

Hilversum

Actualisatie Horecabeleid

Stap 1 Onderzoek

aanbodstructuur – draagvlak/vraag - marktruimte

Hoofdstukindeling

1. Inleiding	1
2. Analyse aanbod, typegericht	1
3. Gebiedsgerichte uitwerking, gebiedsprofielen	4
4. Analyse draagvlak en vraag	11
5. Raming economisch functioneren, marktruimte	13

versie : 27 januari 2016

B@S Consultants
Mr. Tripkade 21
3571 SV Utrecht

tel: 030-2730411
mobiel: 06-24264814

info@basconsultants.nl
www.basconsultants.nl

KvK Utrecht 30156577

1. Inleiding

Hilversum werkt aan een ondernemende, leefbare en attractieve stad waarin inwoners, bezoekers en ondernemers zich thuis voelen. Daarbij is een goed opgebouwd en toekomstbestendig voorzieningenaanbod van groot belang. In dat aanbod speelt de horeca een belangrijke rol.

Voor de actualisatie van het horecabeleid heeft de gemeente Hilversum allereerst behoefte aan een goed inzicht in de positie en het perspectief van de horeca, aan het belang van de horeca voor Hilversum in het algemeen en voor het centrum in het bijzonder, het karakter van de horeca, het verzorgingsgebied (regionale functie), trends en ontwikkelingen (o.a. mengvormen retail en cultuur, tijdelijke invullingen) en een eerste doorkijk op de ambitie en toekomst.

2. Analyse aanbod, typegerichte uitwerking

Hieronder worden de belangrijkste kenmerken van het horeca aanbod op rij gezet zoals geïnventariseerd en geactualiseerd in januari 2016. Hiervoor zijn bestanden van HorecaDNA en Locatus gebruikt en ter vergelijking en controle op elkaar gelegd. Het aanbod is ter plekke nagelopen (globale check buitenzijde).

Volgens de met gegevens van HorecaDNA en Locatus uitgevoerde inventarisatie zijn er in januari 2016 in Hilversum in totaal 242 horecabedrijven met een totale verkoopoppervlakte van 23.444 m².

Aantal bedrijven en m² verkoopoppervlakte 2006-2016	2006 Volgens BHC		2011 Volgens BHC		januari 2016 Locatus/HorecaDNA	
Drankensector	94	10.573 m ²	81	8.560 m ²	91	9.171 m ²
Fastservicesector	70	4.219 m ²	62	3.674 m ²	76	3.821 m ²
Restaurantsector	57	6.067 m ²	62	7.306 m ²	69	8.061 m ²
Hotelsector	8	2.521 m ² 262 kamers	6	2.391 m ² 240 kamers	6	2.391 m ² 240 kamers
Totaal horeca	229	23.380 m²	211	21.931 m²	242	23.444 m²

Het horeca-aanbod in Hilversum is in het afgelopen decennium¹ dus in aantallen bedrijven toegenomen tot 242 (+5,7%), maar in verkoopoppervlakte vrijwel gelijk is gebleven. Ten opzichte van vijf jaar geleden zien we wel een stijging van zowel het aantal bedrijven als de totale verkoopoppervlakte.

¹ Voor de ontwikkeling in de afgelopen tien jaar is gebruik gemaakt van oudere bestanden van het inmiddels opgeheven Bedrijfschap Horeca en Catering BHC.

Bij de opvallende daling in de periode 2006-2011 speelt de economische crisis die in 2008 in volle hevigheid losbarstte ongetwijfeld een rol. Die leidde tot forse omzetsdalingen in de horeca. Ook landelijk daalde het aantal horecabedrijven in die periode, al was de daling landelijk beduidend minder groot dan in Hilversum.

Kijkend naar de sectorontwikkeling in de afgelopen tien jaar blijkt het aantal bedrijven in de drankensector afgenomen met 3 (-3,2%), vooral door een daling van het aantal cafés. De verkoopoppervlakte nam veel sterker af: -13,3%. Het gemiddelde drankverstrekkende bedrijf werd dus kleiner (schaalverkleining). Er zijn enkele grote bedrijven in de drankensector verdwenen (bijv. café-zaal De Kuip en zalencentrum Castellum Novum), terwijl de nieuwe bedrijven, vooral in de koffiehoek, vaak kleiner zijn (bijvoorbeeld Starbucks, Dyanna, Doppio en Cowork).

- het aantal bedrijven in de fastservice nam, na in de periode 2006-2011 eerst te zijn gedaald, per saldo toch met 6 toe (+8,6%). Dit vooral door groei van het aantal lunchrooms. De verkoopoppervlakte in deze sector daalde echter (-9,4%), o.a. door het verdwijnen van een grote Burger King.
- het restaurantaanbod groeide in de afgelopen 10 jaar gestaag (+12 bedrijven, +21,1%). De verkoopoppervlakte in de restaurantsector nam met 32,9% nog sterker toe. Het gemiddelde restaurant werd dus groter in oppervlakte (schaalvergroting), vooral door nieuwe grote bedrijven (bijv. Rex, Ai Bamboe), maar ook door uitbreiding (Su).
- Het hotelaanbod daalde aanvankelijk door het verdwijnen van pension Argentina en hotel-eetcafé De Waag, maar wijzigde de afgelopen 5 jaar verder niet. Anno 2016 herbergt Hilversum overigens maar een bescheiden aantal hotelkamers (240).

Uit bovenstaande cijfers blijkt dat Hilversum zich in de afgelopen jaren steeds meer ontwikkelde tot een restaurantstad (relatief hoge restaurantdichtheid).

Omdat het aantal inwoners in de afgelopen tien jaar toenam met 4,8% is het horeca-aanbod per 10.000 inwoners heel licht toegenomen (van 27,4 naar 27,6 bedrijven).

Als we een vergelijking willen maken met de andere gemeenten in de grootteklasse 75.000 tot 100.000 inwoners, dan zijn we aangewezen op de landelijke cijfers uit 2014².

² Het vergelijkend overzicht is gebaseerd op BHC-cijfers uit 2014. Na 2014 zijn er in Hilversum veel kleine nieuwe bedrijfjes bijgekomen waardoor het aanbod per 10.000 inwoners nu wat groter is.

Dan blijkt het volgende.

- Hilversum staat in de subtop qua aantal horecabedrijven per 10.000 inwoners.
- Het gemiddelde horecabedrijf in Hilversum heeft een voor publiek toegankelijk vloeroppervlakte van 105 m². Dat is beduidend kleiner dan het gemiddelde van 147 m² in alle gemeenten in deze grootteklasse. Hiermee staat Hilversum op de voorlaatste plaats.
- Gekeken naar de sectoren dan zijn de Hilversumse bedrijven in zowel de drankensector (gemiddeld 100 m² verkoopvloer per bedrijf), de fastservice (gemiddeld 50 m²) als de restaurantsector (ongeveer 120 m²) relatief klein.
- Vergeleken met de benchmark 75.000/100.000 scoort Hilversum qua hotelkamers zeer laag en in de ranglijst van aantal hotelkamers per gemeente is Hilversum in 2014 pas op de 100^{ste} plek te vinden. Als we dit relateren aan het aantal inwoners dan telt Nederland 71 hotelkamers per 10.000 inwoners terwijl dat er in Hilversum slechts 28 zijn (211^{ste} op de ranglijst). Hotelgasten spelen dus een relatief bescheiden rol in de stad.

Naast het bovenstaande valt ten aanzien van het aanbod verder op:

- De landelijke trend van verschuiving van avond/nacht-zaken naar dagzaken doet zich ook in Hilversum voor.
- Hilversum volgt de trend dat er een verschuiving plaats vindt van bedrijven die je vooral bezoekt om wat te drinken, naar bedrijven waar de combinatie van eten en drinken centraal staat.
- Op verschillende plekken zien we ook vormen van brancheervaging of blurring. Bijvoorbeeld boekhandel Voorhoeve met een lunchroom en om de hoek kledingzaak Dyanne met koffiehoek. Maar ook zijn er diverse vestigingen van de populaire productverwante combinatie van (banket)bakker-lunchroom/coffeecorner.
- Cowork Store 67 Degrees combinatie van flexwerken en koffiezaak met broodjes.
- Opvallend is de afname van de gemiddelde oppervlakte in de laatste 10 jaar, landelijk zien we groei, al vlakt die de laatste jaren wel af. Dit kan worden verklaard doordat er naast nieuwe grote zaken (bijv. de wereldrestaurants), ook veel kleinschalige bedrijven het licht hebben gezien (veel in de koffie-, ijs- en lunchhoek).
- Op veel plaatsen in het land ontstaan horecagelegenheden op oude industriële locaties. Met Chef Aan de Werf heeft Hilversum sinds oktober 2015 ook een restaurant in de oude gemeentewerf.
- Er ontbreekt een toprestaurant in Hilversum. In de Misset-Horeca-Superlijst 2016, die is samengesteld door de waarderingen van Michelin, Gault Millau, Grootspraak en Lekker te combineren, staan 272 restaurants, maar geen enkel bedrijf uit Hilversum.

	Horecabedr. per 10.000 inw. 2014	Gemiddelde Oppervlakte in m ² 2014
Súdwest Fryslân	31,5	149
Heerlen	29,2	159
Sittard-Geleen	28,7	142
Hilversum	25,3	105
Roosendaal	25,3	153
Deventer	23,2	144
Oss	22,6	170
Schiedam	22,5	96
Hengelo	21,2	186
Helmond	19,6	158
Lelystad	18,3	183
Purmerend	16,1	111
Amstelveen	14,8	163
Nissewaard	13,5	152
alle gemeenten 75.000-100.000	22,4	147
Almere	12,3	185
Amersfoort	21,2	170
Utrecht	25,8	192

- Na de sluiting van Nachtcafé in 't Pakhuis heeft Hilversum géén discotheek meer. Let's get down/G-Spot staan als danscafé en nachtcafé te boek en zijn in de beleving van het publiek ook als discotheek te beschouwen (dans en disco ligt heel dicht bij elkaar).
- Hilversum heeft 7 nachtvergunningen
- Terrassen: de horeca op de pleinen in het centrum (o.a. op het C&A plein, Kerkbrink, Wagenmakersplein, Herenplein) heeft in alle gevallen de beschikking over terras. Elders (in het winkelgebied en in woonstraten) is dat meestal niet het geval (smalle stoepen etc).
- In navolging van de detailhandel doet filialisering/ketenvorming zich ook steeds meer voor in horeca. Zo heeft Hilversum in de fastservice naast de McDonalds, Febo en Smullers ook vestigingen van de Döner Company, Subway, Bakker Bart en Bagel & Beans. In de koffiehoeck Starbucks en Doppio Espresso. Bij de restaurants is naast La Place en het Hema Restaurant, sushi en grillrestaurant Sumo voorbeeld.
- Economisch gezien is de horeca niet alleen een belangrijke trekker maar ook belangrijke werkgever in Hilversum. Volgens gegevens van LISA werken er ruim 1.000 mensen in de Hilversumse horeca.

3. Gebiedsgerichte uitwerking, gebiedsprofielen

Van het totaal aantal geïnventariseerde horecabedrijven is anno 2016 het grootste deel (ca. 62%) gevestigd in het centrum (151 bedrijven met samen ruim 13.780 m²) en de rest (38% = 91 bedrijven met een totaal oppervlak van 9.664 m²) daarbuiten in de woonwijken, in het groen, op bedrijventerrein etc.

Aantal bedrijven en m ² verkoopoppervlakte 2006-2016	centrum		overig		totaal gemeente	
Drankensector	59	5.398 m ²	32	3.773 m ²	91	9.171 m ²
Fastservicesector	41	2.120 m ²	35	1.701 m ²	76	3.821 m ²
Restaurantsector	50	5.902 m ²	19	2.159 m ²	69	8.061 m ²
Hotelsector	1	360 m ² 55 kamers	5	2.031 m ² 185 kamers	6	2.391 m ² 240 kamers
Totaal horeca	151	13.780 m²	91	9.664 m²	242	23.444 m²

De zaken in het centrum zijn gemiddeld wat kleiner dan in de wijken en overig stad, zodat van het totale m² verkoopvloeroppervlak ongeveer 59% in het centrum is gesitueerd.

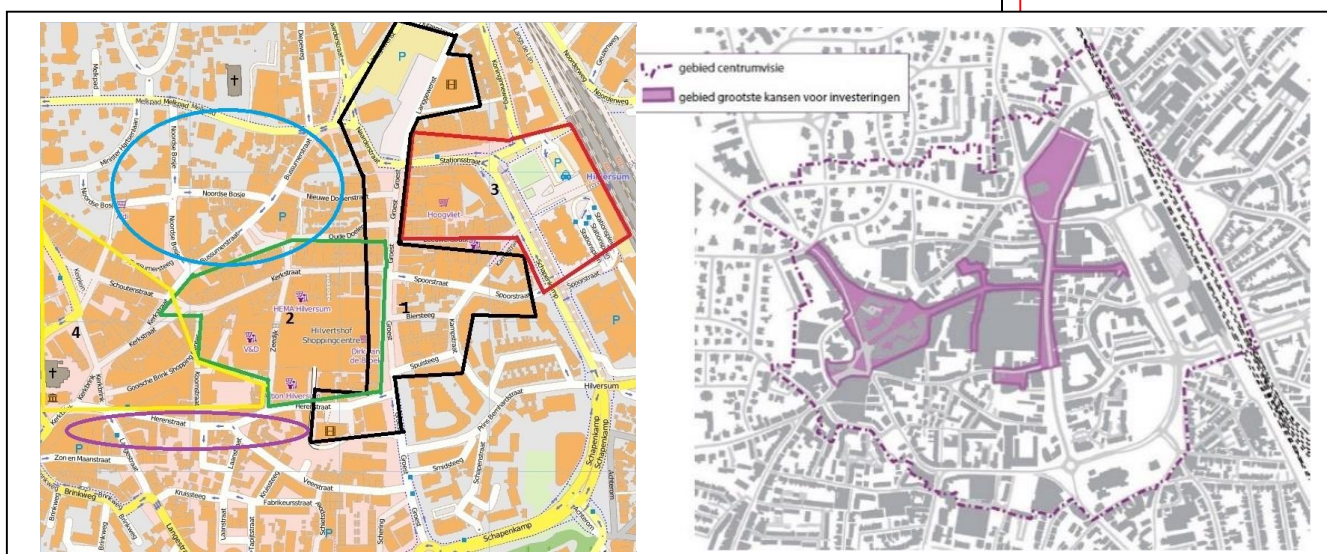
In de wijken gaat het om relatief wat grotere zaken (inclusief horeca vergunde wijkfuncties, ontmoetingscentra met zaalruimte etc) in met name dranken- en fastfoodsector. Hier zijn relatief weinig restaurants, en dan vooral chinees en pizzeria's met afhaal e.d.

De meeste hotels in Hilversum zijn net buiten het centrum gelokaliseerd. Het betreft Lapershoek, Ravel, Trompenberg en Tulip Inn Media Park.

Conferentiecentrum Hoorneboeg ligt meer aan de rand van de gemeente. Er zijn overigens al enige jaren bestemmingsplantechnische mogelijkheden voor de realisatie van een hotel op het Mediapark en Arenapark, maar deze tot op heden niet zijn benut.

Naast het op zich beperkt te hotelaanbod zijn er op de site van Bed-and-Breakfast Nederland zijn 3 kleinschalige b&b's te vinden, 2 in Boomborg, 1 tegenover het Mediapark. Op de Airbnb-site telt Hilversum in totaal 55 overnachtingsadressen.

Hieronder volgt per gebied eerst een kwantitatieve uitwerking van het horeca aanbod en daarna een kwalitatieve impressie van verschillende (door de gemeente in het beleid) onderscheiden deelgebieden.



3.1. Horeca aanbod in het centrum

Binnen het centrum zullen in het nieuwe detailhandelsbeleid en het horecabeleid een aantal gebieden worden onderscheiden. Voor begrenzingen zie kaarten hierboven.

1: Het uitgaansgebied

Het uitgaansgebied omvat Het Herenplein, De Groest en het Marktplaats tot en met de Vorstin, inclusief Biersteeg, Spoorstraat, Kampstraat.

Het gaat hier om 44 horecabedrijven gevestigd met samen 4.300 m² verkoopvloeroppervlak.

Uitgaansgebied	2016	2016
sector	Totaal bedrijven	Totaal m ² bedrijven
drankensector	22	1.885
fastservicesector	7	322
restaurantsector	15	2.105
hotelsector	0	0
totaal	44	4.312

Aan de Groest is een mix van vooral cafés en restaurants met enkele fastservicebedrijven gevestigd.

Naast een aantal niet gespecialiseerde restaurants bevinden zich hier twee restaurants met een Japanse keuken en sinds eind 2015 ook een

Italiaans restaurant. Daarnaast is er een concentratie van restaurants aan de Spoorstraat/Kampstraat en hoek Biersteeg net ten oosten van de Groest. Hier restaurants met een divers pallet aan nationaliteiten (Indisch, Indiaas, Grieks, Argentijns, Japans, Nederlands/Frans). Tezamen scoren de restaurants in het uitgaansgebied gemiddeld een 7,7 bij de toonaangevende restaurantreviewsites van Iens en Eet.nu. Dit is enigszins lager dan elders in de stad.

Belangrijk voor het uitgaanspubliek zijn het in 2014 geopende feestcafé Shots en Rex/G-Spot. De Vorstin, de nieuwe bioscoop en het Filmtheater zijn de grote culturele trekkers in de avond. Overdag levert vooral het aangrenzende kernwinkelgebied klandizie op voor koffie, lunches en terrasbezoek.

Het horeca aanbod overheerst en richt zich op een brede doelgroep. Naast een grote groep jongeren (avond- en nachthoreca) is het gebied door het aanbod (café-)restaurants met terras ook aantrekkelijk voor de wat oudere leeftijdsgroepen (overdag en avond).

Qua passantenstromen lopen er volgens info van de gemeente zaterdag overdag tussen de 5.000-10.000 mensen over de Groest (winkelend publiek), maar gezien de aard van het gebied is het ook interessant om te weten hoeveel mensen hier 's avonds lopen (en of dat groeit of afneemt). De laatste jaren is te zien dat de restaurants zich meer richting het Marktpllein bewegen.

Toekomstontwikkelingen die grote impact op dit gebied zullen gaan hebben zijn de ontwikkelingen op het Marktpllein (o.a. toekomstige invulling van de voormalige Eurobioscoop en de verschuiving van horeca naar het Marktpllein), op het Stationsplein (aantrekkelijker verbinding station-centrum) en de Hilvertshof (wordt nu herontwikkeld, door komt Primark neemt trekkracht fors toe, maar een uitbreiding van de horeca in de Hilvertshof zelf is niet voorzien).

2: Hart van de stad

Het hart van de stad is het kernwinkelgebied (A1) met overwegend winkels en enige het winkelen ondersteunende horeca. Het omvat het drukste gedeelte van de Kerkstraat (vanaf de Groest tot het C&A plein) en de Hilvertshof. Ook de Zeedijk wordt in dit gebied meegenomen, alsmede het eerste deel van de Gooische Brink t/m Bakkerij Bart.

Het gaat hier vooral om winkels met maar een beperkt aantal het winkelen ondersteunende en op het winkelpubliek afgestemde horeca: in totaal 9 bedrijven met 780 m2 verkoopvloeroppervlak. Het betreft vooral ketenfilialen (Febo, Bagel & Beans, McDonald's, La Place, Hema restaurant, Bakker Bart). Opvallende nieuwkomer is hier

Hart vd Stad	2016	2016
sector	Totaal bedrijven	Totaal m ² bedrijven
drankensector	1	15
fastservicesector	6	515
restaurantsector	2	250
hotelsector	0	0
totaal	9	780

sinds april 2015 lunchzaak Your Coffee, gevestigd in een oude Leger des Heils kerk aan de Kerkstraat.

De aanwezigheid van veel ketens zorgt voor een brede doelgroep van zowel Hilversummers als bezoekers van buiten. Hier lopen op een zaterdag tussen de 20.000-25.000 passanten langs, wat interessant is voor de winkelondersteunende horeca.

Na herontwikkeling van de Hilvertshof (eind 2016 gereed) en met name door de komst van Primark (voorjaar 2017) is de verwachting dat het aantal bezoekers in het centrum van Hilversum gaat toenemen, en dat zal dan vooral in dit gebied te merken zijn. Dit vraagt ook om ruimte voor nieuwe op die groeiende groep bezoekers inspelende horeca.

Mogelijk dat er dan ruimte kan ontstaan voor frisse vernieuwende lunchconcepten, al dan niet gecombineerd met retail, hoewel er ook al mensen zijn die vinden dat er zo langzaam maar zeker al (te) veel lunchconcepten zijn. De menging van horeca met retail komt (vrijwel) nog niet voor in Hilversum (m.u.v. enkele hierboven al genoemde zaken) en vormt wel een aandachtspunt voor nieuw horecabeleid.

3: De Hilversumse Hal

Het gaat hier om het entreegebied van Hilversum met Stationsplein, Stationsstraat, Leeuwenstraat, Deze entree tot de stad heeft nog niet de gewenste uitstraling.

Hier bevinden zich naast een relatief groot all-you-can-eat restaurant (Su), vooral cafés, koffiehuisen en fastservicezaken. Het horecabeeld maakt er een wat rommelige indruk. Een opvallend nieuw (meng)concept aan de Stationsstraat is Cowork Store 67 Degrees gericht op samenwerkende flexwerkers, maar je mag er ook zo binnen lopen voor koffie en een broodje. Het lijkt een goede locatie op 2 minuten lopen van het station en naast de parkeergarage. Aan het Stationsplein bevinden zich drie ketenzaken: Smullers, Döner Company en Starbucks, waarbij de laatste wat onopvallend gesitueerd is.

Met name in de Leeuwenstraat maar ook op het Stationsplein kan de horeca een rol spelen om de gebiedskwaliteit en de verbindingsfunctie van het station naar het centrum te verbeteren en de bezoekers van Hilversum gemakkelijker het centrum in te leiden. De laatste jaren is al een aanzet hiervoor zichtbaar in bijvoorbeeld Eetcafé Samen (op de locatie waar vroeger de Gooische Herberg zat) en Fuoco (voorheen Take a Wok).

De passantenstromen liggen op dit moment op 5.000-10.000 passanten op een zaterdag, met de hoogste aantallen in de Leeuwenstraat. Het type consument waar dit gebied zich in het verleden vooral op richtte

Hilversumse Hal	2016	2016
sector	Totaal bedrijven	Totaal m ² bedrijven
drankensector	8	500
fastservicesector	8	282
restaurantsector	1	240
hotelsector	0	0
totaal	17	1.022

waren met name alternatievelingen, die hun aanbod niet vonden in het Hart van Hilversum. Met leuke alternatieve winkeltjes was dit het alternatief voor mensen die iets anders wilden dan de standaard. Dit publiek is zeer divers, maar heeft wel een zelfde soort smaak. Dit profiel is helaas de afgelopen jaren verwaterd. De bedoeling is om de komende jaren dit profiel weer terug te laten komen.

Daarnaast zien we hier in de toekomst ook horecabedrijven die zich met (vernieuwende) snacks richten op treinreizigers en uitgaanspubliek en deels ook op alternatief winkelpubliek. Denk dan ook aan op dit moment 'trendy' BurgerBars, Moaz falafel, min12 ijs etc. zaken. Realistisch kijkend naar de planning van bijvoorbeeld het Stationsplein (gereed rond 2020, maar nog niet af) betekent dat pas over een aantal jaren duidelijk zal worden welke typen en merken horeca dan trendy zijn en zich op deze voetgangersstromen richten.

4: De Gouden Driehoek

Het gaat hier vooral om winkelgebied (A2) bestaande uit deel Kerkstraat vanaf C&A plein tot en met de Kerkbrink, de Gooische Brink, de Schoutenstraat, de 's-Gravelandseweg vanaf de Kerkbrink tot voor de Oude Enghweg.

De horeca in deze Gouden Driehoek bestaat voor een belangrijk deel uit lunchrooms met vooral een dagfunctie en (café-) restaurants die zich ook op het avondpubliek richten. In totaal 14 bedrijven met samen 1.260 m² verkoopoppervlak. Een duidelijke vorm van branchevermenging is zichtbaar bij boekhandel Voorhoeve, die er ook een lunchroom met terras exploiteert. Ook heeft webwinkel Dyanne sinds september 2015 aan de Gooische Brink een fysieke winkel met coffeecorner geopend.

Sinds eind vorig jaar is er een Surinaams restaurant gestart in de Schoutenstraat in een oude bakkerij. De restaurants in de Gouden Driehoek samen scoren gemiddeld een 8,2, een fractie minder dan die aan de Havenstraat en Emmastraat.

Opvallend aan dit gebied in het centrum is dat veel pleinen zich hier bevinden. Dit biedt kansen met betrekking tot horeca.

Het aantal passanten in de Gouden Driehoek ligt gemiddeld tussen de 5.000 en 15.000. De doelgroep die hier loopt zijn voor een deel dezelfde mensen die ook in het kernwinkelgebied lopen. De Kerkbrink en omgeving trekken toch meer lokale passanten dan de Kerkstraat. Toch is in dit gebied ook iets meer ruimte voor luxe goederen, en dit zorgt dan ook voor een doelgroep met een meer dan gemiddeld gevulde portemonnee. Hier vinden de connaisseurs en de fijnproevers wat zij aan luxe zoeken in het Gooi. De nu aanwezige horeca (en wellicht ook

Gouden Driehoek	2016	2016
sector	Totaal bedrijven	Totaal m ² bedrijven
drankensector	2	150
fastservicesector	5	282
restaurantsector	5	600
hotelsector	0	0
totaal	12	1.032

enkele nieuwe horeca) zal zich in dit gebied wat meer dan nu ook op deze doelgroepen kunnen profileren en zo de verblijfs waarde voor deze doelgroepen op de pleinen in dit gebied vergroten.

5: Overig centrum

In overig centrum bevinden zich begin 2016 in totaal 69 horecabedrijven (met samen 6.600 m² verkoopoppervlak) die zich min of meer gelijkmatig verdelen over de dranken- en maaltijdverstrekkers.

Dit aanbod kan nader worden verdeeld in aanbod in de aanloopstraten (Emmastraat, Havenstraat, Langestraat, Koninginneweg) en verspreid/solitair elders binnen het centrum.

Horeca in de aanloopstraten

Van de 69 horecagelegenheden in Overig centrum bevinden er zich 50 in de volgende vier aanloopstraten:

- Begin Emmastraat, inclusief de horeca aan de rotonde. Hier bevinden zich een twaalfstal horecagelegenheden van uiteenlopende aard. Uiteraard Grand Hotel & Theater Gooiland, maar ook diverse restaurants, fastservicebedrijven, een danscafé en een koffiehok bij de banketbakker. Opvallend is dat de vijf restaurants gemiddeld een 8,3 scoren bij Iens en Eet.nu, samen met de Havenstraat de hoogste score van de restaurantconcentraties in Hilversum.
- De Havenstraat telt zo'n 15 horecabedrijven. Naast drie cafés betreft het hier vier fastservicebedrijven en acht restaurants (die gemiddeld een 8,3 scoren). De helft van de restaurants voert er een Aziatische keuken. De straat kenmerkt zich ook door een relatief groot aantal bezorgbedrijven met bijbehorende scooters. De beperkte parkeergelegenheid en het eenrichtingsverkeer maken de bedrijven moeilijk te bereiken.
- De Langestraat (inclusief begin Nieuweg) telt 14 horecabedrijven. Hier bevindt zich een mix van drankverstrekkers, fastservice en restaurants. De 5 restaurants scoren gemiddeld een 7,8, net boven de restaurants in het uitgaansgebied.
- Aan de Koninginneweg bevinden zich 9 horecabedrijven (excl. de Vorstin die bij het Uitgaansgebied is ingedeeld). Hier betreft het met name diverse soorten cafés en enkele eetgelegenheden.

Woongebieden centrum

Elders in de (woongebieden van de) binnenstad bevinden zich her en der nog diverse solitaire en in enkele gevallen beperkt geclusterde horecabedrijven met een van oudsher (lokaal) verzorgende functie. De woonfunctie heeft hier duidelijk prioriteit en het horecaaanbod beperkt zich tot een buurt/wijkverzorgende functie.

Overig Centrum	2016	2016
sector	Totaal bedrijven	Totaal m ² bedrijven
drankensector	26	2.848
fastservicesector	15	719
restaurantsector	27	2.707
hotelsector	1	360
totaal	69	6.634

Bijzondere locaties, sterlocaties/hotspots

Hiervoor is al ingegaan op enkele bijzondere locaties (met potentie) voor horecavestiging waarvan er enkele met name genoemd kunnen worden:

- De oude Eurobioscoop
- Stationsplein
- Oude Kantongebouw

6: Horeca buiten het centrum

Buiten het centrum zijn nog 91 horecabedrijven gevestigd, waaronder vijf van de zes Hilversumse hotels.

Woonwijken

In de omliggende woonwijken treffen we in totaal 68 horecabedrijven. Dat aanbod bestaat vooral uit buurt/wijkgerichte bedrijven in de drankensector (waartoe o.a. horeca bij sportaccommodaties en ontmoetingscentra), in de fastfoodsector en restaurantsector (chinezen, pizzeria's e.d.), vaak gesitueerd in de diverse buurt- en wijkcentra. Maar ook treffen we her en der (langs de 'doorgaande' wegen) hoekcafés en buurtkroegen die al vanouds zijn gevestigd en horen bij Hilversum. Dit zijn normale en uit verzorgingsoptiek noodzakelijke representanten van de buurt- en wijkverzorgende horeca.

Opvallende locaties:

- Binnenstedelijke winkelstraat De Gijsbrecht met ca. 10 horecabedrijven die een gevarieerd en deels nieuw aanbod bieden met o.a. een café, een wijnbar, een ijssalon, een lunchroom bij de bakker, een snackbar en een Italiaans restaurant.
- Overige buurt- en wijkwinkelcentra. Zo herbergt winkelcentrum Kerkelanden een drietal horecabedrijven, is er een cafetaria in winkelcentrum Seinhorst en ook een cafetaria in de Heigalerij.
- Concentraties van horecabedrijven van uiteenlopende pluimage direct ten oosten van het centraal station aan de Larenseweg en de Kleine Drift.

Verder valt op dat de twee restaurants met de meeste reviews in Hilversum bij Iens en Eet.nu in dit gebied gevestigd zijn: Bleu en Paisan.

Buitengebied/bedrijventerreinen

Ten slotte tellen het buitengebied en de bedrijventerreinen nog 23 horecabedrijven.

Buiten het centrum	2016	2016
sector	Totaal bedrijven	Totaal m ² bedrijven
drankensector	32	3.773
fastservicesector	35	1.701
restaurantsector	19	2.159
hotelsector	5	2.031
totaal	91	9.664

Enkele bijzonderheden:

- Verspreide 'solitaire' horeca zoals restaurant Chef aan de Werf in de gemeentewerf, restaurant Lakes aan het water en diverse andere eetcafés, bistro's en restaurants.
- Een drink-/eetgelegenheid op een boerderij aan de Melkmeent.
- Een zevental horecagelegenheden bij sportaccommodaties (zoals golf, tennis, manege en sporthal)
- Een vijftal bedrijven, waaronder drie restaurants, aan de Noodweg (in het groen).
- Horeca (eten en drinken) in het Muziekcentrum van de Omroep.

Naast bovenstaande reguliere horeca bij sportaccommodaties is er ook horeca die als paracommerciële horeca wordt betiteld. Deze horeca die wel is vergund door de gemeente Hilversum, maar niet inschrijfplichtig is bij de Kamer van Koophandel is hiervoor niet meegenomen. Het gaat dan bijvoorbeeld om horeca in buurt- en wijkcentra, in gesubsidieerde instellingen als de bibliotheek met koffie en tosti's en plannen voor meer <http://paper.hilversumsnieuws.nl/open/62659ce8/?frommail#p7> en bijvoorbeeld het Museum Hilversum met pop up lunchcafé en de horeca in sportkantines.

4. Analyse draagvlak en vraag

Hilversum is een stad met ambities op het gebied van wonen, media, centrum etc. De horeca speelt hierin een (belangrijke) rol en elk van deze aspecten levert een eigen bijdrage in het draagvlak en de vraag naar horeca. De horeca moet die vraag zo goed mogelijk bedienen door een optimaal aanbod voor de eigen bevolking, het uitbouwen van de regioverzorgende functie en het vinden en binden van (nieuwe) doelgroepen.

Wonen

Hilversum telt per 1 januari 2016 bijna 88.000 inwoners, en is de 37^{ste} gemeente van Nederland.

Na 2009 is het inwonertal met ongeveer 3.500 toegenomen en ook in de komende jaren zal het inwonertal licht groeien. Volgens gemeentelijke bevolkingsprognose zal het inwonertal toenemen van op 1 januari 2015 87.153 tot ongeveer 90.676 inwoners in 2025 en 94.558 in 2040. Uit prognoses voor de regio blijkt overigens dat delen van de regio de komende jaren krimpende inwonertallen laten zien wat invloed heeft op het verzorgingsgebied en draagvlak voor toekomstige horeca in Hilversum.

De samenstelling van de bevolking wijzigt ook. De voor de horeca in de binnenstad belangrijke leeftijdsgroep 15 tot en met 29 jaar neemt de komende jaren nog licht in aantal toe (wat gunstig is voor de uitgaanshoreca). Ook de leeftijdsgroep 30 tot en met 64 jaar neemt licht in aantal toe (wat een gunstige ontwikkeling is voor de daghoreca en restaurantsector). De grootste toename wordt echter verwacht van het

aantal 65-plussers in Hilversum van nu ongeveer 19% van de totale bevolking tot 21% in 2025 en 26% in 2040.

Uitdaging is nu om de lokaal en regionaal aanwezige doelgroepen meer aan de horeca in de (binnen)stad te binden. Daarbij is het nu aanwezige draagvlak overigens belangrijker dan de voorspelde draagvlaksituatie in 2025 of 2040.

Werken / mediastad

Hilversum biedt relatief veel werkgelegenheid. Per 100 inwoners zijn er in 2014 ruim 72 banen per 100 inwoners, t.o.v. ruim 62 in alle gemeenten met 75.000-100.000 inwoners (bron: Hilversum in Cijfers). De grootste en meest in het oog springende werkgever is de verzamelde mediasector. Daarnaast advieskantoren en divers op bedrijventerreinen. Die bedrijven beschikken in het algemeen over eigen horecafaciliteiten (kantine, contractcatering). Indicatie uit Omnibusenquête: inkomende pendel (woonachtig buiten Hilversum, werkzaam in Hilversum), groter dan uitgaande pendel (2014: 31.300, 27.500).

Vanuit het bedrijfsleven wordt geopperd dat er op de bedrijventerreinen ook behoefte is aan horeca voor werknemers en zakelijk bezoek. Kijkend naar het relatief kleine hotelaanbod in Hilversum mag worden aangenomen dat Hilversumse bedrijven voor het onderbrengen van eigen personeel en zakelijk bezoek uitwijkt naar hotelaccommodatie buiten Hilversum. Het kleine aanbod hotelkamers in Hilversum wordt door het bedrijfsleven als een gemis gezien, maar de feitelijke behoefte van bedrijven aan horecagelegenheid in de directe omgeving van het bedrijf, op de bedrijventerreinen zelf of op het Mediapark is onbekend.

Winkels en andere voorzieningen

De positie van Hilversum als winkelstad is lokaal nog steeds sterk. Ook de regionale marktpositie is aanwezig maar staat wel onder druk. De regionale positie ondervindt vooral concurrentie van Utrecht, Almere, Amersfoort, Amsterdam maar ook enkele omliggende kleinere koopcentra in De Gooi en Vechtstreek weten de regio te binden (zie regionaal koopstromenonderzoek 2011).

Met 1.278 winkels (Locatus, 2015) en daarmee 14,7 winkels per 1.000 inwoners ligt het winkelaanbod hoger dan in alle gemeenten met 75.000-100.000 inwoners (12,7). Zoals eerder (op pagina 3) al is aangegeven geldt die hoge positie niet voor de horeca waarin Hilversum per 10.000 inwoners in de middenmoot beweegt van de gemeenten met 75.000/100.000 inwoners.

Toerisme

De horeca ondervindt spin-off van (binnen)stedelijke toeristische voorzieningen en is omgekeerd een belangrijk onderdeel van de toeristische aantrekkelijkheid van de stad. Hilversum heeft géén in het oog springende toeristisch-recreatieve attractie voor ander dan lokaal/regionaal bezoek.

Toch is Hilversum volgens het Continue Vakantie Onderzoek (CVO 2014) met ruim 1,5 miljoen bezoeken op jaarbasis een goede middenmoter als

het gaat om toeristisch bezoek. Het aantal toeristisch bezoekers is de afgelopen jaren ook ongeveer gelijk gebleven.

- Winkelen voor plezier is voor 45% van de bezoekers van Hilversum de belangrijkste reden om de stad te bezoeken. Ca. 10% komt voor lunchen/dineren en 2% om op een terrasje te zitten.
- De gemiddelde besteding per persoon per bezoek aan Hilversum ligt met € 33,- relatief laag vergeleken met gemiddeld in de andere onderzochte steden (€ 40,80).
- In winkels komt gemiddeld 39 procent van de totale bestedingen terecht en in de horeca 47 procent. Bij ongeveer viervijfde van de toeristische bezoeken profiteert de plaatselijke horeca mee van de uitgaven gedaan tijdens het toeristische stadsbezoek.

Cultuur

Naast het algemeen toeristisch karakter heeft Hilversum ook culturele uitgaansfunctie, met o.a. theaters, musea, bioscopen, poppodium etc. Dit cultuuraanbod bevindt zich vooral in de binnenstad maar ook daarbuiten (Mediapark). Bij de culturele uitgaansfunctie hoort ondersteunende dag- en avondhoreca. Met De Vorstin en de bioscoop en met het filmtheater op het Herenplein ontwikkelt zich rondom de Markt een nieuwe cultuurcluster/cultuurhoek waarin ook (een aanzienlijk nieuw) horeca aanbod beschikbaar kan zijn/komen.

5. Raming economisch functioneren, marktruimte

Hieronder wordt met voorgaande resultaten over aanbod en vraag een raming opgesteld van het huidig en in de toekomst mogelijke economisch functioneren. Op basis daarvan kan antwoord worden gegeven op de vraag of er marktruimte is voor verdere ontwikkeling van het horecaaanbod in Hilversum.

Gemiddelden NEDERLAND	gebied		
Sector	Omzet incl. BTW (x 1 miljard) 2014	Aantal m ² vvo (x 1 miljoen) 2014	Omzet incl. BTW per m ² vvo
Drankensector	3,5	1,3	2.600,-
Fastservicesector	3,5	0,7	4.600,-
Restaurantsector	6,6	1,8	3.500,-
Hotelsector (excl. logiesdeel)	2,9	1,1	2.900,-
Totaal	15,7	5,0	3.300,-

Raming HILVERSUM	gebied		
Sector	aantal m ² vvo	Omzet per m ² vvo	Omzet incl. BTW (x 1 miljoen)
Drankensector	9.171	2.600,-	23,8
Fastservicesector	3.821	4.600,-	17,6
Restaurantsector	8.061	3.500,-	28,2
Hotelsector (excl. logiesdeel)	2.391	2.900,-	6,9
Totaal	23.444		76,6

Gebruikmakend van de 'gemiddelden' in Nederland (o.b.v. CBS-omzetgegevens en aanbodgegevens Bedrijfschap Horeca) is de horecaomzet in Hilversum voor 2014 geraamd op bijna € 77 miljoen.

Uitgaande van landelijke kentallen kan worden ingeschat dat van deze omzet ongeveer 15% (11 miljoen euro) zakelijke bestedingen betreft en 85% (ruim 65 miljoen) particuliere bestedingen zijn.

Onbekend is welk aandeel van deze omzet afkomstig is van inwoners van Hilversum en hoeveel daarvan afkomstig is van bezoekers van buiten. Vanuit het wonen, werken en toeristisch bezoek kan schattenderwijs de volgende redenering worden opgebouwd:

- Wonen: Op basis van het gemiddeld inwonertal van de gemeente in 2016 van ongeveer 88.000 en een gemiddelde uitgave van € 850,- (incl. BTW) per inwoner aan eten en drinken in de horeca zou de geraamde omzet vanuit de particuliere vraag vanuit Hilversum zelf op bijna € 74 miljoen komen.
Onbekend is welk deel daarvan wordt gebonden in de lokale horeca maar het regionaal koopstromenonderzoek 2011 geeft wel enkele aanwijzingen als we de koopkrachtbinding in de niet-dagelijkse winkelbestedingen als referentiepunt mogen nemen voor de binding van horecabestedingen. Deze bedraagt voor Hilversum als totaal ongeveer 45% (2/3^e van 65%) en voor Hilversum Centrum ongeveer 30% (2/3^e van 42%). Dit zou resulteren in een in de Hilversumse horeca gebonden omzet van respectievelijk 33 miljoen in totaal Hilversum, waarvan 22,5 miljoen in centrum Hilversum.
- Werken: Uitgaande van landelijke kentallen is hiervoor al ingeschat dat van de in Hilversum gerealiseerde horecaomzet (€ 77 miljoen) ongeveer 15% (11 miljoen euro) zakelijke bestedingen betreft en 85% (ruim 65 miljoen) particuliere bestedingen zijn.
- Toeristisch bezoek : Op basis van de gegevens uit het CVO 2014 zou ruwweg een besteding van toeristische bezoeken in de Hilversumse horeca berekend kunnen worden van € 23 miljoen (= 1,5 miljoen bezoeken x € 33,- per bezoek waarvan 47% in horeca).

Totaal wonen (33 miljoen) + werken (11 miljoen) en toeristisch bezoek (23 miljoen) = € 67 miljoen en dat komt goed overeen met de op basis van landelijke kentallen berekende € 65 miljoen.

Bovenstaande raming maakt ook duidelijk dat van de in Hilversum aanwezige horecakoopkracht van 74 miljoen ongeveer 33 in de Hilversumse horeca wordt gebonden en dus 41 miljoen wegvloeit uit de gemeente, bijvoorbeeld richting Amsterdam, Utrecht en de rest van het Gooi. Ruimte voor uitbreiding van de horeca kan ontstaan als zich hierin wijzigingen voordoen, onder andere door vernieuwing en een voor diverse doelgroepen aantrekkelijker aanbod in (het centrum van) Hilversum.