

Cuijk, Behoeftes en laddertoetsing
vestiging KFC



Cuijk, Behoeft en laddertoetsing vestiging KFC

Rapportnummer:	P01403
Datum:	31 augustus 2020
Opdrachtgever:	JP Real Estate I B.V
Contactpersoon:	Arjan Graat
Projectteam BRO:	Jan Carel Jansen Venneboer
Trefwoorden:	Horeca, fastservice, restaurant, effecten
Bron foto kapt:	BRO
Beknopte inhoud:	In dit rapport wordt de behoefte aan en effecten van een nieuwe vestiging van KFC aan de Raamweg te Cuijk geraamd. Aan de hand hiervan wordt de ontwikkeling getoetst aan de ladder voor duurzame verstedelijking.

BRO
Hoofdvestiging
Bosscheweg 107
5282 WV Boxtel
T +31 (0)411 850 400
E info@bro.nl

Inhoudsopgave	pagina
1. INLEIDING	2
1.1 Planbeschrijving en vraagstelling	2
1.2 Ladder voor duurzame verstedelijking	3
2. TRENDS EN AANBODSTRUCTUUR HORECA IN DE REGIO	4
2.1 Trends en ontwikkelingen	4
2.2 Aanbodstructuur	6
3. RAMING BEHOEFTE EN EFFECTEN	10
3.1 Vraagpotentieel	10
3.2 Behoeft KFC Cuijk	10
4. RUIMTELIJK-FUNCTIONELE ANALYSE ONTWIKKELLOCATIE EN BELEID	13
4.1 Ruimtelijk-functionele analyse locatie	13
4.2 Toetsing alternatieve locaties	13
4.3 Beleid gemeente Cuijk	15
5. TOETS LADDER VOOR DUURZAME VERSTEDELIJING	16
5.1 Behoeft	16
5.2 Aanvaardbaarheid effecten	17
5.3 Inpassing	17
Bijlage	
Bijlage 1: Landelijke trends en ontwikkelingen horecasector	1

1. INLEIDING

1.1 Planbeschrijving en vraagstelling

JP Real Estate I B.V heeft BRO verzocht om een ruimtelijk-functionele analyse uit te voeren omtrent de mogelijkheden en effecten van een nieuw te realiseren restaurant van Kentucky Fried Chicken (KFC) aan de Raamweg te Cuijk. Het initiatief moet worden beoordeeld in het kader van de ladder voor duurzame verstedelijking

Het restaurant zal ca. 400 m² bebouwd oppervlak omvatten, evenals een terras, een drive thru lane met 2 wachtplekken en ca. 46 parkeerplaatsen op eigen terrein. Juist naast de ontwikkellocatie zijn een Tango tankstation en een McDonald's restaurant gevestigd. Zij beschikken beide over een eigen ontsluiting vanaf de Raamweg en McDonald's beschikt over eigen parkeergelegenheid. Aan de nabijgelegen Ewinkel ligt, naast enige autobedrijven en een fitnesscentrum, een vestiging van sandwichketen Subway. Daarnaast ligt aan de Raamweg, op ca. 750 meter van de ontwikkellocatie, een hotel-restaurant van der Valk. Deze bedrijven zijn zowel gericht op de nabijgelegen kern Cuijk als de snelweg A73, met een afrit op zeer korte afstand.

Figuur 1.1: Ontwikkellocatie KFC Raamweg, Cuijk



Kentucky Fried Chicken

Er bestaan twee verschillende vestigingsmilieus voor KFC-vestigingen: centrumstedelijke locaties of perifere locaties. Op perifere locaties neemt het aantal KFC-vestigingen flink toe. Deze ontwikkeling speelt in op de toenemende behoefte van consumenten om op zichtbare 'traffic-locaties' (op stations, vliegvelden, langs snelwegen, etc.) doelgericht, voordelig en 'efficiënt' (snel) iets te eten en te drinken. Gemak en (auto)bereikbaarheid zijn hier belangrijker dan bijvoorbeeld sfeer of verblijfskwaliteit. Op dit soort locaties is het daarnaast meestal ook mogelijk om een drive thru lane (voor bestellingen vanuit de auto) te realiseren. De verblijfsduur op dit soort locaties is meestal kort.

KFC (volledige naam: Kentucky Fried Chicken) is een fastfoodketen die kipproducten verkoopt. Momenteel telt KFC circa 63 vestigingen in Nederland (alle restaurants zijn franchiserestaurants) en behoort hiermee tot de belangrijkste vertegenwoordigers van de fastfoodrestaurants, naast McDonald's en Burger King. KFC is een zeer eigentijdse mengvorm tussen een fast-servicezaak en een restaurant en heeft hiermee een bijzondere aantrekkingskracht op automobilisten in algemene zin en op jongere leeftijdsgroepen in het bijzonder, met een voorkeur voor landelijk bekende horecaformules ('merken'). De opvallende expansie van KFC in Nederland is een direct gevolg van deze populariteit.

De behoefte aan en de aanvaardbaarheid van de ontwikkeling inclusief haar effecten moeten zowel op kwalitatieve als kwantitatieve gronden worden beoordeeld met behulp van de ladder voor duurzame verstedelijking. De onderzoeksvraag voor dit behoefteonderzoek luidt als volgt:

Past het planinitiatief voor de vestiging van een KFC-restaurant op de onderhavige locatie aan de Raamweg te Cuijk binnen de uitgangspunten van de ladder voor duurzame verstedelijking, speelt het in op de actuele en toekomstige regionale behoefte en welke effecten kunnen worden verwacht?

1.2 Ladder voor duurzame verstedelijking

De 'ladder voor duurzame verstedelijking' (art 3.1.6 Bro; hierna: 'ladder') is een wettelijk verplicht motiveringsinstrument, waaraan iedere 'nieuwe stedelijke ontwikkeling' (art. 1.1.1. Bro) moet worden getoetst. De beoogde ontwikkeling van de horeca betreft een nieuwe stedelijke ontwikkeling in het kader van het Bro.

Per 1 juli 2017 luidt het tweede lid van art. 3.1.6. als volgt:

“De toelichting bij een bestemmingsplan dat een nieuwe stedelijke ontwikkeling mogelijk maakt, bevat een beschrijving van de behoefte aan die ontwikkeling, en, indien het bestemmingsplan die ontwikkeling mogelijk maakt buiten het bestaand stedelijk gebied, een motivering waarom niet binnen het bestaand stedelijk gebied in die behoefte kan worden voorzien.”

Er kan niet eenduidig worden vastgesteld of de beoogde locatie binnen bestaand stedelijk gebied ligt; hiervoor bestaan namelijk verschillende definities. Voor de volledigheid beschouwen we de locatie dan ook alsof deze buiten het stedelijk gebied ligt. In de toets aan de ladder wordt vooral aandacht besteed aan de behoefte aan de beoogde ontwikkeling. Verder wordt aangesloten bij de jurisprudentie omtrent de ladder voor duurzame verstedelijking. In verband hiermee wordt de aanvaardbaarheid van de ontwikkeling ten aanzien van het woon-, leef- en ondernemersklimaat inzichtelijk gemaakt. Hierbij zijn met name de mogelijke leegstandseffecten van belang.

2. TRENDS EN AANBODSTRUCTUUR HORECA IN DE REGIO

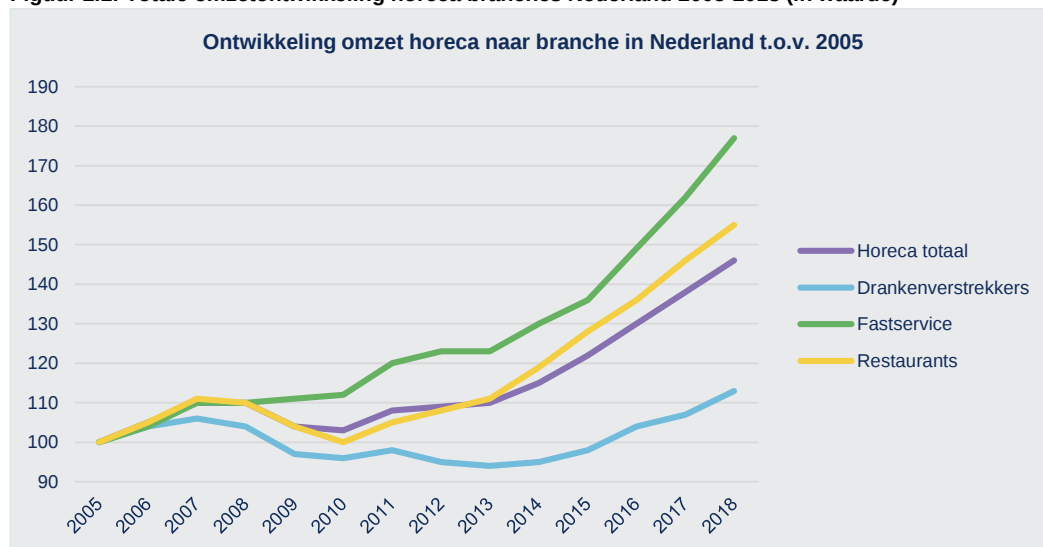
Dit hoofdstuk beschrijft de trends in de sector en de aanbodstructuur van de relevante horecabranche, het verzorgingsgebied en het gemeentelijk beleid

2.1 Trends en ontwikkelingen

Trends consumentengedrag

- De consument is in toenemende mate op zoek naar een unieke ervaring: producten en locaties met een bijzondere lading. Horeca richt zich daarom steeds meer op vermaak en beleving.
- Nederland ontwikkelt zich in toenemende mate tot 'leisureland' waar wonen, werken en winkelen niet meer zonder goede horeca- en leisureconcepten kunnen.
- Sinds de economische recessie durft de consument weer geld uit te geven en neemt de totale omzet in de horecasector weer sterk toe (zie onderstaande figuur). Met name in de maaltijdverstrekende sectoren (restaurants en fastservice) stegen de bestedingen, terwijl ze in de drankensector (cafés) wat achterbleven.
- De mogelijkheid bestaat dat zich de komende jaren een economische recessie zal voordoen, mede veroorzaakt door het Coronavirus. De opvallende groei van de afgelopen jaren kan hierdoor afvlakken en de eerste jaren wellicht zelfs negatief uitvallen. Op langere termijn bestaat voor de horeca echter nog steeds een groeiverwachting (zie ook par. 5.1).
- Bijlage 1 gaat nader in op deze en andere trends in de horecasector.

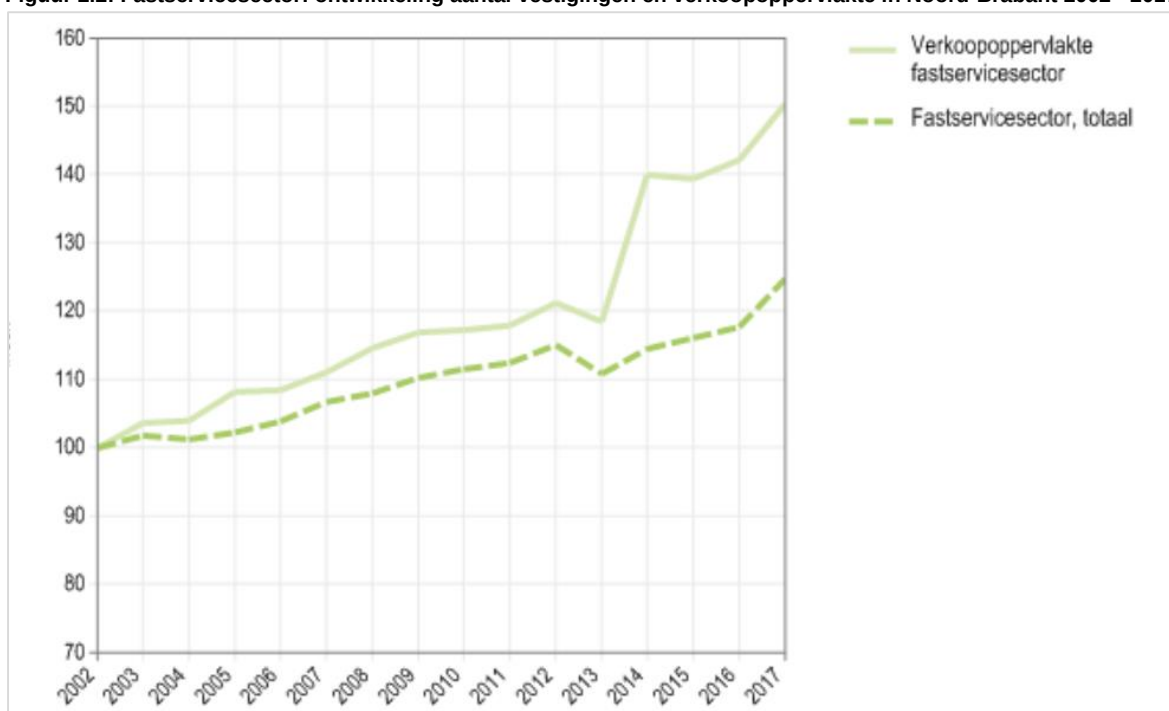
Figuur 2.1: Totale omzetontwikkeling horeca branches Nederland 2005-2018 (in waarde)¹



¹ CBS, Horeca omzetontwikkeling 2019

In figuur 2.2 is de ontwikkeling van het totaal aantal vestigingen en de bijbehorende verkoopoppervlakte in de fastservicesector in Noord-Brabant weergegeven. Tussen 2002 en 2018 is het aantal vestigingen in de fastservicesector per saldo toegenomen met ruim een kwart. De totale verkoopoppervlakte in deze branche is tegelijkertijd toegenomen met de helft. Er is dus sprake van een aanzienlijke schaalvergroting in de fastservicesector in Noord-Brabant.

Figuur 2.2: Fastservicesector: ontwikkeling aantal vestigingen en verkoopoppervlakte in Noord-Brabant 2002 - 2017²



Algemene aanbodontwikkelingen

- De horecasector is uitermate dynamisch, met een toenemende differentiatie naar productkwaliteit, doelgroepen en bezoekmotieven. Naast de groeiende populariteit van toprestaurants en bijzondere concepten (gericht op **kwaliteit en/of 'beleving'**) zien we, aan de andere kant van het spectrum, de opmars van internationale ketens van fastfoodrestaurants. Deze zijn laagdrempelig en bieden prijsvriendelijke producten, vanuit een sterk gesystematiseerd productie- en bedieningsconcept. Zij spelen vooral in op mensen die **'efficiënt'** iets willen consumeren. KFC behoort tot deze laatste categorie.
- Horecazaken worden groter om aan de eisen van hedendaagse consumenten te voldoen. Deze **schaalvergroting** komt enerzijds door omzeteisen, maar ook de voor veel zaken noodzakelijke multifunctionaliteit behoeft extra ruimte. De horeca beperkt zich niet alleen tot het serveren van drinken of eten, maar de bedrijven organiseren steeds vaker culturele, recreatieve en leisure-activiteiten en hiervoor is meer ruimte benodigd.
- Horeca en leisure worden steeds meer met andere functies (zoals detailhandel) **gemixt** om meer opbrengst te genereren en andere c.q. nieuwe doelgroepen te trekken.

² HorecaDNA, Horeca in de provincie Noord-Brabant 2017



Aanbodontwikkelingen op perifere locaties

- Grotere gemeenten bieden doorgaans verschillende vestigingsmilieus.
 - Horeca in binnensteden en hoofdcentra richt zich op kwaliteit, keuze en verblijfsklimaat ('fun') en profiteert van het lokale aanbod aan detailhandel, cultuur, evenementen, etc.
 - Doelgericht bezochte, doorgaans grootschalige horecazaken vestigen zich bij voorkeur op goed bereikbare (perifere) locaties met ruime parkeergelegenheid. Veel zaken hebben een voorkeur voor clustering, zowel vanwege kostenbesparing (gezamenlijke ontwikkeling, beheer, parkeervoorzieningen) als omzetmaximalisatie (combinatiebezoeken, gezamenlijke profilering en promotie).
 - Beide vestigingsmilieus hebben hun eigen bezoeksomstandigheden, bezoeksgedrag en doelgroepen en vullen elkaar daarom goed aan.
- Op perifere locaties neemt het aanbod van (grootschalige) horeca- en leisureconcepten dan ook toe. In de keuze voor de vestigingslocatie wordt vooral waarde gehecht aan:
 - Een optimale bereikbaarheid met de auto.
 - Ruime beschikbaarheid van (eigen) parkeergelegenheid dicht bij de ingang.
 - Ruime panden met voldoende hoogte, soms op verdieping.
 - Combinatiebezoek met andere detailhandel/leisure/horeca in het cluster ('massa is kassa').
 - Goede herkenbaarheid op een zichtlocatie.



2.2 Aanbodstructuur

Verzorgingsgebied

Het primaire verzorgingsgebied voor de beoogde horeca-ontwikkeling is in dit kader afgebakend o.b.v. de maximale reistijd per auto, namelijk 15 minuten (uitgangspunt daluren). Het verzorgingsgebied bestaat in dit geval uit de volgende gemeenten (zie figuur 2.3):

- Cuijk
- Boxmeer
- Sint Anthonis

- Mill en St Hubert
- Grave
- Heumen
- Gennep
- Mook en Middelaar

Figuur 2.3: Primair verzorgingsgebied KFC Cuijk



Omvang horeca-aanbod

Het verzorgingsgebied biedt in totaal circa 315 horecabedrijven (zie onderstaande tabel). Het zwaartepunt ligt daarbij in de gemeente Boxmeer (78 horecazaken), met Cuijk op de tweede plaats (54 zaken). In de gehele regio zijn er gemiddeld 39 horecazaken per gemeente. Boxmeer en Cuijk hebben dus beide een zichtbare centrumfunctie.

Tabel 2.1: Horeca-aanbod (in aantal zaken, excl. hotels) primair verzorgingsgebied Cuijk (HorecaDNA, 2020)

	Fastservicesector	Restaurantsector	Totaal (incl. drankensector)
Cuijk	21	8	54
Boxmeer	24	24	78
Gennep	13	9	41
Grave	10	11	31
Heumen	8	11	33
Mill en St Hubert	4	4	27
Mook en Middelaar	6	7	28
Sint Anthonis	3	5	23
Totaal	89	79	315

Relatieve omvang

In tabel 2.2 is de omvang van het horeca-aanbod per 10.000 inwoners weergegeven. In de branche fastservice (fastfood) is het aanbod per 10.000 inwoners in de gemeente Cuijk bovengemiddeld. In het gehele verzorgingsgebied ligt het aanbod in deze branche met gemiddeld 6,8 zaken echter duidelijk beneden zowel het provinciale (7,7 zaken, uitgangspunt Noord-Brabant) als landelijk gemiddelde (7,4). Ook hieruit blijkt dus de centrumfunctie van Cuijk en Boxmeer.

Het aantal restaurants inde regio ligt met 6,1 zaken per 10.000 inwoners iets boven het Noord-Brabantse, maar duidelijk beneden het landelijke gemiddelde. Met name de toeristische gemeenten Mook en Middelaar en Grave beschikken over opvallend veel restaurants, Cuijk daarentegen nauwelijks.

Tabel 2.2: Horeca-aanbod (excl. hotels) per 10.000 inwoners primair verzorgingsgebied Cuijk (HorecaDNA, 2020)

	Fastservicesector	Restaurantsector
Cuijk	8,4	3,2
Boxmeer	8,3	8,3
Gennep	7,6	5,3
Grave	8	8,8
Heumen	4,9	6,7
Mill en St Hubert	3,7	3,7
Mook en Middelaar	7,7	9
Sint Anthonis	2,6	4,3
Totaal gemiddelde regio	6,8	6,1
<i>Totaal gemiddelde Noord-Brabant</i>	<i>7,7</i>	<i>6,0</i>
<i>Totaal gemiddelde Nederland</i>	<i>7,4</i>	<i>6,9</i>

Fastfoodrestaurants

Fastfoodrestaurants worden in de beschikbare horeca-data niet apart onderscheiden als branche. De horecaformules McDonald's, Burger King en Kentucky Fried Chicken worden algemeen beschouwd als de belangrijkste vertegenwoordigers hiervan. Deze hebben de volgende kenmerken qua consumentendraagvlak (tabel 2.3). De cijfers betreffen nadrukkelijk gemiddelden en zijn dus indicatief: in stedelijke gebieden zijn de vermelde horecaformules verhoudingsgewijs veelal sterker vertegenwoordigd dan in minder stedelijke gebieden als de onderhavige regio.

Tabel 2.3: Aanbod fastfoodrestaurants in Nederland

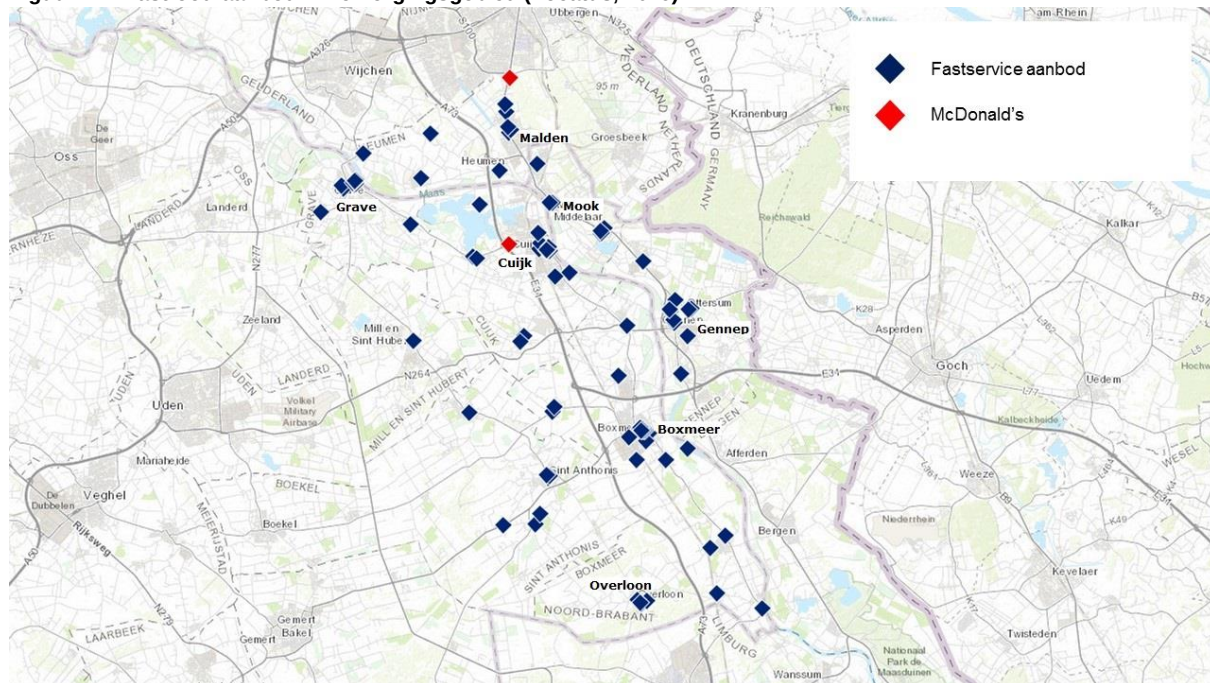
	Vestigingen ³	Gemiddeld aantal inwoners per zaak landelijk
McDonald's	250	69.600
Burger King	60	290.000
KFC	72	241.650

Na een opzienbarende groei in de afgelopen decennia neemt het aantal McDonald's-vestigingen nog slechts bescheiden toe. Bij KFC is daarentegen nog wel sprake van een duidelijke groei door het ex-

³ Eigen websites formules, maart 2020.

pansieve vestigingsbeleid in de afgelopen jaren. In de regio als afgebakend zijn alleen drie McDonald's restaurants gevestigd; naast de ontwikkellocatie, in Malden (juist aan de rand van het verzorgingsgebied, zie figuur 2.4) en in Boxmeer (recent geopend, niet op kaart afgebeeld).

Figuur 2.4: Fastfood-aanbod in verzorgingsgebied (Locatus, 2019)



3. RAMING BEHOEFTE EN EFFECTEN

In dit hoofdstuk ramen we de behoefte voor de horeca op de beoogde ontwikkelingslocatie. We benadrukken dat een (behoefte)onderzoek ter onderbouwing van de ladder voor duurzame verstedelijking in principe geen betrekking mag hebben op economische ordening (economische behoefte, markt-vraag of effecten). Wel kan het eventueel ontbreken van marktruimte evenwel indirect leiden tot ruimtelijke effecten (waaronder leegstand) dan wel effecten op het woon-, leef- en werkklimaat elders in het verzorgingsgebied.

3.1 Vraagpotentieel

Positieve bevolkingsontwikkeling verzorgingsgebied

De begrenzing van het verzorgingsgebied is verantwoord in paragraaf 2.2. Het verzorgingsgebied telt momenteel in totaal circa 129.800 inwoners. Naar verwachting neemt het inwonertal van de regio tot 2030 nog iets af, namelijk tot circa 129.100 inwoners.

Tabel 3.1: Bevolkingsprognose regio

Gemeente	Prognose (x 1.000) ⁴		
	2020	2025	2030
Cuijk	25,2	25,6	25,7
Boxmeer	29,0	29,1	29,2
Gennep	17,0	16,8	16,6
Grave	12,1	11,5	11,5
Heumen	16,2	15,8	15,7
Mill en Sint Hubert	10,9	11,0	11,1
Mook en Middelaar	7,8	7,8	7,9
Sint Anthonis	11,6	11,5	11,4
Totaal regio	129,8	129,1	129,1

3.2 Behoeft KFC Cuijk

Landelijk perspectief

Er zijn in Nederland ruim 41.500 horecazaken (excl. hotels), waaronder circa 16.800 drankverstrekkers, 12.870 fastservice-zaken en 11.850 restaurants⁵. De fastservicesector realiseert een jaaromzet van € 4,46 mrd., met een gemiddelde van circa € 347.000,- per zaak. In de restaurantsector bedroeg

⁴ PBL / CBS regionale bevolkings- en huishoudensprognose 2019-2040

⁵ HorecaDNA, Aanbodcijfers Nederland 2020.

de jaaromzet landelijk circa € 8,88 mrd., met een gemiddelde van circa € 749.000,- per zaak (alle bedragen incl. btw).⁶ Beide sectoren vertoonden de afgelopen jaren overtuigende groeicijfers en er worden dagelijks nieuwe, vaak innovatieve bedrijfsconcepten geopend.

Bestedingen verzorgingsgebied

De bestedingen in de fastservice (waaronder fastfoodrestaurants) bedragen gemiddeld € 258,- en in restaurants € 514,- per persoon per jaar⁷. Het verzorgingsgebied voor de horeca op de ontwikkellocatie in Cuijk is in dit kader afgebakend conform het gebruikelijke primaire verzorgingsgebied voor perifeer gelegen horeca gericht op fastfood, casual dining en fast casual.

Uitgaande van deze bestedingen is het bestedingspotentieel in het verzorgingsgebied van Cuijk in de fastservicesector 33,5 mln. en de restaurantsector € 66,7 mln. per jaar. Totaal derhalve € 100,2 mln. Dit vraagpotentieel is nadrukkelijk indicatief en gebaseerd op landelijke cijfers. De cijfers houden bovendien geen rekening met inkomende en uitgaande horecabestedingen naar/vanuit het verzorgingsgebied. Cijfers hierover ontbreken. Als een gebied per saldo meer horecabestedingen aantrekt dan dat er afvloeien resulteert dat in een hoger bestedingspotentieel en dus meer ontwikkelingskansen voor horeca.

Marktruimte fastservice

In de regio rond Cuijk zijn slechts drie landelijk bekende fastfoodrestaurants gevestigd: alle van McDonald's; juist naast de ontwikkellocatie, in Boxmeer (recent geopend) en in Malden (juist aan de rand van het verzorgingsgebied).

Zowel fastfoodzaken als restaurants zijn als vermeld in de regio naar aantal zaken (kwantitatief) iets minder sterk vertegenwoordigd dan gemiddeld in Nederland. De normatieve omzet van de gevestigde zaken in de fastservicebranche (omzetclaim) bedraagt € 30,9 mln. per jaar⁸. Bij een bestedingspotentieel van inwoners van het verzorgingsgebied van € 33,5 mln. per jaar (zie boven) is er in deze sector dus per saldo sprake van een marktruimte van netto € 2,6 mln. (incl. btw). In de restaurantsector is de marktruimte zelfs netto € 7,5 mln. (€ 66,7 bestedingen -/- € 59,2 omzetclaim bestaand aanbod). We veronderstellen dat de totale inkomende bestedingen in de regio grosso modo gelijk zullen zijn aan de uitgaande bestedingen.

Effectanalyse

Op de ontwikkellocatie bestaat voldoende fysieke ruimte voor de realisatie van een KFC-restaurant incl. drive thru lane, terras en voldoende eigen parkeerplaatsen. Ten behoeve van de analyse wordt uitgegaan van een omvang van ca. 400 m² bebouwd oppervlak.

Bovendien bestaat er voldoende behoefte (marktruimte) voor de ontwikkeling. Gemiddeld heeft de fastservicesector een omzet per m² wvo van € 4.900,- per m² wvo per jaar⁹. De totale omzet van de beoogde horecaontwikkeling wordt daarom naar verwachting circa € 2 mln. per jaar (400 m² wvo *

⁶ Meest actuele gegevens van HorecaDNA betreffen het jaar 2018.

⁷ Meest actuele gegevens van HorecaDNA over het jaar 2018.

⁸ Uitgaande van de gegevens van HorecaDNA, zijn er zijn in het verzorgingsgebied 87 fastservicezaken. Deze hebben een gemiddelde omzet van € 300.000 per bedrijf per jaar (HorecaDNA).

⁹ Bron: HorecaDNA, omzetcijfers betreffen 2018 en zijn altijd inclusief btw.

€ 4.900). Deze omzet valt dus geheel binnen de beschikbare (indicatieve) marktruimte in de regio ad € 2,5 mln. in de fastservicesector. Indien ook de restaurantsector (waarmee KFC ook enige verwantschap heeft) wordt meegenomen is de marktruime nog duidelijk groter. De behoefte is hiermee dus aangetoond.

Bovendien zal KFC door de aantrekkingskracht op autoverkeer over de A73 naar verwachting een wezenlijk deel van de omzet genereren van buiten de regio. Deze 'additionele omzet' kan oplopen tot 40-50%, wat de eventuele (beperkte) omzeteffecten bij de gevestigde horecazaken in de regio aanmerkelijk zal verlichten.

4. RUIMTELIJK-FUNCTIONELE ANALYSE ONTWIKKELLOCATIE EN BELEID

4.1 Ruimtelijk-functionele analyse locatie

Kentucky Fried Chicken is een eigentijdse mengvorm tussen een fastservicezaak en een restaurant, gericht op één specifiek basisproduct namelijk kip. De formule heeft een bijzondere aantrekkingskracht op automobilisten in algemene zin en op jongere leeftijdsgroepen in het bijzonder, die een voorkeur hebben voor laagdrempelige, prijsvriendelijke en landelijk bekende horecaformules ('merken'). De opvallende expansie van KFC is een direct gevolg van deze populariteit. Te meer omdat deze formule qua locatie, inrichting en menukeuze goed gefaciliteerd is voor jongere leeftijdscategorieën en gezinnen met (jonge) kinderen.

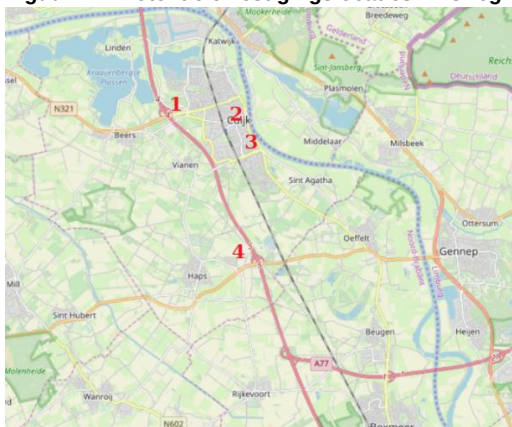
De uitstekende bereikbaarheid van de ontwikkellocatie aan de Raamweg per auto, fiets en openbaar vervoer (bushalte Beersebaan Cuijk op ca. 450 meter afstand) is een belangrijke kernkwaliteit van de locatie. Bovendien betreft het een regio met een verhoudingsgewijs bescheiden aanbod van fastservicezaken en op McDonald's na geen enkel landelijk bekend, groter fastfoodrestaurant. Samen met de naastgelegen McDonald's en (op enige afstand) het kleinere Subway is dit horecacluster nadrukkelijk complementair aan de centra in de regio, waaronder dat van Cuijk. Bovendien kan op deze locatie optimaal een drive thru lane (voor bestellingen vanuit de auto) in het plan worden geïntegreerd, evenals een verkeersveilige ontsluitingsroute.

De ontwikkeling speelt in op de toenemende behoefte van consumenten om op 'traffic-locaties' (op stations, vliegvelden, langs snelwegen, etc.) doelgericht, voordelig en 'efficiënt' (snel) iets te eten en te drinken. Gemak, bereikbaarheid en een gematigd prijsniveau zijn hier belangrijker dan bijvoorbeeld sfeer of verblijfskwaliteit. Men verblijft veelal kort op deze locaties. Hiermee onderscheidt de locatie zich nadrukkelijk van bijvoorbeeld de hoofdwinkelcentra in de regio, waar sfeer en verblijfskwaliteit veel belangrijker zijn en mensen doorgaans aanmerkelijk langer verblijven.

4.2 Toetsing alternatieve locaties

In deze paragraaf wordt de onderhavige planlocatie voor KFC vergeleken met andere potentiële (denkbare) vestigingslocaties in Cuijk en de regio. Belangrijke uitgangspunten zijn o.a. de benodigde ruimte voor dit specifieke horecaconcept (min 1.250 m² bvo footprint inclusief parkeren), een goede bereikbaarheid vanaf de regionale hoofdwegen en de bereikbaarheid vanuit de grotere woonkernen per auto en fiets. De getoetste locaties zijn op onderstaande kaart aangegeven.

Figuur 4.1: Potentiële vestigingslocaties KFC regio Cuijk



De aangegeven locaties betreffen:

1. Planlocatie KFC als beschreven (Raamweg, Cuijk)
2. Centrum Cuijk, bijvoorbeeld Grotestraat (leegstaand horecavastgoed)
3. Cuijk Grotestraat-zuid, bijvoorbeeld voormalig winkelpand Van Schaijk
4. Regionaal bedrijventerrein Laarakker, Haps

Deze locaties scoren op de belangrijkste ruimtelijk-functionele aspecten als volgt.

	1 Planlocatie Raamweg	2 Centrum Cuijk	3 Grotestraat- zuid	4 Laarakker Haps
Beschikbare ruimte (min. 1.250 m ² footprint eigen terrein incl. parkeren)				
Ligging t.o.v. grotere woonkernen (lokale consumenten)				
Bereikbaarheid per auto vanuit regio en elders				
Bereikbaarheid per OV, fiets, etc.				
Mogelijkheden benutting leegstaand (geschikt) vastgoed				
Synergie met andere consumentverzorgende functies (horeca, retail, etc.)				
Eigenschappen 'Traffic-locatie'				
Legenda scores:				
		Positief		
		Matig/Onzeker		
		Negatief		

Conclusie is dat de locatie Raamweg te Cuijk verhoudingsgewijs het beste voldoet aan de belangrijkste ruimtelijk-functionele criteria voor een fastfoodrestaurant met een (boven)regionale functie, conform de behoefte van KFC. De belangrijkste knelpunten bij de andere denkbare locaties vormen de beperkte beschikbare ruimte (ook voor eigen parkeerplaatsen en drive thru) en de soms matige bereikbaarheid per auto vanuit de regio.

Alleen op de locatie Grotestraat-zuid is leegstaand vastgoed beschikbaar, dat wellicht kan worden getransformeerd t.b.v. KFC. Dit is echter een nogal solitaire locatie zonder synergie met andere publieksfuncties. Bovendien is deze locatie in beeld voor toekomstige woningbouw. Op de andere locaties is geen vastgoed beschikbaar, dat realistisch beschouwd kan worden benut voor de beoogde ontwikkeling. Bovendien liggen deze locaties niet direct aan de snelweg.

4.3 Beleid gemeente Cuijk

De gemeente Cuijk heeft geen integraal horecabeleid dan wel ontwikkelingsgericht vestigingsbeleid sec voor deze sector. Wel bestaat er beleidsmatig een voorkeur voor clustering van detailhandel, horeca (voor zover ruimtelijk en functioneel passend) en verwante functies in het centrum van Cuijk. Dit wordt gecommuniceerd in de Centrumvisie 'Hart van Ontmoetingen' (2015).

De Structuurvisie Cuijk 2030 stelt dat het plangebied Ewinkel (waarbinnen de ontwikkellocatie ligt) nu verschillende functies kent. Het oorspronkelijke agrarische karakter met (voormalige) boerderijen is nog herkenbaar en ook de horecagelegenheden bevinden zich al langere tijd in dit gebied. In dat opzicht is de onderhavige ontwikkeling dus als 'passend' te omschrijven.

5. TOETS LADDER VOOR DUURZAME VERSTEDELIJING

In dit hoofdstuk wordt de beoogde horecaontwikkeling op de ontwikkellocatie in Cuijk getoetst aan de relevante aspecten uit de ladder voor duurzame verstedelijking: behoefte, effecten en inpassing.

5.1 Behoefte

Er is in Cuijk in kwalitatieve zin behoefte aan nieuwe restauratieve horeca, zoals Kentucky Fried Chicken. Er is voldoende marktruimte in de fastservicesector in het primaire verzorgingsgebied (de regio) voor de onderhavige ontwikkeling (zie par. 3.2). Bovendien zal naar verwachting een wezenlijk deel van de omzet van buiten de regio komen, door de combinatie productformule en ligging aan de A73.

De afgelopen jaren is de omzet in maaltijdverstreckende sectoren (restaurants en fastservice) landelijk sterk gegroeid ten opzichte van andere sectoren. Ook het aantal fastfood-restaurants groeide sterk in Nederland, inspelend op de consumentenbehoefte aan herkenbare, laagdrempelige, voordelige en goed bereikbare horecaformules. Het ging de afgelopen jaren 'overall' dus goed met deze branches. Wel lijkt de opvallende bestedingsgroei inmiddels af te vlakken, mede door een mogelijke recessie als gevolg van het Coronavirus. De horecasector is in het algemeen nogal conjunctuurgevoelig, waardoor zich op kortere termijnen soms grote fluctuaties in jaaromzetten voordoen (bijvoorbeeld na 9/11, economische recessie vanaf 2008). Op de langere termijn (> 2-3 jaar) stijgen bestedingen evenwel in historisch perspectief altijd, zoals bijvoorbeeld bleek na 2008. Zie ter toelichting figuur 2.1 (omzetontwikkeling horecabranches Nederland 2005-2018). Prijsvriendelijke fastfoodketens als KFC blijken overigens in praktijk slechts beperkt gevoelig voor conjuncturele schommelingen in de economie. In de onderhavige raming van de marktruimte wordt geen toename van de bestedingen verondersteld in de toekomst.

Het bezoekgedrag op 'traffic-locaties' als de onderhavige onderscheidt zich nadrukkelijk van horeca-bezoek in de hoofdcentra in de regio, die veel meer zijn gericht op sfeer en verblijfskwaliteit. Toevoeging van een fastserviceformule kan dus rekenen op draagvlak. Terwijl het aantal McDonald's-vestigingen landelijk nog slechts in bescheiden mate toeneemt, is er bij KFC sprake van een duidelijke groei door het expansieve vestigingsbeleid. Het voornemen van KFC om zich te vestigen aan de Raamweg te Cuijk past goed binnen dit streven.

Daarnaast blijkt uit cijfers van het CBS dat er sprake is van een opvallende schaalvergroting in de fastservicesector. Om aan zowel de hedendaagse consumentenwensen (ruimte, bereikbaarheid, keuze) als rendementseisen (omzetgroei) te voldoen hebben fastfoodrestaurants meer ruimte nodig. Met dit initiatief voor een KFC-vestiging van ca. 400 m² wordt daaraan invulling gegeven.

In het verzorgingsgebied van de gemeente Cuijk zijn momenteel in de fastservicesector (dus excl. wegrestaurants als Van der Valk, meer gericht op service en andere doelgroepen) alleen drie McDonald's-restaurants gevestigd, naast de ontwikkellocatie, in Boxmeer (recent geopend) en in Malden. Verder zijn er relatief weinig fastfoodzaken en restaurants in het verzorgingsgebied die qua locatie,

inrichting en menukeuze goed gefaciliteerd zijn voor jongere leeftijdscategorieën, gezinnen met (jonge) kinderen en zakelijk autoverkeer. Het fastfoodassortiment bij de tankstations aan parkeerplaats Hondsiep (A73, tussen Haps en Boxmeer) is beperkt en ondergeschikt aan de functie als tankshop. Bereikbaarheid per auto en parkeergelegenheid in de directe omgeving is voor consumenten en zeker voor families een steeds belangrijker keuzemotief bij horecabezoek. De beoogde KFC speelt nadrukkelijk in op deze behoeften. Daarnaast voldoet de beoogde horecaformule, als verzorgingspunt, aan de behoefte van passerend autoverkeer over de A73.

Aangetoond is dat de planlocatie Raamweg te Cuijk in de regio het meest geschikt is voor vestiging van een KFC fastfood restaurant.

5.2 Aanvaardbaarheid effecten

Er is in de afgebakende regio voldoende marktruimte voor de vestiging van de beoogde horecaformule (zie par. 3.2). Bovendien zal KFC door de aantrekkingskracht op autoverkeer over de A73 naar verwachting relatief veel omzet genereren van buiten de regio. Dit betekent dat de omzeteffecten op het bestaande, relevante horeca-aanbod in de regio naar onze inschatting zeer beperkt zullen zijn. De ontwikkeling zal dus naar alle waarschijnlijkheid ook niet leiden tot extra leegstand in deze sector.

De effecten van de ontwikkeling op de bestaande aanbodstructuur in de regio worden derhalve beoordeeld als aanvaardbaar.

5.3 Inpassing

De locatie van de beoogde ontwikkeling kan in dit kader als stedelijk, maar afhankelijk van de uitleg ook als niet-stedelijk gebied worden omschreven. Daarom wordt de locatiekeuze hier voor de volledigheid eveneens gemotiveerd.

In artikel 1.1.1 onder h van het Bro is een nadere omschrijving van het begrip 'bestaand stedelijk gebied' vastgelegd. Als bestaand stedelijk gebied wordt aangemerkt: *'bestaand stedenbouwkundig samenstel van bebouwing ten behoeve van wonen, dienstverlening, bedrijvigheid, detailhandel of horeca, alsmede de daarbij behorende openbare of sociaal culturele voorzieningen, stedelijk groen en infrastructuur'*.

Uit de definitie volgt dat er sprake moet zijn van een *stedenbouwkundig samenstel van bebouwing*. In de Nota van Toelichting wordt opgemerkt dat de kwalificatie bestaand stedelijk gebied *afhangt van de omstandigheden van het geval, de specifieke ligging, de feitelijke situatie, het bestemmingsplan en de aard van de omgeving*.

De beoogde ontwikkeling van een KFC-restaurant heeft een relatief grote ruimtebehoefte, namelijk circa 1.500 m² - 2.000 m² grondoppervlak (inclusief parkeren, drive thru, etc.) en behoeft een verkeersveilige ontsluiting. Daarnaast is de formule in hoge mate afhankelijk van een goede bereikbaarheid per auto vanuit de regio en heeft het een belangrijke verzorgingsfunctie voor autoverkeer op de A73. De ligging van de ontwikkellocatie aan de belangrijkste ontsluitingsweg naar Cuijk, nabij de op-

en afritten van de A73 en de realisatie van een eigen verkeersontsluiting, sluiten naadloos aan op deze behoefte. De dichtstbijzijnde bushalte ligt op ca. 450 meter loopafstand.

Inclusief de naastgelegen vestiging van McDonald's en tankstation Tango speelt de ontwikkeling in op de toenemende behoefte van consumenten om op 'traffic-locaties' doelgericht, prijsvriendelijk en 'efficiënt' (snel) iets te eten en te drinken. Gemak en bereikbaarheid zijn daarbij belangrijker dan bijvoorbeeld sfeer of verblijfskwaliteit, waar de hoofdwinkelcentra in de regio juist sterk in zijn. Men verblijft veelal kort op locaties als de onderhavige.

Binnen het bestaand stedelijk gebied van Cuijk, waaronder het centrum, is geen locatie beschikbaar die voldoet aan het beschreven profiel dan wel hiervoor binnen afzienbare tijd als zodanig kan worden ingericht. Hiermee kan de onderhavige locatie worden beoordeeld als meest geschikte optie en de ruimtelijke inpassing als goed.

BIJLAGE

Bijlage 1: Landelijke trends en ontwikkelingen horecasector

Er hebben zich de afgelopen jaren veel ontwikkelingen voorgedaan in de (restaurantieve) horeca, zowel aan de vraag- als de aanbodzijde. We beperken ons in dit overzicht tot de hoofdlijnen, aangezien er in en rond de zeer veelzijdige horecasector vele trends spelen, zowel op macro- als microniveau. Landelijk perspectief

Er zijn in Nederland ruim **41.500 horecazaken** (excl. hotels), waaronder circa 16.800 drankverstrekkers, 12.870 fastservice-zaken (snackbars, etc.) en 11.850 restaurants. In 2018 realiseerde de restaurantieve horeca (dus excl. hotels) een totale omzet van ca. **16,8 miljard euro** incl. btw. Hoewel de bestedingen in de sector de afgelopen jaren fors zijn gestegen en de toekomstverwachting eveneens positief is, bestaat er landelijk een **overaanbod van 'traditionele' horeca**. Er is 'teveel van hetzelfde'. Anno 2020 bestaan er vooral ontwikkelingskansen voor zaken die zich qua thema, product, service en marketing sterk en onderscheidend profileren.



In toenemende mate wordt het **economisch en sociaal-maatschappelijk belang** van een sterke horecasector erkend, ook door overheden. Horeca richt zich steeds meer op **vermaak en beleving** en moderne zaken zijn actief bezig met productontwikkeling, marketing en organisatie van activiteiten en arrangementen. Aan de andere kant zien we de opmars van internationale ketens van fastfoodrestaurants, met welbekende, prijsvriendelijke producten en een sterk gesystematiseerd productie- en bedieningsconcept. Zij spelen vooral in op mensen die **'efficiënt'** iets willen consumeren. Juist door haar beeldbepalende, dynamische en deels onvoorspelbare karakter zet sterke horeca centra en gebieden 'op de kaart', ook voor bovenlokale bezoekers.

De **vrijtijdseconomie** toont nog steeds een sterke expansie. Vrijwel elke Nederlander bezoekt tegenwoordig weleens een horecazaak, in welk verband en met welk motief dan ook. Bovenal verwacht men een aantrekkelijke, al dan niet bijzondere **'beleving'** en men is in het algemeen bereid daarvoor een faire prijs te betalen. Daarnaast laten steeds meer mensen zich echter leiden door kortingsacties. De groeiende groep **(koopkrachtige) ouderen** wil optimaal genieten van haar ruime vrije tijd. Ook het groeiende aantal kleine huishoudens leidt tot extra consumptie buitenshuis. Het aantal dagelijkse 'eetmomenten' neemt nog steeds toe. Tenslotte leveren de sterk toenemende overnachtingen van **buitenlandse toeristen** veel extra vraagpotentieel voor de horeca.

De belangrijkste trends in de horecasector:

- **Multifunctionaliteit:** horecabedrijven bieden een steeds bredere menukeuze, met per dagdeel verschillende doelgroepen. Ook worden vaker recreatieve en culturele activiteiten georganiseerd.
- **Vervlechting horeca, detailhandel en cultuur:** Traditioneel baseren bestemmingsplannen zich primair op hoofdfuncties als horeca (al dan niet met verkoop alcoholhoudende dranken), cultuur of detailhandel. Mede door de veranderende consumentenwensen, multifunctionaliteit en 'blurring' ontstaan steeds meer combinatievormen. Bijvoorbeeld een dagelijkse of niet-dagelijkse winkel (mode, woninginrichting, boeken/media, etc.) of bibliotheek met gelegenheid voor koffiedrinken of lunchen. Vanuit de landelijke regelgeving is hier overigens in principe alleen consumptie van niet-alcoholhoudende dranken toegestaan.
- **Schaalvergroting:** de ruimtebehoefte van horecazaken neemt toe, vanwege de gewenste multifunctionaliteit, consumentenbehoefte en/of omzeteisen. De opkomst van de zogenaamde Wereld-restaurants (grootschalige buffetrestaurants met een mondiale keuken) en andere 'fast casual' formules (La Place, Happy Italy, Vapiano, De Beren) vormen de meest recente exponenten hiervan.
- Opkomst **traffic-locaties:** doelgericht bezochte horecaketens gericht op fastservice en 'casual dining' (met doorgaans een relatief grote ruimtebehoefte) oriënteren zich steeds meer op lokaal en regionaal goed bereikbare voorzieningenconcentraties met ruime parkeergelegenheid. Vaak betreft het locaties langs snelwegen of andere regionale hoofdroutes.
- Vestiging horeca in **industriële of militaire erfgoed:** De robuuste, ongepolijste en 'stoere' uitstraling van dit soort vastgoed, beschikbare ruimte en parkeerruimte bieden bijzondere kansen voor bijzondere horecaconcepten en aanverwante activiteiten. Ook wel gekenschetst als 'Nouveau Ruig'.
- Opkomst **drankspecialiteiten:** Cafés waren in Nederland van oudsher sterk gericht op het schenken van bier, met een beperkte keuze aan andere dranken. Speciaalbieren ('Craft Beers') zijn sterk in opkomst, maar ook de groeiende populariteit van wijn en gedestilleerd (cocktails, whiskey, gin) is opvallend. Soms betreft het zelfstandige horecazaken. Het aantal koffiezaken groeit sterk, met landelijke spelers als Starbucks en Coffeecompany. Voor jongeren en ZZP-ers hebben deze zaken vaak een belangrijke ontmoetingsfunctie. Voor de vermelde horecatypen is vooral de binnenstad een kansrijk vestigingsmilieu.
- Opkomst horeca met **maatschappelijke betrokkenheid** en inzet van personeel met een achterstand tot de arbeidsmarkt. Voorbeelden zijn Brownies&downieS, The Colour Kitchen en Bakkerij/lunchcafé Driekant te Zutphen. Restaurant Instock kookt alleen met voedseloverschotten of producten met een afwijkende maat of uiterlijk. Mede vanwege de maatschappelijke functie zijn deze zaken soms zeer populair.
- Toenemende betekenis **buitenfestivals** met een accent op het thema food. Vaak zijn er food-trucks aanwezig en wordt vooral vers, biologisch en 'streekeigen' voedsel aangeboden, binnen een breed programma met entertainment, muziek en cultuur.
- Opvallend is de recente opkomst van (zonder volledig te zijn) grootschalige buffetrestaurants, tapasformules, sushi-ketens, rooftop-restaurants, koffieformules en zelftap concepten.

