

Horecavisie en beleidskaders Gemeente Lelystad 2024 – 2030

HORECAVISIE, ONTWIKKELPERSPECTIEF & ADVIES BELEIDSKADERS



15 oktober 2024

© 2024 CONTRAST B.V.

De resultaten van toepassing en gebruik van de door CONTRAST B.V. verrichte studies en verstrekte adviezen zijn afhankelijk van velerlei factoren, die buiten de invloed van CONTRAST B.V. vallen. Ofschoon de opdracht door CONTRAST B.V. naar beste inzicht en vermogen en overeenkomstig de eisen van goed vakmanschap wordt uitgevoerd, is er sprake van een "inspanningsverplichting" zodat het bereiken van het beoogde resultaat niet kan worden gegarandeerd.

Behoudens uitzondering door de wet gesteld mag, zonder uitdrukkelijke toestemming van CONTRAST B.V., niets uit deze uitgave worden vermenigvuldigd en/of openbaar worden gemaakt door middel van druk, fotokopie, microfilm of anderszins, hetgeen ook van toepassing is op de gehele of gedeeltelijke bewerking.

Op alle opdrachten en/of overeenkomsten zijn uitsluitend de algemene aanbiedings- en leveringsvoorwaarden van CONTRAST B.V. van toepassing zoals gedeponeerd bij de Kamer van Koophandel Gooi- en Eemland te Almere.





INLEIDING

De juiste horeca op de juiste plaats.

Aantrekkelijk levendig, gevarieerd, geclusterd en verbonden.

Lelystad groeit en is een stad in ontwikkeling. Met deze actuele Horecavisie wordt een duidelijk afwegingskader geboden op basis waarvan stadsbreed de juiste keuzes gemaakt kunnen worden onder het mom van 'de juiste horeca op de juiste plaats'. Het is een weergave over waar Gemeente Lelystad vandaan komt, staat en naar toe wilt. Deze visie heeft Gemeente Lelystad in samenwerking met adviesbureau CONTRAST opgesteld.

Participatie: samen met de stad

De Horecavisie sluit aan bij de ambities van Lelystad als stad, draagt bij aan de opgaven per deelgebied en speelt in op de (toekomstige) doelgroep en kansen voor de horeca. De visie is samen met stakeholders ontwikkeld, waaronder bewoners, ondernemers, culturele instellingen, retail en BSFO, vastgoedeigenaren, Koninklijke Horeca Nederland (hierna KHN), bestuurders, centrummanagers en andere belanghebbenden. CONTRAST heeft met richtinggevende beleidskaders advies uitgebracht over nader uit te werken beleidsregels. Denk hierbij aan nader uit te werken regelgeving met betrekking tot fastservice, openingstijden, terrassen en levendigheid & veiligheid. De richtinggevende beleidskaders zijn input voor de Omgevingsvisie en uiteindelijke Omgevingsplannen.

Proces

De aanpak voor de Horecavisie 2024-2030 bestaat uit kwantitatief en kwalitatief onderzoek, met aandacht voor de verschillende deelgebieden met eigen identiteit. In het kader van de juiste horeca op de juiste plek wordt op basis van marktmogelijkheden vanuit feitelijke cluster- en locatieprofielen en de ambities van de stad richting gegeven aan de gewenste horeca ontwikkeling per deelgebied.

Resultaat

Uitkomst is de Horecavisie 2024-2030. De horecavisie en actualisatie van het ruimtelijk ontwikkelkader zorgen er samen met de bestaande geactualiseerde beleidsstukken op het gebied van openbare orde en veiligheid, gezondheid en vergunningverlening voor dat Lelystad over een actueel en integraal beleid beschikt.

NB. Wanneer het in de documenten gaat over horeca ontwikkeling, betekent dit niet direct toevoegen van horeca of uitbreiding in omvang. Ontwikkeling kan ook een kwalitatieve ontwikkeling zijn in de vorm van wijziging van concept, horecamoment, functie of doelgroep. Ontwikkeling van horeca blijft maatwerk vragen, maar wel met een helder afwegingskader.

INHOUD

Inhoudsopgave

1. Uitgangspositie Lelystad 2024	p. 8
2. Horecavisie	p. 13
3. Ontwikkelperspectief Lelystad	p. 11
4. Beleidskaders	p. 25
5. Bijlagen	
a) Onderzoeksrapport	p. 41
b) Cluster- en locatieprofielen	p. 83
c) Visiedocument	p. 105

In de afbeelding rechts is de samenhang van de inhoudelijke stukken weergegeven.

Bijlage A) Onderzoeksrapport

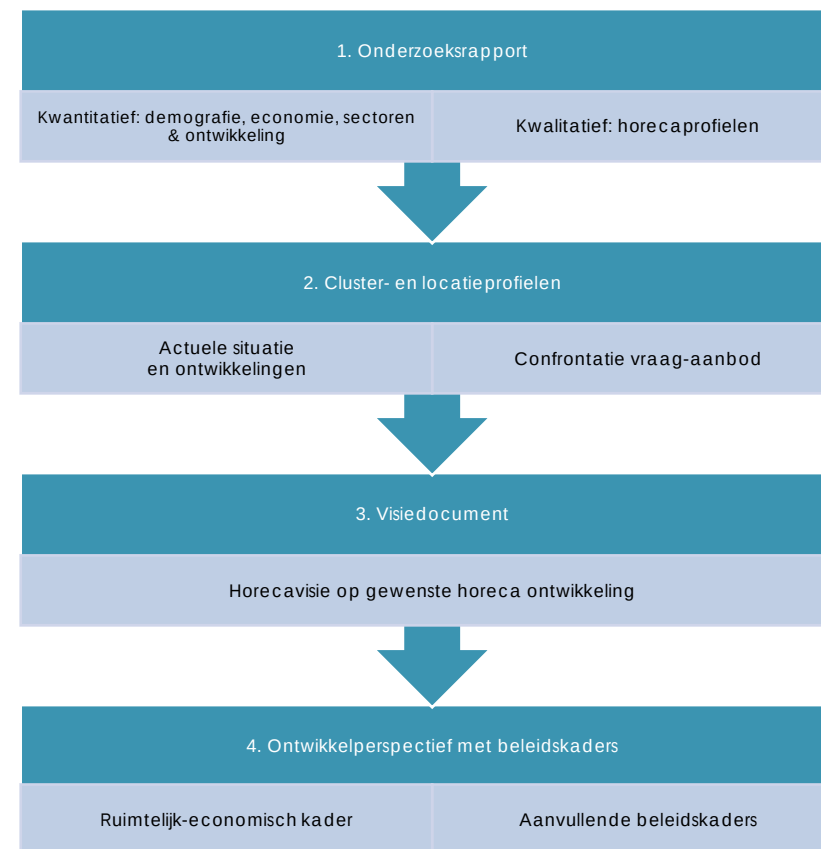
De markt is zowel kwantitatief als kwalitatief in kaart gebracht, in combinatie met de gebiedsontwikkelingen en horecatrends. Door vraag en aanbod te confronteren, zijn kansen voor de horeca in Lelystad uitgewerkt. De inzichten vanuit het marktonderzoek zijn verrijkt met input van stakeholders, waaronder horecaondernemers, bewoners, vastgoedeigenaren, interne betrokkenen van de gemeente en andere belanghebbenden.

Bijlage B) Cluster- en locatieprofielen

De cluster- en locatieprofielen geven inzicht in de identiteit, de marktvraag, het actuele horeca aanbod, de ontwikkelingen en de kansen voor de horeca per gebied in relatie tot de stadsbrede opgave en opgaven per deelgebied.

Bijlage C) Visiedocument

Het visiedocument beschrijft de stip op de horizon voor de gewenste horeca(ontwikkeling).



TOTSTANDKOMING HORECAVISIE IN ÉÉN OVERZICHT

1 AMBITIE VAN DE STAD, CLUSTER- EN LOCATIEPROFIELEN

Confrontatie vraag-aanbod op basis van de actuele horecasituatie, in relatie tot de stadsbrede opgave en opgaven per deelgebied. Overkoepelend en per deelgebied in cluster- en locatieprofielen.

KWANTITATIEF ONDERZOEK

Inwoners- en bezoekersaantallen, demografische gegevens, ontwikkeling en trends

KWALITATIEF ONDERZOEK

Horecaprofielen vraag & aanbod

Overkoepelende confrontatie vraag-aanbod Lelystad

Een kwart van de inwoners hebben een oranje, blauw of rood horecaprofiel.

>>> Beperkt aanbod oranje, blauwe en rode concepten (bij elkaar ≤10%).

Inzet op aantrekkelijk, levendig Stadshart en functioneel (wijk)winkelcentra.

>>> Door fastservice, veel van hetzelfde en te weinig terrassen is het straatbeeld niet aantrekkelijk: veroorzaakt een negatieve spiraal met leegstand tot gevolg.

Inzet op boeien en binden jongeren en starters (jongvolwassenen).

>>> Uitgaansaanbod is beperkt, cafésector is relatief klein.

De kritische consument is op zoek naar gezond, variatie en verrassing.

>>> Afhaal/ bezorgsector domineert en is veel van hetzelfde (groen).

2 RUIMTELIJK-ECONOMISCH KADER

Een richtinggevend ontwikkelperspectief voor toestaan, tegenhouden of stimuleren van horeca ontwikkeling.

01 KWANTITATIEF ONTWIKKELPERSPECTIEF

Criteria: richtlijn metrages (aantal m²), categorieën, beleidskaders (pop-up, beeldbepalende plekken)

02 TOEVOEGEN OF TEGENHOUDEN NIEUWE HORECA

GEMEENTELIJK BELEID

01

02

SAMEN MET DE STAD: MOTIVEREN EN INSPIREREN

02 VERKLEUREN VAN EEN DEEL VAN HET AANBOD

01 KWALITATIEF ONTWIKKELPERSPECTIEF

Criteria: horecaprofielen

3 JUISTE HORECA OP JUISTE PLAATS

De kansenkaart geeft inzicht in de gewenste horeca ontwikkeling en verbinding van gebieden.

RICHTING: DOELGROEP & PIJLERS VISIE

STABILISATIE/ VERKLEURING/
ONTWIKKELING/ TOEVOEGEN/ KRIMPEN

PRIORITERING

BESTAANDE INITIATIEVEN

BIJDRAGE SUBGEBIEDEN

KANSENKAART
LELYSTADSE HORECA
2030



VOOR LELYSTAD, DOOR LELYSTAD

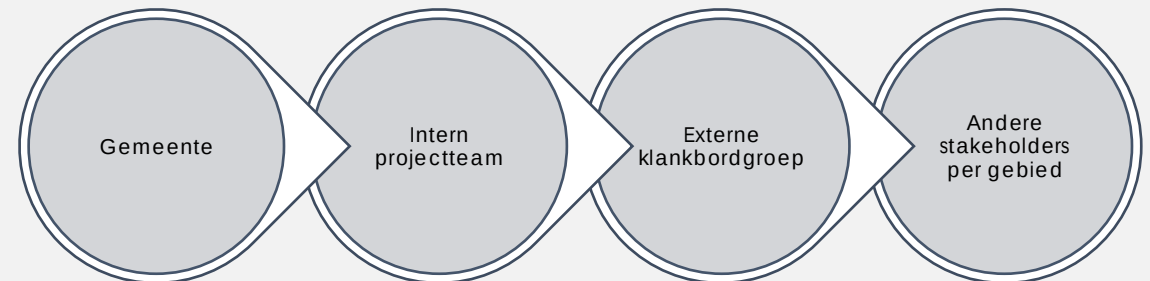
COLLECTIEVE OPGAVE TOT KWALITATIEVE ONTWIKKELING & ROL GEMEENTE

Samen met ondernemend Lelystad geeft de gemeente richting aan de gewenste horecaontwikkeling in omvang, type en profiel. Dit doen we geprioriteerd. De gemeente geeft enerzijds actief sturing door vestiging van vernieuwende concepten in gebieden te stimuleren. Ook heeft de gemeente een adviserende rol bij nieuwe aanvragen. Anderzijds zetten we in op het verkleuren van bestaande horecaconcepten om samen bij te dragen aan de gewenste ontwikkeling van Lelystad. Hier is mogelijk een rol voor KHN weggelegd.

PARTICIPATIE: SAMEN MET DE STAD

Horeca is een belangrijk thema voor de stad. Het onderzoek is in samenwerking met een vertegenwoordiging van de hele stad uitgevoerd: inwoners, ondernemers in de stad, de gemeente en overige belanghebbenden. De participatie heeft per thema plaatsgevonden in meerdere sessies en via een stadsbrede enquête.

- Horeca-ambities van de stad en gewenste horeca ontwikkeling per gebied:
 - o Meerdere sessies met de interne projectgroep
 - o Meerdere sessies met de externe klankbordgroep: inwoners, ondernemers en andere stakeholders (o.a. bewoners, vastgoedeigenaren, studenten, KHN)
- Verdieping op specifieke gebiedskenmerken en uitdagingen per gebied:
 - o Sessie met de externe klankbordgroep
 - o Drie gebiedssessies: Centrum, Kust en Wijken & Buitengebied
- Enquête over waardering huidige horeca en gewenste toekomst van de horeca
 - o Via het Lelystadspanel
 - o Onder inwoners van Lelystad; via een steekproef vanuit de GBA, via social media en middels flyers met een QR code bij lokale horeca ondernemers



1. UITGANGSPOSITIE LELYSTAD 2024

AMBITIE VAN DE STAD, DEELOPGAVEN PER GEBIED EN SWOT

Dit hoofdstuk geeft voor de horeca de stadsbrede opgave en de opgaven in de verschillende deelgebieden weer. De SWOT geeft het krachtenveld van de huidige stedelijke situatie en de mogelijkheden in de markt weer, vanuit het perspectief van bewoner, ondernemer, vastgoedeigenaar en gemeente. In de SWOT zijn factoren opgenomen die ten opzichte van referentiegemeenten en het landelijk gemiddelde kenmerkend zijn voor Lelystad en een verwachte positieve dan wel negatieve impact hebben op de horeca ontwikkeling.

AMBITIE VAN DE STAD



DE STADSBREDE OPGAVE

Lelystad is een jonge gemeente en groeit. Kenmerkend voor Lelystad zijn de clusters, met o.a. een Stadshart, een kust met toeristische aantrekkingskracht, nieuwe woonwijken en publiekstrekkingen verspreid over de stad. In slechts 55 jaar is Lelystad gegroeid in gebieden met unieke kenmerken en onderscheidende functies. Daarnaast kent de stad locatieprofielen met een eigen aantrekkingskracht en doelgroep.

Met de verwachte groei van Lelystad is dit het moment om de identiteit van Lelystad voor zowel huidige als toekomstige inwoners en bezoekers te verstevigen. Een aantrekkelijk levendige en toegankelijke horeca draagt bij aan het aantrekkelijker maken van buurt, gebied en stad en aan het binden van mensen, functies en voorzieningen. Op korte termijn met focus op Lelystedelingen, op termijn ook bezoekers uit de regio en toeristen. Van belang is een gebalanceerd horeca aanbod op de juiste plek en passend bij de (gewenste) doelgroep. De opgave is het horeca aanbod te ontwikkelen in lijn met de vraag. Uitgangspunt hierbij is clustering in plaats van versnippering en verblijfsconcepten voor verlevendiging van gebieden. Het Stadshart bedient inwoners en bezoekers als kloppend en divers hart van de gemeente. Een samenhang tussen horeca en o.a. retail en evenementen versterkt dit.

Het is een activerende visie welke meevaart op de golf van ontwikkelingen. We blijven in gesprek met bewoners, ondernemers en belanghebbenden om samen te werken aan onze ambities. De opgave is om ondernemend Lelystad te sterken. Het ondernemersbloed moet door het gebied stromen. Door samenwerking tussen ondernemers ontstaat een netwerk dat actief kan bijdragen aan de aantrekkelijkheid van gebieden. Hierbij wenst de gemeente te faciliteren, en ondernemers te stimuleren tot initiëren en organiseren van samenwerkingen. Gewenst resultaat is het ontwikkelen van onder meer de organisatiegraad in het Stadshart.

Met een visie gericht op heel Lelystad alsook op de potentie van ieder uniek gebied en locatieprofiel wordt duidelijk welke horeca waar wel en waar niet past. Dit leidt tot een duidelijk afwegingskader op basis waarvan stadsbreed keuzes gemaakt kunnen worden onder het mom van 'de juiste horeca op de juiste plaats'. De gemeente meet of uitvoering van de visie het gewenste resultaat oplevert, door iedere vijf jaar vraag en aanbod te confronteren in relatie tot de pijlers van de horecavisie, en stuurt bij indien nodig.

Dit wil gemeente Lelystad bereiken:

- ☐ De horecavisie geeft duidelijk richting aan gewenste horeca (ontwikkeling) in Lelystad, sluit aan op verwante beleidsstukken¹ en leidt tot heldere beleidskaders.
- ☐ De horeca versterkt Lelystad in het bereiken van haar doelstellingen, waaronder het versterken van het Stadshart, het vergroten van de aantrekkelijkheid van gebieden en binden van mensen met Lelystad.
- ☐ De horeca sluit aan op de identiteit van de verschillende clusters. De horeca in de gebieden is aantrekkelijk voor de hele stad of voor een specifieke doelgroep, versterkt de functie van het gebied en zorgt voor complementariteit van gebieden. In woonbuurten is de horeca kleinschalig in wijkwinkelcentra gevestigd. De horeca draagt bij aan sociale cohesie in wijken en gebieden.
- ☐ Prioriteit geven we aan ontwikkeling van de horecaclusters. Eerst aantrekkelijke horeca toevoegen aan het Stadshart en Bataviakwartier, daarna is ruimte voor horeca in andere (nieuwe) gebieden.
- ☐ Focus ligt op een horeca aanbod in balans met de vraag, en dus variatie en groeiend in omvang.
- ☐ Dynamische ontwikkeling, met behoud van bestaande horeca en ruimte voor vernieuwende concepten en samenwerking tussen ondernemers.

¹ Zie bijlage A) onderzoeksrapportage voor toelichting op verwante geactualiseerde beleidsstukken

OPGAVEN PER DEELGEBIED

De gemeente wenst een Stadshart met een aantrekkelijk horecacluster voor iedereen in de stad, met levendigheid gedurende de hele dag. Hier kunnen verschillende smaken en typen concepten met een eigen aantrekkingskracht landen, geprioriteerd is het Theaterkwartier.

Ook de Kust biedt potentie en hier ligt de opgave voor een aantrekkelijk horecacluster dat anders is dan het Stadshart, en bijdraagt aan de recreatieve functie van dit gebied.

Lelystad heeft aantrekkelijke locatieprofielen. Hier is geen cluster van horeca gewenst, maar wel (enkele) solitaire horeconcepten passend bij de functie van de specifieke locatie. De horeca moet de functie van het gebied versterken en kan de verblijfsduur van de gast verlengen. Passend aanbod per locatieprofiel draagt bij aan variatie in aantrekkelijke gebieden in Lelystad.

Ook de buurten in Lelystad zijn belangrijk. Hier staat een prettig woon- en leefklimaat centraal. Hier zijn geen grote voorzieningencusters, maar kleinschalige wijkwinkelcentra. In de wijkwinkelcentra komt de buurt samen, voor een boodschap, dagbesteding en kopje koffie of snelle lunch.

Voor een nadere toelichting op de opgaven per deelgebied verwijzen we u naar [de clusterprofielen en locatieprofielen \(bijlage B\)](#).



SWOT LELYSTAD

Sterktes

Lelystad groeit als stad, in stijgend inwoneraantal en werkgelegenheid. De stad heeft met +1.000 woningen per jaar een flinke woningbouwopgave. Lelystad kent een sterke vertegenwoordiging van 25-44 jaar en 45-65 jaar.

Lelystad heeft unieke, complementaire clusters met verschillende functies. De Kust is anders dan het Stadshart. Beide gebieden bieden potentie voor een prettig verblijfsklimaat en recreatief bezoek.

De forse groei van Lelystad betekent ruimte voor ondernemerschap voor de bestaande horeca (verandering / conceptoptimalisatie) alsook vestiging van nieuwe horeca voor meer diversiteit in het aanbod (afhankelijk van de mate van groei).

Kansen

Lelystad werkt aan het op de kaart zetten van de jonge gemeente om bedrijfsvestigingen te bemoedigen. Groei van bedrijfsvestigingen zorgt voor versterking van het zakelijk klimaat in Lelystad en draagt positief bij aan het ondernemersklimaat.

De groei van de stad biedt kansen voor versterking van het horeca aanbod dat er is, en op termijn kansen voor uitbreiding met nieuwe vestigingen in bestaande clusters of op specifieke ontwikkellocaties.

Vanuit kwalitatief oogpunt liggen grote kansen voor horeca ontwikkeling. Enerzijds door aanpak van het straatbeeld: concentratie van functies/ horeca i.p.v. versnippering vergroot de levendigheid en aantrekkelijkheid van gebieden. Anderzijds door inzet op het bedienen van de doelgroep met een **modern oranje**, **authentiek rood** en **exclusieve blauw** horecaprofiel.

Zwaktes

De horeca ontvangt gasten uit eigen gemeente (geen achterland) en het verzorgingsgebied is begrenst/ beperkt. De fysieke ligging en de spreiding van mensen, functies en voorzieningen (inwonersdichtheid is relatief laag) is uitdagend voor de horeca.

Lelystad heeft een lager aandeel eenpersoons- (-4%) en een hoger aandeel meerpersoons-huishoudens (+6%). Eenpersoonshuishoudens maken over het algemeen meer gebruik van de horeca. Het gemiddeld inkomen van een Lelystedeling ligt lager dan het landelijk gemiddelde, wat de bestedingsruimte voor horeca lager maakt.

Lelystad heeft een grote fastservicesector met concepten gericht op bezorgen & afhaal. Bezorgconcepten hebben een impact op het straatbeeld (dragen niet bij aan levendigheid).

Het Stadshart heeft te maken met leegstand: dit heeft een negatieve impact op de aantrekkelijkheid van dit kerngebied en de passantenstroom hiernaartoe.

Bedreigingen

Met het huidige inwoneraantal en bezoekersaantal zijn de kwantitatieve uitbreidingsmogelijkheden van de horeca (alsook van andere faciliteiten) beperkt. Er zijn grote publiekstrekkers; uitdagend is de bezoekers naar het Stadshart te brengen.

Uitdagend is een kwalitatieve ontwikkeling van de horeca met diversiteit in sectoren, om eenzijdigheid van het aanbod tegen te gaan. De consument is kritischer, de vraag naar horeca ontwikkelt en behoeften veranderen. Dit vraagt meer flexibiliteit en innovatie van de ondernemer.

Er is een integrale visie en aanpak benodigd voor het behalen van de doelstellingen (o.a. aantrekkelijk en levendig Stadshart). Alleen horeca toevoegen maakt het Stadshart niet levendig en aantrekkelijk.

De toenemende bezorgmarkt met hoge mate van vervoersbewegingen kan de balans verstoren en straatbepalend worden, en hierbij zorgen voor minder aantrekkelijke verblijfsgebieden.

De inflatie stijgt en het consumentenvertrouwen fluctueert. Consumenten hebben te maken met forse prijsstijgingen, wat de horecabesteding kan beïnvloeden. Ook ondernemers kampen met prijsstijgingen en een stijgende druk op het rendement.

HORECAPROFIELEN

VRAAG INWONERS – AANBOD 2023

AUTHENTIEK & BEWUST
Milieubewust,
duurzaam, creatief

Unieke ervaring,
authentiek, biologisch

Frequentie gemiddeld
Bereid meer te betalen

L: 7%
NL: 14%

MODERN & FREQUENT
Gezelligheid,
vernieuwend, hip

Verrassende ervaring,
populair, feestelijk

Frequentie hoog
Vaak met vrienden

L: 11%
NL: 15%

SPONTAAN & GEZELLIG
Gezellig, kindvriendelijk,
harmonie

Gezelligheid, veel
keuze, voor iedereen

Frequentie gemiddeld
Vaak in gezelschap

L: 20%
NL: 22%

EXCLUSIEF & KIESKEURIG
Statusgericht, zekerheid,
formeel

Kwaliteit, luxe, goede
recensies

Frequentie laag-
gemiddeld
Bereid meer te betalen

L: 11%
NL: 9%

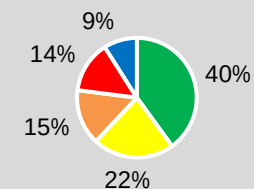
VERTROUWD & MAKKELIJK
Rustig, vertrouwd,
informeel

Vaste plek, herkenbaar,
een keertje verwennen

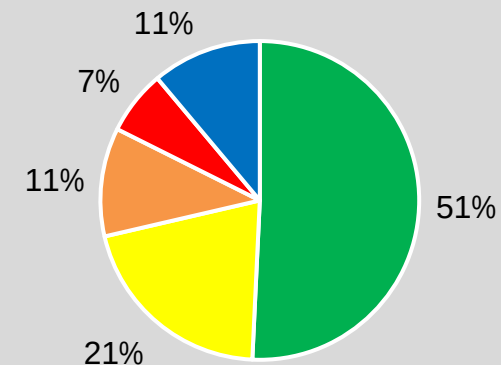
Frequentie laag
Uitgaven laag

L: 51%
NL: 40%

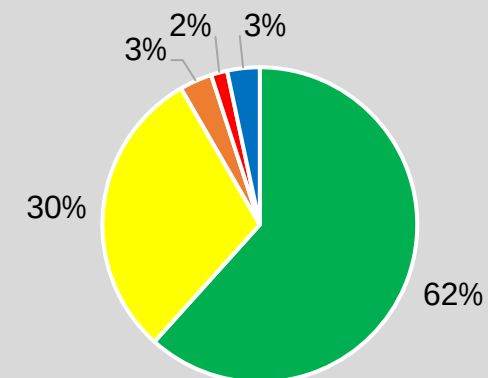
Nederland



Vraag Lelystad



Aanbod Lelystad



2. HORECAVISIE LELYSTAD 2030

MISSIE, PIJLERS

Dit hoofdstuk geeft de missie en pijlers van de visie weer en vertaalt de visie naar wat dit betekent voor de gewenste horeca ontwikkeling in de komende zes jaar.



MISSIE

DE HORECA IN LELYSTAD IN 2030 IS AANTREKKELIJK LEVENDIG EN VERSTERKT HET STRAATBEELD, EN BIEDT EEN GEVARIEERD AANBOD MET CONCEPTEN VOOR ALLE LELYSTEDELINGEN EN BEZOEKERS. DE HORECA IS GECONCENTREERD IN EEN AANTAL STERKE CLUSTERS, MAAR BIEDT OOK STANDALONE CONCEPTEN DIE DE FUNCTIE VAN HET GEBIED VERSTERKEN. DE HORECA ZORGT VOOR DE VERBINDING VAN MENSEN, FUNCTIES EN GEBIEDEN.

DE HORECA IN LELYSTAD IN 2030 STAAT VOOR

1

AANTREKKELIJK
LEVENDIG

2

VARIATIE

3

CLUSTERING

4

VERBINDING



VOOR DE HELE STAD

STADSHART CLUSTER
BATAVIAKWARTIER CLUSTER
CONCEPTEN BUITENGEBIED



VOOR DE BUURT

WIJKWINKELCENTRA



AANTREKKELIJK LEVENDIG LELYSTAD MET EEN GEVARIEERDE HORECA DIE VERBINDT



VERTALING VISIE

LELYSTADSE HORECA

2024-2030

De juiste horeca op de juiste plaats

Stadshart is prioriteit: levendig – aantrekkelijke ontmoetingsplaatsen – mensen in eigen stad houden

Groei van het aanbod in lijn met groei van de stad

Sociale cohesie

SAMENWERKEN AAN VIER PIJLERS IN ÉÉN STAD

1. Aantrekkelijk levendig
2. Variatie
3. Clustering
4. Verbinding

Voor horeca ontwikkeling 2024-2030 ligt de focus op de beeldbepalende plekken in de stad.

Voor een aantrekkelijk levendig aanbod is het Stadshart prioriteit nummer één. In combinatie met de hoge functiedichtheid is het Stadshart een aantrekkelijk horecacluster voor iedereen in de stad. Dit betekent voor 2024-2030 dat met behoud van bestaande horeca er ruimte is voor vernieuwende concepten die verrassen en inspelen op trends. Dit kan door ontwikkeling en verkleuring van het huidige aanbod te stimuleren naar aanbod dat ontbreekt of ruimte te bieden aan nieuw aanbod met nieuwe concepten.

Op wijkniveau staat een prettig woon- en leefklimaat centraal en dit vraagt aandacht voor openbare ruimte en voorzieningenaanbod; breder dan alleen de horeca opgave. Voor de horeca ligt de focus op enkele toegankelijke buurtconcepten die de functie van het wijkwinkelcentrum versterken: boodschap, dagbesteding en kop koffie of snelle maaltijd.

Variatie van oranje, rood en blauw aanbod wordt geboden op beeldbepalende plekken in de stad. Dit betekent voor 2024-2030 dat het Stadshart naast een breed toegankelijk geel aanbod inzet op een modern oranje profilering om een voor de horeca aantrekkelijke doelgroep aan te trekken. Het Bataviakwartier richt zich juist op verkleuren naar modern oranje en exclusiever blauw aanbod, in aansluiting op de bezoekers van Batavia Stad en de Haven/ watersport. Buiten het Stadshart en Bataviakwartier zetten we in het Buitengebied in op het toevoegen van enkele rode concepten die met uniek, creatief en duurzaam onderscheidend vermogend een eigen aantrekkingskracht hebben op de hele stad en duidelijk anders zijn dan de clusterhoreca.

Van een dominante fastservicesector met veel afhaal/bezorging zetten we in op horecasectoren in balans. Dit betekent een krimp van de fastservicesector, een groei van de drankensector en stabilisatie van de restaurantsector.

Clustering van horeca bij andere commerciële en sociaal-maatschappelijke voorzieningen draagt bij aan een aantrekkelijk vestigingsklimaat voor ondernemers en een aantrekkelijk verblijfsklimaat voor bewoners & bezoekers. Dit betekent voor 2024-2030 dat we inzetten op clustering van horeca in het Stadshart en Bataviakwartier. Zo ontstaan aantrekkelijke ontmoetingsplaatsen, die de recreatieve waarde van deze gebieden verrijken. Naast deze grote clusters zetten we óók in op enkele solitaire concepten in aangewezen subgebieden en locatieprofielen. Deze horeca heeft een gebiedsversterkende werking.

Verbinding tussen mensen, functies en gebieden is belangrijk in heel Lelystad. Dit betekent voor 2024-2030 dat ondernemers in gebieden samenwerken. Gastvrije en toegankelijke horeca, in combinatie met andere voorzieningen en evenementen, maakt gebieden benaderbaar, zorgt voor sociale cohesie en draagt bij aan duurzame uitbreiding van de stad waar mensen graag (blijven) wonen en bezoekers herhaaldelijk voor terugkomen.

3. ONTWIKKELPERSPECTIEF

RUIMTELIJK-ECONOMISCH KADER 2024-2030

Dit hoofdstuk beschrijft op basis van de kansen voor de horeca de gewenste ontwikkeling. Richtinggevend en gebiedsgericht in het Ruimtelijk-economisch kader.

- Focusgebieden: beeldbepalende plekken, prioritering voor bijdrage aan visie
- Gewenste horecasectoren en horecaprofielen **Authentiek & Bewust**, **Modern & Frequent**, **Spontaan & Gezellig**, **Exclusief & Kieskeurig** en **Vertrouwd & Makkelijk**.
- Nodige actie: verkleuren bestaand aanbod (kwalitatieve ontwikkeling), toevoegen, stabiliseren, krimp

De basis voor het ontwikkelperspectief per gebied zijn de cluster- en locatieprofielen. Deze zijn opgenomen in bijlage B.

LEGENDA ONTWIKKELPERSPECTIEF

Toelichting inhoud ontwikkelperspectief

- Ontwikkelrichting: waar we in het gebied met de horeca heen willen
- Resultaat: waar we in 2030 willen staan
- Plan van aanpak: met welke stappen we tot het gewenst resultaat komen en wanneer
- Nodig: wat er nodig is om van de actuele situatie tot het gewenst resultaat te komen
- Ruimtelijke overwegingen en randvoorwaarden: kritische succesfactoren voor een prettige, schone, veilige openbare ruimte, anders dan horeca ontwikkeling
- Bijdrage van de subgebieden: grotere gebieden hebben subgebieden
- Advies uitbreidingscapaciteit: richtinggevend kader in aantal m² horeca ontwikkeling

BIJDRAGE VAN HET GEBIED AAN PIJLERS VAN DE HORECAVISIE



Aantrekkelijk levendig: bruisend, gezellig en sfeervolle horeca. Gastvrije concepten versterken het straatbeeld en de aantrekkelijkheid van horecapleinen, boulevards, winkelgebieden en ontmoetingsplaatsen.



Variatie: zorgt ervoor dat mensen zich thuis voelen en graag in Lelystad (blijven) wonen en werken. Nieuwe concepten zijn verrassend en vernieuwend en een goede aanvulling op vertrouwde en bekende concepten. Het aanbod groeit mee met de ontwikkeling van de stad en is daarmee in balans met de vraag.



Clustering: gebiedsversterkende horeca betekent voor het Stadshart en Bataviakwartier dat horeca bij elkaar zit. Voor overige locaties betekent dit dat horecaconcepten bijdragen aan de primaire functie van plein, straat of gebied en de dynamiek van die plek versterken.



Verbinding: samenwerking tussen horeca, retail, culturele instellingen en andere belanghebbenden in het gebied versterkt de verbinding. Gezamenlijk worden passende initiatieven, evenementen en programmering aangeboden, waardoor gebieden aantrekkelijker en levendiger worden. Hierdoor wordt de verbinding met Lelystad sterker.

INZET OP VIER HORECAPROFIELEN VOOR VARIATIE



Geel horecaprofiel: **Spontaan & Gezellig**
Verbondenheid, vriendschap, gezelligheid, harmonie, plezier.



Oranje horecaprofiel: **Modern & Frequent**
Populair, vernieuwend, modern, hip, creatief, uniek, modern.



Blauw horecaprofiel: **Exclusief & Kieskeurig**
Exclusiviteit, kritisch, kwaliteit, functioneel, luxe, uniek



Rood horecaprofiel: **Authentiek & Bewust**
Milieu, duurzaam, goed verhaal, bijzonder, unieke ervaring, authentiek, creatief

GEWENST RESULTAAT DOOR MIDDEL VAN



Verkleuren van het huidige aanbod



Groei naar meer aanbod door toevoegen



Krimp van het huidige aanbod



Stabilisatie van het huidige aanbod

PRIORITERING HORECA ONTWIKKELING 2024-2030

De stadsbrede afweging is gebiedsversterkende horeca die samen zorgen voor een compleet totaalaanbod. Gebieden verschillen, de horeca is dus divers geprofileerd. Mensen hebben wat te kiezen: een **geel-oranje** levendig Stadshart, een **oranje-blauw** Bataviakwartier en aantrekkelijke **rode** (of oranje) concepten in het Buitengebied die bijdragen aan de gebiedsfunctie. Horeca ontwikkeling doen we geprioriteerd. Een goede verbinding tussen gebieden draagt bij aan een compleet horeca aanbod in Lelystad: over het algemeen is er aanbod voor iedere vraag in eigen gemeente.

Ontwikkelen met prioriteit (1-3 jaar)

- Stadshart
- Bataviakwartier
- Poortgebied Oostvaardersplassen

Stabilisatie/ behoud

- Doorstroomlocaties
- (Wijk)winkelcentra
- Bedrijventerreinen
- Natuurgebieden (anders dan Oostvaardersplassen)
- Werkeiland [geen ontwikkeling]

Krimp/ geen ontwikkeling gewenst

- Lelycentre
- Natuurzone Oostvaardersplassen
- Horecapleintje, subgebied Stadshart

Termijn ontwikkeling onbekend, wel belangrijk

- Airport Lelystad; deze ontwikkeling bezien tov andere clusters.

Ontwikkelen, middellang termijn (3-5 jaar)

- Buitengebieden
- Jachthavens/ strand/ surfspots
- Larserplein (afhankelijk van geplande ontwikkelingen)

In een gebied gericht op stabilisatie betekent dat bij nieuwe aanvragen eerst wordt onderzocht of een andere plek in bovengenoemde gebieden kansrijk is.

Aandacht voor verbinding tussen gebieden op loopafstand: kan de vraag in aangrenzend gebied vervuld worden?

Algemeen

Aandacht voor behoud van **gele** en deel van het **groene** horeca aanbod.

FOCUSGEBIEDEN HORECA ONTWIKKELING 2024-2030

FOCUSGEBIEDEN VOOR HORECA ONTWIKKELING

Lelystad is voor iedereen, en iedereen is welkom in ieder gebied. De kansenkaart laat de 5 focusgebieden tot 2030 zien waar de juiste horeca ontwikkeling de grootste positieve bijdrage levert aan de stadsbrede opgave en deelopgaven per gebied.

Het doel is een aantrekkelijk, gezellig en toegankelijk horeca aanbod met uitstraling en kwaliteit dat per gebied (cluster of locatie) aansluit op de (gewenste) doelgroep en activiteit. Voor Lelystad betekent dit in het algemeen een geclusterd **geel-oranje-blauw** horeca aanbod, met enkele onderscheidende **rode** concepten buiten de clusters. Succesfactoren zijn verkleuren van bestaande aanbod, ontwikkelen van verblijfsconcepten ipv fastservice en een samenwerking tussen ondernemers (horeca, retail, cultuur) en gemeente.

Tot 2030 zetten we in op horeca ontwikkeling in 1) het Stadshart, 2) Bataviakwartier, 3) Poortgebied Oostvaardersplassen, 4) locatieprofiel Jachthavens/ strand/ surfspots en mogelijk 5) uitbreiding naar het Buitengebied.

4 Kleinschalige ontwikkeling Jachthavens/ strand/ surfspots

- Verzorgingsgebied: Heel Lelystad en omliggend.
- Doelgroep: Havenbezoekers, waterrecreanten, Lelystedelingen, focusdoelgroep is **blauw** en **oranje**.
- Activiteiten: Havenbezoek, verblijven, horeca, waterrecreatie, ontwikkeling Stadsstrand.
- Uitstraling/ kwaliteit: Seizoensgebonden levendigheid.
- Kans: Door inzet op blauw aanbod bij jachthavens en oranje aanbod bij strand/ surfspots kan dit locatieprofiel jaar rond Lelystedelingen aantrekken (door verkleuren/ toevoegen).
- Waarom: Inzet op pijlers aantrekkelijk levendig – variatie.



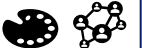
5 Kleinschalige uitbreiding naar Buitengebied

- Verzorgingsgebied: Lelystad.
- Doelgroep: Lelystedelingen, focusdoelgroep is **rood**.
- Activiteiten: Bezoek Buitengebied, unieke natuurrijke en creatieve ervaring.
- Uitstraling/ kwaliteit: Buitenleven staat centraal. Veel ruimte.
- Kans: Een plek creëren voor bijzondere ervaringen in eigen stad, door stimuleren vestiging van een rood concept (toevoegen 500 m²) als er elders bij de horecaclusters of locatieprofielen geen geschikte plek is.
- Waarom: Inzet op pijler variatie



3 Kleinschalige ontwikkeling Poortgebied Oostvaardersplassen

- Verzorgingsgebied: Heel Lelystad en omliggend.
- Doelgroep: Natuurbezoekers, waterrecreanten, kinderen, focusdoelgroep is **rood**.
- Activiteiten: Natuurbezoek, waterrecreatie, avontuurlijk verblijven.
- Uitstraling/ kwaliteit: Op dit moment enkel een ondergeschikte lunchroom Staatsbosbeheer voor de grote doelgroep in gebied.
- Kans: Inzet op combinatie met leisure. Aantrekkingskracht door entree hét natuurrecreatiegebied in omgeving. Laagdrempelig natuurgebied. Toevoegen van een kindvriendelijk rood concept. Verbinding met watersportactiviteit.
- Waarom: Inzet op pijlers variatie – verbinding.



2 Middelgrote ontwikkeling Bataviakwartier

- Verzorgingsgebied: Heel Lelystad en omliggend.
- Doelgroep: Hoofdzakelijk bezoekers, én Lelystedelingen, doelgroep is **geel-oranje-blauw**.
- Activiteiten: Havenbezoek, horeca, ontwikkeling Stadsstrand. Batavia Stad Fashion Outlet (BSFO) trekt een eigen doelgroep en bedient met horeca in BSFO.
- Uitstraling/ kwaliteit: Gebied met transformatiepotentie. Boulevard met aantrekkelijke uitstraling en aantrekkelijke concepten.
- Kans: Inzet op eigen profiel door hoofdzakelijk toevoegen van moderne oranje all day horeca en hoogwaardige blauwe bestemmingsconcepten met jaarronde aantrekkingskracht, behoud gele concepten, meer toerisme door hotelontwikkeling.
- Waarom: Inzet op pijlers aantrekkelijk levendig - variatie – clustering.



1 Grote ontwikkeling Stadshart = prioriteit

- Verzorgingsgebied: Heel Lelystad.
- Doelgroep: Alle Lelystedelingen, focusdoelgroep is **geel-oranje**.*
- Activiteiten: Wonen, werken, recreëren.
- Uitstraling/ kwaliteit: Vraag naar oranje en rode concepten is groter dan het huidige aanbod. Bovengemiddelde leegstand. Versnippering van horeca.
- Kans: Verlevendiging door onderscheidend profiel met gele en oranje verblijfsconcepten door hoofdzakelijk verkleuren en ook toevoegen, clustering horeca, functiemenging. Krimp van de sector afhaal/bezorging.
- Waarom: Inzet op pijlers aantrekkelijk levendig – variatie – clustering.

*Op termijn bezoekers uit de regio/ toeristen



RUIMTELIJK-ECONOMISCH KADER 2024-2030

RUIMTELIJK-ECONOMISCH KADER	4 pijlers horecavisie				met focus op het horecaprofiel*					actie	prioriteit	omvang**
	Aantrekkelijk levendig	variatie	clustering	verbinding	rood	oranje	geel	blauw	groen	door hoofdzakelijk	ontwikkeling	
Clusterprofielen												WVO
Stadshart										toevoegen en verkleuren	hoog	1000 m²
Bataviakwartier										toevoegen	hoog	800 m²
Oostvaardersplassen										toevoegen	hoog	300 m²
Werkeiland										stabilisatie	hoog	
Lelycentre										verkleuren	gemiddeld	
Larserplein										stabilisatie	gemiddeld	
Locatieprofielen												
Jachthavens/ strand/ surf spots										groei	hoog	300 m²
Doorstroomlocaties										stabilisatie	laag	
(Wijk)winkelcentra										stabilisatie	gemiddeld	
Buitengebieden indien elders niet mogelijk										toevoegen	laag	500 m²
Bedrijventerreinen										stabilisatie	laag	
Natuurgebieden (anders dan Oostvaardersplassen)										stabilisatie	laag	

FOCUSGEBIED STADSHART

Gemeente Lelystad werkt samen met INBO & Re:publiek aan het Actieplan voor het Stadshart Lelystad. Het Actieplan Stadshart en horecavisie zijn in nauwe samenwerking tot stand gekomen en sluiten daarmee op elkaar aan. Hieronder staat de afbakening van het Stadshart, zoals opgenomen in het Actieplan. CONTRAST heeft deze afbakening aangehouden in het opstellen van het ontwikkelperspectief Stadshart.



cultuur, horeca, uitgaan
AGORAHOF



boodschappen convenience
WAAGPASSAGE, NERINGPASSAGE NOORD (ABC)



winkelen
KROONPASSAGE, PROMESSE, WISSEL



dwaal- en pioniersgebied (nieuw ondernemerschap, maatschappelijk, vernieuwend)
STADHUISPLEIN, NERINGPASSAGE ZUID



stop & go
ZILVERPARKKADE, MUNTSTRAAT



binnenstedelijk wonen

elk gebied een accent die voor
onderscheidend karakter zorgt:
grote en kleinere pleinen (stepping stones)



Ontwikkelrichting

'Het Stadshart ontwikkelt zich tot het geliefde en kloppende hart van de stad. Een plek waar Lelystedelingen graag samen komen en zich thuis voelen. Het Stadshart wordt groener en dynamischer, met een grote(re) diversiteit aan mensen, activiteiten, sferen, woon- en verblijfsmilieus. Dit maakt het centrumgebied onderscheidend van andere plekken in de stad.' *Bron: Actieplan Stadshart*

Het Stadshart bedient met aantrekkelijke levendige horecaclusters iedereen. Er zijn gele concepten voor iedereen, snelle concepten om te pauzeren en oranje bestemmingsconcepten waar inwoners en bezoekers van Lelystad bewust voor kiezen. Delen van het Stadshart, waaronder het Theaterkwartier en winkelcircuit hebben een stadsbrede aantrekkingskracht. Het straatbeeld ontwikkelt met gezellige terrassen en naar panden met een open pui en open uitstraling. Dit betekent voor de horeca dat we inzetten op meer aanbod voor de oranje doelgroep, verblijfshoreca in plaats van fastservice en samenwerking tussen horeca, retail en evenementen.

Resultaat

- Aantrekkelijk stedelijk verblijfsgebied met horecacluster en hele dag levendigheid, van winkelen naar ontmoeten en verblijven. Sfeer en gezelligheid is de meerwaarde van het Stadshart.
- Aanbod oranje en gele concepten
- Lelystedelingen trekken voor horeca naar het Stadshart en waarderen het Stadshart

Aanbeveling van aanpak

Dit bereiken we door in te zetten op verkleuren in het winkelcircuit naar meer oranje aanbod, meer oranje concepten in het Theaterkwartier als hét horecagebied van het Stadshart met all-day horeca, avond- en nachthoreca.

Afhaal/bezorging verplaatst van het centrum naar de randen van het Stadshart of erbuiten. Alles in combinatie met integrale gebiedsontwikkelingen (o.a. Actieplan). Kans is inzetten op samenwerking tussen ondernemers in o.a. evenementen in het Stadshart.

- 1) Meer oranje aanbod in het Stadshart / ontwikkelen horecapleinen en ontmoetingsplaatsen
 - Verkleuren winkelcircuit naar geel/oranje door stimuleren van bestaande daghoreca. Door:
 - Actief de samenwerking met vastgoedeigenaren op te zoeken en de noodzaak van verkleuring toe te lichten (vraagbaak/ sparringpartner), door gemeente / KHN (ntb).
 - Inzetten op tijdelijke pop-up concepten die bijdragen aan de gewenste uitstraling van het gebied door actief aantrekken.
 - Toevoegen in het Theaterkwartier, oranje aanbod met dag & avond functie, minimaal één sterk concept, zie kader subgebied volgende pagina.
- 2) Krimp fastservice in het Stadshart
 - Advies tot aanscherpen regelgeving en handhaven: fiets- en scooterverkeer in loopgebied / achterom, aantal wachtende bezorgers voor een pand, uitstraling pui (open), toegankelijkheid leveranciers.
 - In gesprek met bestaande fastservice: verplaatsing naar randen van het centrum (door aantrekkelijkere voorwaarden: wel scooters voor de deur, betere parkeer/ levering/ afhaal faciliteiten etc.) en ontwikkeling naar modernisering, meer variatie, vernieuwing, gezond.
- 3) Meer aanbod voor 's avonds
 - Toevoegen uitgaansconcept in Theaterkwartier, bij voorkeur oranje, zie kader subgebied.
- 4) Activatie Stadshart met evenementen op straat door samenwerking ondernemers
 - Ondernemers stimuleren tot het organiseren van evenementen, culinair festival, muziekfestival etc.

Prioritering subgebieden

Ontwikkeling en clustering van horeca heeft prioriteit in het Theaterkwartier, daarna winkelcircuit: Kroonpassage, Promesse en Wissel, en dan het Stationsgebied.

Nodig

- Samen optrekken in het Actieplan voor het Stadshart.
- Betrokken horeca ondernemers.
- Samenwerking tussen horeca, retail, cultuur, evenementen, programmering.

Ruimtelijke overwegingen en randvoorwaarden

- Aantrekkelijke verbinding van en naar station.
- Voorzieningen clusteren (breder dan horeca).
- Markt verplaatsen voor open uitstraling horecaplein.
- Handhaving op veiligheid en overlast van fietsen.
- Toekomstige woningbouw: in huurcontract de ligging in het centrum en recht op overlast opnemen.

Aanbeveling geen horecaontwikkeling t/m 2030:

- Aan de andere kant van het station, links van het Stadshart komt een zakelijk gebied. Hiervoor zit genoeg horeca in de omgeving.
- Geen horeca ontwikkeling Stadhuisplein (inzet op Theaterkwartier)
- Geen horeca ontwikkeling Zilverparkkade (inzet op Theaterkwartier, hier max. 2 concepten).

Algemene kaders uitbreidingscapaciteit Stadshart

- Er is geen ruimte meer voor fastserviceconcepten.
- In het Stadshart is ruimte voor de toevoeging van horeca (ca. 1000 m²), horeca 1 (daghoreca zonder bezorgfunctie) en horeca 3 (horeca in restaurant-setting) en horeca 4 (natte horeca) en in overleg horeca 5 (uitgaanshoreca). Rekening houdend met de kaders subgebieden.
- Een nieuw initiatief moet inspelen op de vraag van de markt, zoals naar voren is gekomen in de cluster- en locatieprofielen.
- Unieke concepten kunnen in voorkomende gevallen worden uitgezonderd van de uitbreidingscapaciteit wanneer zij:
 - Een significante bijdrage leveren aan gewenste verkleuring / uitstraling gebied
 - Een innovatief en/ of gezond concept hebben
- Advies tot opname kwalitatieve beoordeling van het ondernemersplan als onderdeel van de aanvraag voor vergunningen. Bij indienen ondernemersplan wordt getoetst of het horecaprofiel van het concept aansluit op de vraag in het gebied (clusterprofiel / locatieprofiel). Dit kan voor aangewezen pleinen en straten gelden. O.b.v. ondernemersplan wordt een tijdelijke vergunning voor 2-3 jaar afgegeven; vervolgens een nieuwe vergunning o.b.v. update ondernemersplan.

Raadsbesluit

- Keuzenota: motief, voordelen, handhaving, kostenindicatie.
- Aanpassing bestemmingsplan: welke financiële ruimte is er voor planschade?
- Horecapleintje: onderzoeken of verplaatsing van ondernemingen gewent is, in kaart brengen keuzes en consequenties, en besluit door de Raad.



Bijdrage van de subgebieden



Theaterkwartier
Resultaat: cluster all-day horeca, avond- en nachthoreca, oranje aanbod, open pleinuitstraling, geen fastservice meer.
Benodigd: sterke, onderscheidende concepten, inzetten op pop-uphoreca, uitgaansconcept voor jongeren en een uitgaansconcept voor volwassenen.
Succesfactor: goede verbinding met het station. Galerij aan overzijde plein aanpassen voor openheid of juist benutten voor uitgaanshoreca.

- Algemene kaders uitbreidingscapaciteit Theaterkwartier
- Ruimte voor het toevoegen van nieuwe initiatieven (ca. 700 m² totaal)
 - Ruimte voor horeca 1 (daghoreca zonder bezorgfunctie), horeca 3 (horeca in restaurant-setting) en horeca 4 (natte horeca).
 - Onderscheidende / oranje concepten genieten de voorkeur.
 - Er is geen ruimte voor fastserviceconcepten i.v.m. overlast fietsen / scooters / auto's.



winkelcircuit
Resultaat: cluster van gele en oranje horeca met dagfunctie.
Benodigd: inzet op primaire winkelstraten. Inzetten op verbeteren kwaliteit. Horeca in de 'achterstraten' verkleuren naar anders dan groene horecaconcepten en krimp van fastservice.
Succesfactor: goede balans to go en verblijfsconcepten, verbinden winkelcircuit met Theaterkwartier en Stationsgebied.

- Algemene kaders uitbreidingscapaciteit winkelcircuit
- Er is beperkte ruimte voor het toevoegen van nieuwe initiatieven (ca. 150 m²).
 - Concept moet bijdragen aan een langer verblijf in het winkelcircuit/ Stadshart.
 - Er is geen ruimte voor fastserviceconcepten i.v.m. overlast fietsen / scooters / auto's.



Stationsgebied
Resultaat: to go concepten én een verblijfsconcept met terras, geel-oranje profilering.
Benodigd: uitbreiding to go concepten voorkomen. Horeca stimuleren tot verblijfsplekken met gezellig terras. Behoud Dukaatplein met aantrekkelijk terras en anders toevoegen horeca ca. 150 m².
Succesfactor: goede balans to go en verblijfsconcepten. Inzetten op verbinding winkelcircuit met Stationsgebied. Aan de westkant van het station geen horeca vestigen.

- Algemene kaders uitbreidingscapaciteit Stationsgebied
- Beperkte ruimte voor toevoegen nieuwe initiatieven (ca. 150 m² totaal).
 - Ruimte voor horeca 1 (daghoreca zonder bezorgfunctie), horeca 3 (horeca in restaurant-setting).
 - Geen uitbreidingsruimte voor concepten puur en alleen gericht op to go.
 - Onderscheidende concepten genieten de voorkeur, bij voorkeur geel of oranje.



Horecapleintje
Resultaat: geen horecacluster, focus op andere functies dan horeca.
Benodigd: verkennen wat het toekomstperspectief van de ondernemers is en of verplaatsing van horeca naar Theaterkwartier of elders in Stadshart of (wijk)winkelcentra mogelijk en gewenst is.
Succesfactor: goede balans leefbaarheid en levendigheid in de wijk.
Algemene kaders uitbreidingscapaciteit:
➤ Er is geen ruimte voor het toevoegen van initiatieven.

Stadhuisplein
De visie op dit gebied is in ontwikkeling. Het programma gaat uit van de plek voor nieuw ondernemerschap, creativiteit en experiment. Het Stadhuisplein is een sociaal-maatschappelijke verblijfsplek in tegenstelling tot het commerciële Theaterkwartier ((klimaatadaptatie, inclusiviteit en samenleven, culturele identiteit), met de piek op de dag en vroege avond. In overleg toevoegen van daghoreca.

Mogelijkheden onderzoeken voor locatie afhaal/bezorgconcepten: Neringweg / Muntstraat.

RUIMTELIJK-ECONOMISCH KADER	met focus op het horecaprofiel					actie	omvang
	rood	oranje	geel	blauw	groen	primair door	WVO
Stadshart							
Theaterkwartier		✂				toevoegen	700 m²
winkelcircuit		✂	✂			verkleuren	150 m²
Stationsgebied / Dukaatplein		✂	✂			stabilisatie	150 m²
Zilverparkkade			✂	✂		stabilisatie	max 2 concepten
Horecapleintje						stabilisatie/ krimp	-
Stadhuisplein			✂			stabilisatie	max 1 concept

FOCUSGEBIED BATAVIAKWARTIER

CONTRAST heeft de hiernaast weergegeven gebiedsafbakening aangehouden in het opstellen van het ontwikkelperspectief Bataviakwartier.





Ontwikkelrichting Het Bataviakwartier trekt met Batavia Stad Fashion Outlet (BSFO) en de aantrekkelijke boulevard en haven bezoekers en daarnaast ook Lelystedelingen uit de hele stad aan. In Bataviakwartier ligt de focus op een eigen oranje-blauwe profilering, anders dan het Stadshart. De boulevard heeft een aantrekkelijk horecacluster met gele concepten voor ieder wat wils, oranje concepten om te borrelen en eten in gezelschap en blauwe concepten voor een verzorgd moment uit. Hier zijn vooral bestemmingsconcepten gevestigd met een grote aantrekkingskracht, met of zonder combinatiebezoek in het gebied.

Dit betekent voor de horeca dat we inzetten op meer aanbod voor de oranje en blauwe doelgroep en meer aanbod gedurende de hele dag.

- Resultaat
- Aantrekkelijk stedelijk verblijfsgebied met blauw aanbod
 - Variatie in oranje, blauwe en gele concepten
 - Jaarronde aantrekkingskracht en bijzondere horeca overdag en 's avonds
 - BSFO heeft horeca binnen de muren, gericht op de bezoekers van BSFO.
 - Lelystedelingen trekken voor blauwe horeca (lunch, borrel, diner) naar dit gebied.

Aanbeveling van aanpak
Dit bereiken we door in het Bataviakwartier in te zetten op toevoegen van oranje all-day horeca op de Boulevard en blauwe en oranje restaurants in Bataviahaven. De horeca gezamenlijk bedient zowel de inwoners als bezoekers aan Lelystad. Belangrijk is het behoud van enkele gele toegankelijke concepten voor de brede doelgroep.

- 1) Meer blauw aanbod in restaurant-setting
 - Toevoegen restaurantaanbod in Bataviahaven.
- 2) Meer oranje aanbod
 - Toevoegen all-day horeca op de Boulevard voor lunch, borrel en diner.

Prioritering
Ontwikkeling en clustering van horeca heeft prioriteit in Bataviahaven, dan de Boulevard. BSFO activeert verkleuring naar meer oranje aanbod.

- Nodig**
- Aantrekken ondernemers met onderscheidend aanbod t.o.v. huidig aanbod.
 - Bestemmingplan voor Boulevard wijzigen (nu categorie I - daghoreca).

Ruimtelijke overwegingen en randvoorwaarden

- Uitbreiding tot leisure gebied.
- Gebiedsontwikkeling Batavialand nog onbekend.

- Algemene kaders uitbreidingscapaciteit Bataviakwartier
- Aanpak horecaplot bestemmingsplan: wijzigen bestemmingsplan; geen ruimte voor fastserviceconcepten.
 - In Bataviakwartier is ruimte voor de toevoeging van horeca (ca. 2100 m²), horeca 1 (daghoreca zonder bezorgfunctie) en horeca 3 (horeca in restaurant-setting).
 - Nieuwe initiatieven die zich in Bataviakwartier willen vestigen op een locatie waar nog geen horecabestemming of bestemming voor een andere categorie op zit, toetsen we aan het ontwikkelperspectief voor Bataviakwartier.
 - Aanbod gericht op het blauwe en oranje horecaprofiel genieten de voorkeur.
 - Concept moet bijdragen aan een langer verblijf in Bataviakwartier.

Bijdrage van de subgebieden

- ↑

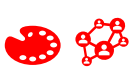
Bataviahaven
Resultaat: cluster verblijfhoreca met variatie, ontwikkeling blauw aanbod.
Benodigd: sterk, onderscheidende blauw concept toevoegen (ca. 300 m²).
Succesfactor: aantrekken ondernemer met onderscheidend aanbod. Inzetten op een prettig verblijfsklimaat met een rustige uitstraling.
- ↑

Boulevard
Resultaat: cluster all-day horeca (geen nachthoreca), ontwikkeling oranje aanbod.
Benodigd: sterke, onderscheidende oranje concepten toevoegen (ca 500 m²).
Succesfactor: aantrekken ondernemer met onderscheidend aanbod.

RUIMTELIJK-ECONOMISCH KADER	met focus op het horecaprofiel					actie	omvang
	rood	oranje	geel	blauw	groen	primair door	WVO
Bataviakwartier							
Batavia Stad Fashion Outlet		✗	✗			toevoegen / stabilisatie	800 m²
Boulevard		✗	✗			toevoegen	500 m²
Bataviahaven		✗		✗		toevoegen	800 m²

ANDERE FOCUSGEBIEDEN





Ontwikkelrichting Poortgebied Oostvaardersplassen
Het Poortgebied is hét entreegebied van de Oostvaardersplassen. Het Poortgebied is aantrekkelijk voor een brede doelgroep en is uitnodigend voor de rode doelgroep.

Dit betekent voor de horeca dat de kleinschalige vestiging van een authentiek en duurzaam bewust rood horecaconcept kan bijdragen aan de gastvrije en uitnodigende entree voor Lelystedelingen en omstreken.

Resultaat

- Natuurgebied met stadsbrede / regionale aantrekkingskracht
- Verblijfsduur bezoekers verlengen
- Uniek rood concept in Lelystad

Aanbeveling van aanpak
Dit bereiken we door in het Poortgebied in te zetten op toevoegen van een rood horecaconcept. Het gaat om een kleinschalige ontwikkeling, passend bij de natuurwaarden van dit gebied.

- 
- 1)

Rood aanbod voor overdag om natuurrecreanten te trekken en bedienen
 - Toevoegen daghoreca voor koffie, taart, lunch (ca 100-200 m²).
- 2)

Verblijfshorecaconcept met strandtentsfeer in Bovenwater, niet alleen afhaal/bezorging
 - Ontwikkelen / verkleuren huidige concept

- Nodig
- Gesprek met Staatsbosbeheer over waarde van horeca in gebied.
 - Aantrekken ondernemer met rood concept.
 - Concept is bij voorkeur rood en kindvriendelijk, maar ook laagdrempelig.
 - Referentie: buiten in de kuil Staatsbosbeheer, Lage Vuursche.

- Prioritering en ruimtelijke overwegingen en randvoorwaarden
- Afhankelijk van ontwikkeling van dit gebied. Over ca 3 jaar wordt verwacht dat dit gebied is ontwikkeld.

Algemene kaders uitbreidingscapaciteit Poortgebied Oostvaardersplassen

- Kleinschalige ontwikkeling nieuw initiatief, ca. 100-200 m².
- Ruimte voor horeca I (daghoreca zonder bezorgfunctie).
- De horeca moet passen binnen de natuurwaarden in het gebied.
- Aanbod gericht op het rode horecaprofiel geniet de voorkeur.

RUIMTELIJK-ECONOMISCH KADER	met focus op het horecaprofiel					actie	omvang
	rood	oranje	geel	blauw	groen	primair door	oppervlakte
Oostvaardersplassen							
Poortgebied/ Hollandse Hout						toevoegen	100 – 150 m²
Bovenwater						verkleuren/ ontwikkelen	
Oostvaardersplassen, natuurzone						geen horeca	



Ontwikkelrichting Jachthavens/ strand/ surfspots is het locatieprofiel waar voornamelijk havenbezoekers en waterrecreanten komen, zowel Lelystedelingen als bezoekers aan Lelystad. In dit locatieprofiel is een aantrekkelijk levendig verblijfsklimaat en een onderscheidend horeca aanbod, dat anders is en complementair is aan de andere horeca in de diverse gebieden.

Dit betekent voor de horeca dat het locatieprofiel Jachthavens/ strand/ surfspots wordt gedragen door passende horeca ontwikkeling, met het vestigen van blauw aanbod bij jachthavens en het vestigen van oranje aanbod bij strand en surfspots.

- Resultaat
- Aantrekkelijk verblijfsklimaat
 - Verblijfsduur recreërende inwoners + bezoekers verlengen

Aanbeveling van aanpak
Dit bereiken we door in het locatieprofiel Jachthavens/ strand/ surfspots in te zetten op toevoegen van een blauw horecaconcept in de Jachthaven en het toevoegen van een oranje horecaconcept bij Strand/ surfspots. Zowel door ontwikkelen of verkleuren, afhankelijk van het huidige aanbod dat er is.

- 
- 1) Oranje aanbod, door verkleuren.
- We zetten in op verkleuring door het stimuleren van bestaande restaurants. Door:
 - Actief de samenwerking met vastgoedeigenaren, ondernemers en andere belanghebbenden op te zoeken en de noodzaak van verkleuring toe te lichten (vraagbaak/ sparringpartner). Daar waar wisseling is van horecaconcepten/ eigenaren is verkleuring van belang.
- 
- 2) Blauw aanbod, door verkleuren / toevoegen.
- We zetten in op verkleuring door het stimuleren van bestaande restaurants. Door:
 - Actief de samenwerking met vastgoedeigenaren, ondernemers en andere belanghebbenden op te zoeken en de noodzaak van verkleuring toe te lichten (vraagbaak/ sparringpartner). Daar waar wisseling is van horecaconcepten/ eigenaren is verkleuring van belang.
 - Ruimte te bieden aan nieuwe blauwe concepten (ca 300 m²).

- Nodig
- Een ondernemer met lef aantrekken, bij voorkeur met een blauw horecaprofiel.

Belangrijk: de omgeving en gebiedsfunctie kenmerkt zich door seizoensgebonden levendigheid.

- Ruimtelijke overwegingen en randvoorwaarden
- Voldoende en goed bereikbare parkeergelegenheid in het gebied

- Algemene kaders uitbreidingscapaciteit Jachthavens/ strand/ surfspots
- Ruimte voor horeca 1 (daghoreca zonder bezorgfunctie) en horeca 3 (horeca in restaurant-setting).
 - Aanbod gericht op het oranje / blauwe horecaprofiel geniet de voorkeur.



RUIMTELIJK-ECONOMISCH KADER	met focus op het horecaprofiel					actie	omvang
	rood	oranje	geel	blauw	groen	primair door	oppervlakte
Jachthavens/ strand/ surfspots							
Jachthavens						verkleuren	
Strand/ surfspots						toevoegen	300 m²



Ontwikkelrichting In Lelystad is de rode doelgroep onder de inwoners (nog) relatief klein. Hoe ontwikkelt Lelystad in de komende jaren? Met de vestiging van een uniek en bijzonder rood concept komt er meer diversiteit in het aanbod. Rode concepten dragen bij aan het creëren van belevenisvolle plekken en hebben een eigen sterke aantrekkingskracht op de vraag. Dit wordt versterkt door verbinding met unieke locaties en functies (duurzaam, biologisch, eigen moestuin etc.). Het Buitengebied in Lelystad is groot en biedt ruimte voor ontwikkeling van unieke en bijzondere concepten als er elders bij de horecaclusters geen plek is.

Dit betekent voor de horeca dat wanneer een onderscheidend rood horecaconcept zich meldt en deze niet past in een cluster- of locatieprofiel, het Buitengebied wordt geboden om rood aanbod toe te voegen in de stad.

- Resultaat
- Variatie in aanbod met vestiging van rood aanbod
 - Aantrekkelijk rood aanbod voor nieuwe doelgroepen

Aanbeveling van aanpak
Dit bereiken we door in het Buitengebied in te zetten op toevoegen van rood aanbod, wanneer dat niet past in een ander gebied. Het gaat om een kleinschalige ontwikkeling, passend bij de functie van het gebied.

- 
- 1)

Vestiging van rood aanbod
 - Toevoegen daghoreca met authentiek & duurzaam bewust concept (ca 200 m²)

- Nodig
- Aantrekken ondernemer met rood concept.
 - Concepten zijn rood en kindvriendelijk, maar ook laagdrempelig.

- Succesfactor
- Aanvullend op het huidige horeca aanbod en passend bij de activiteiten in de omgeving, bij voorkeur in combinatie met leisure activiteiten zoals een (natuur)speeltuin. Met aandacht voor thema's als gezondheid en duurzaamheid.

- (Ruimtelijke) overwegingen en randvoorwaarden
- Ondernemer en een locatie waar grote ruimtelijke rode horeca gevestigd kan worden. Hier ligt een kans voor Lelystadse ondernemers met een duurzaam bewust concept.

Kansrijke locaties
Poortgebied

- Algemene kaders uitbreidingscapaciteit Buitengebied
- Kleinschalige ruimte toevoeging nieuw initiatief, ca. 200 m².
 - Ruimte voor horeca I (daghoreca zonder bezorgfunctie).
 - De horeca moet passen bij de functie van het gebied.
 - Uitsluitend rood of oranje aanbod.

RUIMTELIJK-ECONOMISCH KADER	met focus op het horecaprofiel					actie	omvang
	rood	oranje	geel	blauw	groen	primair door	oppervlakte
Buitengebieden							
Buitengebied						toevoegen	500 m²

OOK AANDACHT VOOR
DEZE GEBIEDEN





Ontwikkelrichting Het Larserplein is een doorstroomlocatie die iedereen die Lelystad passeert herkent. Hotel van der Valk is een beeldbepalende plek en het eerste herkenningspunt voor binnenkomst van de stad. Het moderne en gezellige concept met aantrekkelijke uitstraling vervult door het bieden van arrangementen op termijn de toenemende behoefte aan locaties voor gezelschappen, kleinschalige evenementen en partijen. Hier zijn ook de fastfoodbedrijven McDonalds en KFC gevestigd, die een behoefte onder inwoners en bezoekers vervullen.

Dit betekent voor de horeca dat er op dit moment wordt ingezet op stabilisatie van het huidige aanbod.

Resultaat

- Aantrekkelijke binnenkomst van de stad
- Mogelijkheid in Lelystad om evenementen en partijen buiten het centrum te organiseren met goede bereikbaarheid (Van der Valk als oranje geprofileerde evenementenlocatie)

Aanbeveling van aanpak

Dit bereiken we door op het Larserplein in te zetten op stabilisatie van het huidige aanbod.

(Ruimtelijke) overwegingen en randvoorwaarden

- Inzet op optimale en veilige verkeerssituatie op verkeersknooppunt.

Algemene kaders uitbreidingscapaciteit Larserplein

- Ruimte voor toevoegen van nieuwe initiatieven indien dit niet past in de clusterprofielen het Stadshart of Bataviakwartier, bij een aanvraag voor een onderscheidend oranje, rood, blauw concept (anders dan de reeds gevestigde fastservice en hotel-restaurant).
- In de toekomst met het scenario van Airport Lelystad komt ruimte voor toevoegen, met een toenemende vraag naar hotelkamers en passende horeca.

RUIMTELIJK-ECONOMISCH KADER	met focus op het horecaprofiel					actie	omvang
	rood	oranje	geel	blauw	groen	primair door	oppervlakte
Larserplein		✂	✂			stabilisatie	



Ontwikkelrichting De (wijk)winkelcentra in Lelystad zijn er hoofdzakelijk voor de bewoners in de buurt. Hier staat een prettig woon- en leefklimaat centraal. Hier zijn geen grote voorzieningencusters, maar kleinschalige en gezellige wijnwinkelcentra. In de wijkwinkelcentra komt de buurt samen, voor een boodschap, dagbesteding en kopje koffie of snelle lunch. Voor echt horecabezoek trekt men naar het Stadshart.

Dit betekent voor de horeca dat we inzetten op aanbod dat gericht is op het bedienen van de eigen wijk. Dit is een kleinschalig verblijfhorecaconcept met een gezellig terras voor een pauze tijdens het boodschappen doen of familiebezoek in de buurt, alsook functionele horeca om snel even iets te halen voor thuis.

- Resultaat
- Complementair winkelgebied in de stad (anders dan het Stadshart)
 - Mengelmoes van culturen, eten & drinken en ontmoetingen
 - Multiculturele ondernemers bij elkaar in wijkwinkelcentra
 - Op termijn worden de (wijk)winkelcentra levendig met horeca met sociaal-maatschappelijke functie

Aanbeveling van aanpak
Dit bereiken we door in (wijk)winkelcentra op termijn en in samenhang met ontwikkeling van de openbare ruimte in te zetten op toevoegen van gele buurthoreca en stabilisatie van fastserviceconcepten (in principe niet toevoegen, tenzij onderscheidend concept dat niet past in een ander gebied).

- 1) Stabilisatie functionele horeca/ fastservice
 - Met heldere beleidsregels inzetten op gezellige uitstraling & straatbeeld, door kaders te stellen voor transportbewegingen, uitstallingen voor de deur en een open uitstraling van het pand.
- 2) Vestiging van gele horecaconcepten (op termijn)
 - Toevoegen buurtgerichte horeca, koffiebar / all-day horeca waar buurtbewoners kunnen pauzeren en werken.

- Nodig
- In de (wijk)winkelcentra liggen opgave tot het verbeteren van de openbare ruimte. Dit is een opgave buiten het horecabeleid; zie ruimtelijke overwegingen en randvoorwaarden.
 - Ondernemers aantrekken die kansen zien tot exploiteren buurtversterkende horeca.

- Ruimtelijke overwegingen en randvoorwaarden
- Kaders voor omgang fastservicesector in (wijk)winkelcentra.
 - Een prettig ondernemersklimaat voor horecaconcepten vraagt ook vestiging van andere ondernemers zoals retail, supermarkt, sociaal-maatschappelijke voorzieningen etc.

Kansrijke locaties
De Warande

- Algemene kaders uitbreidingscapaciteit (wijk)winkelcentra
- Ruimte voor horeca 1 (daghoreca zonder bezorgfunctie) en horeca 2 (fastservice met afhaal- en/of bezorgfunctie), mits geen overlast van fietsen aan voorzijde van het pand (fietsers aan achterzijde pand).

RUIMTELIJK-ECONOMISCH KADER	met focus op het horecaprofiel					actie	omvang
	rood	oranje	geel	blauw	groen	primair door	oppervlakte
(Wijk)winkelcentra			✂		✂	stabilisatie	
Op termijn buurtconcept			✂			toevoegen	

3. BELEIDSKADERS

VOOR DE NADERE UITWERKING VAN BELEIDSREGELS

In dit hoofdstuk adviseert CONTRAST over de aandachtspunten ten aanzien van de beleidsregels en realisatie van de gewenste horeca ontwikkeling. In relatie tot de verwante beleidsdisciplines en reeds geactualiseerde wet- en regelgeving zijn er 8 richtlijnen voor nadere uitwerking van beleidsregels.

BELEIDSKADERS: 8 RICHTLIJNEN VOOR HET HORECABELEID

1. Ontwerpen vlekkenkaart om ontwikkelperspectief visueel te maken

Het ontwikkelperspectief is in voorliggend document per gebied beschreven en in het Ruimtelijk-economisch kader in één tabel weergegeven. CONTRAST stelt voor om een digitale vlekkenkaart te ontwerpen waarbij er op interactieve wijze en per gebied inzicht wordt gegeven in de plancapaciteit per horecacategorie. Helder en aantrekkelijk voor gemeente, ondernemer, KHN en andere belanghebbenden. Hierbij wordt ook richting gegeven aan de horecakavels zoals Zuiderplasbos en Gelderse Landtong. Indien de ontwikkeling van Airport Lelystad concreter is, moeten de kenmerken, uitgangspunten en richtlijnen voor dit gebied nader in kaart worden gebracht.

2. Nieuwe horecacategorieën toevoegen aan omgevingsplan

De huidige horecacategorieën zijn niet langer optimaal werkbaar, o.a. door sterke opkomst afhaal/bezorgfunctie en fastservicesector. Met het opstellen van nieuwe horecacategorieën als onderdeel van het nieuwe horecabeleid en deze onderdeel te laten zijn van de bestemmingsplannen kan beter gestuurd worden op beleid, handhaving en veiligheid.

Nieuwe horecacategorieën geven de mogelijkheid richting te geven in wat wel en wat niet mag voor horecabedrijven per categorie, waaronder de fastservicesector. Per categorie worden verschillende beleidsregels uitgewerkt, bijvoorbeeld openingstijden, terrassen etc. Een wezenlijke wijziging die CONTRAST voorstelt is de opname van de verkeersintensiteit / het hinderprofiel. Door horecacategorieën op basis van het hinderprofiel toe te staan of juist te verbieden in gebieden wordt bijgedragen aan een goede balans tussen leefbaarheid en levendigheid.

De nieuwe categorieën moeten de oude categorieën uit de bestemmingsplannen vervangen, indien de Raad hiertoe besluit. Het omzetten van de categorieën in huidige bestemmingsplannen vindt plaats op basis van wat wenselijk wordt geacht op de verschillende locaties, met aandacht voor gemengde functies en focusgebieden. In het ontwikkelperspectief wordt aangegeven in welk gebied en in welke horecacategorie uitbreidingscapaciteit is, en dus horeca ontwikkeling in de vorm van toevoegen mogelijk is. Per locatieprofiel geven we aan welke horecacategorie(ën) het best passend is (zijn).

CONTRAST adviseert het kernteam de Raad voor te leggen welke keuze het best passend is op bepaalde locaties. Een wijziging tot categorie kan een belemmering voor de bestaande ondernemer opleveren. Advies is de nieuwe en oude horecacategorieën te vergelijken en nieuwe categorieën toe te wijzen indien best passend / passend bij de plannen. Onderdeel hiervan is het inzichtelijk maken van het effect voor de ondernemer/ exploitatie. Indien er sprake is van (plan)schade kan dit aan de Raad worden voorgelegd.

CONTRAST stelt minimaal de volgende uitgangspunten, regels en richtlijnen per horecacategorie voor:

- Wel/geen alcohol
- Terras ja/nee
- Sluitingstijden per categorie
 - o Indien de geldende openingstijden of sluitingstijden per cluster- of locatieprofiel afwijken, wordt dit opgenomen in het beleid per cluster- of locatieprofiel. Het beleid prevaleert boven de tijden zoals opgenomen in de horecacategorieën.
- Verkeersintensiteit en parkeerdruk per categorie (met name voor afhaal- en bezorgen)
- Afhalen ja/nee
- Bezorgen ja/nee
 - o Onderdeel van hoofdfunctie (bezorging bij fastservice)
 - o Onderschikt aan hoofdfunctie (bezorging bij restaurant, via andere ingang dan hoofdingang gasten)

Op de volgende pagina is het voorstel voor de nieuwe horecacategorieën weergegeven.

De keuze tot nieuwe horecacategorieën wordt voorgelegd aan de Raad.

Nieuwe horecacategorieën

In dit voorstel tot nieuwe horecacategorieën is de fastservice met afhaal- en/of bezorgfunctie in een aparte categorie opgenomen (namelijk horeca 2).

Horeca 1 – daghoreca zonder bezorgfunctie

Horecabedrijf (<150m²) gericht op het verstrekken van etenswaren, niet zijnde maaltijden, en het schenken van (zwak-alcoholische) dranken, met openstelling overwegend tijdens de dagperiode en alleen gedurende winkeltijden, zoals lunchconcepten, broodjeszaken, thee- en koffiezaken, juicebars, ijssalons. Deze kleinschalige bedrijven hebben geen bezorg- en/of afhaalfunctie en veroorzaken slechts beperkte hinder voor omwonenden.

Horeca 2 – fastservice met afhaal- en/of bezorgfunctie

Horecabedrijf gericht op het overwegend via counterverkoop verstrekken van etenswaren, zoals fastfood, niet zijnde maaltijden, en (zwak-alcoholische) dranken met openingstijden tijdens dag- en avondperiode, zoals cafetaria's, snackbars, grillrooms, shoarmazaken, pizzeria, fastfood restaurants en afhaalcentra. Deze bedrijven hebben overwegend een bezorg- en/of afhaalfunctie en veroorzaken hinder voor omwonenden door de hoge omloopsnelheid en verkeersbewegingen van gasten en bezorgers. Voor deze categorie is verkeersintensiteit en parkeerdruk zeer van belang, omdat de verkeersaantrekkende werking groot is.

Horeca 3 – horeca in restaurant-setting

Horecabedrijf gericht op het serveren van maaltijden en dranken in een restaurant-setting met openingstijden tijdens de (na)middag en vroege avond en daardoor slechts beperkte hinder voor omwonenden veroorzaken, zoals restaurants, bistro, fastcasual concepten, grand-café's en café-restaurants. Tevens zijn dit bedrijven in categorie 1 met een bedrijfsoppervlak (BVO) van meer dan 150m².

Horeca 4 – natte horeca

Horecabedrijf gericht op het verstrekken van (niet-)alcoholische drank als hoofdfunctie met daaraan ondersteunend het verstrekken van etenswaren met openingstijden tijdens zowel de dag- als avond- als nachtperiode en die daardoor aanzienlijke hinder voor omwonenden kunnen veroorzaken, zoals café's, cocktailbars, wijnbars en shisha-lounges.

Horeca 5 - uitgaanshoreca

Horecabedrijf gericht op het verstrekken van dranken en eventueel etenswaren in combinatie met (live) entertainment of harde/elektronisch versterkte muziek, met veelal een groot aantal bezoekers en openingstijden tijdens de avond- en nachtperiode en daardoor grote hinder voor de omgeving met zich mee kunnen brengen, zoals discotheken, (nacht)clubs en andere uitgaansconcepten. Tevens zijn dit bedrijven die publieke kansspelen bieden.

Horeca 6 – zaalverhuur

Horecabedrijf gericht op het verhuren van zalen ten behoeve van congressen en seminars, en partycentra, al dan niet als nevenactiviteit van een hotel.

Horeca 7 –nachtverblijf

Horecabedrijf gericht op het bieden van nachtverblijf met openingstijden in de regel dagrond, al dan niet met een nachtportier of een onbemande receptie, zoals hotels, bed and breakfast met meer dan 4 slaappleatsen, hostels en pensions. De verstrekking van etenswaren, maaltijden en dranken is ondergeschikt aan overnachten en daardoor is de hinder voor omwonenden beperkt.

Deze categorie wordt opgenomen in een accommodatiestrategie.

Categorie	Alcohol	Periode	Openingstijden n.t.b. i.s.m. APV	Terras	Verkeersintensiteit / hinderprofiel
1	Zwak	Dag		Ja	Beperkt
2	Zwak	Dag + avond		Nee	Groot
3	Ja	Dag + avond		Ja	Beperkt
4	Ja	Dag + avond + nacht		Ja	Groot
5	Ja	Avond + nacht		Nee	Groot
6	Ja	Dag + avond		Beperkt	Beperkt
7	Ja, ondergeschikt	Dagrond		Beperkt	Beperkt

3. Regelgeving fastservice

CONTRAST adviseert de regelgeving en handhaving van de fastservicesector aan te scherpen. De uitgangspunten die worden voorgesteld voor het toestaan en ondernemen van fastservice in de cluster- en locatieprofielen zijn als volgt:

- Afhaal moet mogelijk zijn
- Fiets- en scooterverkeer in loopgebieden beperken, geen scooters voor de deur
- Begrenzen aantal wachtende bezorgers voor een pand
- Richtlijnen voor uitstraling van het pand: open pui/ gevel op beeldbepalende plekken, klein terras met aantal stoelen, jaarrond open
- Niet toestaan darkkitchens in cluster- en locatieprofielen, maar daarbuiten. Dit is een keuken waar alleen gekookt wordt voor bezorging, zonder afhaalfunctie.

Met de aanscherping kan de gemeente in gesprek gaan met bestaande fastserviceconcepten en –ondernemers over:

- Verplaatsing naar randen van het centrum. Eventueel met aantrekkelijkere voorwaarden: wel scooters voor de deur, betere parkeer/ levering/ afhaal faciliteiten etc.
- Ontwikkeling naar modernisering, meer variatie, vernieuwing, gezond.

4. Nieuw stappenplan voor handeling horeca ontwikkeling

Met een helder stappenplan voor het aanvragen van nieuwe vergunningen of wijzigingen in vergunningen is het voor zowel gemeente als ondernemer en andere belanghebbenden duidelijk wat verwacht wordt. Afdeling economische zaken wordt hier nauw bij betrokken. Op de volgende pagina is een voorstel opgenomen tot stappenplan handeling horeca ontwikkeling 2024-2030.

Aanvragen voor nieuwe concepten of maatwerk worden door de gemeente beoordeeld op basis van criteria, in samenhang met de kenmerken van het gebied zoals opgenomen in het cluster- en locatieprofiel. Goede kwalitatieve aanvullingen zijn altijd welkom. Dit betekent dat er specifiek aandacht wordt besteed aan passend aanbod bij de vraag.

5. Veiligheid, regelgeving en handhaving.

Handhaving is een gedeelde verantwoordelijkheid van gemeente en ondernemers. Met de decentralisatie van het toezicht op de Alcoholwet (voorheen Drank- en Horecawet) is de gemeente de belangrijkste uitvoerder van de Alcoholwet geworden. Het Preventie- en handavingsplan vertaalt de Alcoholwet op lokaal niveau en maakt de gemeente regisseur van het lokale alcoholbeleid. Van belang is dat er door de gemeente gehandhaafd wordt, en de regelgeving voor zowel gemeente als ondernemer duidelijk is.

6. Samenwerking tussen ondernemers, KHN en gemeente

De gemeente heeft een faciliterende rol. KHN is een belangrijke spil tussen gemeente en ondernemers, en tussen ondernemers onderling. Prioriteit in de samenwerking tussen gemeente, KHN en ondernemers heeft het plan voor het Stadshart, voor vestiging van aantrekkelijke en uitnodigende horeca initiatieven.

7. Algemene kaders voor ondergeschikte horeca, blurring en pop-up horeca

CONTRAST adviseert het opstellen en handhaven van algemene kaders voor ondergeschikte horeca. Zie volgende pagina's. Alternatief is zeer beperkte tot geen regelgeving.

De horeca en detailhandel kunnen mogelijk samenwerken en elkaar in één pand actief opzoeken voor toekomstbestendige en succesvolle totaalconcepten. Prioriteit heeft vestiging in het Stadshart. Succesvolle initiatieven eventueel uitrollen naar andere gebieden.

8. Lelystad in ontwikkeling: nieuwe gebiedsontwikkelingen

Bij nieuwe gebiedsontwikkelingen is er nog geen sprake van een actuele vraag. CONTRAST stelt voor om een ruimtelijk-economische paragraaf in gebiedsvisies voor dergelijke gebiedsontwikkelingen op te nemen. Het zou helpen om bijvoorbeeld in de gebiedsvisie voor het Stadhuisplein in het Stadshart een duidelijk visie op horeca te hebben, om initiatieven te stimuleren, alsook samenwerkingen tussen vastgoedeigenaren, ondernemers en gemeente.

Tot slot: de nieuwe route voor kwaliteit, levendigheid en variatie

In het werken aan de gewenste horeca ontwikkeling geeft CONTRAST als succesfactor mee dat het belangrijk is om de meerwaarde van deze nieuwe werkwijze voor de kwalitatieve impuls, levendigheid en meer variatie in het horeca aanbod aan de stad kenbaar te maken.

- Dit betekent duidelijk maken waarom verkleuren van horecaprofiel hieraan bijdraagt.
- Dit betekent als gemeente actief op zoek gaan naar nieuwe ondernemers voor horeca ontwikkeling op kansrijke plekken, en het duiden van de waarde van horeca passend bij het profiel op de locaties.
- Dit betekent ook het omarmen van nieuwe initiatieven. Ruimte bieden aan uitgesproken concepten met oranje, rood, blauw horecaprofiel.
- Dit betekent ruimte proberen te creëren voor concepten anders dan het dominante 'veel van hetzelfde groene' aanbod.
- Dit betekent voor de gemeente dat er situationeel naar aanvragen die binnenkomen gekeken moet worden. Het antwoord is niet direct nee, maar er wordt gekeken naar ruimte en hoe de gemeente samen met de ondernemer deze toegevoegde waarde in de gemeente kan landen.

Een ander belangrijk punt is de keuzes die voorgelegd kunnen worden aan de Raad mbt budget. Wat is handhaving en het aantrekkelijk, levendig en veilig straatbeeld waard? Wat zijn de mogelijkheden?

HANDELING HORECA ONTWIKKELING 2024-2030

Toelichting stappenplan bij nieuwe vergunning aanvraag / wijziging van vergunning
Nieuwe vergunningaanvraag / wijziging van vergunning wordt getoetst aan de hand van
1) het bestemmingsplan en 2) het ontwikkelkader van het gebied, onderdeel van het horecabeleid.

Stap 1) Toetsing aan de hand van bestemmingsplan

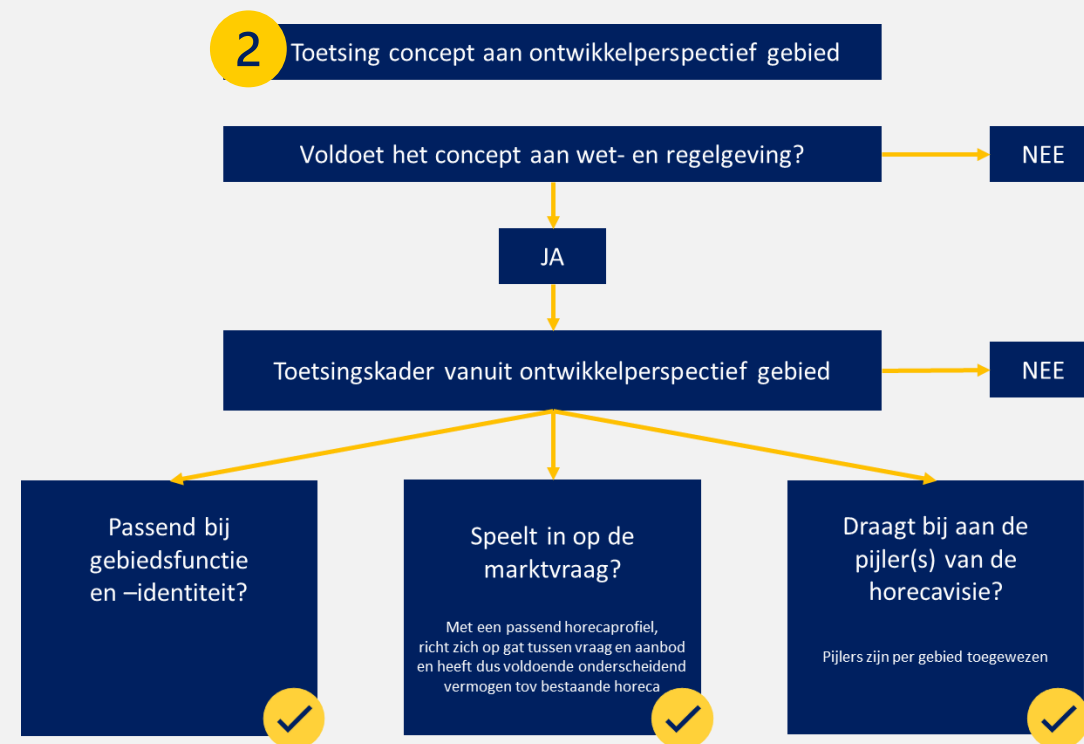
Nieuwe initiatieven die zich willen vestigen op een locatie zonder horecabestemming, worden verwezen naar leegstaande panden met horecabestemming of vragen aanpassing van het bestemmingplan aan. Alle aanvragen, waaronder o.a. exploitatievergunning en aanpassing bestemmingsplan, worden aan het ontwikkelperspectief van het gebied getoetst.



Stap 2) Goedkeuring volgt op basis van de score op het ontwikkelperspectief gebied:

- ☐ Voldoet aan wet- en regelgeving (Alcoholwet, APV, Bouwbesluit, Omgevingswet)
- ☐ Toetsingskader vanuit ontwikkelperspectief gebied:
 - ☐ Passend bij de gebiedsfunctie en –identiteit: gebied met prioriteit
 - ☐ Inspelend op de marktvraag: richt zich op gat tussen vraag en aanbod, met onderscheidend vermogen tov bestaande horeca, waarbij de vraag nog niet wordt ingevuld door verbinding met andere gebieden
 - ☐ In aansluiting op de horecavisie: draagt bij aan één of meerdere pijlers

Alle boxen van het ontwikkelperspectief moeten aangevinkt kunnen worden, of er wordt nader overlegd tussen gemeente en ondernemer over de meerwaarde van het concept voor Lelystad.



ONDERGESCHIKTE HORECA

DE OPKOMST VAN BLURRING EN POP-UPHORECA, ZONDER ONEERLIJKE CONCURRENTIE

Functies vervagen en blurring- en tijdelijke horecaconcepten kunnen een rol spelen in het bieden van een totaalbeleving die gebieden versterken. Deze trend vraagt om heldere wet- en regelgeving (o.a. openingstijden). Op deze pagina is de ondergeschikte horeca gedefinieerd, en zijn het gewenste resultaat, de kansen en kritische succesfactoren voor deze horeca voorgesteld.

Ondergeschikte horeca is horeca welke is ondergeschikt aan de hoofdfunctie van een onderneming, instelling of organisatie, waarbij de horeca niet als zelfstandige functie in het bestemmingsplan wordt opgenomen. We onderscheiden drie vormen: 1) additionele horeca, 2) ondersteunende horeca en 3) para-commerciële horeca.

1) Additionele horeca

Horeca die wordt toegevoegd aan een andere hoofdfunctie (detailhandel, kapper etc.). De hoofdfunctie is opgenomen in het bestemmingsplan. Met additionele horeca probeert een ondernemer de aantrekkelijkheid en/ of beleving van het bedrijf te vergroten.

2) Ondersteunende horeca

Horeca welke ondersteunend is aan een andere hoofdfunctie zoals bijvoorbeeld cultuur of sport. Deze hoofdfunctie is opgenomen in het bestemmingsplan. De horeca is een onlosmakelijk onderdeel van de onderneming, en is belangrijk om de hoofdfunctie naar verwachting van bezoekers uit te voeren, zoals een bar bij theater of sportkantine.

3) Para-commerciële horeca

Een vorm van ondersteunende horeca bij een para-commerciële instelling. Dit is een niet-commerciële rechtspersoon zoals een stichting of een vereniging die zich in de eerste plaats richt op het stimuleren van activiteiten van educatieve, godsdienstige, levensbeschouwelijke, recreatieve, sociaal-culturele of sportieve aard. In de vergunning worden aparte voorwaarden opgenomen om ervoor te zorgen dat er geen oneerlijke concurrentie ontstaat met commerciële horeca.

Pop-up horeca is een horeca exploitatie op basis van een tijdelijke vergunning. Dit is bijvoorbeeld tijdelijke horeca op een bijzondere locatie of in een leegstaand pand. Pop-up horeca kan ingezet worden in gebiedsontwikkeling. Advies is om voor pop-up horeca beleidskaders op te stellen waar tijdelijke horeca aan moet voldoen en op welke locaties pop-up horeca passend en wenselijk is. Hierbij is een koppeling met het evenementenbeleid aan te raden, omdat pop-up horeca en evenementen goed samengaan.

Resultaat van het opstellen algemene kaders ondergeschikte horeca

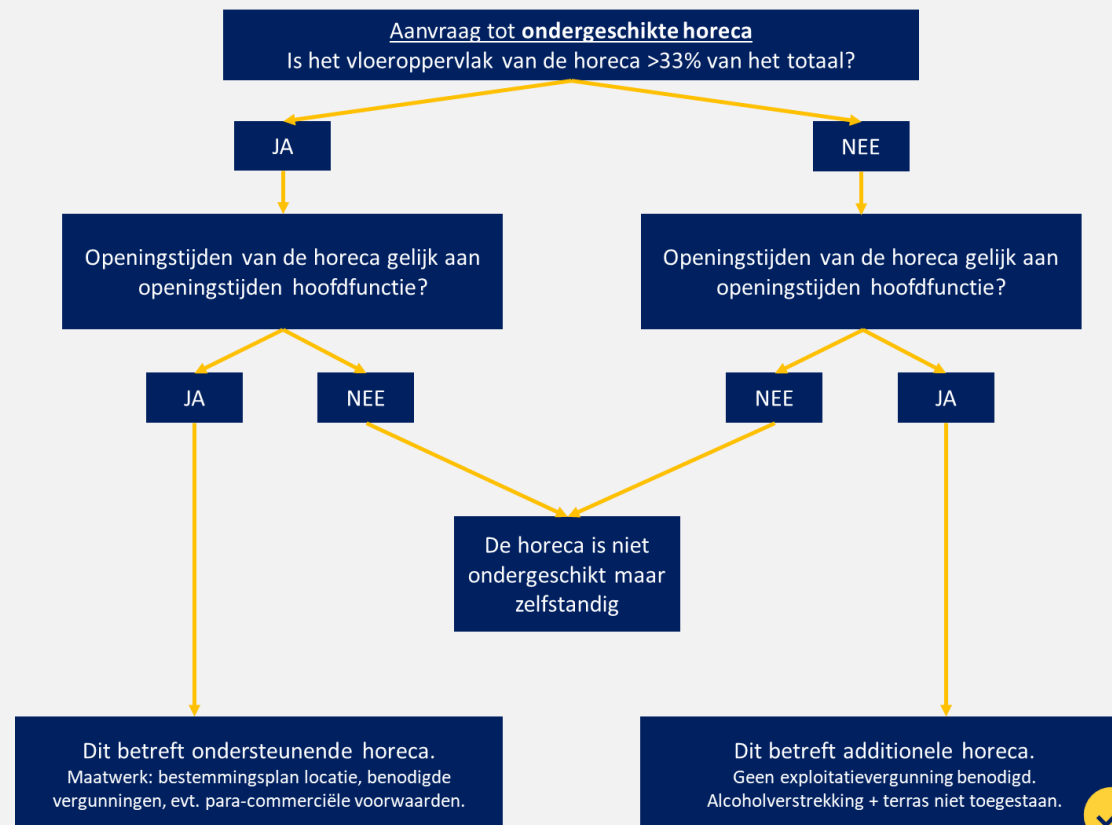
- Zodat het duidelijk is wat wel en wat niet mogelijk betreft ondergeschikte horeca
- Zodat er geen sprake is van oneerlijke concurrentie

Kansen

- Ondergeschikte horeca bij voorkeur toestaan in het Buitengebied

Kritische succesfactoren

- Opstellen beleid voor ondergeschikte horeca, met aanvullende beleidsregels specifiek voor ondergeschikte horeca.



BIJLAGEN

BIJLAGE A. ONDERZOEKSRAPPORT 2023

BIJLAGE B. CLUSTER- EN LOCATIEPROFIELEN 2023

BIJLAGE C. VISIEDOCUMENT



BIJLAGE A. ONDERZOEKSRAPPORT 2023

WERKWIJZE, ONDERZOEK, ANALYSE, MARKTINZICHTEN

HORECA LELYSTAD 2030

ONDERBOUWING TEN BEHOEVE VAN DE HORECAVISIE 2024-2030

De markt is zowel kwantitatief als kwalitatief in kaart gebracht, in combinatie met de gebiedsontwikkelingen en horecatrends. De inzichten vanuit het marktonderzoek zijn verrijkt met input van stakeholders, waaronder horecaondernemers, bewoners, vastgoedeigenaren, interne betrokkenen van de gemeente en andere belanghebbenden.

2023 t/m JUNI 2024



CONTRAST[®]

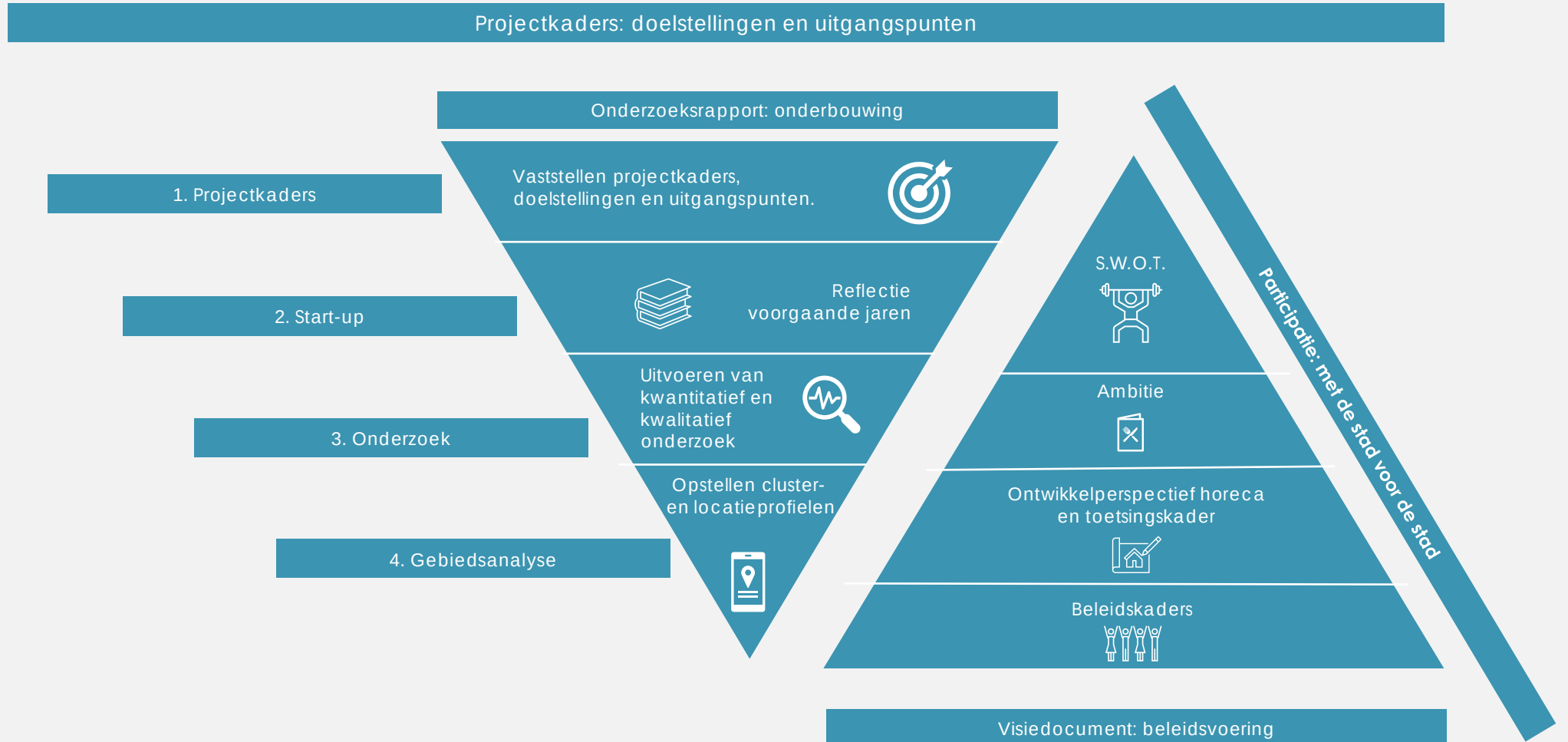


PROCESSTAPPEN

Het proces voor de totstandkoming van de horecavisie en beleidskaders bestaat uit twee piramides. De onderzoeksfase is de basis voor het opstellen van de visie. Vanuit het onderzoeksrapport is middels participatie het visiedocument ontwikkeld, en zijn de beleidskaders opgesteld. Voor het hele proces gelden de overkoepelende projectkaders.

Output onderzoek & advies

- ✓ Nieuwe horecavisie met gebiedsprofilering
- ✓ Ontwikkelperspectief met kaders voor de gewenste horeca ontwikkeling per gebied



WERKWIJZE ONDERZOEK

Toelichting onderzoek

De marktsituatie van horecavraag en aanbod in Lelystad is in totaliteit en per gebied op kwantitatieve en kwalitatieve wijze in kaart gebracht. Hoe groot is de vraag naar horeca en wie maken er gebruik van horeca? Welke horeca is er op dit moment gevestigd? Per gebied zijn de gebiedsontwikkelingen in kaart gebracht wat resulteert in kansen voor de horeca.

Vraag en aanbod is feitelijk in kaart gebracht in een zogeheten 0-meting. Vervolgens is de huidige én toekomstige vraag en het huidige aanbod in een confrontatie uiteengezet. In relatie tot de stadsbrede opgave en opgaven per deelgebied zijn hierbij mogelijke gaps en kansen voor de horeca in kaart gebracht.

Vraag is uiteengezet in:

- Inwoners: demografische kenmerken Lelystad en per gebied
- Spontaan & Gezellig, Exclusief & Kieskeurig en Vertrouwd & Makkelijk
- Toerisme: aantal dagjesmensen en verblijfstoeristen + unieke kenmerken

Aanbod is uiteengezet in:

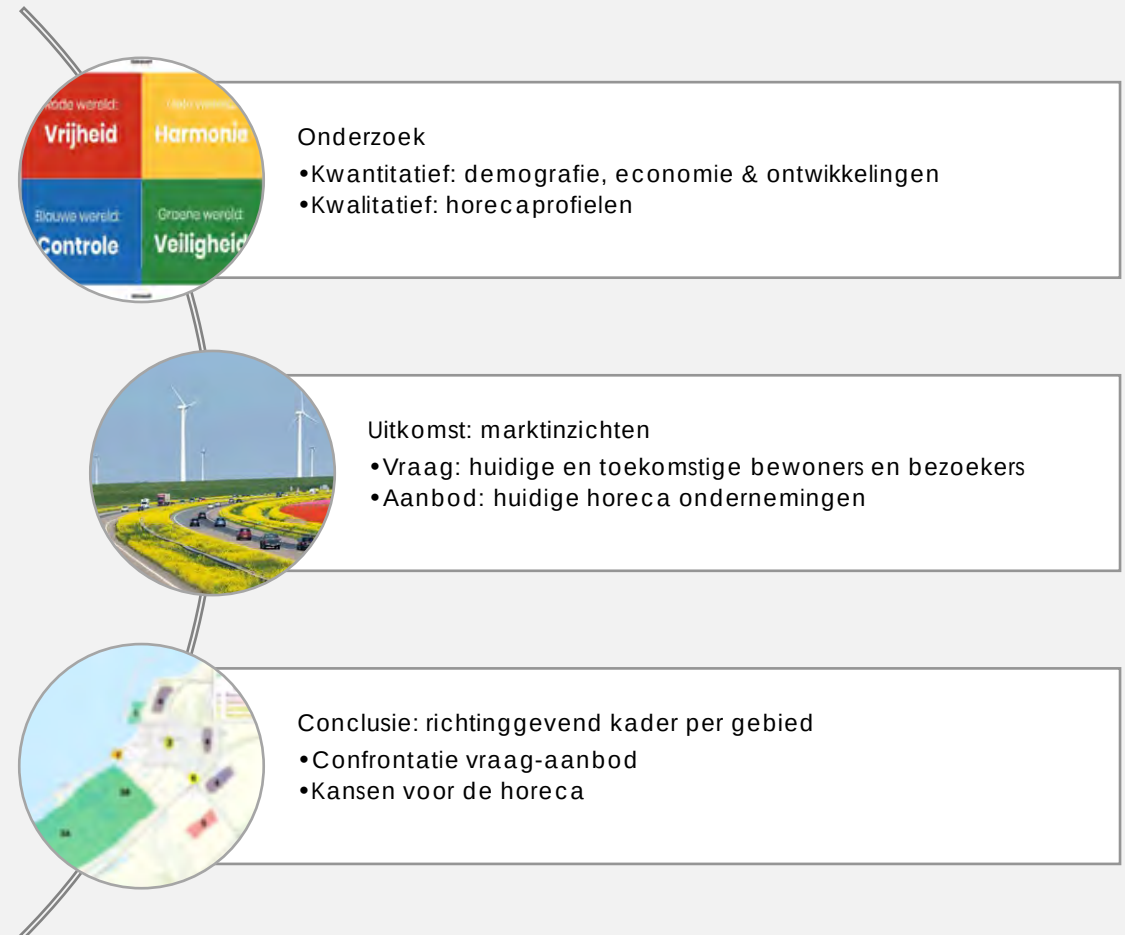
- Omvang horeca: aantal vestigingen + aantal vestigingen per 1.000 inwoners (horecadichtheid)
- Horecasectoren: café, café-restaurant, restaurant, hotel-restaurant, koffiebar, bezorg/ halen, fastfood, grillroom/ shoarma, feestzaal, hotel, overig (ijssalon, crêpes/ wafels/ donuts)
- Horecaprofielen: Authentiek & Bewust, Modern & Frequent, Spontaan & Gezellig, Exclusief & Kieskeurig en Vertrouwd & Makkelijk

Vooruitblik marktvraag

In dit onderzoek zijn enerzijds de demografische gegevens en ontwikkelingen van 2017 t/m 2022 opgenomen. Anderzijds zijn prognoses t/m 2040 opgenomen voor een lange termijnvisie (zoals bevolkingsprognose Lelystad i.r.t. de groeiambitie).

Vooruitblik horeca aanbod

De horecamarkt is sterk aan verandering onderhevig. Horecaondernemingen wisselen van concept, ondernemer of locatie. Ook komen er nieuwe concepten bij of stoppen er ondernemingen. In dit onderzoek is de actuele marktsituatie anno 2023 opgenomen en kijken we met horecatrends tot vijf jaar vooruit.



KWANTITATIEF ONDERZOEK

Bronnen

Er is bij dit onderzoek gebruik gemaakt van (statistische) gegevens van het Centraal Bureau voor Statistiek (CBS), Centraal Planbureau (CPB), VVV, de Kamer van Koophandel (kvk), Koninklijke Horeca Nederland (KHN), Locatus, Vastgoeddata en informatie vanuit Gemeente Lelystad. Het onderzoek is daarnaast gebaseerd op de bij HTC beschikbare gegevens en kennis inzake soortgelijke onderzoeken.

Voornaamste bronnen

- CBS 2022-2023 | cbs.nl
- CPB 2022-2023 | cpb.nl
- Gemeentelijke informatie Gemeente Lelystad
- KHN
- Locatus
- Werkgelegenheidsonderzoek 2022 Provincie Flevoland
- Koopstromenonderzoek | KSO2021.nl
- Sector update banken (o.a. ING, ABN AMRO)
- KvK Regiodata 2022-2023

Bron huidig horeca aanbod

Het is voor de gemeente niet mogelijk om uit eigen bronnen een volledig overzicht van horeca ondernemingen aan te leveren. In dit onderzoek hanteren we voor de opname van het gevestigde horeca aanbod naast Vastgoeddata (voor omvang van het aanbod per sector i.r.t. referentiegemeenten), de lijst van Locatus (2022). De sector partycatering is niet opgenomen omdat deze niet gericht zijn op de gast voor los horecabezoek. Een betrouwbare bron waarbij de lijst ieder jaar door veldwerkers van Locatus wordt geüpdatet. De bron HorecaDNA welke ten behoeve van voorgaande onderzoeken van Ginder zijn gebruikt, bestaat niet meer. De lijst van Locatus blijkt niet voor 100% compleet, en in de vierkante meter opgave kan een foutmarge zitten. HTC heeft in haar kwalitatief onderzoek in juni 2023 de data van Locatus verrijkt bij constatering op onvolledigheden.

Vraag: verzorgingsgebied en marktsegmenten

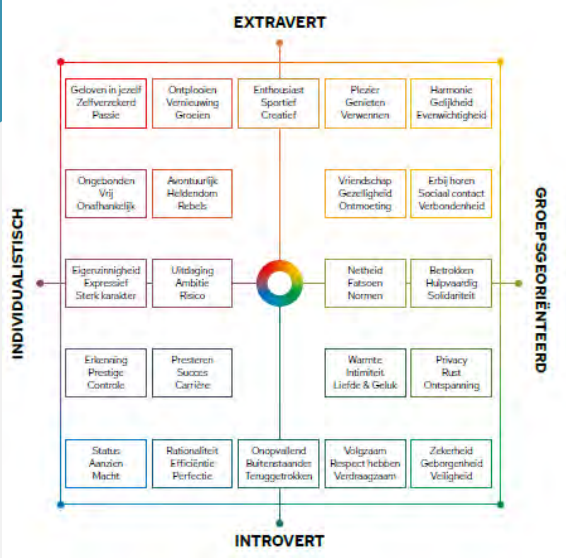
Het verzorgingsgebied voor de horeca is Gemeente Lelystad. De horecavraag komt vanuit de particuliere, zakelijke en toeristische markt. De particuliere markt is iedereen die in Lelystad woont. De zakelijke markt komt vanuit de gevestigde bedrijven in Lelystad. De toeristische markt bestaat uit dagjesmensen en verblijfstoeristen in Lelystad. Risico: de gemeente is niet in staat de doelgroep i.r.t. de woningbouwopgave te delen; dit maakt het niet mogelijk de toekomstige inwoners (per gebied) in detail te schetsen.

In de analyse zijn de kenmerken van Lelystad vergeleken met Lelystad in 2017, vergeleken met referentiegemeenten Roosendaal, Hengelo en Assen (gemeenten van vergelijkbare grootte, vergelijkbare grootte verzorgingsgebied en economische marktsituatie), en vergeleken met het landelijk gemiddelde. De kenmerken ten opzichte van het landelijk gemiddelde zijn tussen haakjes achter de betreffende data weergegeven in -.% en +.%.

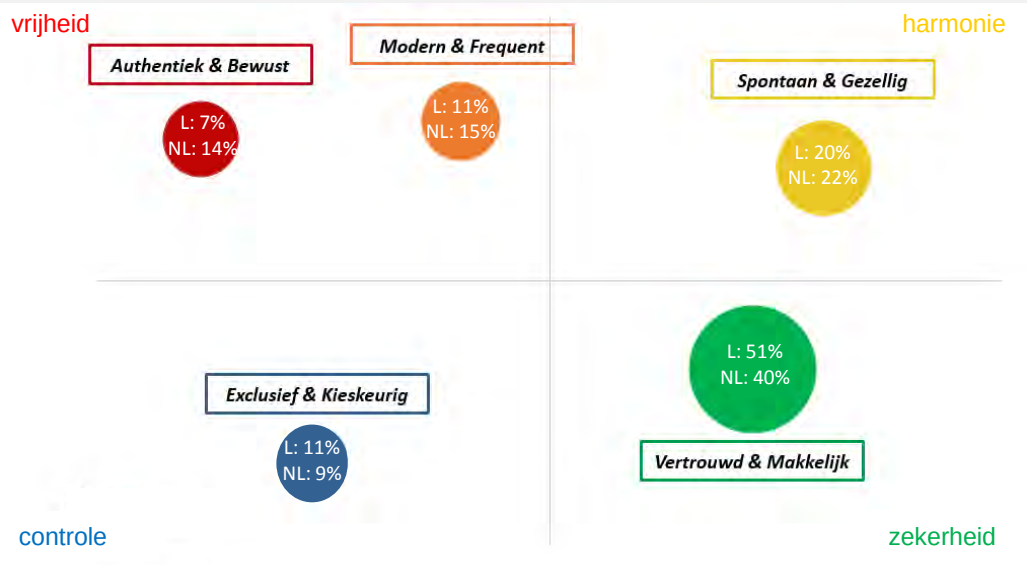


CONTRAST

KWALITATIEF ONDERZOEK



BSR-model met de achterliggende waarden



De vijf horecaprofielen o.b.v. het BSR model, weergave profielen in % van Lelystad en Nederland

Inzicht in de horecaprofielen

In dit onderzoek is gebruik gemaakt van het BSR (Brand Strategy Research) model om vraag- en aanbodzijde in kaart te brengen middels horecaprofielen. Met het gebruik van het BSR model zorgen we voor een eenduidige werkwijze en krachtig definieerbare profielen. Soortgelijke modellen die ingaan op leefstijlprofielen zijn te herleiden tot dit model. Het BSR model ontrafelt de drijfveren van mensen en wat je moet doen om mensen in beweging te krijgen. Het model bestaat uit twee assen, de sociologische dimensie (horizontale as: individualistisch-groepsgeoriënteerd) en de psychologische (verticale as: introvert-extravert) dimensie. Zo ontstaan 4 kwadranten. In basis kent Nederland 4 leefstijlen met ieder hun eigen manier van in het leven staan: **vrijheid**, **harmonie**, **zekerheid** en **controle**.

HTC heeft met onderzoekspartner MarketResponse op basis van het BSR model horecaprofielen ontwikkeld. Door middel van statistisch onderzoek onder de Nederlandse bevolking zijn 5 horecaprofielen te onderscheiden met verschillende horecagedragingen en – behoeften. HTC is in staat om per postcode in Nederland de vertegenwoordiging van de horecaprofielen vast te stellen. De 5 horecaprofielen zijn hiernaast weergegeven.

Op deze wijze is de vraagzijde in kaart gebracht in Lelystad en per gebied en weten we waar iemand zich het meest prettig voelt en naar welke horecaervaring iemand opzoek is. Het dominante horecaprofiel betekent niet dat je uitsluitend op zoek bent naar dezelfde kleur horecaconcepten, dit hangt onder meer af van het gezelschap, bezoekmotief en –moment.

Voor het in kaart brengen van de aanbodzijde heeft HTC bureau- en veldwerkonderzoek per gebied uitgevoerd, momentopname juni 2023. Het huidige horeca aanbod heeft een horecaprofiel toegekend gekregen op basis van vooraf gedefinieerde uitgangspunten:

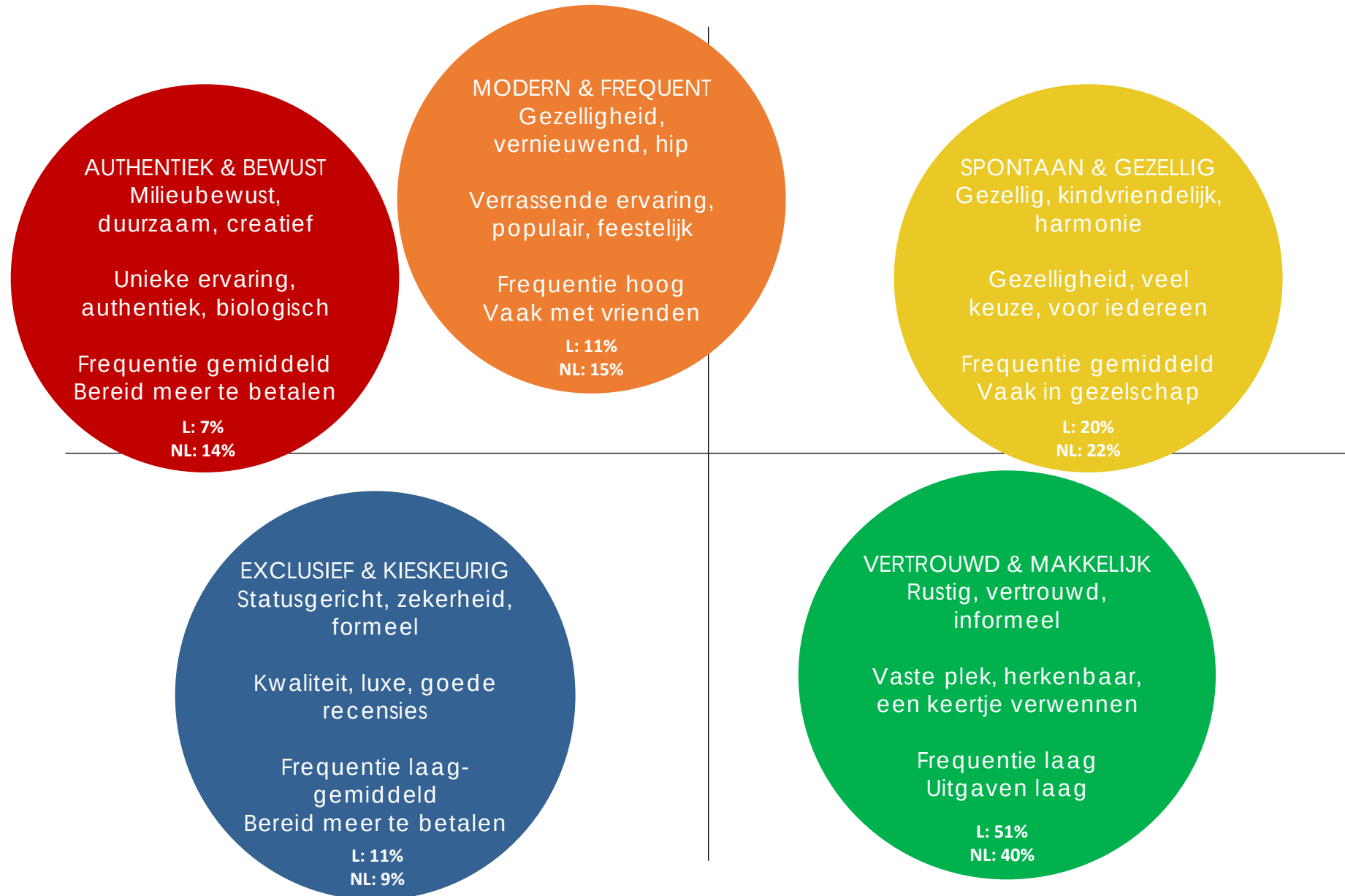
- Online inventarisatie: uitstraling en gebruik website, beelden, tekst, menu, recensies
- Offline inventarisatie: uitstraling en inrichting binnen & buiten, verhaal binnen het concept

De ondergeschikte horeca is opgenomen in het horeca aanbod per profiel en in weergave van het totaalaanbod wanneer de horeca los van de andere functies in het gebied een eigen aantrekkingskracht heeft op mensen (voor los horecabezoek). Het horeca aanbod in BSFO is niet opgenomen in weergave van het totaalaanbod, maar is separaat opgenomen. Dit aanbod bedient hoofdzakelijk de bezoeker van BSFO en is niet gericht op los horecabezoek.

Op de volgende pagina's zijn de vijf horecaprofielen toegelicht, enerzijds vanuit het perspectief van de horecagast met unieke kenmerken in gedragingen en behoeften. Anderzijds vanuit de conceptuele invulling met toelichting op de conceptmix: plaats, product, personeel en promotie.

Meer informatie op <https://marketresponse.nl/expertises/bsr-leefstijlen/>

Horecaprofielen in één oogopslag



GEEL HORECAPROFIEL

'Spontaan en gezellig'

VANUIT PERSPECTIEF HORECAGAST



SOCIO-DEMOGRAFIE



De socio-demografie van de gele horecagast bestaat uit:

- Hoog aandeel vrouw (67%)
- Gemiddelde verdeling in leeftijdscategorieën
- Hoog aandeel mensen met laag opleidingsniveau
- Hoog aandeel inkomen in midden segment
- Hoog aandeel beroepen in de dienstverlenende sector, als verkoper en administratief beroepen.



Waarden

verbondenheid, vriendschap, gezelligheid, harmonie, plezier.

Een horecabezoek is voor mij..

Gezellig, knus, kindvriendelijk

"Ik vind het leuk om spontaan een avondje uit eten te gaan"

Horecabehoeften

Concept	samen delen, all-you-can-eat, iets anders dan thuis maar wel herkenbaar
Menu	veel te kiezen, vernieuwend, maar ook allemans vrienden én iets leuks voor de kids
Voorbeelden	tapas, gerookte zalm op toast, boef bourguignon, huiswijn, cola of biertje van de tap
Prijs	kwaliteit en service zijn belangrijker dan prijs", goede prijs-kwantiteit/kwaliteit, gevoelig voor aanbiedingen
Uitstraling	gezellig, knus, modern, informeel = niet luxe, kindvriendelijk

Horecapatronen

Frequentie	gaat gemiddeld vaak naar de horeca
Budget	gemiddeld
Locatiekeuze	moet gezelligheid uitstralen
Gezelschap	met een vriend(in), met een gezelschap (vrienden, gezin, opa & oma)



L: 20%
NL: 22%



Horecagelegenheden moeten voor de gele horecagebruiker gezellig en knus zijn en het personeel is er om haar te ontzorgen. Ze kiest horecagelegenheden uit op hun menukaart, maar ook sfeer en in mindere mate prijs is van belang bij haar keuze. Ze eet graag tapas of gerookte zalm op toast en drinkt daarbij een colaatje of een wijntje.

"De ervaring is voor mij belangrijker dan de prijzen"



SPONTAAN EN GEZELLIG GEEL

CONCEPTUELE INVULLING

Plaats (uitstraling & inrichting)
Plaats

Uitstraling

Inrichting

Product
Concept/ verhaal
Menu presentatie

Assortiment food

Assortiment drank

Prijs

Personeel
Service

Kleding

Promotie (website, uitingen)
Website
Kanalen
Communicatie

modern, sfeervol, gezellige drukte, veel contact, niet te massaal, voor brede doelgroep.
eigentijds, kleurrijk, uitbundig, 'wauw' effecten, enthousiast, warm, ziel & zaligheid.
(ronde) tafels voor gezelschappen, handgeschreven krijtborden, trendy servies, kinderhoek.

shared dining, tapas, 'wauw effect', foodtrucks, festival sfeer.
veel keuze, afwisseling, grote gebaren maar niet te gek, kinderkaart.
mainstream, steak frites, hippe hamburger, culinaire pizza en pasta, pannenkoeken-patat (kids).
rosé, hippe druivensoorten, gin tonic omdat het hip is, perensap en roosvicee.
combi-deal, afgeprijsde special.

informeel, groepsgericht, open, persoonlijk, etiquette en kennis zijn minder belangrijk.
informeel, vrolijk.

uitbundig, ervaringen delen, eenvoudig.
website, social media, Facebook/ Instagram, advertenties.
eenvoudig, 'gezellig en laagdrempelig'.



GROEN HORECAPROFIEL

'Vertrouwd en Makkelijk'

VANUIT PERSPECTIEF HORECAGAST



CONTRAST

SOCIO-DEMOGRAFIE



De socio-demografie van de groene horecagast bestaat uit:

- Man-vrouw verdeling nagenoeg 50-50
- Hoog aandeel eenpersoons huishouden
- Gemiddelde leeftijdsverdeling en opleidingsniveau
- Hoog aandeel laag inkomen
- Beroepen: Arbeidsongeschikt/werkloos, schoonmaker, inpakker, koerier, gespecialiseerd beroep

De socio-demografie van de lime horecagast bestaat uit:

- Man-vrouw verdeling nagenoeg 50-50
- Hoog aandeel 55+'ers
- Hoog aandeel 2-persoons huishoudens
- Hoog aandeel laag opleidingsniveau
- Hoog aandeel laag inkomen
- Beroepen: gepensioneerden, docenten, chauffeurs en machine bediending.



Waarden

Vertrouwd, Informeel, rust en privacy

Een horecabezoek is voor mij...

"Het moet niet te luxe zijn, ik moet me er thuis voelen."

Horecabehoeften

Concept

Vaste plek, 'eigen tafel', herkenbaar, zichzelf

verwennen

met wat lekkers

Menu

Goede burger, saté met friet, appelsap, cola, spa rood blauw, varkenshaas pepersaus, gerookte zalm op toast

Prijs

"Ik besteed mijn geld bewust"

Uitstraling

Vertrouwd, rustig, café

Horecapatronen

Frequentie

Lage horecagebruiker

Budget

Laag

Locatiekeuze

Eerdere bezoeken aan locatie

Gezelschap

Alleen of met partner



L: 51%
NL: 40%



Horecagegelegenheden moeten voor de groene horecagebruiker rustig en informeel zijn en hij kiest vaak een zelfde vertrouwde plek. Hij kiest horecagegelegenheden uit op basis van eerdere ervaringen en op hun menukaart, locatie en prijzen. Hij of zij eet graag een hamburger, een varkenshaas met pepersaus of saté friet omdat hij of zij dan zeker weet dat het lekker is. Hij drinkt daarbij meestal gewoon een frisje.

"Ik houd niet zo van verrassingen en ga graag terug naar vertrouwde plekken"



VERTROUWD EN MAKKELIJK GROEN

CONCEPTUELE INVULLING

Plaats (uitstraling & inrichting)

Plaats Herkenbaar, vertrouwd, overzichtelijk en rustig.
Uitstraling Niet te hip of modern. lokale horeca met vaste gasten. Informeel en niet te veel poespas.

Product

Concept/verhaal Deze horecabedrijven zijn al jaren hetzelfde. De eigenaar of chef kennen we persoonlijk. Vertrouwd, gezellig, laagdrempelig.

Menu presentatie Er moet voldoende keuze zijn maar de presentatie mag herkenbaar en vertrouwd zijn (leren map met insteekhoezen).

Assortiment food Standaard en herkenbare gerechten: hamburger, bord met friet, vlees en simpele salade.

Assortiment drank Makkelijk, standaard, frisdrank, huiswijn of bier.

Prijs Prijsniveau is standaard laag, met een aanbieding voor jarige bezoekers.

Personeel

Service Vaste gezichten die herkenbaarheid uitstralen. Geen uitbundigheid: 'doe maar gewoon, dan doe je al gek genoeg'. Gesprekken over de lokale gemeenschap.

Kleding Niet belangrijk.

Promotie (website, uitingen)

Website Websites zijn simpel en duidelijk. Bestelling plaatsen is mogelijk via druk op de knop.

Kanalen Website of facebook.

Communicatie Volledig, correct, laagdrempelig, aanbevelingen van anderen.

Algemene weergave van afbeeldingen

ORANJE HORECAPROFIEL

'Modern en frequent'

VANUIT PERSPECTIEF HORECAGAST



SOCIO-DEMOGRAFIE



De socio-demografie van de oranje horecagast bestaat uit:

- Man-vrouw verdeling nagenoeg 50-50
- Hoog aandeel meerpersoons huishouden
- Hoog aandeel in de leeftijdscategorie van 18-34 jaar.
- Hoog aandeel gemiddeld inkomen
- Beroepen: student, ZZP'er en ambachtswerker.



Waarden

Populair, vernieuwend, modern, hip

Een horecabezoek is voor mij..

Creatief, uniek, modern

"Ik ben op zoek naar bijzondere, unieke of verrassende ervaringen"

Horecabehoeften

Concept	nieuw, hip, social media, populair
Menu	Vernieuwend, verrassend, anders
Voorbeelden	Sushi, goede burger, tapas, huisgemaakte ijsthee, malibu cola, champagne
Prijs	"Ik ben bereid te betalen voor mooie presentatie en feestelijke ervaring"
Uitstraling	Creatief, luxe, modern

Horecapatronen

Frequentie	Maakt veel gebruik van de horeca
Budget	Hoog
Locatiekeuze	Luxe, hip en/of modern
Gezelschap	met meerdere vriend(inn)en



L: 11%
NL: 15%



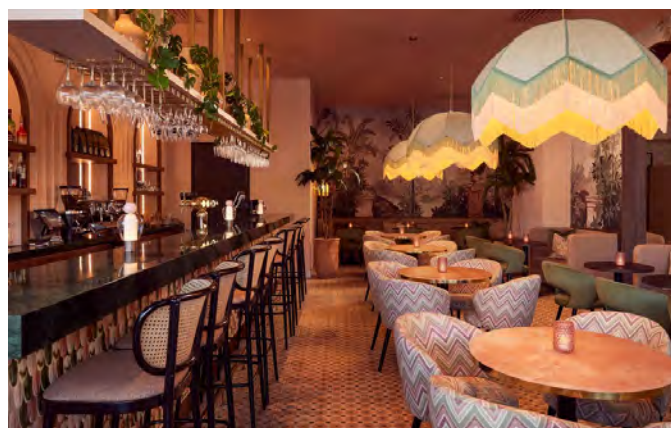
Horecagelegenheden moeten voor de oranje horecagebruiker creatief, uniek en modern zijn en het personeel moet ook kunnen verrassen met hun service. Ze kiest horecagelegenheden uit op hun menukaart, maar zeker ook op sfeer en service. Prijs is minder belangrijk bij haar keuze. Ze eet graag sushi, maar ook tapas of een goede burger gaan er prima in. Ze drinkt daarbij huisgemaakte ijsthee, maar bij de goede gelegenheid ook regelmatig een malibu cola of champagne.

"Ik vind het leuk om spontaan een avondje uiteten te gaan"



MODERN EN FREQUENT ORANJE

CONCEPTUELE INVULLING



Plaats (uitstraling & inrichting)

Plaats: Hippe, eigentijdse locaties.
 Uitstraling: Speelse, uitdagende uitstraling die verrast.
 Inrichting: Mag een beetje 'gek' zijn en vooral lekker uitgesproken.

Product

Concept/verhaal: Vernieuwing staat centraal: the hotspot in town. Het verhaal is gericht op ervaringen en plezier.

Menu presentatie: Een spannende presentatie, beetje gek en vooral anders. 'instagrammable'.

Assortiment food: Unieke, verrassende of bijzondere gerechten die op dat moment hip zijn. Nieuwe smaken of keukens en huisgemaakt.

Assortiment drank: Huisgemaakt, champagne of cocktails.
 Prijs: Bereid te betalen voor een mooie presentatie en feestelijke ervaring.

Personeel

Service: Hip en modern met gevoel voor humor en avontuur. Brengt plezier en vermaak voor de gast.

Kleding: Modieus, casual, hip, eigen kleding.

Promotie (website, uitingen)

Website: Website met aanbiedingen/boekingswebsites/zoekmachines.

Kanalen: Instagram, zoekmachines.

Communicatie: spanning, weinig details, doeltreffend, rebels, storytelling.

ROOD HORECAPROFIEL

'Authentiek en Bewust'

VANUIT PERSPECTIEF HORECAGAST



SOCIO-DEMOGRAFIE



De socio-demografie van de rode horecagast bestaat uit:

- Man-vrouw verdeling nagenoeg 50-50
- Huishoudensverdeling gemiddeld verdeeld
- Hoog aandeel 55+ ers
- Hoog aandeel hoog inkomen
- Beroepen: ZZP'er, hoger opgeleide specialist en gespecialiseerd beroep.



Waarden

Milieu, duurzaamheid, goed verhaal bijzonder, unieke ervaring,

Een horecabezoek is voor mij..

Authentiek, creatief, duurzaam

"Ik vind aandacht voor mens en milieu erg belangrijk"

Horecabehoeften

Concept	Bewust, biologisch, duurzaam, veganistisch/vegetarisch
Menu	Biologisch, vegetarisch, veganistisch
Voorbeelden:	Bloemkool steak, vegan burger op bietenbroodje, wijn uit de bourgogne, biologische appelsap, pittig gemberbier.
Prijs	"ik ben bereid iets meer te betalen voor een biologisch assortiment"
Uitstraling	Planten, open uitstraling, lokaal, basic of creatief

Horecapatronen

Frequentie	Gemiddeld
Budget	Laag-Gemiddeld
Locatiekeuze	bijzonder, uniek en duurzaam
Gezelschap	Met meerdere vriend(inn)en



L: 7%
NL: 14%

Horecagelegenheden moeten voor de rode horecagebruiker naast authentiek ook duurzaam zijn en het is leuk als het personeel veel kennis heeft over de producten en wijnen. Ze kiest horecagelegenheden uit op hun menukaart, maar vooral ook op de sfeer. Ze eet graag een bloemkool steak of een vegan burger op een bietenbroodje en drinkt daarbij een goed wijn of een pittig gemberbiertje.

"ik ben op zoek naar bijzondere, unieke of verrassende ervaringen"



AUTHENTIEK EN BEWUST ROOD

CONCEPTUELE INVULLING

Plaats (uitstraling & inrichting)

Plaats	Zichtbaar lokaal & duurzaam.
Uitstraling	Authentieke, creatieve sfeer.
Inrichting	Kleinschalige setting, gericht op het individu. Basic en volledig uit hergebruikte materialen.

Product

Concept/verhaal	Lokaal, duurzaam eten en de wereld willen verbeteren. staat centraal en heeft een duidelijke plaats in de storytelling.
-----------------	---

Menu presentatie

Uitleg wat er in de gerechten zit en waar het vandaan komt. Buiten de gebaande paden. Biologisch en vegan eten is de standaard, niet de uitzondering. Groenten in de hoofdrol.

Assortiment food

Bijzondere, verrassende, authentieke gerechten en combinaties.

Assortiment drank

Prijs	Biologisch frisdrank, biologische wijnen, een goed verhaal is bereid meer te betalen voor biologisch eten. True Pricing pas bij deze doelgroep.
-------	---

Personeel

Service	Personeel ademt het duurzame verhaal en uit openlijk dat het volop aandacht heeft voor mens en milieu.
---------	--

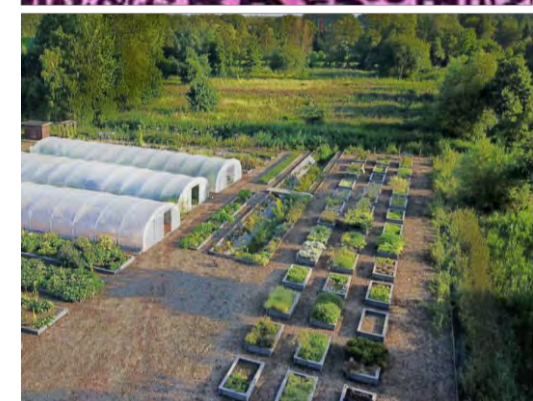
Kleding

Tweede hands, duurzaam katoen, creatief.

Promotie (website, uitingen)

Website	Kunstzinnig, groen en verhaal centraal (niet product).
Kanalen	artikelen/recensies of boekingswebsites/zoekmachine.
Communicatie	eigenzinnig, creatief, verhalend, aanbevelingen van anderen.

Algemene weergave van afbeeldingen



BLAUW HORECAPROFIEL

'Exclusief en Kieskeurig'

VANUIT PERSPECTIEF HORECAGAST



SOCIO-DEMOGRAFIE



De socio-demografie van de blauwe horecagast bestaat uit:

- Merendeel man
- Huishoudensverdeling gemiddeld verdeeld
- Leeftijden gemiddelde verdeeld
- Hoog aandeel hoog opgeleid
- Hoog aandeel hoog inkomen
- Beroepen: Hogere manager, ZZP-er, militair beroep.



Waarden

Exclusiviteit, kritisch, kwaliteit, functioneel

Een horecabezoek is voor mij..

Kwaliteit, luxe, uniek

"Ik word graag verwend met luxe en exclusiviteit"

Horecabehoeften

Concept	Goede recensies, luxe, chique, merknamen
Menu	Exclusief en kwaliteit
Voorbeelden	Hertenbiefstuk, kreeft, fruit de mer, biertje van de tap, wijn uit de bourgogne, champagne
Prijs	"Kwaliteit en service zijn belangrijker dan prijs"
Uitstraling	Strak, modern, luxe, alles moet kloppen

Horecapatronen

Frequentie	Laag- gemiddeld
Budget	Gemiddeld
Locatiekeuze	Formeel, exclusief en chique
Gezelschap	Met partner



L: 11%
NL: 9%



Horecagelegenheden moeten voor de blauwe horecagebruiker kwaliteit hebben en uniek zijn en het personeel moet het verhaal van de zaak delen. Hij kiest horecagelegenheden uit op hun menukaart, maar ook service en sfeer zijn van belang bij zijn keuze. Hij eet graag hertenbiefstuk, kreeft of fruit de mer en drinkt goede wijn of champagne, maar ook een lekker biertje op z'n tijd.

"Ik vind het heerlijk om in een restaurant lang na te tafelen"



CONTRAST



EXCLUSIEF EN KIESKEURIG BLAUW CONCEPTUELE INVULLING

Plaats (uitstraling & inrichting)

Plaats	Statige panden.
Uitstraling	Luxe en stijlvolle ambiance.
Inrichting	Strak en goed verzorgd, van traditioneel tot modern maar tot op detailniveau kloppend. Linnen op tafel.

Product

Concept/verhaal	Goede kwaliteit, klassieke gerechten en combinaties. Zien en gezien worden.
-----------------	---

Menu presentatie

Assortiment food	Strak, weinig poespas. Bekende producten met kwaliteitskeurmerk. Wagyu biefstuk, oesters. Klassiekers, steak tartaar, hertenbiefstuk. Tafelbereidingen.
------------------	--

Assortiment drank

Prijs	Bekende wijnen van klassieke wijnhuizen of streken, biertje van de tap maar ook een speciaal biertje of klassieke cocktail.
-------	---

Kwaliteit en service zijn belangrijker dan prijs.

Personeel

Service	Klassiek en kundig met kennis van producten en manieren van serveren en bereiden aan de tafel. Etiquette.
---------	---

Kleding

	Net gekleed en tot in de puntjes verzorgd uiterlijk.
--	--

Promotie (website, uitingen)

Website	Strakke website met logische ordening, menukaart en optie tot reserveren. Goede recensies worden sterk benadrukt. Kwaliteit en hoog niveau straalt door, maar ook afstandelijkheid en exclusiviteit.
---------	--

Kanalen

Communicatie	Recensies, Michelin gids, Bib Gourmant, website. Feitelijke en show elementen, prestige.
--------------	--

Algemene weergave van afbeeldingen

BEGRIPPEN

Enkele veelvoorkomende begrippen zijn als volgt te definiëren / lezen:

Aanbod	Alle horecabedrijven in de gemeente Lelystad op basis van Lijst Locatus 2023, kleuring op basis van kwalitatief onderzoek HTC.
Buitengebied	Het gebied zonder cluster / concentratie van wonen, werken, recreëren of verblijven. In tegenstelling tot o.a. Stadshart, Kust, Batavia Stad en woonwijken.
Clusterprofielen	Geven inzicht in de identiteit, de marktvraag, het actuele horeca aanbod, de ontwikkelingen en de kansen voor de horeca per gebied.
Confrontatie vraag-aanbod	Bevindingen vanuit de vergelijking van het aanbod tov de vraag, dit maakt de kloof tussen vraag en aanbod inzichtelijk.
Horeca profielen	Gevalideerde profielen met inzichten in het gastgedrag en horecabehoefden, ontwikkeld door HTC Advies in samenwerking met onderzoeksbureau MarketResponse.
Kansen	Refereert naar mogelijkheden vanuit de huidige confrontatie vraag-aanbod waar de horeca op in kan spelen, rekeninghoudend met de stadsbrede opgave en gewenste horeca ontwikkeling per gebied.
Projectteam	Het projectteam van gemeente Lelystad en HTC Advies dat in het gehele proces van de totstandkoming van de visie tot het opstellen van de beleidskaders betrokken is.
Klankbordgroep extern	Vertegenwoordiging van de gemeente, bewoners, ondernemers, KHN en andere stakeholders.
Mogelijkheid tot ontwikkeling	Betekent dat er kansen zijn voor ontwikkeling van de horeca in omvang (m²), kwaliteit, categorie of verbreden doelgroep en/ of moment (dag, avond, nacht).
Mogelijkheid tot verkleuring	Betekent dat er kansen zijn voor verandering van horecaprofiel van het huidige aanbod om beter aan te sluiten bij de vraag (gericht op specifieke doelgroep of juist brede doelgroep).
Ontwikkelperspectief	Beschrijft de gewenste transitie en het richtinggevend kader voor de horeca ontwikkeling per gebied voor een tijdsbestek van 6 jaar (2024-2030).
Stabilisatie	Betekent dat vraag en aanbod op elkaar aansluiten en dat de uitdaging de komende jaren ligt in het behoud van het huidige aanbod.
SWOT	Een bedrijfskundig model dat intern de sterktes en zwaktes en in de omgeving de kansen en bedreigingen analyseert, in dit rapport weergegeven als een samenvatting van de marktinzichten.
Vraag	Totale potentiële horecavraag vanuit de particuliere, zakelijke en toeristische markt.

Horecasectoren:

Restaurant	Verstrekking van maaltijden en (alcoholische) dranken aan tafel met bediening.
Hotel-Restaurant	Een publiekelijke toegankelijk restaurant geëxploiteerd door en gevestigd in een hotel.
Café-restaurant	Naast verstrekking van maaltijden en (alcoholische) dranken aan tafel met bediening, ook verstrekking van alleen dranken.
Café	Verstrekking van (alcoholische) drank, aan tafel of bar, vaak ook nachthoreca. Ook wel 'natte horeca'.
Lunchroom	Waaronder lunchrooms en koffiobar. Daghoreca gericht op verstrekken van koffie, (alcoholische) dranken, zoetigheden, lunch geserveerd aan tafel met bediening.
Fastservice	Waaronder fastfood, cafetaria, fastservice. Snelle bereiding, hoofdzakelijk counterservice zonder bediening aan tafel.
Afhaal/bezorging	Concepten volledig gericht op afhalen en bezorgen. Geen zitplaatsen en consumptie ter plaatse.
Overig	Waaronder ijssalon, pannenkoekenrestaurant, feestzaal, discotheek, coffeeshop. Deze zijn apart weergegeven indien gevestigd in gebied. Feestzalen zijn in scope, partycatering is out of scope omdat deze bedrijven niet altijd een fysieke locatie hebben.

Doelstellingen

Lelystad is een stad in ontwikkeling met een stevige groeiambitie. Horeca maakt deel uit van deze ontwikkelingen en draagt bij aan het aantrekkelijker maken van Lelystad als woon- en verblijfstad en aan aantrekkelijke deelgebieden.

- De horeca sluit aan bij de behoefte van haar inwoners. Het aanbod is gevarieerd en er is voor iedere bewoner, jong en oud, passend aanbod.
- De horeca is geconcentreerd. Niet bij iedere nieuwe ontwikkeling (gebouw, wijk, voorziening) is horeca gewenst of haalbaar.
- De horeca draagt bij aan een levendig en aantrekkelijk straatbeeld.
- De horeca draagt bij aan een aantrekkelijk stadscentrum.

De horecavisie is voor de stad en haar bewoners, en voor de volgende belanghebbenden:

- Gemeente Lelystad: een actuele ruimtelijke visie met een duidelijk afwegingskader op basis waarvan stadsbreed keuzes gemaakt kunnen worden onder het mom van "de juiste horeca, op de juiste plaats".
- Ondernemers: duidelijke kaders om horeca te starten of te bedrijven en duidelijkheid over keuzes die worden gemaakt om te motiveren een bijdrage te leveren aan de gewenste ontwikkeling.
- Vastgoedeigenaren/ investeerders: duidelijkheid over keuzes die worden gemaakt om te activeren een bijdrage te leveren aan de gewenste kwalitatieve ontwikkeling.

Het horecabeleid draagt concreet bij aan:

- Meer grip op horecaontwikkeling: met een ruimtelijk afwegingskader is duidelijk wat er waar wel of niet kan.
- Een duurzame ontwikkeling van gemeente Lelystad: binden van mensen aan de stad.
- Sturing op terrassen en exterieur (i.r.t. aantrekkelijkheid straatbeeld).
- Handhaving op veiligheid / voetgangersgebied.

Uitgangspunten

Belangrijke uitgangspunten zijn:

- Lelystad heeft een stevige groeiambitie: in 2040 wordt ingezet op 38.500 extra inwoners. Dat is een groei van 47,5%.
- Ontwikkeling horeca vindt plaats in relatie tot andere opgaven van de gemeente: woningbouw, meer arbeidsplaatsen, detailhandel, cultuur en natuurontwikkeling.

Gebiedsindeling

Ieder gebied heeft een eigen functie en identiteit. Er is vooraf een gebiedsindeling gedefinieerd op basis van de gebiedsfunctie en clustering van voorzieningen. Binnen de clustergebieden (deelgebieden) zijn subgebieden benoemd met een onderscheidend karakter of specifieke ontwikkelopgave in relatie tot relevantie voor de horecavisie.

Er wordt uitgegaan van de volgende gebiedsindeling:

1. Stadshart, afgekaderd door Zuigerplasdreef, Middendreef, Stationsdreef, Houtribdreef en Larserdreef:
 1. Theaterkwartier
 2. Winklercircuit: Kroonpassage, Promesse en Wissel
 3. Stationsgebied en Dukaatplein
 4. Noorden van Stadshart: Horecapleintje
 5. Zuiden van Stadshart: Zilverparkkade
 6. Stadhuisplein en overig Stadshart
2. Bataviakwartier
 1. Batavia Stad Fashion Outlet
 2. Bataviahaven
 3. Boulevard (de Cantine, Next, toekomstige ontwikkelingen)
 4. Overig Bataviakwartier
3. Oostvaardersplassen
 1. Poortgebied/ Hollandse Hout
 2. Bovenwater
 3. Oostvaardersplassen
 4. Overig Oostvaardersplassen
4. Werkeiland
5. Lelycentre
6. Larserplein
7. Toekomstig Airport scenario



Gebiedsindeling Lelystad

Naast de clustergebieden zijn er locatieprofielen vastgesteld. Deze profielen krijgen hun eigen uitwerking in de visie en het beleid.

- Jachthavens/ strand/ surf spots (bij hurkende man en op Waterfront, tussen Bataviakwartier en Werkeiland)
- Attracties (Aviodrome, Batavialand, etc.)
- (Wijk)winkelcentra
- Bedrijventerreinen
- Buitengebieden (o.a. Groene Velden)
- Overige natuurgebieden

Evaluatie horecabeleid 1999

Het voorgaande horecabeleid is met het projectteam en de interne klankbordgroep geëvalueerd. Uit de reflectie blijkt dat er behoefte is aan meer grip en sturing op de horeca ontwikkeling. Een nieuw concreet beleid met een duidelijke ruimtelijke opgave, ofwel welke horeca is toegestaan of wenselijk op welke locatie. Daarbij is het van belang dat de horeca bijdraagt aan de aantrekkelijkheid van Lelystad. Concentratie van horeca in het stadscentrum is een belangrijk uitgangspunt zodat de horeca bijdraagt aan een aantrekkelijk stadscentrum en een gevarieerd aanbod voor elke Lelystedeling.

De behoefte aan meer grip en sturing houdt onder andere het volgende in:

- Per (ontwikkel)gebied staat SMART aangegeven in welke sub-gebied, straat of plein horeca is toegestaan en welke horecacategorie dan is toegestaan.
- Aanvragen van nieuwe vergunningen worden altijd getoetst aan het beleid. Als het beleid geen eenduidig antwoord geeft, wordt het besluit genomen door het beoordelingsteam van het horecabeleid (Economische Zaken) en niet door het team vergunningen.

Het bijdragen van de horeca aan een aantrekkelijk Lelystad houdt o.a. in:

- Concentratie van horeca in het stadscentrum en dan bij voorkeur (volgordelijk) het Theaterkwartier, winkelcircuit: Kroonpassage, Promesse en Wissel, en dan het Dukaatplein.
- Bijdragen aan levendigheid en aantrekkelijkheid van het stadscentrum door bij te dragen aan het straatbeeld. Belangrijk daarbij zijn de uitstraling van de terrassen en een open aantrekkelijke pui.
- Een gevarieerd horeca aanbod voor elke leeftijdscategorie en/ of voorkeur. Aandachtspunt is uitgaansgelegenheden voor jong en oud.

Specifiek aandachtspunt: uitgaansgelegenheid in Lelystad

- Gelegenheden voor uitgaan zijn gesloten en uit de stad vertrokken, en in mindere mate terug gekomen of helemaal niet meer aanwezig.
- Volgens ondernemers brengen jongeren niks meer op qua omzet en zijn de regels voor alcoholverstrekking beperkend om de jeugd te voorzien.
- Ontwikkelingen in de jongerencentra zijn goed. Voor de doelgroep van 13-17 jaar zou dit een goede optie zijn, in samenhang met subsidieverstrekking.
- Inwoners in de leeftijdscategorie 30/40/50 jaar worden onvoldoende bediend.
- Ondernemers ontwijken het Stadshart omdat het straatbeeld niet aantrekkelijk is, met donkere straten en ongezellige sfeer. Lokale ondernemers zien kansen, echter wel nadat het straatbeeld wordt aangepakt en aantrekkelijker wordt gemaakt.

Waar we in het voorgaande beleid tegenaan lopen:

- Het horecabeleid is niet concreet en geeft geen ruimtelijke opgave. In bestemmingsplannen waar staat aangegeven dat gemengde functies mogelijk zijn, zijn aanvragen tot daghoreca doorgaans conform beleid toegestaan.
- Op dit moment is alleen het bestemmingsplan te beperkt voor het toetsen van aanvragen voor vergunningen. Nieuwe horeca is onbekend bij de afdeling die het beleid uitvoert.

Wat in het nieuwe beleid beter kan:

- Heldere 0-situatie: wat zit er nu per gebied? Welk type? Welke categorie? Welk profiel? Hoeveel ruimte is er voor ontwikkeling? Bijhouden van tussentijdse wisselingen en nieuwkomers.
- Een uitvoerbare ruimtelijke opgave met een visie en SMART doelstellingen (per gebied).
- Scherpere keuzes maken: bij elk initiatief een duidelijke en onderbouwde afweging. Dit betekent duidelijke kaders om nieuwe aanvragen aan te toetsen, alsook objectieve criteria om uit te leggen waarom iets niet kan.
- Kwalitatief meer sturing is gewenst zodat we bewust kunnen inzetten op variatie.
- Mogelijkheden om tijdelijke horecavergunningen te verstrekken zijn gewenst (pop-uphoreca).
- Mogelijkheden om te sturen op kwaliteit, ook bij bestaande horeca.

Bron: projectteam, interne klankbordgroep 2023

Aanverwante beleidsstukken

Vanuit reeds geactualiseerde verwante beleidsstukken zijn de belangrijkste bevindingen als volgt:

- De ambitie voor Lelystad in 2040 is als volgt: Lelystad, is in 2040 een zelfstandige, sociaal veerkrachtige, duurzame, aantrekkelijke en economisch sterke stad met 100.000 inwoners (Koersdocument).
- Toerisme en recreatie zien we als aanjagers om nieuwe mensen kennis te laten maken met Lelystad als bezoeker en potentiële inwoner (Kustvisie).
- Het versterken van het centrum door het benutten van de potenties van het stationsgebied is daarin een cruciale factor (Ontwikkelplan stationsgebied Lelystad).
- Een sterke positionering (Lelystad: nieuw land, pioniersgeest en innovatie), een heldere profilering (ontwikkelperspectieven per gebied) en inzetten op specifieke thema's als bereikbaarheid, beleving en bekendheid (Uitvoeringsprogramma Vrijetijdseconomie Lelystad 2016-2026).

Bovenstaande is een samenvatting van de volgende pagina.

Verwante beleidsdisciplines

Verwante visie- en beleidsstukken

De onderstaande documenten zijn geraadpleegd om de samenhang van de horecavisie met deze documenten zoveel mogelijk te borgen. In deze bijlage zijn in relatie tot de horecavisie vanuit verwante beleidsstukken onderstaande aandachtspunten maar niet uitsluitend in willekeurige volgorde weergegeven.

- *KOERSDOCUMENT Lelystad 2040*
- *Kustvisie Lelystad 2030*
- *Lelystad toeristische prognose december 2022*
- *Ontwikkelpplan stationsgebied Lelystad – sept 2021*
- *Overzicht positionering toeristische gebieden 2020*
- *Beleidsregel Bed & Breakfast in Lelystad (september 2010)*
- *Uitvoeringsprogramma Vrijtijdseconomie Lelystad 2016-2026*
- *Plancapaciteit: overzicht gemengde functies in bestemmingsplannen in de stad*
- *Locatus vergunningenlijst*

Koersdocument Lelystad 2040

De ambitie voor Lelystad in 2040 is als volgt: Lelystad, hoofdstad van de nieuwe natuur, is in 2040 een zelfstandige, sociaal veerkrachtige, duurzame, aantrekkelijke en economisch sterke stad met 100.000 inwoners. Hiervoor gaat Lelystad haar potentie volop benutten en kiest voor haar unieke kwaliteiten én onderscheidende regionale positie. Hieronder opgesomd in drie thema's:

- 1) Versterken urbanisatie voor een uitnodigende en ondernemende stad.
- 2) Versterken maatschappelijke kracht voor veerkrachtige samenleving met onderscheidend onderwijs en een toekomstbestendig, samenwerkingsgericht, preventief zorgnetwerk.
- 3) Gedeeld eigenaarschap voor gezamenlijke opgave in Lelystad.

Kustvisie Lelystad 2030

Onze ambitie is bijdragen aan een toekomstbestendig ecologisch systeem en hierdoor een aantrekkelijke verblijfplaats c.q. bestemming te zijn voor inwoners en (inter-)nationale toeristen. Door onze deelname in de MRA, waarbij toeristen uit Amsterdam steeds meer op zoek gaan naar beleving in de regio, speelt Lelystad een steeds grotere rol. Wij streven in 2040 naar een groei van 3 miljoen extra bezoekers. Toerisme en recreatie zien we als aanjagers om nieuwe mensen kennis te laten maken met Lelystad als bezoeker en potentiële inwoner. We hebben als ambitie om bijzondere woonmilieus mogelijk te maken in het kustgebied en daarmee Lelystad nog aantrekkelijker te maken om te komen wonen. Er zijn genoeg ingrediënten om de kust verder te ontwikkelen, die zorgen voor een groeiende economie.

Ontwikkelpplan stationsgebied Lelystad

Lelystad staat voor een stevige opgave. Groei en ontwikkeling zijn noodzakelijk om de stad levendig en aantrekkelijk te houden voor de bestaande samenleving, nieuwe inwoners en bedrijvigheid. Daarmee wordt gewerkt aan de gezonde basis voor een brede sociaal-maatschappelijk, culturele en economische versterking van de stad en haar inwoners. Het versterken van het centrum door het benutten van de potenties van het stationsgebied is daarin een cruciale factor. De hoge druk op de woningmarkt in de regio biedt Lelystad de kans om in een deel van de vraag naar woningen op OV knooppunten in de regio te voorzien. Andere steden in de regio maken vergelijkbare plannen. Lelystad zal doortastend te werk moeten gaan om haar aandeel van de vraag op korte termijn te kunnen accommoderen.

Uitvoeringsprogramma Vrijtijdseconomie Lelystad 2016-2026

In 2026 draagt de vrijetijdssector substantieel bij aan de aantrekkelijkheid van Lelystad en aan de versterking van de economie. Meer bezoekers worden ontvangen, er is een groei in het aantal overnachtingen en er zijn door de toename in bestedingen meer Lelystedelingen werkzaam in de vrijetijdssector. Om dit te bereiken vindt de uitvoering plaats langs drie sporen: een sterke positionering (het verhaal van Lelystad als kapstok: nieuw land, pioniersgeest en vernieuwende proposities (innovatie)), een heldere profilering (ontwikkelperspectieven per gebied) en inzetten op specifieke thema's als bereikbaarheid, beleving en bekendheid.

Overig aanpalend beleid

- De Wet Bibob en de beleidsregels toepassing wet Bibob
- Wet op de kansspelen en de verdelingsprocedure exploitatievergunning speelautomatenhallen Lelystad 2022
- Coffeeshopbeleid gemeente Lelystad 2024
- Alcoholwet
- APV, exploitatievergunningplicht en openingstijden
- Gebruik Alcohol in openbare ruimte, Aanwijzingsbesluit alcoholverbodsgebieden
- Nadere regels terrassen Lelystad 2024

Eerder uitgevoerd onderzoek horeca

Onderstaande adviesrapportages zijn geanalyseerd en meegenomen in de visie en beleidskaders:

- Advies ontwikkelkader horeca Lelystad – ZKA Seinpost - 2020
- Eindrapportage Marktanalyse horeca Lelystad naar aanleiding van horecawensen Batavia Stad Fashion Outlet – Ginder juli 2022
- Onderzoek ZKA horeca aanbod 2019
- Horwath Adviesrapport accommodatiestrategie Lelystad 20201103

MARKTANALYSE LELYSTAD

VRAAG, AANBOD, TRENDS & ONTWIKKELINGEN

Dit hoofdstuk start met een samenvatting van de belangrijkste marktinzichten. Vervolgens is het hoofdstuk opgebouwd uit de volgende subhoofdstukken:

- Vraag
 - Particuliere markt
 - Bevolkingsprognose scenario's gemeente Lelystad 2023-2041
 - Zakelijke markt
 - Toeristische markt
- Aanbod
 - Horeca
 - Hotel (separaat opgenomen)
- Landelijke economische ontwikkelingen
- Landelijke horecatrends

Ieder subhoofdstuk start met een korte conclusie. Vervolgens is de onderbouwing / kenmerken in bullits weergegeven.

Samenvatting marktinzichten

De Lelystadse horeca bedient zowel de Lelystedelingen als bezoekers aan de stad, met clusters als het Stadshart, de Kust, Batavia Stad en Oostvaardersplassen. Wat kenmerkt de doelgroep?

In 2023 heeft Gemeente Lelystad 83.061 inwoners. Het inwoneraantal van Lelystad laat een stijgende lijn zien. De bevolkingsdichtheid is met 355 inwoners per km² nog relatief laag (NL: 529 inwoners per km²). De Kustwijk telt met 12.871 de meeste inwoners (1.497 inwoners per km²). Gemeente Lelystad prognosticeert met +38.000 inwoners t/m 2040 een forse toename in het inwoneraantal, in lijn met de groeiambitie van de stad.

De leeftijdsopbouw van de inwoners in Lelystad is een afspiegeling van het Nederlands gemiddelde. De leeftijdsgroep 25-44 jaar en 45-65 jaar zijn beide sterk vertegenwoordigd. Tov 2017 is de snelst groeiende categorie 15-24 jaar (+1,9%) en 65+ (+2%).

Lelystad telt 35.839 huishoudens (2022). Het aandeel meerpersoonshuishoudens ligt met 38% hoger dan landelijk gemiddeld (+6%). Lelystad telt minder eenpersoonshuishoudens (-4% tov NL). Het valt op dat de referentiegemeenten van Lelystad een hoger aandeel eenpersoonshuishoudens hebben. Eenpersoonshuishoudens maken over het algemeen vaker gebruik van de horeca.

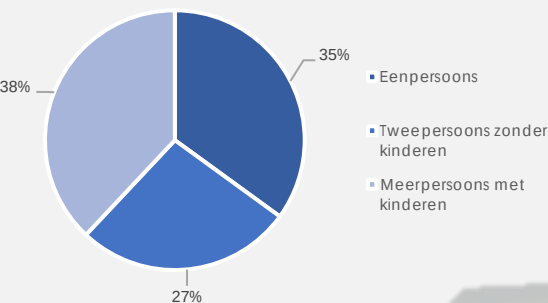
Het gemiddeld inkomen per inwoner ligt met € 26.300 lager (-11% t.o.v. NL). Echter heeft Lelystad inwoners met zowel lagere als hogere inkomens. Van belang in ogenschouw te nemen is dat 7,3% van de huishoudens in gemeente Lelystad een inkomen rond het sociaal minimum heeft (NL: 6,7%, Nieuwegein: 5,5%).

Lelystad is een stad in ontwikkeling als het gaat om het vestigen van bedrijven. Lelystad telt 10.733 bedrijven (2023). Dat zijn ca 1.300 bedrijven per 10.000 inwoners t.o.v. 1.400 bedrijven per 10.000 inwoners in Nederland (landelijk gemiddeld).

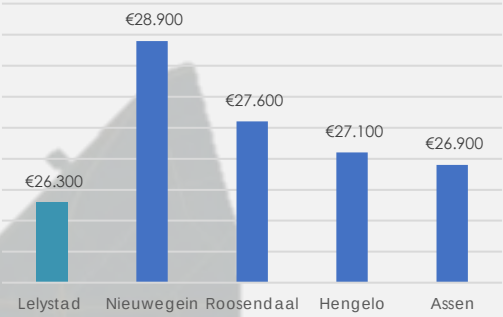
Lelystad heeft enkele publiektrekkers. De belangrijkste toeristische trekpleisters van Lelystad zijn de Jachthavens en Batavia Stad.

Het aantal horecavestigingen per 10.000 inwoners ligt in Lelystad hoger dan in de referentiegemeenten. Met name de fastservicesector is groot. Dit is opvallend voor een gemeente zonder nadrukkelijk achterland. De horeca in Lelystad ontvangt over het algemeen gasten uit eigen gemeente, waar de horecavestigingen in referentiegemeenten ook gasten uit omliggende gemeenten of dorpen bedienen.

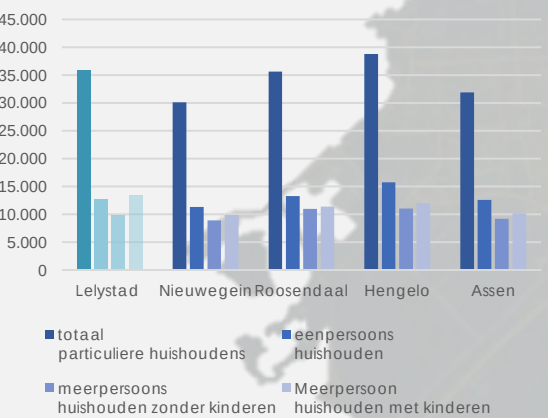
Huishoudens Lelystad



Gemiddeld inkomen referentiesteden



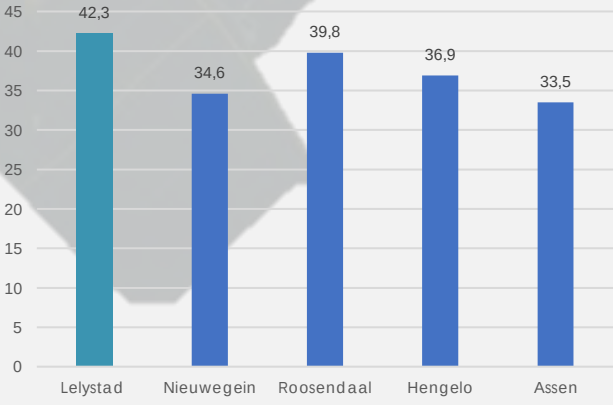
Huishoudens t.o.v. referentiesteden



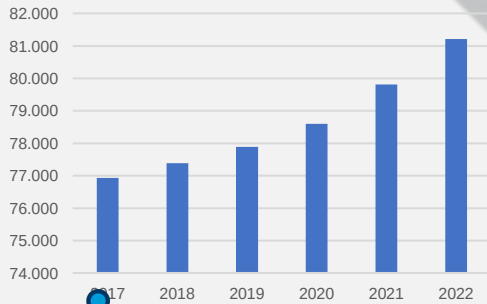
Gemiddeld inkomen per inwoner per wijk

Lelystad-Haven	€	31.388
Buitengebied	€	29.370
Kustwijk	€	27.886
Waterwijk-Landerijen	€	27.600
Havendiep	€	27.600
Stadshart	€	25.900
Boswijk	€	24.700
Atolwijk	€	23.600
Bolder	€	22.100

Aantal horeca vestigingen per 10.000 inwoners



Inwoners aantal Lelystad



Particuliere marktvraag

Conclusie particuliere markt Lelystad

- Groeïend inwoneraantal, en sterke groei verwacht (zie volgende pagina).
- Toename verwacht in 15-25 jaar, en een afname in 0-15 jaar en 45-65 jaar.
- Veel gezinnen: hoog aandeel meerpersoonshuishoudens.
- Het aantal huishoudens met een laag inkomen ligt hoger.
- Zowel inwoners met een relatief laag inkomen als hoog inkomen.

Kenmerken particuliere markt Lelystad t.o.v. NL gemiddelde

- Lelystad telt 35.839 huishoudens (2022). Het aandeel meerpersoonshuishoudens ligt met 38% hoger dan landelijk gemiddeld (+6%). Lelystad telt minder eenpersoonshuishoudens (-4% tov NL).
- Vergelijkbare leeftijdsopbouw als landelijk gemiddeld. De leeftijdsgroepen 25-44 jaar en 45-65 jaar zijn met beide 26% het sterkst vertegenwoordigd.
- De bevolkingsdichtheid in Lelystad ligt laag (355 inwoners per km² t.o.v. 529 per km² NL).
- Het gemiddeld inkomen per inwoner ligt met € 26.300 lager dan landelijk gemiddeld (€ 29.200). Het valt op dat het gemiddeld inkomen per inwoner per wijk verschilt. In de wijk Lelystad-Haven ligt het inkomen met € 31.388 hoger dan bijv. het inkomen in de Atolwijk (€ 23.600).
- De netto arbeidsparticipatie ligt met 66% iets lager dan landelijk gemiddeld (-3%). In Lelystad heeft 7,3% procent van de huishoudens een inkomen rond het sociaal minimum (+1% tov NL).
- In Lelystad wonen iets meer mensen met een laag opleidingsniveau (+4%) en minder hoogopgeleiden (-8%) tov landelijk gemiddeld.

Kenmerken particuliere markt Lelystad tov referentiegemeenten

- Het gemiddeld inkomen per inwoner ligt lager in vergelijking met de referentiegemeenten, -10% t.o.v. Nieuwegein, -5% t.o.v. Roosendaal, -3% t.o.v. Hengelo en -2% t.o.v. Assen.
- Het aantal huishoudens met een laag inkomen ligt in Lelystad hoger dan in Nieuwegein (+2%) en Roosendaal (+1%).

Opvallende kenmerken particuliere markt Lelystad 2023 tov 2017

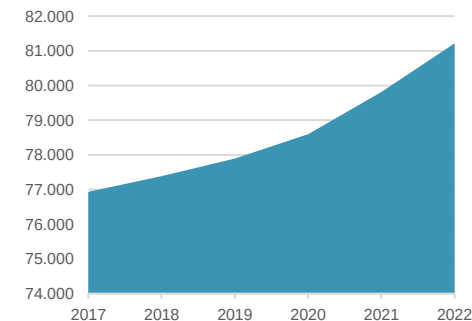
- 83.061 inwoners, groei van +5,5% in aantal inwoners.
- Groei in de leeftijdscategorie 15-24 jaar (+1,9% t.o.v. 2017) en 65+ (+2% t.o.v. 2017).
- Er is sprake van een afname in de leeftijdsgroep 0-15 jaar (-2,3% t.o.v. 2017).
- Gemiddeld inkomen per inwoner stijgt (+12% t.o.v. 2017, NB incl. inflatie).
- Migratieachtergrond van inwoners ontwikkelt: 63% van de inwoners is autochtoon (-5% t.o.v. 2017), 14% heeft een Westerse migratieachtergrond (+2% t.o.v. 2017) en 23% een Niet-Westerse migratieachtergrond (+3% t.o.v. 2017).

Overig

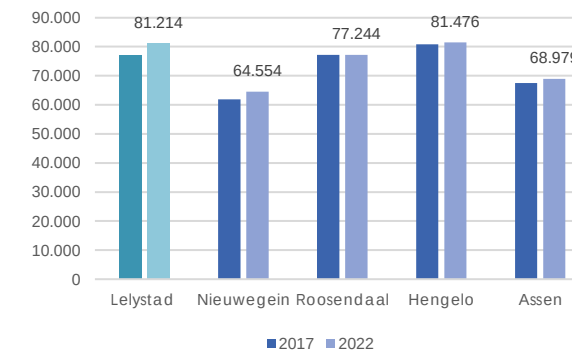
- In Lelystad studeren 5.888 LBO/ MBO studenten (MBO College Lelystad, ROC van Flevoland).
- Woonaanbod Lelystad: 62% koopwoning, 28% woning vanuit een corporatie, 6% particuliere verhuur en 4% overige verhuur. Dit beperkt de aantrekkelijkheid voor starters en jongeren om een woning te vinden in Lelystad en zich hier te vestigen.
- Er is een woningtekort en voor sociale huurwoningen bedraagt de wachtrij minimaal 13 jaar.

Bron: kernteam

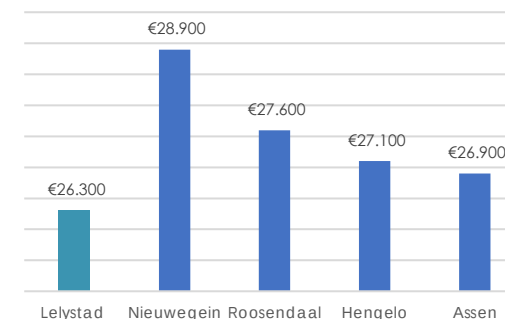
Groeïend inwonersaantal Lelystad



Groei inwonersaantal referentiesteden



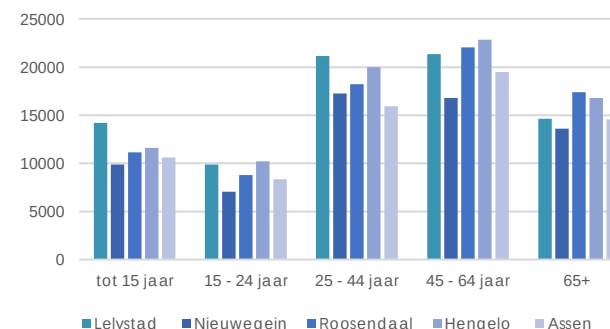
Gemiddeld inkomen referentiesteden



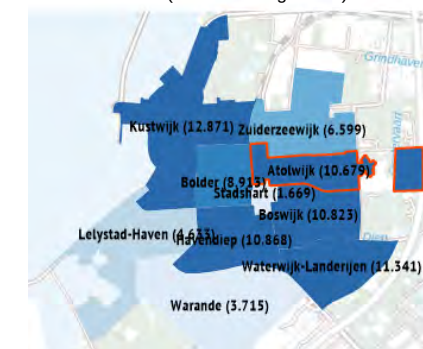
Gemiddeld inkomen per inwoner per wijk

Lelystad-Haven	€	31.388
Buitengebied	€	29.370
Kustwijk	€	27.886
Waterwijk-Landerijen	€	27.600
Havendiep	€	27.600
Stadshart	€	25.900
Boswijk	€	24.700
Atolwijk	€	23.600
Bolder	€	22.100

Leeftijdsofbouw

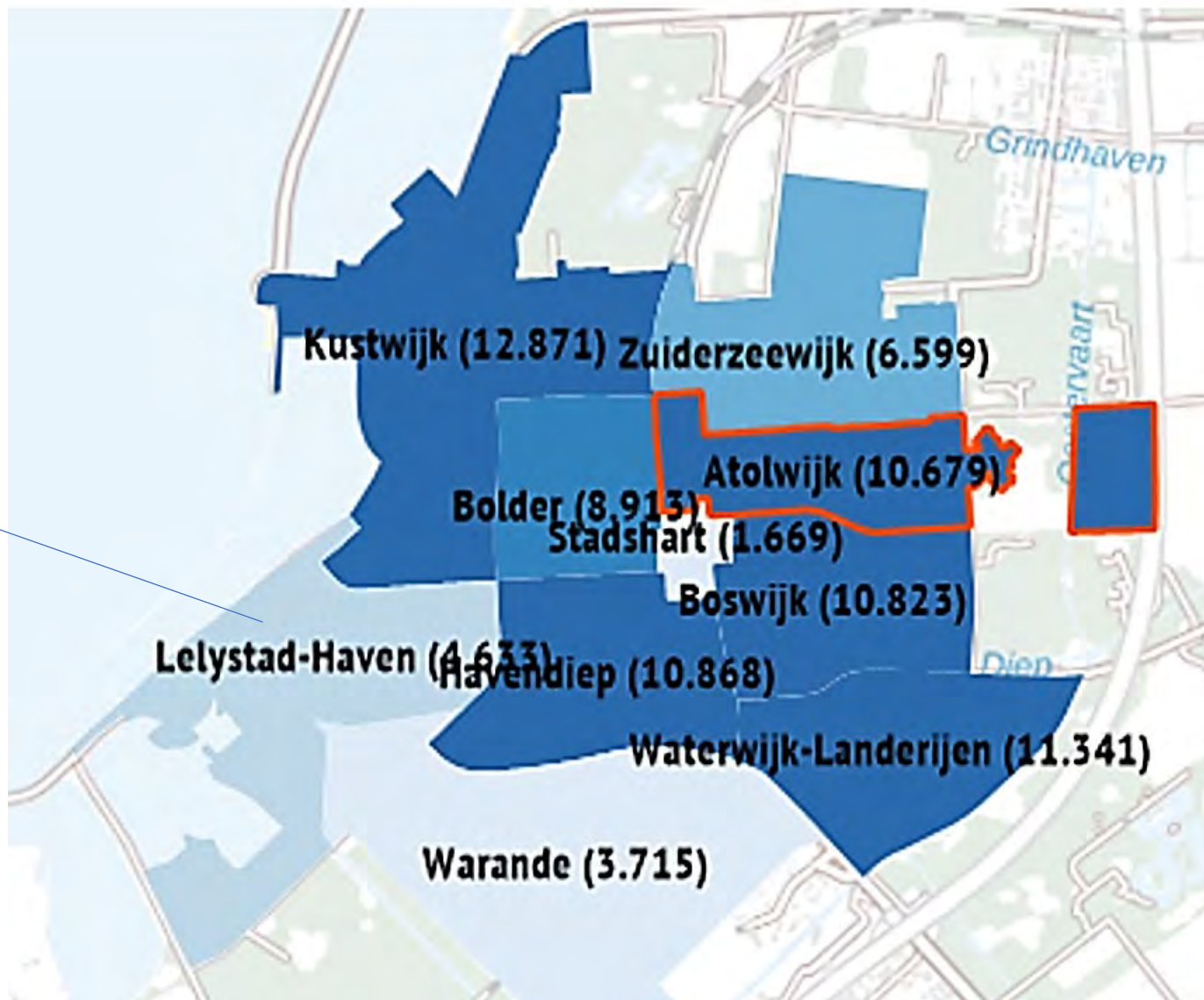


Totaal aantal inwoners per stadswijk (excl. Buitengebied)



Totaal aantal inwoners per stadswijk, excl. Buitengebied

Lelystad-Haven
Inclusief Hollandse Hout.



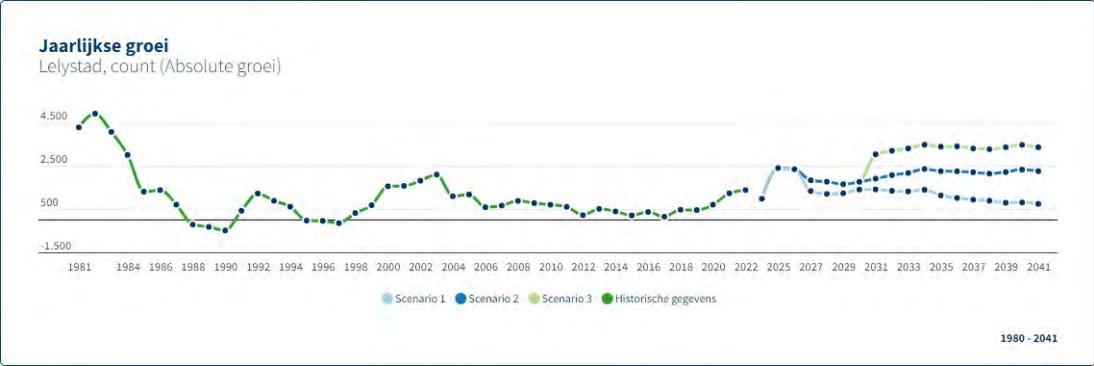
Scenario's bevolkingsprognose 2040

Lelystad heeft een groeiambitie!
De Bevolkingsprognose 2040 geeft de meest waarschijnlijke bevolkingsontwikkeling weer bij een woningbouwprogramma waarbij vanaf 2024 1.000 woningen per jaar gebouwd zullen worden. De gemeente Lelystad verwacht in 2041 een stijging tot minimaal 100.000 inwoners. Dit gebeurt op basis van het doorrekenen van demografische ontwikkelingen zoals geboorte, sterfte, migratie, de gemiddelde woningbezetting en het aantal te bouwen woningen.

Deze prognose is een doorkijk in de ontwikkeling van de Lelystadse bevolking op de korte en middellange termijn. De uitkomsten kennen een mate van onzekerheid. Deze onzekerheid wordt in de prognose weergegeven door ook twee scenario's weer te geven waarbij er minder (scenario 1) of juist meer (scenario 3) woningen worden gebouwd. Het scenario waarvan uit wordt gegaan is scenario 2, waarbij 1.000 woningen per jaar worden gebouwd.

Bron: Lelystad in zicht

Huidig inwonersaantal (juni 2023) – 83.061
Prognose 2030 – 95.531 (+15%)
Prognose 2041 Scenario 1 – 105.487 (+27%)
Prognose 2041 Scenario 2 – 119.709 (+44%)
Prognose 2041 Scenario 3 – 132.136 (+59%)
Bevolkingsprognose 2023-2030 Scenario 1 → 93.685 (+13%) Scenario 2 → 95.531 (+15%) Scenario 3 → 95.531 (+15%, gelijk aan scenario 2)



Horecaprofiel inwoners Lelystad

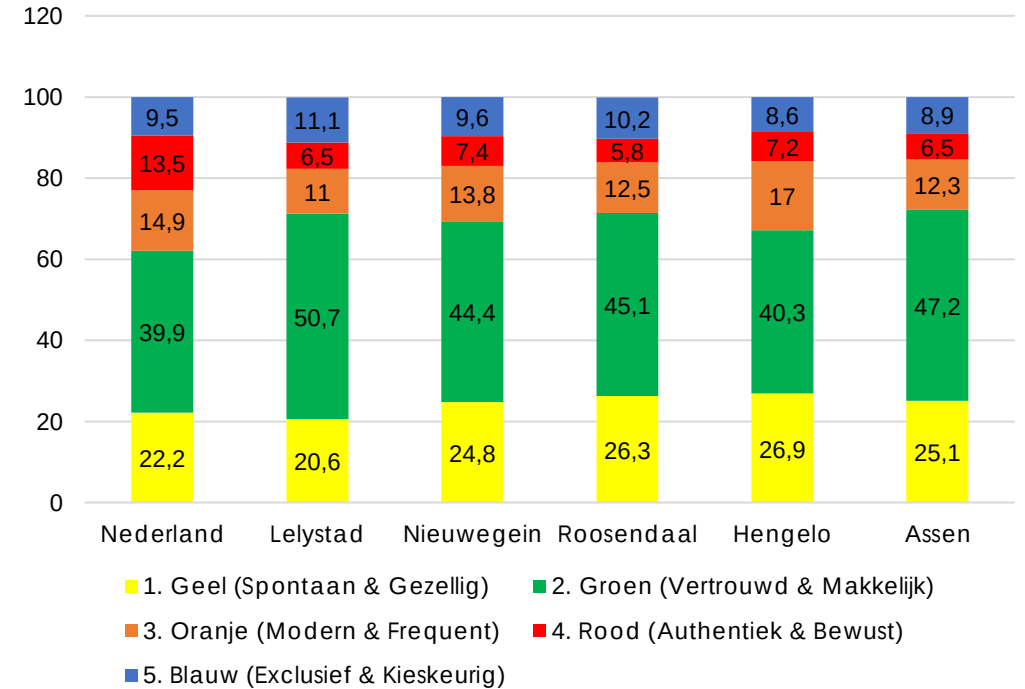
Vraag Lelystad: dominante horecaprofielen

In Lelystad heeft de helft van de inwoners het groene horecaprofiel '**Vertrouwd & Makkelijk**', een oververtegenwoordiging tov het landelijk gemiddelde (+11%). Ook het gele horecaprofiel '**Spontaan & Gezellig**' is met 20% groot onder de huidige inwoners (maar vergelijkbaar met het landelijk gemiddeld). In vergelijking met gemiddeld Nederland is de groep inwoners met het rode horecaprofiel '**Authentiek & Bewust**' (-7%) klein. Dit geldt ook voor het oranje horecaprofiel '**Modern & Frequent**' (-4%). De vertegenwoordiging van het blauwe horecaprofiel '**Exclusief & Kieskeurig**' is nagenoeg vergelijkbaar met het Nederlands gemiddelde (+1,6%).

Horecaprofiel inwoners Lelystad tov inwoners referentiegemeenten

Waar de vertegenwoordiging van de horecaprofielen van de inwoners in Lelystad significant afwijkt van gemiddeld Nederland (weinig rood en oranje, meer groen) zijn de verschillen met de referentiegemeenten klein. Wel valt op dat in Lelystad een groot aandeel van de inwoners een **groen** horecaprofiel heeft, waar in de referentiegemeenten relatief meer inwoners een **geel** horecaprofiel hebben. In Lelystad wonen meer mensen met een **blauw** horecaprofiel dan in de referentiegemeenten.

Horecaprofiel vraag Lelystad en referentiegemeenten in %



Zakelijke marktvraag

Conclusie zakelijke markt Lelystad

- Het zakelijk klimaat (vestiging- en verblijfsklimaat) is nog in ontwikkeling, met een groei in aantal bedrijfsvestigingen. De gemeente zet in op groei in werkgelegenheid en in op structurele samenwerking tussen bedrijfsleven, onderwijsinstellingen en overheden.
- De sectoren die bekend staan om bovengemiddeld horecagebruik zijn lager vertegenwoordigd in Lelystad (zakelijke diensten, financiële instellingen).

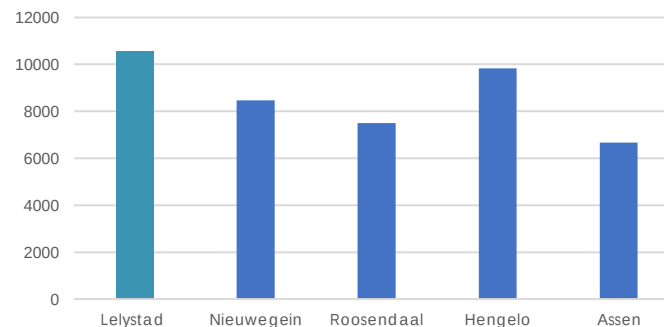
Kenmerken zakelijke markt Lelystad t.o.v. NL gemiddelde

- Lelystad telt 10.733 bedrijven (2023). Dat zijn ca 1.300 bedrijven per 10.000 inwoners t.o.v. 1.400 bedrijven per 10.000 inwoners in Nederland (landelijk gemiddeld).
- De sectoren Bouw, Detailhandel en Gezondheid zijn in Lelystad sterker vertegenwoordigd dan landelijk gemiddeld. De zakelijke dienstverlening is ondervertegenwoordigd tov landelijk gemiddeld. Ook de financiële dienstverlening is onder gemiddeld in omvang. Bedrijven in de zakelijke en financiële dienstverlening maken het meeste gebruik van horeca.
- De groei in het aantal vestigingen per 10.000 inwoners ligt met 19 in Lelystad hoger dan landelijk gemiddeld (18, 2023)
- Het aantal banen per 1.000 inwoners van 15-74 jaar ligt met 674 iets lager dan landelijk gemiddeld (704).
- Lelystad heeft geen HBO of WO opleidingen in eigen gemeente.

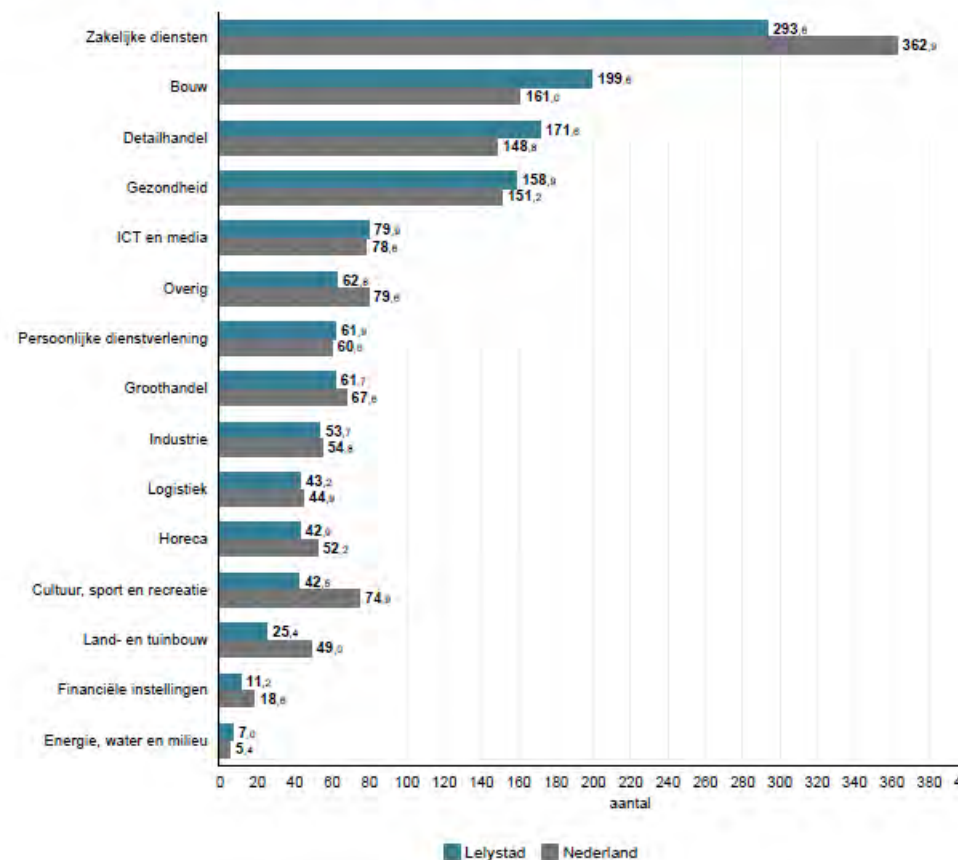
Trends en ontwikkelingen zakelijke markt

- Het Stadshart kampt met een toenemende leegstand (vestigingen retail verdwijnen).
- Belangrijke werkgebieden als Lelystad Airport Businesspark (LAB), Lelystad Airport en Flevokust Haven bieden ruimte voor duurzame economische ontwikkelingen.
- Een florerend Stadshart en Bataviakwartier genereren werkgelegenheid in de detailhandel, horeca en leisure/(water)recreatie. De gemeente zet in op het geven van ontwikkelruimte, en een goede fysieke bereikbaarheid van de economische kerngebieden.
- Inzet van de gemeente op het uitbouwen van de vrijetijdseconomie, en het door ontwikkelen van hoogwaardige logistiek en de maakindustrie.
- De bovengemiddelde groei in werkgelegenheid van de laatste jaren is met name afkomstig uit de vestiging van nieuwe bedrijven en minder uit de groei van bestaande bedrijven. De afgelopen vijf jaar bestond de werkgelegenheidsgroei door reeds gevestigde bedrijven uit ongeveer 3.150 arbeidsplaatsen, terwijl in dezelfde periode nieuwe bedrijven die zich in Lelystad hebben gevestigd met de creatie van 7.850 arbeidsplaatsen voor bijna een drie maal zo hoge toename van de werkgelegenheid zorgden. Voor meer informatie verwijzen we naar het Economisch Perspectief Lelystad 2030.

Aantal bedrijfsvestigingen



Structuur aantal vestigingen per 10.000 inwoners naar sector



Toeristische marktvraag

Conclusie kenmerken toeristische markt Lelystad

- Lelystad heeft jaarrond een aantrekkingskracht op dagjesmensen en verblijfstoerisme. De belangrijkste toeristische trekpleisters van Lelystad zijn de Jachthavens en Batavia Stad.
- Kansrijk is het inzetten op evenementen/ activiteit rondom de watersport & natuur om toeristen uit de Metropoolregio Amsterdam, Duitsland of België aan te trekken.

Kenmerken toeristische markt Lelystad

- De belangrijkste toeristische gebieden in Lelystad zijn Bataviakwartier, Werkeiland, Natuurpark de Oostvaardersplassen, de Jachthavens en Lelystad Airport.
- De capaciteit van het huidige aanbod verblijfsrecreatie is 6.601 slaapplaatsen. Dit is inclusief hotels, B&B, recreatiewoningen, campings en havens.
- Het document Lelystad Toeristische Prognose (december 2022) prognosticeert 165.600 overnachtingen per jaar voor het totaalaanbod voorgenoemde logiestypes. Het aantal gasten wordt verwacht op 54.300.
- Lelystad telt 8 hotels met in totaal 649 slaapplaatsen.
- De grootse aanbieders zijn de 7 Jachthavens met in totaal 5.378 slaapplaatsen, waaronder zowel vaste ligplaatsen als plaatsen voor passanten.
- Lelystad biedt gevarieerde en jaarronde evenementen aan zoals Hiswa, Oldtimer Dag, het NK Windsurfen, en diverse evenementen specifiek gericht op buitensporten, vogelaars of kinderen in de natuur.

Kenmerken toeristische markt Flevoland

- Walibi Holland en Batavia Stad zijn de bekende vrijetijdsbestedingen in Flevoland.
- Jaarlijks 1,7 miljoen overnachtingen door gasten uit eigen land. Veelal korte vakanties; Nederlandse verblijftoerist blijft gemiddeld 5,6 dagen in Flevoland (NL gemiddelde 5,8). Doelgroep is vaker gezinnen met jonge kinderen, en weinig 55+'ers.
- Jaarlijks 0,7 miljoen toeristische en zakelijke overnachtingen door gasten uit het buitenland. De belangrijkste herkomstlanden van de buitenlandse toerist zijn Duitsland (45%) en België (19%).
- Flevoland ziet kansen in het aantrekken van toeristische doelgroepen vanuit Metropoolregio Amsterdam, Duitsland en België (met o.a. watersport). *Bron: beleidsplan recreatie en toerisme*

Lelystad Airport

- Commerciële vluchten zijn vanaf Lelystad Airport nog niet mogelijk.

Kustvisie Lelystad 2030

- 'Lelystad als hoofdstad van de natuur'.
- Het streven voor 2040 is een aantrekkingskracht op 3 miljoen bezoekers met toerisme en recreatie als aanjagers.
- Plannen voor hotelbouw aan de kust van Lelystad bij Bataviakwartier.
- Positionering van het schiereiland is gericht op het zijn van de uitvalsbasis voor waterrecreatie, surfspot (kite- en windsurfen) en zeilwedstrijden.



Economische ontwikkelingen

Nederlandse economie

- De Nederlandse economie groeide in 2022 met +4,5% en in 2021 met +4,9%.
- De coronacrisis heeft met name de horecabranche, de recreatie- en cultuursector en de reis- en uitzendbranche zwaar getroffen. De onzekerheid over de economische ontwikkelingen op middellang termijn is groot. Ondernemers hebben te maken met extra betaling(sregeling)en.
- Horeca ondernemers hebben in 2023 te maken met hoge prijsstijgingen in de inkoop, namelijk Bier (Heineken, +5,7%), Koffie (+19,9%), Brood (10,5%), Vlees (+17,0%) en Oliën (+33,6%). Ook zijn de personeelskosten +23,8% fors gestegen tov het jaar ervoor.

Landelijk consumentenvertrouwen

- Huishoudens en ondernemers hebben te maken met een forse prijsstijging in energielasten (+82%), huur (+9% of meer) en gemeentelijke belastingen.
- De inflatie 2023 bedraagt ca 3,5%, en ligt hoger dan voorgaande jaren.
- Het consumentenvertrouwen is vooralsnog negatief, maar herstelt langzaam (januari 2023: -49, februari: -44, mei: -38).

Landelijke koopkracht in relatie tot inkomen

- Het CPB verwacht geen koopkrachtstijging in periode 2022-2025. Dit komt mede door beperkte stijging cao-lonen en lastenverhogingen.
- Naar verwachting vermindert de koopkracht met -3.8% in 2023.

Economische ontwikkelingen Flevoland

- Met +3.000 banen een forse banengroei bij eenmanszaken en grotere vestigingen in provincie Flevoland. *Bron: Werkgelegenheidsonderzoek 2022 Provincie Flevoland*
- Het aantal opheffingen van horecabedrijven in provincie Flevoland is met +6,2% gestegen tov vorig jaar. Dit is vergelijkbaar met het Nederlands gemiddelde.

Figuur 7

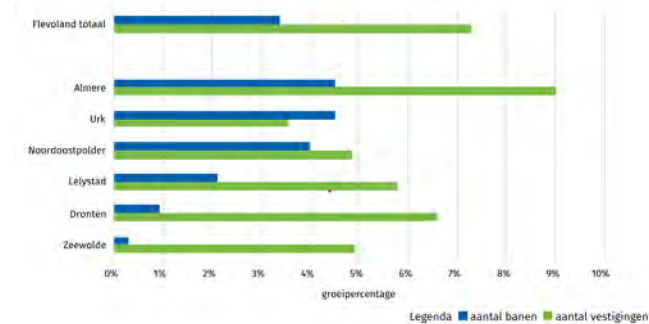
Ontwikkeling jaarlijks groeipercentage van kleine en grote banen (2015-2022)



Ontwikkeling jaarlijks groeipercentage kleine en grote banen

Figuur 1

Ontwikkeling groei van banen en vestigingen, Flevoland totaal en per gemeente (2021-2022)



Ontwikkelingen groei van banen en vestigingen Flevoland

Tabel 1

Ontwikkeling aantal banen per regio (2021-2022*)

	2021	2022	Groei absoluut	Groei relatief	Aandeel in totale werkgelegenheid 2022
Flevoland	198.490	205.200	+6.710	3,4%	100%
Almere	89.610	93.660	+4.050	4,5%	45,6%
Dronten	18.370	18.540	+170	0,9%	9,0%
Lelystad	38.570	39.390	+820	2,1%	19,2%
Noordoostpolder	26.690	27.750	+1.070	4,0%	13,5%
Urk	12.530	13.090	+560	4,5%	6,4%
Zeewolde	12.730	12.770	+40	0,3%	6,2%

Ontwikkeling aantal banen per regio

HORECA AANBOD

Lelystad heeft met het aantal horecavestigingen per 10.000 inwoners een relatief omvangrijk horeca aanbod tov de referentiegemeenten. Dit is opvallend voor een gemeente zonder nadrukkelijk achterland. De horeca in Lelystad ontvangt over het algemeen gasten uit eigen gemeente, waar de horecavestigingen in referentiegemeenten ook gasten uit omliggende gemeenten of dorpen ontvangen.

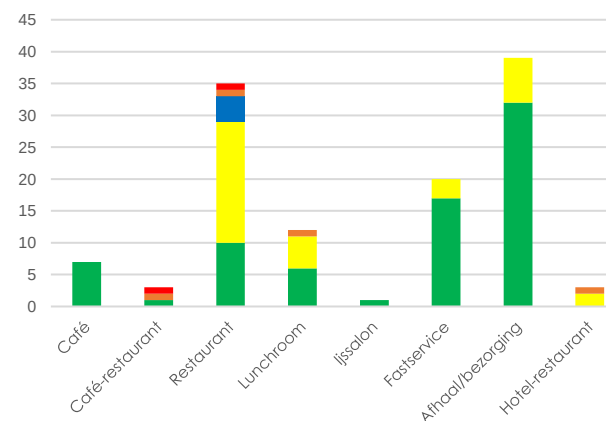
Kenmerkend is de grote vertegenwoordiging van de afhaal/ bezorgsector (fastservice) en de restaurantsector binnen het aanbod. Deze twee sectoren zijn in de afgelopen 5 jaar toegenomen, waar de drankensector juist is gekrompen. Het aanbod wordt met 62% gedomineerd door het groene horecaprofiel 'Vertrouwd & Makkelijk'. Ook het gele horecaprofiel 'Spontaan & Gezellig' is met 30% groot. De andere horecaprofielen zijn ondervetegenwoordigd.

Kenmerken horeca Lelystad

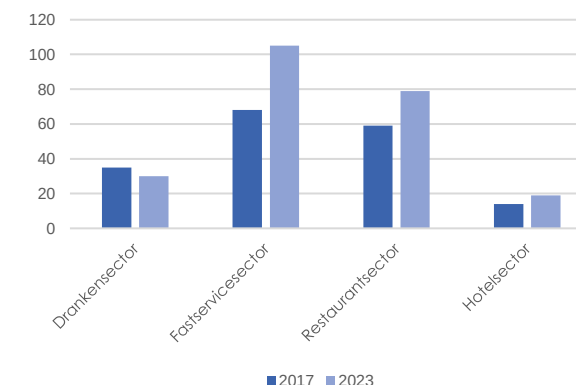
- Het aantal horecavestigingen is met 35% gestegen in de afgelopen 5 jaar.
- In de vertegenwoordiging van sectoren tov de referentiegemeenten valt het op dat Lelystad een relatief kleine drankensector heeft en een grote restaurantsector. De drankensector is in 2023 met -6,7% gekrompen tov 2017. De restaurantsector, hotelsector en bovenal de fastservicesector zijn gestegen.
- Het aanbod wordt met 62% gedomineerd door het groene horecaprofiel 'Vertrouwd & Makkelijk'. Ook het gele horecaprofiel 'Spontaan & Gezellig' is met 30% groot. Het huidige aanbod kent weinig concepten met een rode, oranje en blauwe horecaprofiel, die staan voor respectievelijk **Authentiek & Bewust**, **Modern & Frequent** en **Exclusief & Kieskeurig**.
- Tijdens de kwalitatieve opname is het opgevallen dat het straatbeeld en de aantrekkelijkheid daarvan wisselend is, waarbij gevels in het Stadshart verouderd zijn.

Voor een overzicht van het aantal m² horeca per sector per gebied (2022) verwijzen we u naar de *bijlagen van dit onderzoeksrapport*.

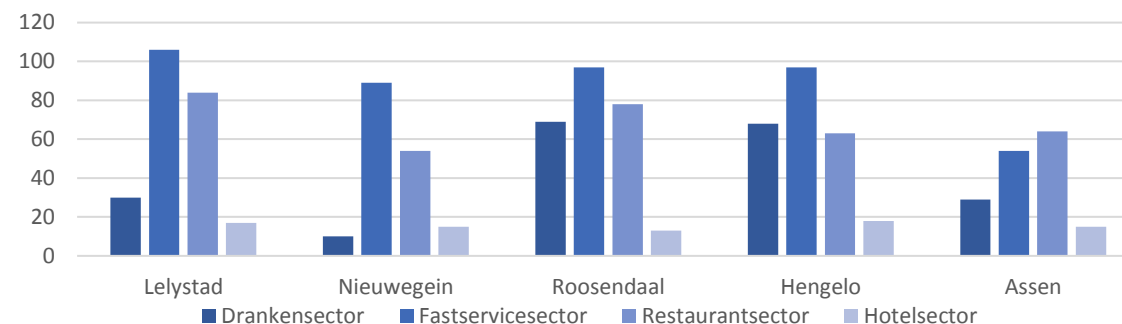
Sectoren Lelystad per Horecaprofiel



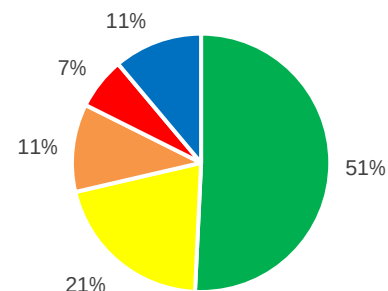
Ontwikkeling sectoren Lelystad 2017-2023



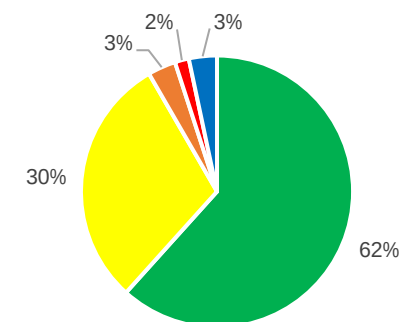
Vertegenwoordiging sectoren tov referentiegemeenten



Profiel vraag Lelystad



Profiel aanbod Lelystad



Hotel aanbod

Er wordt een verblijfsaccommodatiestrategie ontwikkeld door de gemeente. Om tot een totaalbeeld van het huidige horeca aanbod te komen zijn ook de hotels met restaurant opgenomen die in Lelystad gevestigd zijn. Gasten die van horeca gebruik willen maken, kunnen ook gebruik maken van de horeca (restaurant, bar) in een hotel. Het momenteel gesloten Hotel Airport Lelystad is niet meegenomen.

De hotels in Lelystad die ook een horecagelegenheid bieden, zijn verspreid over de stad gevestigd. De hotels hebben net als de horecazaken een horecaprofiel toegekend gekregen.

- In het Larserplein is Hotel van der Valk gevestigd, met een overwegend oranje horecaprofiel. Het hotel heeft een moderne uitstraling en sfeervolle inrichting.
- Midden in het Stadshart zit het Leonardo Hotel, met een groen horecaprofiel. Het hotel is herkenbaar en kwalitatief in orde voor een brede doelgroep.
- Hajé de Aalscholver en Hajé de Lepelaar bij de Oostvaardersplassen hebben een overwegend geel horecaprofiel. Het hotel is gericht op een brede doelgroep, van travellers tot gezinnen.

De hotel-restaurants zijn opgenomen in het totaalaanbod.

Hotel met horeca	Behorend tot gebied	Horecaprofiel
Van der Valk Lelystad	Larserplein	Oranje
Leonardo Hotel	Stadshart	Groen
Hajé de Aalscholver Waterlodge en Arken	Oostvaardersplassen (A6)	Geel
Hajé de Lepelaar Waterlodge en Hotel	Oostvaardersplassen (A6)	Geel

M² horeca per sector per gebied 2023

m² vloeroppervlak horeca (obv WVO)	
Totaal Stadshart	5.347
Totaal Bataviakwartier	2.708
Totaal Oostvaardersplassen	170
Totaal Werkeiland	100
Totaal Lelycentre	1.208
Totaal Larserplein	1.017
Totaal overig	2.374
Totaal	12.924

Stadshart	m²	Bataviakwartier, incl. BSFO	m²
Restaurant	2.546	Restaurant	1.698
Café	371	Café	110
Café-Restaurant	250	Lunchroom	387
Lunchroom	560	Fastservice	309
Fastservice	500	Bezorg/halen	204
Hotel-Restaurant	300		
Bezorg/Halen	762		
IJssalon	58		
Totaal Stadshart	5.347	Totaal Bataviakwartier	2.708

Oostvaardersplassen	m²	Werkeiland	m²
Lunchroom	150	Restaurant	100
Bezorg/halen	20		
Totaal	170	Totaal Werkeiland	100

Lelycentre	m²
Restaurant	648
Café	100
Fastservice	211
Bezorg/Halen	249
Totaal Lelycentre	1.208

Larserplein	m²
Fastservice	517
Hotel-restaurant	500
Totaal Larserplein	1.017

Overig	m²
Restaurant, incl. Boerkok	880
Café	38
Café-restaurant	163
Fastservice	440
Lunchroom	443
Hotel-restaurant	410
Totaal overig	2.374

Toelichting: horeca oppervlakte en vertegenwoordiging horecaprofielen

- Dit overzicht geeft het aantal m2 horeca per sector per gebied weer.
- Voor inzicht in de verdeling van horecaprofielen per sector per gebied verwijzen we naar de cluster- en locatieprofielen, waar deze in diagrammen zijn weergegeven.

TRENDS

CONTRAST



PLANT-BASED IS THE WAY TO GO

Anno 2023 is duurzaamheid topprioriteit voor consumenten. Plantaardige en vleesvrije gerechten zijn een must en bedrijven die niet meedoen, missen een groeiende markt. Steeds meer koffiezaken bieden plantaardige melk aan, sommigen zelfs goedkoper. Restaurants hebben een voorbeeldfunctie, omarm en ondersteun het milieu met groene keuzes, minder voedselverspilling en recycling.



FUNCTIONELE HORECA VS. BELEVINGSHORECA

Functionele horeca richt zich op toegankelijke, herkenbare en betaalbare ketens, terwijl luxe restaurants zich onderscheiden door de totaalbeleving. Dit betekent dat functionele horeca moet voldoen aan de verwachtingen van de gast, terwijl luxe restaurants de gast willen verrassen. In de horeca van morgen draait het allemaal om verwachttingsmanagement.



DE OPKOMST VAN “BLURRING”

Horeca onder druk zorgt voor het verbreden van services en multiflexibel aanbod: het combineren van verschillende bedrijfsformules, creëert boeiende ervaringen in horeca en retail. Denk aan een slijterij waar je kunt genieten van een glas wijn of een restaurant waar je met een kookboek naar huis gaat. Onderzoek toont aan dat Blurring niet alleen consumenten, ondernemers en winkelgebieden positief beïnvloedt, maar ook inspeelt op de nieuwe behoeften van gasten. Is Blurring de toekomst van horeca en retail, waarbij de grenzen vervagen en de mogelijkheden eindeloos zijn?

EEN TERRAS VERRIJKT DE HORECA ERVARING

78% van de bevolking is graag buiten. Ook horecaondernemers zien dit en willen dit niet aan zich voorbij laten gaan. Omarm de trend met seizoensproof en aantrekkelijk ingerichte terrassen. Horecazaken met een goed terras krijgen de voorkeur, horecazaken zonder deze voorzieningen zullen simpelweg minder bezocht worden.

TRENDS



IN HET HART VAN DE HORECA WOEDT EEN VURIGE UITDAGING: HET PERSONEELSTEKORT

De horecasector staat voor hoge kosten en een uitdagende arbeidsmarkt. Met 35% instroom en 40% uitstroom, vooral onder jongeren, is er een tekort aan personeel. In 2023 draait het om personeelsbehoud en gedreven mensen aantrekken. Duurzaamheid creëert betrokkenheid en motiveert medewerkers, terwijl betere arbeidsvoorwaarden zoals meer oog voor mentaal welzijn en kansen voor persoonlijke ontwikkelingen en automatisering ook worden ingezet. De horeca ontwikkelt om de personeelsproblematiek aan te pakken.



ALL DAY HORECA

is een modern concept waar consumenten gedurende de hele dag terecht kunnen voor de producten die ze op dat moment verlangen. Denk aan een restaurant dat om 14.00 uur nog ontbijt serveert, of waar je om 10.00 uur 's ochtends al van een cocktail kunt genieten. Dit concept stelt horeca ondernemers in staat hun doelgroep te verbreden en het bereik van het concept te vergroten. All day horeca maximaliseert de bedrijfsuren, speelt in op keuzevrijheid en heeft een positieve invloed op gastbeleving.



ZERO WASTE IS NIET ALLEEN EEN DOEL; het is een levensstijl waar consumenten van verwachten dat bedrijven het goede voorbeeld geven op gebied van afval en recyclen. In de horeca zien we veel verschuiving van wegwerpplastic, zo zijn steeds meer horecazaken aan het experimenteren met het verkleinen van de porties om verspilling tegen te gaan. Dit is echter niet genoeg. De resultaten van de Food Waste Challenge liegen er niet om: gemiddeld kunnen we nog eens 21% van de verspilling schrappen, en sommige zaken gaan zelfs voor een epische 60% minder afval. Als horecazaken willen blijven voldoen aan de wensen van de consument, dan is één ding zeker, acties zijn onvermijdelijk.



THIRD PLACE HORECA

Tegenwoordig fungeren restaurants als veel meer dan een plek om alleen wat te eten of te drinken. Steeds meer consumenten, vooral degene die regelmatig thuiswerken, zoeken hun toevlucht in horecazaken. Op dit moment werkt 4 op de 10 Nederlanders weleens vanuit huis, en dit aantal zal naar verwachting alleen maar toenemen. Dit heeft geleid tot aanpassingen in horeca-etablisementen, met voorzieningen zoals ruime werkplekken, overvloedige stopcontacten en betrouwbare internetverbindingen om aan te behoeften van deze nieuwe doelgroep 'werkende gasten' te voldoen.

PARTICIPATIE: SAMENVATTING UITKOMST SESSIES

De volgende sessies zijn t/m oktober 2023 georganiseerd ten behoeve van participatie gedurende het project. Op de volgende pagina is de uitkomst beknopt weergegeven.

24-02-2023	<i>Project start up</i>
13-03-2023	<i>Rondje Lelystad en sessie met wethouder en bestuur KHN</i>
14-03-2023	<i>Interne brainstorm horecabeleid</i>
03-04-2023	<i>Sessie met horeca ondernemers, KHN en ondernemers</i>
11-05-2023	<i>Kernteam bespreking</i>
16-05-2023	<i>Bespreking horecacategorieën kernteam</i>
05-06-2023	<i>Strategiesessie met kernteam</i>
27-06-2023	<i>Bespreking cluster- en locatieprofielen met kernteam</i>
03-06-2023	<i>Gebiedssessie Stadshart en Kust</i>
05-06-2023	<i>Gebiedssessie overige gebieden</i>
10-10-2023	<i>Raadssessie Horecavisie en toewerken naar ontwikkelperspectief</i>
13-11-2023	<i>Sessie met KHN en wethouder</i>
12-02-2024	<i>Sessie met horeca ondernemers over totaalproject Horecavisie</i>

SESSIE MET HORECA
ONDERNEMERS, KHN
EN WETHOUDER

VARIATIE

TERRASSEN(BELEID)

JEUGD/JONGEREN

BRUISEND

GECENTRALISEERD

SAMENWERKEN

HORECA LELYSTAD IN 2030 IS...

GEZELLIGHEID EN SFEER

VEILIGE HORECA

IEDEREEN

DUURZAAM

TOEGANKELIJK

BELEVING

WATER(SPORT)/KUST/MARKERWADDEN

“Meer herverdeeld, meer in het centrum, geen uitbreiding meer op afgelegen locaties”

“In 2030 laat Lelystad zien hoe lokaal (eten) en toerisme op meerdere plekken tegelijk succesvol kan zijn”

HORECA LELYSTAD IN 2030 IS...

“Een meer proactief betrokken gemeente bij de horeca”

“Vooruitstrevend, bruisend en attractief”

“Overal maar ook gecentreerd”

De horeca in Lelystad in 2030 is...

- Voor iedereen, jong en oud!
- Verdere koppeling met Bataviahaven en het oude werk eiland
- Kustvisie wonen/recreatie én horeca!
- Gebruik het water
- Markerwadden
- Sport op water
- Maak het aantrekkelijk
- Lokale producten
- Duurzaam ondernemen
- Meer niche concepten
- Minder openingsdagen
- Beleving
- Minder vlees
- Veel samenwerkingen
- Lokaal
- Duurzaam
- Verassend/vernieuwend
- Unieke concepten
- Meer mensen enthousiast maken voor het werken in de horeca
- Gereduceerd tot franchise ketens
- Eenheidsworst?
- Heeft het zwaar
- Horeca voor de nieuwe jeugd
- Saamhorigheid
- Sfeervol plein
- Veiligheid bovenaan
- Horeca 2023 is een samenwerking tussen alle exploitatie in Lelystad
- Samen – duurzaam – gezellig – veilig en toegankelijk
- Bruisend
- Divers
- Elkaar aanvullen + ondersteunen
- Samenwerken
- Bruisend
- Overal maar ook gecentreerd, zo van daar moet je zijn!
- Samenwerking
- Gemoderniseerd/ geïtaliseerd
- Bruisend centrum à onderdeel van succes als deze moderne horeca
- Meer horeca winkels
- Gezellige uitgaansgelegenheid waar je lekker kan eten
- Gezellig, gastvrij en transparant
- Herverdeeld, meer in 't centrum, geen uitbreiding meer op afgelegen locaties

- Groepering horeca Batavia Stad bij elkaar, dag, nacht
- Vooruitstrevend, bruisend en attractief
- Divers en onderscheidend
- "In 2023 laat Lelystad zien hoe je lokaal (eten) en toerisme op meerdere plekken tegelijk succesvol kan zijn"
- In de stad geclusterd
- Buiten de stad hotspots op fiets/wandelafstand van elkaar
- Goed gebalanceerd aanbod aan horeca
- Groeien met de behoefte
- Centraliseren van de horeca
- Gemeente meer proactief bezig zijn met de horeca
- Coördinator horeca aantrekken
- Zorgen voor een overkill!
- Gezelligheid
- Terrasjes
- Veiligheid
- Geen onzin
- Hopelijk meer gezelligheid
- Samenwerking politie t.a.v. telefoon politie
- Terrasbeleid
- Veilige horeca
- Breed aanbod
- Centrum met terrassen
- Gelijke openingstijden/sluitingstijden
- Meer controle (vooral op jongeren)
- Horecaplein 2 of 3, 4
- Niet heel veel veranderd
- "Bruisende gezellige en sfeervolle plek waar iedereen terecht kan.
- Wat je ook zoekt, eten, drinken, dansen, film etc."
- Een bruisende plek waar eten, drinken, gezelligheid en dans gelegenheid is!
- Gezellige meerdere horeca winkels

Stellingen

De horeca moet zich concentreren in het Stadshart

Samenvatting:

- Personeel wordt gezien als het grootste probleempunt, het is erg lastig om goed personeel te vinden.
- Water is een belangrijk punt voor veel ondernemers van Lelystad, dat is de reden waarom zij ook niet willen verhuizen naar het Stadshart. De kustvisie van de gemeente is hierbij een belangrijk onderdeel.
- Een heikel punt is dat er weinig toerisme in het stadshart komt. Het zijn veelal bewoners die in het stadshart gebruik maken van de horeca. Waterrecreatie is wel een trekpleister voor toerisme.
- Ondernemers voelen zich weggejaagd. Ondernemer in bijvoorbeeld de Boswijk is echt een begrip en organiseert elke maand evenementen voor de bewoners van de wijk.
- Er zijn veel nagelstudio's en telefoonwinkels in het stadshart. Dit wordt gezien als niet aantrekkelijk.
- De bezoeker van Batavia Stad willen we trekken naar het Stadshart.
- De ontwikkelingen rondom het marktplein hebben een positieve invloed, echter moet er meer een combinatie komen tussen terras en markt. er ligt en kans maar hier moeten meer fietsenstallingen zodat het terras niet vol staat met fietsen.
- Bereikbaarheid politie is een probleem.
- Ondernemers zijn huiverig voor de nieuwe horecavoorziening die nog gebouwd moet worden op het plein.
- Er moet meer controle richting jongeren komen, er is veel overlast door jongeren die met eigen flessen drank op straat lopen.

De horeca in Lelystad moet gevarieerder zijn

- Lelystad heeft veel fastfood en ondernemers denken dat de bewoners dit willen, maar er is niet meer aanbod dus dan is vernieuwing erg lastig.
- Meer variatie is wenselijk.
- Ondernemers kunnen de evenementen zelf toevoegen via visitleystad.nl.
- Winkelaanbod in het stadshart is niet aantrekkelijk. Het is een lastig onderwerp aangezien de gemeente weinig panden in eigen beheer heeft en dit overlaat aan de vastgoedeigenaar.

Overige discussiepunten

- De leeftijdsgroep 40-50 jarigen moet meer worden bedient.
- Kan de gemeente invloed uitoefenen op vastgoedeigenaren m.b.v. sturingen door vergunningsaanvragen?
- Er moet sturing komen op welke horeca er wel of niet mag komen in Lelystad.
- Betaald parkeren is een probleem voor grote winkelketens.
- Stadshart, Kust en buitengebieden moeten complementair aan elkaar zijn en moeten niet los van elkaar zijn.

Het volledige gespreksverslag van de Benen op Tafelsessie met de Wethouder van 3 april 2023 is op te vragen bij Gemeente Lelystad.



GEBIEDSSESSIES

Op 3 en 5 juli 2023 zijn gebiedssessies georganiseerd om bewoners, ondernemers, vastgoedontwikkelaars en andere stakeholders van de gebieden de kans te geven mee te praten over de verschillende gebieden en de kansen en uitdagingen in die gebieden. Er zijn 3 sessies geweest:

- Stadshart
- Kust
- Overige gebieden

De belangrijkste inzichten die zijn opgehaald zijn hieronder opgesomd.

Stadshart:

- Het is van belang dat er een oplossing gevonden wordt voor de overlast van fietsers en scooters in het stadshart. Fietsers en scooters zorgen voor een minder gezellige sfeer in het stadshart en zorgen tevens voor gevaarlijke situaties. Fietsers en scooters zouden om het stadshart geleid moeten worden. Het is van belang om ook afhaal- en bezorghoreca hier op aan te laten sluiten en deze zoveel mogelijk te verleiden naar de randen van het stadshart.
- Er bestaan zorgen bij ondernemers rondom de plannen van de gemeente om Corneel naar het Theaterkwartier te verplaatsen. Corneel zou een concurrent kunnen worden van de bestaande en toekomstige horeca. Corneel geeft zelf aan dit niet te wensen en in gesprek te gaan met ondernemers om deze zorgen weg te kunnen nemen en gezamenlijk te streven naar het versterken van het stadshart.
- De overhangende gevels in het stadshart zijn voor aanwezigen een hekelpunt. Er wordt aangehaald dat het versterken van de uitstraling hiervan een boost kan geven aan het stadshart.
- Er wordt geopperd dat het Stadshart een gezellig horecaplein mist. Ook de markt wordt gezien als grote kans voor de horeca, mits deze anders wordt opgesteld op het agoraplein. Door de marktkramen met de ruggen tegen elkaar te plaatsen wordt een open en uitnodigende sfeer gecreëerd.
- De aanwezigen pleiten voor het ontwikkelen van een evenementenprogrammering (groot en klein). Het toestaan van een klein podium op het agoraplein kan mensen trekken en daarmee de levendigheid in het stadshart vergroten.
- Het horecapleintje is niet opgenomen als subgebied in de cluster- en locatieprofielen. Er wordt gepleit voor het wel opnemen hiervan, eventueel zonder ontwikkelperspectief, aangezien het een klein horecacluster is.

Kust:

- Er wordt aangehaald dat met name het gemiddeld inkomen in Lelystad een zorg is voor ondernemers, aangezien zij ervaren dat de gemiddelde bestedingen in de horeca in Lelystad ook relatief laag liggen.
- De groei van Lelystad als logistieke cluster met bijbehorende werkgelegenheid wordt aangehaald als grote kans voor de toekomst van de stad.
- De aanwezigen zijn het er over eens dat een echte nachtclub een achterhaald concept is. Wel ziet men kansen voor ondernemers om dagconcepten te transformeren tot borrel en uitgaansconcepten.
- Aan de kust is met name de seizoen gebondenheid een probleem. Er dient te worden ingezet op het jaarrond aantrekkelijk maken van het gebied.
- Aanwezigen achten de woningbouwplannen van de gemeente als erg ambitieus. Het is belangrijk om bewoners hier beter in mee te nemen.
- De N307 wordt door aanwezigen gezien als geschikte locatie voor de ontwikkeling van een foodcourt als doorstroomlocatie. De weg heeft een groot aantal passanten en wordt daarom geschikt geacht.
- BSFO zou graag horeca ontwikkelen die niet ondergeschikt is aan de winkeltijden, op die manier kunnen zij hun bezoekers een uitgebreidere ervaring bieden.

Overige gebieden:

- Bovenwater is genoemd als potentiële ontwikkellocatie met kansen voor recreatie. Het bovenwater is momenteel niet aangewezen als actief zwemwater, maar biedt voor watersport volop kansen. Ook zou een strandtent niet misstaan.
- Rondom het Larserplein worden vooral kansen gespot voor de bereikbaarheid en verkeerssituatie. Ook is het natuurgebied langs het kanaal een ontwikkelkans om de aantrekkelijkheid van het gebied te vergroten.
- Met betrekking tot het Lelycentre wordt de dinsdagmarkt genoemd als belangrijk kenmerk van het gebied. Dit is een markt die veel bezoekers vanuit de hele stad trekt en op dinsdag zelfs het Stadshart rustig maakt.

UITKOMST ENQUÊTE

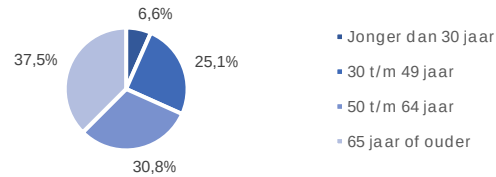
In juni 2023 is een enquête uitgezet voor de inwoners in Lelystad, via LelystadsPanel en social media. In totaal hebben 1.190 inwoners de enquête volledig ingevuld.



DEMOGRAFISCH

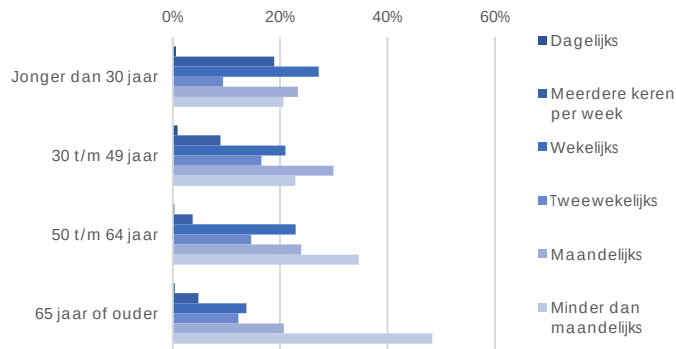
De enquête is volledig ingevuld door 1.190 respondenten. Onderstaand is de vertegenwoordiging van respondenten naar leeftijd weergegeven. Het betreft een representatieve vertegenwoordiging conform de richtlijnen van gemeente Lelystad.

Respondenten naar leeftijd



Bezoekfrequentie

Bezoekfrequentie naar leeftijd

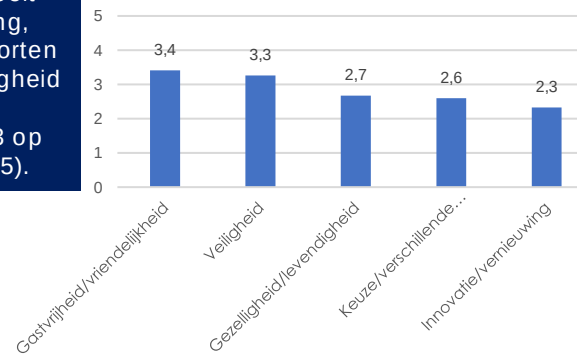


De inwoners zijn gevraagd naar de meest gewenste verbeteringen van de horeca in Lelystad. Stipt op 1 staat "gezellig horecapleinen in de stad", gevolgd door "horeca-aanbod met meer verschillende soorten horecagelegenheden". Het vergroten van het uitgaansaanbod wordt ook gezien als belangrijk verbeterpunt.

BEOORDELING HORECA

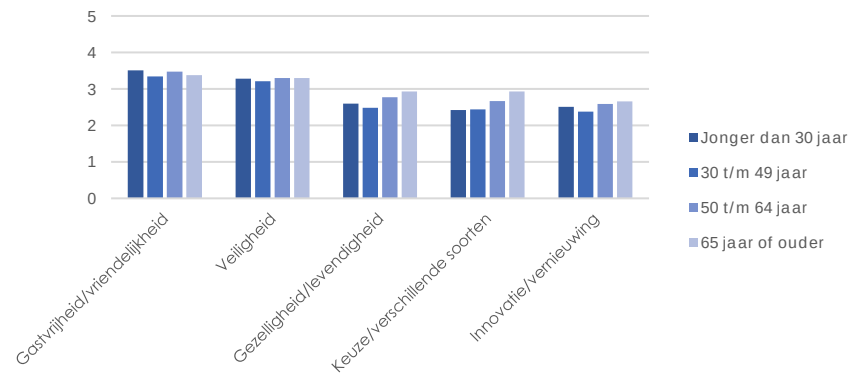
De gemiddelde Lelystedeling beoordeelt innovatie/ vernieuwing, keuze/ verschillende soorten en gezelligheid/levendigheid van de horeca als onvoldoende (onder 3 op een schaal van 1 tot 5).

Gemiddelde beoordeling per element



Ingezoomd op de verschillende leeftijdscategorieën valt op dat de leeftijdsgroep t/m 49 jaar over het algemeen minder tevreden is dan 50+ jaar.

Gemiddelde beoordeling per element

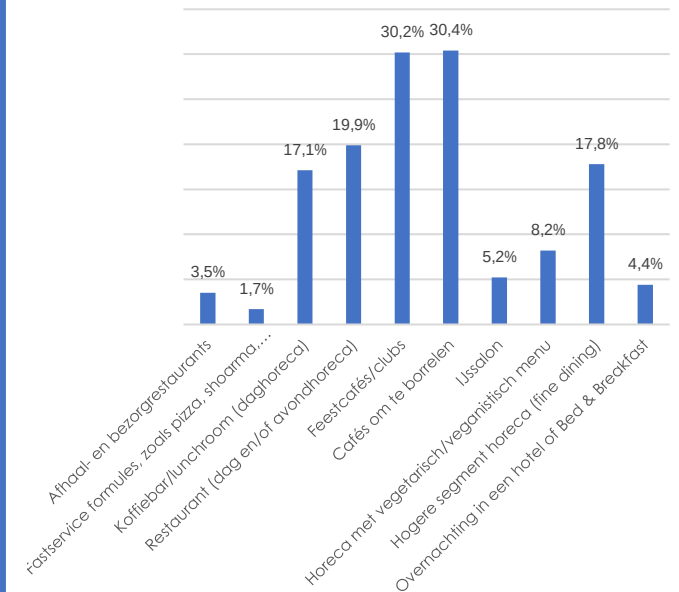


WAT MIST LELYSTAD?

De horeca die het meest gemist wordt in het huidige aanbod in Lelystad zijn feestcafés/ clubs (30,2%) en cafés om te borrelen (30,4%).

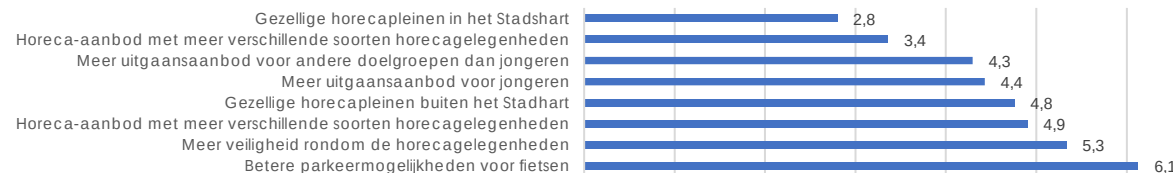
Vanuit de open reacties komt naar voren dat veel respondenten de horeca in Lelystad veel van hetzelfde vinden met een hoog "volksgehalte". Ook wordt benadrukt dat een gezelliger Stadshart benodigd is met een horecaplein. Er is meerdere malen genoemd dat een verplaatsing van het Horecapleintje naar het Stadshart goed voor het Stadshart zou zijn.

% van inwoners dat horeca in bepaald segment mist



GEWENSTE VERBETERINGEN

Gewenste verbeteringen aan Lelystad gerangschikt van meest naar minst belangrijk (hoe lager de score, hoe belangrijker voor inwoners)



TOEKOMST

De horeca in Lelystad in 2030 is....

Er wordt gesproken over diverser aanbod, levendiger, leuk om spontaan heen te gaan, voor alle doelgroepen, gezellig, innovatiever, uitnodigend om in eigen stad te blijven.

BIJLAGE B. CLUSTER- EN LOCATIEPROFIELEN 2023

IDENTITEIT, ONTWIKKELINGEN EN KANSEN PER GEBIED

HORECA LELYSTAD 2030

TEN BEHOEVE VAN DE HORECAVISIE 2024-2030

De cluster- en locatieprofielen geven met een actuele en feitelijke weergave van de marktsituatie inzicht in de identiteit & kenmerken, de marktvraag, het actuele horeca aanbod en de gebiedsontwikkelingen per clustergebied of locatieprofiel.

De huidige én toekomstige vraag en het huidige aanbod zijn in een confrontatie uiteengezet en geeft inzicht in hoe het huidige aanbod zich verhoudt tot de huidige en toekomstige vraag. In relatie tot de stadsbrede opgave en opgaven per deelgebied zijn hierbij mogelijke gaps en een eerste signalering van kansen voor de horeca in kaart gebracht.

MOMENTOPNAME Q2 2023



CONTRAST®





KEUZES OP BASIS VAN CLUSTER- EN LOCATIEPROFIELEN

Een horeca in balans, met de juiste horeca op de juiste plaats, start met heldere vertrekpunten en inzicht in de marktvraag en het huidige aanbod per gebied. Op basis daarvan komt de gemeente vanuit een uitvoerig participatieproces met de gewenste ontwikkelrichting per gebied en locatie voor een compleet totaalaanbod van horeca, en kunnen gericht keuzes gemaakt worden voor de korte en middellange termijn.

Met cluster- en locatieprofielen kan onderbouwd geadviseerd worden over de wenselijkheid en passendheid van nieuwe horeca initiatieven in relatie tot de Lelystadse ambities voor de horeca. Met de bestaande horeca kan het gesprek gevoerd worden om de aantrekkelijkheid van Lelystad te sterken. Samen bieden we een gevarieerd aanbod aan concepten voor alle Lelystedelingen en bezoekers.

Een cluster- en locatieprofiel geeft richting maar is geen blauwdruk. De identiteit van een gebied is niet statisch maar in beweging. De stad, haar omgeving en de mensen die er wonen, werken en verblijven zijn veranderlijk. Dit betekent dat er met de gebiedsgerichte aanpak ook ruimte is voor flexibiliteit en maatwerk, en dat er altijd rekening gehouden wordt met actualiteiten en (gebieds)ontwikkelingen.

Het is noodzakelijk om de horeca ontwikkeling in relatie tot de andere opgaven in de gemeente te bezien: o.a. de gewenste toename in inwonersaantal, de woningbouwopgave, de ontwikkeling van het ondernemersklimaat en zakelijk vestigingsklimaat, het aantrekken van bezoekers naar de stad en overige opgaven. Met cluster- en locatieprofielen kunnen ontwikkelende partijen en ondernemers actiever uitgenodigd worden om een bijdrage te leveren aan de gewenste ontwikkelrichting per gebied of locatie, in relatie tot een compleet horeca aanbod in Lelystad.

EEN CLUSTERPROFIEL BESTAAT UIT...

Primaire vraag vanuit inwoners

Kerncijfers en demografische kenmerken van inwoners die in of nabij dit gebied wonen, waaronder inwonersaantal, leeftijdsopbouw, huishoudenssamenstelling, gemiddeld inkomen per inwoner (t.o.v. het landelijk gemiddelde) en vertegenwoordiging horecaprofielen in het gebied (in vergelijking met Lelystad in totaliteit).

Kaart deelgebied

Per clusterprofiel is een kaart weergegeven van het desbetreffende gebied.

Unieke kenmerken

Opsomming van de belangrijkste positieve kenmerken en aandachtspunten vanuit het gebied voor horeca (ontwikkeling).

Gebiedsontwikkelingen

Opsomming van de belangrijkste gebiedsontwikkelingen met een positief of negatief effect, ofwel de kansen en bedreigingen voor horeca (ontwikkeling).

Ontwikkelingen vraag

Dit is een beknopte weergave van de grootste ontwikkelingen van de marktvraag.

Horecaprofielen inwoners verzorgingsgebied

Diagram van de vertegenwoordiging van de 5 horecaprofielen onder de inwoners in het primaire verzorgingsgebied / aangrenzende wijk(en). In vergelijking met Lelystad wordt inzicht verkregen in de dominante horecaprofielen.

Secundaire vraag vanuit bezoekers

De potentiële aantrekkingskracht van een stad bestaat uit de volgende activiteiten: uit eten & terras, winkelen, attractiebezoek/ cultuur, waterrecreatie en natuurbezoek. Per gebied is de aantrekkingskracht op de bezoeker per activiteit beoordeeld. Bij attractiebezoek/ cultuur zijn de voorzieningen aangegeven.

Aanbod – horecaprofiel

Het horeca aanbod is per gebied in kaart gebracht, waarbij ieder concept is gekleurd op basis van het dominante horecaprofiel. De horecavestigingen zijn met gekleurde pinpoints in een overzichtskaart weergegeven, en het totaalaanbod per gebied is weergegeven in een cirkeldiagram.

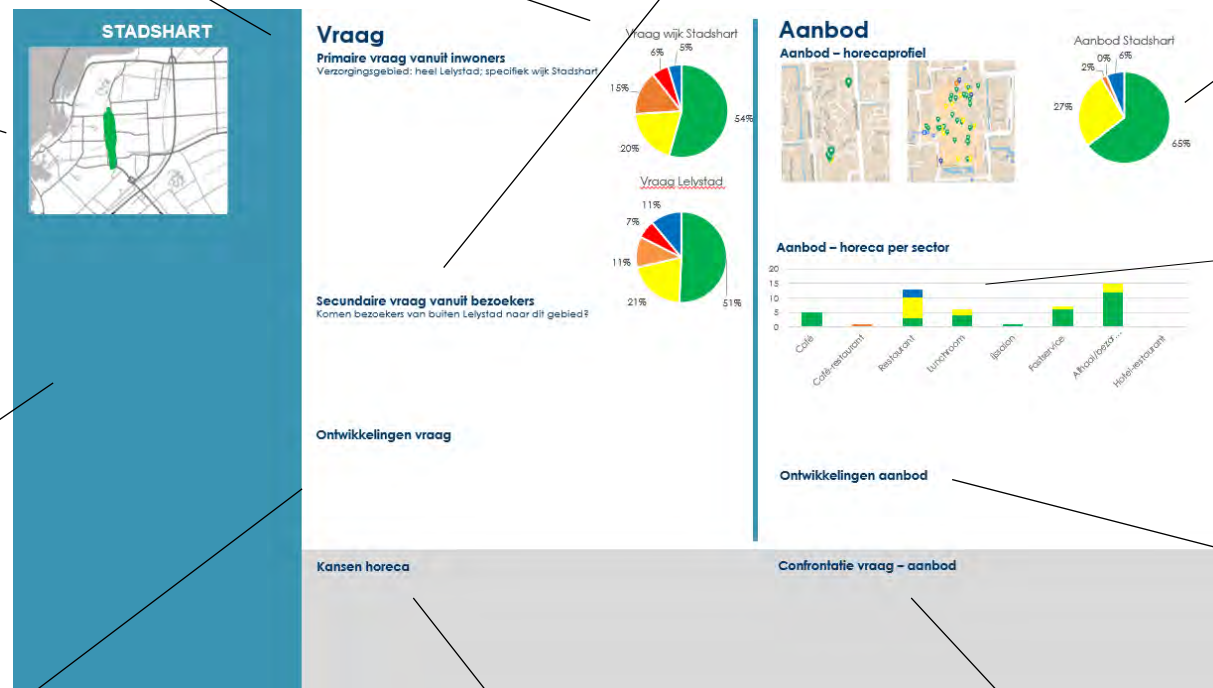
Aanbod – horeca per sector

In de afbeelding is het aantal horecavestigingen per sector opgenomen, evenals de vertegenwoordiging van horecaprofielen per sector.

Momentopname aantal vestigingen is juni 2023.

Ontwikkelingen aanbod

Dit is een beknopte weergave van de grootste ontwikkelingen van het horeca aanbod.



Kansen horeca

Dit zijn mogelijkheden vanuit de markt en (gebieds)ontwikkelingen in relatie tot de stadsbrede opgave of opgaven per deelgebied waar de horeca op in zou kunnen spelen of gebruik van kan maken, al dan niet faciliterend vanuit gemeente of belanghebbenden.

Confrontatie vraag – aanbod

Dit zijn de belangrijkste bevindingen vanuit de vergelijking van het huidige aanbod tov de huidige en verwachte particuliere, zakelijke en toeristische marktvraag.

EEN SUBGEBIED BINNEN EEN CLUSTERPROFIEL BESTAAT UIT...

Kernwoorden
In de onderzin onder het subgebied staat in enkele kernwoorden de gewenste profilering van het subgebied beschreven.

Kenmerken
Opsomming van de belangrijkste positieve kenmerken en aandachtspunten vanuit het subgebied voor de horeca, en de gebieds- en vraagontwikkeling.

Per subgebied is aangegeven of dit wat horeca aanbod een klein, middelgroot of groot subgebied is. Dit refereert naar Het aantal horecavestigingen tov het totaal aantal vestigingen in het betreffende overkoepelend gebied.

Aanbod – aantal vestigingen en profiel per horecasector Een visuele weergave van het aantal horecavestigingen per sector, evenals de vertegenwoordiging van horecaprofielen per sector.

SUBGEBIEDEN



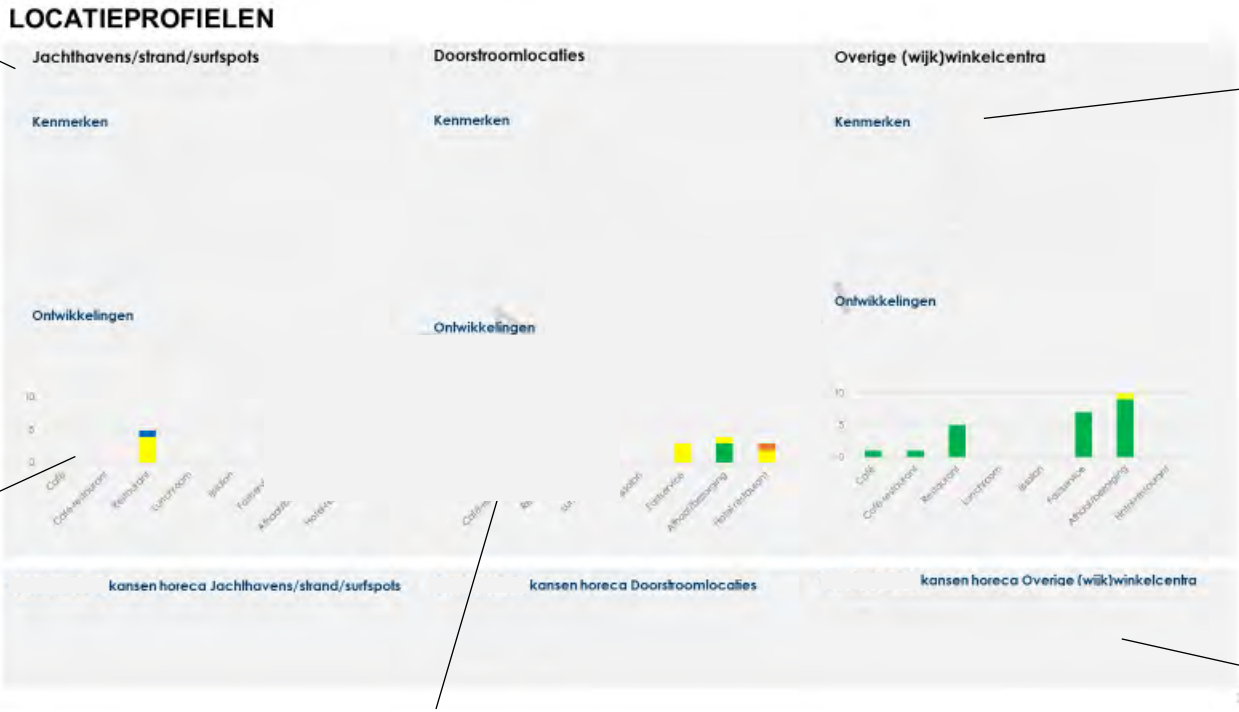
Subgebied
Wanneer er binnen een clustergebied een specifiek gebied met eigen functie en/ of identiteit te onderscheiden is, dan is dit weergegeven als subgebied.

Ontwikkelingen
Opsomming van de belangrijkste gebieds- en vraagontwikkelingen vanuit het subgebied voor de horeca.

Confrontatie & kansen horeca
Dit zijn de belangrijkste bevindingen vanuit de vergelijking van het huidige aanbod tov de huidige en verwachte particuliere, zakelijke en toeristische marktvraag en (gebieds)ontwikkelingen, in relatie tot de stadsbrede opgave of opgaven per deelgebied waar de horeca op in zou kunnen spelen of gebruik van kan maken, al dan niet faciliterend vanuit gemeente of belanghebbenden.

EEN LOCATIEPROFIEL BESTAAT UIT...

Locatieprofiel
Dit zijn onderscheidende locaties die op meerdere plekken in de gemeente voorkomen. In een locatieprofiel kan de horeca een specifieke rol spelen en een belangrijke bijdrage leveren aan de functie van de locatie.



Kenmerken
Opsomming van de belangrijkste positieve kenmerken en aandachtspunten vanuit het locatieprofiel voor de horeca.

Aanbod – aantal vestigingen en profiel per horecasector Een visuele weergave van het aantal horecavestigingen per sector, evenals de vertegenwoordiging van horecaprofielen per sector.

Ontwikkelingen
Opsomming van de belangrijkste gebieds- en vraagontwikkelingen vanuit het subgebied voor de horeca.

Kansen horeca
Dit zijn mogelijkheden vanuit de markt en (gebieds)ontwikkelingen in relatie tot de stadsbrede opgave of opgaven per deelgebied waar de horeca op in zou kunnen spelen of gebruik van kan maken, al dan niet faciliterend vanuit gemeente of belanghebbenden.

Clusterprofielen

Er is een gebiedsindeling gedefinieerd op basis van clustering van huidige horeca. Enkele clustergebieden hebben aandachtsgebieden of gebieden in ontwikkeling in relatie tot relevantie voor de horecavisie of hebben deelgebieden met onderscheidende identiteit. Deze worden opgenomen als subgebieden en hangen onder het profiel van het desbetreffende overkoepelend cluster.



Clustergebieden Lelystad

- 1 – Stadshart, incl. subgebieden
- 2 – Bataviakwartier, incl. subgebieden
- 3 – Oostvaardersplassen, incl. subgebieden
- 4 – Werkeiland
- 5 – Lelycentre
- 6 – Larserplein
- 7 – Toekomstschets Airport Scenario

Voor bovenstaande gebieden excl. Toekomstschets Airport is een clusterprofiel opgesteld. Indien ontwikkeling van Airport Lelystad bekend is, wordt geadviseerd hier ook een clusterprofiel voor op te stellen.

Locatieprofielen

Naast de clusters zijn er locatieprofielen opgesteld. Dit betreffen onderscheidende locaties die op meerdere plekken in de stad voorkomen. In een locatieprofiel heeft de horeca een specifieke rol en levert een belangrijke bijdrage aan de functie van de locatie. Locatieprofielen hebben naast de clusterprofielen een eigen uitwerking van de visie in beleidskaders.



Locatieprofielen

- Jachthavens/ strand/ surf spots
- Doorstroomlocaties
- (Wijk)winkelcentra
- Buitengebieden
- Bedrijventerreinen
- Natuurgebieden (anders dan Oostvaardersplassen)

Voor bovenstaande locaties is een locatieprofiel opgesteld.



CLUSTERPROFIELEN



LELYSTAD



Vraag

Kenmerken inwoners

Ruim 83.000 inwoners (2023). De meeste inwoners wonen in de Kustwijk (16% van totaal). Leeftijdscategorie 25-44 jaar en 45-64 jaar zijn met 26% het sterkst vertegenwoordigd. Lelystad heeft een groot buitengebied en water dat deel uitmaakt van de gemeente; de bevolkingsdichtheid is relatief laag (334 inwoners/km² t.o.v. 523/km² NL). Een aantal woonwijken heeft een hogere bevolkingsdichtheid. Het gemiddelde inkomen per inwoner ligt met € 26.300 lager t.o.v. NL (€ 29.200) en t.o.v. de referentiegemeenten (gem. € 27.600). Buurt Hollandse Hout (Villapark) heeft met €50.600 het hoogste gemiddelde inkomen per inwoner.

Met de groeiambitie gaat een flinke woningbouwopgave gepaard. Inzet op divers nieuw woonaanbod: appartement, rijtjeshuis, vrijstaand, 2-onder-1-kap, vrije kavel.

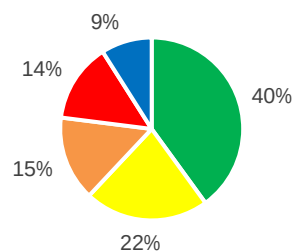
Ontwikkelingen inwoners 2017-2023

De volgende kenmerken inwoners 2023 zijn opvallend ten opzichte van vijf jaar geleden:

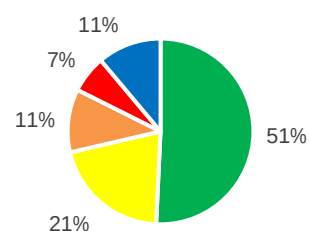
- Groeiend aantal inwoners: +5,5% t.o.v. 2017, waar dat in NL +3,2% was.
- Een lichte toename in 65+ (+2%) en van de leeftijdscategorie 15-24 jaar (+1,9%).
- Een afname in de leeftijdscategorie 0-14 jaar (-2,3%) en 45-64 jaar (-1,3%).
- Groei in inwoners met een migratieachtergrond, niet-Westerse migratieachtergrond (+3%) en Westerse migratieachtergrond (+2%).

Vraag - horecaprofielen

Vraag Nederland



Vraag Lelystad



Confrontatie vraag – aanbod

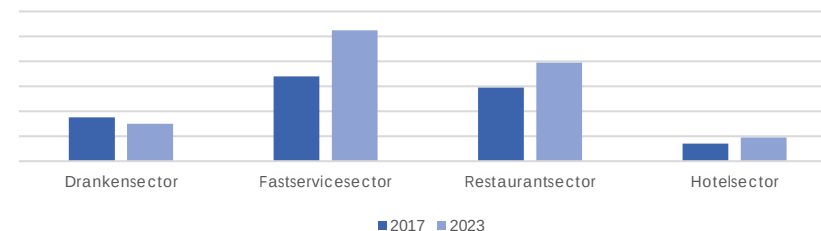
Bij het confronteren van de huidige én toekomstige vraag met het huidige aanbod valt het volgende op:

1. Een kwart van de inwoners hebben een **oranje**, **blauw** of **rood** horecaprofiel. >>> Beperkt aanbod oranje, blauwe en rode concepten (bij elkaar ≤10%).
2. De kritische consument is op zoek naar gezond, variatie en verrassing. >>> De fastservicesector (incl. afhaal/ bezorging) domineert en is veel van hetzelfde (groen concept).
3. Inzet op boeien en binden jongeren en starters. >>> Uitgaansaanbod is beperkt, cafésector is relatief klein.
4. Inzet op aantrekkelijk, levendig Stadshart en (wijk)winkelcentra. >>> Door fastservice, veel van hetzelfde, te weinig terrassen is het straatbeeld niet aantrekkelijk. Dit veroorzaakt een negatieve spiraal met leegstand tot gevolg.

Aanbod

Omvang

In totaal zijn er 134 horecabedrijven (*juni 2023*). De fastservicesector is veruit het grootst met 83 bedrijven. Ook de restaurantsector is met 39 bedrijven groot.



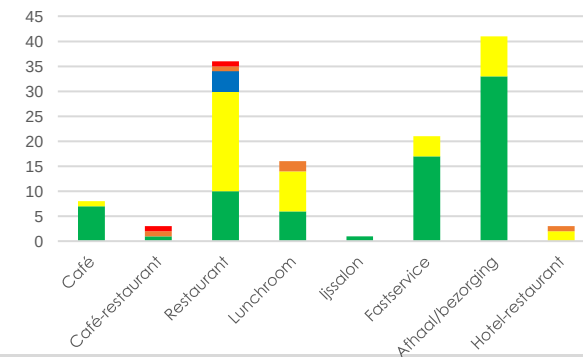
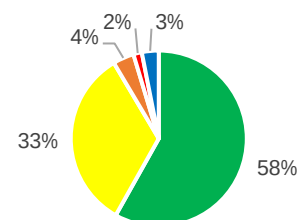
Ontwikkelingen aanbod 2017-2023

- Groeiend aantal horecabedrijven (+35%).
- Daarbij is de fastservicesector het sterkst gegroeid. Vooral het aantal bezorg- en afhaal concepten is sterk gegroeid.
- De drankensector is gedaald (-14%).

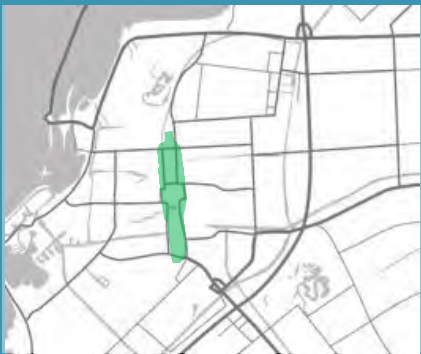
Aanbod – horecaprofielen

Er zijn diverse sectoren gevestigd, echter is de variatie in horecaprofiel per sector beperkt. Het horeca aanbod wordt gedomineerd door concepten met een groen horecaprofiel (*juni 2023*). Een derde van het aanbod bestaat uit gele concepten. Het aantal oranje, blauwe en rode concepten is zeer beperkt.

Aanbod Lelystad



STADSHART



Unieke kenmerken

- + Centrale ligging.
- + Goede bereikbaarheid (OV, fiets, auto)
- + Groot cluster van diverse voorzieningen: winkels, culturele instellingen, horeca, etc.
- Bovengemiddelde leegstand (o.a. Stadhuisplein)
- Uitstraling: verouderde bouw, luifels domineren straatbeeld, fastservice domineert.

Gebiedsontwikkelingen

- Gemeente ontwikkelt een actieplan voor het Stadshart: o.a. focus op oranje doelgroep, uitgaan, jongeren, levendigheid op straat. Inzet op onderscheidend profiel en aansluitende programmering.
- Inzet op compacter winkelgebied.
- Inzet op ontwikkeling Theaterkwartier.
- Opgave ontwikkeling woningaanbod:
 - Station Hanzepark (2024-2028)
 - Parkwijk ABC (2021-2028)
 - Arcus/Agora (2025-2027)
 - Winkeltransformatie naar woning (2024-2028)
- Verfraaien openbare ruimte.
- Herontwikkeling winkelpassage ABC (onbestemd)
- Heroriëntatie van het Stadhuisplein.
- Ontwikkeling ziekenhuis en park overloop, skatepark.

Ontmoeten

Gastvrij

Praktisch/ gemakkelijk

Vertrouwd

Gezellig dorps

Vraag

Primaire vraag vanuit inwoners

Verzorgingsgebied: heel Lelystad; specifiek wijk Stadshart

1.500 inwoners (1,8% van inwoneraantal Lelystad). Hoge vertegenwoordiging 25-44 jaar, 36% van de inwoners. Stadshart kent een hoge bevolkingsdichtheid (3.765 inwoners/ km²). Gemiddeld inkomen per inwoner is met € 25.900 vergelijkbaar met gemiddeld Lelystad (€ 26.300). In het Stadshart wonen iets meer mensen met een **groen** horecaprofiel en minder mensen met een **blauw** horecaprofiel.

Het voorzieningenniveau heeft aantrekkingskracht op alle inwoners van Lelystad. Het Stadshart kent een functiemenging met horeca, detailhandel en cultuur. De fietsafstand naar het Stadshart voor de meest veraf gelegen wijken is ca 20-25 min.

Secundaire vraag vanuit bezoekers

Komen bezoekers van buiten Lelystad naar dit gebied?

Aantrekkingskracht van het gebied op de bezoeker per activiteit:

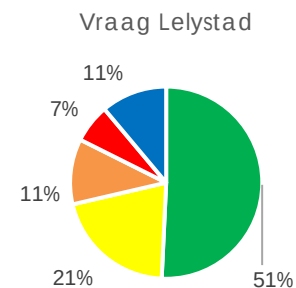
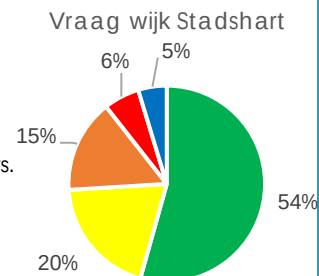
Uit eten en terras	beperkt
Winkelen	beperkt
Attractiebezoek / cultuur	Theater, poppodium Corneel, Kok Experience
Waterrecreatie	beperkt
Natuurbezoek	beperkt

Ontwikkelingen vraag

- Inzet op aantrekken en binden van de **oranje** doelgroep.
- Inzet op meer evenementen in Stadshart, pop-up, trends & proeflab.
- Sinds 2017 is het aantal inwoners Stadshart gestegen met 37%.
- Woningbouwopgave en groeiambitie voor stijgend inwoneraantal.

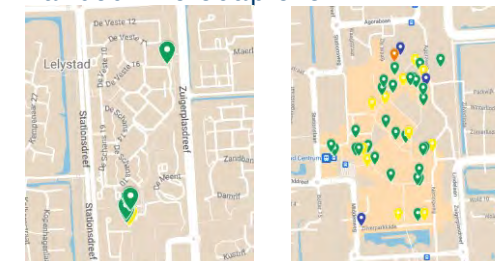
Kansen horeca

- Compacter maken Stadshart door het clusteren van horeca ipv verspreiding.
- Transitie Stadshart naar ontmoeten en verblijven door versterken horeca aanbod met focus op functiemenging (winkelen-horeca, cultuur-horeca, reizen-horeca).
- Bijdragen aan het versterken van de identiteit van het Theaterkwartier.
- Horeca op het Horecaplein in aansluiting de woonfunctie in het gebied.
- Unieke subgebieden door variatie in horeca aanbod voor een complementair totaalaanbod: diversiteit in sector en horecaprofiel.
- Verblijfsconcepten (gericht op ontmoeten) voor de **oranje** doelgroep: aantrekkelijke horecaprofielen met hoge frequentie en besteding.



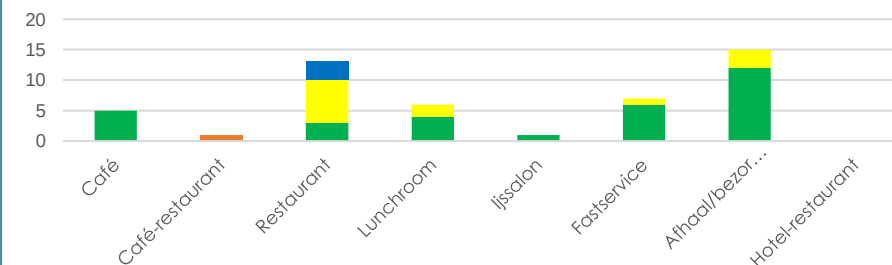
Aanbod

Aanbod – horecaprofiel



Het Stadshart bestaat uit meerdere subgebieden. Het Stadshart wordt gedomineerd door **groene** en **gele** concepten. Van alle **blauwe** concepten in Lelystad (4) is drie vierde in het Stadshart gevestigd. Er zijn geen rode concepten gevestigd.

Aanbod – horeca per sector



In totaal 43 horecabedrijven (36% van totaalaanbod Lelystad). De grootste sector met 31% van het aanbod is Afhaal/bezorging en wordt gedomineerd door groene concepten. Ook de restaurantsector is met 29% groot, en divers qua horecaprofielen. In het Stadshart delen enkele horecavestigingen de straat met retail.

Ontwikkelingen aanbod

- Bovengemiddelde leegstand in het centrumgebied.
- Gemeente zet in op ontwikkeling Theaterkwartier.

Confrontatie vraag – aanbod

1. (Gewenste groei van) oranje doelgroep >>> oranje aanbod is zeer beperkt.
2. Bezoekers van het Stadshart hebben overlast van fietsers en scooters in het centrumgebied >>> afhaal/bezorging domineert het horeca aanbod.

STADSHART: SUBGEBIEDEN

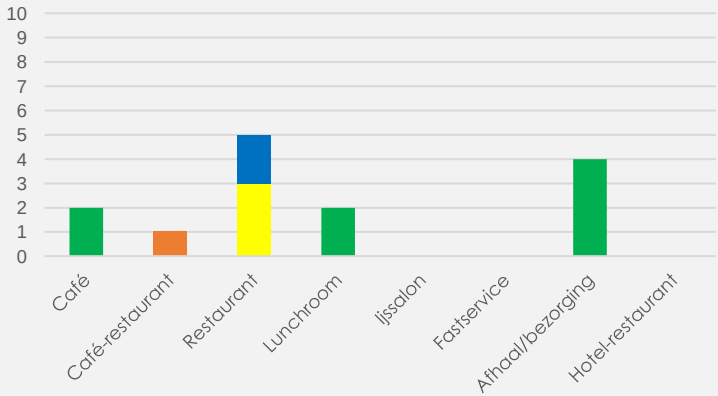
Theaterkwartier (incl. Neringpassage) *Cultuur, uitgaan, levendig in middag en avond*

Kenmerken

- Voorzieningen voor een avondje uit, o.a. theater, bioscoop.
- Woonfunctie is relatief klein (enkele woningen boven het plein).
- Gevarieerde horeca, zowel qua sectoren als horecaprofielen.
- Uitdagend is de donkere overstek van de plint, waardoor de bestaande horeca geen open, uitnodigende uitstraling heeft.
- Middelgroot subgebied: 14/50 horecabedrijven Stadshart

Ontwikkelingen

- Gemeente ontwikkelt de Trommel, planvorming voor poppodium en horeca in de plint.
- Horeca ontwikkeling gewenst op plein: nog niet verhuurd / betreft een nog te realiseren horecalocatie.



Winkelcircuit (Kroonpassage, Promesse, Wissel)

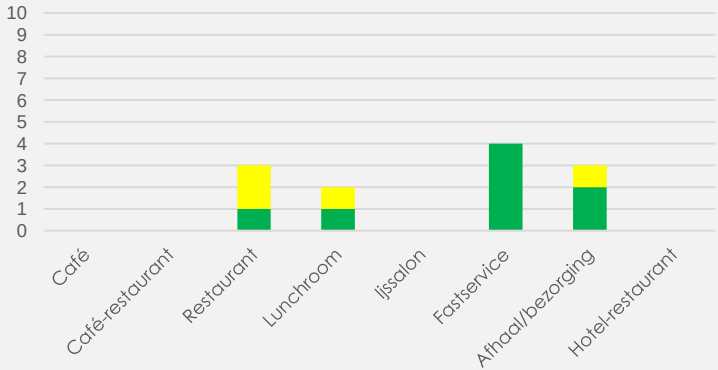
Vertrouwd, praktisch, combinatie bezoek (horeca & retail)

Kenmerken

- Dagdagelijkse winkels én funshoppen.
- Bovengemiddelde leegstand.
- Weinig gevarieerd retail aanbod.
- Opvallend zijn de passages: overdekte winkelstraten.
- Woonfunctie is relatief klein: woningen boven winkels.
- Bestemmingsplan gaat uit van horeca categorie 1.
- Middelgroot subgebied: 12/50 horecabedrijven Stadshart.

Ontwikkelingen

- Bovengemiddelde leegstand, vertrekkende winkeliers.



Stationsgebied / Dukaatplein

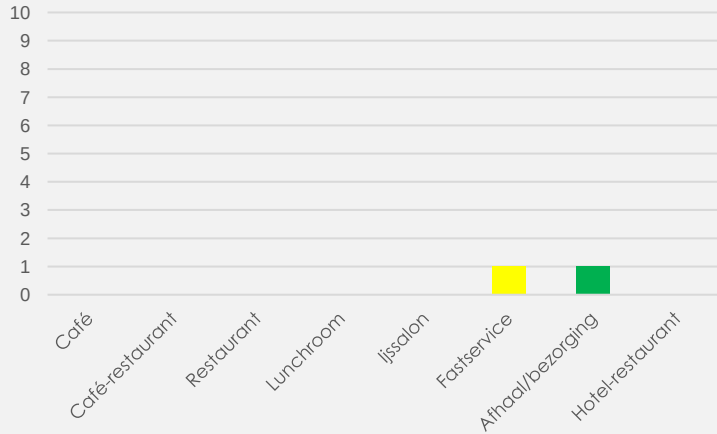
Doorreis of ontmoeting, snelheid of pauze

Kenmerken

- De horecazaken rondom station zijn bovenal gericht op to go.
- Sluit aan op het winkelcircuit.
- Klein subgebied: 2/50 horecabedrijven Stadshart.

Ontwikkelingen

- Woningbouwopgave in Station Hanzepark en kantoren tegen station aan (2024-2028).



Confrontatie & kansen horeca Theaterkwartier

- Inzet op levendig en aantrekkelijk plein door terrassen en 'open' gevels, en een horeca met openingstijden vanaf minimaal 12:00 uur.
- Mogelijkheid verplaatsen horeca uit wijk(centra) naar Theaterkwartier.
- Inzet op evenementen op en rond het Theaterkwartier.
- Plein als locatie voor pop-up horeca.
- Plein ontwikkelen met uitgaansgelegenheden.
- Oranje profilering van het subgebied met **oranje** concepten, focus op all day horeca / restaurants.

Confrontatie & kansen horeca Winkelcircuit

- Fastservice en afhaal/ bezorging is dominant, waar verblijfsconcepten als een lunchroom of daghoreca goed aansluiten bij winkelend publiek.
- Horeca is redelijk versnipperd in gebied. Concentratie heeft een positieve impact op de kwaliteitsbeleving in een gebied.
- Het verbeteren van de verbinding van het winkelcircuit met het Theaterkwartier en Stationsgebied draagt bij aan de passantenstroom.

Confrontatie & kansen horeca Stationsgebied

- Voldoende horeca aanbod in de directe omgeving. Door inzet op verbeteren verbinding met het winkelcircuit kan de horecavraag in het Stationsgebied verleid worden naar het winkelcircuit.

STADSHART: SUBGEBIEDEN

Zilverparkkade

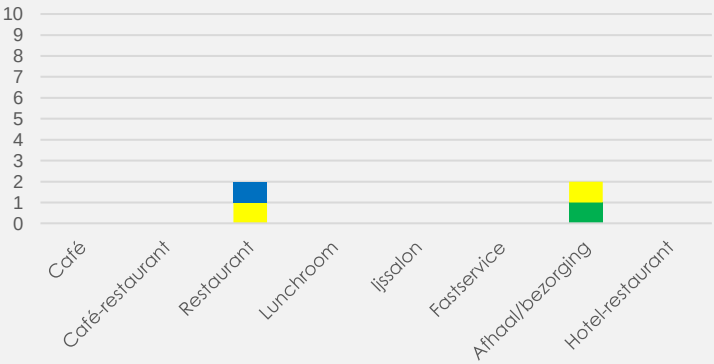
Zakelijk en wonen, gebied tussen centrum en ziekenhuis en campus

Kenmerken

- De route van het station naar park, ziekenhuis en campus.
- Klein subgebied: 4/50 horecabedrijven Stadshart.

Ontwikkelingen

- Ontwikkeling ziekenhuis en park overloop, skatepark. Dit vergroot de passantenstromen.
Op Zilverparkkade is vooralsnog geen horeca gewenst, in afwachting van de ontwikkeling van het Theaterkwartier. Na Theaterkwartier (2030) overwegen of ontwikkeling op Zilverparkkade gewenst is.



Confrontatie & kansen horeca Zilverparkkade

- Primair horeca aanbod en ontwikkeling in het Theaterkwartier. Uitzondering bij ontwikkeling van horeca dat heel Lelystad versterkt en specifiek in het subgebied Zilverparkkade past.

Horecapleintje

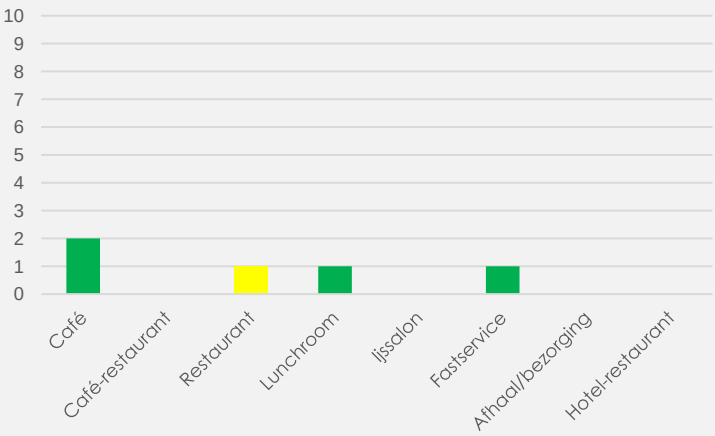
Vertrouwd, combinatie horeca en wonen

Kenmerken

- Van oudsher horecalocatie met vooral avond- en nachthoreca.
- Klein maar bekend subgebied: 5/50 horecabedrijven Stadshart.

Ontwikkelingen

- Focus in ontwikkeling van het gebied ligt op de woonfunctie, en ontwikkelingen moeten passen bij functie wonen.



Confrontatie & kansen horeca Horecapleintje

- Horecapleintje is geen focusgebied voor horeca ontwikkeling. Ontwikkelingen moeten passen bij functie wonen.

Stadhuisplein

'Dwaal- en pioniersgebied', in ontwikkeling

Kenmerken

- Hoofdzakelijk dagfuncties in het subgebied.

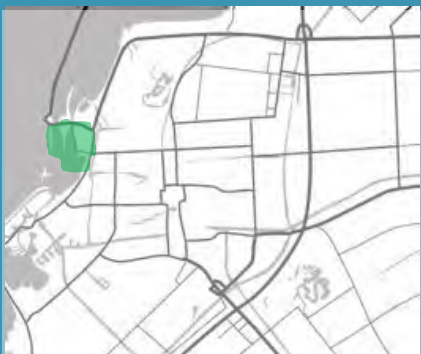
Ontwikkelingen

- Gemeente zet in op heroriëntatie van het Stadhuisplein, toekomstige functie van het gebied nog niet vastgesteld.
- Op Stadhuisplein is geen horecaconcentratie gewenst. Inzet op ontwikkeling van horecaplein Theaterkwartier betekent stabilisatie of krimp van overige pleinen en horecaconcentratie.

Confrontatie & kansen horeca Stadhuisplein

- Geen vaste horeca, maar een standplaats voor pop-uphoreca.
- In aansluiting op de vraag en visie op het gebied is één kwalitatief goede daghoreca gericht op koffie passend.

BATAVIKWARTIER



Unieke kenmerken

- + Sterk ontwikkelend toeristisch gebied met BSFO, Batavialand en in toekomst meer voorzieningen.
- + Ruime parkeergelegenheid bij BSFO, dit is op loopafstand van Bataviyahaven en Boulevard.
- + Boulevard aan de kust met aantrekkelijke uitstraling horeca en terrassen.

Gebiedsontwikkelingen

- Inzet op toeristische ontwikkeling Bataviakwartier: van achter dijk naar ook op en over dijk. Uitbreiding van Boulevard gericht op fun na shoppen in BSFO.
- Mogelijk realisatie outdoor activiteiten in noordzijde gebied.
- Batavialand verplaatst richting de haven.
- Ontwikkeling Stadsstrand voor Lelystadse bevolking in Waterfront, het gebied tussen Bataviakwartier en Werkeiland.
- Opgave ontwikkeling woningaanbod:
 - Deels nieuw te ontwikkelen land Waterfront (start vanaf 2028): autoluw gebied met klein voorzieningencluster: supermarkt, mogelijk kleine haven met daghoreca
 - Punter & Houtribhoogte (2023-2025)
 - Bataviyahaven blok 3 t/m 5 (2024-2028)

Vraag

Primaire vraag vanuit inwoners

Verzorgingsgebied: heel Lelystad; specifiek aangrenzende wijk Kustwijk

12.600 inwoners Kustwijk (15,5% van inwoneraantal Lelystad). Iets meer 45-64 jaar in dit gebied (+2% tov Lelystad), en meer 65+ (+3% tov Lelystad). Kustwijk kent een lagere bevolkingsdichtheid dan andere wijken (1.497 inwoners/ km²). Het gemiddeld inkomen per inwoner ligt met € 27.900 hoger dan gemiddeld Lelystad. In Kustwijk wonen iets minder mensen met een groen horecaprofiel en iets meer mensen met een blauw en rood horecaprofiel.

Bataviakwartier is voornamelijk gericht op bezoekers, maar heeft potentie om alle inwoners van Lelystad aan te trekken met het voorzieningenaanbod en –niveau. Fiets afstand naar Bataviakwartier voor meest veraf gelegen wijken is ca 30 min.

Secundaire vraag vanuit bezoekers

Komen bezoekers van buiten Lelystad naar dit gebied?

Bataviakwartier heeft een grotere vraag vanuit bezoekers dan vanuit inwoners. Grote groep havenbezoekers (per boot) met overwegend blauw horecaprofiel. Funshopper heeft vaker een oranje horecaprofiel.

Aantrekkingskracht van het gebied op de bezoeker per activiteit:

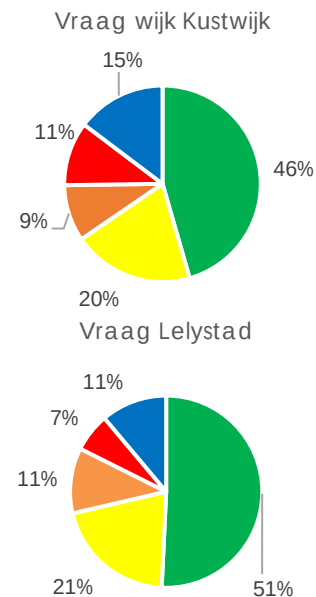
Uit eten en terras	gemiddeld
Winkelen	groot
Attractiebezoek / cultuur	Batavia Stad Fashion Outlet
	Batavialand
Waterrecreatie	gemiddeld
Natuurbezoek	veerpont bezoekers Marker Wadden

Ontwikkelingen vraag

- Sterke toename verwacht in aantal inwoners Kustwijk tot 2040, met naar schatting + ca 6.000 inwoners.
- Bouw van mix in woningaanbod betekent een mix aan nieuwe inwoners.

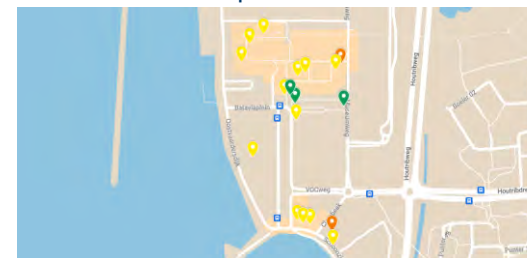
Kansen horeca

- Focus op oranje en blauwe doelgroep.
- Bataviakwartier profileren als uniek gebied met eigen identiteit, anders dan het Stadshart en andere gebieden: voor bezoekers, maar ook zeker voor Lelystedelingen.
- Beter inspelen op grote toestroom bezoekers naar dit gebied.
- Inzet op verbeteren jaarronde aantrekkelijkheid van Bataviakwartier.
- Met de sterke woningbouwopgave in voornamelijk Waterfront is horeca ontwikkeling door uitbreiding passend bij een stijgend inwoneraantal.



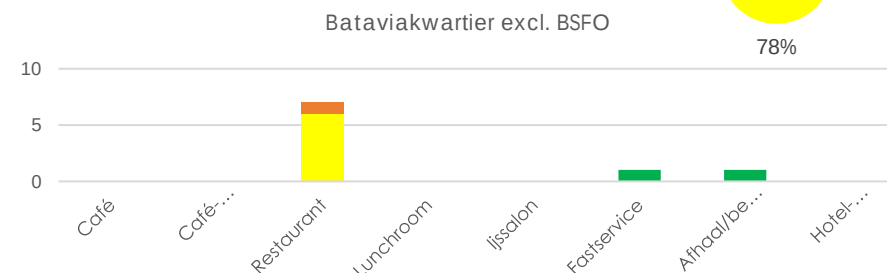
Aanbod

Aanbod – horecaprofiel



Bataviakwartier wordt gedomineerd door gele concepten. Er zijn geen rode en blauwe concepten gevestigd.

Aanbod – horeca per sector



In totaal 9 horecabedrijven excl. BSFO, voornamelijk gericht op de dagbezoeker die in dit gebied komt. In het BSFO (subgebied, zie volgende pagina) zijn ook 9 horecabedrijven gevestigd. In het gebied zijn voornamelijk restaurants en lunchrooms gevestigd. Bataviakwartier en het BSFO beslaan 13% van totaal aanbod Lelystad.

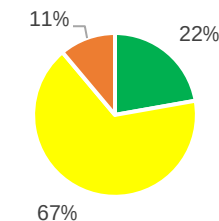
Ontwikkelingen aanbod

- Boulevard ontwikkelt met focus op leisure activiteiten (horeca, hotels, terrassen) gecombineerd met shopbezoek in BSFO. Maximaal geopend tot 22:00 uur, geen nachthoreca.
- Plannen voor hotelontwikkeling: 4/5 sterrenhotel op kop van de Haven, waterparkresort.

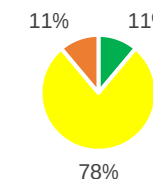
Confrontatie vraag – aanbod

1. Een blauwe doelgroep (inwoners + bezoekers) >>> geen blauw aanbod.
2. Gewenste groei oranje doelgroep (inwoners + shoppers) >>> oranje aanbod is beperkt.
3. Rode doelgroep (grotere vertegenwoordiging onder inwoners) >>> geen rood aanbod

Aanbod Bataviakwartier excl. BSFO



Aanbod BSFO



BATAVIAKWARTIER: SUBGEBIEDEN

Batavia Stad Fashion Outlet

Funshoppen, levendig overdag en begin avond

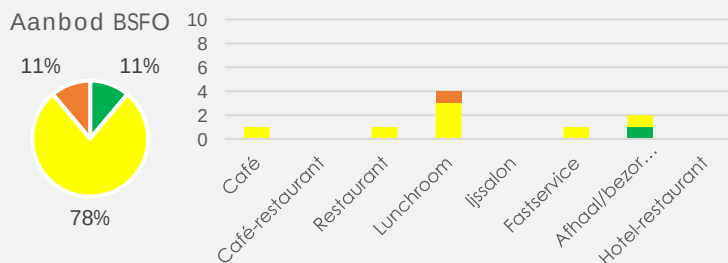
Kenmerken

- Voornamelijk gericht op bezoekers (95% bezoekers).
- Funshoppen in outlet.
- Geen woningen.
- Sluitingstijd BSFO 22.00 uur. Doordeweeks zijn winkels tot 18/20:00 (max 22:00 uur) open, in het weekend tot 22.00 uur Openstelling horeca tot 1 uur na sluitingstijd winkels.
- Hoofdzakelijk horeca ondersteunend aan shoppen (lunchrooms, fastservice & afhaal/bezorging).
- Middelgroot subgebied: 9/18 horecabedrijven Bataviakwartier.

Ontwikkelingen

- BSFO heeft plannen om uit te breiden richting de Kust.
- BSFO focust op de verdere ontwikkeling als gebied voor 'een dag uit'.

Het horeca aanbod van BSFO is apart opgenomen, en niet in de weergave van het totaalaanbod. De horeca is gericht op het bedienen van de bezoekers van Batavia Stad.



Confrontatie & kansen horeca Batavia Stad Fashion Outlet

- De aanwezige horecaprofielen en sectoren in het aanbod passen bij de vraag. Op termijn meer oranje aanbod ontwikkelen.
- Bestaande kaders BSFO: 1455 m2 ondersteunende horeca bijbouwen binnen de in de huidige marktsituatie bestaande muren toegestaan, naar maximaal 5017 m2 ondersteunende horeca.

Boulevard

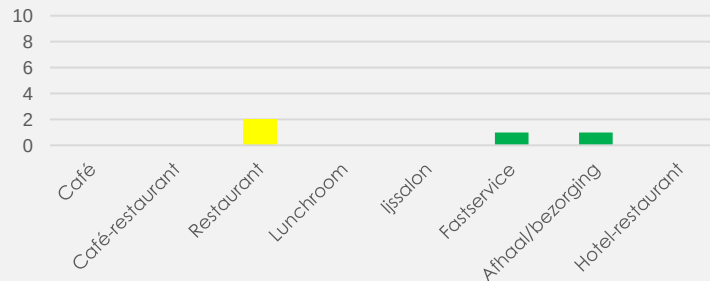
Connectiegebied, leisure, evenemententerrein

Kenmerken

- Het verbindende gebied tussen BSFO en Bataviahaven.
- Batavialand met als trekpleister "De Batavia".
- Evenemententerrein met veel ruimte.
- Beperkte vestiging van horeca.
- Open gebied met veel wind.
- Horeca categorie 1 mogelijk volgens bestemmingsplan.
- Klein subgebied: 4/18 horecabedrijven Bataviakwartier.

Ontwikkelingen

- Inzet op sterke ontwikkeling tot leisure gebied in verlengde van BSFO.
- Plannen voor hotelontwikkeling: 4/5 sterrenhotel op kop van de Haven, waterparkresort en mogelijk ook kleinschalig boutiquehotel met ca 25 kamers in verlengde van BSFO.



Confrontatie & kansen horeca Boulevard

- Inzet op en uitbreiding tot leisure gebied brengt kansen om bezoekers BSFO te trekken en langer te binden zodat zij ook dineren en/of borrelen in Lelystad (extra horecamomenten).
- Kansen voor **oranje** all day concepten, bijvoorbeeld een restaurant.

Bataviahaven

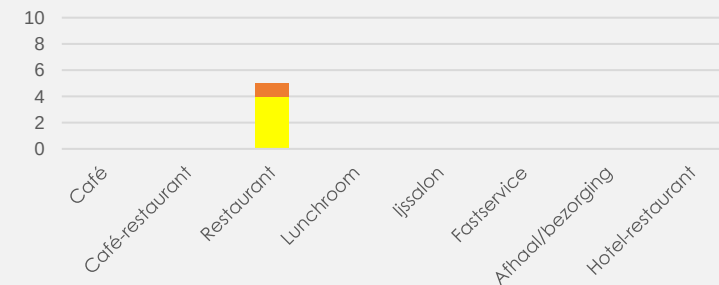
Haven met horeca en wonen, ligplaats chartervaart

Kenmerken

- Haven met aan rand woonblokken met horeca in de plint.
- Nieuwe woningen gebouwd in aantrekkelijke stijl.
- Haven met passantenplaatsen en ligplaatsen voor chartervaart.
- Opstapplaats voor boot naar Marker Wadden.
- Klein subgebied: 5/18 horecabedrijven Bataviakwartier.

Ontwikkelingen

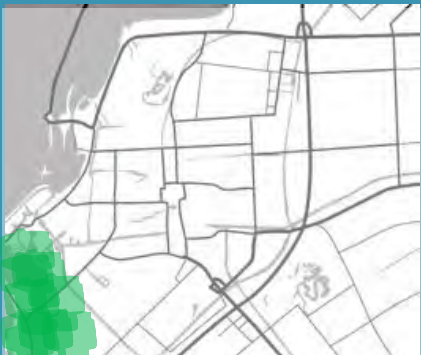
- Kleine woningbouwopgave Bataviahaven (2025-2026).
- Bataviahaven is sinds april 2023 de thuishaven voor een riviercruisederij. In totaal zullen jaarlijks ca. 500 riviercruise schepen aanleggen in Bataviahaven met gemiddeld 200 passagiers aan boord.



Confrontatie & kansen horeca Bataviahaven

- Geen blauw aanbod, met wel een vraag met blauw horecaprofiel in Bataviakwartier. Mogelijkheid voor ontwikkeling tot oranje-**blauw** geprofileerd horecagebied.
- Inspelen op groeiende vraag vanuit riviercruises met daghoreca, focus op koffie en lekkernijen.

OOSTVAARDERSPLASSEN



Unieke kenmerken

- + Uniek natuurgebied: grootste man-made natuurgebied van de wereld in beheer van Staatsbosbeheer.
- + Ruimte voor recreatieve ontwikkelingen in Poortgebied/ Hollandse Hout.
- Ontwikkeling afhankelijk van regelgeving omtrent natuurbescherming.
- Geen bewoning.

Gebiedsontwikkelingen

- Ontwikkeling surfschool en strand bij Bovenwater na overname.
- Ontwikkeling Natuurcamping in Poortgebied/Hollandse Hout: avontuurlijke glamping lodges en camping met totaal ca. 120-150 plaatsen.
- In Poortgebied/ Hollandse Hout wordt een transferium gerealiseerd met parkeerplaatsen en mogelijk horecakavel. Inclusief verhuur bootjes en kano's om het gebied mee in te trekken.
- Opgave grote ontwikkeling woningaanbod in aangrenzende wijken:
 - Warande (tijdsplanning onbekend). Warande krijgt mogelijk een eigen wijkcentrum.
 - Kleinschalige bouw in Lelystad-Haven (2023-2025).

Vraag

Primaire vraag vanuit inwoners

Verzorgingsgebied: heel Lelystad

Oostvaarderplassen trekt zowel inwoners uit heel Lelystad als bezoekers, die op zoek zijn naar natuur en ontspanning.

Aan de Oostvaardersplassen grenzen de wijken Lelystad-Haven en Warande. Deze wijken hebben 7.900 inwoners (9,7% van inwoneraantal Lelystad). Meer 45-64 jaar (+5% tov Lelystad). Lage bevolkingsdichtheid (1.048 en 468 inwoners/km²). In Lelystad-Haven is het gemiddeld inkomen per inwoner met met € 31.400 hoog tov gemiddeld Lelystad (+19%). In Lelystad-Haven en Warande wonen iets meer mensen met een **groen** en **blauw** horecaprofiel en minder mensen met een geel horecaprofiel. Let op: diversiteit onder inwoners in de wijken; zowel lage als hoge inkomens, mix in woonaanbod (incl. Villapark Hollandse Hout).

Fietsafstand naar Poortgebied voor meest veraf gelegen wijken is ca 30 min.

Secundaire vraag vanuit bezoekers

Komen bezoekers van buiten Lelystad naar dit gebied?

Oostvaarderplassen heeft een vraag vanuit zowel alle Lelystedelingen als bezoekers aan Lelystad.

Aantrekkingskracht van het gebied op de bezoeker per activiteit:

Uit eten en terras	beperkt
Winkelen	geen
Attractiebezoek / cultuur	Bovenwater (waterrecreatie)
	Visvijver
Waterrecreatie	groot
Natuurbezoek	groot

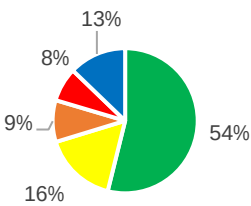
Ontwikkelingen vraag

- Stijgende vraag naar bijzondere (horeca)ervaringen in de natuur.
- Grote woningbouwopgave rondom het gebied verwacht.
- Ontwikkeling Natuurcamping trekt vooral rode doelgroep; een aantrekkelijke doelgroep voor de horeca.

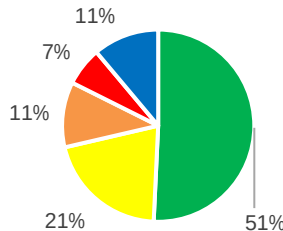
Kansen horeca

- Inspelen op meer inwoners en bezoekers, en sterk toenemende vraag vanuit groeiwijk Warande en toekomstig Natuurcamping. Inzet op rood concept passend, omdat dit horecaprofiel past in een natuurrijke omgeving. Andere horecaprofielen worden bediend in het Stadshart.
- Aansluiting zoeken op Poortgebied als recreatiegebied voor Lelystedelingen. Inzet op wandelgebied, verharde paden, laagdrempelig voor (korte) wandelingen.
- Rondom Bovenwater inzetten op verbinding met de ontwikkeling van watersportactiviteiten en daarbij passende horeca.

Vraag wijk Lelystad-Haven, Warande en Hollandse Hout

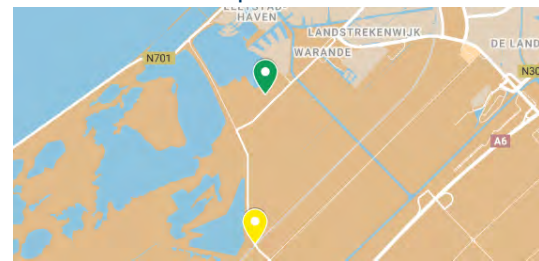


Vraag Lelystad



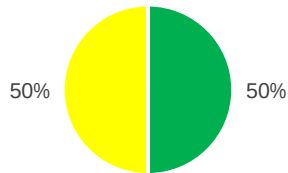
Aanbod

Aanbod – horecaprofiel

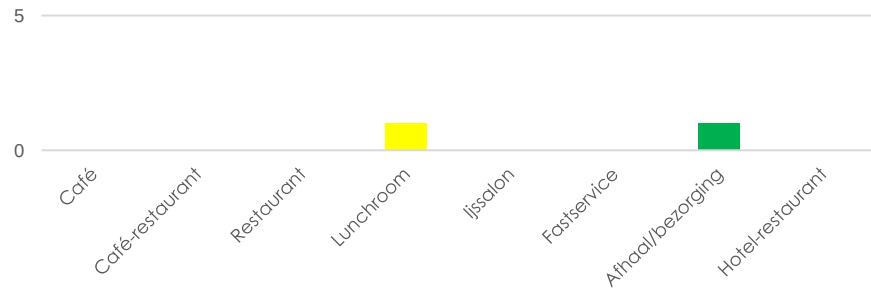


Oostvaardersplassen kent slechts twee horecabedrijven: een geel en een groen concept. Er zijn geen rode, blauwe en oranje concepten gevestigd.

Aanbod Oostvaardersplassen



Aanbod – horeca per sector



In totaal 2 horecabedrijven (1% van totaalaanbod Lelystad). Buitengewoon lekker is ondersteunende horeca behorend tot Staatsbosbeheer.

Ontwikkelingen aanbod

- Ontwikkeling Natuurcamping in Poortgebied/ Hollandse Hout: avontuurlijke glamping lodges en camping met totaal ca. 120-150 plaatsen. Andere Natuurcamping locaties bieden een foodcorner voor ontbijt, koffie, pannenkoeken, pizza's en ijs.

Confrontatie vraag – aanbod

1. Grote doelgroep voor natuur & ontspanning >>> geen verblijfsconcept, anders dan lunchroom bij buitencentrum Staatsbosbeheer.
2. Aantrekken en bedienen **rode** doelgroep >>> geen rood aanbod.

OOSTVAARDERSPLASSEN: SUBGEBIEDEN

Poortgebied/ Hollandse Hout

Entree naar Oostvaarderplassen, recreatie, natuur

Kenmerken

➤

Entree naar Oostvaardersplassen.

➤

Hollandse Hout is een klein natuurgebied van ca 900 ha.

➤

Waar de Oostvaardersplassen een Natura 2000 gebied is, moet mogelijk rekening gehouden worden met richtlijnen.

➤

Ontwikkelingen

➤

Ontwikkeling Natuurcamping: avontuurlijke glamping lodges en camping met totaal ca. 120-150 plaatsen.

➤

Realisatie van een transferium met parkeerplaatsen en mogelijk horecakavel. Inclusief verhuur bootjes en kano's om het gebied mee in te trekken. Plannen tot ontwikkeling leisure / klimbos o.i.d.

Locatieprofiel

Natuurgebieden

Bovenwater

Nabij woonwijk, grote plas, waterrecreatie

Kenmerken

➤

Grote plas voor waterrecreatie: surfen, kanoën, kajakken, etc.

➤

Sinds 2023 geen actief zwemwater meer.

➤

Een scoutingvereniging en een surfschool gevestigd.

➤

➤

➤

➤

Ontwikkelingen

➤

Ontwikkeling Toms Beach & Surf als strand en surflocatie met kleine afhaalcounter voor drankjes of ijs.

Locatieprofiel

Natuurgebieden

10

8

6

4

2

0

Café

Café-restaurant

Restaurant

Lunchroom

Ijsalon

Fastservice

Afhaal/bezorging

Hotel-restaurant

Oostvaardersplassen, natuurzone

Beschermde natuur, ontspanning, wandelen

Kenmerken

➤

Uniek natuurgebied: grootste man-made natuurgebied van de wereld in beheer van Staatsbosbeheer.

➤

Natura 2000 gebied, waarbij richtlijnen en beperkingen gelden, o.a. geen geluidsoverlast en lichtoverlast.

➤

Klein subgebied: 1/2 horecabedrijven Oostvaardersplassen. Dit is een lunchroom, ondersteunend aan het buitencentrum Staatsbosbeheer, met een geel horecaprofiel.

Ontwikkelingen

➤

Focus op natuurbescherming, geen ontwikkeling gepland.

Locatieprofiel

Natuurgebieden

10

8

6

4

2

0

Café

Café-restaurant

Restaurant

Lunchroom

Ijsalon

Fastservice

Afhaal/bezorging

Hotel-restaurant

Confrontatie & kansen horeca Poortgebied/ Hollandse Hout

➤

Bijdragen aan de inzet op profilering als gastvrije en uitnodigende entree van hét natuurrecreatiegebied van Lelystad en omstreken.

Confrontatie & kansen horeca Bovenwater

➤

Bijdragen aan de inzet op profilering als waterrecreatiegebied en aan de verdere ontwikkeling hiervan: aantrekkingskracht van gebied versterken door horeca, met bijvoorbeeld ontwikkeling van een strandpaviljoen bij Bovenwater.

Confrontatie & kansen horeca Oostvaardersplassen

➤

Behoud van bestaande ondersteunende lunchroom buitencentrum.

➤

Hier is geen horeca ontwikkeling gewenst, gericht op het zijn van een natuurzone. Horecavraag wordt hier bediend of in omliggende gebieden.

WERKEILAND



Unieke kenmerken

- + Oudste deel van Lelystad (1950).
- + Gebied met historisch erfgoed met kansen om dit (toeristisch of recreatief) te benutten.
- + Vestiging jachthaven met 550 ligplaatsen en voldoende parkeergelegenheid (toegankelijk).
- Historisch erfgoed kan beperkingen meebrengen voor ontwikkeling/ optimalisatie.
- Op dit moment weinig te beleven voor bezoekers.
- Nauwelijks horeca aanbod.

Gebiedsontwikkelingen

- Er zijn geen gebiedsontwikkelingen bekend.

Vraag

Primaire vraag vanuit inwoners

Verzorgingsgebied: gebruikers van de haven, specifiek aangrenzende wijk Lelystad-Haven

4.700 inwoners Lelystad-Haven (5,7% inwoneraantal Lelystad). Hoge vertegenwoordiging 45-64 jaar (+8% tov Lelystad). Lelystad-Haven heeft een lage bevolkingsdichtheid (1.048 inwoners/ km²). Het gemiddeld inkomen per inwoner is met € 31.400 het hoogst van alle wijken van Lelystad. In Lelystad-Haven wonen meer mensen met een **blauw** en **rood** horecaprofiel dan elders in Lelystad.

Het gebied met monumentenstatus en de jachthaven heeft een aantrekkingskracht op toeristen en specifieke groep inwoners (bezoekers en inwoners met boot). Horeca richt zich op bezoekers.

Fiets afstand naar Werkeiland voor meest veraf gelegen wijken is ca 30 min.

Secundaire vraag vanuit bezoekers

Komen bezoekers van buiten Lelystad naar dit gebied?

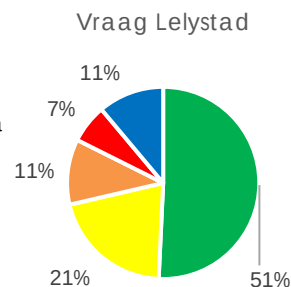
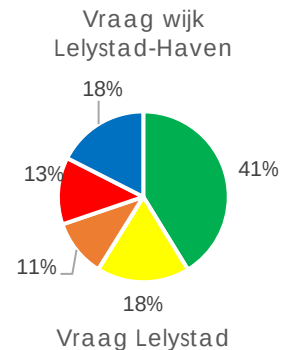
Aantrekkingskracht van het gebied op de bezoeker per activiteit:

Uit eten en terras	beperkt
Winkelen	geen
Attractiebezoek / cultuur	oudste stukje Lelystad
Waterrecreatie:	gemiddeld
Natuurbezoek	beperkt

De havenbezoekers hebben een overwegend **blauw** horecaprofiel.

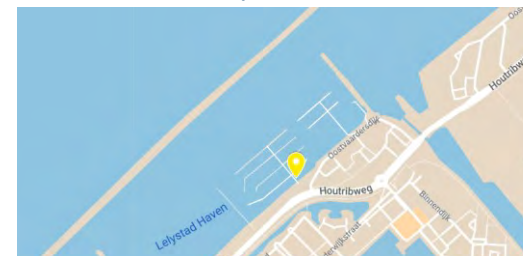
Ontwikkelingen vraag

- Toename in woningen op Werkeiland en in Lelystad-Haven brengt meer inwoners in het gebied.

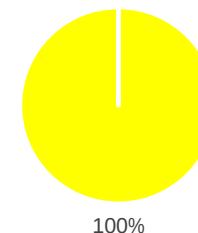


Aanbod

Aanbod – horecaprofiel



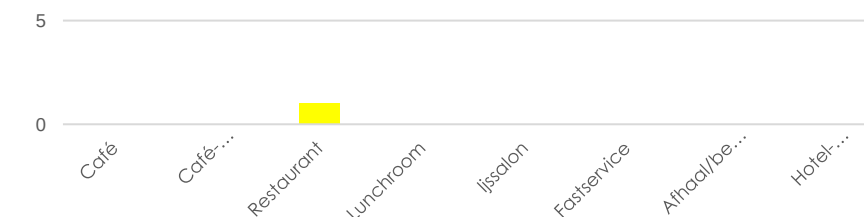
Aanbod Werkeiland



Werkeiland kent slechts één horecavestiging, met een geel concept. Er zit in dit gebied ook een hotel gevestigd, echter biedt dit hotel uitsluitend ontbijt aan voor hotelgasten. Los horecabezzoek is bij dit hotel niet mogelijk.

Aanbod – horeca per sector

Er is 1 restaurant (1% van totaalaanbod Lelystad) gevestigd.



Ontwikkelingen aanbod

- Mogelijke ontwikkeling van een nieuwe B&B in het dijkgebouw waar voorheen restaurant 't Dijkhuysje heeft gezeten.

Kansen horeca

- Voor de komende 5 jaar wenst de gemeente het gebied zo veel mogelijk te willen laten zoals het is.
- Inspelen op toenemende vraag door groei in inwoneraantal Werkeiland en Lelystad-Haven. Daghoreca is passend bij de gebiedsfuncties en historische aantrekkingskracht van het gebied.
- Inspelen op de rode doelgroep die in dit gebied woont en recreëert. De rode doelgroep zoekt cultuur en historie op.
- Bedienen van de blauwe doelgroep, eventueel in ontwikkeling met Jachthaven. Aandachtspunt is een gevarieerd aanbod met concepten met verschillende horecaprofielen om alle doelgroepen langs de Kust te bedienen.

Confrontatie vraag – aanbod

1. Aantrekken en bedienen **rode** doelgroep >>> geen rood aanbod.
2. Een **blauwe** doelgroep (inwoners + bezoekers) >>> geen blauw aanbod.

LELYCENTRE



Unieke kenmerken

- + Oorspronkelijk stadscentrum Lelystad, vanwege dit sentiment komen nog steeds bezoekers van elders uit de stad.
- + Lelycentre is het belangrijkste winkelgebied voor dagdagelijks winkelen in Lelystad Noord-Oost.
- + Goede bereikbaarheid en ruime parkeergelegenheid (toegankelijk).
- Laag gemiddeld inkomen per inwoner.
- Winkelcentrum heeft een gedateerde uitstraling. Winkels hebben veelal een gesloten en donkere uitstraling. Gevoel van veiligheid is op de bovenverdieping een aandachtspunt (o.a. met keurmerk Veilig Ondernemen).

Gebiedsontwikkelingen

- De gemeente zet in op ontwikkeling Lelycentre tot wijkwinkelcentrum.
- Mogelijke herontwikkeling winkelgebied door wisseling van eigenaar.
- De gemeente is voornemens het gebied rondom het winkelcentrum op te knappen ter verbetering van de uitstraling.
- Kleine opgave ontwikkeling woningaanbod:
 - Everloo Noord, (2024)
 - Zuiderwagenplein (2025)
 - Maerlant (2026)
 - Transformatie van kantoren naar woningen in directe omgeving

Vraag

Primaire vraag vanuit inwoners

Verzorgingsgebied: aangrenzende wijken Atolwijk en Zuiderzeewijk

16.400 inwoners (20,2% van inwoneraantal Lelystad). Leeftijdopbouw gelijk aan gemiddeld Lelystad. Hoge bevolkingsdichtheid met 2.251 inwoners/ km². Het gemiddeld inkomen per inwoner ligt met €20.500 aanzienlijk lager dan gemiddeld Lelystad. Meer inwoners met een niet-Westerse migratieachtergrond woonachtig dan in de andere gebieden. In Atolwijk en Zuiderzeewijk wonen iets meer mensen met een **oranje** horecaprofiel.

Het gebied is gericht op inwoners Atolwijk en Zuiderzeewijk, de aantrekkingskracht van Lelycentre op inwoners uit andere wijken is beperkt. Iedere dinsdag is er markt met grote aantrekkingskracht.

Fiets afstand naar Lelycentre voor inwoners Atolwijk en Zuiderzeewijk is maximaal 10 min.

Secundaire vraag vanuit bezoekers

Geen bezoekers van buiten Lelystad naar dit gebied

Aantrekkingskracht van het gebied op de bezoeker per activiteit:

Uit eten en terras	geen
Winkelen	geen
Attractiebezoek / cultuur	geen
Waterrecreatie	geen
Natuurbezoek	geen

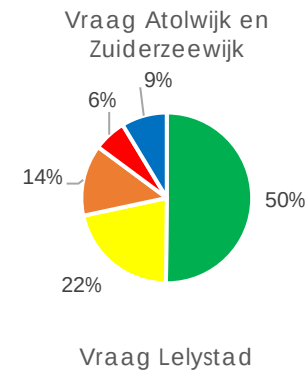
Ontwikkelingen vraag

- Het inwonersaantal in Atolwijk en Zuiderzeewijk is sinds 2017 gegroeid met +7%.
- Atolwijk en Zuiderzeewijk kampen met uitdagingen rondom veiligheid en armoedebestrijding.

Locatieprofiel Overige (wijk)winkelcentra

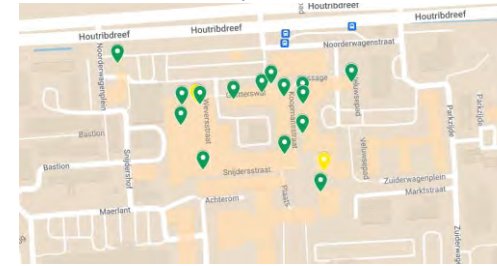
Kansen horeca

- Bedienen van de **oranje** doelgroep, die hier sterker is vertegenwoordigd.
- Behoud van onderscheidend restaurant in aanbod.
- Bijdragen aan uitnodigende, moderne en open uitstraling van het winkelcentrum.
- Bijdragen aan sociale cohesie, levendigheid en gevoel van veiligheid door daghoreca en verblijfsconcepten (met terras).
- Focus op faciliteren van het dagdagelijks winkelen van inwoners uit de buurt.



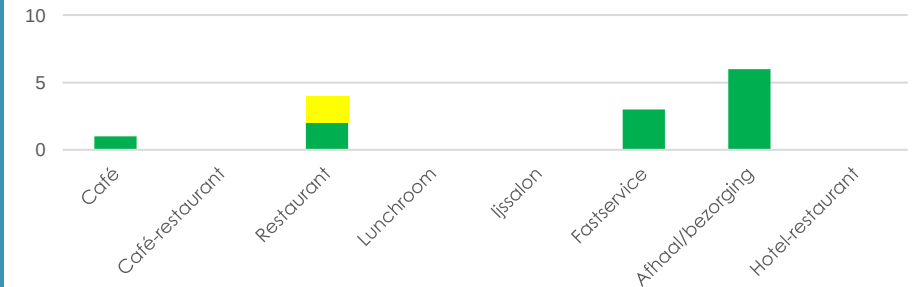
Aanbod

Aanbod – horecaprofiel



Lelycentre wordt gedomineerd door groene concepten, met daarnaast een enkel geel concept.

Aanbod – horeca per sector



In totaal 17 horecabedrijven (13% van totaalaanbod Lelystad), voornamelijk fastservice en afhaal/ bezorging. Er zijn slechts 2 gele restaurantconcepten. Het huidige aanbod is eenzijdig qua sector en horecaprofiel.

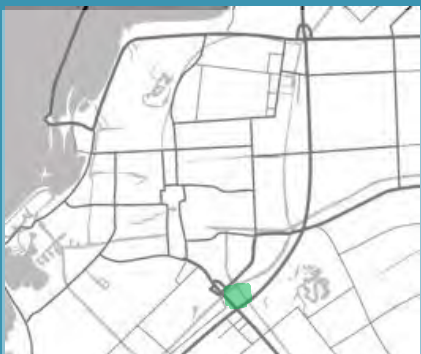
Ontwikkelingen aanbod

- Mogelijk herontwikkeling van Lelycentre tot wijkwinkelcentra (locatieprofiel).
- Nieuw of vervangend horeca aanbod dat zich in de laatste jaren in Lelycentre heeft gevestigd, valt onder de sector afhaal/ bezorging (zonder bijdrage aan levendigheid op straat en van gebied).
- Twee jaar geleden is een restaurant gestart met onderscheidend concept tov ander aanbod in gebied, dat positief bijdraagt aan de levendigheid in het gebied.

Confrontatie vraag – aanbod

1. Bedienen en binden **oranje** doelgroep >>> geen oranje aanbod
2. Behoeft aan levendigheid en veilige uitstraling >>> afhaal/ bezorging domineert (concepten die niet bijdragen aan verlevendiging van gebied), daghoreca zeer beperkt.

LARSERPLEIN



Unieke kenmerken

- + Het is doorstroomgebied met bovengemiddeld verkeer via snelweg van en naar Lelystad.
- + Gebied langs kanaal biedt kansen voor (water) recreatie.
- Verkeerssituatie op Larserplein is niet optimaal en wordt aangepakt.
- Relatief veel fastservice, welke beeldbepalend is in de uitstraling en het straatbeeld.

Gebiedsontwikkelingen

- Er wordt gewerkt aan een nieuwe gebiedsvisie voor het Larserplein.
- Mogelijke ontwikkeling van groenzone langs het kanaal achter Larserplein tot recreatiegebied (met optioneel ruimte voor horeca).
- Herontwikkeling verkeerssituatie Larserplein en routing auto's.
- Met ontwikkeling nieuwe fietsbrug straks ook beter bereikbaar met de fiets of te voet.

Vraag

Primaire vraag vanuit inwoners

Verzorgingsgebied: heel Lelystad; specifiek aangrenzende wijk Waterwijk-Landerijen

11.700 inwoners in Waterwijk-Landerijen (14,3% van inwoneraantal Lelystad). Iets meer inwoners 45-64 jaar (+4% tov Lelystad) en 0-24 jaar (+4% tov Lelystad). Hoge bevolkingsdichtheid met 4.047 inwoners/ km². Het gemiddeld inkomen per inwoner is met €27.600 vergelijkbaar met gemiddeld Lelystad. In Waterwijk-Landerijen wonen meer mensen met een **geel** en **oranje** horecaprofiel, en minder mensen met een groen horecaprofiel. Let op: diversiteit onder inwoners in de wijken; zowel lage als hoge inkomens, mix in woonaanbod, diversiteit in horecaprofielen, overlast van criminaliteit.

Het doorstroomgebied heeft met een ligging langs de snelweg en de vestiging van het Van der Valk hotel een aantrekkingskracht op passanten, Lelystedelingen en toeristen. De fietsafstand naar het Larserplein voor de meest veraf gelegen wijken is ca 35 min.

Secundaire vraag vanuit bezoekers

Komen bezoekers van buiten Lelystad naar dit gebied?

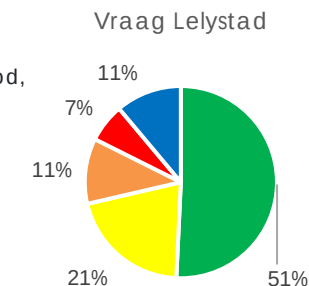
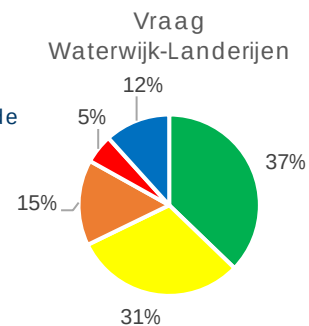
Aantrekkingskracht van het gebied op de bezoeker per activiteit:

Uit eten en terras	groot, vanaf snelweg
Winkelen	geen
Attractiebezoek / cultuur	geen
Waterrecreatie	beperkt
Natuurbezoek	beperkt

Ontwikkelingen vraag

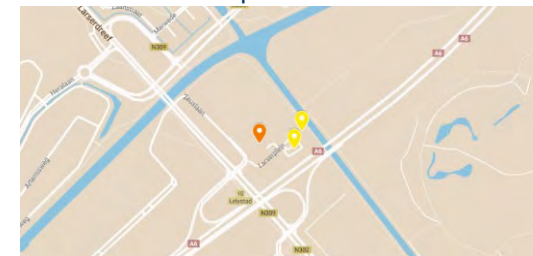
- De (potentiële) ontwikkeling van Lelystad Airport gaat zorgen voor een sterke toename in traffic rondom het Larserplein.

Locatieprofiel Doorstroomlocaties



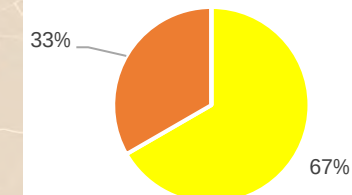
Aanbod

Aanbod – horecaprofiel

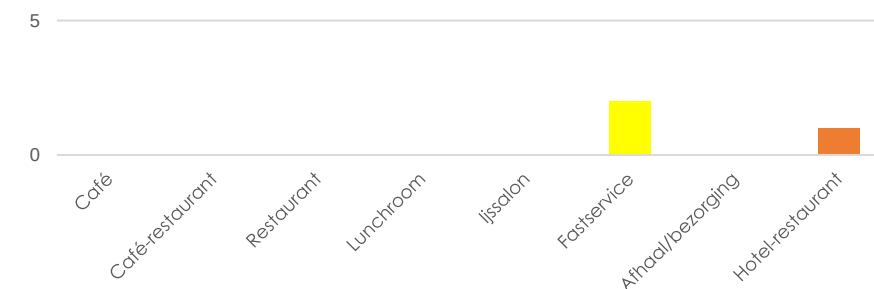


Op het Larserplein zijn drie horecabedrijven gevestigd, waarvan twee ondernemingen met een geel concept.

Aanbod Larserplein



Aanbod – horeca per sector



In totaal 3 horecabedrijven (2% van totaalaanbod Lelystad). Twee grote fastfoodketens met een geel concept en één hotel-restaurant met een oranje profiel.

Ontwikkelingen aanbod

- Het gevestigde Van der Valk wenst uit te breiden met een extra hotelkamers.
- Vanuit grote fastfoodketens is veel vraag om te vestigen op het Larserplein.

Kansen horeca

- Natuurzone langs kanaal biedt kansen voor het bijdragen aan de ontwikkeling van het recreatiegebied door vestiging van horeca.
- Voorsorteren op de ontwikkeling van Lelystad Airport: grote toename traffic rondom gebied en meer vraag naar overnachtingen.

Geen gap in vraag – aanbod

Vraag doorstroomlocatie is gericht op snelheid, ruime keuze, voor ieder wat wils. Het gevestigde aanbod met gele fastserviceconcepten en een oranje hotel-restaurant sluit aan op de vraag.

LOCATIEPROFIELEN



LOCATIEPROFIELEN

Jachthavens/ strand/ surfspots

Recreatie voor lokale bevolking en toeristen, overnachten voor verblijfstoeristen

Kenmerken

- Gericht op recreatie en verblijven, zowel voor Lelystedelingen als bezoekers.
- Veelal seizoensgebonden gebieden met een duidelijke piek in bezoekersaantallen bij mooi weer.
- Het huidige aanbod bestaat uit 5 restaurants, waarvan 4 restaurants met een **geel** horecaprofiel en 1 **blauw** concept.
- Havens met horeca:
Jachthaven Lelystad-Haven Parkhaven
Deko Marina Lelystad Flevo Marina
Houtribhaven Batavia Haven
- Strand met horeca:
Houtribhoekstrand
Bataviastrand

Ontwikkelingen

- Landelijke toename in populariteit varen en sterke toename in vraag naar ligplaatsen in (jacht)havens.



Kansen horeca Jachthavens/strand/surfspots

- Met bezoekers met een overwegend blauw horecaprofiel zijn Jachthavens kansrijk voor **blauwe** concepten. De Lelystedelingen met een blauw horecaprofiel kunnen gebruik maken van deze horeca.
- Strand en surfspots zijn locaties met een mix aan bezoekers, inwoners en profielen. Hier sluiten **oranje** en **gele** concepten aan op de vraag.

Doorstroomlocaties

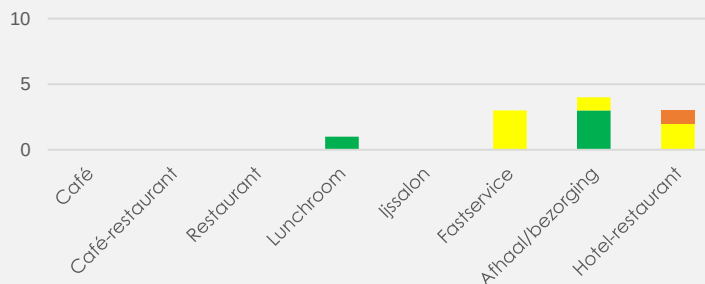
Snelweg, station, overwegend kortstondig verblijf

Kenmerken

- Gericht op overwegend kortstondig verblijf, snel eten en drinken
- Het huidige aanbod op doorstroomlocaties bestaat uit 11 horecabedrijven. Veel fastservice en afhaal/bezorging. Op Larserplein 1 hotel-restaurant gevestigd, langs A6 twee hotel-restaurants.
- Locaties met horeca:
A6 (snelweg)
N307 (dijk naar Enkhuizen)
In toekomst Lelystad Airport
Stationsgebied (zie clusterprofiel)
Larserplein (zie clusterprofiel)

Ontwikkelingen

- Mogelijke ontwikkeling toekomstig station Lelystad Zuid.
- Ontwikkeling Lelystad Airport zorgt voor meer vraag naar horeca op doorstroomlocaties.



Kansen horeca Doorstroomlocaties

- Vraag doorstroomlocatie is gericht op snelheid, ruime keuze, voor ieder wat wils. Het gevestigde aanbod met een overwegend geel concept sluit aan op de vraag.
- In toekomst inspelen op grotere vraag naar horeca op doorstroomlocaties door o.a. ontwikkeling airport. Locatie langs N307 is kansrijk.

(Wijk)winkelcentra

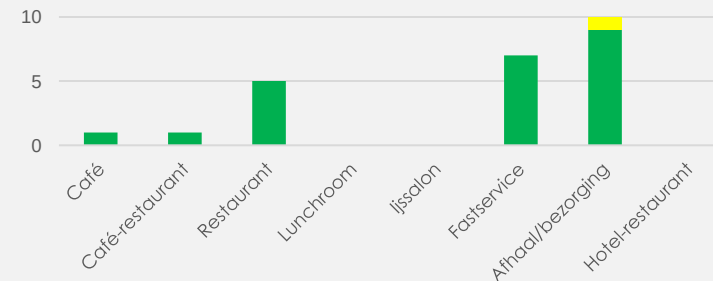
Dagdagelijks winkelen, voorzieningenclusters voor wijk, woonboulevard

Kenmerken

- Gericht op het bedienen van eigen wijk (geen bezoekers, geen passanten).
- Huidige wijkwinkelcentra zijn niet gericht op lang verblijf.
- 24 horecabedrijven, veelal fastservice en afhaal/bezorging en het groene horecaprofiel domineert deze locaties.
- Locaties met horeca:
Palazzo
Winkelgebied Waterwijk
Winkelcentrum Jol
Woon-winkelcentrum Lelystad Haven
Overige solitaire locaties in wijken
Winkelcentrum Boswijk, Botter, Tjalk, Kempenaar

Ontwikkelingen

- Randvoorwaarden zijn er nu niet voor een horeca ontwikkeling (prettige ontmoetings sfeer, open en veilige straatuitstraling, voldoende gemengde samenstelling van inwoners in de wijk).



Kansen horeca Overige (wijk)winkelcentra

- Gewenste ontwikkeling ter discussie. Het zijn sociaal-maatschappelijke ontmoetingsplekken, waar eerder een toegankelijk (gratis) koffiepoint dan een lunchroom past bij de doelgroep.
- Inzet op functionele horeca, in aansluiting op het dagdagelijks winkelen en de korte boodschap. Komen-en-gaan sfeer, waarbij fastservice en afhaal/bezorging past. Dat is op dit moment voorzien.

LOCATIEPROFIELEN



Buitengebieden

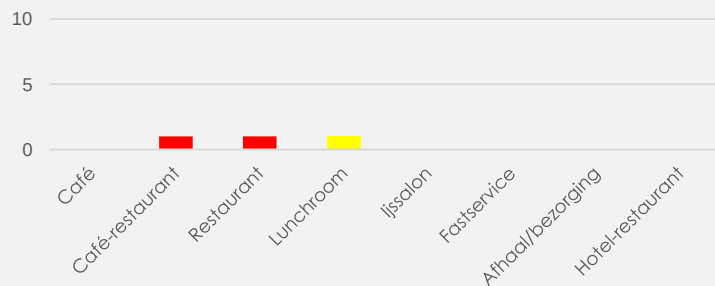
Landerijen, geen natuurgebieden, buiten de stad

Kenmerken

- 3 horecabedrijven, zowel dag- als avondhoreca. Opvallend is de vestiging van de enige rode concepten van Lelystad in het Buitengebied (momentopname).

Ontwikkelingen

- De twee rode concepten van Lelystad (gelegen in het Buitengebied) gaan weg.

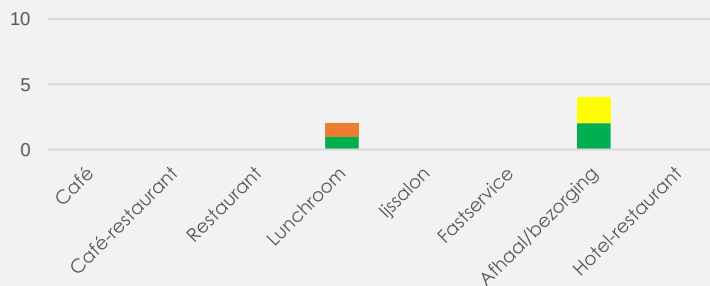


Bedrijventerreinen

Industrie, bedrijvigheid

Kenmerken

- Locaties met horeca:
Industrieterrein Noordersluis
Industrieterrein Griend
- 6 horecabedrijven, voornamelijk gericht op de vraag vanuit gevestigde bedrijvigheid in de directe omgeving. Zowel lunchrooms als afhaal/bezorging.



Natuurgebieden (anders dan Oostvaardersplassen)

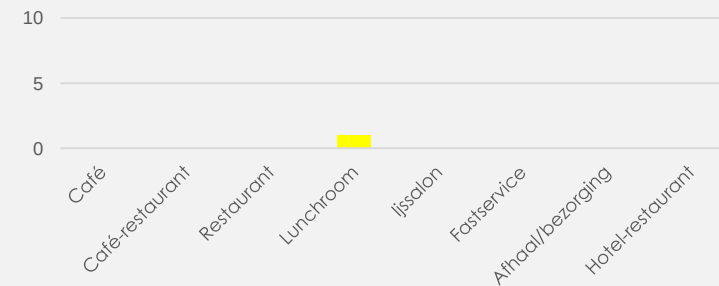
(Beschermd) natuur, ontspanning, wandelen

Kenmerken

- Locaties met horeca:
Natuurpark Lelystad
- Horeca ter ondersteuning aan verblijf in het natuurgebied.
- 1 horecabedrijf

Ontwikkelingen

- Mogelijk ontwikkeling Zuigerplasbos met 1 horecakavel.



Kansen horeca Buitengebieden

- Het Buitengebied biedt kansen voor ontwikkeling van unieke en bijzondere concepten als er elders bij de horecaclusters geen plek is.
- Voor het Buitengebied zijn rode concepten passend omdat deze concepten vaak een eigen sterke aantrekkingskracht hebben op de vraag door onderscheidend aanbod en binding met unieke locaties en functies (duurzaam, biologisch, eigen moestuin etc.). Rode concepten dragen bij aan het creëren van plekken.
- Koppeling tussen passanten en bezoekers en gebied.

Kansen horeca Bedrijventerreinen

- Voor bedrijventerreinen is het beleid dat er één locatieverzorgende voorziening met afhaalfunctie per terrein mogelijk is, voor de aanwezige doelgroep. Publieksstromen zijn hier niet wenselijk. Bezorg en catering valt hier niet onder.
- I.r.t. de horecavisie is op geïsoleerde bedrijventerreinen ruimte voor één horecaconcept wanneer er in de aangrenzende gebieden geen horeca aanbod gevestigd is. Indien mogelijk maakt de vraag gebruik van ander gebied.
- In aansluiting op de zakelijke marktvraag op bedrijventerreinen zijn kleinschalige deli's of lunchrooms passend om deze doelgroep te bedienen.

Kansen horeca Overige natuurgebieden

- I.r.t. de horecavisie is in Natuurgebieden (anders dan Oostvaardersplassen) ruimte voor één horecaconcept wanneer er in de aangrenzende gebieden geen horeca aanbod gevestigd is. Het horecaconcept moet de functie van het gebied versterken.
- Lunchrooms (zonder hevige overlast) zijn passend bij natuurgebieden > geen gap.

M² HORECA PER SECTOR PER GEBIED 2023

m² vloeroppervlak horeca (obv WVO)	
Totaal Stadshart	5.347
Totaal Bataviakwartier	2.708
Totaal Oostvaardersplassen	170
Totaal Werkeiland	100
Totaal Lelycentre	1.208
Totaal Larserplein	1.017
Totaal overig	2.374
Totaal	12.924

Stadshart	m²	Bataviakwartier, incl. BSFO	m²
Restaurant	2.546	Restaurant	1.698
Café	371	Café	110
Café-Restaurant	250	Lunchroom	387
Lunchroom	560	Fastservice	309
Fastservice	500	Bezorg/halen	204
Hotel-Restaurant	300		
Bezorg/Halen	762		
IJssalon	58		
Totaal Stadshart	5.347	Totaal Bataviakwartier	2.708

Oostvaardersplassen	m²	Werkeiland	m²
Lunchroom	150	Restaurant	100
Bezorg/halen	20		
Totaal	170	Totaal Werkeiland	100

Lelycentre	m²
Restaurant	648
Café	100
Fastservice	211
Bezorg/Halen	249
Totaal Lelycentre	1.208

Larserplein	m²
Fastservice	517
Hotel-restaurant	500
Totaal Larserplein	1.017

Overig	m²
Restaurant, incl. Boerkok	880
Café	38
Café-restaurant	163
Fastservice	440
Lunchroom	443
Hotel-restaurant	410
Totaal overig	2.374

Toelichting: horeca oppervlakte en vertegenwoordiging horecaprofielen

- Dit overzicht geeft het aantal m2 horeca per sector per gebied weer.
- Voor inzicht in de verdeling van horecaprofielen per sector per gebied verwijzen we naar de cluster- en locatieprofielen in dit document, waar deze in diagrammen zijn weergegeven.

BIJLAGE C. VISIEDOCUMENT

PIJLERS EN HANDVATTEN
OP BASIS VAN DE AMBITIES VAN DE STAD, OPGAVEN DEELGEBIEDEN EN MARKTMOGELIJKHEDEN

HORECA LELYSTAD 2030

TEN BEHOEVE VAN DE HORECAVISIE 2024-2030

Dit visiedocument vertaalt vanuit de ambities van de stad, de opgaven van de deelgebieden en de marktmogelijkheden voor de horeca (uitgangspositie markt) de gewenste horeca ontwikkeling in Lelystad in vier pijlers.

Waar in dit document 'we' staat wordt Gemeente Lelystad bedoelt.



AANTREKKELIJK LEVENDIG

De horeca in Lelystad is bruisend, gezellig en sfeervol. Gastvrije concepten versterken het straatbeeld en de aantrekkelijkheid van horecapleinen, boulevards, winkelgebieden en ontmoetingsplaatsen.

Het horeca aanbod draagt bij aan de aantrekkelijkheid van Lelystad voor inwoners en bezoekers en zorgt voor een prettig verblijfsklimaat voor wonen, werken, verblijven en recreëren. Met de gebiedsgerichte aanpak versterkt de horeca de functie van het gebied en zorgt voor een passend voorzieningenniveau. Een sfeervol straatbeeld wordt bereikt door concepten die bijdragen aan de beleving, die overdag open zijn voor gasten om te verblijven en die opvallen door een open, lichte pui, sfeervolle uitstraling en gezellige terrassen.

Het inzetten op aantrekkelijke en levendige horeca betekent niet perse méér horeca, maar kan ook ontwikkeling in kwaliteit, profiel of categorie betekenen, alsook het verbreden van de doelgroep of verandering in horecamomenten op de dag. Moderne all-day horecaconcepten, als ontmoetingsplaats van 's ochtends vroeg tot 's avonds laat, voegen levendigheid toe in het straatbeeld van Lelystad.



VARIATIE

Lelystad is een groeiende stad waar mensen wonen, werken en verblijven en waar nieuwe inwoners zich blijven vestigen. Iedere wijk en ieder gebied kent een eigen dynamiek van mensen met verschillende leeftijden, achtergronden, levensfasen, bestedingsruimte en leefstijlen. De horeca is aantrekkelijk voor alle huidige en toekomstige inwoners, alsook bezoekers.

Straten, pleinen en natuur bieden een gevarieerd aanbod met horeca in kleurrijke smaken. Gebieden hebben een heldere identiteit, dynamiek en functie: de horeca sluit hierop aan en versterkt dit. Lelystedelingen hebben wat te kiezen en iedereen heeft één of meerdere favoriete horecaconcepten voor verschillende doeleinden en momenten van de dag.

De variatie van de horeca zorgt ervoor dat jonge mensen zich thuis voelen en graag in Lelystad blijven wonen en werken. Inwoners met een **oranje moderne, rode authentiek & bewuste** en **blauwe exclusievere** horecaleefstijl vinden passende concepten in eigen stad. Nieuwe concepten zijn verrassend en vernieuwend en zijn daarmee een goede aanvulling op de vertrouwde en bekende concepten. Trends als duurzaamheid, lokaal, gezond en plantaardig zijn steeds meer terug te zien in het aanbod.

Het aanbod groeit mee met de ontwikkeling van de stad en is daarmee in goede balans met de vraag.



CLUSTERING

De horeca in Lelystad is geconcentreerd in een aantal sterke clusters maar kent ook solitaire concepten die de functie van het gebied waarin zij zijn gelegen versterken.

Gebiedsversterkende horeca betekent voor het Stadshart en de kust dat horeca bij elkaar zit, gezamenlijk een aantrekkingskracht heeft en een totaal aanbod biedt. Voor overige locaties betekent dit dat horecaconcepten bijdragen aan de primaire functie van een plein, straat of gebied en de dynamiek van die plek versterken.

De sterke clusters zijn echte bestemmingslocaties voor horeca, waar de inwoners van Lelystad en de bezoekers bewust voor kiezen, met of zonder combinatiebezoek aan een andere functie in het gebied. De solitaire concepten worden meer bezocht in combinatie met een andere functie in het gebied zoals boodschappen, buitenrecreatie of attractiebezoek.

Zowel de sterke clusters als de losse concepten geven identiteit aan de verschillende gebieden en versterken de dynamiek en beleving van het gebied.



VERBINDING

Horeca zorgt voor sociale cohesie in wijken en gebieden, is gastvrij en toegankelijk voor iedereen en maakt plekken en omgevingen benaderbaar. Mensen worden gezien en er is gezelligheid in gebieden. Door open, transparante plekken ontstaat een gevoel van veiligheid op straat.

Concepten versterken het gebied doordat horeca de functies binnen het gebied versterkt en verbindt. Voor of na een culturele avond uit kan men een hapje eten of een drankje drinken voor een totaal avondje uit. Met uitzicht op het water aan de kust wordt genoten op het terras. Nadat boodschappen zijn gedaan in een wijkwinkelcentrum ontmoet men buurtgenoten voor een kopje koffie. Tijdens een fietstocht in de natuur kan pauze worden gehouden op het terras met een gezonde lunch.

Samenwerking tussen horeca, retail, culturele instellingen en andere belanghebbenden in het gebied versterkt de verbinding. Gezamenlijk worden passende initiatieven, evenementen en programmering aangeboden, waardoor gebieden aantrekkelijker en levendiger worden. Inwoners ontmoeten elkaar, komen in wijken of gebieden waar ze nog niet eerder geweest zijn en doen nieuwe ervaringen op. Hierdoor wordt de verbinding met Lelystad sterker.

