, alsmede inventaris. Dit is inclusief gehuurde of geleaste inventaris en kleine uitgaven voor regelmatig voorkomende aanschaf van glaswerk, porselein, aardewerk, bestek en linnengoed voor zover niet op de balans zijn geactiveerd;
- c) Reinigingsmiddelen, schoonmaak- en wasserijkosten;
- d) Overige huisvestings- en inventariskosten, waaronder water, afvoer huisvuil, verpakkingsmateriaal, wegwerpservies en -bestek.

Verkoopkosten

Uitgaven, zoals reclame- en representatiekosten (bloemen en folders), provisies en overige verkoopkosten (waaronder kosten samenwerkingsverbanden), muziek (cd's) en kosten voor levende muziek (exclusief BUMA en SENA, heffingen vallen namelijk onder Algemene kosten).

Algemene kosten

Alle overige niet genoemde kosten (minus baten):

- a) Administratie- en kantoorkosten, waaronder accountant, kantoorbenodigdheden, telefoon, porti, extern advies en overhead/beheer;
- b) Assurantielkosten;
- c) Kosten heffingen, contributies en belastingen;
- d) Kosten vervoermiddelen;
- e) Overige niet-genoemde kosten minus baten, excl. incidentele baten en lasten.