CONCEPT Advies

ten behoeve van
de nieuwe horecanota

Gemeente Tilburg

2015-R-032/1027
7 juli 2016

1. Inleiding

Inleiding

Met enige regelmaat ontvangt de gemeente Tilburg aanvragen voor het uitbreiden van bestaande of het starten van nieuwe horecagelegenheden.
De huidige categorisering van de verschillende horecatypes biedt onvoldoende handvatten om vanuit het oogpunt van verbetering van de invulling van de stad te kunnen sturen.
Het ontbreekt aan een duidelijk en concreet kader waaraan horeca-aanvragen kunnen worden getoetst. Dit betekent o.a. dat ondernemers niet weten waar ze aan toe zijn bij het uitwerken van horecaplannen, dat ontwikkelingen .

Er is derhalve behoefte aan een duidelijk richting gevend kader voor het opstellen van een nieuw beleid, met zowel een kwalitatieve als een kwantitatieve component. De kwalitatieve component houdt in dat het beleid moet bijdragen aan de ruimtelijke kwaliteit en identiteit van de verschillende gebieden van de stad. De kwantitatieve component houdt in dat de omvang van de horecaontwikkeling gebaseerd moet zijn op een realistische verhouding tussen vraag en aanbod. Om het nieuwe horecabeleid in beide opzichten goed te kunnen onderbouwen, heeft de gemeente Van Spronsen & Partners horeca-advies benaderd.

Dit rapport bevat een advies voor de horecaontwikkeling in Tilburg voor de periode tot en met 2020. Het advies maakt duidelijk welke horecaontwikkelingen in welk deel van de stad wenselijk zijn en welke niet. Er is bewust niet alleen naar het centrum/Horeca concentratiegebied (HCG) gekeken, maar naar de gehele stad, inclusief bijbehorende dorpen, periferie en toeristisch buitengebied.

Het advies is tot stand gekomen middels een proces waarbij met de projectgroep met vertegenwoordiging van de gemeente, KHN Tilburg en KHN regionaal een bijdrage is geleverd.
Tevens is er een expertmeeting met de horeca ondernemers georganiseerd en is o.a. gesproken met vertegenwoordigers van de retail en met 013.

Leeswijzer

In hoofdstuk 1 worden belangrijke trends & ontwikkelingen uiteenzet. Ten eerste economische trends op landelijk niveau, en vervolgens toegespitst op Tilburg.

Hoofdstuk 2 bevat een benchmark waarin Tilburg wordt vergeleken met twee andere studenten steden; Enschede en Eindhoven. De keuze van deze steden is gemaakt door de gemeente.
Vervolgens wordt in de hoofdstukken 3 en 4 het bestaande horeca-aanbod in Tilburg en beoordeling ven benoeming g van de specifieke horecagebieden en de te verwachten vraag in de periode tot en met 2020 geanalyseerd (kwantitatief en kwalitatief).

In hoofdstuk 5 wordt het advies uiteengezet ten aanzien van de nieuwe horeca categorieën, die er aan bij moeten dragen dat in de toekomst beter gestuurd kan worden op het de rol van horeca in een gebied, die dan kan bijdragen aan de specifieke kwaliteiten van een gebied. Ook is hier een richtlijn voor het thema ‘blurring’ opgesteld.

In hoofdstuk 6 geven we aan welk uitbreidingspotentieel wij nog zien voor de horeca, in welke gebieden uitbreiding kan plaatsvinden – en waar niet – en formuleren we actielijnen om de kwaliteit en beleving van de horeca in de verschillende gebieden te verbeteren.

VAN SPRONSEN & PARTNERS
horeca - advies

Inhoudsopgave

Inhoudsopgave

Inleiding & leeswijzer **2**
1. Trends & ontwikkelingen **4**
2. Benchmark **11**
3. Horeca-aanbod **18**
- 3.1 Inleiding 19
- 3.2 Profiel Tilburg 20
- 3.3 Profiel Stadsdelen - Centrum 21
- 3.4 Profiel Stadsdelen - Oud-Zuid 22
- 3.5 Profiel Stadsdelen - Oud-Noord 23
- 3.6 Profiel Stadsdelen - West 24
- 3.7 Profiel Stadsdelen - Noord 25
- 3.8 Profiel Stadsdelen - Oost 26
- 3.9 Profiel Stadsdelen - Zuid-Oost & Zuid-West 27
- 3.10 Profiel Stadsdelen - Berkel-Enschot 29
- 3.11 Profiel Stadsdelen - Reeshof 30
- 3.12 Profiel Stadsdelen - Udenhout 31
- 3.13 Horecagebieden Van Spronsen & Partners 32
- 3.14 Sfeergebieden Ondernemersfonds Binnenstad Tilburg 33
- 3.15 Horecagebieden Centrum: Heuvel 34
- 3.16 Horecagebieden Centrum: De Korte Heuvel 35
- 3.17 Horecagebieden Centrum: Piusplein 36
- 3.18 Horecagebieden Centrum: Paleisring 37
- 3.19 Horecagebieden Centrum: Heuvelring/Piusstraat 38
- 3.20 Horecagebieden Centrum: Winkelgebied 39
- 3.21 Horecagebieden Centrum: Dionysius Heikese kerk 40
- 3.22 Horecagebieden Centrum: Dwaalgebied 41
- 3.23 Horecagebieden Overig: De Linten 42
- 3.24 Horecagebieden Overig: Piushaven 43
- 3.25 Horecagebieden Overig: Spoorzone 44
- 3.26 Horecagebieden Overig: Veemarktkwartier 45
- 3.27 Netwerk gebieden 46
- 3.28 Entrees binnenstad 51

4. Horecavraag **52**
- 4.1 Inleiding 53
- 4.2 Particuliere vraag 54
- 4.3 Toeristische vraag 55
- 4.4 Zakelijke vraag 58

5. Horeca categorieën **59**
- 5.1 Inleiding 60
- 5.2 Benchmark 61
- 5.3 Visie op huidige situatie 63
- 5.4 Advies 64

6. Ruimtelijk-economisch advies **67**
- 6.1 Inleiding 68
- 6.2 Toekomstige ontwikkelingen 69
- 6.3 Horecabezoeken 70
- 6.4 Horecabestedingen en omzet 71
- 6.5 Uitbreidingspotentieel 2016-2020 72
- 6.6 Uitbreidingspotentieel per gebied: totaaloverzicht 73
- 6.7 Uitbreidingspotentieel per gebied: restaurantsector 74
- 6.8 Uitbreidingspotentieel per gebied: drankensector 75
- 6.9 Uitbreidingspotentieel per gebied: fastservicesector 76
- 6.10 Actielijnen concentratie- en ontwikkelgebieden 77
- 6.11 Uitzonderingen uitbreidingsplafond 79

Bijlagen **80**

© 2016 Van Spronsen & Partners horeca-advies.

Behoudens uitzondering door de wet gesteld mag zonder uitdrukkelijke toestemming van de rechthebbenden VSP-Groep te Warmond en de gemeente Tilburg 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.

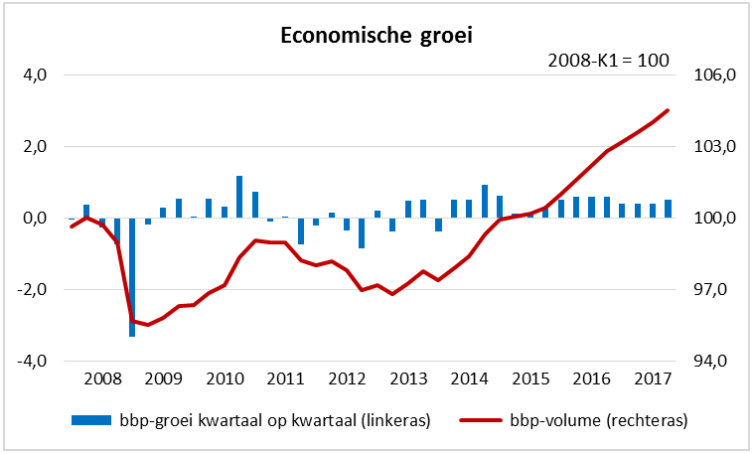
Van Spronsen en Partners te Warmond, Herenweg 83, 2361 EJ Warmond, Telefoon: 071-5418867, Fax: 071-5418869, e-mail: info@spronsen.com. Website: www.spronsen.com

1. Trends & Ontwikkelingen

1. Trends en ontwikkelingen

1.1 Landelijke economische perspectieven

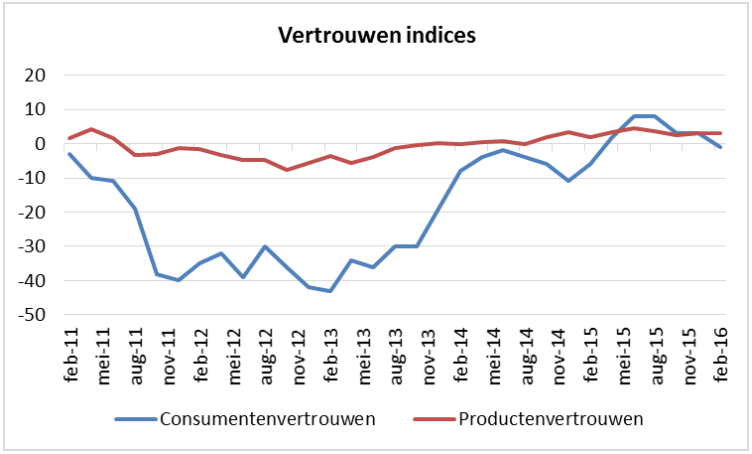
Economische groei



- De Nederlandse economie ligt, na jarenlange daling, in 2015 weer op het niveau van 2008. Naar verwachting zet de groei de komende twee jaren door.
- Het CPB verwacht voor 2016 en 2017 ieder kwartaal een lichte groei van circa 0,5%. Op middellange termijn heeft dit een positieve invloed op de vraag ontwikkeling naar horeca.

Bron: CBS en CPB.

Consumenten- en producentenvertrouwen



- Consumenten zijn sinds het begin van 2015 positief over de economie. Er is sprake van een voorzichtige toename in het consumenten- en producentenvertrouwen. De voorgaande 5 jaar was sprake van een negatief consumentenvertrouwen.
- Producenten zijn gematigd positief gestemd, sinds de laatste maanden van 2013 groeit het vertrouwen gestaag.

Bron: CBS

Werkloosheid

Bron: CPB

- De werkloosheid neemt jaarlijks licht af. Eind 2015 was circa 6,6% van de beroepsbevolking werkloos.
- In 2016 is de verwachting dat de werkloosheid verder af zal nemen.

Koopkracht en inkomen

- Dit jaar is de verwachting dat de gemiddelde koopkracht stijgt met 1,8%. Ruim 90% van de bevolking krijgt meer te besteden dan in 2015. Dit is positief voor de vraag naar horeca.
- Naar schatting blijft het bruto modaal inkomen (per individu) de aankomende jaren stijgen, van € 35.500 in 2015 naar € 36.500 in 2016.

Bron: CBS

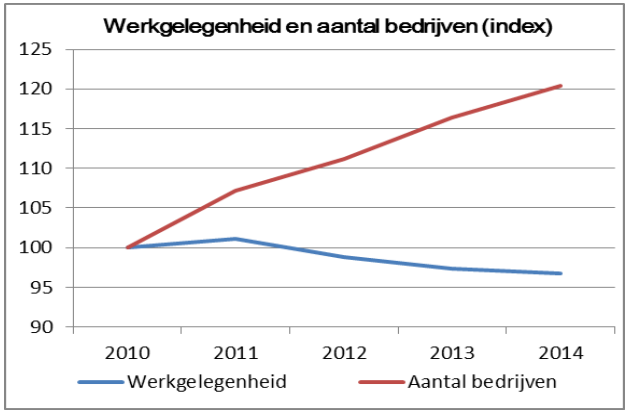
1. Trends en Ontwikkelingen

1.2 Economische perspectieven Tilburg

Totale bedrijvigheid Tilburg Werkgelegenheid en werkloosheid

- Hoewel het aantal bedrijven de afgelopen vijf jaar met 25% toenam naar ruim 13.082 bedrijven, nam de werkgelegenheid met slechts 8% toe, naar circa 110.000 arbeidsplaatsen.
- Als gevolg van de toename van het aantal inwoners is ook de beroepsbevolking in Tilburg licht toegenomen.
- De beroepsbevolking in Tilburg bedraagt constant circa 50% van de totale bevolking. Dit is hoger dan het landelijk gemiddelde (47%).
- De stabiele beroepsbevolking en de afnemende werkgelegenheid zorgen ook in Tilburg voor een oplopende werkloosheid van maar liefst 8,6% tot een totaal van 10.000.
- De werkloosheid in Tilburg ligt in 2014 (meest recent) op 8,6% en ligt daarmee net boven het landelijk gemiddelde (8%).

Bron: CBS



Werkgelegenheid in Tilburgse horeca

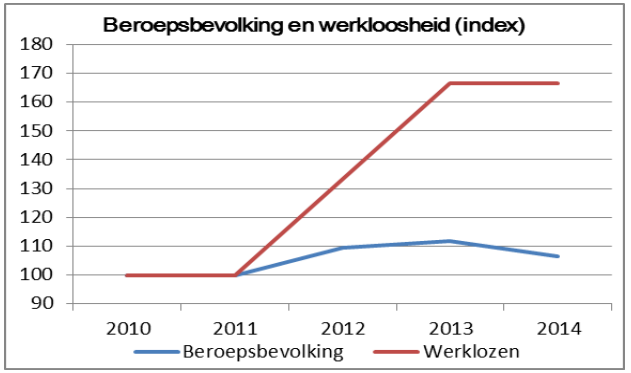
- Het aantal bedrijven in de logies- maaltijd en drankverstrekking in Tilburg is de in de periode met 9% toegenomen, naar 547 bedrijven (bron: Bedrijvenregister Midden-Brabant, 2014)*.
- De werkgelegenheid in de Tilburgse horecasector daalde over de periode 2010-2014 met 6% naar 4.130 werkplekken (bron: Bedrijvenregister Midden-Brabant, 2014).

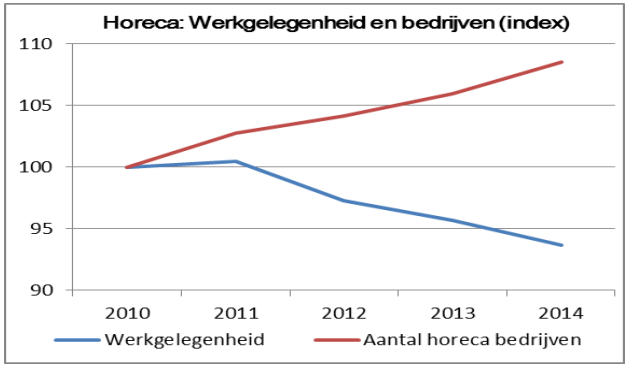
Werknemers	Drankensector	Restaurantsector	Fastservicesector	Hotelsector	Partycatering
Tilburg	23%	34%	21%	9%	13%
Eindhoven	37%	25%	20%	18%	0%
Enschede	25%	46%	21%	8%	1%

- HorecaDNA geeft een hoger aantal banen weer. Indicatief is het wel interessant de verdeling naar de sectoren in beeld te brengen. Opvallend is dat, vergeleken met Eindhoven en Enschede, relatief veel mensen in de partycatering werken ondanks het nagenoeg gelijke aantal bedrijven in deze sector. Dit impliceert dat er een aantal grote bedrijven actief zijn in de gemeente Tilburg.

Bedrijven	Drankensector	Restaurantsector	Fastservicesector	Hotelkamers	Partycatering
Tilburg	23%	12%	16%	46%	3%
Eindhoven	10%	6%	7%	76%	1%
Enschede	13%	7%	10%	67%	2%

** NB: Uit eigen analyse blijkt dat het aantal horecabedrijven circa 482 bedraagt. Voor de vergelijking met de werkgelegenheid wordt in deze analyse echter dezelfde bron toegepast*





1. Trends en Ontwikkelingen

1.3 Conceptuele ontwikkelingen horeca en leisure

Mengvormen/blurring

- Naast ondergeschikte horeca zien we steeds vaker combinaties van activiteiten waarbij horeca een gelijkwaardig of zelfs groter aandeel heeft binnen het geheel. In dit geval spreken we van 'mengvormen'.
- Bij Tien aan de Nieuwlandstraat in Tilburg wordt zowel een retail- (verkoop kleding en meubilair) als horecafunctie (lunchroom) gevoerd. Zolang er geen alcohol wordt verkocht zijn er over het algemeen geen problemen. Scheidingslijn met ondergeschikte horeca is soms vaag.

Terras design naar buiten

- Voor alle sectoren wordt het terras een steeds belangrijker aspect van de bedrijfsvoering. Het functioneert als trekker en uithangbord.
- Steeds vaker wordt het design van het terras doorgetrokken van binnen naar buiten. Restaurant Heavens Kitchen in de Piushaven is een goed voorbeeld hiervan.

Specialisatie trend

- Horeca met focus op beperkt aantal producten (tournedos, kreeft, kip, burgers) of productgroepen (desserts, salades) onderscheiden zich door specialisatie.
- Bij wijnbar Corton in Tilburg speelt wijn een hoofdrol in het concept. Er is een zeer uitgebreid aanbod van wijnen, ook per glas, en de gerechten zijn afgestemd op de wijn in plaats van andersom. Daarbij speelt wijn ook in het interieur een rol.

Gemak

- Tijd besparen en snelle oplossingen in de foodmarket zijn een trend.
- Om tijd te besparen komen er steeds meer restaurants die de mogelijkheid bieden om af te halen. Soups & Shakes in Tilburg biedt de mogelijkheid tot afhalen van gezonde items zoals diverse belegde broodjes en soep.

Transparantie

- Fysieke transparantie, zoals bijvoorbeeld een open gevel met veel lichtinval wordt een steeds sterker verkoopinstrument. Ook bij de communicatie van productinformatie is transparantie een belangrijk verkoopinstrument.
- Lunchroom Locals aan de Heuvelstraat kent een transparante uitstraling door de grote ramen aan de voorzijde.

Interieur steeds belangrijker

- Inrichting wordt een steeds belangrijker onderdeel van een concept en vaak het verkoopargument om bezoekers te trekken.
- Een voorbeeld hiervan is restaurant Happy Italy (Tilburg), waar het interieur Italiaanse en industriële stijlelementen kent.

1. Trends en Ontwikkelingen

1.3 Conceptuele ontwikkelingen horeca en leisure

Fastfood wordt gezonder

- Snackbarbezoek en het aantal snackbars nemen af. De ondernemers die mee gaan met de tijd en bereid zijn het assortiment aan te passen, hebben de grootste kans op continuïteit. Gezonde producten worden toegevoegd.
- Bij de Frietwinkel in Utrecht wordt biologische verse friet geserveerd. Verkozen tot winnaar van de AD friettest 2015.

Japans in opkomst

- Waar jaren geleden Japans eten nog 'onbetaalbaar' was voor de gemiddelde consument, zien we de laatste jaren een trend (met name all you can eat) dat Japans (sushi) goedkoper wordt.
- Ook in Tilburg kan men op meerde locaties 'all you can eat' Japans eten (bijvoorbeeld Sumo, Koi en Mojo). Concepten lenen zich goed voor grote groepen en zijn de opvolgers van de wokrestaurants.

Koffie & thee

- Koffieconcepten in combinatie met gezonde broodjes, sappen en ijs zijn in opkomst. Deze concepten richten zich op het verkopen van beleving. Thee zal hierin gaan volgen.
- Ook de grote ketens als Starbucks hebben de weg naar Nederland gevonden, zo ook in dit filiaal bij de universiteit van Tilburg op de begane grond van het Goossens gebouw.

Fast casual

- Functioneel eten komt in de plaats van de uit eten-beleving. Concepten die zich richten op functioneel eten (fast casual) positioneren zich in een lager prijssegment met de focus op gezondheid en concurreren met een deel van het fastservice segment.
- Voorbeeld van fast casulal in Tilburg is Vapiano.

Opkomst broodconcepten

- Horecaconcepten waarbij brood centraal staat zijn in opkomst. Gasten vinden de kwaliteit steeds belangrijker en het ambachtelijke brood, spelt brood en glutenvrij brood zijn populair.
- Het Vlaamsch Broodhuys is een van de broodconcepten die op authentieke wijze brood maakt. Deze formule heeft haar eigen bakkerij om zodoende de kwaliteit te kunnen garanderen in alle outlets.

Kebap 2.0

- Verluxing van het assortiment in het lagere horeca segment.
- Baba Rafi is de grootste franchiseketen ter wereld op het gebied van kebabproducten. Met meer dan 1.300 locaties in Azië kent het concept daar al grote populariteit. Het Aziatische concept is volledig aangepast voor de Europese markt waar respect voor het eten, de klanten en de leefomgeving een belangrijke rol spelen. Onlangs opende de eerste vestiging van Europa in Alkmaar.

1. Trends en Ontwikkelingen

1.4 Ontwikkelingen Consumenten

Gemak
- Tijd besparen wordt steeds belangrijker.
- De website thuisbezorgd.nl speelt hier goed op in door een uitgebreid overzicht te geven van alle nabijgelegen bezorgrestaurants.

Gezondheid
- Gezonde producten en focus op een gezonde leefstijl zijn een hot item. Keurmerken en labels hebben een vogelvlucht genomen. Het betekent binnen de horeca- en leisuremarkt een toename van concepten met een gezonde of biologische stempel.
- Gezonde concepten vinden steeds meer hun weg in het Nederlandse horeca-aanbod. Voorbeeld hiervan is Exki.

Veiligheid
- Veiligheid is voor de consument steeds meer een belangrijk aandachtspunt. Het veiligheidsgevoel en de veiligheidsperceptie van wezenlijk belang.
- Sinds 2014 is elke voedselverstrekker in Europa verplicht om zijn gasten te kunnen vertellen welke allergenen in een gerecht of product verwerkt zijn.

Vraag naar kwaliteit & biologische producten
- Er komt meer vraag naar producten van beter kwaliteit. Biologisch, ambachtelijk en duurzaam zijn sleutelwoorden. Ook in het lage segment van de horeca verluxt het assortiment.
- De hamburger is een goed voorbeeld van een product dat momenteel een sterke upgrade krijgt. Biologisch vlees, ambachtelijk gegrild, verschillende variaties en in prijsklasse tot rond de €15. Concepten als The Butcher, De Burgermeester, en Burgers & Wines zijn hier sprekende voorbeelden van.

Vergrijzing
- De nieuwe oude generatie is bereid meer geld uit te geven voor plezier en ontspanning. Het maakt de nieuwe generatie tot een zeer kansrijke doelgroep.
- Een horeca concept voor ouderen is het stamhotel. Het hotel is alleen gericht op binnenlandse toeristen in de categorie hoger opgeleide 50-plussers. Gasten kunnen genieten van een programma met culturele en maatschappelijke inhoud.

Authenticiteit
- Authenticiteit verkoopt. De consumenten hebben behoefte dit terug te zien in de horeca, in de vorm van echtheid van de producten.
- Bij authenticiteit draait het om eerlijke en herkenbare producten. Winkels en horecazaken bieden veel ambachtelijke producten aan, zoals het lunchconcept Le Pain Quotidien.

1. Trends en Ontwikkelingen

1.4 Ontwikkelingen Consumenten

Overgewicht

- Het aantal mensen met overgewicht is in 20 jaar meer dan verdubbeld tot bijna 50% van de bevolking. Nog steeds is er sprake van een stijgende trend.
- In delen van Amerika is het niet meer toegestaan speelgoed bij ongezonde maaltijden weg te geven. Kinderen mogen niet worden verleid om junk food te eten.

Uniciteit en beleving

- Door focus op uniciteit creëren horecaconcepten eigen vraag en zijn ze niet afhankelijk van vraag vanuit de directe omgeving.
- BUUTVRIJ een koffiecafé in hartje Tilburg, een creatieve plek voor de koffie en thee liefhebber en daarnaast een broedplaats en etalage voor jonge creatievellingen en ontwerpers speelt goed in op deze ontwikkelingen.

Duurzaamheid

- Duurzaamheid, van marketing tot realiteit, van onderscheidend naar nieuwe norm.
- De overheid is verplicht duurzaam in te kopen en heeft dan ook een voorbeeldfunctie.
- BUGZZ gebruikt de traditionele bitterbal om ons, consumenten, laagdrempelig kennis te laten maken met gezondere en duurzame insecten. BUGZZ creëerde een bitterbal met buffalowormen.

Smartphone-isering

- De opkomst van smartphones heeft er voor gezorgd dat consumenten ongeduldiger zijn dan ooit. Sociale media en platforms hebben een verdere vlucht genomen wat er voor heeft gezorgd dat allerlei informatie binnen handbereik is.
- Cafellow is een nieuw sociaal platform dat voor gasten zoekt naar de juiste horecagelegenheid in de buurt. Cafellow kijkt naar voorkeuren van de gast en laat die op deze manier nieuwe plekken ontdekken.

Allochtonen

- Toename van allochtonen en het stijgende belang van Halal binnen horeca. Verschuiving van restaurants met een niet westerse keukenrichting uit het lage segment naar het hoge segment.
- Voorbeelden hiervan zijn Shisha Lounges, waar gasten onder het genot van een waterpijp ook kunnen dineren.

Aandacht voor eten

- Er is een groeiende aandacht voor kookprogramma's en het thuis bereiden van culinaire hoogstandjes.
- Tv-programma's als ''heel Holland bakt'' en Masterchef zijn hier goede voorbeelden van.

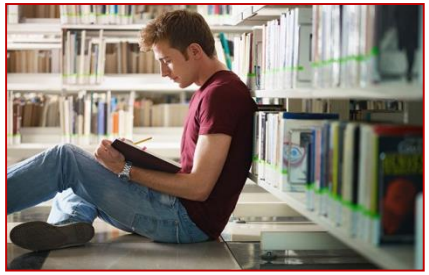
2. Benchmark

VAN SPRONSEN & PARTNERS
horeca - advies

2. Benchmark

2.1 Consumenten

CONSUMENT	Tilburg	Eindhoven	Enschede	Opmerkingen/conclusies Tilburg t.o.v. benchmarksteden
Bevolking Aantal inwoners Ontwikkeling 2011-2015	211.648 +3%	223.209 +3%	158.533 0%	• Het aantal inwoners in Tilburg stijgt vrij constant met 3% per 5 jaar (CBS).
% Hoger opgeleid	28% 58.875	35% 77.325	25% 39.650	• Tilburg telt in 2014 een gemiddeld aandeel hoger opgeleiden (CBS).
% Eenpersoonshuishoudens	44,5% 45.597	46,7% 52.181	43,5% 33.427	• Het aandeel eenpersoonshuishoudens is in 2015 in alle steden nagenoeg gelijk aan 5 jaar geleden. Met meer dan 40% is dit een aanzienlijk deel van de bevolking (CBS).
% 65 jaar en ouder	15,6% 32.000	16,5% 37.000	16,6% 26.000	• Tilburg telt in 2015 relatief minder 65-plussers dan de benchmarksteden (CBS). Dit is negatief voor de horecavraag.
% Niet westerse allochtonen	14,8% 31.500	18,2% 41.000	15,4% 24.500	• Tilburg telt in 2015 relatief weinig niet-westerse allochtonen (CBS). Dit is positief voor de horecavraag.
Aantal studenten (HBO +WO)	24.500	25.500	24.000	• Alle steden tellen in 2014 ongeveer evenveel studenten (Wonen als Student). • Studenten zijn goed voor de horecabestedingen, echter de huidige ontwikkelingen zorgen voor effectief kortere verblijven in de steden.
Inkomen Per inwoner	€ 29.200	€ 31.400	€ 27.100	• Het inkomen ligt in 2013 op een gemiddeld niveau in Tilburg (CBS).



VAN SPRONSEN & PARTNERS
horeca - advies

2. Benchmark

2.2 Arbeid & detailhandel

ARBEID & DETAILHANDEL	Tilburg	Eindhoven	Enschede	Opmerkingen/conclusies Tilburg t.o.v. benchmarksteden
Bedrijven (2014)	16.390	19.057	9.986	• Het aantal bedrijven in Tilburg (CBS) is in 5 jaar bovengemiddeld gegroeid (+20%). • De bedrijven in Tilburg zijn relatief klein (qua aantal medewerkers). • Tilburg telt relatief weinig zzp-ers (circa 60% van de bedrijven). Inde benchmarksteden ligt dit op 68% tot 83%. • Tilburg telt relatief weinig ambtenaren (CBS). Dit is positief voor de vraag naar horeca.
- Waarvan ZZP-ers	9.800	12.900	8.300	
Ontwikkeling bedrijven (2010-2014)	+20%	+14%	+5%	
Werkzame personen (2014)	108.000	143.417	80.228	
% Ambtenaren/onderwijs	14%	15%	17%	
Werkzame personen per bedrijf (2014)	6,6	7,5	8,0	
% Werkzame personen/bevolking	51%	65%	51%	• Gerelateerd aan de bevolking telt Tilburg relatief weinig werkzame personen. • Het aantal bedrijven per 10.000 inwoners ligt in Tilburg op een gemiddeld niveau.
Bedrijven per 10.000 inwoners	779	863	630	
Winkels (2012)	1.152	1.370	1.000	• Gerelateerd aan het aantal inwoners beschikt Tilburg over het laagste aantal vierkante meters winkeloppervlakte. • Gerelateerd aan het aantal dagbezoeken kent Tilburg het hoogste aantal vierkante meters winkeloppervlakte.
Aantal m² winkels	296.490	384.030	278.830	
M² per 10.000 inwoners	14.283	17.679	17.642	
M² per 10.000 dagbezoeken	1.917	889	1.672	

VAN SPRONSEN & PARTNERS
horeca - advies

2. Benchmark

2.3 Attracties en cultuur

	Tilburg	Eindhoven	Enschede	Opmerkingen/conclusies Tilburg t.o.v. benchmarksteden
GROOTSCHALIGE ATTRACTIES & EVENEMENTEN				
Evenementenbezoeken totaal (2015) Aantal evenementen Gemiddeld bezoek per evenement	2.335.536 34 68.969	2.959.528 85 34.892	786.581 35 22.550	• Op basis van de Respons G-50 Ranglijst Grootste Publieksevenementen van Nederland (2014) blijkt dat Tilburg ruim 2,3 miljoen bezoeken had. • Het aantal bezoeken per evenement ligt in Tilburg hoger dan in de benchmarksteden.
CULTUUR				
Museumbezoek totaal (2013) Gemiddeld bezoek	202.425 67.475	172.015 43.004	87.285 43.643	• De Tilburgse musea trekken volgens de Top 55 Museum Bezoek verreweg de meeste bezoekers.
Bioscoopbezoeken totaal (2014) Ontwikkeling 2009-2014 Inwoners/stoelen Bezoeken per stoel	1.142.000 +33% 51 274	1.043.000 +2,7% 46,5 219	688.000 -7,8% 46,5 202	• Het aantal bioscoopbezoeken is in Tilburg fors toegenomen (NVB) en ligt in totaliteit forse hoger dan in de benchmarksteden. • Gerelateerd aan het aantal inwoners telt Tilburg de meeste bioscoopstoelen, die overigens ook het best bezet zijn.

Bron: detilburgsekermis.nl

Tilburg.com

Textielmuseum.nl

VAN SPRONSEN & PARTNERS
horeca - advies

2. Benchmark

2.4 Drankensector

DRANKVERSTREKKERS (bron: horecaDNA 2014)	Tilburg	Eindhoven	Enschede	Opmerkingen/conclusies Tilburg t.o.v. benchmarksteden
Totaal	194	244	137	• In vergelijking met de andere steden laat het aanbod een positieve ontwikkeling zien. • Het aanbod per 10.000 inwoners ligt op gemiddeld niveau
Ontwikkeling 5 jaar	+5%	1%	-6%	
Totaal verkoopoppervlakte m²	35.418	54.003	43.676	
Ontwikkeling m² 5 jaar	+7%	-2%	+21%	
Bedrijven per 10.000 inwoners	9,2	11,0	8,6	
Café/bar				• Het aantal cafés/barbedrijven is in Tilburg in 2014 toegenomen, dit in tegenstelling tot het landelijk beeld. De ontwikkeling is bovengemiddeld vergeleken met de andere steden. • Ten opzichte van het aantal inwoners en studenten ligt het café aanbod op een gemiddeld niveau. In Eindhoven ligt het aanbod fors hoger.
Aantal	118	156	75	
Ontwikkeling 5 jaar	+4%	+1%	-13%	
Aantal per 10.000 inwoners	5,6	7,1	4,7	
Aantal per 10.000 studenten	48	61	31	
Discotheek				• Gerelateerd aan het aantal jongeren en studenten telt Tilburg relatief weinig discotheken, ook na de toename in 2014.
Aantal	2	2	2	
Ontwikkeling 5 jaar	-50%	-50%	-33%	
Aantal per 10.000 15-29 jarigen	0,2	0,3	0,3	
Aantal per 10.000 studenten	0,8	1,1	1,3	
Coffeecorner				• Het aanbod in Tilburg is in 5 jaar fors toegenomen. • Gerelateerd aan het aantal inwoners ligt het aanbod op een gemiddeld niveau, gerelateerd aan het aantal dagtoeristische bezoeken relatief hoog.
Aantal	20	23	18	
Ontwikkeling 5 jaar	+18%	+64%	+6%	
Aantal per 10.000 inwoners	1,0	1,0	1,1	
Aantal per 10.000 dagbezoeken	1,2	0,5	1,1	

2. Benchmark

2.5 Restaurantsector

RESTAURANTS (bron HorecaDNA 2014)	Tilburg	Eindhoven	Enschede	Opmerkingen/conclusies Tilburg t.o.v. benchmarksteden
Totaal	99	168	81	• Tilburg telt gerelateerd aan het aantal inwoners weinig restaurants. • De ontwikkeling van het aantal restaurants is benedengemiddeld. • De restaurants zijn relatief groot in Tilburg.
Ontwikkeling 5 jaar	+3,1%	+16,7%	+4,6%	
Totaal verkoopoppervlakte m²	18.478	29.585	15.932	
Ontwikkeling verkoopoppervlakte m²	+5,5%	+16,5%	+1,7%	
Gemiddelde verkoopoppervlakte m²	187	176	185	
Restaurants per 10.000 inwoners	4,7	7,6	5,7	
Keukenrichting				• Vergeleken met de andere steden is het aandeel Nederlands-Franse keukens relatief hoog. • Qua buitenlandse keukens telt Tilburg relatief veel Aziatische restaurants. • Tilburg telt relatief weinig Italiaanse restaurants.
Nederlands-Frans	33%	22%	31%	
Aziatisch	31%	34%	18%	
Italiaans	3%	8%	16%	
Overig buitenlands	33%	37%	35%	
Lekker 500 (2016)	2	10	0	• Tilburg telt twee restaurants met een Bib gourmand, echter geen restaurants met een Michelin ster. In de Lekker van 2016 staan twee restaurants vermeld.

VAN SPRONSEN & PARTNERS
horeca - advies

2. Benchmark

2.6 Fastservicesector

FASTSERVICEBEDRIJVEN (bron: HorecaDNA 2014)	Tilburg	Eindhoven	Enschede	Opmerkingen/conclusies Tilburg t.o.v. benchmarksteden
Totaal	136	191	124	• Het aantal bedrijven en de oppervlakte is in Tilburg gegroeid, echter minder hard dan in de andere steden • Gerelateerd aan het aantal inwoners is het aanbod in Tilburg beperkt.
Ontwikkeling 5 jaar	+4%	+9%	+12%	
Totaal verkoopoppervlakte m²	9.104	14.110	8.223	
Ontwikkeling verkoopoppervlakte m²	+4%	+8%	+22%	
Gemiddelde verkoopoppervlakte m²	67	74	66	
Aantal per 10.000 inwoners	6,5	8,6	7,8	
Lunchrooms				• Het aantal lunchrooms ten opzichte van inwoners, bezoeken en werkzame personen ligt in Tilburg relatief laag. • Alleen in Tilburg is het aanbod gedaald.
Aantal	24	47	23	
Ontwikkeling 5 jaar	-8%	+12%	+14%	
Aantal per 10.000 inwoners	1,1	2,1	1,6	
Aantal per 10.000 werkzame personen	2,2	3,2	3,1	
Aantal per 10.000m² winkelvloer	0,8	1,2	0,9	
IJssalons				• Het aantal ijssalons is fors toegenomen, echter gerelateerd aan het aantal inwoners is het aanbod in Tilburg nog beperkt.
Aantal	4	15	5	
Ontwikkeling 5 jaar	100%	+8%	-17%	
Aantal per 10.000 inwoners	0,2	0,7	0,3	
Shoarma				• Tilburg kent een relatief lage ‘shoarmadichtheid’, ondanks de forse ontwikkeling.
Aantal	21	30	23	
Ontwikkeling 5 jaar	+11%	+7%	+21%	
Aantal per 10.000 inwoners	1,0	1,4	1,5	
Cafetaria				• Het aanbod van cafetaria is vrij stabiel in Tilburg.
Aantal	71	79	56	
Ontwikkeling 5 jaar	-1%	0%	+2%	
Aantal per 10.000 inwoners	3,4	3,6	3,5	
Fastfoodrestaurants				• Gerelateerd aan het aantal inwoners telt Tilburg relatief veer fastfoodrestaurants.
Aantal	8	6	5	
Ontwikkeling 5 jaar	0%	0%	0%	
Aantal per 10.000 inwoners	0,4	0,3	0,3	

3. Analyse horeca aanbod

3. Horeca-aanbod

3.1 Inleiding

Inleiding

In dit hoofdstuk vindt de analyse van het **huidig horeca-aanbod** plaats (peildatum oktober/november 2015). De uitkomsten bieden input voor de toekomstvisie om de tekortkomingen en kansen naar de toekomst in beeld te brengen, karakters van concentratiegebieden te versterken en het horecanetwerk binnen de stad te verbeteren.

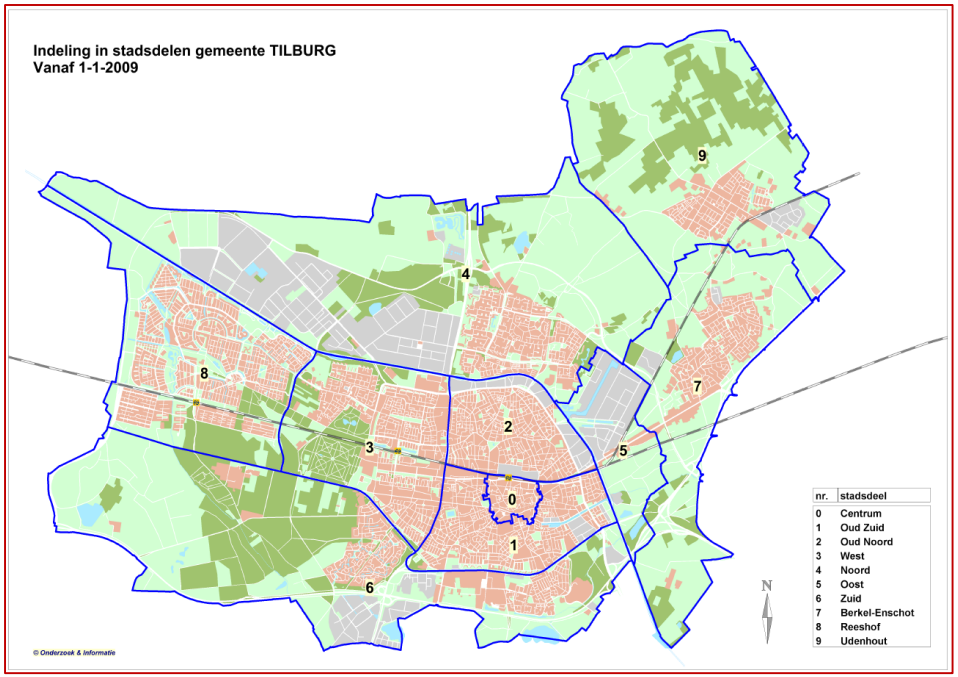
In de benchmark is reeds gekeken naar de ontwikkelingen op gemeentelijk niveau binnen de restaurantsector (aanbod, ontwikkelingen van keukenrichtingen en van het culinair niveau), drankensector en fastservicesector (aanbod, ontwikkelingen van de diverse bedrijfstypes).

In de benchmark ligt het aantal horecabedrijven lager dan de uitkomsten in voorliggend hoofdstuk. Dit wordt mede veroorzaakt door aanvulling van het bestand op basis van bezoek aan de stad en bedrijven uit het Locatus bestand. Voor de benchmark zijn de cijfers van Horeca DNA aangehouden om vergelijking met de andere steden mogelijk te maken vanuit dezelfde bron.

In dit hoofdstuk wordt nader gekeken naar de profielen van de verschillende stadsdelen van Tilburg, het horeca-aanbod, de horecadichtheid (aantal bedrijven per 10.000 inwoners) en het aantal vierkante meters verkoopoppervlakte (bron: Horeca DNA aangevuld met eigen inventarisatie). Tevens is een uiteenzetting gedaan van de samenstelling van de bevolking (mede op basis van Smart Agent BSR Model, zie rechts toelichting) en bedrijvigheid in het stadsdeel.

Vervolgens wordt gekeken welke horecagebieden zich bevinden binnen het stadscentrum van Tilburg, welk karakter deze individuele gebieden hebben (type aanbod, product- en uitstralingsniveau, capaciteit) en hoe de verbindingen zijn (netwerk) tussen de gebieden.

Behalve specifieke aandacht voor de horecagebieden in de binnenstad is er ook aandacht voor ontwikkellocaties binnen en buiten het centrum, zodat in de toekomstvisie een goed beeld geschetst kan worden van de ontwikkelingsmogelijkheden binnen de gehele stad.



Het BSR-model onderscheidt vier leefstijlen, aangeduid met vier kleuren:

Rood: vrijheid en Flexibiliteit: De rode consument is een consument met een vrije, eigenzinnige geest die onafhankelijkheid boven alles stelt.

Blauw: ambitie en controle: De blauwe consument is een consument die kwaliteit, status en onderscheidenheid boven alles stelt. Graag houden ze dit zelf in de hand.

Geel: betrokkenheid en harmonie: Voor de gele consument neemt het gezin (of het streven daarna) een centrale positie in het leven in. Sociale contacten, gezelligheid en harmonie zijn belangrijke waarden in het leven.

Groen: geborgenheid en zekerheid: De groene consument is vooral graag op zichzelf. Doe maar gewoon, dan doe je al gek genoeg.

3. Horeca-aanbod

3.2 Profiel Tilburg

Tilburg - Inwoners en bedrijven

		Tilburg	Verg. gem.
Inwoners	Aantal inwoners	211.657	190.871
Leeftijd	0-19 jaar	22%	20%
	20-29 jaar	17%	17%
	30-44 jaar	20%	21%
	45-64 jaar	26%	25%
	>65 jaar	16%	17%
Herkomst	Autochtoon	75%	70%
	Westers-Allochtoon	10%	13%
	Niet-Westers-Allochtoon	15%	17%
Inkomen	Gemiddeld persoonlijk inkomen	€ 20.800	€ 20.800
	Lage inkomensklasse	45%	-
	Midden inkomensklasse	39%	-
	Hoge inkomensklasse	16%	-
Smartagent	**Rood: vrijheid en flexibiliteit**	20%	-
	Blauw: ambitie en controle	22%	-
	Groen: geborgenheid en zekerheid	28%	-
	Geel: betrokkenheid en harmonie	31%	-
Huishoudens	Alleenstaand	47%	45%
	Eenoudergezin	7%	7%
	Meerpersoons zonder kinderen	24%	27%
	Meerpersoons met kinderen	22%	21%
Bedrijven	Aantal bedrijven	16.636	14.522
	Aantal werkplekken	108.107	111.823
	Werkplekken per inwoner	0,5	0,6
	Gemiddelde bedrijfsgrootte	6,5	7,7

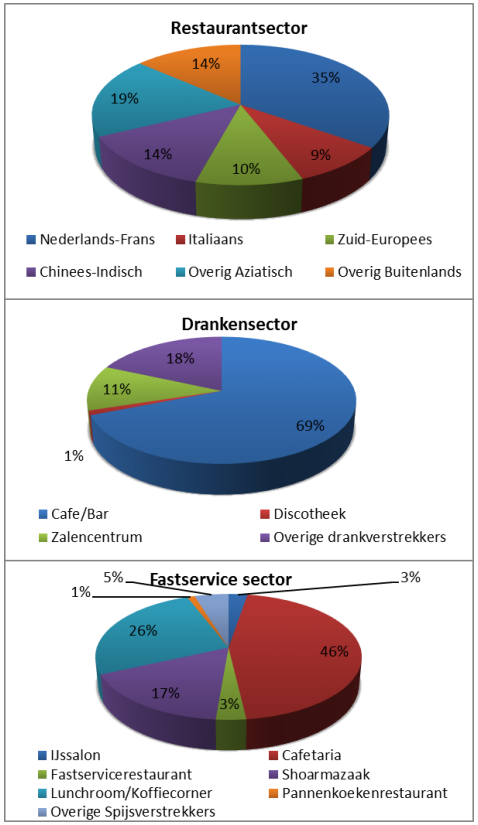
Tilburg wordt gekenmerkt door:

- Qua leeftijdsverdeling hoger aandeel 0-19 jarigen ten opzichte van de vergelijkbare gemeenten.
- Relatief weinig niet westerse allochtonen en relatief veel autochtonen.
- Relatief veel alleenstaanden.
- Relatief weinig werknemers per bedrijf.
- Hoog aandeel leefstijl Groen (geborgenheid en zekerheid) en Geel (betrokkenheid en harmonie).

Bron: Smart Agent, Gemeente Tilburg/BRP, Bedrijvenregister Tilburg

Tilburg - Horecaprofiel

Bedrijfssector	Aantal	Dichtheid	Oppervlakte	Aandeel
Restaurant	119	5,8	19.059	30%
Drank	174	8,5	31.381	50%
Fastservice	189	9,2	12.094	19%
Totaal	482	23,6	**62.534**	100%



Conclusies

- Tilburg telt in totaal bijna 500 horecabedrijven met een totale verkoopoppervlakte van ruim 62.500m².
- Het restaurantaanbod vertegenwoordigt 30% van het totale horecacapaciteit, met een grote diversiteit aan keukenrichtingen.
- Binnen de drankensector zijn met name de café/barbedrijven ruim vertegenwoordigd (69% van het aanbod).
- In de fastservicesector zijn met name cafetaria's, lunchrooms/koffiecorners en shoarmazaken ruim vertegenwoordigd.

Bron: Horeca DNA

3. Horeca-aanbod

3.3 Profiel Stadsdelen - Centrum

Centrum - Inwoners en bedrijven

		Centrum	Tilburg
Inwoners	Aantal inwoners	7.014	211.657
Leeftijd	0-19 jaar	8%	22%
	20-29 jaar	40%	17%
	30-44 jaar	15%	20%
	45-64 jaar	16%	26%
	>65 jaar	20%	16%
Herkomst	Autochtoon	82%	75%
	Westers-Allochtoon	10%	10%
	Niet-Westers-Allochtoon	8%	15%
Inkomen	Gemiddeld persoonlijk inkomen	€ 22.200	€ 20.800
	Lage inkomensklasse	49%	45%
	Midden inkomensklasse	35%	39%
	Hoge inkomensklasse	16%	16%
Huishoudens	Alleenstaand	75%	47%
	Eenoudergezin	2%	7%
	Meerpersoons zonder kinderen	19%	24%
	Meerpersoons met kinderen	4%	22%
Smartagent	**Rood: vrijheid en flexibiliteit**	31%	20%
	Blauw: ambitie en controle	30%	22%
	Groen: geborgenheid en zekerheid	28%	28%
	Geel: betrokkenheid en harmonie	11%	31%
Bedrijven	Aantal bedrijven	1.240	16.636
	Aantal werkplekken	11.118	108.107
	Werkplekken per inwoner	1,6	0,5
	Gemiddelde bedrijfsgrootte	9,0	6,5

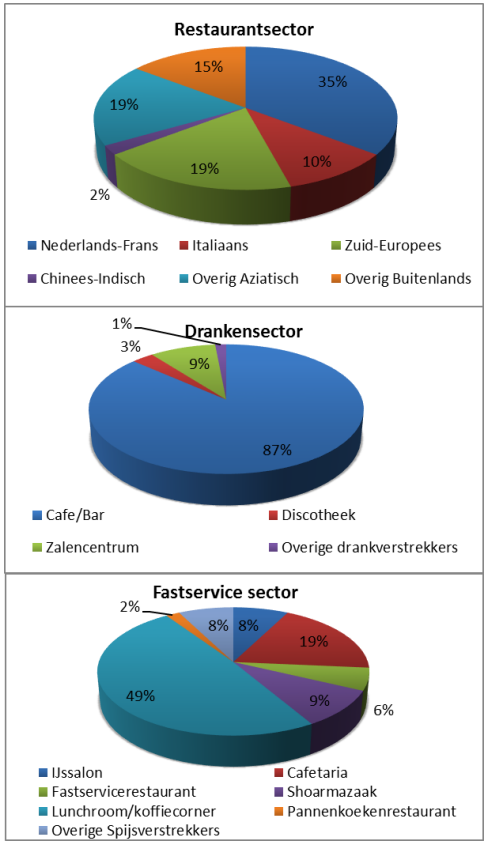
Het stadsdeel **Centrum** wordt gekenmerkt door:

- Weinig kinderen en relatief veel senioren, en werkenden (20-64 jaar).
- Relatief weinig niet westerse allochtonen en relatief veel autochtonen.
- Hoog gemiddeld inkomen, echter lage inkomensklasse oververtegenwoordigd
- Veel alleenstaanden en weinig gezinnen.
- Relatief veel werknemers per bedrijf
- Hoog aandeel leefstijl Rood (vrijheid en flexibiliteit) en Blauw (ambitie en controle).

Bron: Smart Agent, Gemeente Tilburg/BRP, Bedrijvenregister Tilburg

Centrum - Horecaprofiel

Bedrijfssector	Aantal	Dichtheid	Oppervlakte	Aandeel	% Tilburg
Restaurant	48	68	8.875	38%	47%
Drank	67	96	10.579	45%	34%
Fastservice	53	76	4.128	18%	34%
Totaal	168	240	**23.582**	100%	38%



Bron: Horeca DNA

Conclusies

- 38% van de vierkante meters horeca in Tilburg is gevestigd in het stadsdeel Centrum, verdeeld over 168 horecabedrijven.
- Met name het restaurantaanbod is sterk vertegenwoordigd (bijna de helft van de Tilburgse restaurant vierkante meters ligt in het Centrum), met een grote diversiteit aan keukenrichtingen.
- Binnen de drankensector zijn met name de café/barbedrijven goed vertegenwoordigd (87% van het aanbod).
- Bijna de helft van de cafés in de stad (58 van de 120) is gevestigd in het stadsdeel Centrum.
- 28% van de fastservicebedrijven en 34% van de totale oppervlakte is gevestigd in het stadsdeel Centrum.
- Met name lunchrooms/koffiecorners en cafetaria's zijn goed vertegenwoordigd, wat logisch is gezien het winkelondersteunende karakter.

3. Horeca-aanbod

3.4 Profiel Stadsdelen – Oud-Zuid

Oud-Zuid - Inwoners en bedrijven

		Oud-Zuid	Tilburg
Inwoners	Aantal inwoners	40.901	211.657
Leeftijd	0-19 jaar	18%	22%
	20-29 jaar	23%	17%
	30-44 jaar	21%	20%
	45-64 jaar	23%	26%
	>65 jaar	15%	16%
Herkomst	Autochtoon	78%	75%
	Westers-Allochtoon	11%	10%
	Niet-Westers-Allochtoon	12%	15%
Inkomen	Gemiddeld persoonlijk inkomen	€ 20.400	€ 20.800
	Lage inkomensklasse	50%	45%
	Midden inkomensklasse	37%	39%
	Hoge inkomensklasse	14%	16%
Huishoudens	Alleenstaand	59%	47%
	Eenoudergezin	6%	7%
	Meerpersoons zonder kinderen	22%	24%
	Meerpersoons met kinderen	14%	22%
Smartagent	**Rood: vrijheid en flexibiliteit**	25%	20%
	Blauw: ambitie en controle	24%	22%
	Groen: geborgenheid en zekerheid	22%	28%
	Geel: betrokkenheid en harmonie	31%	31%
Bedrijven	Aantal bedrijven	3.190	16.636
	Aantal werkplekken	15.265	108.107
	Werkplekken per inwoner	0,4	0,5
	Gemiddelde bedrijfsgrootte	4,8	6,5

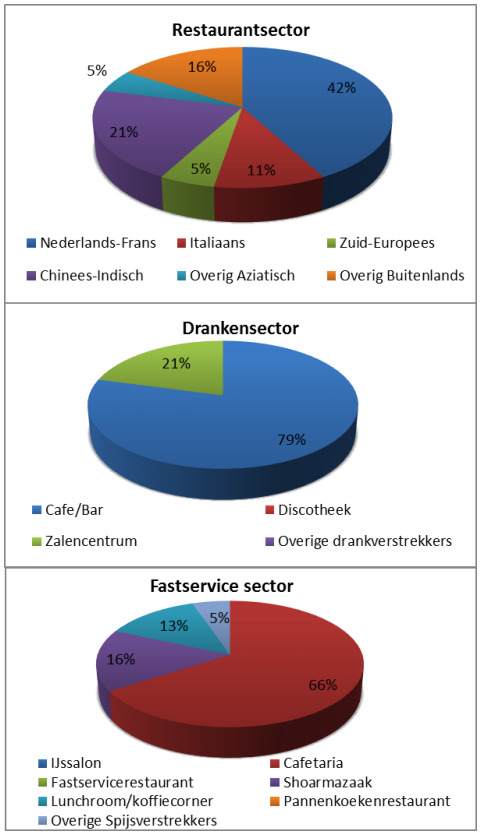
Het stadsdeel **Oud-Zuid** wordt gekenmerkt door:

- Sterke vertegenwoordiging leeftijdscategorie 20-29 jaar.
- Relatief veel autochtonen en weinig niet-westerse allochtonen.
- Sterke vertegenwoordiging van lage inkomensklasse.
- Relatief veel alleenstaanden en weinig gezinnen.
- Hoog aandeel leefstijl Rood (vrijheid en flexibiliteit) en Geel (betrokkenheid en harmonie).

Bron: Smart Agent, Gemeente Tilburg/BRP, Bedrijvenregister Tilburg

Oud-Zuid - Horecaprofiel

Bedrijfssector	Aantal	Dichtheid	Oppervlakte	Aandeel	% Tilburg
Restaurant	19	5	1.981	24%	10%
Drank	24	6	4.868	59%	16%
Fastservice	38	9	1.437	17%	12%
Totaal	81	20	**8.286**	100%	13%



Conclusies

- Slechts 13% (t.o.v. 19% van de inwoners) van de vierkante meters horeca in Tilburg is gelegen in het stadsdeel Oud-Zuid, verdeeld over 81 horecabedrijven.
- Het restaurantaanbod is beperkt maar biedt wel een gevarieerd aanbod van keukenrichtingen en een sterke vertegenwoordiging van Nederlands-Frans- en Chinees-Indische restaurants.
- Binnen de drankensector zijn met name de café/bar bedrijven goed vertegenwoordigd (79% van het drankenaanbod).
- 20% van de Tilburgse fastservice-bedrijven en 12% van de totale oppervlakte is gevestigd in het stadsdeel Oud-Zuid.
- Het aandeel cafetaria's is fors vertegenwoordigd.

Bron: Horeca DNA

3. Horeca-aanbod

3.5 Profiel Stadsdelen – Oud-Noord

Oud-Noord - Inwoners en bedrijven

		Oud-Noord	Tilburg
Inwoners	Aantal inwoners	33.588	211.657
Leeftijd	0-19 jaar	18%	22%
	20-29 jaar	24%	17%
	30-44 jaar	22%	20%
	45-64 jaar	23%	26%
	>65 jaar	13%	16%
Herkomst	Autochtoon	75%	75%
	Westers-Allochtoon	11%	10%
	Niet-Westers-Allochtoon	13%	15%
Inkomen	Gemiddeld persoonlijk inkomen	€ 19.000	€ 20.800
	Lage inkomensklasse	52%	45%
	Midden inkomensklasse	38%	39%
	Hoge inkomensklasse	10%	16%
Huishoudens	Alleenstaand	56%	47%
	Eenoudergezin	6%	7%
	Meerpersoons zonder kinderen	22%	24%
	Meerpersoons met kinderen	16%	22%
Smartagent	**Rood: vrijheid en flexibiliteit**	24%	20%
	Blauw: ambitie en controle	21%	22%
	Groen: geborgenheid en zekerheid	22%	28%
	Geel: betrokkenheid en harmonie	34%	31%
Bedrijven	Aantal bedrijven	2.737	16.636
	Aantal werkplekken	10.788	108.107
	Werkplekken per inwoner	0,3	0,5
	Gemiddelde bedrijfsgrootte	3,9	6,5

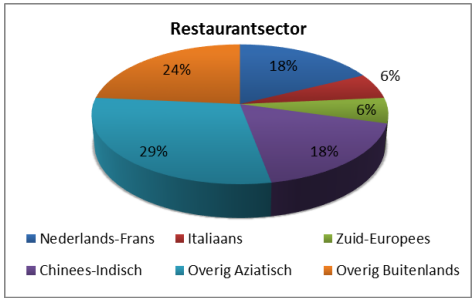
Het stadsdeel **Oud-Noord** wordt gekenmerkt door:

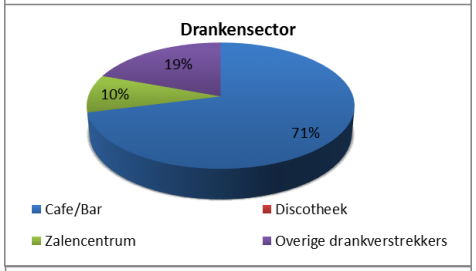
- Groot aandeel 20-29 jaar en 30-44 jaar.
- Laag gemiddeld inkomen en sterke vertegenwoordiging lage inkomensklasse.
- Veel alleenstaanden en weinig gezinnen.
- Hoog aandeel leefstijl Rood (vrijheid en flexibiliteit) en Geel (betrokkenheid en harmonie).

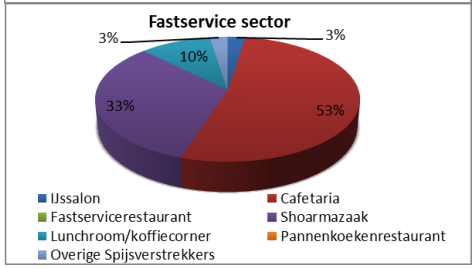
Bron: Smart Agent, Gemeente Tilburg/BRP, Bedrijvenregister Tilburg

Oud-Noord - Horecaprofiel

Bedrijfssector	Aantal	Dichtheid	Oppervlakte	Aandeel	% Tilburg
Restaurant	17	5	1.310	14%	7%
Drank	31	9	6.420	67%	20%
Fastservice	40	12	1.894	20%	16%
Totaal	88	26	**9.624**	100%	15%







Conclusies

- 15% van de vierkante meters horeca in Tilburg is gelegen in het stadsdeel Oud-Noord, verdeeld over 88 horecabedrijven.
- Het restaurantaanbod is beperkt maar biedt wel een gevarieerd aanbod van keukenrichtingen en een sterke vertegenwoordiging van Overig Aziatische restaurants.
- Binnen de drankensector zijn met name de café/bar bedrijven goed vertegenwoordigd (71% van het drankenaanbod in het stadsdeel Oud-Noord).
- Bijna 70% van het aantal vierkante meters horeca in dit stadsdeel valt binnen de drankensector. Dit komt voornamelijk door de horeca bij recreatie en sportaccommodaties.
- Binnen het horeca-aanbod is de fastservicesector het sterkst vertegenwoordigd.
- De fastservicesector kent een redelijke diversiteit met een sterke vertegenwoordiging van cafetaria's.

Bron: Horeca DNA

3. Horeca-aanbod

3.6 Profiel Stadsdelen – West

West - Inwoners en bedrijven

		West	Tilburg
Inwoners	Aantal inwoners	30.080	211.657
Leeftijd	0-19 jaar	20%	22%
	20-29 jaar	19%	17%
	30-44 jaar	19%	20%
	45-64 jaar	23%	26%
	>65 jaar	20%	16%
Herkomst	Autochtoon	63%	75%
	Westers-Allochtoon	11%	10%
	Niet-Westers-Allochtoon	26%	15%
Inkomen	Gemiddeld persoonlijk inkomen	€ 19.300	€ 20.800
	Lage inkomensklasse	52%	45%
	Midden inkomensklasse	35%	39%
	Hoge inkomensklasse	14%	16%
Huishoudens	Alleenstaand	55%	47%
	Eenoudergezin	7%	7%
	Meerpersoons zonder kinderen	22%	24%
	Meerpersoons met kinderen	16%	22%
Smartagent	**Rood: vrijheid en flexibiliteit**	19%	20%
	Blauw: ambitie en controle	16%	22%
	Groen: geborgenheid en zekerheid	39%	28%
	Geel: betrokkenheid en harmonie	26%	31%
Bedrijven	Aantal bedrijven	1.729	16.636
	Aantal werkplekken	15.066	108.107
	Werkplekken per inwoner	0,5	0,5
	Gemiddelde bedrijfsgrootte	8,7	6,5

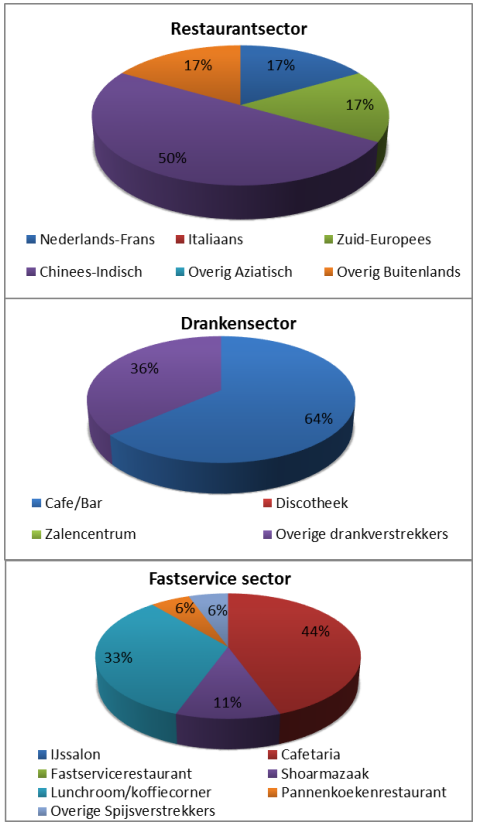
Het stadsdeel **West** wordt gekenmerkt door:

- Hoog aandeel 65-plussers en alleenstaanden.
- Laag gemiddeld inkomen en hoog aandeel lage inkomensklasse.
- Hoog aandeel niet westerse allochtonen.
- Relatief grootschalige bedrijven.
- Hoog aandeel leefstijl Groen (geborgenheid en zekerheid) en Geel (betrokkenheid en harmonie).

Bron: Smart Agent, Gemeente Tilburg/BRP, Bedrijvenregister Tilburg

West - Horecaprofiel

Bedrijfssector	Aantal	Dichtheid	Oppervlakte	Aandeel	% Tilburg
Restaurant	6	2	1.305	32%	7%
Drank	11	4	1.955	47%	6%
Fastservice	18	6	877	21%	7%
Totaal	35	12	**4.137**	100%	7%



Conclusies

- 7% van de vierkante meters horeca in Tilburg is gevestigd in het stadsdeel Midden, verdeeld over 35 horecabedrijven.
- Het restaurantaanbod is beperkt maar biedt wel een gevarieerd aanbod van keukenrichtingen en een sterke vertegenwoordiging van Chinees-Indische restaurants.
- Binnen de drankensector zijn met name de café/bar bedrijven goed vertegenwoordigd (64% van het sectoraanbod).
- Binnen het horeca-aanbod zijn de fastservicebedrijven het sterkst vertegenwoordigd.
- Divers aanbod met een sterke vertegenwoordiging van cafetaria's.

Bron: Horeca DNA

3. Horeca-aanbod

3.7 Profiel Stadsdelen – Noord

Noord - Inwoners en bedrijven

		Noord	Tilburg
Inwoners	Aantal inwoners	22.855	211.657
Leeftijd	0-19 jaar	24%	22%
	20-29 jaar	12%	17%
	30-44 jaar	18%	20%
	45-64 jaar	26%	26%
	>65 jaar	21%	16%
Herkomst	Autochtoon	57%	75%
	Westers-Allochtoon	11%	10%
	Niet-Westers-Allochtoon	33%	15%
Inkomen	Gemiddeld persoonlijk inkomen	€ 17.500	€ 20.800
	Lage inkomensklasse	56%	45%
	Midden inkomensklasse	35%	39%
	Hoge inkomensklasse	9%	16%
Huishoudens	Alleenstaand	39%	47%
	Eenoudergezin	12%	7%
	Meerpersoons zonder kinderen	27%	24%
	Meerpersoons met kinderen	22%	22%
Smartagent	**Rood: vrijheid en flexibiliteit**	14%	20%
	Blauw: ambitie en controle	21%	22%
	Groen: geborgenheid en zekerheid	25%	28%
	Geel: betrokkenheid en harmonie	39%	31%
Bedrijven	Aantal bedrijven	1.741	16.636
	Aantal werkplekken	20.293	108.107
	Werkplekken per inwoner	0,9	0,5
	Gemiddelde bedrijfsgrootte	11.7	6.5

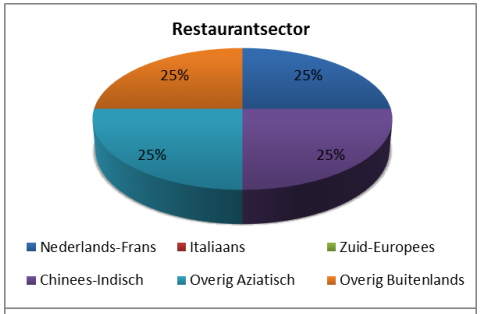
Het stadsdeel **Noord** wordt gekenmerkt door:

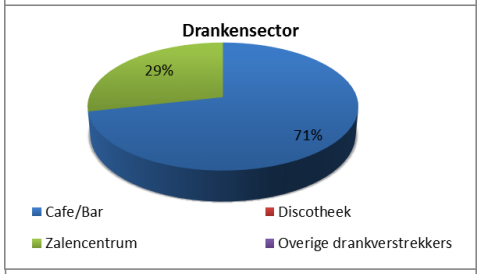
- Hoog aandeel senioren.
- Relatief hoog aandeel niet westerse allochtonen en laag aandeel autochtonen.
- Laag gemiddeld inkomen en sterke vertegenwoordiging van lage inkomensklasse.
- Relatief grootschalige bedrijven.
- Hoog aandeel Geel (betrokkenheid en harmonie) en Groen)geborgenheid en zekerheid'.

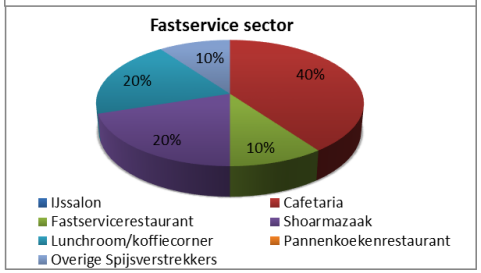
Bron: Smart Agent, Gemeente Tilburg/BRP, Bedrijvenregister Tilburg

Noord - Horecaprofiel

Bedrijfssector	Aantal	Dichtheid	Oppervlakte	Aandeel	% Tilburg
Restaurant	4	2	330	13%	2%
Drank	7	3	1.620	64%	5%
Fastservice	10	4	570	23%	5%
Totaal	21	9	**2.520**	100%	4%







Conclusies

- 4% van de vierkante meters horeca in Tilburg is gelegen in het stadsdeel Noord, verdeeld over 21 horecabedrijven.
- Het restaurantaanbod is beperkt en biedt diverse keukenrichtingen.
- Het aantal drankverstrekkers beperkt zich tot 5 cafés en 2 zalen- en partycentra.
- Binnen het horeca-aanbod in het stadsdeel zijn de fastservice bedrijven het sterkst vertegenwoordigd.
- Divers aanbod met een sterke vertegenwoordiging van cafetaria's en shoarmazaken.

Bron: Horeca DNA

3. Horeca-aanbod

3.8 Profiel Stadsdelen – Oost

Oost - Inwoners en bedrijven

		Oost	Tilburg
Inwoners	Aantal inwoners	741	211.657
Leeftijd	0-19 jaar	17%	22%
	20-29 jaar	9%	17%
	30-44 jaar	17%	20%
	45-64 jaar	37%	26%
	>65 jaar	20%	16%
Herkomst	Autochtoon	90%	75%
	Westers-Allochtoon	8%	10%
	Niet-Westers-Allochtoon	2%	15%
Inkomen	Gemiddeld persoonlijk inkomen	€ 25.800	€ 20.800
	Lage inkomensklasse	35%	45%
	Midden inkomensklasse	38%	39%
	Hoge inkomensklasse	26%	16%
Huishoudens	Alleenstaand	26%	47%
	Eenoudergezin	7%	7%
	Meerpersoons zonder kinderen	41%	24%
	Meerpersoons met kinderen	26%	22%
Bedrijven	Aantal bedrijven	344	16.636
	Aantal werkplekken	5.154	108.107
	Werkplekken per inwoner	7,0	0,5
	Gemiddelde bedrijfsgrootte	15,0	6,5

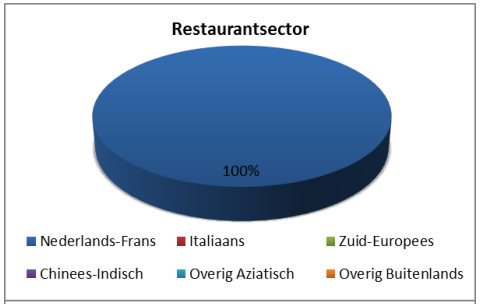
Het stadsdeel **Oost** wordt gekenmerkt door:

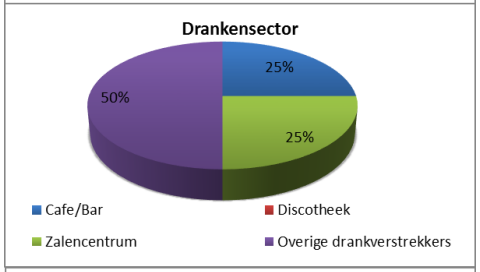
- Relatief hoog aandeel 45-64 jaar en senioren.
- Sterke vertegenwoordiging van het aandeel autochtonen.
- Hoog gemiddeld inkomen.
- Veel meerpersoonshuishoudens zonder kinderen.
- Relatief veel werknemers per bedrijf
- Geen Smartagent data beschikbaar in verband met het lage inwonersaantal van het stadsdeel.

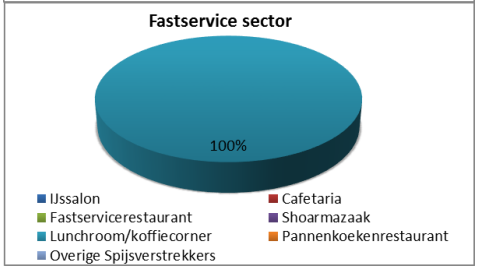
Bron: Gemeente Tilburg/BRP, Bedrijvenregister Tilburg

Oost - Horecaprofiel

Bedrijfssector	Aantal	Dichtheid	Oppervlakte	Aandeel	% Tilburg
Restaurant	1	13,5	73	15%	0%
Drank	4	54,0	405	85%	1%
Fastservice	1	13,5	0	0%	0%
Totaal	6	81,0	**478**	100%	1%







Conclusies

- Slechts 1% van de vierkante meters horeca in Tilburg is gelegen in het stadsdeel Oost, verdeeld over 6 horecabedrijven.
- Het restaurantaanbod is beperkt en biedt uitsluitend één restaurant met een Nederlands-Franse keukenrichting.
- Het aantal drankverstrekkers is zeer beperkt met 1 café, 1 zalen- en partycentrum en 2 overige drankverstrekkers.
- In de fastservicesector is uitsluitend één lunchroom gevestigd.

Bron: Horeca DNA

3. Horeca-aanbod

3.9 Profiel Stadsdelen – Zuidoost

Zuidoost - Inwoners en bedrijven

		Zuidoost	Tilburg
Inwoners	Aantal inwoners	7.690	211.657
Leeftijd	0-19 jaar	23%	22%
	20-29 jaar	16%	17%
	30-44 jaar	21%	20%
	45-64 jaar	27%	26%
	>65 jaar	14%	16%
Herkomst	Autochtoon	70%	75%
	Westers-Allochtoon	9%	10%
	Niet-Westers-Allochtoon	22%	15%
Inkomen	Gemiddeld persoonlijk inkomen	€ 17.239	€ 20.800
	Lage inkomensklasse	59%	45%
	Midden inkomensklasse	33%	39%
	Hoge inkomensklasse	8%	16%
Huishoudens	Alleenstaand	39%	47%
	Eenoudergezin	10%	7%
	Meerpersoons zonder kinderen	27%	24%
	Meerpersoons met kinderen	24%	22%
Smartagent	**Rood: vrijheid en flexibiliteit**	12%	20%
	Blauw: ambitie en controle	21%	22%
	Groen: geborgenheid en zekerheid	37%	28%
	Geel: betrokkenheid en harmonie	31%	31%
Bedrijven	Aantal bedrijven	504	16.636
	Aantal werkplekken	7.074	108.107
	Werkplekken per inwoner	0,9	0,5
	Gemiddelde bedrijfsgrootte	14,0	6,5

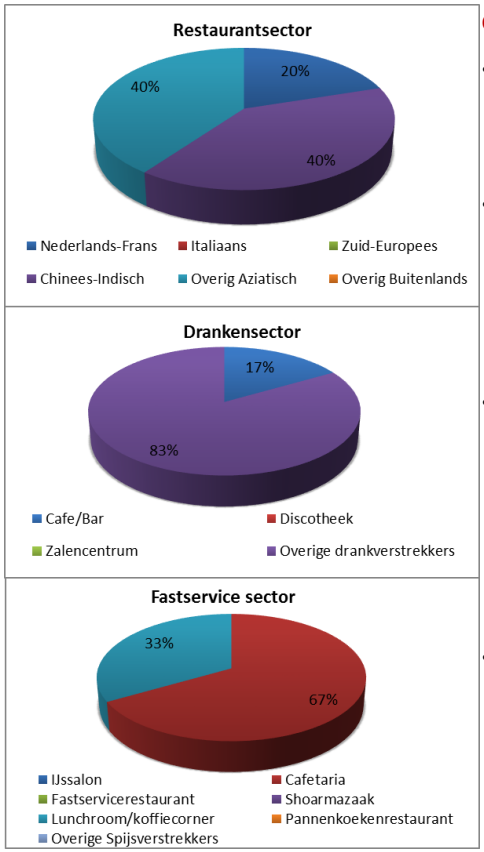
Het stadsdeel **Zuidoost** wordt gekenmerkt door:

- Laag gemiddeld inkomen en sterke vertegenwoordiging lage inkomensklasse.
- Veel eenoudergezinnen, meerpersoons-huishoudens met- en zonder kinderen.
- De gemiddelde bedrijfsgrootte ligt hoog.
- Hoog aandeel leefstijl Groen (geborgenheid en zekerheid) en Geel (betrokkenheid en harmonie).

Bron: Smart Agent, Gemeente Tilburg/BRP, Bedrijvenregister Tilburg

Zuidoost - Horecaprofiel

Bedrijfssector	Aantal	Dichtheid	Oppervlakte	Aandeel	% Tilburg
Restaurant	5	7	1.749	35%	9%
Drank	6	8	1.883	38%	6%
Fastservice	6	8	1.326	27%	11%
Totaal	17	22	**4.958**	100%	8%



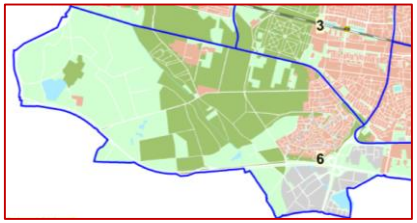
Conclusies

- 8% van de vierkante meters horeca in Tilburg is gelegen in het stadsdeel Zuidoost, verdeeld over 17 horecabedrijven.
- Het restaurantaanbod is beperkt en biedt uitsluitend de Nederlands-Franse, Chinees-Indische en overig Aziatische keukenrichting.
- Binnen de drankensector zijn met name de overige drankverstrekkers goed vertegenwoordigd (83% van het drankenaanbod). Dit betreft hoofdzakelijk horeca bij sportaccommodaties.
- Binnen de fastservice sector zijn uitsluitend cafetaria's en lunchrooms aanwezig.

Bron: Horeca DNA

3. Horeca-aanbod

3.9 Profiel Stadsdelen – Zuidwest



Zuidwest - Inwoners en bedrijven

		Zuidwest	Tilburg
Inwoners	Aantal inwoners	6.890	211.657
Leeftijd	0-19 jaar	22%	22%
	20-29 jaar	8%	17%
	30-44 jaar	15%	20%
	45-64 jaar	41%	26%
	>65 jaar	15%	16%
Herkomst	Autochtoon	93%	75%
	Westers-Allochtoon	7%	10%
	Niet-Westers-Allochtoon	3%	15%
Inkomen	Gemiddeld persoonlijk inkomen	€ 30.188	€ 20.800
	Lage inkomensklasse	16%	45%
	Midden inkomensklasse	41%	39%
	Hoge inkomensklasse	43%	16%
Huishoudens	Alleenstaand	19%	47%
	Eenoudergezin	5%	7%
	Meerpersoons zonder kinderen	41%	24%
	Meerpersoons met kinderen	35%	22%
Smartagent	**Rood: vrijheid en flexibiliteit**	13%	20%
	Blauw: ambitie en controle	37%	22%
	Groen: geborgenheid en zekerheid	26%	28%
	Geel: betrokkenheid en harmonie	24%	31%
Bedrijven	Aantal bedrijven	860	16.636
	Aantal werkplekken	10.865	108.107
	Werkplekken per inwoner	1,6	0,5
	Gemiddelde bedrijfsgrootte	12,6	6,5

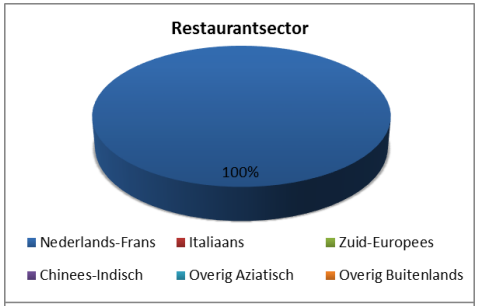
Het stadsdeel **Zuidwest** wordt gekenmerkt door:

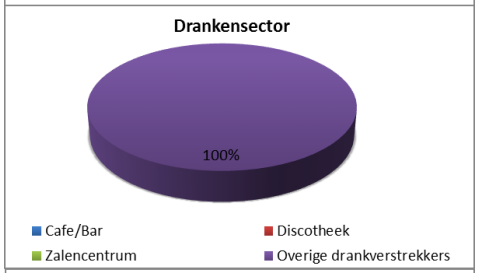
- Sterke vertegenwoordiging 45-64 jarigen.
- Hoog gemiddeld inkomen en sterke vertegenwoordiging hoge inkomensklasse.
- Veel meerpersoonshuishoudens met- en zonder kinderen.
- De gemiddelde bedrijfsgrootte ligt hoog.
- Hoog aandeel leefstijl Groen (geborgenheid en zekerheid) en Blauw (ambitie en controle).

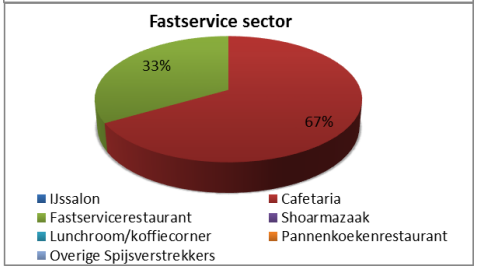
Bron: Smart Agent, Gemeente Tilburg/BRP, Bedrijvenregister Tilburg

Zuidwest - Horecaprofiel

Bedrijfssector	Aantal	Dichtheid	Oppervlakte	Aandeel	% Tilburg
Restaurant	3	4	1.065	71%	6%
Drank	2	3	190	13%	1%
Fastservice	3	4	250	17%	2%
Totaal	8	12	**1.505**	100%	2%







Conclusies

- Slechts 2% van de vierkante meters horeca in Tilburg is gelegen in het stadsdeel Zuidwest, verdeeld over 8 horecabedrijven.
- Het restaurantaanbod is beperkt en biedt uitsluitend de Nederlands-Franse keukenrichting.
- Binnen de drankensector zijn uitsluitend de overige drankverstrekkers vertegenwoordigd. Dit betreft hoofdzakelijk horeca bij sportaccommodaties.
- Binnen de fastservice sector zijn uitsluitend cafetaria's en fastservicerestaurants aanwezig.

Bron: Horeca DNA

3. Horeca-aanbod

3.10 Profiel Stadsdelen – Berkel-Enschot

Berkel-Enschot - Inwoners en bedrijven

		Berkel-Enschot	Tilburg
Inwoners	Aantal inwoners	11.042	211.657
Leeftijd	0-19 jaar	26%	22%
	20-29 jaar	8%	17%
	30-44 jaar	17%	20%
	45-64 jaar	28%	26%
	>65 jaar	21%	16%
Herkomst	Autochtoon	92%	75%
	Westers-Allochtoon	6%	10%
	Niet-Westers-Allochtoon	2%	15%
Inkomen	Gemiddeld persoonlijk inkomen	€ 25.700	€ 20.800
	Lage inkomensklasse	24%	45%
	Midden inkomensklasse	44%	39%
	Hoge inkomensklasse	33%	16%
Huishoudens	Alleenstaand	23%	47%
	Eenoudergezin	6%	7%
	Meerpersoons zonder kinderen	35%	24%
	Meerpersoons met kinderen	35%	22%
Smartagent	**Rood: vrijheid en flexibiliteit**	3%	20%
	Blauw: ambitie en controle	21%	22%
	Groen: geborgenheid en zekerheid	29%	28%
	Geel: betrokkenheid en harmonie	47%	31%
Bedrijven	Aantal bedrijven	928	16.636
	Aantal werkplekken	2.987	108.107
	Werkplekken per inwoner	0,3	0,5
	Gemiddelde bedrijfsgrootte	3,2	6,5

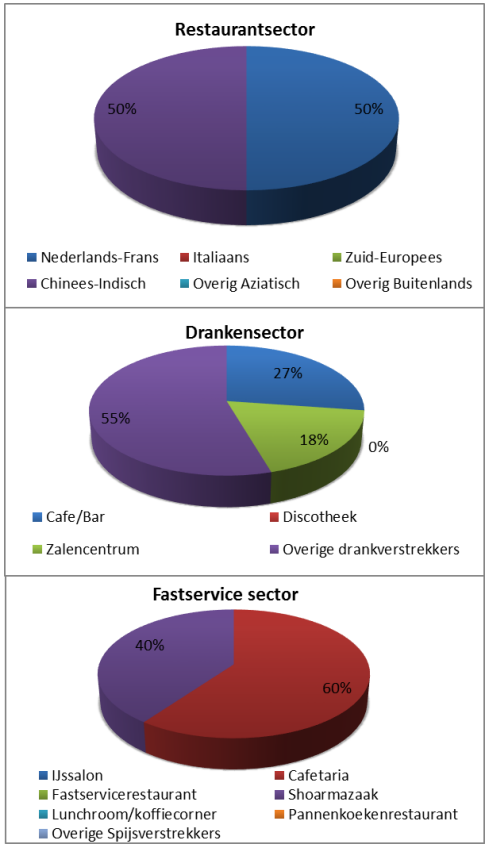
Het stadsdeel **Berkel-Enschot** wordt gekenmerkt door:

- Hoog aandeel kinderen en senioren.
- Sterke vertegenwoordiging autochtonen.
- Hoog gemiddeld inkomen, midden- en hoge inkomensklasse vertegenwoordigen hoog aandeel.
- Veel meerpersoonshuishoudens.
- Hoog aandeel leefstijl Groen (geborgenheid en zekerheid) en Geel (betrokkenheid en harmonie).

Bron: Smart Agent, Gemeente Tilburg/BRP, Bedrijvenregister Tilburg

Berkel-Enschot - Horecaprofiel

Bedrijfssector	Aantal	Dichtheid	Oppervlakte	Aandeel	% Tilburg
Restaurant	2	2	390	17%	2%
Drank	11	10	1.527	68%	5%
Fastservice	5	5	340	15%	3%
Totaal	18	16	**2.257**	100%	4%



Conclusies

- 4% van de vierkante meters horeca in Tilburg is gelegen in het stadsdeel Berkel-Enschot, verdeeld over 18 horecabedrijven.
- Het restaurantaanbod is beperkt en biedt uitsluitend de Nederlands-Franse en Chinees-Indische keukenrichting.
- Binnen de drankensector zijn met name de overige drankverstrekkers goed vertegenwoordig. Dit betreft hoofdzakelijk horeca bij sportaccommodaties.
- Binnen de fastservicesector is een sterke vertegenwoordiging van cafetaria's en shoarmazaken.

Bron: Horeca DNA

3. Horeca-aanbod

3.11 Profiel Stadsdelen – Reeshof

Reeshof - Inwoners en bedrijven

		Reeshof	Tilburg
Inwoners	Aantal inwoners	42.580	211.657
Leeftijd	0-19 jaar	30%	22%
	20-29 jaar	10%	17%
	30-44 jaar	22%	20%
	45-64 jaar	30%	26%
	>65 jaar	9%	16%
Herkomst	Autochtoon	81%	75%
	Westers-Allochtoon	10%	10%
	Niet-Westers-Allochtoon	9%	15%
Inkomen	Gemiddeld persoonlijk inkomen	€ 22.400	€ 20.800
	Lage inkomensklasse	30%	45%
	Midden inkomensklasse	49%	39%
	Hoge inkomensklasse	21%	16%
Huishoudens	Alleenstaand	21%	47%
	Eenoudergezin	9%	7%
	Meerpersoons zonder kinderen	26%	24%
	Meerpersoons met kinderen	44%	22%
Smartagent	**Rood: vrijheid en flexibiliteit**	16%	20%
	Blauw: ambitie en controle	18%	22%
	Groen: geborgenheid en zekerheid	33%	28%
	Geel: betrokkenheid en harmonie	32%	31%
Bedrijven	Aantal bedrijven	2.601	16.636
	Aantal werkplekken	5.973	108.107
	Werkplekken per inwoner	0,1	0,5
	Gemiddelde bedrijfsgrootte	2,3	6,5

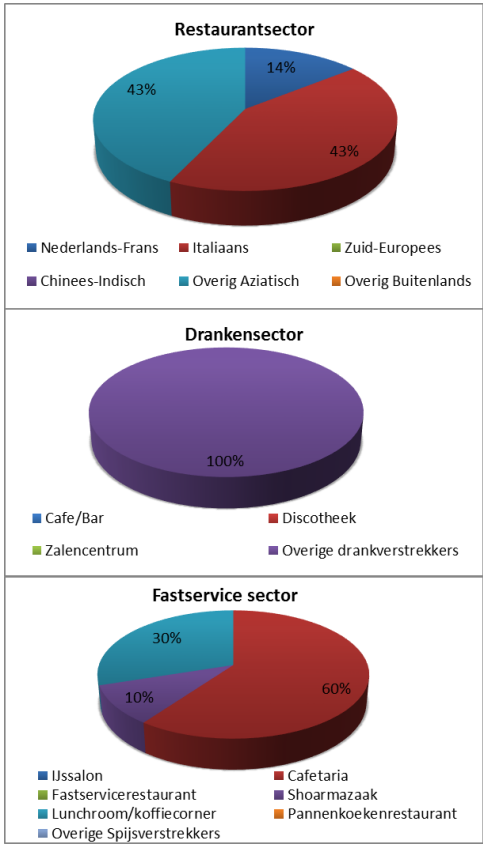
Het Stadsdeel **Reeshof** wordt gekenmerkt door:

- Hoog aandeel kinderen en 45-64 jarigen.
- Hoog aandeel autochtonen
- Voornamelijk midden- en hoge inkomensklasse.
- Sterke vertegenwoordiging van gezinnen.
- Hoog aandeel leefstijl Groen (geborgenheid en zekerheid) en Geel (betrokkenheid en harmonie).

Bron: Smart Agent, Gemeente Tilburg/BRP, Bedrijvenregister Tilburg

Reeshof - Horecaprofiel

Bedrijfssector	Aantal	Dichtheid	Oppervlakte	Aandeel	% Tilburg
Restaurant	7	2	890	47%	5%
Drank	4	1	272	14%	1%
Fastservice	10	2	735	39%	6%
Totaal	21	5	**1.897**	100%	3%



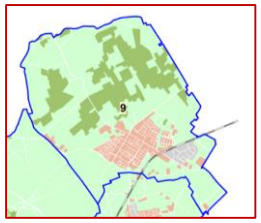
Conclusies

- Slechts 3% van de vierkante meters horeca in Tilburg is gelegen in het stadsdeel Reeshof, verdeeld over 21 horecabedrijven.
- Het restaurantaanbod is beperkt en kent alleen restaurants met een Nederlands-Franse, Italiaanse en overig Aziatische keukenrichting.
- Binnen de drankensector zijn met name de overige drankverstrekkers ggoed vertegenwoordigd (80% van het drankenaanbod in het stadsdeel Reeshof). Dit betreft hoofdzakelijk horeca bij sportaccommodaties.
- De fastservicesector kent redelijke diversiteit met een sterke vertegenwoordiging van cafetaria's.

Bron: Horeca DNA

3. Horeca-aanbod

3.12 Profiel Stadsdelen – Udenhout



Udenhout - Inwoners en bedrijven

		Udenhout	Tilburg
Inwoners	Aantal inwoners	8.111	211.657
Leeftijd	0-19 jaar	23%	22%
	20-29 jaar	8%	17%
	30-44 jaar	16%	20%
	45-64 jaar	32%	26%
	>65 jaar	21%	16%
Herkomst	Autochtoon	93%	75%
	Westers-Allochtoon	4%	10%
	Niet-Westers-Allochtoon	3%	15%
Inkomen	Gemiddeld persoonlijk inkomen	€ 23.000	€ 20.800
	Lage inkomensklasse	31%	45%
	Midden inkomensklasse	44%	39%
	Hoge inkomensklasse	25%	16%
Huishoudens	Alleenstaand	30%	47%
	Eenoudergezin	6%	7%
	Meerpersoons zonder kinderen	34%	24%
	Meerpersoons met kinderen	30%	22%
Smartagent	**Rood: vrijheid en flexibiliteit**	7%	20%
	Blauw: ambitie en controle	27%	22%
	Groen: geborgenheid en zekerheid	33%	28%
	Geel: betrokkenheid en harmonie	33%	31%
Bedrijven	Aantal bedrijven	762	16.636
	Aantal werkplekken	3.524	108.107
	Werkplekken per inwoner	0,4	0,5
	Gemiddelde bedrijfsgrootte	4,6	6,5

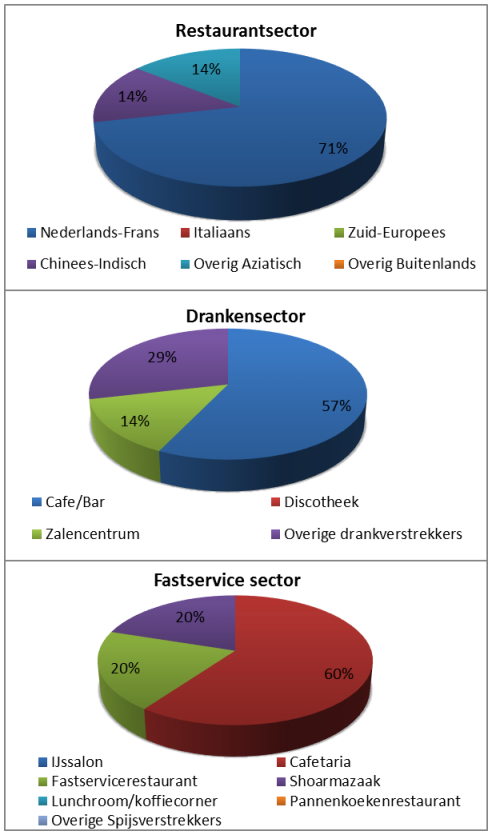
Het stadsdeel **Udenhout** wordt gekenmerkt door:

- Hoog aandeel 45-64 jaar en senioren.
- Hoog aandeel aantal autochtonen.
- Hoog gemiddeld inkomen en hoog aandeel midden- en hoge inkomensklasse.
- Relatief veel samenwonenden en gezinnen.
- Hoog aandeel leefstijl Groen (geborgenheid en zekerheid) en Geel (betrokkenheid en harmonie).

Bron: Smart Agent, Gemeente Tilburg/BRP, Bedrijvenregister Tilburg

Udenhout - Horecaprofiel

Bedrijfssector	Aantal	Dichtheid	Oppervlakte	Aandeel	% Tilburg
Restaurant	7	9	1.091	33%	6%
Drank	7	9	1.662	51%	5%
Fastservice	5	6	537	16%	4%
Totaal	19	23	**3.290**	100%	5%



Conclusies

- Slechts 5% van de vierkante meters horeca in Tilburg is gelegen in het stadsdeel Udenhout, verdeeld over 19 horecabedrijven.
- Het restaurantaanbod is beperkt en kent alleen restaurants met een Nederlands-Franse, Chinees-Indisch en overig Aziatische keukenrichting.
- Binnen de drankensector zijn met name de café/bar bedrijven goed vertegenwoordigd (57% van het drankenaanbod in het stadsdeel Udenhout).
- De fastservicesector kent een redelijke diversiteit met een sterke vertegenwoordiging van cafetaria's.

Bron: Horeca DNA

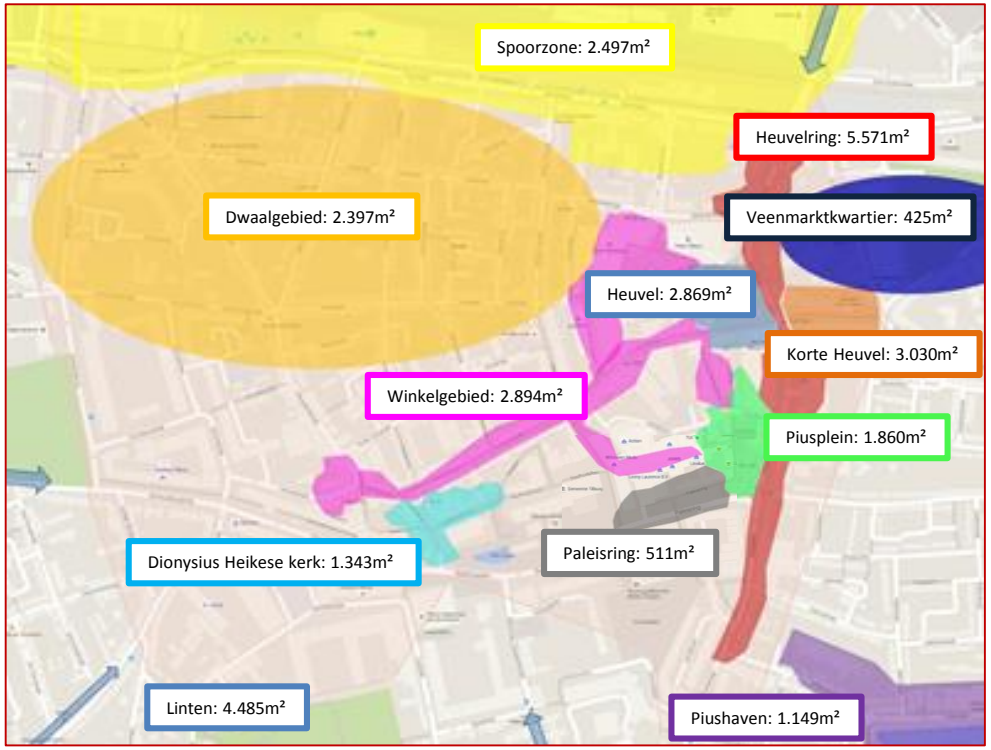
3. Horeca-aanbod

3.13 Horecagebieden Van Spronsen & Partners

Horecagebieden binnenstad Tilburg

- Van Spronsen & Partners heeft voor het vaststellen van de horecagebieden in de binnenstad van Tilburg gekeken naar het bestaande horeca-aanbod.
- De gebieden zijn ingedeeld op basis van structuur in de stad en de specifieke functie van de horeca binnen die gebieden. Doel van de specifieke benoeming is dat een gebied met een bepaald DNA richting de toekomst met gericht beleid kan worden versterkt.
- Op de volgende pagina zijn de horecagebieden afgezet tegen de reeds vastgestelde sfeergebieden voor de stad (die verder gaan dan focus op horeca)
- In de binnenstad van Tilburg worden acht horecagebieden onderscheiden. Bijna 90% van alle horeca in het stadsdeel Centrum bevindt zich in één van deze gebieden. Daarnaast is gekeken naar de Linten richting de stad en ontwikkelingslocaties binnen en buiten het centrum.
- Onderstaand volgt een toelichting op deze gebieden.

Heuvel
Horecaplein links van de Heuvelring. Heuvel.
Korte Heuvel
Horecagebied rechts van de Heuvelring. Korte Heuvel.
Piusplein
Gebied rondom het Piusplein. Piusplein tot aan de Paleisring, Heuvelring en de Heuvel.
Paleisring
Horecagebied aan de Paleisring, tot aan het Piusplein en het Stadhuisplein.
Heuvelring/Piustraat
Doorgaande weg gelegen rechts van het stadscentrum. Heuvelring, Piusplein en de Piusstraat.
Winkelgebied
Het winkelconcentratiegebied van de binnenstad van Tilburg. Heuvelstaat, Pieter Vreede Plein, Emmapassage en tussenliggende verbindingsstegen.
Dionysius Heikese kerk
Het gebied rondom de Dionysius Heikese kerk. Oude markt, Stadhuisstraat, Kerkpad en de Schouwburgpromenade.
Dwaalgebied
Gebied strekt zich uit vanaf het station en loopt gedeeltelijk over in het winkelgebied. Fabriekstraat, Noordhoekring, Burgerijpad, Korte Schijfstraat, Tuinstraat, Noordstraat, Stationsstraat, Poststraat, Lange Straat, Antoniusstraat, Telexstraat en de Willem II Straat.



Linten
Linten Oud-Noord: Goirkestraat, Besterdring en de Koestraat Linten Oud-Zuid: Bredaseweg, Korvelseweg en de Bisschop Zwijsenstraat
Ontwikkelingslocatie Piushaven
Het gebied rond de Piushaven. Piushaven, Havendijk, De Werf en omliggende verbindingsstegen.
Ontwikkelingslocatie Spoorzone
Het gebied rondom het station van Tilburg. Spoorlaan, Burgemeester Brokxlaan en omliggende verbindingsstegen.
Ontwikkelingslocatie Veemarktkwartier
Gebied dat zich achter de Heuvelring en de Korte Heuvel bevindt. Veemarktstraat, Tivolistraat en de omliggende verbindingsstegen.

VAN SPRONSEN & PARTNERS
horeca - advies

3. Horeca-aanbod

3.14 Sfeergebieden Ondernemersfonds Binnenstad Tilburg

Sfeergebieden binnenstad Tilburg

- Het ondernemersfonds binnenstad Tilburg heeft de visie op de ontwikkeling van de binnenstad vastgesteld en uitgewerkt in het document 'De toekomst in uw handen, een aantrekkelijke plek om te ondernemen'.
- Deze uitwerking beschrijft de samenhang tussen verschillende functies van en in de binnenstad, met de gewenste ontwikkelingen, met het karakter van de verschillende gebieden. Hiervoor is een aantal sfeergebieden vastgesteld op basis van structuur en functie-invulling. Tevens is een aantal ontwikkellocaties vastgesteld. Onderstaand is de onderlinge relatie uiteengezet.

Sfeergebieden / Horecagebieden	Kernwinkelgebied	Horeca concentratie gebieden	Piushaven	Culturele as	Linten	Spoorzone	Dwaalgebied Binnenstad west	Veemarktkwartier
Heuvel		X						
Korte Heuvel		X						
Piusplein		X						
Paleisring		X						
Heuvelring/Piusstraat		X						
Winkelgebied	X							
Dionysius Heikese kerk		X						
Dwaalgebied							X	
Linten					X			
Piushaven			X					
Spoorzone						X		
Veemarktkwartier								X

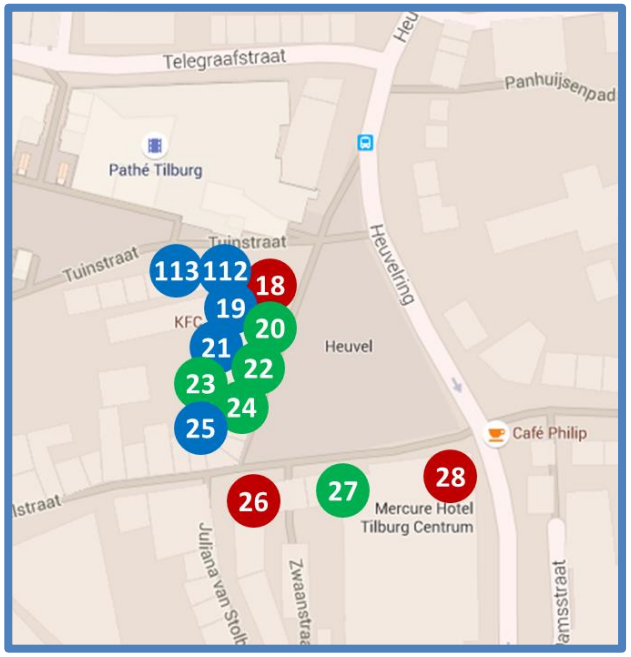
1. Kernwinkelgebied
2. Horeca concentratie gebieden
3. Piushaven: beleef aan het water
4. Culturele as
5. Linten
6. Spoorzone
7. Dwaalgebied Binnenstad west
8. Veemarktkwartier

VAN SPRONSEN & PARTNERS
horeca - advies

3. Horeca-aanbod

3.15 Heuvel

Horeca in kaart

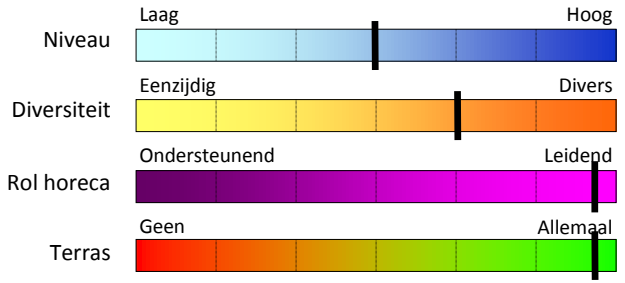


Aanbod en oppervlakte

Bedrijfssector	Aantal	Oppervlakte	Aandeel	% Centrum
Restaurant	5	1.631	57%	18%
Drank	3	695	24%	6%
Fastservice	5	543	19%	16%
Totaal	13	**2.869**	100%	12%

- **Heuvel:** centrale plein van de stad. Huisvest veel evenementen in Tilburg.
- Gevarieerd aanbod met weinig avondhoreca in drankensector.

Belangrijkste kenmerken



+

- Aantrekkelijke terraslocatie met homogene uitstraling.
- Zowel overdag als avond een sfeervol plein, met groen en water.
- Gebied met een hoge naamsbekendheid en duidelijke signatuur.
- Aanwezigheid van ondergrondse fietsenstalling.
- Hotel aan het plein.
- Schakel/rustpunt tussen gebieden.

-

- KFC misstaat in plint.
- Doorgaande weg langs plein.

In beeld

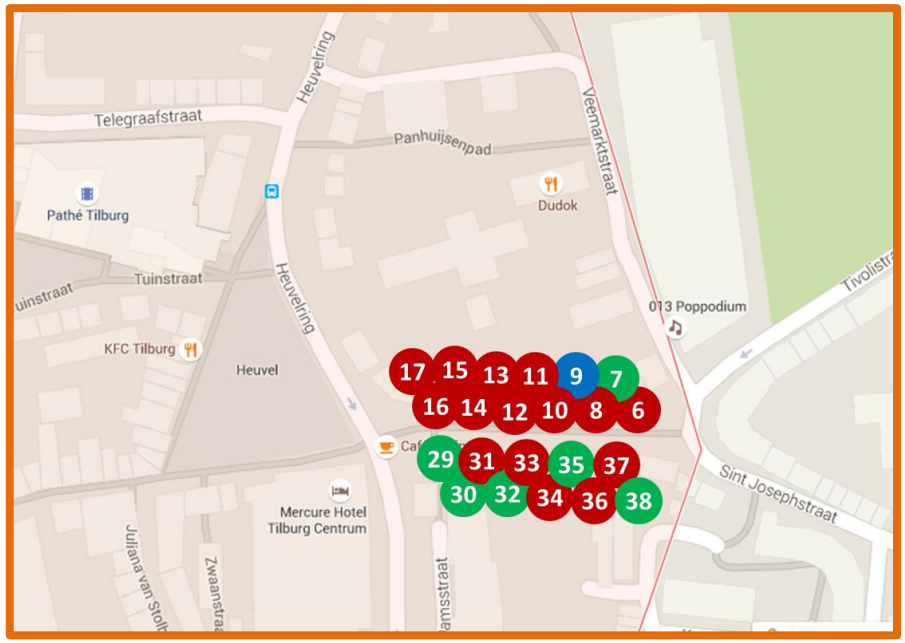
Heuvel

Heuvel

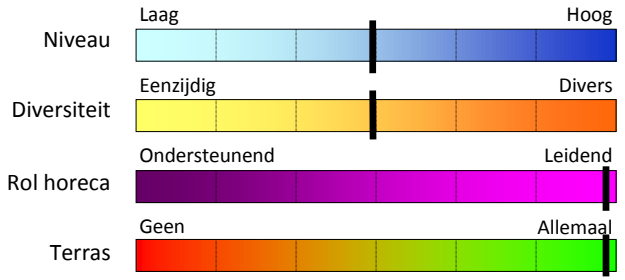
3. Horeca-aanbod

3.16 De Korte Heuvel

Horeca in kaart



Belangrijkste kenmerken



+

- Terrasconcentratiegebied met hoge naamsbekendheid en uniciteit.
- Levendig gebied
- Aantal sterke formules met hoge aantrekkingskracht.
- Nabijgelegen ondergrondse fietsenstalling
- Samenwerking ondernemers
- Diversiteit aanbod
- Ligging nabij 013 en Veenmarktkwartier.

–

- ‘s Nachts route voor veel stapvolk; potentiële overlast locatie.

Aanbod en oppervlakte

Bedrijfssector	Aantal	Oppervlakte	Aandeel	% Centrum
Restaurant	7	1.045	34%	12%
Drank	14	1.925	64%	17%
Fastservice	1	60	2%	2%
Totaal	22	**3.030**	100%	13%

- **De Korte Heuvel:** bevindt zich net naast de Heuvel. Gekenmerkt door gevarieerd aanbod. Doorgangsweg richting poppodium 013.

- Voornaamste terrasconcentratie.
- Bedrijven met zowel dag-, avond- als uitgaansfunctie.
- Voornamelijk uitgaansgelegenheden in de drankensector.

In beeld

Korte Heuvel

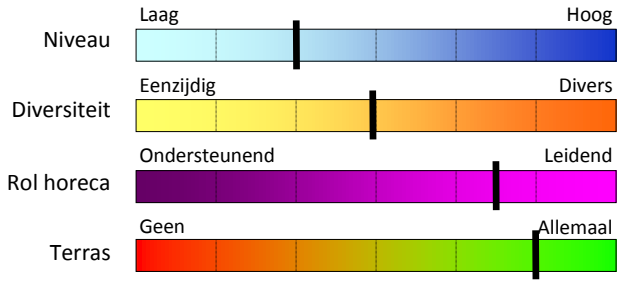
Korte Heuvel

3. Horeca-aanbod

3.17 Piusplein

Horeca in kaart

Belangrijkste kenmerken



+

- Tijdens ieder dagdeel een sfeervol plein.
- Nabijgelegen parkeergarage.
- Terrasconcentratiegebied met hoge naamsbekendheid en eigen karakter.
- Groen voorziening goed verzorgd.

−

- ‘s Nachts route voor veel stapvolk; potentiële overlast locatie.
- Doorgaande weg langs plein.

Aanbod en oppervlakte

Bedrijfssector	Aantal	Oppervlakte	Aandeel	% Centrum
Restaurant	3	410	22%	5%
Drank	7	890	48%	8%
Fastservice	2	560	30%	16%
Totaal	12	**1.860**	100%	8%

- **Piusplein:** voornamelijk studentenkroegen.
- Sterke vertegenwoordiging drankensector met voornamelijk uitgaansgelegenheden.

In beeld

Piusplein

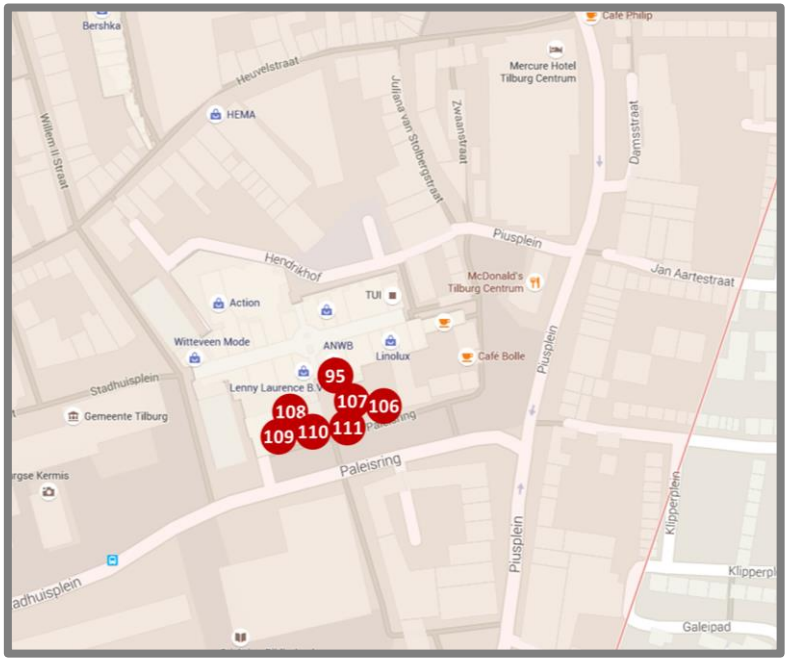
Piusplein

VAN SPRONSEN & PARTNERS
horeca - advies

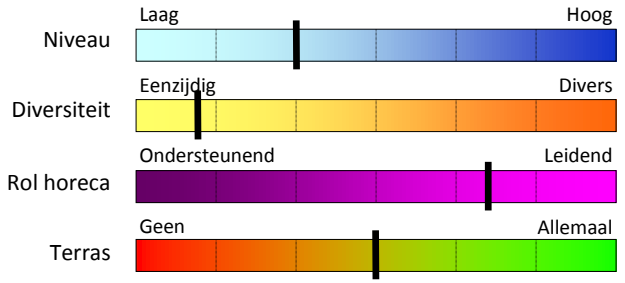
3. Horeca-aanbod

3.18 Paleisring

Horeca in kaart



Belangrijkste kenmerken



+

- Nabijgelegen parkeergarage.

−

- ‘s Nachts route voor veel stapvolk; potentiële overlast locatie.
- Buitenruimte onaantrekkelijk
- Rommelige signatuur/uitstraling gevels

Aanbod en oppervlakte

Bedrijfssector	Aantal	Oppervlakte	Aandeel	% Centrum
Restaurant	0	0	0%	0%
Drank	7	511	100%	5%
Fastservice	0	0	0%	0%
Totaal	7	**511**	100%	2%

- **Paleisring:** verbinding tussen horeca concentratie en gemeentehuis.
- Sterke vertegenwoordiging drankensector met voornamelijk uitgaansgelegenheden.

In beeld

Paleisring

Paleisring

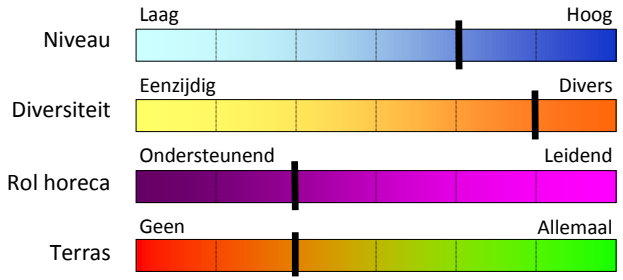
VAN SPRONSEN & PARTNERS
horeca - advies

3. Horeca-aanbod

3.19 Heuvelring/Piusstraat

Horeca in kaart

Belangrijkste kenmerken



+

- Aantal trekkers, waaronder Vapiano, McDonalds en Pathé Bioscoop.
- Groen voorziening goed verzorgd.
- Aanwezigheid regenboogzebrapad.

-

- Leegstand aan noordzijde
- Geen sterke 'signature', allegaartje aan formules.
- Doorgaande weg, parkeerproblematiek/laden & lossen niet optimaal.

Aanbod en oppervlakte

Bedrijfssector	Aantal	Oppervlakte	Aandeel	% Centrum
Restaurant	10	2.450	44%	28%
Drank	12	2.680	48%	25%
Fastservice	10	441	8%	11%
Totaal	32	**5.571**	100%	24%

- Voornaamste verkeersader door de binnenstad met een aantal subconcentraties: Heuvelring (entree van de stad), Piusplein en Piusstraat
- Gevarieerd aanbod, veelal grote bedrijven in restaurant- en dranken sector.

In beeld

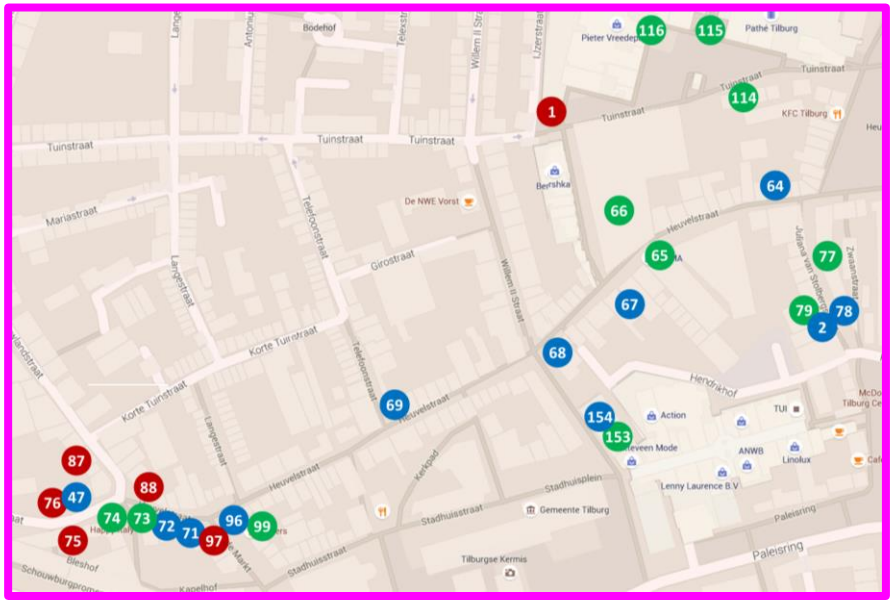
Heuvelring

Piusplein

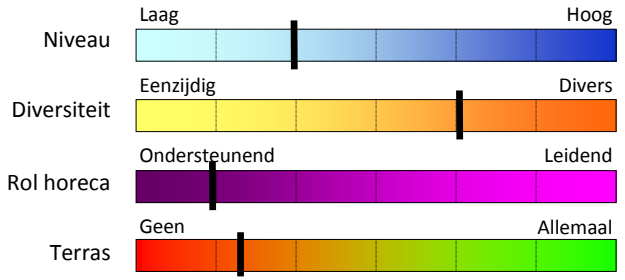
VAN SPRONSEN & PARTNERS
horeca - advies

3. Horeca-aanbod
3.20 Winkelgebied

Horeca in kaart



Belangrijkste kenmerken



+

- Weinig tot geen avondhoreca in de voornaamste winkeladers (geen gesloten gevels overdag).
- Voornamelijk fastservicebedrijven ondersteunend aan de winkels.
- Potentie Pieter Vreedeplein.
- Aantal sterke horeca- en mengformules

–

- Langgerekt gebied. Winkelend publiek kan geen aantrekkelijk 'rondje' lopen.
- 'Geïsoleerde' ligging Pieter Vreedeplein.

Aanbod en oppervlakte

Bedrijfssector	Aantal	Oppervlakte	Aandeel	% Centrum
Restaurant	9	1.662	57%	19%
Drank	6	407	14%	4%
Fastservice	11	825	29%	24%
Totaal	26	**2.894**	100%	12%

- Langgerekt gebied dat zich uitstrekt rondom de voornaamste winkelader de Heuvelstraat

In beeld

Heuvelstraat

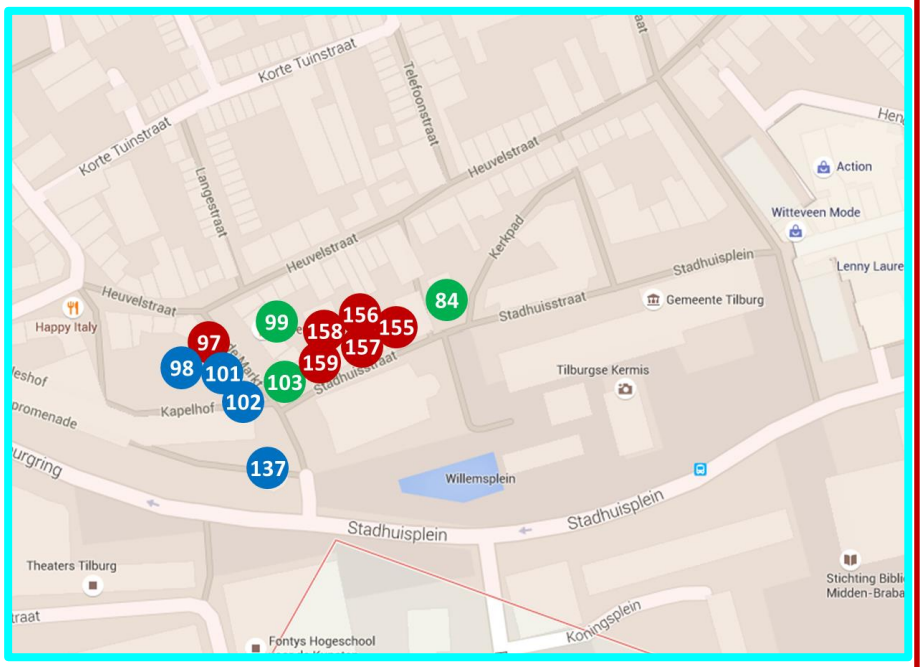
Pieter Vreedeplein

VAN SPRONSEN & PARTNERS
horeca - advies

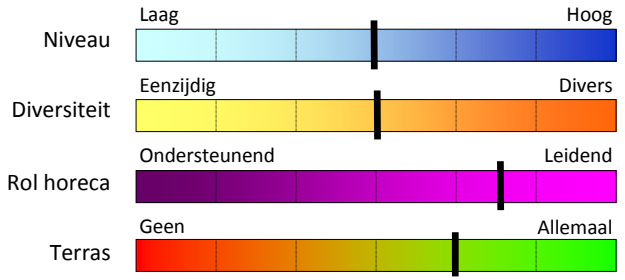
3. Horeca-aanbod

3.21 Dionysius Heikese kerk

Horeca in kaart



Belangrijkste kenmerken



+

- Aantrekkelijke, historische uitstraling gevels en panden.
- Ligging nabij schouwburg (culturele link).
- Groenvoorziening goed verzorgd.

−

- Geen duidelijke signatuur. Mix van cafés, shoarma en grillrooms, luxe restaurants en reguliere restaurants.
- Matige aansluiting op andere concentratiegebieden.

Aanbod en oppervlakte

Bedrijfssector	Aantal	Oppervlakte	Aandeel	% Centrum
Restaurant	3	612	46%	7%
Drank	6	493	37%	4%
Fastservice	4	238	18%	7%
Totaal	13	**1.343**	100%	6%

- Aantrekkelijk gebied met focus op avond en nachthoreca.

In beeld

Oude markt

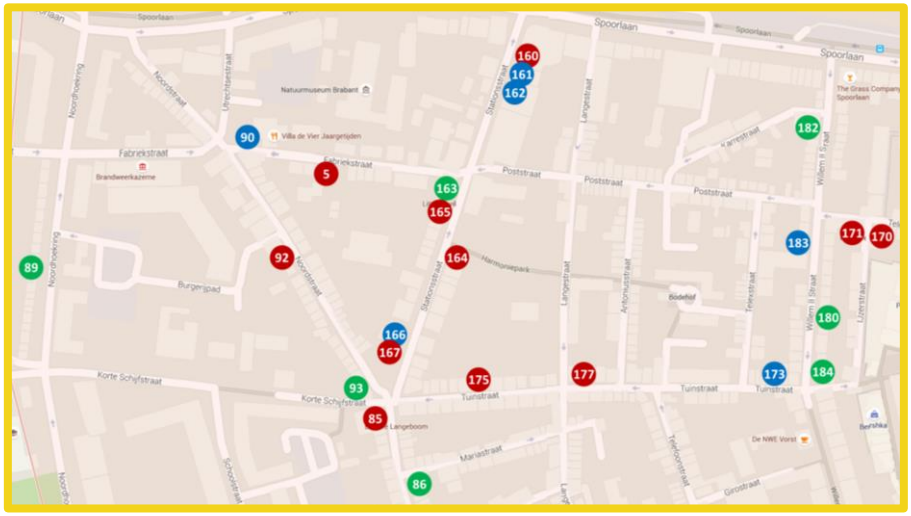
Stadhuisstraat

VAN SPRONSEN & PARTNERS
horeca - advies

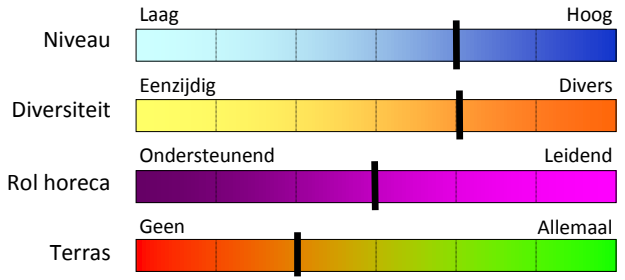
3. Horeca-aanbod

3.22 Dwaalgebied

Horeca in kaart



Belangrijkste kenmerken



+

- Onderscheidende mengvormen tussen retail en horeca.
- Uitstraling van de panden en straten (schoon, heel, statig)

–

- Aanbod sterk gefragmenteerd over een relatief groot gebied.
- Door de wirwar aan straten is de routing onduidelijk voor bezoekers.
- Dwaalgebied wordt nog niet '*vermarkt*' → Best bewaarde geheim van Tilburg?

Aanbod en oppervlakte

Bedrijfssector	Aantal	Oppervlakte	Aandeel	% Centrum
Restaurant	7	510	21%	6%
Drank	11	1.451	61%	14%
Fastservice	6	436	18%	11%
Totaal	24	**2.397**	100%	10%

- Groot deel dwaalgebied is rijksbeschermd stadsgezicht.
- Grote diversiteit in aanbod, waarvan drankensector het sterkst vertegenwoordigd.

In beeld

Stationsstraat

Willem II straat

3. Horeca-aanbod

3.23 Linten

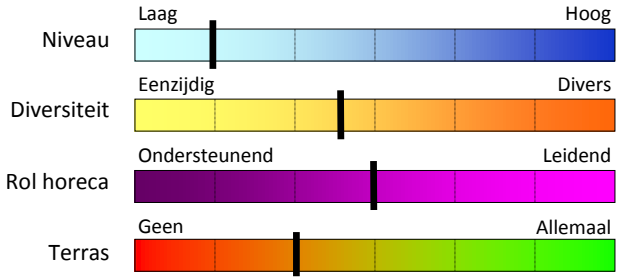
Linten Oud-Noord:
- Goirkestraat
- Besterdring
- Koestraat

Aanbod en oppervlakte

Bedrijfssector	Aantal	Oppervlakte	Aandeel	% O-N
Restaurant	9	780	26%	60%
Drank	10	1.475	48%	23%
Fastservice	17	800	26%	42%
Totaal	36	**3.055**	100%	32%

- 32% van de horeca oppervlakte in stadsdeel Oud-Noord valt binnen de horeca linten verdeeld over 40 bedrijven.

Belangrijkste kenmerken



+
- Bedrijvigheid richting centrum

-
- Matige uitstraling.
- Doorgaande wegen, parkeerproblematiek/laden & lossen niet optimaal.
- Hoog 'shoarmagehalte' (25% van het aanbod).
- Coffeeshops

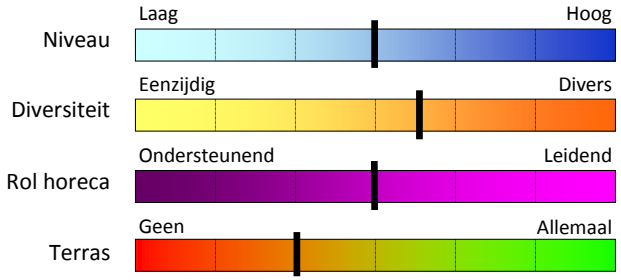
Linten Oud-Zuid:
- Bredaseweg
- Korvelseweg
- Bisschop Zwijsenstraat

Aanbod en oppervlakte

Bedrijfssector	Aantal	Oppervlakte	Aandeel	% O-Z
Restaurant	6	529	37%	27%
Drank	6	598	42%	12%
Fastservice	8	303	21%	21%
Totaal	20	**1.430**	100%	17%

- 17% van de horeca oppervlakte in stadsdeel Oud-Zuid valt binnen de horeca linten verdeeld over 20 bedrijven.

Belangrijkste kenmerken



+
- Bedrijvigheid richting centrum

-
- Matige uitstraling.
- Doorgaande wegen, parkeerproblematiek/laden & lossen niet optimaal.
- Coffeeshops

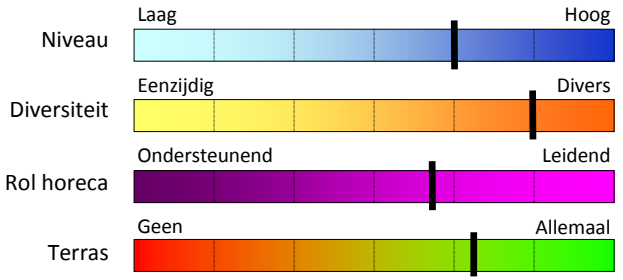
VAN SPRONSEN & PARTNERS
horeca - advies

3. Horeca-aanbod

3.24 Ontwikkellocatie Piushaven

Horeca in kaart

Belangrijkste kenmerken



+

- Aantrekkelijk gebied om rustig rond te lopen met verrassende formules (zowel horeca als retail).
- Sfeervolle herontwikkeling buitengebied.
- Aantal sterke formules met bovenlokale aantrekkingskracht.

-

- Langgerekt gebied.
- Relatief afgezonderd van het stadscentrum.
- Ontwikkeling mogelijk haaks op huidig beleid (opmerking expertmeeting).

Aanbod en oppervlakte

Bedrijfssector	Aantal	Oppervlakte	Aandeel	% O-Z
Restaurant	4	310	29%	18%
Drank	5	514	48%	10%
Fastservice	4	250	23%	20%
Totaal	13	**1.074**	100%	13%

- Horecagebied waar 13% van het horeca oppervlak van stadsdeel Oud-Zuid in valt verdeeld over 13 bedrijven.
- Hoge diversiteit aan concepten.

In beeld

Havenmeester

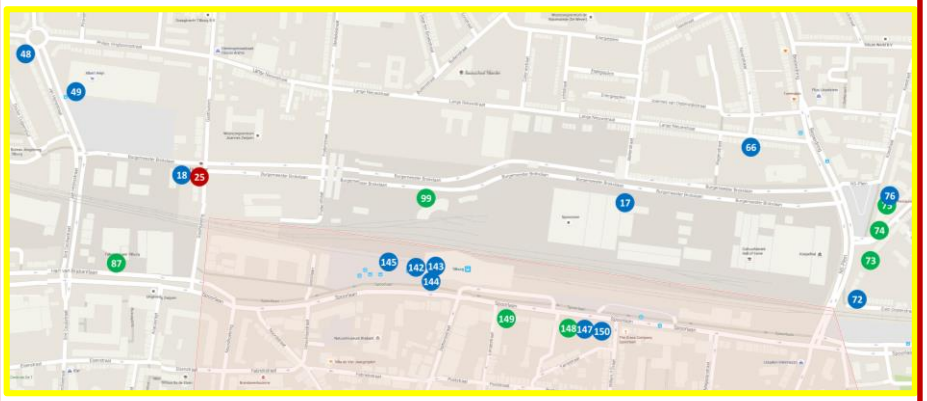
Piushaven

VAN SPRONSEN & PARTNERS
horeca - advies

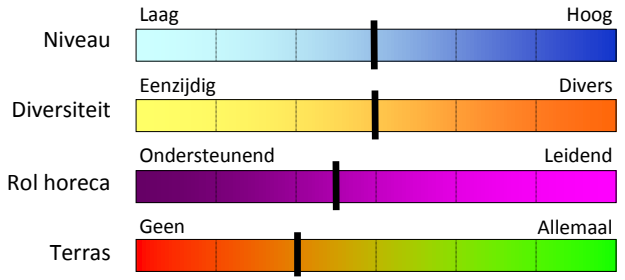
3. Horeca-aanbod

3.25 Ontwikkellocatie Spoorzone

Horeca in kaart



Belangrijkste kenmerken



+

- Sfeervolle herontwikkeling buitengebied.
- Ruimte voor sterke formules met bovenlokale aantrekkingskracht in monumentale panden.

–

- Aanbod sterk gefragmenteerd over een relatief groot gebied.
- Onduidelijke signatuur.

Aanbod en oppervlakte

Bedrijfssector	Aantal	Oppervlakte	Aandeel	% Tilburg
Restaurant	7	1.440	58%	8%
Drank	1	240	10%	1%
Fastservice	13	817	33%	7%
Totaal	21	**2.497**	100%	4%

- Overlap van tweetal stadsdelen waaronder Centrum en Oud-Noord.
- Hoge vertegenwoordiging van bedrijven uit fastservice sector, komt onder andere door aanwezigheid van het station.

In beeld

Spoorlaan

Burgemeester Brokxlaan

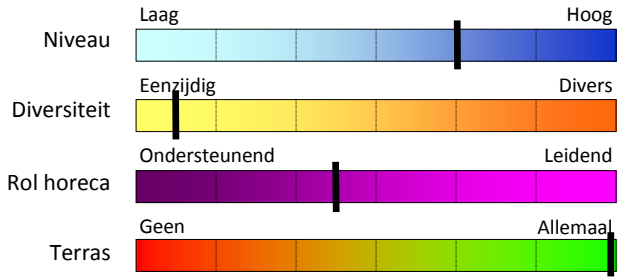
VAN SPRONSEN & PARTNERS
horeca - advies

3. Horeca-aanbod

3.26 Ontwikkellocatie Veemarktkwartier

Horeca in kaart

Belangrijkste kenmerken



+

- 013 Poppodium zorgt voor spin-off en extra bezoekersstromen.
- Dudok is trekker voor publiek (doelbezoek)

−

- Potentiële overlast locatie door evenementen 013.

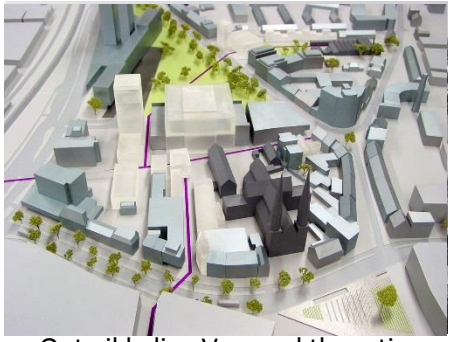
Aanbod en oppervlakte

Bedrijfssector	Aantal	Oppervlakte	Aandeel	% Centrum
Restaurant	0	0	0%	0%
Drank	1	425	17%	4%
Fastservice	0	0	0%	0%
Totaal	1	**425**	17%	2%

- Telt momenteel 1 horecagelegenheid en beslaat hiermee 2% van het horeca oppervlak in stadsdeel centrum.
- Mede ontwikkellocatie door aanwezigheid '013'.

In beeld

Tivolipark



Ontwikkeling Veemarktkwartier

VAN SPRONSEN & PARTNERS
horeca - advies

3. Horeca-aanbod

3.27 Horecanetwerk verbeteringen

Methodiek verbeteringen netwerk

- Op de volgende pagina is per verbinding tussen de horecaconcentratiegebieden de mogelijke verbetering aangegeven;
- Mogelijke verbeteringen vallen binnen één van de zeven categorieën zoals aangegeven op deze pagina;
- In de tabel is uitsluitend aangegeven wat verbeterd kan worden, middels een rode stip bij desbetreffende verbinding en verbetercategorie.

Open & transparant

- Geen fietsen
- Geen reclameborden
- Uitnodigend
- Transparante gevels

Schoon

- Geen graffiti
- Geen afval
- Een schone omgeving zorgt voor een aantrekkelijke verbinding.

Groen

- Natuurlijke uitstraling
- Groen als ‘trekker’

Invulling

- Boetiekjes en ateliers in doorgangen
- Pop-up concepten toestaan tegen leegstand.

Zichtlijn

- Aantrekkelijk ogende gevels en terrassen creëren een natuurlijke loop van stadsbezoekers.

Bewegwijzering

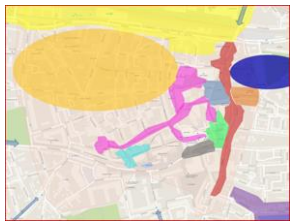
- Duidelijke bewegwijzering

Verlichting

- Sfeervolle en duidelijke verlichting
- Goede verlichting zorgt voor een gevoel van veiligheid

3. Horeca-aanbod

3.27 Horecanetwerk ‘by day’



Stationsstraat

Willem II straat

C

Heuvelring

B

Pieter Vreede Plein

G

Heuvel

J

Korte Heuvel

A

Heuvelstraat

Nieuwlandstraat

Emmapassage

I

Piusplein

Piusplein

D

E

F

Oude Markt

Stadhuisstraat

H

Paleisring

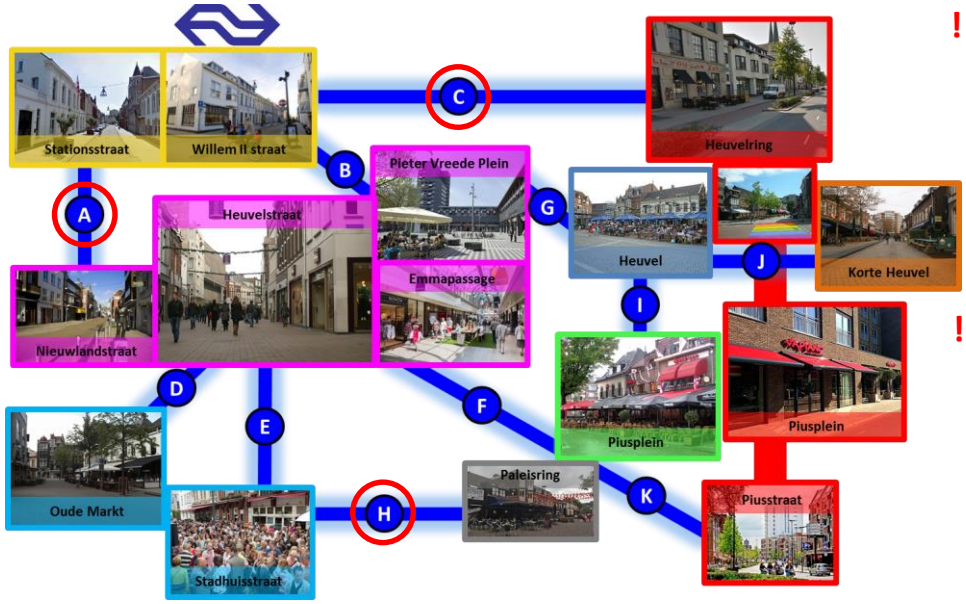
K

Piusstraat

VAN SPRONSEN & PARTNERS
horeca - advies

3. Horeca-aanbod

3.27 Horecanetwerk verbeteringen ‘by day’



Verbinding	Open & transparant	Schoon	Groen	Invulling	Zichtlijnen	Beweg-wijzering	Verlichting
A	●				●		
B					●		
C					●		
D							
E			●				
F			●				
G					●		
H			●		●		
I							
J							
K				●			

! **Verbinding A**
- Geen sprake van natuurlijke loop richting het winkelgebied vanuit het dwaalgebied.
- Verbinding A indiceert de looproute vanaf het station via de Stationsstraat, Nieuwlandstraat richting de Heuvelstraat.
- Gebouwen en wegen ogen goed verzorgd.

Verbinding B
- Verbinding B indiceert de looproute vanaf het station via de Willem II straat richting het Pieter Vreedeplein. Sprake van duidelijke zichtlijnen na verloop van tijd met schone uitstraling.

! **Verbinding C**
- Geen sprake van natuurlijke loop richting de Heuvelring vanuit het Dwaalgebied.

Verbinding D
- Verbinding tussen Winkelgebied en Oude Markt is duidelijk met goede zichtlijnen en bewegwijzering.

Verbinding E
- Verbinding tussen Winkelgebied en Stadhuisstraat wordt gevormd door diverse stegen.

Verbinding F
- Verbinding tussen de Emmapassage en Piusplein en Paleisring vormen een aantrekkelijke verbinding (invulling zichtlijnen, open en transparant).

Verbinding G
- Verbinding tussen Pieter Vreedeplein/Heuvelstraat (winkelgebied) en Heuvel is duidelijk met goede zichtlijnen en bewegwijzering.

! **Verbinding H**
- Geen sprake van natuurlijke loop tussen twee uitgaansstraten, komt met name door grote afstand die moet worden overbrugt en aanwezigheid van gemeentehuis dat niet bevorderlijk werkt met betrekking tot zichtlijnen. Herontwikkeling biedt kansen.

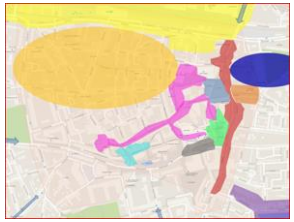
Verbinding I
- Verbinding tussen Heuvel en Piusplein is duidelijk met goede zichtlijnen en bewegwijzering

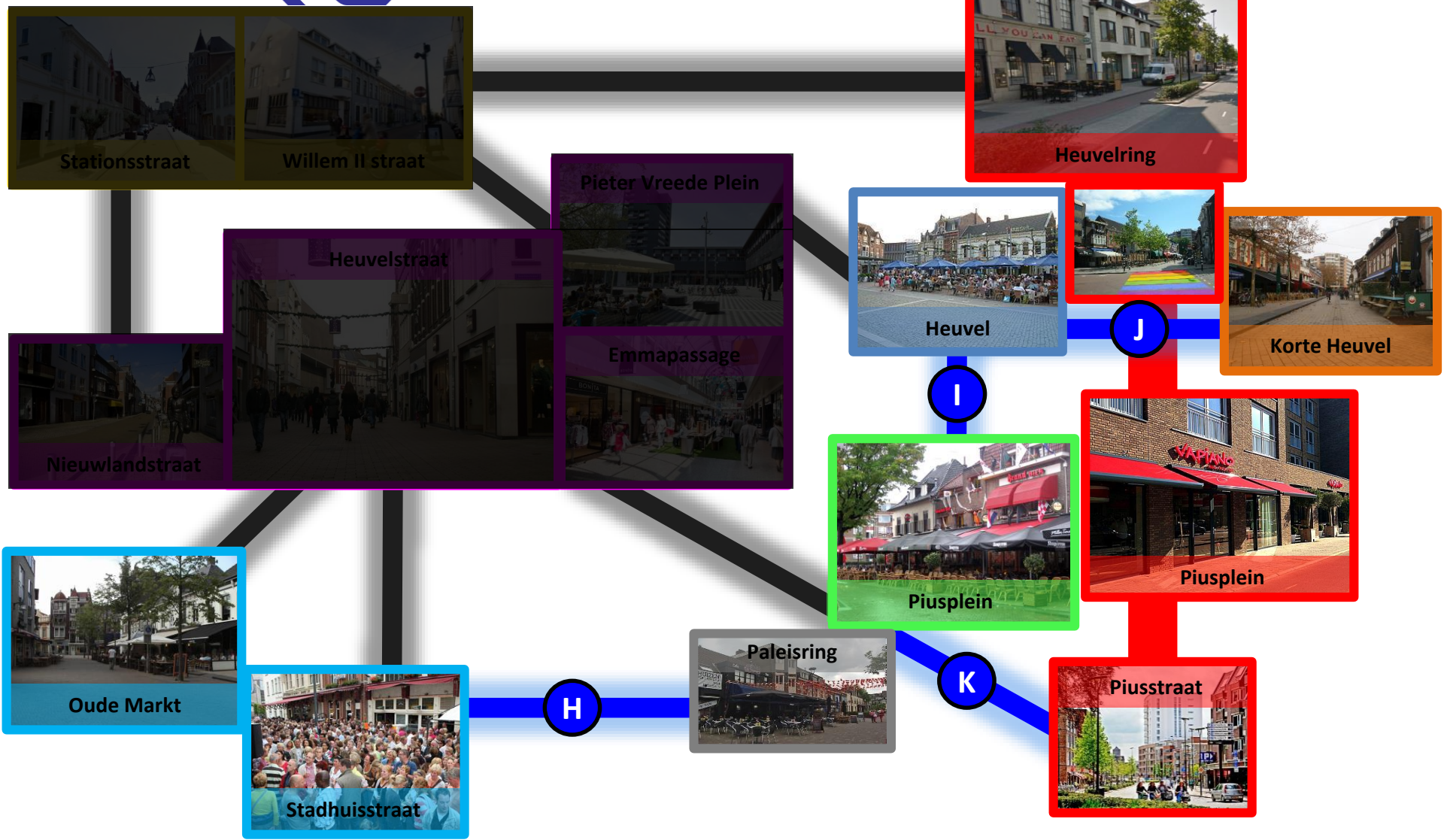
Verbinding J
- Verbinding tussen Heuvel en de Korte Heuvel is duidelijk met goede zichtlijnen.

Verbinding K
- Verbinding tussen Piusplein en de Piusstraat is duidelijk met goede zichtlijnen.

3. Horeca-aanbod

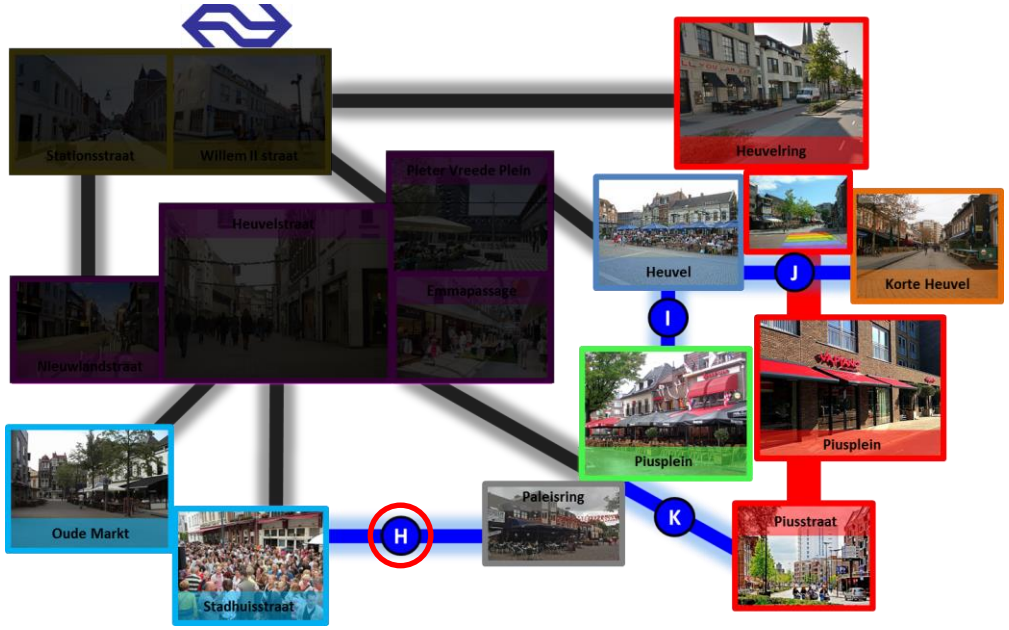
3.27 Horecanetwerk 'by night'





3. Horeca-aanbod

3.27 Horecanetwerk verbeteringen ‘by night’



Verbinding	Open & transparant	Schoon	Groen	Invulling	Zichtlijnen	Beweg-wijzering	Verlichting
H	●				●		
I							
J							
K				●			

Verbinding H

- Geen sprake van natuurlijke loop tussen twee uitgaansstraten, komt met name door grote afstand die moet worden overbrugd en aanwezigheid van gemeentehuis (negatief voor de zichtlijnenzichtlijnen.

Verbinding I

- Verbinding tussen Heuvel en Piusplein is duidelijk met goede zichtlijnen en bewegwijzering. Wel donkere dichte gevels (gesloten winkels) in de avond.

Verbinding J

- Verbinding tussen Heuvel en de Korte Heuvel is duidelijk met goede zichtlijnen.

Verbinding K

- Verbinding tussen Piusplein en de Piusstraat is duidelijk met goede zichtlijnen.

VAN SPRONSEN & PARTNERS
horeca - advies

3. Horeca-aanbod

3.28 Entrees van de binnenstad

Parkeerfaciliteiten

- Parkeergarages
- Parkeerterreinen

Met uitzondering van de parkeergarage nabij het station (Knegtel) staan alle entrees in de binnenstad in directe verbinding met één of meerdere horecaconcentratie-gebieden. De routing vanaf entrees is daarmee zeer goed.

Buiten de parkeergarages in de binnenstad bevinden zich nog diverse parkeerterrein in en rondom het stadcentrum, gezamenlijk goed voor 265 parkeerplekken.

#	Naam	Capaciteit
1	Schouwburg	540
2	Koningsplein	450
3	Emmapassage	297
4	013 Tivoli	775
5	Pieter Vreedeplein	780
6	Heuvelpoort	216
7	Knegtel	560
8	Faxxterrein	54
9	Boerhaaveplein	71
10	Buurtstalling Renkenstraat	60
11	Koopvaardijstraat	30
12	Tehatexterrein	50
	Totaal	**3.883**

Horecagebied / Parkeerfaciliteit	Heuvel	Korte Heuvel	Piusplein	Paleisring	Heuvelring/Piusstraat	Winkelgebied	Dionysius Heikese kerk	Dwaalgebied	Linten	Piushaven	Spoorzone	Veemarktkwartier
Schouwburg							V					
Koningsplein			V									
Emmapassage				V								
013 Tivoli		V										V
Pieter Vreedeplein						V						
Heuvelpoort					V							
Knegtel											V	
Faxxterrein												V
Boerhaaveplein												
Buurtstalling Renkenstraat						V		V				
Koopvaardijstraat										V		
Tehatexterrein								V				

4. Analyse horeca vraag

4. Horeca vraag

4.1. Inleiding

Inleiding

In dit hoofdstuk vindt de analyse van de **vraag naar horeca** in de stad Tilburg plaats. Per doelgroep is een **specifieke segmentkaart** gemaakt, met hierop de belangrijkste kerndata, zoals omvang, kritische succesfactoren, horecabezoek en -besteding, kansen en mogelijkheden, bezoekmotief en toekomstige ontwikkelingen. Deze segmentkaarten zijn in de bijlagen opgenomen.

De uitkomsten worden in het hoofdstuk van de **visie** toegepast om te bepalen wat de potentiele horeca omzet is. Dit wordt vervolgens vertaald worden naar eventuele **uitbreidingsruimte** per horecasector. Er is rekening gehouden met dubbeltellingen. De doelgroep jongeren/ scholieren valt namelijk ook in de groep gezinnen met oudere kinderen. Er is vastgesteld hoeveel horecabezoeken een scholier doet vanuit deze specifieke hoedanigheid en hoeveel bezoeken er plaatsvinden vanuit de thuissituatie met het gezin.
Kijkende naar het aantal horecabezoeken wordt uitgegaan van bezoeken aan de horeca in de eigen stad (Tilburg).

Voor de vraag vanuit de toeristische markt heeft het aantal bezoeken vanuit het **Toeristisch bezoek aan steden 2012 (Themarapport CVO)** als basis gediend, waarbij bezoeken door inwoners vanuit de eigen stad niet zijn meegeteld (deze vallen onder de particuliere segmenten). De gemeente geeft aan dat deze informatie als basis gebruikt kan worden, ook al is er in 2014 een nieuw onderzoek gedaan. Zij geeft dat de uitkomsten nagenoeg altijd hetzelfde zijn. Voor de toekomstige situatie zijn we uitgegaan van de verwachtingen van **Midpoint Brabant,** echter met een meer behoudender perspectief.

4. Horeca vraag

4.2 Particuliere vraag

Scholieren/jongeren

Studenten

Eenpersoonshuishoudens

Tweepersoonshuishoudens laag opgeleid

Tweepersoonshuishoudens hoog

Gezinnen met jonge kinderen

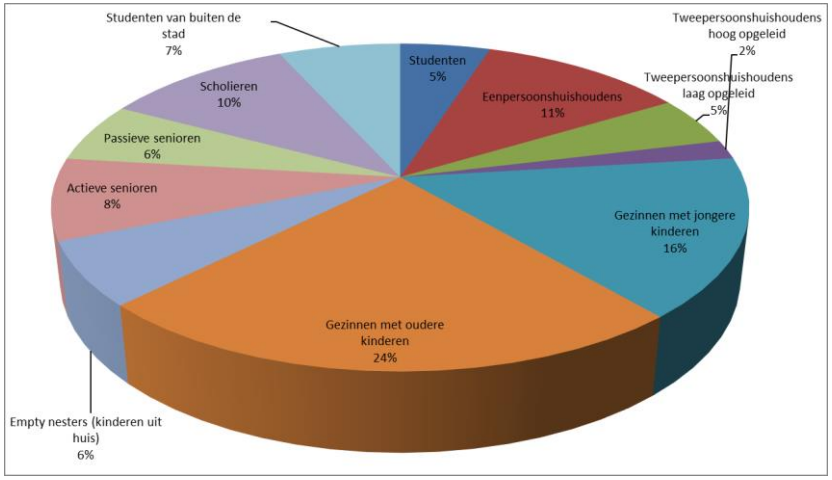
Gezinnen met oude kinderen

Empty nesters

Actieve senioren

Passieve senioren

Omvang doelgroep	Huidig (2015)	Groei	Toekomstig (2020)
Particuliere segmenten			
Studenten	12.617	4,0%	13.119
Eenpersoonshuishoudens	29.419	1,8%	29.940
Tweepersoonshuishoudens laag opgeleid	12.566	0,6%	12.636
Tweepersoonshuishoudens hoog opgeleid	4.887	0,6%	4.914
Gezinnen met jongere kinderen	38.983	5,6%	41.151
Gezinnen met oudere kinderen	64.363	-2,7%	62.605
Empty nesters (kinderen uit huis)	15.821	4,5%	16.535
Actieve senioren (65+)	19.276	10,0%	21.200
Passieve senioren (75+)	13.725	12,9%	15.500
Subtotaal	**211.657**	**2,8%**	**217.600**
Aanvullende segmenten			
Scholieren	27.358	0,9%	27.603
Studenten van buiten de stad	16.446	7,8%	17.722
Subtotaal	**43.804**	**3,5%**	**45.325**
Grand totaal Particulier	**255.461**	**2,9%**	**262.925**



Conclusies

- Tilburg telt momenteel ruim 210.000 inwoners. Dit aantal zal tot 2020 met 2,8% groeien. Dit is gebaseerd op prognoses van het CBS.
- De verdeling van de totale bevolking naar de verschillende segmenten is gebaseerd op leeftijdsverdeling en huishoudsamenstelling.
- De toename vindt hoofzakelijk plaats binnen de bevolkingsgroep 55+.
- Op basis van de historische ontwikkeling van het aantal studenten is een verwachting voor de komende 5 jaar uitgezet.
- Het aantal scholieren is de afgelopen vijf jaar vrij constant en behouden gestegen. De verwachting voor de toekomst is dat dit zo blijft.

Bron: CBS, BRP, Wonen als student

4. Horeca vraag

4.3 Toeristische vraag

Dagtoerist horeca

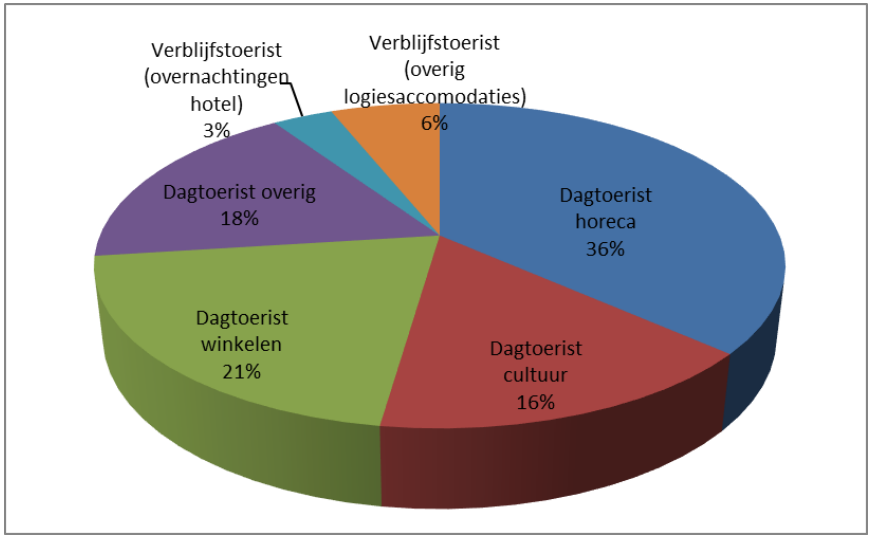
Dagtoerist cultuur

Dagtoerist winkelen

Dagtoerist overig

Verblijfstoerist

Omvang doelgroep	Huidig (2012)	Groei	Toekomstig (2020)
Dagtoeristische segmenten			
Dagtoerist horeca	595.092	5%	624.847
Dagtoerist cultuur	257.055	5%	269.908
Dagtoerist winkelen	393.252	-10%	353.926
Dagtoerist overig	300.000	0%	300.000
Subtotaal dagtoeristen	**1.545.399**	**0,2%**	**1.548.681**
Verblijfstoeristische segmenten			
Verblijfstoerist (overnachtingen hotel)	50.416	14,4%	57.676
Verblijfstoerist (overig logiesaccomodaties)	98.000	6,7%	104.566
Subtotaal	**148.416**	**9,3%**	**162.242**
Grand totaal Toeristisch	**1.693.815**	**1,0%**	**1.710.923**



Dagtoeristen

Dagtoeristen zijn onderverdeeld naar vier categorieën op basis van belangrijkste reden voor bezoek.

- Horeca: lunchen, dineren, terrasje pakken, uitgaan, nachtleven.
- Cultuur: bezoek aan museum, theater, concert, bioscoop of maken van een stadswandeling.
- Winkelen: winkelen voor plezier.
- Overig: bezoek evenement, sportwedstrijd, attractie, wellness of geen specifieke reden.

Conclusies

- Het aantal toeristische dagbezoeken aan Tilburg is de afgelopen 5 jaar met circa 20% gedaald naar 1,5 miljoen in 2012. Gezien de economische ontwikkelingen verwachten we tot 2020 stagnatie van deze afname en lichte groei van het aantal bezoeken.
- Gezien de herontwikkelingen in de binnenstad van horecaconcentraties verwachten we een lichte toename van horecatoeristen.
- Het aantal winkeltoeristen is sinds 2007 meer dan gehalveerd. De verwachting is dat deze daling nog verder doorzet de komende jaren (toename online winkelen).
- Het aantal overnachtingen in logiesaccommodaties is de afgelopen vijf jaar redelijk gelijk gebleven. De toekomstverwachtingen zijn gebaseerd op de Verdiepend Onderzoek verblijfsaccommodatiemarkt Tilburg.

Bron: CVO, Midpoint Brabant, La Group

VAN SPRONSEN & PARTNERS
horeca - advies

4. Horeca vraag

4.3 Toeristische vraag: Hart van Brabant dagrecreatie

Rapportcijfer: 8,3 van de binnenlandse toerist.

10 miljoen dag bezoekers op jaarbasis.

Leisure sector is goed voor 14.300 banen.

€ 902 miljoen besteed in de vrijetijdseconomie.

Efteling
Bezoekers: 4,5 miljoen
Ontwikkeling 2011-2015: +10%
Ambitie: 5 miljoen bezoekers in 2020

De Loonse en Drunense Duinen
Bezoekers: 1,5 miljoen

Tilburgse kermis
Bezoekers: 1,5 miljoen
Ontwikkeling 2011-2015: +50%

013
Bezoekers: 182.000
Ontwikkeling 2012-2014: -16%

Safaripark Beekse Bergen
Bezoekers: 900.000
Ontwikkeling 2011-2015: +5%

Groeiambitie 2025:

- 10 miljoen naar 20 miljoen dag recreatieve bezoekers per jaar.
- Verbreding van seizoen van 250 naar 350 dagen.
- Top dagbezoek van 40.000 naar 60.000 bezoekers.
- Verdubbeling winterharde bedden van 7.500 naar 15.000.
- Toename leisureomzet van € 900 miljoen naar € 1,6 miljard.
- Verdubbeling van werkgelegenheid tot 25.000 FTE's.
- Verhoging investering van circa € 850 miljoen tot € 1 miljard.

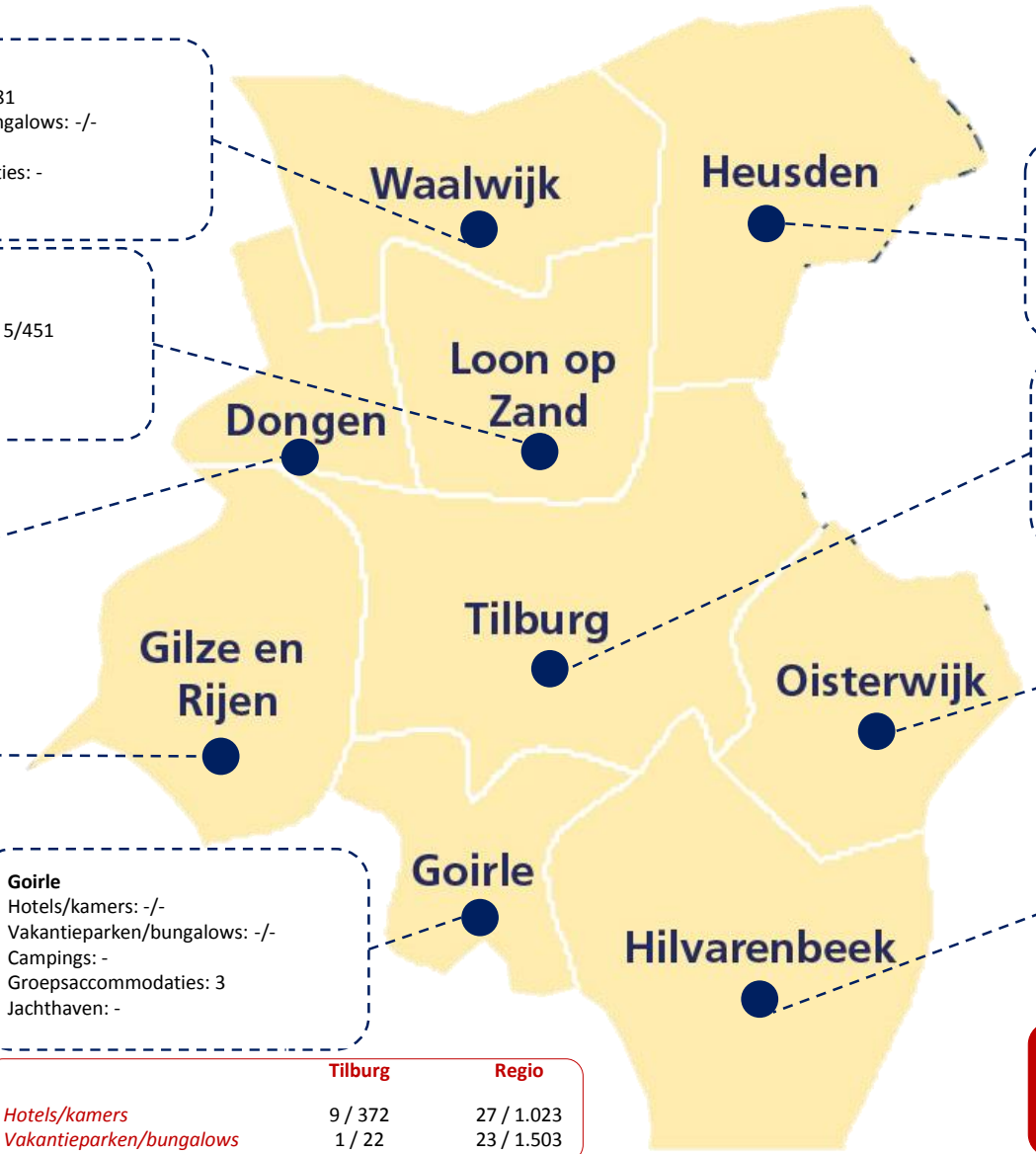
Potentie:
100 miljoen consumenten binnen 300 kilometer en jaarlijks € 5,3 miljard aan besteding.

VAN SPRONSEN & PARTNERS
horeca - advies

4. Horeca vraag

4.3 Toeristische vraag: Hart van Brabant verblijfsrecreatie

60% van dag-bezoekers zijn tevens short break verblijfsgasten.



Waalwijk
Hotels/kamers: 2/181
Vakantieparken/bungalows: -/-
Campings: -
Groepsaccommodaties: -
Jachthaven: 4

Heusden
Hotels/kamers: 4/65
Vakantieparken/bungalows: -/-
Campings: 2
Groepsaccommodaties: 1
Jachthaven: 2

Loon op Zand
Hotels/kamers: 5/163
Vakantieparken/bungalows: 5/451
Campings: 5
Groepsaccommodaties: 11
Jachthaven: -

Tilburg
Hotels/kamers: 9/372
Vakantieparken/bungalows: 1/22
Campings: 2
Groepsaccommodaties: -
Jachthaven: 2

Dongen
Hotels/kamers: 2/24
Vakantieparken/bungalows: -/-
Campings: 1
Groepsaccommodaties: 1
Jachthaven: -

Oisterwijk
Hotels/kamers: 9/297
Vakantieparken/bungalows: 13/632
Campings: 6
Groepsaccommodaties: 2
Jachthaven: -

Gilze en Rijen
Hotels/kamers: 2/241
Vakantieparken/bungalows: 3/90
Campings: 5
Groepsaccommodaties: 2
Jachthaven: -

Hilvarenbeek
Hotels/kamers: 3/52
Vakantieparken/bungalows: 2/330
Campings: 9
Groepsaccommodaties: 5
Jachthaven: 1

Goirle
Hotels/kamers: -/-
Vakantieparken/bungalows: -/-
Campings: -
Groepsaccommodaties: 3
Jachthaven: -

Noot:
- Vakantieparken met minder dan 10 woningen zijn niet opgenomen in telling.
- Campings met minder dan 25 plaatsen zijn niet opgenomen in telling.
- Groepsaccommodaties met minder dan 40 bedden zijn niet opgenomen in telling.

	Tilburg	Regio
Hotels/kamers	9 / 372	27 / 1.023
Vakantieparken/bungalows	1 / 22	23 / 1.503

Potentie:
100 miljoen consumenten binnen 300 kilometer en jaarlijks € 5,3 miljard aan besteding.

VAN SPRONSEN & PARTNERS
horeca - advies

4. Horeca vraag

4.4 Zakelijke vraag

Financiële sector

Creatieve sector

Overheid, onderwijs & gezondheidszorg

Topsegment werkenden

Werkende massa

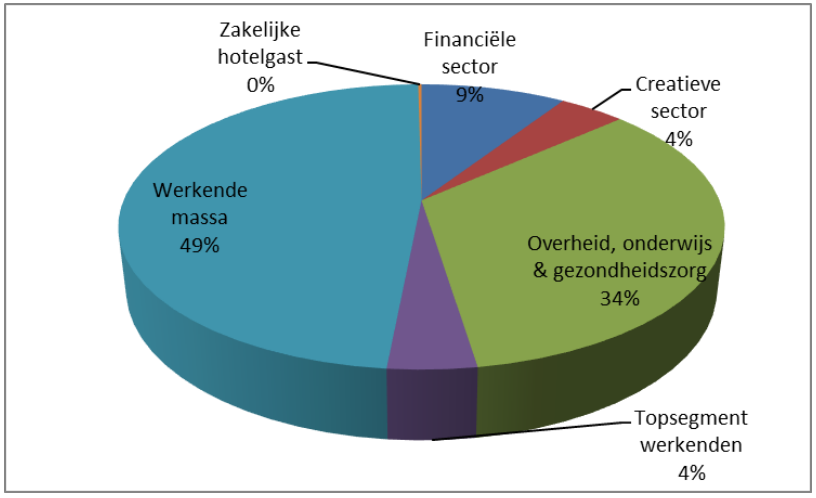
Zakelijke hotelgast

Zakelijke segmenten

De werkzame personen in Tilburg worden onderverdeeld in vijf segmenten.

- Financiële sector: financiële instellingen zoals banken, onroerend goed en financiële dienstverlening.
- Creatieve sector: informatie en communicatie branche en architecten, reclame en marktonderzoek sector.
- Overheid, onderwijs & Gezondheids- en welzijnszorg: overheidsinstanties, scholen en universiteiten, ziekenhuizen, medische praktijken, verpleging en welzijnsopvang.
- Topsegment werkenden: diverse sectoren
- Werkende massa: overige werkzame personen.

Omvang doelgroep	Huidig (2014)	Groei	Toekomstig (2020)
Zakelijke segmenten			
Financiële sector	10.816	-8,7%	9.873
Creatieve sector	3.997	12,6%	4.499
Overheid, onderwijs & gezondheidszorg	34.282	6,2%	36.391
Topsegment werkenden	4.320	-1,4%	4.260
Werkende massa	54.586	-5,6%	51.542
Subtotaal	**108.000**	**-1,3%**	**106.565**
Aanvullende segmenten			
Zakelijke hotelgast	74.939	13,2%	84.867
Subtotaal	**74.939**	**13,2%**	**84.867**
Grand totaal Zakelijk	**182.939**	**4,6%**	**191.432**



In de grafiek is de zakelijke hotelgast teruggerekend naar het aantal gasten wat ongeveer per dag ((260 dagen/jaar ma-do) aanwezig is.

Conclusies

- Tilburg biedt op dit moment een werkgelegenheid van circa 108.000 werkplekken. De verwachting is dat dit aantal tot 2020 met 1,3% zal afnemen. Ter vergelijk; in de afgelopen 5 jaar daalde het aantal werkplekken met 3,3%.
- Binnen de overheid, onderwijs & gezondheids- en welzijnszorg is de werkgelegenheid in Tilburg de afgelopen vijf jaar met 1,4% gedaald. Door verdere bezuinigingsplannen voor de zorg verwachten we voor de komende vijf jaar een vergelijkbaar beeld.
- Voor de werkgelegenheid in het onderwijs verwachten in Tilburg we een lichte groei door het groeiend aantal studenten.
- Het topsegment groeit mee met de groei van de totale werkzame personen.
- De werkende massa is de rest van de werkzame personen in Tilburg.
- Door de recessie is het aantal zakelijke overnachtingen in Nederland de afgelopen vijf jaar met 6% gedaald. In Tilburg is de vraag echter redelijk gelijk gebleven. Door aantrekkende economie en groei van het aantal kamers verwachten we tot 2020 6,8% groei voor dit segment .

Bron: CBS, La Group, *Gemeente Tilburg/BRP, Bedrijvenregister Midden Brabant*

5. Horeca categorieën

5. Horeca categorieën

5.1 Inleiding

Inleiding

- Markt- en economische ontwikkelingen;
  - Wetgeving: De wetgeving inzake roken en alcohol zorgt voor sterke negatieve effecten in de horecamarkt. Hierdoor zoeken bedrijven binnen de betreffende horecasectoren zoals cafés, discotheken en dergelijke naar andere omzetmogelijkheden.
  - Alcohol: het gewenste gebruik van alcohol in daghoreca (lunchrooms) en bijvoorbeeld in mengvormen zorgt voor behoefte aan duidelijkheid inzake het schenken van alcohol.
  - Out-of-home: Maatschappelijke verschuiving naar meer dag-georiënteerde horeca. Dit zorgt voor meer conceptvormen en mengvormen van overlast-arme horeca.
  - Winkelstand: Terugloop winkelstand waar antwoord op gevonden moet worden. Mogelijk soepeler beleid voor tijdelijke concepten.
  - Lage prijsbeleving: Toename vraag naar laagdrempelige en laaggeprijsde concepten.
  - Mengvormen/blurring: Het ontstaan van mengvormen waarbij steeds vaker ondergeschikte horeca-activiteiten worden toegevoegd aan een exploitatie vanuit belevingsoptiek (service richting bezoekers en klanten) en bedrijfseconomisch perspectief (verwerving van extra inkomsten).
  - Marktontwikkeling: De conceptuele veranderingen en marktontwikkelingen in de café- en restaurantsector zorgen voor beweging in dit segment waarbij cafés mogelijk meer restaurantactiviteiten willen ontplooien en andersom. Dit zorgt voor vervaging tussen deze twee sub-branches.

Tilburg

Indeling Horeca

- Categorie I – (Eet)café, restaurant, brasserie, lunchroom, cafetaria, snackbar en winkelondersteunende horeca (horecavoorzieningen die onderdeel uitmaken van winkelwarenhuizen of gesitueerd zijn in winkelpassages). Nvo maximaal 150 m².
- Categorie II - Dezelfde gelegenheden als onder categorie I, alsmede partycentra tot maximaal 500 m² nvo. Nvo van 150 m² tot maximaal 500 m².
- Categorie III – Bardancing, discotheek, bar, hotel en erotisch gerichte horeca. Oppervlakte niet relevant, nvo 500 m² of meer.

NVO: het netto-vloeroppervlak is de som van de binnenwerks gemeten oppervlakten van de voor publiek toegankelijke verblijfsruimten binnen een horecavoorziening. Hiertoe behoren derhalve niet oppervlakten t.b.v. keuken, toiletgroep, garderobe, opslag, dienstruimten e.d.

5. Horeca categorieën

5.2 Benchmark

Amsterdam

Indeling Horeca

- **Horeca 1** - Fastfoodzaken/ketens, snackbar, broodjeszaken
- **Horeca** 2 - Discotheken, zaalverhuur, sociëteiten
- **Horeca 3** - Café, eetcafé
- **Horeca 4** - Restaurant, lunchroom, koffiehuis

Openingstijden

- Een dagzaak mag open zijn van 07.00 uur 's ochtends tot 01.00 uur 's nachts, en in het weekeinde (vrijdag en zaterdag) tot 03.00 uur 's nachts.
- Een avondzaak mag open zijn van 09.00 uur 's ochtends tot 03.00 uur 's nachts, en in het weekeinde (vrijdag en zaterdag) tot 04.00 uur 's nachts.
- Een nachtzaak mag open zijn van 09.00 uur 's ochtends tot 04.00 uur 's nachts, en in het weekeinde (vrijdag en zaterdag) tot 05.00 uur 's nachts. Een nachtzaak is meestal een dansgelegenheid. In stadsdeel Centrum mogen sommige avondzaken en nachtzaken in het weekeinde een uur langer open blijven.

→ Traditionele insteek

Den Haag

Indeling Horeca

- **Meldplicht**: droge horeca (bijv. ijssalons, koffieconcepten, lunchrooms) en mengfuncties met meer dan 25% van het bruto vloeroppervlak aan zitgelegenheid en/of een terras.
- **Licht**: accent op verkoop veelal voor gebruik ter plaatse van al dan niet ter plaatse bereide kleine maaltijden, combinatie met verkoop overwegend niet-alcoholische dranken
- **Middelzwaar**: accent op het nuttigen van ter plaatse bereide etenswaren, ondersteund door het schenken van alcoholische en niet-alcoholische dranken.
- **Zwaar:** bijv. café, bar, lounge, discotheek en club. De nadruk ligt op het verstrekken van alcoholische en niet-alcoholische dranken en/of gelegenheid bieden tot dansen op mechanische en/of livemuziek op een dansvloer, eventueel in combinatie met ter plaatse bereide etenswaren.

Openingstijden

- Meldplicht, ma t/m zo 07.00 - 23.00
- Licht, ma t/m zo 07.00 - 23.00
- Middelzwaar, ma t/m woe en zo 07.00 - 02.00, do t/m za 07.00 - 02.30
- Zwaar, ma t/m woe en zo 07.00 - 02.00, do t/m za 07.00 - 02.30.
- Vrije openingstijden gelden voor: Centrum-> Spui, Plein, Grote markt en Buitenhof. Scheveningen -> centraal deel van de boulevard."

→ Insteek met name vanuit overlast

Rotterdam

Indeling Horeca en openingstijden

- **A** – Inrichtingen die een terras exploiteren en/of geopend zijn tot 23.00 uur.
- **B** - Inrichtingen die zwak alcoholhoudende dranken schenken en/of één van de volgende openingstijden hanteren:
  - 07.00 uur tot 01.00 uur zo-do en tot 02.00 uur vr-za;
  - Vanaf 04.00 uur tot 07.00 uur geopend (in combinatie met bovenstaande).
- **C** – Inrichtingen die (zwak en) sterk alcoholhoudende drank verstrekken; en/of maaltijden verstrekken; en/of vrije openingstijden hanteren.
- **D** - Inrichtingen - die entertainment aanbieden.
- **D+** - Inrichtingen - die zich beschikbaar stellen voor diverse grootschalige activiteiten.
- Voor D en D+ worden de openingstijden bepaald aan de hand van de verleende vergunning. Openingstijden variëren van:
  - 07.00 en sluitingstijd 22.00 uur.
  - 07.00 en sluitingstijd 23.00 uur.
  - 07.00 en sluitingstijd 01.00 uur zondag t/m donderdag en 02.00 uur vrijdag t/m zaterdag
  - 04.00 tot 07.00 uur
  - Vrije openings- en sluitingstijden, 24 uur geopend

→ Redelijk gecompliceerde insteek

Utrecht

Indeling Horeca

- **A1**- Discotheek, bar-dancing.
- **A2-** Zaalverhuur.
- **B** - Café, bar en brasserie.
- **C** - Cafetaria, snackbar, grill-room, fastfood-restaurant, automatiek en snelbuffet.
- **D1** - Restaurant, bistro en crêperie.
- **D2** - Lunchroom, ijssalon, koffiebar en koffie-/theehuis.

Openingstijden

- Een horecabedrijf mag, met uitzondering van een bijbehorend terras, dagelijks voor bezoekers geopend zijn van 00.00 uur tot 24.00 uur.
- Utrecht kent geen openingstijden voor de horeca.

→ Insteek met name vanuit overlast, maar met enige onduidelijkheid (brasserie in categorie bar))

5. Horeca categorieën

5.2 Benchmark

Enschede

Indeling Horeca

- Categorie I: sluiten qua exploitatievorm aan bij winkelvoorzieningen, en bieden vooral niet ter plaatse bereide kleinere etenswaren en in hoofdzaak alcoholvrije drank
- Categorie II: in hoofdzaak ter plaatse bereide maaltijden, al dan niet in combinatie met drank
- Categorie III: in hoofdzaak verstrekking van alcoholische dranken, al dan niet in combinatie met kleinere etenswaren en/of het ten gehore brengen van (al dan niet mechanische) muziek
- Categorie IV: in hoofdzaak gelegenheid tot dansen op (al dan niet levende) muziek, in combinatie met etenswaren en (ook alcoholhoudende) dranken.

Openingstijden:

- Restaurants: 02.00 uur
- Café/discotheek in Uitgaansgebied: 04.30 doordeweeks / 05.30 zaterdag
- Horeca gericht op eten uitgaansgebied: 04.30 doordeweeks / 05.00 zaterdag

→ Insteek met name vanuit overlast. Lastig sturen op versterking van gebieden.

Eindhoven

Indeling Horeca

- Droge horeca – Geen alcoholische dranken verstrekt.
- Natte horeca – Verstrekt alcoholische dranken.
- Naast de indeling op basis van het schenken van alcoholhoudende dranken wordt ook gekeken naar de exploitatietijden. Hierin worden 3 typen bepaald:
    - Dag
    - Avond
    - Nacht

Openingstijden

- Buiten centrum: 02.00 uur
- Centrum gebied: 02.00 doordeweeks / 04.00 weekend
- Discotheken: 05.00 uur

→ Insteek met name vanuit overlast. Lastig sturen op versterking van gebieden.

Groningen

Indeling Horeca

- Hoofdcategorie 1 - Jongerencentra, studentensociëteiten, discotheken/dancings en automatieken.
- Hoofdcategorie 2 - Inrichtingen waarbij de horeca-activiteit het hoofdaandeel is van de exploitatie en waar alcoholische en niet alcoholische dranken voor gebruik ter plaatse verstrekt, al of niet gepaard met het kleine eetwaren en of maaltijden voor gebruik ter plaatse of elders (denk hierbij aan restaurants, lunchrooms, e.d.).
- Een subcategorie hierbij is de categorie 2.2, winkelondersteunende horeca, waarbij de exploitatie minimaal vier dagen per week vanaf 11 uur ’s ochtends plaats vindt. Verder vallen hieronder ook de coffeeshops als subcategorie 2.3.
- Hoofdcategorie 3 - Waarbij de onder 2 genoemde activiteiten niet het hoofdaandeel van de exploitatie uitmaakt en altijd ondergeschikt is aan een georganiseerde activiteit of statutaire doelstelling (stichtingen, bioscopen e.d.).

Openingstijden

- De gemeente Groningen kent sinds begin jaren negentig vrije sluitingstijden voor de horeca.
- De burgemeester heeft wel de bevoegdheid om voor één of meer horecabedrijven een tijdelijk sluitingsuur vast.

→ Categorieën bevatten inhoudelijk tegenstrijdigheden die sturing minder kansrijk maken bij versterken van gebieden.

Haarlem

Indeling Horeca

- 1. Lunchrooms, ijssalons en koffiehuizen
- 2. Restaurants en eethuisjes
- 3. Cafés en eetcafés
- 4. Hotels
- 5. Discotheken

Openingstijden

- Met Drank en horecavergunning 02.00 uur doordeweeks, 04.00 in het weekend
- Zonder Drank & horecavergunning 00.30 doordeweeks en 01.00 in het weekend

→ Insteek redelijk traditioneel. Niet toekomstbestendig.
→ Openingstijden vrij uniek gebaseerd op aanwezigheid van vergunning

5. Horeca categorieën

5.3 Conclusie | Visie

Ervaringen andere gemeenten

Benchmark uitkomsten

In de benchmark staan van de G4 en de overige in beeld gebrachte gemeenten de gebruikte indelingen vereenvoudigd weergegeven. Hierbij komt het volgende naar voren:

- Alle steden kennen een verschillende indeling. Geen enkele stad voert gelijke categorieën en omschrijvingen. Dit is wellicht een onlogische benadering vanuit effectiviteit en duidelijkheid bezien. Het geeft echter aan dat iedere stad haar eigen geschiedenis heeft, problematiek kent en blijkbaar vanuit bestemmingen en behoefte deze indelingen heeft gekozen of dat indelingen in de loop der tijd zo zijn ontwikkeld.

Naast een onderling verschillende indeling, verschilt tevens de methodiek van verdelen:

- Functiebenoeming: Steden die omschrijven op het gebied van primaire functie-uitvoering, zoals maaltijd, drank- en alcoholverstrekking. Andere steden categoriseren vanuit meer directe overlast gevende zaken zoals Meldplicht, Licht, Middel-Zwaar en Zwaar.
- Aantal categorieën: Het aantal gebruikte categorieën verschilt sterk per stad. Het aantal varieert tussen de drie en zes. Hierbij tellen wij zogenaamde sub-categorieën (A1 en A2) als twee categorieën aangezien wel specifieke eisen zijn benoemd.
- Indeling naar zwaarte overlast: Er zijn gemeenten met een oplopende schaal van aangenomen overlast-schaal en juist indelingen met een aflopende overlast-schaal.
- Er zijn geen andere steden die, zoals Tilburg, categoriseren op vierkante meters

Conclusie

- Bovenstaande duidt op het feit dat bij het gebruik van indelingen er altijd situaties zich zullen voordoen en voorbeelden te vinden zijn, waarbij de indeling lastiger wordt. Dit komt hoofdzakelijk voort uit het feit dat ieder plan voor nieuwe horeca voor- en tegenstanders kent. De indeling laat daarbij altijd ruimte voor interpretatie.
- Er bestaat daarbij de wens bij meerdere gemeenten om de indelingen te versimpelen, echter zijn de gevolgen daarvan nog niet in beeld gebracht.
- Dit alles in ogenschouw nemende, lijkt het voor de hand liggend om met name in de bestaande categorieën wijzigingen en nuances aan te brengen, of zelfs minder uitsluitend te gaan omschrijven. Alhoewel aanlokkelijk om het systeem in zijn geheel te willen omgooien, zal dit in praktijk weinig soelaas bieden en tevens zorgen voor veel kosten, onrust, en onduidelijke gevolgschade.

Visie op huidige situatie

Categorieën

- Tilburg maakt gebruik van een indeling met drie categorieën benoemd als I tot en met III.
- De basis ligt in de verdeling naar vierkante meters.
- Hierdoor is het onmogelijk te sturen op de versterking van de kwaliteit van een gebied, omdat er zowel een café, restaurant als lunchroom in een pand kan komen.
- Daarom is het in onze optiek cruciaal dat er een wijziging en verbetering wordt doorgevoerd op de categorieën.

5. Horeca categorieën

5.4 Advies

Advies

Op basis van bovenstaande uitkomsten willen wij de volgende zaken adviseren:

- *Herijking periodiek:* Gezien marktontwikkelingen en de wens om op ontwikkelingen te kunnen inspelen, adviseren wij een periodieke herijking van de genoemde onderdelen, voorbeelden en omschrijvingen op te nemen. Zo kan er bijvoorbeeld iedere vijf jaar een adviescommissie in samenwerking met brancheverenigingen, politiek en experts bekijken welke zaken verduidelijkt dienen te worden. Zo kan tevens de modernisering van de genoemde voorbeelden (conceptbenoeming) worden meegenomen zodat moderne en vernieuwde varianten duidelijker staan benoemd. *We dienen daarbij te accepteren dat deze voorschriften altijd achter de ontwikkeling aan beweegt en voor een bepaalde periode dus onduidelijkheid kan geven.*

- *Totale marktprincipe:* Beleid en categorisering dient te worden opgesteld vanuit totale markt bezien. Wij adviseren hierbij om niet op basis van een enkel voorbeeld (zoals een theehuis in een woonwijk) in de markt wijzigingen te willen aanbrengen in het systeem. Dit is in de basis een onjuiste beweegreden om het systeem te wijzigen. Enerzijds is het aantrekkelijk om bij een probleem naar het systeem te kijken, maar anderzijds blokkeert dit het maken van keuzes en zorgt het voor onduidelijkheid. Daarbij zijn de gevolgen van de aanpassingen niet te overzien.

- *Inperking* van de omschrijvingen waarbij er meer insluitend wordt geredeneerd, dan uitsluitend geformuleerd. Daarbij bestaat de wens binnen KHN, landelijke politiek en ook bij de gemeente Tilburg om voor ondernemers regelgeving te verduidelijken en vereenvoudigen. *Voorbeeld; Rotterdam benoemt in categorie D alle exploitaties die 'entertainment' bieden. Vervolgens staan NIET alle bedrijfstypes benoemd en /of voorwaarden die daaronder kunnen vallen zoals discobollen, dansvloeren, deejays, live-acts, etc. Indien hier een uitsluitend overzicht van eigenschappen van moet worden gemaakt, levert dit een niet te hanteren lijst op, die bovendien allerlei nieuwe ontwikkelingen niet in zich heeft, waarmee handhaving bemoeilijkt dan wel onmogelijk wordt.* Door een omschrijving enigszins algemeen te houden wordt minder uitsluitend geformuleerd: Bijvoorbeeld: restaurantconcepten in plaats van pizzeria, burgerrestaurant en pannenkoekenrestaurant.

Vanuit de werkzaamheden en gesprekken met andere gemeenten kan worden aangegeven dat ieder systeem nadelen kent. Dit geldt in algemeenheid voor een systeem waarin keuzes moeten worden gemaakt. Er zijn altijd situatie denkbaar of voorkomend waar het systeem niet mee over weg kan. Het 'probleem' dat er meer panden een lunchroom bestemming hebben dan dat er gewenst is, wordt niet opgelost met een andere categorisering. Een gedeeltelijke mogelijke oplossingsrichting kan gezocht worden in openingstijden. Dit zal echter met name gelden voor gebieden waar geen avond/nachthoreca gewenst is.

5. Horeca categorieën

5.4 Advies

Advies

Categorie IA Daghoreca

Horeca inrichting, met openingstijden gerelateerd aan de winkeltijden (daghoreca), niet zijnde een horeca inrichting als bedoeld in categorie II, waar:

- hoofdzakelijk kleine etenswaren en/of alcoholvrije dranken worden verstrekt

Als voorbeelden van categorie I zijn aan te merken: thee & koffie concepten, brood & lunchconcepten, ijs & yoghurt concepten.

Categorie 1B Daghoreca

Zelfde als categorie 1A, met ondergeschikt daaraan de mogelijkheid om wijn en/of zwak-alcoholhoudende dranken te verstrekken. Hierbij dient uiteraard te worden voldaan aan de Drank & horeca wet.

Categorie II Droge horeca:

Horeca inrichting waar:

- Hoofdzakelijk kleine etenswaren en/of alcholvrije dranken worden verstrekt.

Als voorbeelden van categorie II zijn aan te merken: fastfoodconcepten, healthy fastfoodconcepten, snackbars, shoarmazaken. Indien alcohol wordt verstrekt valt het bedrijf in categorie III.

Categorie III Eetgelegenheden:

Horeca inrichting, niet zijnde een horeca inrichting als bedoeld in categorie II, waar

- Hoofdzakelijk maaltijden worden verstrekt

Als voorbeelden van categorie III zijn aan te merken: restaurants, pannenkoekenrestaurants, eetcafés, grand-cafés, brasseries, bistro's en pizzeria's, fast casual.

Voor initiatieven zoals thuisrestaurants/Airdnd kan een meldingsplicht worden gesteld.

Categorie IV Café-barconcepten:

Horeca inrichting waar:

- hoofdzakelijk dranken worden verstrekt, en waar
- eventueel in combinatie daarmee kleine etenswaren worden verstrekt,

Als voorbeelden van categorie IV zijn aan te merken: cafés, bars, pubs, bier-, wijn- en cocktailconcepten.

Categorie V Uitgaan en zalen:

Horeca inrichting waar:

- hoofdzakelijk dranken worden verstrekt en entertainment wordt aangeboden, zoals (live) optredens en mechanische muziek

Als voorbeelden van categorie V zijn aan te merken: clubs, discotheken, feestcafés, uitgaansconcepten, zalen- en partycentra, danscafés, karaokebars. Combinatie met (onderdelen) van categorieën III en IV vallen ook binnen deze categorie.

Categorie VI Verblijfshoreca:

Horeca inrichting waar:

- hoofdzakelijk gelegenheid tot tijdelijk slaapverblijf wordt gegeven, en waar eventueel in combinatie daarmee maaltijden, dranken en/of kleine etenswaren worden verstrekt.

Als voorbeelden van categorie VI zijn aan te merken: hotels, motels en pensions.

5. Horeca categorieën

5.4 Advies

Advies indeling Horecacategorieën

Horeca:

het bedrijfsmatig verstrekken van ter plaatse te nuttigen voedsel en/of dranken, eventueel in combinatie met het exploiteren van zaalaccommodaties (niet congres- of vergaderaccommodatie), en/of

- het bedrijfsmatig verstrekken van nachtverblijf
- en is te onderscheiden in verschillende categorieën.

Sterke drank: de drank, die bij een temperatuur van twintig graden Celsius voor vijftien of meer volumeprocenten uit alcohol bestaat, met uitzondering van wijn (art. 1 Drank- en Horecawet)

Zwak-alcoholhoudende drank: alcoholhoudende drank, met uitzondering van sterke drank (art. 1 DHw)

Wijn: de categorieën alcoholhoudende dranken als opgesomd in Bijlage IV van Verordening (EG) 479/2008 (art. 1 DHw)

Kleine etenswaren: bittergarnituur, gebak, ijs, broodjes, salades, soepen en kleine warme gerechten, of vergelijkbare etenswaren .

Maaltijd: een warme driecomponentenmaaltijd (bestaande uit vlees, vis of vegetarische component én groente én aardappelen, granen of graanproducten) of een vergelijkbaar geheel aan gerechten uit een regionale, nationale of etnische keuken, waaronder kunnen worden begrepen pizza en pannenkoek .

Snacks: gefrituurde en gegrilde etenswaren, of vergelijkbare etenswaren

Blurring/horeca bij…

Blurring

De afgelopen jaren zien we, met name in de steden, steeds meer concepten waarbij bijvoorbeeld retail gecombineerd wordt met horeca. Deze vervanging tussen sectoren noemt men ook wel blurring. Voorbeelden van deze ontwikkelingen zijn een lunchroom in een boekenwinkel, een kapsalon met een koffiebar, een bakker of fietswinkel met een lunchroom. Deze ontwikkeling vindt op dit moment met name plaats binnen de detailhandel waar steeds meer 'horeca-elementen' plaats krijgen. In horecagelegenheden vindt deze functiemenging nog in beperkte mate plaats Dit wordt hoofdzakelijk veroorzaakt door de regelgeving rondom de verstrekking van alcohol zoals vastgelegd in de Drank en Horecawet.

Additionele horeca

Vooralsnog zijn er (door wettelijke beperkingen) geen mogelijkheden voor de verkoop van artikelen in horeca waar alcohol wordt verstrekt, behalve als dit vanuit een afgescheiden ruimte gebeurt. Momenteel zijn voor de regulering van dergelijke initiateven regels; vastgesteld in artikel 38 lid 5 en 6 APV. In onze optiek zijn deze regels grotendeels zinnig, met dien verstande dat het verbod op het maken van reclame zou moeten komen te vervallen om daarmee de mogelijkheid te geven het gehele concept van het bedrijf te tonen aan het publiek.

Dit betekent dat voor additionele horeca de volgende bepalingen gelden:

- de horeca-activiteit is ondergeschikt aan een andere activiteit, die betrekking heeft op detailhandel of dienstverlening en die in hetzelfde pand wordt uitgeoefend. De horeca-activiteit mag inclusief een eventueel terras maximaal 33% van het totale verkoopvloeroppervlak van het betreffende pand in beslag nemen.
- de horeca-activiteit wordt uitsluitend uitgeoefend gedurende de openingstijden van de hoofdactiviteit en de ruimte, waarin de horeca-activiteit plaatsvindt is niet los van de hoofdactiviteit toegankelijk. Ook wordt deze niet aan derden verhuurd of anderszins in gebruik gegeven.
- Er worden geen alcoholhoudende dranken verstrekt.
- Er is geen sprake van een terras op de openbare weg.

Daarnaast kan de mogelijkheid worden gecreëerd om in bepaalde gebieden horeca te exploiteren die zich houdt aan de tijden van de winkeltijdenverordening maar waarbinnen een ruimere mogelijkheid is om detailhandel en horeca-activiteiten te ontplooien (dus met een grotere oppervlakte aan horeca en eventueel van een terras, e.e.a. afhankelijk van het kunnen voldoen aan de eisen hiervoor). Hierbij moet men wel aan inrichtingseisen voldoen.

6. Ruimtelijk-economisch advies

6. Advies

6.1 Inleiding

Inleiding

- In dit hoofdstuk is de ruimtelijk economische **toekomstvisie** uitgewerkt. Er is een vertaalslag gemaakt vanuit de verschillende vraagsegmenten, waarbij op basis van horecagedrag (bezoekfrequentie, bestedingen) een **financiële projectie** wordt gedaan naar de omzetpotentie van de Tilburgse horecamarkt.
- Op basis van deze omzetpotentie wordt een vertaling gemaakt naar de potentiële horeca capaciteit (aantal bedrijven). Dit ook omdat de gemeente aangeeft niet strikt op vierkante meters te willen en kunnen sturen. NB: Er dient in onze optiek wel aandacht te zijn voor schaalgrootte →; een nieuwe horecaformule van 500m2 heeft immers een fors grotere impact op de markt dan drie formules van 50m2.
- Indien de vastgestelde capaciteit hoger ligt dan het huidig aanbod, en er derhalve ruimte is voor uitbreiding, geven we aan waar deze uitbreiding bij voorkeur plaatsvindt. Hierbij wordt gekeken naar de mogelijke versterking van een gebied, waardoor een duidelijkere en sterkere signatuur ontstaat, of wordt bijvoorbeeld ergens het tekort 'aangevuld'. Er wordt in dat geval ingezet op **ontwikkeling**. Daarnaast is het mogelijk dat in een gebied juist het aanbod wordt **teruggedrongen of geconsolideerd**.
- In het kader van **ontwikkeling** worden ook voorkeurslocaties aangewezen.
- Het kader dient inzicht te geven in de ruimte die ontstaat in de markt bij een toename van de vraag. Omdat de toekomstige behoefte niet exact voorspelbaar is, geven we een bandbreedte aan voor het uitbreidingspotentieel. Het is raadzaam de uitbreiding frequent te monitoren (overzicht) en na circa 2-3 jaar opnieuw te bepalen wat voor de toekomst mogelijk is qua ontwikkeling.
- Per concentratiegebied worden verschillende actielijnen uiteengezet, welke als basis kunnen dienen voor een toekomstig uitvoeringsprogramma per gebied.

Richtinggevend kader vs. vrije markt

Wij adviseren een richtinggevend kader in plaats van het vrijgeven van de markt voor horeca initiatieven, omdat het vrijgeven van de markt in onze optiek schadelijk is voor de kwaliteit van het aanbod op lange termijn:

- Ten eerste komt door overaanbod het rendement van bedrijven onder druk te staan. Een gevolg hiervan is dat goedkoper personeel wordt aangetrokken, de kwaliteit onder druk komt te staan en concepten 'uithollen'. Er komt steeds minder ruimte voor vervangingsinvesteringen. Op korte/middellange termijn betekent dit dat zwakke bedrijven om zullen vallen en de sterke bedrijven overleven.
- Op langere termijn betekent een toename van het aanbod dat er meer publiek naar de stad wordt getrokken. Bij toename van massa keert de bovenkant van de doelgroepen (het 'betere' publiek) zich tegen de ontwikkelingen en trekt weg: '*Bad tourist drives out good tourist*'. De relatief lage kwaliteitsbehoefte van de massa heeft als effect dat het niveau van aanbieders omlaag gaat, het aanbod verschraalt en uitholt.

Het is derhalve niet realistisch te veronderstellen dat het vrijgeven van de markt leidt tot kwaliteitsverbetering, echter eerder het tegenovergestelde.

Daarnaast geeft de Ladder voor Duurzame Verstedelijking de wettelijke verplichting om bij stedelijke ontwikkeling, zoals vestiging van nieuwe horeca, aan te tonen dat de ontwikkeling in de actuele behoefte voorziet.

6. Advies

6.2 Toekomstige ontwikkelingen

Toekomstige ontwikkelingen

AaBe fabriek

- Eind 2014 is de eerste fase van de nieuwe AaBe Fabriek gestart. De oude dekenfabriek transformeert in een eigentijds winkelcentrum.
- De AaBe fabriek wordt in zijn totaliteit naar verwachting geopend in de loop van 2016.
- In de AaBee fabriek is ruimte voor ontwikkeling van daghoreca

Piushaven

- Piushaven is een omvangrijk gebied, grenzend aan het centrum van Tilburg, met als kloppend hart de haven.
- Voormalige industriële haven ontwikkelt tot een levendig centrum stedelijk woonmilieu aan het water.
- Ontwikkeling horeca is fors geweest de afgelopen jaren en vanuit bestemming is er nog ruimte voor verdere uitbreiding

Spoorzone

- Spoorzone 013 is een ontwikkelgebied in Tilburg naast het spoor van 75 hectare groot, uitgestrekt over 3 kilometer.
- Diverse monumentale worden herontwikkeld en op diverse plekken komt nieuwe horeca.

Veemarktkwartier

- Stadszone voor creatie en innovatie.
- Project wordt in zijn totaliteit opgeleverd medio 2017.

Winkelrondje – stadhuis

- Renovatie van stadskantoor 1, ruimte voor winkels in de plint ter bevordering van het winkelrondje.
- Idee: Positieve impuls voor de retail en doorstroming binnen het ‘dag netwerk’.
- Primark heeft aangegeven hier te willen ‘landen’.

Nieuw centrum Berkel & Ensschot

- Komende 5 jaar wordt verplaatsing centrum richting kloosterterrein Koningsoord gerealiseerd.
- Horeca wordt deels verplaatst en er komt een nieuwe woonwijk

6. Advies

6.3 Horecabezoeken

Toelichting

Omvang doelgroep

- De omvang van de verschillende doelgroepen richting 2020 zijn reeds bepaald in het voorgaande hoofdstuk (vraag), gebaseerd op verschillende demografische, economische en stedelijke ontwikkelingen.
- Zoals aangegeven in het voorgaande hoofdstuk (vraag), wordt de particuliere vraag aangevuld met de segmenten scholieren (met specifiek horecagedrag vanuit die hoedanigheid) en studenten die buiten de stad wonen.

Bezoekfrequentie

- In de tabel is per segment (overeenkomstig met de vraagsegmenten uit hoofdstuk 4) de gemiddelde bezoekfrequentie per jaar weergegeven aan de verschillende horecasectoren.

Bezoeken

- Op basis van de bezoekfrequentie en de omvang de doelgroep wordt het aantal bezoeken per sector vastgesteld.
- Het totaal aantal horecabezoeken per jaar aan de Tilburgse horeca bedraagt ruim 15 miljoen.

Omvang doelgroep	Toekomstig (2020)	Bezoekfrequentie per persoon/bezoek per jaar			Aantal bezoeken per sector per jaar			
Particuliere segmenten		Restaurant	Dranken	Fastservice	Restaurant	Dranken	Fastservice	Totaal
Studenten	13.119	12	48	50	157.428	629.713	655.951	1.443.093
Eenpersoonshuishoudens	29.940	8	8	18	239.520	239.520	538.920	1.017.960
Tweepersoonshuishoudens laag opgeleid	12.636	8	28	30	101.088	353.808	379.080	833.976
Tweepersoonshuishoudens hoog opgeleid	4.914	18	32	26	88.452	157.248	127.764	373.464
Gezinnen met jongere kinderen	41.151	4	2	12	164.604	82.302	493.812	740.717
Gezinnen met oudere kinderen	62.605	8	4	10	500.840	250.420	626.050	1.377.310
Empty nesters	16.535	14	8	20	231.490	132.280	330.700	694.470
Actieve senioren	21.200	14	8	16	296.800	169.600	339.200	805.600
Passieve senioren	15.500	3	2	3	46.500	31.000	46.500	124.000
Scholieren	27.603	4	12	35	110.413	331.239	966.113	1.407.764
Studenten van buiten de stad	17.722	6	20	40	106.329	354.431	708.862	1.169.623
Subtotaal	**262.925**				**2.043.464**	**2.731.561**	**5.212.952**	**9.987.978**
Toeristische segmenten								
Dagtoerist (bezoeken buiten regio)	1.931.748	0,3	0,3	0,75	579.525	579.525	1.448.811	2.607.860
Verblijfstoerist	162.242	1	0,45	0,4	162.242	73.009	64.897	300.148
Subtotaal	**2.093.990**				**741.766**	**652.533**	**1.513.708**	**2.908.008**
Zakelijke segmenten								
Werkende massa	51.542	2	4	18	103.084	206.168	927.757	1.237.009
Financiële sector	9.873	4	8	20	39.493	78.987	197.467	315.947
Creatieve sector	4.499	2	4	18	8.999	17.998	80.990	107.987
Overheid, onderwijs & gezondheidszorg	36.391	2	2	12	72.781	72.781	436.687	582.250
Topsegment werkenden	4.260	6	12	12	25.559	51.118	51.118	127.795
Zakelijke hotelgast	84.867	0,9	0,4	0,6	76.380	33.947	50.920	161.247
Subtotaal	**191.432**				**326.296**	**460.998**	**1.744.939**	**2.532.234**
Grand Totaal	**2.548.347**				**3.111.527**	**3.845.093**	**8.471.599**	**15.428.220**

6. Advies

6.4 Horecabestedingen en omzet

Toelichting

Besteding

- Per segment is aangegeven hoe hoog de gemiddelde besteding per bezoek per persoon is, gespecificeerd naar de verschillende horecasectoren.

Omzet

- Op basis van de gemiddelde besteding en het aantal bezoeken wordt de omzetpotentie van de horecasectoren in Tilburg bepaald.
- Hieruit blijkt dat de totale omzet in 2020 voor de Tilburgse horeca circa € 146 miljoen bedraagt. Deze omzet wordt vertaald naar een horecacapaciteit waarbij als uitgangspositie wordt genomen dat een gezonde omzet per vierkante meter verkoopoppervlakte dient te worden gerealiseerd.
- Binnen de particuliere markt zorgen met name de studenten en gezinnen voor een relatief groot omzetaandeel.
- Binnen het toeristisch segment zijn met name de dagtoerist en binnen de zakelijke markt met name de werkende massa voor een groot omzetaandeel.

Omvang doelgroep	Besteding per bezoek			Omzetprognose 2020			
Particuliere segmenten	**Restaurant**	**Dranken**	**Fastservice**	**Restaurant**	**Dranken**	**Fastservice**	**Totaal**
Studenten	€ 15,00	€ 11,50	€ 4,00	€ 2.361.425	€ 7.241.703	€ 2.623.806	€ 12.226.934
Eenpersoonshuishoudens	€ 17,50	€ 12,50	€ 5,00	€ 4.191.600	€ 2.994.000	€ 2.694.600	€ 9.880.200
Tweepersoonshuishoudens laag opgeleid	€ 15,00	€ 7,50	€ 5,00	€ 1.516.320	€ 2.653.560	€ 1.895.400	€ 6.065.280
Tweepersoonshuishoudens hoog opgeleid	€ 22,50	€ 12,50	€ 7,00	€ 1.990.170	€ 1.965.600	€ 894.348	€ 4.850.118
Gezinnen met jongere kinderen	€ 13,50	€ 6,50	€ 3,50	€ 2.222.152	€ 534.963	€ 1.728.341	€ 4.485.456
Gezinnen met oudere kinderen	€ 15,00	€ 7,50	€ 5,00	€ 7.512.600	€ 1.878.150	€ 3.130.250	€ 12.521.000
Empty nesters	€ 22,50	€ 12,50	€ 6,00	€ 5.208.525	€ 1.653.500	€ 1.984.200	€ 8.846.225
Actieve senioren	€ 22,50	€ 10,00	€ 6,50	€ 6.678.000	€ 1.696.000	€ 2.204.800	€ 10.578.800
Passieve senioren	€ 15,00	€ 5,50	€ 3,50	€ 697.500	€ 170.500	€ 162.750	€ 1.030.750
Scholieren	€ 10,00	€ 6,50	€ 2,50	€ 1.104.129	€ 2.153.052	€ 2.415.282	€ 5.672.463
Studenten van buiten de stad	€ 12,50	€ 10,00	€ 3,50	€ 1.329.117	€ 3.544.311	€ 2.481.018	€ 7.354.446
Subtotaal				**€ 34.811.538**	**€ 26.485.339**	**€ 22.214.794**	**€ 83.511.671**
Toeristische segmenten							
Dagtoerist	€ 27,50	€ 10,00	€ 7,50	€ 15.936.925	€ 5.795.245	€ 10.866.085	€ 32.598.255
Verblijfstoerist	€ 30,00	€ 10,00	€ 5,00	€ 4.867.257	€ 730.089	€ 324.484	€ 5.921.829
Subtotaal				**€ 20.804.182**	**€ 6.525.334**	**€ 11.190.569**	**€ 38.520.085**
Zakelijke segmenten							
Werkende massa	€ 22,50	€ 10,00	€ 5,00	€ 2.319.392	€ 2.061.682	€ 4.638.784	€ 9.019.857
Financiële sector	€ 27,50	€ 12,50	€ 7,50	€ 1.086.068	€ 987.334	€ 1.481.002	€ 3.554.404
Creatieve sector	€ 22,50	€ 12,50	€ 6,50	€ 202.476	€ 224.973	€ 526.437	€ 953.887
Overheid, onderwijs & gezondheidszorg	€ 22,50	€ 12,50	€ 6,00	€ 1.637.577	€ 909.765	€ 2.620.124	€ 5.167.467
Topsegment werkenden	€ 45,00	€ 15,00	€ 10,00	€ 1.150.151	€ 766.767	€ 511.178	€ 2.428.096
Zakelijke hotelgast	€ 30,00	€ 12,50	€ 10,00	€ 2.291.399	€ 424.333	€ 509.200	€ 3.224.932
Subtotaal				**€ 8.687.063**	**€ 5.374.855**	**€ 10.286.724**	**€ 24.348.642**
Grand Totaal				**€ 64.302.783**	**€ 38.385.528**	**€ 43.692.088**	**€ 146.380.399**

6. Advies

6.5 Uitbreidingspotentieel 2016-2020

Toelichting

- Voor de huidige vierkante meters is uitgegaan van het de horeca-analyse, gebaseerd op de informatie van HorecaDNA, aangevuld met informatie van eigen bezoek.
- De minimale omzet per bedrijf is gebaseerd op ervaringscijfers voor horecabedrijven in stedelijke omgeving, waarbij het toeristische karakter een gemiddelde invloed heeft op de omzet gecombineerd met de gemiddelde omzet van een bedrijfstype in Nederland en het horeca-aanbod gerelateerd aan het aantal inwoners.
- Op basis van het toekomstig omzetpotentieel en deze omzet per bedrijf is vastgesteld voor hoeveel bedrijven er ruimte in ene bepaalde sector.
- Op basis van deze uitkomsten is er ruimte voor een groei van 24 bedrijven, wat neerkomt op een groei van 4,9% (in de crisis nam in de periode 2010-2014 het aanbod toe met 4,1%)
- Indien deze uitbreiding gerealiseerd wordt stijgt de dichtheid (aanbod gerelateerd aan inwoners) in de restaurantsector en dranksector licht en blijft deze in de fastservicesector gelijk.
- In vergelijking met de benchmarksteden ligt het aanbod relatief lager dan in Eindhoven en licht hoger dan of het gelijk aan Enschede.
- De uitbreidingsruimte is ook vertaald naar vierkante meters (vvo) zodat hier tevens, indien gewenst, vinger aan de pols gehouden kan worden. Gezien de trend van schaalvergroting zal naar alle waarschijnlijkheid het werkelijk aantal bedrijven lager uitvallen. Wij adviseren hierbij een bandbreedte te hanteren met het oog op enige flexibiliteit.

- NB1: De uitbreiding betreft de ontwikkeling per saldo (groei = nieuw minus gesloten bedrijven).
- NB2: Eventuele nieuwe horeca binnen een hotel gaat niet af van het potentieel.
- NB3: Horeca uitbreiding op verdiepingen dient voor 50% meegerekend te worden, aangezien hier doorgaans lagere omzetten per m² worden gerealiseerd.

Uitbreidingspotentieel	Restaurant	Dranken	Fastservice	Totaal
Omzetpotentieel	€ 64.302.783	€ 38.385.528	€ 43.692.088	€ 146.380.399
Minimale omzet per bedrijf	€ 500.000	€ 210.000	€ 225.000	€ 289.529
Plafond aantal bedrijven (omzetpotentieel / omzet per bedrijf)	129	183	194	506
Bedrijven huidig	119	174	189	482
Uitbreidingsruimte 2016-2020	10	9	5	24
Groei per jaar	2	2	1	5
Groei% aantal bedrijven 2016-2020	8%	5%	3%	4,9%
Perspectief: Groei% 2010-2014	3%	5%	4%	4,1%
Bedrijven per 10.000 inwoners 2020	5,9	8,4	8,9	
Perspectief bedrijven per 10.000 inwoners huidig Tilburg	5,6	8,2	8,9	
Perspectief: Bedrijven per 10.000 benchmark Eindhoven	7,6	10,0	9,7	
Perspectief: Bedrijven per 10.000 benchmark Enschede	5,7	7,5	9,0	
Uitbreidingsruimte in vierkante meters (bedrijven x gem. m2)	1538	1.585	332	3.455
Totaal vierkante meters 2020	20.597	32.966	12.426	65.989
Omzet per vierkante meter Tilburg	€ 3.122	€ 1.164	€ 3.516	
Perspectief: Omzet per vierkante meter Nederland	€ 3.388	€ 814	€ 4.150	

Uitbreidingspotentieel (2016-2020)

Restaurantsector

- Op basis van bovenstaande ruimte voor ruim 1.500m² vvo, oftewel circa 10 bedrijven

Drankensector

- Op basis van bovenstaande is ruimte voor bijna 1.600m² vvo oftewel circa 9 bedrijven. De onlangs geopende Nieuwe Zeno (discotheek) moet hier al meer verrekend worden).

Fastservicesector

- Op basis van bovenstaande is ruimte voor circa 330m² vvo, oftewel circa 5 bedrijven.

VAN SPRONSEN & PARTNERS
horeca - advies

6. Advies

6.6 Uitbreidingspotentieel per gebied: totaaloverzicht

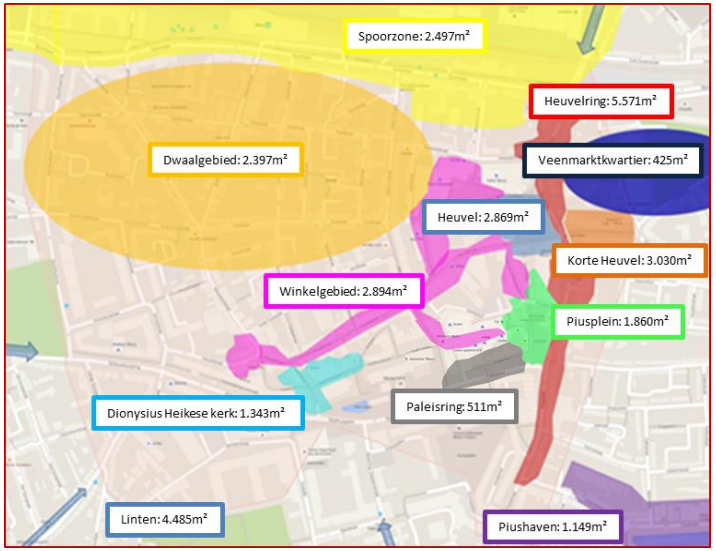
Toelichting & randvoorwaarden

- In de tabel is een uiteenzetting gedaan van ontwikkelstrategieën per vastgesteld gebied.
- Hierbij is per nieuwe voorgestelde horecacategorie een advies gegeven, tevens met voorkeurslocaties
- Op de volgende pagina is per horecasector een verdere uitwerking opgenomen.

Voorkeurslocaties

- Wij benoemen een aantal voorkeurslocaties voor de realisatie van uitbreiding, gebaseerd op de vastgestelde 'dna's' van de gebieden en ter versterking van de signatuur.

Sfeergebieden gemeente	Horecagebieden Van Spronsen	Categorie I: Daghoreca	Categorie II: Droge horeca	Categorie III: Restaurant	Categorie IV: Café-bar	Categorie V: Uitgaan & zalen
	Horecasetcor	Fastservice		Restaurant	Drankensector	
Horecaconcentratiegebied	Heuvel					
	Korte Heuvel				Voorkeur	
	Piusplein			Voorkeur		
	Paleisring					
	Heuvelring/Piusstraat					
	Dionysius Heikese Kerk/Oude Markt					
Kernwinkelgebied	Winkelgebied	Voorkeur				
Sfeer/Ontwikkelgebieden	**Horecagebieden Van Spronsen**					
Dwaalgebied	Dwaalgebied	Voorkeur				
Piushaven	Piushaven					
Spoorzone	Spoorzone			Voorkeur	Voorkeur	Voorkeur
Veemartkwartier	Veemartkwartier					
Linten	Linten					
Woongebiedem						
Overig centrum						
Oud Zuid						
Oud Noord						
West						
Noord						
Oost						
Zuid-oost						
Zuid-west						
Reeshof		Voorkeur				
Omliggende kernen						
Berkel-Enschot						
Udenhout						
Overig						
Toeristisch buitengebied						



Ontwikkelen
Consolideren
Terugdringen

VAN SPRONSEN & PARTNERS
horeca - advies

6. Advies

6.7 Uitbreidingspotentieel per gebied: restaurantsector

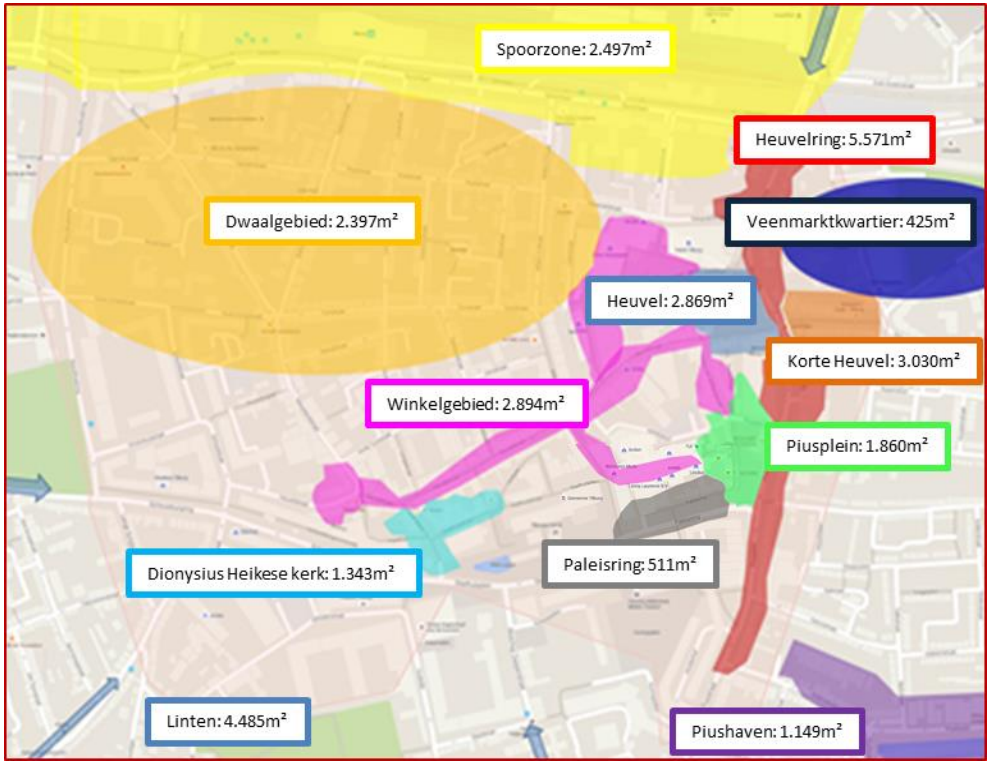
Toelichting & randvoorwaarden

- In de tabel is een uiteenzetting gedaan van de gebieden waar in onze optiek uitbreiding kan plaatsvinden. Tevens is aangegeven waar de focus op dient te liggen (conceptueel). Deze focus is niet altijd bruikbaar om initiatieven te toetsen, echter geeft het een handvat bij actieve acquisitie op type formules die gewenst zijn.
- Aangezien de benoemde horecagebieden soms worden overlapt door meerdere sfeergebieden is per sfeergebied aangegeven of er uitbreidingsmogelijkheden zijn. Ter verduidelijking: in het Kernwinkelgebied is het niet wenselijk dat er restaurants komen, aangezien deze vaak alleen 's avonds geopend zijn. Er ontstaan dan overdag 'zwarte gaten' in het winkelbeeld, wat niet wenselijk is.
- Voor bepaalde concepten zijn uitzonderingen (zie pagina 78).
- Indien in Stadsdeel Overig Centrum bedrijven buiten de in de tweede kolom genoemde horeca- en ontwikkelgebieden verdwijnen en niet worden ingevuld door nieuwe concepten, dient indien mogelijk deze ruimte te worden verschoven naar deze horeca- en ontwikkelgebieden.

Voorkeurslocaties

- Wij benoemen een aantal voorkeurslocaties voor de realisatie van uitbreiding, gebaseerd op de vastgestelde 'dna's' van de gebieden en ter versterking van de signatuur.
- Voor de restaurantsector zijn dat:
  - Piusplein
  - Spoorzone
  - Toeristisch buitengebied

Restaurantsector: 10 bedrijven / circa 1.540m2 vvo				
Sfeergebieden gemeente	**Horecagebieden Van Spronsen**	**Strategie**	**Voorkeur?**	**Toelichting**
Horecaconcentratiegebied	Heuvel	Ontwikkelen		
	Korte Heuvel	Consolideren		
	Piusplein	Ontwikkelen	Voorkeur	
	Paleisring	Consolideren		
	Heuvelring/Piusstraat	Ontwikkelen		
	Dionysius Heikese Kerk	Ontwikkelen		
Kernwinkelgebied	Winkelgebied	Terugdringen		
Sfeer/Ontwikkelgebieden	**Horecagebieden Van Spronsen**			
Dwaalgebied	Dwaalgebied	Ontwikkelen		
Piushaven	Piushaven	Ontwikkelen		Beperkt
Spoorzone	Spoorzone	Ontwikkelen	Voorkeur	
Veemartkwartier	Veemartkwartier	Ontwikkelen		
Linten	Linten	Consolideren		
Woongebieden				
Overig centrum		Terugdringen		
Oud Zuid		Consolideren		
Oud Noord		Consolideren		
West		Ontwikkelen		
Noord		Ontwikkelen		
Oost		Consolideren		
Zuid-oost		Consolideren		
Zuid-west		Consolideren		
Reeshof		Ontwikkelen		
Omliggende kernen				
Berkel-Enschot		Ontwikkelen		
Udenhout		Consolideren		
Buitengebied				
Toeristisch buitengebied		Ontwikkelen	Voorkeur	



6. Advies

6.8 Uitbreidingspotentieel per gebied: drankensector

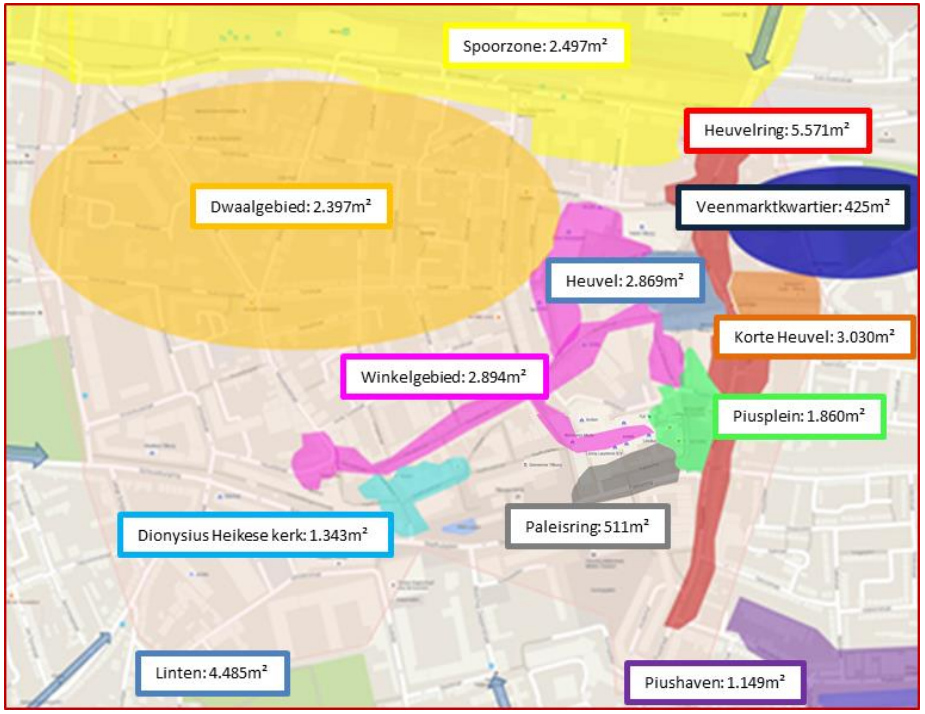
Toelichting & randvoorwaarden

- In de tabel is een uiteenzetting gedaan van de gebieden waar in onze optiek uitbreiding kan plaatsvinden.
- Aangezien de benoemde horecagebieden soms worden overlapt door meerdere sfeergebieden is per sfeergebied aangegeven of er uitbreidingsmogelijkheden zijn. Ter verduidelijking: in het Winkelgebied is het niet wenselijk dat er cafés komen omdat deze met name 's nachts geopend zijn. Er ontstaan dan overdag 'zwarte gaten' in het winkelbeeld, wat niet wenselijk is.
- Voor bepaalde concepten zijn uitzonderingen (zie pagina 78).
- Indien in Stadsdeel Overig Centrum bedrijven buiten de in de tweede kolom genoemde horeca- en ontwikkelgebieden verdwijnen en niet worden ingevuld door nieuwe concepten, dient indien mogelijk deze ruimte te worden verschoven naar deze horeca- en ontwikkelgebieden.

Voorkeurslocaties

- Wij benoemen een aantal voorkeurslocaties voor de realisatie van uitbreiding, gebaseerd op de vastgestelde 'dna's' van de gebieden en ter versterking van de signatuur.
- Voor de drankensector zijn dat:
  - Korte Heuvel
  - Spoorzone

Drankensector: 9 bedrijven / circa 1.600m2 vvo				
Sfeergebieden gemeente	**Horecagebieden Van Spronsen**	**Strategie**	**Voorkeur?**	**Toelichting**
Horecaconcentratiegebied	Heuvel	Consolideren		
	Korte Heuvel	Ontwikkelen	Voorkeur	
	Piusplein	Ontwikkelen		
	Paleisring	Consolideren		
	Heuvelring/Piusstraat	Ontwikkelen		Discotheek is reeds gerealiseerd
	Dionysius Heikese Kerk	Ontwikkelen		Aansluitend op ontwikkeling Stadhuis
Kernwinkelgebied	Winkelgebied	Terugdringen		
Sfeer/Ontwikkelgebieden	**Horecagebieden Van Spronsen**			
Dwaalgebied	Dwaalgebied	Consolideren		
Piushaven	Piushaven	Consolideren		
Spoorzone	Spoorzone	Ontwikkelen	Voorkeur	Zalen/party
Veemartkwartier	Veemartkwartier	Ontwikkelen		
Linten	Linten	Terugdringen		
Woongebieden				
Overig centrum		Terugdringen		
Oud Zuid		Consolideren		
Oud Noord		Consolideren		
West		Ontwikkelen		
Noord		Ontwikkelen		
Oost		Consolideren		
Zuid-oost		Consolideren		
Zuid-west		Consolideren		
Reeshof		Ontwikkelen		
Omliggende kernen				
Berkel-Enschot		Consolideren		
Udenhout		Consolideren		
Buitengebied				
Toeristisch buitengebied		Consolideren		



6. Advies

6.9 Uitbreidingspotentieel per gebied: fastservicesector

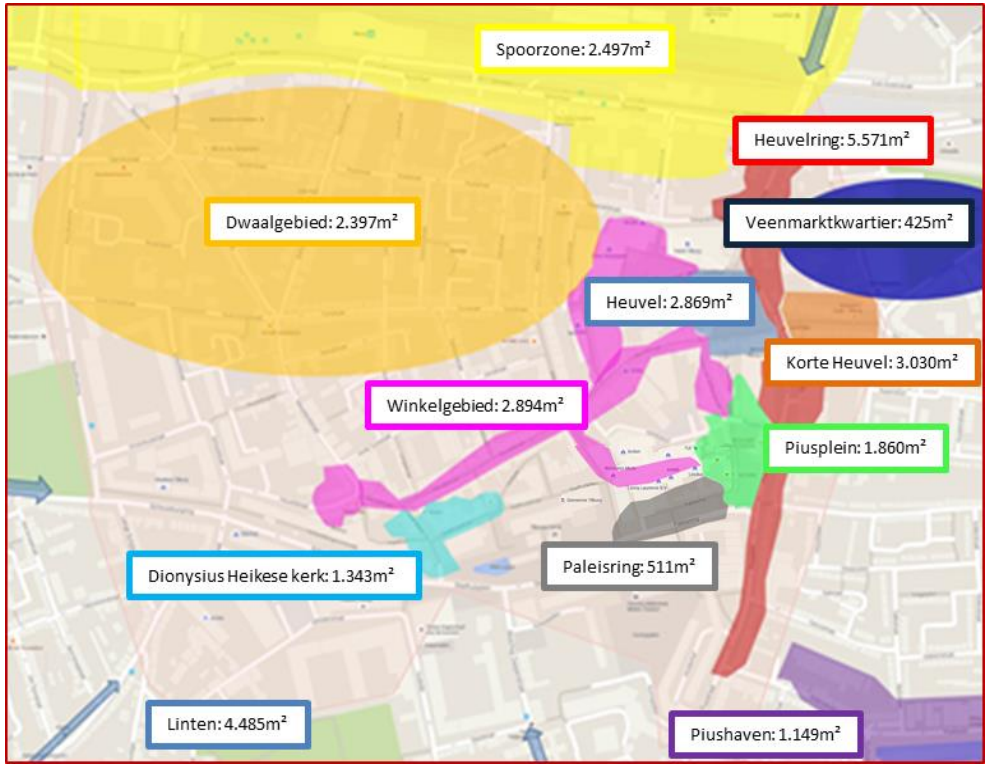
Toelichting & randvoorwaarden

- In de tabel is een uiteenzetting gedaan van de gebieden waar in onze optiek uitbreiding kan plaatsvinden.
- Aangezien de benoemde horecagebieden soms worden overlapt door meerdere sfeergebieden is per sfeergebied aangegeven of er uitbreidingsmogelijkheden zijn. Ter verduidelijking: Ter verduidelijking: in het Winkelgebied is het niet wenselijk dat er ontnuchteringszaken (shoarmazaken/snackbar) komen omdat deze met name ‘s nachts geopend zijn.
- Voor bepaalde concepten zijn uitzonderingen (zie pagina 78).
- Indien in Stadsdeel Overig Centrum bedrijven buiten de in de tweede kolom genoemde horeca- en ontwikkelgebieden verdwijnen en niet worden ingevuld door nieuwe concepten, dient indien mogelijk deze ruimte te worden verschoven naar deze horeca- en ontwikkelgebieden.

Voorkeurslocaties

- Wij benoemen een aantal voorkeurslocaties voor de realisatie van uitbreiding, gebaseerd op de vastgestelde ‘dna’s’ van de gebieden en ter versterking van de signatuur.
- Voor de fastservicesector zijn dat:
  - Winkelgebied
  - Dwaalgebied
  - Reeshof

Fastervice sector: 5 bedrijven / circa 330m2 vvo				
Sfeergebieden gemeente	**Horecagebieden Van Spronsen**	**Strategie**	**Voorkeur?**	**Toelichting**
Horecaconcentratiegebied	Heuvel	Terugdringen		
	Korte Heuvel	Consolideren		
	Piusplein	Consolideren		
	Paleisring	Consolideren		
	Heuvelring/Piusstraat	Ontwikkelen		
	Dionysius Heikese Kerk	Consolideren		
Kernwinkelgebied	Winkelgebied	Ontwikkelen	Voorkeur	
Sfeer/Ontwikkelgebieden	**Horecagebieden Van Spronsen**			
Dwaalgebied	Dwaalgebied	Ontwikkelen	Voorkeur	Mengformules
Piushaven	Piushaven	Consolideren		
Spoorzone	Spoorzone	Ontwikkelen		
Veemartkwartier	Veemartkwartier	Consolideren		
Linten	Linten	Consolideren		
Woongebieden				
Overig centrum		Terugdringen		
Oud Zuid		Ontwikkelen		AaBee fabriek
Oud Noord		Terugdringen		
West		Consolideren		
Noord		Consolideren		
Oost		Consolideren		
Zuid-oost		Consolideren		
Zuid-west		Consolideren		
Reeshof		Ontwikkelen	Voorkeur	
Omliggende kernen				
Berkel-Enschot		Consolideren		
Udenhout		Consolideren		
Buitengebied				
Toeristisch buitengebied		Ontwikkelen		



6. Advies

6.10 Actielijnen concentratiegebieden

Actielijnen Heuvel

- Inzetten op horeca met zitplaatsen (koffie, lunch, borrel, diner), als meeting point. Ook van toegevoegde waarde voor zakelijke omgeving.
- Beeldkwaliteit buitenruimte verbeteren (zicht op doorgaande weg)
- Gewenste signatuur van terrasplein continueren en inzetten op terrasconcepten.
- Terugdringen fastservice concepten (afbreuk beeldkwaliteit van sfeerbepalend plein)

Actielijnen Korte Heuvel

- Aandacht voor toekomstige connectie met gebied Veemarktkwartier
- 'Vermarkten' van sterk en gezellig uitgaansgebied

Piusplein

- Focus op versterking als uitgaanscluster
- Upgraden buitenruimte
- Geen uitbreiding van snack- of fastfoodformules.

Paleisring

- Prioriteit op verbetering van de buitenruimte (panden, straat, groen, schoon)
- Gene daghoreca, focus op nachthoreca.

Heuvelring/Piusstraat

- Focus Heuvelring als uitgaansgebied → specifieke profilering.
- Pop-up concepten mogelijk
- Aansluiting op Korte Heuvel

Dionysius Heikesekerk

- Connectie met ontwikkeling van het winkelrondje/ stadhuis
- Inzetten op connectie ie (communicatie & zichtlijnen) met theater. Omarming 'culturele as': Focus op avondhoreca zoals restaurants of een wijnbar, ondersteunend aan het culturele aanbod in de directe omgeving.
- Verduidelijken ijkpunt in relatie tot winkelgebied.

Winkelgebied

- Hoofdaders van winkelgebied kennen beperkt horeca-aanbod. Beperkt aanpassingen gewenst, om horeca geconcentreerd te houden in de overige horecaconcentratiegebieden.
- Nieuwe horeca binnen het winkelgebied dient overdag geopend te zijn (geen gesloten gevels tijdens winkeltijden).
- Nieuwe horeca: Sturen op differentiatie binnen daghoreca met sterke formules gericht op gezond (sandwiches, sappen, salades, pasta's), maar ook ruimte voor de 'vette hap'. .
- Mengfuncties met winkels (shop in shop)→ Regelgeving van belang.

6. Advies

6.10 Actielijnen ontwikkelgebieden

Dwaalgebied

- Focus op daghoreca op strategische zichtlocaties ter bevordering van natuurlijke loop.
- Kleinschalige boetiekjes & ateliers.
- Versterken en vermarkten van signatuur

Veemarktkwartier

- Verbinding met Korte Heuvel
- Ontwikkeling in relatie tot en ondersteunend aan cultureel karakter van het gebied

Piushaven

- Gedoseerde ontwikkeling, alleen in restaurantsector met concepten die zich op doelbezoek richten (luxe restaurant, partijen).
- Inzetten op verbinding met toeristisch buitengebied
- Inzetten op leisure functies ter verhoging van aantrekkelijkheid verblijfsklimaat.

Linten

- (Passief) Terugdringen aanbod restaurant- en dranksector
- Alleen ontwikkeling van horeca in categorie II (met name wijkvoorzienend , snackbars e.d) .
- Overkoepelende aanpak met ‘lintenmanagement’.

Spoorzone

- Alleen ontwikkeling op de bijzondere plekken(monumentale panden) en bij station.
- Voorkeurlocatie voor alle sectoren.

6. Advies

6.11 Uitzonderingen uitbreidingsplafond

Uitzonderingen

Er is een aantal uitzonderingen op het uitbreidingspotentieel. Als nieuwe initiatieven voldoen aan onderstaande criteria dan zijn de vierkante meters additioneel op het vastgestelde uitbreidingspotentieel.

Uitzonderingen op het uitbreidingspotentieel

Pareltjes

- Voor nieuwe innovatieve concepten die een initiële aantrekkingskracht hebben op nieuwe doelgroepen is ten alle tijden ruimte.
- Hierbij kan gedacht worden aan sterrenrestaurants, een grootschalig multifunctioneel uitgaanscomplex. Voorwaarde is dat het bedrijf een aanzienlijk deel van de bezoekers trekt van buiten Tilburg en omgeving waardoor het aantal bezoekers aan de stad zal toenemen.

Periferie

- Eventuele nieuwe horeca met ligging aan de snelweg valt slechts voor een klein deel binnen het uitbreidingspotentieel. Deze bedrijven trekken hoofdzakelijk bezoekers vanuit weggebruikers, waarvan het type horecabezoek geen vraag wegneemt bij de horeca elders in de stad.
- Dit is echter wel formule afhankelijk en zal per geval specifiek bekeken moeten worden.
- Clustering van snelweg horeca werkt versterkend voor de aantrekkingskracht op potentiele bezoekers.

Bron: McDonald's

Prethoreca

- Ondersteunende horeca aan leisure en recreatiegebieden, zoals wellnesscentra, pretparken en natuurparken, valt niet binnen het uitbreidingspotentieel.
- Leisurebedrijven trekken een eigen markt naar zich toe.

Bron: Sauna Leliehof

Toetsingskader 'pareltjes'

Pareltjes zijn bedrijven die qua karakter, uitstraling, ligging, concept bijdragen aan een sterke uitstraling van het gebied.

Pareltjes hebben een bovenregionale koopmoeitebereidheid, en trekken derhalve een overgroot deel van de bezoekers van buiten de stad

Hoe toetst men een pareltje? Het is niet wetenschappelijk te onderbouwen. Hieronder enige handvatten om grip te krijgen op de toetsing:

1. Het concept dient iets toe te voegen aan het bestaande aanbod (uniciteit).
2. Kopstukken qua ondernemer/gezicht (sterrenchef, top dj)
3. Het betreft een topmerk (ook branchevreemd)
4. Concept komt veelvuldig voor in de vakliteratuur en andere media
5. 's Werelds/'s lands grootste/hoogste/diepste/eerste….

BIJLAGEN

3. Horeca aanbod

Lijst bedrijven

Nr.	Handelsnaam	Straatvestiging	Huisnrr	Huisnr.	Postcodevestiging	Plaatsvestiging	Stadsdeel	Sector
1	Van Opstal	Burg Brendersstraat	3		5056 HX	BERKEL-ENSCHOT	Berkel-Enschot	Drank
2	Café De Bron	Burg Brendersstraat	1		5056 HX	BERKEL-ENSCHOT	Berkel-Enschot	Drank
3	Boerderij Denissen	Generaal Eisenhowerweg	1		5056 CR	BERKEL-ENSCHOT	Berkel-Enschot	Drank
4	Joop Ooms Sport	Generaal Eisenhowerweg	3		5056 CR	BERKEL-ENSCHOT	Berkel-Enschot	Drank
5	Après-skihut Skish Indoorski + Squash TILBURG	Generaal Eisenhowerweg	7		5056 CR	BERKEL-ENSCHOT	Berkel-Enschot	Drank
6	Simol Clubhuis Exploitatie MHC	Generaal Eisenhowerweg	11		5056 CR	BERKEL-ENSCHOT	Berkel-Enschot	Drank
7	Denksportcentrum Berkel Enschot	Molenstraat	12		5056 JC	BERKEL-ENSCHOT	Berkel-Enschot	Drank
8	Het Raadhuis	Raadhuisstraat	54		5056 HD	BERKEL-ENSCHOT	Berkel-Enschot	Drank
9	Zalenverhuur 't Raadhuis	Raadhuisstraat	54		5056 HD	BERKEL-ENSCHOT	Berkel-Enschot	Drank
10	Arbie's Beachhouse	Rauwbrakenweg	38		5056 EJ	BERKEL-ENSCHOT	Berkel-Enschot	Drank
11	Café-Rest. Sporthal Het Ruiven	Vlierakkerweg	4	A	5056 NA	BERKEL-ENSCHOT	Berkel-Enschot	Drank
12	Cafe de Paris	Emmastraat	1	A	5038 WB	TILBURG	Centrum	Drank
13	The Cybe	Fabriekstraat	22		5038 EN	TILBURG	Centrum	Drank
14	Groot Kafee 't Vaticaan	Heuvel	2		5038 CN	TILBURG	Centrum	Drank
15	Studio TILBURG	Heuvel	7	9	5038 CN	TILBURG	Centrum	Drank
16	Café Polly Maggoo	Heuvel	10		5038 CN	TILBURG	Centrum	Drank
17	Weemoed	Heuvel	12		5038 CN	TILBURG	Centrum	Drank
18	Café Stoffel	Heuvel	13		5038 CN	TILBURG	Centrum	Drank
19	Cafe Tribunaal	Heuvel	14		5038 CN	TILBURG	Centrum	Drank
20	Café Heuvel 15	Heuvel	15		5038 CN	TILBURG	Centrum	Drank
21	Café 't Buitenbeentje	Heuvel	15	A	5038 CN	TILBURG	Centrum	Drank
22	Le Clochard	Heuvel	16		5038 CN	TILBURG	Centrum	Drank
23	Vivian Choo	Heuvel	18		5038 CN	TILBURG	Centrum	Drank
24	Café Philip	Heuvel	38		5038 CP	TILBURG	Centrum	Drank
25	Café de Slijterij	Heuvel	42		5038 CS	TILBURG	Centrum	Drank
26	Cafe Bakker (Clancy's)	Heuvel	44		5038 CS	TILBURG	Centrum	Drank
27	Cafe Babbus	Heuvel	46		5038 CS	TILBURG	Centrum	Drank
28	De Nacht	Heuvel	48	A	5038 CS	TILBURG	Centrum	Drank
29	Muziekcafe Cul de Sac	Heuvel	48		5038 CS	TILBURG	Centrum	Drank
30	Square	Heuvelpoort	324		5038 DT	TILBURG	Centrum	Drank
31	De Heuvel Gallery	Heuvelring	35	37	5038 CJ	TILBURG	Centrum	Drank
32	Club Plaza	Heuvelring	51		5038 CJ	TILBURG	Centrum	Drank
33	Cafe Qwibus/PartyProf	Heuvelring	98		5038 CL	TILBURG	Centrum	Drank
34	De Zwagers	Heuvelring	104		5038 CL	TILBURG	Centrum	Drank
35	Extase TILBURG	Heuvelring	112		5038 CL	TILBURG	Centrum	Drank
36	Café De Kok	Heuvelring	114		5038 CL	TILBURG	Centrum	Drank
37	EPIC TILBURG	Heuvelring	116		5038 CL	TILBURG	Centrum	Drank
38	Saints Poolcenter	Heuvelring	222		5038 CL	TILBURG	Centrum	Drank
39	Wijnbar Corton	Heuvelstraat	139		5038 AD	TILBURG	Centrum	Drank
40	Eetcafé Langeboom	Nieuwlandstraat	1		5038 SL	TILBURG	Centrum	Drank
41	Brasserie-Cafe Noir	Nieuwlandstraat	51		5038 SM	TILBURG	Centrum	Drank
42	Lunchcafé Nieuwland	Nieuwlandstraat	66		5038 SP	TILBURG	Centrum	Drank
43	Boulevard cafe	Noordstraat	51		5038 EG	TILBURG	Centrum	Drank
44	Brasserie De Burgerij	Noordstraat	87		5038 EH	TILBURG	Centrum	Drank
45	Gin Fizz	Oranjestraat	4	6	5038 WC	TILBURG	Centrum	Drank
46	Eetcafé bij Dorus	Oude Markt	3		5038 TJ	TILBURG	Centrum	Drank
47	Feestcafé De Prins van Oranje	Paleisring	15		5038 WD	TILBURG	Centrum	Drank
48	Skihut	Paleisring	17		5038 WD	TILBURG	Centrum	Drank
49	Café 't Elfde Gebod	Paleisring	23		5038 WD	TILBURG	Centrum	Drank

VAN SPRONSEN & PARTNERS
horeca - advies

3. Horeca aanbod

Lijst bedrijven

Nr.	Handelsnaam	Straatvestiging	Huisnrr	Huisnr.	Postcodevestiging	Plaatsvestiging	Stadsdeel	Sector
50	Café de Lollipop	Paleisring	25		5038 WD	TILBURG	Centrum	Drank
51	Ruby's Irish Pub (Barcode)	Paleisring	19		5038 WD	TILBURG	Centrum	Drank
52	Feesttijd (Chez zus)	Paleisring	21		5038 WD	TILBURG	Centrum	Drank
53	Café De Baret	Piusplein	3		5038 WL	TILBURG	Centrum	Drank
54	Café Joris	Piusplein	5		5038 WL	TILBURG	Centrum	Drank
55	Miller Time Cafe TILBURG	Piusplein	6		5038 WL	TILBURG	Centrum	Drank
56	Slagroom Eten & Drinken	Piusplein	6	A	5038 WL	TILBURG	Centrum	Drank
57	Café Bolle / Brandpunt	Piusplein	7	8	5038 WL	TILBURG	Centrum	Drank
58	Kim's Kroeg (De Plaats)	Piusplein	61		5038WP	TILBURG	Centrum	Drank
59	Ambiance	Piusstraat	4		5038 WS	TILBURG	Centrum	Drank
60	Plato	Schouwburgring	200		5038 TM	TILBURG	Centrum	Drank
61	Wijnlokaal Leven	Stadhuisplein	164		5038 TC	TILBURG	Centrum	Drank
62	De Boekanier	Stadhuisstraat	11		5038 XZ	TILBURG	Centrum	Drank
63	Klein Cafe Van Horen Zeggen	Stadhuisstraat	15		5038 XZ	TILBURG	Centrum	Drank
64	Café De Wijn	Stadhuisstraat	17		5038 XZ	TILBURG	Centrum	Drank
65	Café Peanuts	Stadhuisstraat	19		5038 XZ	TILBURG	Centrum	Drank
66	Het Stadshuys B.V. (De Heeren van TILBURG)	Stadhuisstraat	21		5038 XZ	TILBURG	Centrum	Drank
67	Pino's Wereld Eetcafé	Stationsstraat	8		5038 ED	TILBURG	Centrum	Drank
68	De Harmonie	Stationsstraat	26		5038 ED	TILBURG	Centrum	Drank
69	Little Devil	Stationsstraat	27		5038 EA	TILBURG	Centrum	Drank
70	Eetcafé Troje	Stationsstraat	51		5038 EC	TILBURG	Centrum	Drank
71	La Cubanita TILBURG	Telegraafstraat	1		5038 BL	TILBURG	Centrum	Drank
72	Cafe Kandinsky	Telegraafstraat	58		5038 BM	TILBURG	Centrum	Drank
73	Paradox	Telegraafstraat	62		5038 BM	TILBURG	Centrum	Drank
74	Café Jack's	Tuinstraat	81		5038 DB	TILBURG	Centrum	Drank
75	Sami Swoi TILBURG	Tuinstraat	59		5038 DB	TILBURG	Centrum	Drank
76	Het Patronaat	Veemarktstraat	33		5038 CT	TILBURG	Centrum	Drank
77	Theater de Nieuwe Vorst	Willem II Straat	49		5038 BD	TILBURG	Centrum	Drank
78	Tapasbar Manana	Zwaanstraat	18		5038 BZ	TILBURG	Centrum	Drank
79	Melody Lounge	Gebroeders Deprezstraat	4		5048 AJ	TILBURG	Noord	Drank
80	Partycentrum 't Riddershof	Leharstraat	110	114	5011 KD	TILBURG	Noord	Drank
81	Café de Componist	Leharstraat	113		5011 KB	TILBURG	Noord	Drank
82	Peerke Donders	Pater Dondersstraat	14		5011 XG	TILBURG	Noord	Drank
83	Cafe Schalken	Pater Dondersstraat	15		5011 XG	TILBURG	Noord	Drank
84	Brasserie Manor	Wagnerplein	68		5011 LR	TILBURG	Noord	Drank
85	Oase	Zevenheuvelenweg	24		5048 AN	TILBURG	Noord	Drank
86	Buitenom	Broekstraat	4		5018 TD	TILBURG	Oost	Drank
87	Kantine Manege Hoefslag	Broekstraat	9		5018 TD	TILBURG	Oost	Drank
88	B&A Quirijn	Centaurusweg	142		5015 TA	TILBURG	Oost	Drank
89	Café Zomerlust	Oisterwijksebaan	15		5018 TG	TILBURG	Oost	Drank
90	Kumsal	Besterdplein	36		5014 HP	TILBURG	Oud-Noord	Drank
91	Cafe de Kauw	Besterdring	109		5014 HJ	TILBURG	Oud-Noord	Drank
92	Circus City	Ceramstraat	7		5013 BB	TILBURG	Oud-Noord	Drank
93	Schietsportcentr.De Voltreffer	Enschotsestraat	248	1	5014 DL	TILBURG	Oud-Noord	Drank
94	Café-Zaal Het Gasthuis	Gasthuisring	61	63	5041 DR	TILBURG	Oud-Noord	Drank
95	De Avond	Goirkestraat	22		5046 GK	TILBURG	Oud-Noord	Drank
96	Cafe Bierings	Goirkestraat	50		5046 GL	TILBURG	Oud-Noord	Drank
97	Eetcafe Brands	Groeseindstraat	80		5014 LX	TILBURG	Oud-Noord	Drank
98	Café Marktzicht	Kruisstraat	46		5014 HV	TILBURG	Oud-Noord	Drank

3. Horeca aanbod

Lijst bedrijven

Nr.	Handelsnaam	Straatvestiging	Huisnr	Huisnr	Postcodevestiging	Plaatsvestiging	Stadsdeel	Sector
99	Cafe van den Brekel	Hoefstraat	166		5014 NN	TILBURG	Oud-Noord	Drank
100	t Hoefke	HOEFSTRAAT	181		5014 NK	TILBURG	Oud-Noord	Drank
101	Café 't Goirke	Julianapark	23		5046 GB	TILBURG	Oud-Noord	Drank
102	Dansschool Van Opstal	Koestraat	28		5014 ED	TILBURG	Oud-Noord	Drank
103	Café Joey's en Party Center Pamukkale	Koestraat	31		5014 EA	TILBURG	Oud-Noord	Drank
104	Café Den Hoefakker	Koestraat	39		5014 EA	TILBURG	Oud-Noord	Drank
105	Café Het Uilennest	Koestraat	125		5014 EC	TILBURG	Oud-Noord	Drank
106	Bar Lounge Sortie	Koestraat	134		5014 EG	TILBURG	Oud-Noord	Drank
107	Poolcentrum 4 Friends	Koestraat	144		5014 EG	TILBURG	Oud-Noord	Drank
108	Point Lounge	Korte Nieuwstraat	1		5014 HA	TILBURG	Oud-Noord	Drank
109	Mes Ami	Leonard van Vechelstraat	1		5014 HD	TILBURG	Oud-Noord	Drank
110	Sambuca Bar	Leonard van Vechelstraat	53		5014 HD	TILBURG	Oud-Noord	Drank
111	Café De Roemer	Molenbochtstraat	65		5014 EN	TILBURG	Oud-Noord	Drank
112	Biljartcafé de Koopman	Pieter Postplein	1		5041 KH	TILBURG	Oud-Noord	Drank
113	De Romein	Professor Romeinstraat	17		5013 BX	TILBURG	Oud-Noord	Drank
114	Dolfijn Bowling TILBURG	Ringbaan-Oost	2	A	5013 CA	TILBURG	Oud-Noord	Drank
115	Quality Sport Centre	Veldhovenring	57	59C	5041 BB	TILBURG	Oud-Noord	Drank
116	Food & Drinks 't Veld	Veldhovenring	67	A	5041 BB	TILBURG	Oud-Noord	Drank
117	Bridgesocieteit Acacia	Veldhovenring	89		5041 BB	TILBURG	Oud-Noord	Drank
118	Bar Gezellig TILBURG	Wilhelminapark	40		5041 EC	TILBURG	Oud-Noord	Drank
119	Ehlikeyif Café-Lounge	Wilhelminapark	42		5041 EC	TILBURG	Oud-Noord	Drank
120	Kaffee Lambiek	Wilhelminapark	66		5041 ED	TILBURG	Oud-Noord	Drank
121	Cafe Ons Thuis	Berkdijksestraat	40		5025 VG	TILBURG	Oud-Zuid	Drank
122	Klein TILBURG	Beukenstraat	40		5038 MA	TILBURG	Oud-Zuid	Drank
123	Samata Bar	Bredaseweg	47		5038 NA	TILBURG	Oud-Zuid	Drank
124	Cafe Taverne	Bredaseweg	68		5038 NH	TILBURG	Oud-Zuid	Drank
125	Café de Fijnproever	Bredaseweg	84		5038 NH	TILBURG	Oud-Zuid	Drank
126	Café Theseus	Bredaseweg	167		5038 ND	TILBURG	Oud-Zuid	Drank
127	Cafe Bet Kolen	Broekhovenseweg	111		5021 LC	TILBURG	Oud-Zuid	Drank
128	Café de Troubadour	Capucijnenstraat	54		5025 LG	TILBURG	Oud-Zuid	Drank
129	Cafe de Watertoren	De Regenboogstraat	2		5038 NP	TILBURG	Oud-Zuid	Drank
130	Congrescentrum de Praktijk	Edisonlaan	9		5021 MA	TILBURG	Oud-Zuid	Drank
131	De Voltage	Groenstraat	139	391	5021 LL	TILBURG	Oud-Zuid	Drank
132	Berlijn Café	Korvelseweg	169		5025 JD	TILBURG	Oud-Zuid	Drank
133	Het Laar	Laarstraat	44		5025 VK	TILBURG	Oud-Zuid	Drank
134	Café de Triangel	Lanciersstraat	70		5017 CT	TILBURG	Oud-Zuid	Drank
135	Café Langerijt	Lourdesstraat	5		5017 AH	TILBURG	Oud-Zuid	Drank
136	Sociëteit Philharmonie	Oude Goirleseweg	167		5025 SB	TILBURG	Oud-Zuid	Drank
137	Pelgrimhoeve	Pelgrimsweg	27		5018 EL	TILBURG	Oud-Zuid	Drank
138	Partycentrum de Albatros	Piushaven	1	B	5017 AN	TILBURG	Oud-Zuid	Drank
139	Burgemeester Jansen	Piushaven	22		5017 AN	TILBURG	Oud-Zuid	Drank
140	Heavens Kitchen	Piushaven	21		5017 AN	TILBURG	Oud-Zuid	Drank
141	Cafe Den Bingo	Radiostraat	23		5021 LK	TILBURG	Oud-Zuid	Drank
142	Cafetaria eetcafe d'n Engel	Sint Annaplein	25		5038 TV	TILBURG	Oud-Zuid	Drank
143	Café De Korenbloem	Staringstraat	1		5025 TV	TILBURG	Oud-Zuid	Drank
144	Eetcafé No Sikiriki	Trouwlaan	189		5021 WG	TILBURG	Oud-Zuid	Drank
145	Cafe Dongewijk	Dongewijkdreef	40		5045 NH	TILBURG	Reeshof	Drank
146	Grand Café Reeshof	Heereveldendreef	10		5043 EX	TILBURG	Reeshof	Drank
147	Cafetaria Triborgh	Kronenbergstraat	10		5045 NC	TILBURG	Reeshof	Drank

3. Horeca aanbod

Lijst bedrijven

Nr.	Handelsnaam	Straatvestiging	Huisnr	Huisnr.	Postcodevestiging	Plaatsvestiging	Stadsdeel	Sector
148	Bien Venue	Bredaseweg	525		5036 NA	TILBURG	Reeshof	Drank
149	Sportcafe De Roomley	Groenvelde	20		5071 AJ	UDENHOUT	Udenhout	Drank
150	De Kreiterij	Kreitenmolenstraat	19		5071 BA	UDENHOUT	Udenhout	Drank
151	Uitspanning Boer Robben	Molenhoefstraat	44		5071 RM	UDENHOUT	Udenhout	Drank
152	Brasserie Duinhoeve	Oude Bosschebaan	4		5071 RR	UDENHOUT	Udenhout	Drank
153	Café Zaal 't Centrum	Slimstraat	1		5071 EG	UDENHOUT	Udenhout	Drank
154	Cafe-Partycentrum de Schol	Stationstraat	13		5071 BS	UDENHOUT	Udenhout	Drank
155	't Plein	Tongerloplein	1		5071 CX	UDENHOUT	Udenhout	Drank
156	T-sports	Academielaan	5		5037 ET	TILBURG	West	Drank
157	Stapperij de Korenbloem	Bredaseweg	261		5037 LA	TILBURG	West	Drank
158	Het Dorstige Hert	Bredaseweg	397		5037 LD	TILBURG	West	Drank
159	De Roos Horeca-Expl. - HC TILBURG	Bredaseweg	447		5036 NA	TILBURG	West	Drank
160	Biljartcentrum Roothaert	Daniel Josephus Jittastr	2		5042 MX	TILBURG	West	Drank
161	Paviljoen Grotto	Oude Warande	3		5036 NE	TILBURG	West	Drank
162	Bosvreugd	Reeshofdijk	12		5044 VB	TILBURG	West	Drank
163	Daltons	Thomas van Aquinostraat	59		5042 HA	TILBURG	West	Drank
164	Grand-Café Esplanada	Warandelaan	2		5037 AB	TILBURG	West	Drank
165	Tuinhuis Culinair	Westermarkt	5		5042 MC	TILBURG	West	Drank
166	Het Wandelbos	Zwartvenseweg	25		5044 PA	TILBURG	West	Drank
167	Paviljoen Akina	Goirleseweg	34	A	5026 PC	TILBURG	Zuidoost	Drank
168	Sportcafé de Blaak	Grebbe	63		5032 RR	TILBURG	Zuidwest	Drank
169	Bommel Beer	Olympiaplein	1		5022 DW	TILBURG	Zuidoost	Drank
170	Horeca T Kwadraat	Olympiaplein	383		5022 DX	TILBURG	Zuidoost	Drank
171	Manege Thielen	Oudelijn	7		5032 PC	TILBURG	Zuidwest	Drank
172	Goodfellas Sportsbar	Professor Goossenslaan	22		5022 DM	TILBURG	Zuidoost	Drank
173	La Piscine	Stappegoorweg	1		5022 DA	TILBURG	Zuidoost	Drank
174	Overtime Sportsbar	Stappegoorweg	3	A	5022 DA	TILBURG	Zuidoost	Drank
1	De Oude Raadskelder	Burg Brendersstraat	5		5056 HX	BERKEL-ENSCHOT	Berkel-Enschot	Fastservice
2	Cafetaria Eikenbosch	Eikenbosch	19		5056 GB	BERKEL-ENSCHOT	Berkel-Enschot	Fastservice
3	Pizzeria Grillroom Mamamia	Kerkstraat	7	A	5056 AA	BERKEL-ENSCHOT	Berkel-Enschot	Fastservice
4	Cafetaria-Eetcafé Van Riemsdijk	Kerkstraat	34	A	5056 AC	BERKEL-ENSCHOT	Berkel-Enschot	Fastservice
5	Shoarma-pizzeria De Nijl	Eikenbosch	32		5056 JC	BERKEL-ENSCHOT	Berkel-Enschot	Fastservice
6	Karnak	Heuvel	6		5038 CN	TILBURG	Centrum	Fastservice
7	KFC TILBURG	Heuvel	19		5038 CP	TILBURG	Centrum	Fastservice
8	Lucky Hill Snacks	Heuvel	21		5038 CP	TILBURG	Centrum	Fastservice
9	Simit Plaza	Heuvel	27		5038 CP	TILBURG	Centrum	Fastservice
10	Bakkertje Bol	Heuvel	29		5038 CP	TILBURG	Centrum	Fastservice
11	Cafetaria Tropical	Heuvelpoort	304		5038 DT	TILBURG	Centrum	Fastservice
12	IJssalon Intermezzo	Heuvelring	31		5038 CJ	TILBURG	Centrum	Fastservice
13	Heuvel Chicken	Heuvelring	39	B	5038 CJ	TILBURG	Centrum	Fastservice
14	Broodjeszaak De Ritz	Heuvelring	43		5038 CJ	TILBURG	Centrum	Fastservice
15	Soups & Shakes	Heuvelring	130	-2	5038 CL	TILBURG	Centrum	Fastservice
16	Limon eerlijk ijs	Heuvelring	226		5038 CL	TILBURG	Centrum	Fastservice
17	De Frietboetiek	Heuvelstraat	3		5038 AA	TILBURG	Centrum	Fastservice
18	De Pannekoekenbakker	Heuvelstraat	40		5038 AE	TILBURG	Centrum	Fastservice
19	FEBO TILBURG	Heuvelstraat	50		5038 AG	TILBURG	Centrum	Fastservice
20	Bakkerij Bart	Heuvelstraat	85		5038 AC	TILBURG	Centrum	Fastservice
21	Van Vlerken	Heuvelstraat	116		5038 AH	TILBURG	Centrum	Fastservice
22	Frozi Yogi	Heuvelstraat	118		5038 AH	TILBURG	Centrum	Fastservice

3. Horeca aanbod

Lijst bedrijven

Nr.	Handelsnaam	Straatvestiging	Huisnrv	Huisnr.	Postcodevestiging	Plaatsvestiging	Stadsdeel	Sector
23	koffiebar Locals	Heuvelstraat	128		5038 AH	TILBURG	Centrum	Fastservice
24	Cafetaria Stolberg	Juliana van Stolbergstr	18		5038 AM	TILBURG	Centrum	Fastservice
25	Leescafé De Kleine Prins	Koningsplein	10		5038 WG	TILBURG	Centrum	Fastservice
26	Valentino's	Lieve Vrouweplein	13		5038 TS	TILBURG	Centrum	Fastservice
27	Villa Royal	Noordstraat	36		5038 EJ	TILBURG	Centrum	Fastservice
28	Bagels & Beans	Oude Markt	2		5038 TJ	TILBURG	Centrum	Fastservice
29	Restaria Broodje de Buffel	Oude Markt	7		5038 TJ	TILBURG	Centrum	Fastservice
30	Faja Lobi	Oude Markt	9		5038 TJ	TILBURG	Centrum	Fastservice
31	Multi-Vlaai	Oude Markt	11		5038 TJ	TILBURG	Centrum	Fastservice
32	Broodje Jantje	Pieter Vreedeplein	2		5038 BP	TILBURG	Centrum	Fastservice
33	Chico Fried Chicken	Pieter Vreedeplein	3	B	5038 DC	TILBURG	Centrum	Fastservice
34	Monkey coffee	Pieter Vreedeplein	160		5038 BW	TILBURG	Centrum	Fastservice
35	Subway TILBURG	Piusplein	1		5038 WL	TILBURG	Centrum	Fastservice
36	Wok to go TILBURG	Piusplein	54		5038 WN	TILBURG	Centrum	Fastservice
37	McDonald's TILBURG Centrum	Piusplein	75		5038 WP	TILBURG	Centrum	Fastservice
38	Eethuis Salman	Piusstraat	2		5038 WS	TILBURG	Centrum	Fastservice
39	Grieks Snackcafetaria Rhodos	Piusstraat	6		5038 WS	TILBURG	Centrum	Fastservice
40	Lunchroom De Carrousel	Schouwburgring	1		5038 TK	TILBURG	Centrum	Fastservice
41	De Broodzaak (station TILBURG)	Spoorlaan	39		5038 CB	TILBURG	Centrum	Fastservice
42	Doner company	Spoorlaan	45		5038 CB	TILBURG	Centrum	Fastservice
43	Smullers	Spoorlaan	45		5038 CB	TILBURG	Centrum	Fastservice
44	Breexz	Spoorlaan	47		5038 CB	TILBURG	Centrum	Fastservice
45	Subway Spoorlaan TILBURG	Spoorlaan	372	A	5038 CD	TILBURG	Centrum	Fastservice
46	Subway	Spoorlaan	374		5038 CD	TILBURG	Centrum	Fastservice
47	New Yogurt	Stadhuisplein	165		5038 TC	TILBURG	Centrum	Fastservice
48	Restaria Lunchroom De Katterug	Stadhuisplein	321	322	5038 TH	TILBURG	Centrum	Fastservice
49	Spicy Shalom	Stationsstraat	10		5038 ED	TILBURG	Centrum	Fastservice
50	Beans & Bites	Stationsstraat	14		5038 ED	TILBURG	Centrum	Fastservice
51	BUUTVRIJ creatief koffiecafé	Stationsstraat	49		5038 EC	TILBURG	Centrum	Fastservice
52	Cafetaria Tasty	Telegraafstraat	1	A	5038 BL	TILBURG	Centrum	Fastservice
53	Elmas Broodjeshuis	Tuinstraat	35		5038 DA	TILBURG	Centrum	Fastservice
54	Mugs & Muffins	Willem II Straat	57		5038 BD	TILBURG	Centrum	Fastservice
55	Kras 2	Willem II Straat	27		5038 BA	TILBURG	Centrum	Fastservice
56	SB Daily	Pieter Vreedeplein	50			TILBURG	Centrum	Fastservice
57	Smaak lokaal	Juliana van Stolbergstr	25			TILBURG	Centrum	Fastservice
58	Veganity Foods	Heuvelstraat	139		5038 AD	TILBURG	Centrum	Fastservice
59	McDonald's Reeshof	Aphroditestraat	18		5047 TW	TILBURG	Noord	Fastservice
60	Chapeau	Aresstraat	11		5048 CD	TILBURG	Noord	Fastservice
61	Cafetaria De Schans	De Schans	87		5011 EN	TILBURG	Noord	Fastservice
62	Boerske TILBURG	Hestiastraat	1		5047 VA	TILBURG	Noord	Fastservice
63	Cafetaria-resto de Heikant	Leharstraat	42		5011 KC	TILBURG	Noord	Fastservice
64	Shoarma-Pizzeria Babo	Leharstraat	76	A	5011 KD	TILBURG	Noord	Fastservice
65	Cafetaria Offenbach	Offenbachstraat	153		5011 EH	TILBURG	Noord	Fastservice
66	Abu Simbel	Verdiplein	109		5049 NR	TILBURG	Noord	Fastservice
67	'Verdi' Snackcorner	Verdiplein	111		5049 NR	TILBURG	Noord	Fastservice
68	Tran Nhu Y	Wagnerplein	55		5011 LR	TILBURG	Noord	Fastservice
69	Tammy's	Kapitein Nemostraat	85		5015 AL	TILBURG	Oost	Fastservice
70	CAFETARIA Po - on	ARKE NOESTRAAT	15		5041 LK	TILBURG	Oud-Noord	Fastservice
71	Kelly's Corner	Balistraat	12		5014 BH	TILBURG	Oud-Noord	Fastservice

3. Horeca aanbod

Lijst bedrijven

Nr.	Handelsnaam	Straatvestiging	Huisnr	Huisnr.	Postcodevestiging	Plaatsvestiging	Stadsdeel	Sector
72	De Kapitein	Besterdring	5		5014 HG	TILBURG	Oud-Noord	Fastservice
73	Döner Pizza Didim	Besterdring	41		5014 HG	TILBURG	Oud-Noord	Fastservice
74	Cigköftum	Besterdring	83		5014 HH	TILBURG	Oud-Noord	Fastservice
75	Sofram	Besterdring	104	A	5014 HM	TILBURG	Oud-Noord	Fastservice
76	Döner King TILBURG	Besterdring	115		5014 HJ	TILBURG	Oud-Noord	Fastservice
77	Restaria Den Besterd	Besterdring	119		5014 HJ	TILBURG	Oud-Noord	Fastservice
78	Eethuis Yuvam	Besterdring	159		5014 HK	TILBURG	Oud-Noord	Fastservice
79	Smeer 'm	Burgemeester Brokxlaan	8	84	5041 SB	TILBURG	Oud-Noord	Fastservice
80	Subway	Burgemeester Brokxlaan	1708		5041 SH	TILBURG	Oud-Noord	Fastservice
81	Cafetaria de Topper	Enschotsestraat	160		5014 DJ	TILBURG	Oud-Noord	Fastservice
82	Babylon	Enschotsestraat	272		5014 DL	TILBURG	Oud-Noord	Fastservice
83	Super Donor	Goirkestraat	52		5046 GL	TILBURG	Oud-Noord	Fastservice
84	Cafetaria de Vriendschap	Goirkestraat	54		5046 GL	TILBURG	Oud-Noord	Fastservice
85	Bistro Ticaro	Goirkestraat	55		5046 GD	TILBURG	Oud-Noord	Fastservice
86	Restaria Ticaro	Goirkestraat	59		5046 GD	TILBURG	Oud-Noord	Fastservice
87	Hing Ta	Groeseindstraat	117		5046 XA	TILBURG	Oud-Noord	Fastservice
88	Dönor Hoekje	Hasseltstraat	145		5046 LK	TILBURG	Oud-Noord	Fastservice
89	Cafetaria de Hasselt	Hasseltstraat	237		5046 LL	TILBURG	Oud-Noord	Fastservice
90	Picobello Eethuis	Hasseltstraat	270		5041 MB	TILBURG	Oud-Noord	Fastservice
91	Snackbar Foodplanet	Hoefstraat	125		5014 NJ	TILBURG	Oud-Noord	Fastservice
92	Cafetaria 't Hoekske	Hoefstraat	234		5014 NP	TILBURG	Oud-Noord	Fastservice
93	De Houtsnip	Houtstraat	37		5046 DH	TILBURG	Oud-Noord	Fastservice
94	Eetsalon de Rotonde	Jan Heijnsstraat	3		5041 GB	TILBURG	Oud-Noord	Fastservice
95	Family	Jan Heijnsstraat	10		5041 GB	TILBURG	Oud-Noord	Fastservice
96	Frituur 't Goirke	Julianapark	21		5046 GB	TILBURG	Oud-Noord	Fastservice
97	Griekse Cafetaria Artemis	Kardinaal de Jongplein	11		5046 DE	TILBURG	Oud-Noord	Fastservice
98	Grieks BBQ Cafetaria Kostas	Koestraat	103		5014 EB	TILBURG	Oud-Noord	Fastservice
99	Culinair bij Tante Caatje	Koestraat	131		5014 EC	TILBURG	Oud-Noord	Fastservice
100	Oriëntal Shoarma (STEAKHOUSE INN)	KOESTRAAT	149		5014 EC	TILBURG	Oud-Noord	Fastservice
101	Cafetaria 't Wolfke	Lange Nieuwstraat	74		5041 DG	TILBURG	Oud-Noord	Fastservice
102	Afhaalcentrum Melisa	Molenstraat	111		5014 NC	TILBURG	Oud-Noord	Fastservice
103	Aim Aroy	Ns Plein	10		5014 DA	TILBURG	Oud-Noord	Fastservice
104	Shoarma-Grillroom Aly Baba	Ns Plein	39		5014 DC	TILBURG	Oud-Noord	Fastservice
105	Cafetaria Ke	Pieter Postplein	28		5041 KH	TILBURG	Oud-Noord	Fastservice
106	Eethuis de Smickelaar	Ringbaan-West	86		5046 VA	TILBURG	Oud-Noord	Fastservice
107	Friture Den Belg	Textielplein	32		5046 RJ	TILBURG	Oud-Noord	Fastservice
108	De IJsspecialist EDMA	Van Alphenstraat	15		5014 MS	TILBURG	Oud-Noord	Fastservice
109	La Toscana	Veldhovenring	122		5041 BE	TILBURG	Oud-Noord	Fastservice
110	By Tammy Moluks- Indisch eethuis & meer	Kempenaarplaats	2		5038 DT	TILBURG	Oud-Zuid	Fastservice
111	Cafetaria De Dijk	Berkdijksestraat	119		5025 VD	TILBURG	Oud-Zuid	Fastservice
112	CAFETARIA 'T EI	BOOMSTRAAT	18		5038 GS	TILBURG	Oud-Zuid	Fastservice
113	H & M Eetcafé	Bredaseweg	49	A	5038 NA	TILBURG	Oud-Zuid	Fastservice
114	Eethuis Bamboe	Bredaseweg	137		5038 NC	TILBURG	Oud-Zuid	Fastservice
115	Eetcafe Chi	Broekhovenseweg	39		5021 LB	TILBURG	Oud-Zuid	Fastservice
116	Pizzeria & Grillroom Kibboets	Broekhovenseweg	56		5021 LG	TILBURG	Oud-Zuid	Fastservice
117	CAFETARIA PIGASSOS	BROEKHOVENSEWEG	66		5021 LG	TILBURG	Oud-Zuid	Fastservice
118	Cafetaria Timmy	Diepenstraat	39		5025 MP	TILBURG	Oud-Zuid	Fastservice
119	Cafetaria de Eikstraat	Eikstraat	64		5038 MR	TILBURG	Oud-Zuid	Fastservice
120	Cafetaria De Bengel	Fatimastraat	79	A	5021 AM	TILBURG	Oud-Zuid	Fastservice

3. Horeca aanbod

Lijst bedrijven

Nr.	Handelsnaam	Straatvestiging	Huisnr	Huisnr	Postcodevestiging	Plaatsvestiging	Stadsdeel	Sector
121	THE LOUNGE	GROENSTRAAT	139	153	5021 LL	TILBURG	Oud-Zuid	Fastservice
122	Bestaria 't Smoske	Groenstraat	262		5021 LP	TILBURG	Oud-Zuid	Fastservice
123	Porto, Koffie en Ijs Haven 65	Havendijk	65		5017 AL	TILBURG	Oud-Zuid	Fastservice
124	Del Mondo	Hertogstraat	76		5021 CD	TILBURG	Oud-Zuid	Fastservice
125	Cafetaria Van Gool	Jan Pietersz Coenstraat	42		5018 CT	TILBURG	Oud-Zuid	Fastservice
126	Chopin	Jan Pietersz Coenstraat	42	B	5018 CT	TILBURG	Oud-Zuid	Fastservice
127	Afhaalcentrum Het Korvelplein	Korvelplein	195		5025 JX	TILBURG	Oud-Zuid	Fastservice
128	Shoarma Pizzeria Antalya	Korvelseweg	33		5025 JB	TILBURG	Oud-Zuid	Fastservice
129	Broodjeszaak Sranang	Korvelseweg	83		5025 JB	TILBURG	Oud-Zuid	Fastservice
130	Goldpalace	Korvelseweg	108		5025 JK	TILBURG	Oud-Zuid	Fastservice
131	Cafetaria J. van Iersel	Korvelseweg	119		5025 JB	TILBURG	Oud-Zuid	Fastservice
132	Cafetaria De Pan TILBURG	Korvelseweg	202	A	5025 JM	TILBURG	Oud-Zuid	Fastservice
133	Kabila	Korvelseweg	26	A	5025 JH	TILBURG	Oud-Zuid	Fastservice
134	Friet & Zo	Banningstraat	45		5025 JJ	TILBURG	Oud-Zuid	Fastservice
135	Snackbar Tommy	Leenherenstraat	1		5021 CE	TILBURG	Oud-Zuid	Fastservice
136	De Smulhoek	Leenherenstraat	43		5021 CE	TILBURG	Oud-Zuid	Fastservice
137	Cafetaria Prins	Nicolaas Knipstraat	1		5025 PH	TILBURG	Oud-Zuid	Fastservice
138	Cafetaria Anya	Nieuwstraat	124		5021 WX	TILBURG	Oud-Zuid	Fastservice
139	Caribbean Flavours (TRAN)	OERLESESTRAAT	20		5021 TV	TILBURG	Oud-Zuid	Fastservice
140	Snackbar Landsmeer	Oerlesestraat	23		5021 TS	TILBURG	Oud-Zuid	Fastservice
141	Alp Dönor Kebab	Oerlesestraat	88		5021 TW	TILBURG	Oud-Zuid	Fastservice
142	Doncurado	Piushaven	5		5017 AN	TILBURG	Oud-Zuid	Fastservice
143	Bikken & Bakken	Piushaven	20	A	5017 AN	TILBURG	Oud-Zuid	Fastservice
144	Özside	Piusstraat	154		5021 JD	TILBURG	Oud-Zuid	Fastservice
145	Cafetaria Prinsenhoeven	Prinsenhoeven	10		5017 GC	TILBURG	Oud-Zuid	Fastservice
146	CAFETARIA NOWAK	SIMON STEVINSTRAAT	23		5025 EG	TILBURG	Oud-Zuid	Fastservice
147	Sammy's afhaal	Voltstraat	2		5021 SE	TILBURG	Oud-Zuid	Fastservice
148	De Stoofpot	Buurmalsenplein	2		5043 XL	TILBURG	Reeshof	Fastservice
149	Grillroom Shoarma Pyramide	Buurmalsenplein	4		5043 XL	TILBURG	Reeshof	Fastservice
150	Cafetaria De IJsspecialist	Campenhoefdreef	11	A	5045 NZ	TILBURG	Reeshof	Fastservice
151	Kwalitaria De Vallei	Dalempromenade	42		5035 KL	TILBURG	Reeshof	Fastservice
152	't Frituurke	Dalenstraat	18		5043 EB	TILBURG	Reeshof	Fastservice
153	De Groene Vlinder	Heyhoefpromenade	27	29	5043 RA	TILBURG	Reeshof	Fastservice
154	Snackbar Heyhoef	Heyhoefpromenade	67		5043 RB	TILBURG	Reeshof	Fastservice
155	Theeschenkerij ByAnnemarie	Langendijk	146		5045 AW	TILBURG	Reeshof	Fastservice
156	Da's Andere Koek	Ketelhavenplein	43		5045 NE	TILBURG	Reeshof	Fastservice
157	Perron 3	Ketelhavenplein	45		5045 NE	TILBURG	Reeshof	Fastservice
158	De Stoofpot	Berkelseweg	12		5071 VP	UDENHOUT	Udenhout	Fastservice
159	Shoarma Grillroom Star	Kreitenmolenstraat	56	C	5071 BH	UDENHOUT	Udenhout	Fastservice
160	Snackbar den Berk	Kreitenmolenstraat	77		5071 BB	UDENHOUT	Udenhout	Fastservice
161	McDonald's Udenhout	Rijksweg	1		5071 NH	UDENHOUT	Udenhout	Fastservice
162	't Haantje	Slimstraat	20		5071 EK	UDENHOUT	Udenhout	Fastservice
163	Bij Ans	Abdij van Averbodestraat	24		5037 CB	TILBURG	West	Fastservice
164	A La Minute	Burg van de Mortelplein	41		5037 PJ	TILBURG	West	Fastservice
165	Cafetaria-Online.nl	Burg van de Mortelplein	62		5037 PK	TILBURG	West	Fastservice
166	IJs en eetsalon Tra 't Zand	Everjachtstraat	55		5042 WG	TILBURG	West	Fastservice
167	Cafetaria 't Pleintje	Jupiterstraat	15		5042 AR	TILBURG	West	Fastservice
168	Snack tacos	Luchthavenlaan	115		5042 TC	TILBURG	West	Fastservice
169	Snackbar Paletplein	Paletplein	5	A	5044 JB	TILBURG	West	Fastservice

3. Horeca aanbod

Lijst bedrijven

Nr.	Handelsnaam	Straatvestiging	Huisnr	Huisnr.	Postcodevestiging	Plaatsvestiging	Stadsdeel	Sector
170	Cafetaria Franske	Professor de Moorplein	281		5037 DN	TILBURG	West	Fastservice
171	Taco Mundo	Professor de Moorplein	491		5037 DR	TILBURG	West	Fastservice
172	Subway	Professor de Moorplein	431		5037 DR	TILBURG	West	Fastservice
173	Theetuin De Steenstuin	Reeshofdijk	10		5044 VB	TILBURG	West	Fastservice
174	De Zeven Geitjes	Reeshofdijk	18		5044 VB	TILBURG	West	Fastservice
175	Restaria 't Nieuw Belske	Thomas van Aquinostraat	47	A	5042 HA	TILBURG	West	Fastservice
176	Halal	Thomas van Aquinostraat	51		5042 HA	TILBURG	West	Fastservice
177	Lucullus	Wandelboslaan	38		5042 PD	TILBURG	West	Fastservice
178	Mixx broodjes	Wandelboslaan	40		5042 PD	TILBURG	West	Fastservice
179	Starbucks 8500	Warandelaan	2		5037 AB	TILBURG	West	Fastservice
180	Lunchroom Panache	Westermarkt	125		5042 SZ	TILBURG	West	Fastservice
181	Wimpy's Anatalia	Grebbe	32	A	5032 RT	TILBURG	Zuidwest	Fastservice
182	Snitz	Amer	17		5032 AZ	TILBURG	Zuidwest	Fastservice
183	Cafetaria Marian	Broekhovenseweg	245		5022 CC	TILBURG	Zuidoost	Fastservice
184	Cafe D.E. & Rest. Elisabeth Ziekenhuis	Hilvarenbeekseweg	60		5022 GC	TILBURG	Zuidoost	Fastservice
185	McDonald's TILBURG Zuid	Mina Krusemanweg	4		5032 ME	TILBURG	Zuidwest	Fastservice
186	Snackfactory	Olympiaplein	1		5022 DW	TILBURG	Zuidoost	Fastservice
187	Swojskie Jadlo	Pater van den Elsenplein	35		5022 EG	TILBURG	Zuidoost	Fastservice
188	Cafetaria Den Dre	Pater van den Elsenplein	51		5022 EG	TILBURG	Zuidoost	Fastservice
189	Subway TILBURG & NY Pizza	Professor Goossenslaan	20		5022 DM	TILBURG	Zuidoost	Fastservice
1	Chinees Indisch Afhaalcentrum Sung Wah	Kerkstraat	27		5056 AA	BERKEL-ENSCHOT	Berkel-Enschot	Restaurant
2	Riddershoeve	't Zwaantje	1		5056 ED	BERKEL-ENSCHOT	Berkel-Enschot	Restaurant
3	Vistro Parenzo	Emmastraat	3		5038 WB	TILBURG	Centrum	Restaurant
4	Gember & Sereh Satéspecialiteiten	Heuvel	3		5038 CN	TILBURG	Centrum	Restaurant
5	Brasserie 't Zusje TILBURG	Heuvel	5		5038 CN	TILBURG	Centrum	Restaurant
6	Talk Food	Heuvel	20		5038 CP	TILBURG	Centrum	Restaurant
7	Havana	Heuvel	22		5038 CP	TILBURG	Centrum	Restaurant
8	Karel	Heuvel	24		5038 CP	TILBURG	Centrum	Restaurant
9	Sumo Sushi & Grill Restaurant TILBURG	Heuvel	25	26	5038 CP	TILBURG	Centrum	Restaurant
10	Humphrey's Restaurant	Heuvel	34		5038 CP	TILBURG	Centrum	Restaurant
11	L'Orangerie	Heuvel	39		5038 CS	TILBURG	Centrum	Restaurant
12	Restaurant Trattoria L' Olivo	Heuvel	41		5038 CS	TILBURG	Centrum	Restaurant
13	Live Piano Bar TILBURG	Heuvel	43		5038 CS	TILBURG	Centrum	Restaurant
14	Tortillas TILBURG	Heuvel	47		5038 CS	TILBURG	Centrum	Restaurant
15	Ribsfactory TILBURG	Heuvel	49		5038 CS	TILBURG	Centrum	Restaurant
16	Taverna De Griek	Heuvelring	33		5038 CJ	TILBURG	Centrum	Restaurant
17	Mo-Jo TILBURG	Heuvelring	90		5038 CL	TILBURG	Centrum	Restaurant
18	St. Sjaak	Heuvelring	118		5038 CL	TILBURG	Centrum	Restaurant
19	Rodeo American Grill & Steak Restaurant	Heuvelring	120		5038 CL	TILBURG	Centrum	Restaurant
20	Koi Sushi Grill	Heuvelring	126		5038 CL	TILBURG	Centrum	Restaurant
21	Ibiza	Heuvelring	220		5038 CL	TILBURG	Centrum	Restaurant
22	Minos Pallas Grieks Restaurant	Heuvelring	224		5038 CL	TILBURG	Centrum	Restaurant
23	Hema Rest. TILBURG	Heuvelstraat	24		5038 AE	TILBURG	Centrum	Restaurant
24	La Place TILBURG	Heuvelstraat	33		5038 AB	TILBURG	Centrum	Restaurant
25	El Caso	Heuvelstraat	122		5038 AH	TILBURG	Centrum	Restaurant
26	Happy Italy TILBURG	Heuvelstraat	126		5038 AH	TILBURG	Centrum	Restaurant
27	Le Bistro	Juliana van Stolbergstr	6		5038 AM	TILBURG	Centrum	Restaurant
28	I Wok & Go	Juliana van Stolbergstr	23		5038 AM	TILBURG	Centrum	Restaurant
29	Restaurant-Eetcafé-Foyer Lucebert	Louis Bouwmeesterplein	1		5038 TN	TILBURG	Centrum	Restaurant

3. Horeca aanbod

Lijst bedrijven

Nr.	Handelsnaam	Straatvestiging	Huisnr	Huisnr.	Postcodevestiging	Plaatsvestiging	Stadsdeel	Sector
30	Stadscafe Meesters	Monumentstraat	6		5038 AR	TILBURG	Centrum	Restaurant
31	Prins Heerlijk Lunchcafé & Restaurant	Nieuwlandstraat	16		5038 SN	TILBURG	Centrum	Restaurant
32	Gio's Surinaams Eethuis	Noordhoekring	59		5038 GB	TILBURG	Centrum	Restaurant
33	Stadscafe de Spaarbank	Noordstraat	125		5038 EH	TILBURG	Centrum	Restaurant
34	Anvers/Anvers Boven/'t Bolleke	Oude Markt	8		5038 TJ	TILBURG	Centrum	Restaurant
35	Mas Tapas Y Vinos	Oude Markt	14		5038 TJ	TILBURG	Centrum	Restaurant
36	Lokaal Zeven	Pieter Vreedeplein	7		5038 BP	TILBURG	Centrum	Restaurant
37	Jack's Cuisine	Pieter Vreedeplein	172		5038 BW	TILBURG	Centrum	Restaurant
38	Brasserie Hoegaarden	Piusplein	2		5038 WL	TILBURG	Centrum	Restaurant
39	New Bali	Piusplein	55		5038 WP	TILBURG	Centrum	Restaurant
40	Vapiano Piusplein TILBURG	Piusplein	64		5038 WP	TILBURG	Centrum	Restaurant
41	Yammie	Piusplein	74		5038 WP	TILBURG	Centrum	Restaurant
42	Pizzeria De Haven	Piusstraat	26		5038 WS	TILBURG	Centrum	Restaurant
43	Roefus (--> 2016 Eetcafe 190)	Schouwburgring	190		5038 TM	TILBURG	Centrum	Restaurant
44	Grieks Specialiteitenrestaurant Sirtaki	Spoorlaan	380		5038 CD	TILBURG	Centrum	Restaurant
45	Chinees Restaurant Jade	Spoorlaan	406	408	5038 CG	TILBURG	Centrum	Restaurant
46	Mini Wok Stadhuisplein	Stadhuisplein	320		5038 TH	TILBURG	Centrum	Restaurant
47	Rest.-Toko-Boetiek Selamat	Stationsstraat	23		5038 EA	TILBURG	Centrum	Restaurant
48	Waanzinnig	Willem II Straat	52	A	5038 BH	TILBURG	Centrum	Restaurant
49	La Guitarra	Willem II straat	5		5038 BA	TILBURG	Centrum	Restaurant
50	La Nonna	Willem II Straat	64		5038 BH	TILBURG	Centrum	Restaurant
51	Familie Wok	Kalverstraat	75		5011 XK	TILBURG	Noord	Restaurant
52	China Fan F.C. Man	LEHARSTRAAT	129		5011 KB	TILBURG	Noord	Restaurant
53	CHINESE MUUR (Tim Wah)	VERDIPLEIN	106		5049 NR	TILBURG	Noord	Restaurant
54	De Ouwe Stokerij	Leharstraat	110		5011 KD	TILBURG	Noord	Restaurant
55	Lunchroom Loven	Siriusstraat	102		5015 BT	TILBURG	Oost	Restaurant
56	De Houtloods	Burgemeester Brokxlaan	1041		5041 RP	TILBURG	Oud-Noord	Restaurant
57	Sarban Afghaans Restaurant	Besterdring	2		5014 HL	TILBURG	Oud-Noord	Restaurant
58	Chinees-Indisch-Rest. Kin-Wah	Besterdring	82		5014 HM	TILBURG	Oud-Noord	Restaurant
59	Prik Ki Nu Thais Eethuisje	Besterdring	193		5014 HK	TILBURG	Oud-Noord	Restaurant
60	CHIN-IND RESTAURANT ORIENT	ENSCHOTSESTRAAT	159		5014 DD	TILBURG	Oud-Noord	Restaurant
61	Sardina Visspecialiteiten	Goirkestraat	28	A	5046 GK	TILBURG	Oud-Noord	Restaurant
62	Antep-Sofrasi (Karmez)	Hasseltstraat	148		5046 LN	TILBURG	Oud-Noord	Restaurant
63	Yansin	Koestraat	8		5014 ED	TILBURG	Oud-Noord	Restaurant
64	Jasmine Thais Eetcafé	Molenstraat	136		5014 NG	TILBURG	Oud-Noord	Restaurant
65	Jirawat	Ns Plein	21		5014 DB	TILBURG	Oud-Noord	Restaurant
66	Kok Verhoeven	Ns Plein	32		5014 DC	TILBURG	Oud-Noord	Restaurant
67	Enjoii Restaurant	Ns Plein	38		5014 DC	TILBURG	Oud-Noord	Restaurant
68	Chin. Ind. Rest. Ho Ho	Pieter Postplein	33		5041 KH	TILBURG	Oud-Noord	Restaurant
69	De Kleine Indo	Professor Romeinstraat	19		5013 BX	TILBURG	Oud-Noord	Restaurant
70	De Pollepel	Stedekestraat	7		5041 DM	TILBURG	Oud-Noord	Restaurant
71	RESTAURANT O VALENTIM	VALENTIJNSTRAAT	51		5014 KE	TILBURG	Oud-Noord	Restaurant
72	Eetcafe Route 58	Veldhovenring	2		5041 BC	TILBURG	Oud-Noord	Restaurant
73	Soul Café	Talent Square	333		5038 LX	TILBURG	Oud-Zuid	Restaurant
74	Villa Pastorie TILBURG	Hoevenseweg	2		5017 AE	TILBURG	Oud-Zuid	Restaurant
75	Café Het Brouwerswapen	BISSCHOP ZWIJSENSTRAAT	55		5038 VA	TILBURG	Oud-Zuid	Restaurant
76	La Roche	Bredaseweg	177		5038 ND	TILBURG	Oud-Zuid	Restaurant
77	I-PIN-KE	BREDASEWEG	105		5038 NC	TILBURG	Oud-Zuid	Restaurant
78	Pokan	Broekhovenseweg	43		5021 LB	TILBURG	Oud-Zuid	Restaurant

3. Horeca aanbod

Lijst bedrijven

Nr.	Handelsnaam	Straatvestiging	Huisnr	Huisnr.	Postcodevestiging	Plaatsvestiging	Stadsdeel	Sector
79	De Griek	Broekhovenseweg	71		5021 LB	TILBURG	Oud-Zuid	Restaurant
80	Van Harte Resto TILBURG	Generaal Kockstraat	2	A	5025 BB	TILBURG	Oud-Zuid	Restaurant
81	Stadskombuys Harbury (voorjeen Biku)	Havendijk	75		5017 AL	TILBURG	Oud-Zuid	Restaurant
82	Argentina	Hoevenseweg	62		5017 AE	TILBURG	Oud-Zuid	Restaurant
83	Te Koop in TILBURG Restaurant	Jan Pietersz Coenstraat	71		5018 CP	TILBURG	Oud-Zuid	Restaurant
84	Grand Café De Havenmeester	Kempenaarplaats	156		5017 DZ	TILBURG	Oud-Zuid	Restaurant
85	Restaurant Grillhouse Bosporus	Korvelseweg	188		5025 JM	TILBURG	Oud-Zuid	Restaurant
86	Chin.Ind.Rest. Nieuw China	Korvelseweg	241		5025 JG	TILBURG	Oud-Zuid	Restaurant
87	Shinzo Chi	Piushaven	17		5017 AN	TILBURG	Oud-Zuid	Restaurant
88	EeThuisTwintig	Piushaven	20	B	5017 AN	TILBURG	Oud-Zuid	Restaurant
89	Tredici	Sint Josephstraat	136		5017 GL	TILBURG	Oud-Zuid	Restaurant
90	Chinees Restaurant I Pin Ke	Zilverlindestraat	6		5038 PM	TILBURG	Oud-Zuid	Restaurant
91	Restaurant Monarh	Bredaseweg	204	8	5038 NK	TILBURG	Oud-Zuid	Restaurant
92	Ichizai	Campenhoefdreef	13		5045 NZ	TILBURG	Reeshof	Restaurant
93	Brasserie Indonesia Melati Dua	Heyhoefpromenade	55		5043 RA	TILBURG	Reeshof	Restaurant
94	Wok Restaurant Royal Palace	Huibevendreef	20		5043 EW	TILBURG	Reeshof	Restaurant
95	Café-restaurant De Kievitshoeve	Nijkerkstraat	1		5045 MC	TILBURG	Reeshof	Restaurant
96	Grillroom Pizzeria Sphinx	Ketelhavenplein	46		5045 NE	TILBURG	Reeshof	Restaurant
97	Farci	Ketelhavenplein	49		5045 NE	TILBURG	Reeshof	Restaurant
98	The King of Italy	Huibevendreef	22		5043 WE	TILBURG	Reeshof	Restaurant
99	Het Kreitenhuys	Kreitenmolenstraat	21		5071 BA	UDENHOUT	Udenhout	Restaurant
100	Rest. l' Abeille	Kreitenmolenstraat	59	A	5071 BB	UDENHOUT	Udenhout	Restaurant
101	Landgoed Bosch & Duin	Oude Bosschebaan	1		5071 RP	UDENHOUT	Udenhout	Restaurant
102	Eetcafe Boslust	Schoorstraat	37		5071 RC	UDENHOUT	Udenhout	Restaurant
103	Restaurant de Voorkamer	Slimstraat	12		5071 EK	UDENHOUT	Udenhout	Restaurant
104	Chin. Ind. Restaurant Diamant	Slimstraat	29		5071 EG	UDENHOUT	Udenhout	Restaurant
105	Restaurant Slim 82	Slimstraat	82		5071 EM	UDENHOUT	Udenhout	Restaurant
106	La Cabaña	Academielaan	73		5037 EV	TILBURG	West	Restaurant
107	Rose Garden	Burg van de Mortelplein	48		5037 PK	TILBURG	West	Restaurant
108	Chin. Ind. rest. Welkom	Paletplein	11		5044 JB	TILBURG	West	Restaurant
109	Pechka TILBURG	Professor de Moorplein	283		5037 DP	TILBURG	West	Restaurant
110	Boerke Mutsaers	Vijverlaan	2		5042 PZ	TILBURG	West	Restaurant
111	Chinees Indisch Restaurant Paradijs	Wandelboslaan	34		5042 PD	TILBURG	West	Restaurant
112	Chin. Ind. rest. De Carol	Broekhovenseweg	253		5022 CC	TILBURG	Zuidoost	Restaurant
113	Asian Wok Boulevard	Curlingstraat	1	7	5022 DZ	TILBURG	Zuidoost	Restaurant
114	Asian Boulevard	Curlingstraat	9	11	5022 DZ	TILBURG	Zuidoost	Restaurant
115	Hofstede de Blaak	Dussenpad	3		5032 WL	TILBURG	Zuidwest	Restaurant
116	Gasterij Prise d'eau Golf	Gilzerbaan	400		5032 VC	TILBURG	Zuidwest	Restaurant
117	Chin.-Ind. Restaurant Tai-Yang	Pater van den Elsenplein	58		5022 EH	TILBURG	Zuidoost	Restaurant
118	Etenstijd	Professor van Buchemlaan	4		5022 KB	TILBURG	Zuidoost	Restaurant
119	De Commanderie	Rielseweg	861		5032 SB	TILBURG	Zuidwest	Restaurant
1	Hotel Brasserij Grand Central	Spoorlaan	422		5038 CG	Tilburg	Centrum	Hotel
2	Bastion Hotel Tilburg	Kempenbaan	2		5018 TK	TILBURG	Oost	Hotel
3	Hotel het Laar - Ibis	Dr. Hub van Doorneweg	105		5026 RB	TILBURG	Zuid	Hotel
4	Het Wapen van Tilburg	Spoorlaan	362		5038 CD	TILBURG	Centrum	Hotel
5	Mercure Hotel Tilburg Centrum	Heuvelpoort	300		5038 DT	TILBURG	Centrum	Hotel
6	H.C.R. De Postelse Hoeve	Dr. Deelenlaan	10		5042 AD	TILBURG	West	Hotel
7	H.C.R. De Druiventros	Bosscheweg	11		5056 PP	BERKEL-ENSCHOT	Berkel-Enschot	Hotel
8	City Hotel	Heuvelring	128		5038 CL	TILBURG	Centrum	Hotel
9	Hotel Wilshof	Kreitenmolenstraat	17		5071 BA	UDENHOUT	Udenhout	Hotel
10	Auberge du Bonheur	Bredaseweg	441		5036 NA	TILBURG	West	Hotel

VAN SPRONSEN & PARTNERS
horeca - advies

4. Horeca vraag
Scholieren/jongeren

Kenmerken

Omvang 2015	27.358 personen (11%).
Leeftijd	15 – 20 jaar
Opleidingsniveau	Middelbare school en MBO
Bezoekmotief	Socialiseren, mensen ontmoeten, vrijetijdsbesteding.
Kritische succesfactoren	Populair bij peergroep, laagdrempelig, prijs, toegang <18.

Ontwikkelingen

Naar verwachting zal dit segment in de komende 5 jaar gelijk blijven.

Het gemiddeld inkomen bedraagt circa €200,- per maand.

Ontwikkelingen met social media worden snel opgenomen door jongeren.

Youtube en Facebook-generatie: zeer beïnvloedbaar en gekenmerkt door zapgedrag.

Monosegmentatie: Horeca gericht op deze groep schrikt andere segmenten af.

De leeftijd voor alcoholverkoop is verhoogd naar 18 jaar waardoor bestedingen in de drankensector aanzienlijk worden beperkt.

Snackbar en fastfood behoudt aantrekkingskracht op doelgroep

Bezoekmoment

	M	D	W	D	V	Z	Z
09-12							
12-17							
17-00							

Jan	Feb	Mrt
Apr	Mei	Jun
Jul	Aug	Sep
Okt	Nov	Dec

Horecagedrag

	Laag segment	Cafés en discotheken	Fastfood
Type horeca			
Besteding	€8 - €12	€4,50 - €8,50	€1,50 - €3,50
Bezoekfrequentie	4 keer per jaar	12 keer per jaar	35 keer per jaar

Bron: Meest Gastvrije stad, Rabobank, Kennisbank Van Spronsen

Kansen en mogelijkheden

Bedrijven die social media gebruiken in producten of promotie.

Locaties waar wisselende themafeesten worden georganiseerd, waarmee telkens vernieuwende omgevingen worden gecreëerd.

Pop-up concepten.

Populariteit binnen de peer groep speelt een grote rol bij jongeren als het om keuze van het horecabezoek gaat.

VAN SPRONSEN & PARTNERS
horeca - advies

4. Horeca vraag
Studenten

Kenmerken

Omvang 2015	12.617 woonachtig in Tilburg (5%). 16.446 van buiten de stad (6%).
Leeftijd	17 - 30 jaar
Opleidingsniveau	HBO – WO
Bezoekmotief	Socialiseren, mensen ontmoeten, vrijetijdsbesteding.
Kritische succesfactoren	Prijs, mogelijkheid tot laat stappen, bekendheid medestudenten, eigen plek, imago.

Ontwikkelingen

Naar verwachting zal dit segment over de komende 5 jaar met 4% toenemen.

Het gemiddelde inkomen uit arbeid bedraagt circa €440,= per maand.

Inkomen en uitgavepatroon van studenten staat onder druk door stijgende studiekosten door veranderende regelgeving vanuit de overheid.

Er vindt op dit moment een afname plaats in het aantal bijbanen in de horeca.

Bezoekmoment

	M	D	W	D	V	Z	Z
09-12							
12-17							
17-00							

Jan	Feb	Mrt
Apr	Mei	Jun
Jul	Aug	Sep
Okt	Nov	Dec

Horecagedrag

	Laag/ midden segment	(Grand-)café, discotheek	Lunchroom, Fastfood, Shoarmazaak
Type horeca			
Besteding	€12,50 - €17,50	€9,50 - €13,50	€2 - €6
Bezoekfrequentie	12 keer per jaar	48 keer per jaar	50 keer per jaar

Bron: Meest Gastvrije stad, Rabobank, Kennisbank Van Spronsen

Kansen en mogelijkheden

Veel gebruik van terrassen, met name ook doordeweeks.

Studentenavonden, speciale kortingen voor studenten.

Unieke concepten, trendsetters.

Gaan vaak uit tot in de late/vroege uurtjes (ruime openingstijden).

Koffie concepten

VAN SPRONSEN & PARTNERS
horeca - advies

4. Horeca vraag

Eenpersoonshuishoudens

Bezoekmoment

	M	D	W	D	V	Z	Z
09-12							
12-17							
17-00							

Jan	Feb	Mrt
Apr	Mei	Jun
Jul	Aug	Sep
Okt	Nov	Dec

Kenmerken

Omvang 2014	29.419 personen (12%).
Leeftijd	24 – 64 jaar
Opleidingsniveau	Relatief veel hoger opgeleiden
Bezoekmotief	Samenkomen, ontspanning, vriendschap onderhouden, contacten leggen.
Kritische succesfactoren	Sfeer, goede kwaliteit, ontspanning, populair bij zelfde leeftijdscategorie.

Horecagedrag

Type horeca	Divers segment	(Grand-)cafés	Fastfood, coffeecorners
Besteding	€15- €20	€10 - €15	€3 - €7
Bezoekfrequentie	8 keer per jaar	8 keer per jaar	18 keer per jaar

Bron: Meest Gastvrije stad, Rabobank, Kennisbank Van Spronsen

Ontwikkelingen

Naar verwachting zal dit segment in de komende 5 jaar met 1,8% stijgen.

Traditionele cafés worden steeds minder populair.

Horeca over het algemeen minder populair als ontmoetingsplaats door de toename in internet datingsites en social media.

Kansen en mogelijkheden

Door beperkte privé verplichtingen interessante groep voor de horeca.

Datingcafé (ook voor ouderen).

Horecaconcept gericht op 1-persoon met grote tafels waar men gezamenlijk plaatsneemt.

36,3% van de bevolking gaat wel eens alleen uiteten en dit aandeel stijgt.

VAN SPRONSEN & PARTNERS
horeca - advies

4. Horeca vraag

Tweepersoonshuishoudens laag opgeleid

Bezoekmoment

	M	D	W	D	V	Z	Z
09-12							
12-17							
17-00							

Jan	Feb	Mrt
Apr	Mei	Jun
Jul	Aug	Sep
Okt	Nov	Dec

Kenmerken

Omvang 2014	12.566 personen (5%)
Leeftijd	25 – 55 jaar
Opleidingsniveau	Geen opleiding/basisonderwijs, lager onderwijs of middelbaar onderwijs.
Bezoekmotief	Ontspanning, vriendschap onderhouden, gemak voor afhaal, lunch en diner.
Kritische succesfactoren	Laagdrempelig, prijs, herkenbaar.

Horecagedrag

	Laag/ midden segment	Cafés	Fastfood, lunchroom
Type horeca			
Besteding	€13 - €17	€5 - €10	€3 - €7
Bezoekfrequentie	8 keer per jaar	28 keer per jaar	30 keer per jaar

Bron: Meest Gastvrije stad, Rabobank, Kennisbank Van Spronsen

Ontwikkelingen

Naar verwachting zal dit segment de komende 5 jaar redelijk gelijk blijven.

De gemiddelde leeftijd waarop vrouwen een kind krijgen is 29,4.

Laagopgeleiden gaan steeds ongezonder leven in vergelijking tot de hogeropgeleiden.

Kansen en mogelijkheden

Snackbar en traditionele fastfood blijft populair.

Fast casual concepten, wel een uit-eten beleving, maar met korte verblijfsduur en beperkte besteding.

‘All you can eat’ sushi/wok/wereldkeuken, aantrekkelijk voor deze groep vanwege de aantrekkelijke prijs.

VAN SPRONSEN & PARTNERS
horeca - advies

4. Horeca vraag

Tweepersoonshuishoudens hoog opgeleid

Kenmerken

Omvang 2014	4.887 personen (2%)
Leeftijd	25– 55 jaar
Opleidingsniveau	HBO, universitair
Bezoekmotief	Ontspanning, vriendschap onderhouden, terras, lunch, diner, uitgaan.
Kritische succesfactoren	Sfeer, goede kwaliteit, ontspanning, trendy zaken, ruime openingstijden.

Bezoekmoment

	M	D	W	D	V	Z	Z
09-12							
12-17							
17-00							

Jan	Feb	Mrt
Apr	Mei	Jun
Jul	Aug	Sep
Okt	Nov	Dec

Horecagedrag

Type horeca	Midden/ hoog segment	Grand-cafés, wijnbar	Lunch en gez. fastfood
Besteding	€20 - €25	€10 - €15	€5 - €9
Bezoekfrequentie	18 keer per jaar	32 keer per jaar	26 keer per jaar

Bron: Meest Gastvrije stad, Rabobank, Kennisbank Van Spronsen

Ontwikkelingen

Naar verwachting zal dit segment de komende 5 jaar redelijk gelijk blijven.

De gemiddelde leeftijd waarop hoogopgeleide vrouwen een kind krijgen was in 2011 33 jaar, waardoor deze groep langer dubbel inkomen geniet en relatief veel in de horeca besteedt.

Toenemende behoefte aan verluxing.

Ontwikkelde bewustwording van gezondheid.

Kansen en mogelijkheden

Luxe traiteur en afhaalconcepten.

Grand-caféachtige formules en luxe drankconcepten als wijn-bar.

Gezonde en of biologische concepten.

Combinatiebezoek met lange verblijfsduur van borrel naar diner naar uitgaan.

VAN SPRONSEN & PARTNERS
horeca - advies

4. Horeca vraag

Gezinnen met jongere kinderen

Kenmerken

Omvang 2014	38.983 personen (15%)
Leeftijd	24 – 39 jaar
Opleidingsniveau	Divers
Bezoekmotief	Dagje weg met kinderen, verjaardagen vieren, afgeleide vraag vanuit kinderactiviteiten.
Kritische succesfactoren	Activiteiten voor jonge kinderen, kindvriendelijke omgeving, bereikbaarheid per auto.

Ontwikkelingen

Naar verwachting zal dit segment in de komende 5 jaar met 5,6% stijgen.

De gemiddelde leeftijd waarop mannen/vrouwen hun eerste kind krijgen, ligt voor mannen landelijk op 32,4 jaar en voor vrouwen 29,4 jaar.

Overgewicht bij jonge kinderen; toename belang ontwikkeling van healthy fastfood, gezonde take-away en gemaksconcepten.

Gezinnen zijn op zoek naar totaalbeleving met vermaak voor de kinderen.

Locatie en toegankelijkheid is belangrijk. Vooral veiligheid in de omgeving vinden ouders steeds belangrijker.

Bezoekmoment

	M	D	W	D	V	Z	Z
09-12							
12-17							
17-00							

Jan	Feb	Mrt
Apr	Mei	Jun
Jul	Aug	Sep
Okt	Nov	Dec

Horecagedrag

Type horeca	(Weg) restaurants & pannenkoek	Terras bezoek	Fastfood
Besteding	€12 - €15	€4,50 - €8,50	€1,50 - €5,50
Bezoekfrequentie	4 keer per jaar	2 keer per jaar	12 keer per jaar

Bron: Meest Gastvrije stad, Rabobank, Kennisbank Van Spronsen

Kansen en mogelijkheden

Kinderpartijen: Pannenkoekenhuizen blijven belangrijk.

Fastservice concepten, uit-eten beleving met korte verblijfsduur.

Combinatie met buitenactiviteiten en –recreatie.

Onderscheidende kindermenu's, ook met gezonde alternatieven.

Gaan vaak uitsluitend uit eten bij speciale gelegenheden.

VAN SPRONSEN & PARTNERS
horeca - advies

4. Horeca vraag

Gezinnen met oudere kinderen

Kenmerken

Omvang 2014	64.363 personen (25%)
Leeftijd	35 – 49 jaar
Opleidingsniveau	Divers
Bezoekmotief	Funshoppen, terrasbezoek, afgeleide vraag vanuit dagrecreatie, feesten.
Kritische succesfactoren	Activiteiten voor oudere kinderen, bereikbaarheid per auto.

Bezoekmoment

	M	D	W	D	V	Z	Z
09-12							
12-17							
17-00							

Jan	Feb	Mrt
Apr	Mei	Jun
Jul	Aug	Sep
Okt	Nov	Dec

Horecagedrag

	Midden segment	Grand-cafés	Lunchrooms fastfood
Type horeca			
Besteding	€13 - €17	€5,50 - €9,50	€3 - €7
Bezoekfrequentie	8 keer per jaar	4 keer per jaar	10 keer per jaar

Bron: Meest Gastvrije stad, Rabobank, Kennisbank Van Spronsen

Ontwikkelingen

Naar verwachting zal dit segment in de komende 5 jaar met 2,7% dalen.

De gemiddelde leeftijd waarop kinderen het huis verlaten is tussen 2009 en 2012 gestegen met een half jaar naar 24,2. Deze verandering is mede te wijten aan de slechte economische situatie.

Gezinnen zijn op zoek naar totaalbeleving met vermaak voor de kinderen.

Kansen en mogelijkheden

Mengfunctie: horeca & leisure en horeca & dagrecreatie.

Fastservice concepten, uit-eten beleving met korte verblijfsduur.

Gezonde fastfoodformules.

Bedrijven met aparte ruimtes voor besloten feesten en partijen.

Gaan vaak alleen uit eten bij speciale gelegenheden.

VAN SPRONSEN & PARTNERS
horeca - advies

4. Horeca vraag

Empty nesters

Kenmerken

Omvang 2014	15.821 personen (6%).
Leeftijd	50 – 65 jaar. Deze groep is nog werkzaam.
Opleidingsniveau	Divers
Bezoekmotief	Afgeleide vraag vanuit bezienswaardigheden, musea en funshoppen, samenkomen met vrienden.
Kritische succesfactoren	Identiteit, authenticiteit, duurzaam & healthy, hoog segment, service en aandacht.

Ontwikkelingen

Naar verwachting zal dit segment is de komende 5 jaar met 4,5% stijgen.

Toename van hang naar authenticiteit.

Empty nesters beschikken over tijd en geld om er vaak op uit te trekken, vooral in het voor- en naseizoen.

Bezoekmoment

	M	D	W	D	V	Z	Z
09-12							
12-17							
17-00							

Jan	Feb	Mrt
Apr	Mei	Jun
Jul	Aug	Sep
Okt	Nov	Dec

Horecagedrag

Type horeca	Midden/ hoog segment	(Grand) cafés	Lunchroom coffeecorners
Besteding	€20 - €25	€10 - €15	€5 - €8
Bezoekfrequentie	14 keer per jaar	8 keer per jaar	20 keer per jaar

Bron: Meest Gastvrije stad, Rabobank, Kennisbank Van Spronsen

Kansen en mogelijkheden

Grand-café achtige formules, wijnbar, formules in combinatie met cultuur.

Concepten met een hang naar authenticiteit, zoals Vlaamsch Broodhuys.

Groep met hoge frequentie en hoge mate van loyaliteit, vatbaar voor loyaliteitsprogramma's en acties.

VAN SPRONSEN & PARTNERS
horeca - advies

4. Horeca vraag

Actieve senioren

Bezoekmoment

	M	D	W	D	V	Z	Z
09-12							
12-17							
17-00							

Jan	Feb	Mrt
Apr	Mei	Jun
Jul	Aug	Sep
Okt	Nov	Dec

Kenmerken

Omvang 2014	19.276 personen (8%)
Leeftijd	65 – 75 jaar
Opleidingsniveau	Relatief laag opgeleid, landelijk is slechts 24% van de actieve senioren hoog opgeleid.
Bezoekmotief	Afgeleide vraag vanuit dagje uit, attractie of museum, samenkomen met vrienden.
Kritische succesfactoren	Vertrouwd, rust, kwaliteit/service, veiligheid en bereikbaarheid.

Horecagedrag

Type horeca	Midden segment	(Grand-)cafés, terrassen	Lunchroom, coffeecorners
Besteding	€20 - €25	€8 - €12	€5 - €8
Bezoekfrequentie	14 keer per jaar	8 keer per jaar	16 per jaar

Bron: Meest Gastvrije stad, Rabobank, Kennisbank Van Spronsen

Ontwikkelingen

Naar verwachting zal dit segment in de komende 5 jaar met 10% stijgen.

De helft van de Nederlandse senioren heeft behoefte aan extra informatie over het onderwerp voeding en ouder worden.

De seniorengroep neemt toe. Ze hebben meer vrije tijd en meer te besteden (ondanks dat pensioenen onder druk komen te staan).

De verwachting is dat de inkomens- en vermogenspositie van ouderen in 2025 niet wezenlijk zal verschillen van die van de huidige generatie ouderen.

Kansen en mogelijkheden

Weekmarkten en arrangementen (cultuur en horeca).

Mengfuncties met retail, leisure en musea kansrijk.

Authenticiteit: biologische producten, culinaire elementen en smaakconcepten van belang.

Concepten die inspelen op aspirationele leeftijd die populair zijn bij hoog opgeleide tweepersoonshuishoudens.

VAN SPRONSEN & PARTNERS
horeca - advies

4. Horeca vraag

Passieve senioren

Kenmerken

Omvang 2014	13.725 personen (5%)
Leeftijd	75+
Opleidingsniveau	Relatief laag opgeleid, landelijk is slechts 18% van de passieve senioren hoog opgeleid.
Bezoekmotief	Familiebijeenkomsten, socialiseren.
Kritische succesfactoren	Bereikbaar, rolstoelvriendelijk, rust, service en aandacht.

Ontwikkelingen

De groep passieve senioren zal in de komende 5 jaar naar schatting met 12,9% stijgen.

Ouderen blijven langer op zichzelf wonen.

Vanwege de participatiemaatschappij wordt ook van hoogbejaarden verwacht dat zij participeren in de samenleving. Als ondersteuning voor hen komen er steeds meer seniorenloketten en websites.

De helft van de Nederlandse senioren heeft behoefte aan extra informatie over het onderwerp voeding en ouder worden.

Bezoekmoment

	M	D	W	D	V	Z	Z
09-12							
12-17							
17-00							

Jan	Feb	Mrt
Apr	Mei	Jun
Jul	Aug	Sep
Okt	Nov	Dec

Horecagedrag

Type horeca	Laag/ midden segment	(Grand-)cafés, terrassen, buurthuizen	Lunchroom en ijssalon
Besteding	€13 - €17	€3,50 - €7,50	€1,50 - €5,50
Bezoekfrequentie	3 keer per jaar	2 keer per jaar	3 keer per jaar

Bron: Meest Gastvrije stad, Rabobank, Kennisbank Van Spronsen

Kansen en mogelijkheden

Een ontmoetingsplek voor ouderen

Vermijdt drukte en komt daardoor in dalmomenten voor de horeca.

VAN SPRONSEN & PARTNERS
horeca - advies

4. Horeca vraag
Dagtoerist

Kenmerken

Omvang 2012	1.545.399 dagbezoeken (91%).
Leeftijd	Tilburg trekt een groot publiek tussen 16 en 70 jaar.
Opleidingsniveau	Divers.
Bezoekmotief	Vrijetijdsbesteding, ontspanning, terras, uit eten, musea, bezienswaardigheden, funshoppen en weekendjes weg.
Kritische succesfactoren	Combinatie bezoekmotieven, shoppen, cultuur, sightseeing, attracties en evenementen, historische binnenstad, schoon.

Ontwikkelingen

Toename van internetaankopen vergroot leegstand in de stad. Winkelpubliek zal verder afnemen.

Evenementen zorgen voor verhoging koopmoeitebereidheid

Bezoekmoment

	M	D	W	D	V	Z	Z
09-12							
12-17							
17-00							

Jan	Feb	Mrt
Apr	Mei	Jun
Jul	Aug	Sep
Okt	Nov	Dec

Horecagedrag

	Midden segment	(Grand) cafés, terrassen	Fastfood, lunchrooms, ijssalon, coffeecorners
Type horeca			
Besteding	€25 - €30	€8 - €12	€5,50 - €9,50
Bezoekfrequentie	0,3 keer per bezoek	0,3 keer per bezoek	0,75 keer per bezoek

Bron: Meest Gastvrije stad, Rabobank, Kennisbank Van Spronsen

Kansen en mogelijkheden

Specialistische daghoreca belangrijk bij winkelende consument en funshopper (voornamelijk vrouwen): koffieconcepten, lunchrooms en fastfood met gezond productaanbod.

Terrassen binnen of direct aansluitend aan het winkelgebied.

Evenementen met regionale of zelfs landelijke aantrekkingskracht.

Mengfuncties: steeds volwassener horeca-aanbod in winkels.

VAN SPRONSEN & PARTNERS
horeca - advies

4. Horeca vraag
Verblijfstoerist

Bezoekmoment

	M	D	W	D	V	Z	Z
09-12							
12-17							
17-00							

Jan	Feb	Mrt
Apr	Mei	Jun
Jul	Aug	Sep
Okt	Nov	Dec

Kenmerken

Omvang 2014	Tilburg telde in 2014 ruim 148.500 toeristische overnachtingen (9%), waarvan circa 1/3 in hotels.
Leeftijd	Tilburg trekt een groot publiek tussen de 25 en 70 jaar.
Opleidingsniveau	De verblijfstoerist in hotels heeft over het algemeen een middelhoge tot hogere opleiding genoten. Voor de overige logiesvormen ligt het opleidingsniveau gemiddeld lager.
Bezoekmotief	Combinatie bezoekmotieven, shoppen, cultuur, sightseeing, attracties en evenementen.
Kritische succesfactoren	Locatie en reviews.

Horecagedrag

Type horeca	Midden/ hoog segment	(Grand) cafés	Lunchrooms, coffeecorners
Besteding	€27,50 - €32,50	€8 - €12	€3 - €7
Bezoekfrequentie	1 keer per bezoek	0,45 keer per bezoek	0,4 keer per bezoek

Bron: Meest Gastvrije stad, Rabobank, Kennisbank Van Spronsen

Ontwikkelingen

De gemiddelde kamerprijzen zijn onder druk komen staan.

Alternatieve vormen van verblijfsaccommodatie zoals Airbnb winnen terrein en vormen concurrentie voor de reguliere logiesmarkt.

Kansen en mogelijkheden

Evenementen met landelijke aantrekkingskracht.

Inspelen op herhalingsbezoeken.

Het aanbieden van arrangementen in samenwerking met lokale en regionale ondernemers/bedrijven.

VAN SPRONSEN & PARTNERS
horeca - advies

4. Horeca vraag

Financiële sector

Bezoekmoment

	M	D	W	D	V	Z	Z
09-12							
12-17							
17-00							

Jan	Feb	Mrt
Apr	Mei	Jun
Jul	Aug	Sep
Okt	Nov	Dec

Kenmerken

Omvang 2014	10.816 personen (6%).
Leeftijd	25 - 65 jaar
Opleidingsniveau	Middelbaar onderwijs, hoger onderwijs.
Bezoekmotief	Zaken doen, vergaderingen, congressen en seminars.
Kritische succesfactoren	Kwaliteit, rust en privacy, traditionele luxe, veiligheid, declarabel, 'zakelijk' verantwoord, herkenning.

Horecagedrag

Type horeca	Midden en hoog segment	(Grand) cafés, vergadercentra	Lunchrooms, coffeecorners
Besteding	€25,50 - €29,50	€10,50 - €14,50	€5,50 - €9,50
Bezoekfrequentie	4 keer per jaar	8 keer per jaar	20 keer per jaar

Bron: Meest Gastvrije stad, Rabobank, Kennisbank Van Spronsen

Ontwikkelingen

Naar verwachting zal dit segment in de komende 5 jaar 8,7% dalen.

Horecabezoek is onder druk komen te staan

Kansen en mogelijkheden

Afhaalconcepten (gezond, snel).

Grand-caféachtige formules en luxe drankconcepten als wijn-bar.

Combinatie van vergaderruimte + bar, voor eventuele naborrel.

Vrijdagmiddagborrel

VAN SPRONSEN & PARTNERS
horeca - advies

4. Horeca vraag

Creatieve sector

Bezoekmoment

	M	D	W	D	V	Z	Z
09-12							
12-17							
17-00							

Jan	Feb	Mrt
Apr	Mei	Jun
Jul	Aug	Sep
Okt	Nov	Dec

Kenmerken

Omvang 2014	3.997 personen (2%).
Leeftijd	25 - 65 jaar
Opleidingsniveau	Middelbaar onderwijs, hoger onderwijs.
Bezoekmotief	Zaken doen, vergaderingen, congressen, fotoshoots en seminars.
Kritische succesfactoren	Persoonlijke service, restaurant en bar hotspots, bereikbaarheid OV, auto, parkeergelegenheid.

Horecagedrag

Type horeca	Midden en hoog segment	(Grand) cafés, vergadercentra	Lunchrooms, coffeecorners
Besteding	€20 - €25	€10 - €15	€4,50 - €8,50
Bezoekfrequentie	2 keer per jaar	4 keer per jaar	18 keer per jaar

Bron: Meest Gastvrije stad, Rabobank, Kennisbank Van Spronsen

Ontwikkelingen

Naar verwachting zal dit segment in de komende 5 jaar 12,6% stijgen.

Kansen en mogelijkheden

Internationale merken en concepten.

Grand-café achtige formules, koffieformules.

Vrijdagmiddagborrel

VAN SPRONSEN & PARTNERS
horeca - advies

4. Horeca vraag

Overheid, onderwijs & gezondheidszorg

Kenmerken

Omvang 2014	34.282 personen (19%).
Leeftijd	25 - 65 jaar
Opleidingsniveau	Middelbaar onderwijs, hoger onderwijs.
Bezoekmotief	Lunch pauze, zaken doen, socialiseren.
Kritische succesfactoren	Persoonlijke service, restaurant en bar, bereikbaarheid auto, parkeergelegenheid.

Ontwikkelingen

Naar verwachting zal dit segment in de komende 5 jaar 6,2% stijgen.

Bezoekmoment

	M	D	W	D	V	Z	Z
09-12							
12-17							
17-00							

Jan	Feb	Mrt
Apr	Mei	Jun
Jul	Aug	Sep
Okt	Nov	Dec

Horecagedrag

	Laag segment	(Grand-)cafés, terrassen.	Fastfood, lunchrooms
Type horeca			
Besteding	€20 - €25	€10,50 - €14,50	€4 - €8
Bezoekfrequentie	2 keer per jaar	2 keer per jaar	12 keer per jaar

Bron: Meest Gastvrije stad, Rabobank, Kennisbank Van Spronsen

Kansen en mogelijkheden

Laagdrempelige concepten

Bezorgconcepten die inspelen op snelheid/gemak

VAN SPRONSEN & PARTNERS
horeca - advies

4. Horeca vraag

Topsegment werkenden

Bezoekmoment

	M	D	W	D	V	Z	Z
09-12							
12-17							
17-00							

Jan	Feb	Mrt
Apr	Mei	Jun
Jul	Aug	Sep
Okt	Nov	Dec

Kenmerken

Omvang 2014	4.230 personen (2%).
Leeftijd	40-65 jaar.
Opleidingsniveau	HBO en universitair.
Bezoekmotief	Zaken doen, vergaderingen, congressen en seminars.
Kritische succesfactoren	Kwaliteit, rust en privacy, traditionele luxe, veiligheid, declarabel, 'zakelijk' verantwoord, herkenning.

Horecagedrag

	Hoog en top segment	(Grand) cafés, vergadercentra	Lunchrooms, coffeecorners
Type horeca			
Besteding	€42,50 - €47,50	€13 - €17	€8 - €12
Bezoekfrequentie	6 keer per jaar	12 keer per jaar	12 keer per jaar

Bron: Meest Gastvrije stad, Rabobank, Kennisbank Van Spronsen

Ontwikkelingen

Aantal is relatief constant. Gezien dalende totale werkgelegenheid zal dit segment ook naar verhouding dalen.

Kansen en mogelijkheden

Internationale merken en concepten.

Hotel- en wijnbars populair.

Private dining ruimte belangrijk.

Combinatie van vergaderruimte + bar, voor eventuele naborrel.

VAN SPRONSEN & PARTNERS
horeca - advies

4. Horeca vraag

Werkende massa

Bezoekmoment

	M	D	W	D	V	Z	Z
09-12							
12-17							
17-00							

Jan	Feb	Mrt
Apr	Mei	Jun
Jul	Aug	Sep
Okt	Nov	Dec

Kenmerken

Omvang 2014	54.586 personen(30%)
Leeftijd	25- 60 jaar
Opleidingsniveau	Middelbaar onderwijs, hoger onderwijs.
Bezoekmotief	Lunch pauze, zaken doen, socialiseren.
Kritische succesfactoren	Persoonlijke service, restaurant en bar, bereikbaarheid auto, parkeergelegenheid.

Horecagedrag

Type horeca	Laag segment	(Grand-)cafés, terrassen.	Fastfood, lunchrooms
Besteding	€20- €25	€8 - €12	€3 - €7
Bezoekfrequentie	2 keer per jaar	4 keer per jaar	18 keer per jaar

Bron: Meest Gastvrije stad, Rabobank, Kennisbank Van Spronsen

Ontwikkelingen

Naar verwachting zal dit segment in de komende 5 jaar 5,6% dalen.

Toenemende werkloosheid van de afgelopen jaren zit met name in dit segment.

Kansen en mogelijkheden

To-go mogelijkheid belangrijk in combinatie met korte wachttijden.

Gezonde fastfood, fast-casual en to-go concepten, zoals Easy

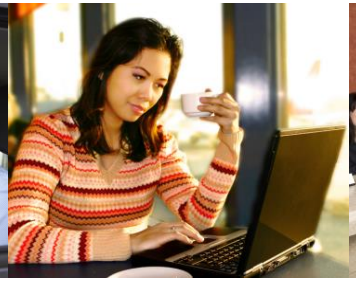
Zaalruimte voor feestjes met collega's.

Vrijdagmiddagborrel.

VAN SPRONSEN & PARTNERS
horeca - advies

4. Horeca vraag

Zakelijke hotelgast



Bezoekmoment

	M	D	W	D	V	Z	Z
09-12							
12-17							
17-00							

Jan	Feb	Mrt
Apr	Mei	Jun
Jul	Aug	Sep
Okt	Nov	Dec

Kenmerken

Omvang 2014	Ruim 75.000 overnachtingen.
Leeftijd	25 - 65 jaar
Opleidingsniveau	Midden - Hoog
Bezoekmotief	Meerdaagse vergaderingen, zaken doen, congressen en seminars, pauzemoment.
Kritische succesfactoren	(Internationaal) aanspreekpunt, persoonlijke service, restaurant en bar, bereikbaarheid auto, parkeergelegenheid.

Horecagedrag

	(Hotel) restaurant	(Grand) cafés	Lunchrooms, coffeecorners
Type horeca			
Besteding	€27,50 - €32,50	€10 - €15	€8 - €12
Bezoekfrequentie	0,9 keer per bezoek	0,4 keer per bezoek	0,6 keer per bezoek

Bron: Meest Gastvrije stad, Rabobank, Kennisbank Van Spronsen

Ontwikkelingen

Naar verwachting zal dit segment in de komende 5 jaar 14,4% stijgen.

Hyper connected. Deze groep is de groep met smartphones en laptops die hoge eisen stellen aan bereikbaarheid en contact

Kansen en mogelijkheden

Luxe B&B/Boetiekhotel concepten in de stad.

Horeca met goede bereikbaarheid, zowel fysiek als digitaal.

Ontbijtconcepten.