

VOLGNUMMER
146-2014

DATUM
18 november 2014

ORGANISATIEONDERDEEL
Economie en Cultuur

CORRESPONDENTIENUMMER
2014-44835

BIJLAGEN

RAADSCOMMISSIE
Economische en Sociale Zaken

ONDERWERP RAADSVORSTEL
Hotelbeleid 2015-2018

STELLER
Costongs/350 4788
ard.costongs@maastricht.nl

AAN DE GEMEENTERAAD,

1. Samenvatting

Waarom een vernieuwd hotelbeleid?

Het huidige hotelbeleid is geëvalueerd door onderzoeksbureau ZKA. Conclusie daarvan was dat het hotelbeleid heeft gewerkt en op hoofdlijnen in stand moet blijven om de markt in Maastricht enerzijds te kunnen voorzien van nieuwe impulsen en anderzijds de investeringsruimte van de bestaande hotels niet te veel te beperken door al te veel concurrentie.

Wat is onze ambitie?

Wij willen het bestaande hotelbeleid voor nieuwvestiging qua systematiek – toets op mate van vernieuwing van het concept en haalbaarheid - overeind houden, om bovenvermelde redenen. Tegelijkertijd willen wij het makkelijker maken om ruimte te geven aan vernieuwende concepten en om de marktruimte in het budgetsegment en in het luxesegment beter te benutten. Dat betekent deels reguleren en deels liberaliseren.

Wat gaan we doen?

Ten eerste gaan we in de haalbaarheidstoets uit het oude beleid meer accent leggen op vernieuwing. Met vernieuwing wordt bedoeld het binnenhalen van nog niet in Maastricht voorkomende hotelconcepten die nieuwe doelgroepen naar de stad halen en daarmee voor extra overnachtingen zorg dragen.

Ten tweede gaan we de haalbaarheidsstudie afschaffen voor kleinschalige logiesaccommodaties tot en met 7 kamers. Dit mag alleen als geen woningen verdwijnen. Wel wordt voor elke locatie afgewogen of deze functie daar geschikt is (planologische afweging). Hiermee wordt de toenemende markt voor kleinschalige logies beter bediend, terwijl de woonfunctie blijft en alle overige vereisten voor kleine hotels gelden.

Ten derde gaan we de haalbaarheidstoets ook afschaffen voor bestaande hotels die met maximaal 7 kamers uitbreiden en voor de bestaande hotels vanaf 140 kamers die met maximaal 5% uitbreiden. Voor grotere uitbreidingen wordt de haalbaarheidsstudie bovendien versoepeld op het punt van vernieuwende concepten.

2. Beslispunten

- Het huidige beleid voortzetten met de volgende nuanceringen:



- Checklist voor de haalbaarheidsstudie aanpassen: minder nadruk op financiële haalbaarheid en meer op de inhoudelijke aspecten (de zogenoemde aanvullende vraag: nieuwe concepten die extra toeristen naar Maastricht trekken)
- Haalbaarheidsstudie vereisen voor initiatieven vanaf 8 kamers (of vergelijkbare verblijfseenheden) waarbij geen onttrekking aan de woonfunctie plaatsvindt
- Voor bestaande hotels een haalbaarheidsstudie vereisen voor uitbreidingen vanaf 8 kamers en voor bestaande hotels groter dan 140 kamers voor uitbreidingen van 5% van het aantal bestaande kamers (peildatum 1-1-2015)
- Voor uitbreidingen van bestaande hotels groter dan 5% (in hetzelfde of het naastgelegen pand) de checklist versoepelen op het punt van aanvullende vraag (waarbij het ontbreken van een nieuw concept niet leidt tot een lagere score, maar het aanpassen/vernieuwen van het concept wel leidt tot een hogere score)
- Waar mogelijk te komen tot een reductie van de planvoorraad
- De effecten van deze beleidsaanpassingen en de aard en omvang van m.n. kleinschalige logiesaccommodaties te monitoren en te beoordelen of de uitkomsten consequenties moeten hebben voor het instrumentarium en gemeentelijke handhavingsprioriteiten

3. Aanleiding

In 2009 heeft de gemeente een nieuw, op innovatie sturend, hotelbeleid vastgesteld. Dat is gebeurd op grond van de conclusie dat destijds geen ruimte was voor nieuwe kamers. Bovendien waren er enkele tientallen plannen bekend met een aantal hotelkamers dat veel groter is dan de marktruimte. Bij een ongereguleerde vestiging was er voor de Maastrichtse hotellerie geen tot weinig ruimte voor het verbeteren van de resultaten. Dit mogelijk met een groot risico dat de kwaliteit van het gehele stedelijke hotelproduct zou verminderen. Destijds was het dus niet zeker dat met een ongereguleerde vestiging een goed kwantitatief én kwalitatief aanbod bereikt kon worden en daarbij het positief imago van de stad behouden kon worden. Gekozen is voor sturing via hotelbeleid (zoals in zekere zin ook op het gebied van kantoren en wonen gebeurt).

Het Hotelbeleid 2009-2013 houdt in dat de gemeente Maastricht alleen ontheffing verleent van bestemmingsplannen c.q. een projectbesluit neemt, indien sprake is van een vernieuwend concept waardoor de marktruimte vergroot en de kwaliteit van de omgeving behouden en/of verbeterd wordt. Dit moet worden aangetoond door middel van een haalbaarheidsstudie die moet voldoen aan de vastgestelde checklist.

4. Relatie met bestaand beleid

Evaluatie Hotelbeleid

ZKA heeft een evaluatie gedaan van het hotelbeleid dat in 2009 is vastgesteld (zie bijlage). Belangrijke conclusies hieruit zijn:

- Het hotelaanbod in de gemeente Maastricht is de afgelopen jaren gestegen van 2216 naar 2362 kamers; dit is minder hard dan landelijk en in de grote steden.
- De tendens van steeds meer aanbod in het luxe segment is tot staan gekomen en er is meer budgetaanbod gekomen. Hiermee wordt in kwantitatief opzicht (deels) aan de doelstelling van een meer gevarieerd hotelaanbod voldaan. Echter: budgetaanbod is nog ondervertegenwoordigd en er is geen 5*-hotel.



- Er zijn enkele nieuwe hotels bijgekomen die aansluiten bij de trend van bijzondere hotelconcepten en -formules, waardoor ook in kwalitatief opzicht het aanbod meer divers is geworden.
- De hotelplannen waaraan reeds principemedewerking is verleend (400 kamers van de in totaal minimaal 880), hebben al meer kamers dan de geraamde marktruimte (ca. 325 kamers in het realistische scenario).

Ofschoon de ontwikkeling van de marktverhoudingen in Maastricht minder fors verslechterd is dan landelijk, bestaat de komende jaren nog steeds geen of nauwelijks marktruimte voor extra hotelkamers. Bovendien is er nog steeds sprake van enkele tientallen hotelplannen, waarvan alleen al de plannen/kamers met een principetoezegging groter is dan de marktruimte.

ZKA adviseert dan ook:

- handhaven van het huidige restrictieve, naar meer diversiteit en innovatie strevende hotelbeleid;
- sterk blijven toetsen op de haalbaarheid, onderscheidend vermogen en toegevoegde waarde van potentiële nieuwe hotels;
- komen tot een nadere ordening en reductie van de planvoorraad.

Haalbaarheidsstudie

Naast de inhoudelijke aspecten zoals door ZKA geëvalueerd zijn er ook procedurele aspecten en vereisten. De haalbaarheidsstudie die voor elk initiatief moet worden ingevuld (m.u.v. 1 of 2 kamers guesthouse) noodzaakt zeer specifieke kennis en wordt als zeer complex ervaren, zelfs door de gespecialiseerde bureaus die hiermee de meeste ervaring hebben.

Hierdoor leidt ieder initiatief tot hoge kosten voor initiatiefnemer én gemeente en tot een lange doorlooptijd:

- de initiatiefnemer huurt een gespecialiseerd bureau in om een haalbaarheidsstudie op te stellen
- de gemeente huurt een ander gespecialiseerd bureau in om de haalbaarheidsstudie te toetsen
- het bureau van de initiatiefnemer past de haalbaarheidsstudie aan
- het door de gemeente ingehuurd bureau toetst de aangepaste haalbaarheidsstudie

Vooraf voor kleinere initiatieven is dit een kostenpost die men niet snel uit de exploitatie gedekt krijgt en voor de gemeente betekent dit een kostenpost van enkele duizenden euro's per initiatief.

Omdat de complexiteit van de haalbaarheidsstudie als een probleem ervaren wordt, is vereenvoudiging geboden.

Short stay

In december 2013 is het short-staybeleid duidelijker geformuleerd. Op grond hiervan gelden voor short stay de volgende eisen:

- het gaat om zelfstandige woonruimte(n) met eigen voordeur en eigen voorzieningen.
- deze woonruimte alleen gestoffeerd en gemeubileerd wordt verhuurd.
- verhuur alleen met tijdelijke huurcontracten/gebruiksovereenkomsten plaatsvindt. Daarbij geldt een minimale termijn van 4 weken en een maximale termijn van één jaar.
- er geen recreatieve verhuur plaatsvindt.



Vrij vertaald betekent dit dat tijdelijke bewoning tot 4 weken niet mogelijk is op grond van een woonbestemming (met short stay), maar dat hiervoor een hotelbestemming nodig is. Met andere woorden: het hotelbeleid heeft betrekking op tijdelijk verblijf c.q. overnachtingsmogelijkheden tot 4 weken.

De laatste tijd komen er steeds meer plannen met een mengvorm van hotel en short stay, zoals bijvoorbeeld hotelappartementen en studenthotels. Hierop zijn zowel het hotelbeleid (voor het verblijfsdeel korter dan 4 weken) als het short-staybeleid (voor het verblijfsdeel vanaf 4 weken) naar rato van toepassing.

Guesthouses/B&B

Op dit moment worden guesthouses uitgezonderd van het hotelbeleid. In de Hotelnota 2009-2013 Maastricht staat guesthouse gedefinieerd als: "Een kleinschalig logiesverstrekkend bedrijf, gericht op het bieden van een toeristisch en kortdurend verblijf waarbij het aanbod zich beperkt tot maximaal twee kamers. Deze overnachtingsaccommodatie is gevestigd in een woning, wordt gerund door de eigenaren, tevens hoofdbewoner(s) van de betreffende woning." Een guesthouse is rechtstreeks toegestaan binnen de woonbestemming zoals vastgelegd in het bestemmingsplan.

Het principe van een guesthouse komt min of meer overeen met wat men landelijk aanduidt als Bed and Breakfast. De Stichting Bed & Breakfast heeft samen met het Platform Bed & Breakfast, Ministerie van Infrastructuur en Milieu, Ministerie van Binnenlandse Zaken en Koninkrijksrelaties, Vereniging van Nederlandse Gemeenten, Kamer van Koophandel, Antwoord voor Bedrijven, Infomil en Belastingdienst een handreiking voor gemeenten opgesteld: de Beleidsnotitie Bed & Breakfast (die overigens niet door KHN onderschreven wordt). In deze beleidsnotitie staat Bed & Breakfast als volgt omschreven: "Een bed & breakfast is een overnachtingsaccommodatie gericht op het bieden van de mogelijkheid tot een toeristisch en veelal kortdurend verblijf met het serveren van ontbijt. Een bed & breakfast is gevestigd in een woonhuis of bijhuis, wordt gerund door de eigenaren van het betreffende huis en heeft maximaal zeven kamers".

Uit deze landelijke Beleidsnotitie blijkt dat het omslagpunt van een kleinschalige naar een commerciële Bed and Breakfast (B&B) bij zeven kamers ligt. Een B&B met meer dan zeven kamers boet in aan kleinschaligheid en persoonlijke aandacht voor de gast. De eigenaar moet in veel gevallen personeel inschakelen, wat afbreuk doet aan het persoonlijke karakter van de B&B. De accommodatie gaat dan te veel op een pension of hotel lijken. Ook in andere Europese landen is een grens van zeven kamers heel gebruikelijk. Met deze begrenzing van de activiteit van een B&B kan een duidelijk onderscheid worden gemaakt tussen bed & breakfast en de reguliere pensions of hotels.

Economische visie Made in Maastricht

In 2013 is de Economische visie Made in Maastricht door de Raad vastgesteld. Werk staat hierin centraal, als bron van welvaart en welzijn voor de burgers van Maastricht. De Visie kent drie pijlers: internationale kenniseconomie, cultuur & economie (creatieve economie) en bezoek-, werk-, en ontmoetingsstad.

Binnen de laatstgenoemde pijler is het belang van de vrijetijdseconomie en het zakelijk toerisme voor de stad opgenomen. Het hotelaanbod moet kwantitatief en kwalitatief (blijven) aansluiten bij hetgeen de bezoeker nu en in de toekomst vraagt. Made in Maastricht beoogt ook deregulering en het bieden van experimenteerruimte om ondernemerschap te faciliteren.



Visie op de Binnenstad

De interactief tot stand gekomen Visie op de Binnenstad gaat hierin verder. Er moet ruimte geboden worden voor vernieuwende initiatieven en experimenten. Er is geen sprake van het van bovenaf ontwikkelen en sturen van ontwikkelen, maar van het geleiden van de dynamiek die er is. Niet alleen een diversiteit aan evenementen, maar ook verbreding en differentiatie van het huidige horeca-, cultuur- en hotelaanbod is belangrijk voor de aantrekkelijkheid van de binnenstad. Er kan een optimale wisselwerking plaatsvinden tussen nieuwe hotelconcepten en bezoekers die door bepaalde winkel/horecaconcepten of evenementen (kunnen) worden aangetrokken. Gestreefd wordt naar zones waar, in ieder geval tijdelijk, minder regels gelden voor het gebruik van gebouwen en/of openbare ruimte. Hierdoor krijgen creatieve en innovatieve ideeën de kans om te bewijzen dat ze levensvatbaar zijn. Bovendien kan dan een mentaliteit ontstaan waarbij het versoepelen van regels niet leidt tot angst voor chaos. Experimenteeruimte is echter breder dan alleen zones: overal in de binnenstad meer mogelijkheden creëren om te innoveren. Begin 2015 zullen wij u een voorstel voorleggen tot besluitvorming over de Visie op de Binnenstad. In het nu voorliggende raadsvoorstel zoeken we de versoepeling van de regels vooral op het gebied van kleinschalige initiatieven en vereenvoudiging van de procedure.

Trends en ontwikkelingen

Dit alles moet gezien worden in het licht van hetgeen in het kader van de Visie op de Binnenstad al geconstateerd is: "The World is changing fast!" Niet alleen de technologische ontwikkelingen gaan steeds sneller, maar ook de deeleconomie groeit gestaag. "Het individu maakt een verbinding met gelijkgestemden en passeert eenvoudigweg voorgekookte systemen" (Trendrede). Dit gebeurt bijvoorbeeld door steeds meer gebruik te maken van boekingsites als booking.com en hotel.nl. Er ontstaan ook services voor het "delen" van gebruiksvoorwerpen, productiemiddelen, auto's, diensten, maar ook voor het delen van woningen. Zelf-organiserende online-diensten als Airbnb, Windu en Couchsurfing (incidentele vakantieverhuur van de eigen woning) zijn flink in opmars. Deze diensten spelen in op de ontwikkeling dat de toerist steeds individueler en veeleisender wordt en zich steeds meer richt op beleving. Dit heeft zijn weerslag op het functioneren van het meerdaags verblijfs-toerisme.

Hier ligt een grote uitdaging voor Maastricht als internationale toeristenstad, en voor de Maastrichtse hotellerie in het bijzonder. Aan de ene kant zorgen deze diensten voor meer aanbod in de markt en betekenen ze zo in zekere zin concurrentie voor het gevestigd hotelaanbod in Maastricht. Aan de andere kant zorgen deze ontwikkelingen niet alleen voor een diverser aanbod, maar ook voor aansluiting op grote internationale netwerken die vaak wereldwijd toeristen bereiken die overnachtingen in Europa, Nederland of Limburg willen boeken. Dit zijn zaken die (mede) worden nagestreefd met de beleidsuitgangspunten van ons hotelbeleid.

Onze insteek is dan ook niet om tegen deze mondiale ontwikkelingen in te gaan, maar om juist te kunnen profiteren van de kansen die dit biedt voor extra meerdaags bezoek aan Maastricht. Dit zal echter wel onder de juiste voorwaarden moeten gebeuren.

De netwerken hebben zowel betrekking op vakantieverhuur als op normale hotel- en Bed&Breakfast-kamers (deze laatste twee categorieën komen later in dit raadsvoorstel aan de orde). Onder vakantieverhuur wordt incidentele verhuur van de eigen woning verstaan, bijvoorbeeld enkele weken als de hoofdbewoner op vakantie is (bv. via Airbnb, Wimdu, Couchsurfing).

Vakantieverhuur is een fenomeen van incidenteel gebruik waarop het planologisch systeem in Nederland eigenlijk niet is toegerust. Strikt genomen is dit niet toegestaan naar de letter van



een pure woonbestemming. Daar staat tegenover dat naar de geest de woonbestemming niet wezenlijk wordt aangetast indien er daadwerkelijk sprake is van slechts incidentele verhuur.

De ontwikkelingen op dit gebied gaan snel en we zullen deze goed blijven volgen.

In het verlengde van trends als zelf-organiserende online-diensten en vakantieverhuur ligt de algemene trend van een toenemende vraag naar en aanbod van kleinschalige logiesaccommodaties. Zo zal de vraag naar B&B's de komende jaren blijven groeien. Door de vergrijzing groeit de groep ouderen, die het meest een B&B bezoekt. Ook voor andere doelgroepen voorziet de B&B in de behoefte aan kleinschalige en goedkopere overnachtingsmogelijkheden.

Afschaffing sterrenclassificatie

Ook de KHN is zich bewust van de veranderingen in de dynamische wereld van het meerdaags toerisme. Per 1 januari 2015 zal het systeem van sterrenclassificatie afgeschaft worden. Momenteel beraadt men zich op een systeem dat beter aansluit bij deze tijd. Daarom zullen wij in het vervolg niet meer spreken van 2-sterren en 5-sterrenhotels, maar van resp. budgetsegment en luxe segment.

5. Gewenst beleid en mogelijke opties

Ambitie

Voor de komende jaren streven we geen grote groei, maar wel een kwaliteitsslag van het hotelaanbod na. We willen ruimte geven aan concepten die de marktruimte in het budgetsegment en het luxesegment beter invullen, aan concepten die meer toeristen naar Maastricht trekken en aan kleinschalige logiesaccommodaties. Dit met behoud van de vitaliteit van het huidige hotelaanbod. Er moet zoveel mogelijk een gelijk speelveld zijn op het gebied van eisen van brandveiligheid, andere bouweisen en toeristenbelasting. Het is de bedoeling om de procedure te vereenvoudigen.

Voortzetting huidig beleid

Uit de evaluatie van het huidige hotelbeleid is gebleken dat de tempering van de groei van het aanbod een positieve werking gehad heeft op de ontwikkeling van de marktverhoudingen in Maastricht. Tegelijkertijd is de planvoorraad net als in 2009 aanzienlijk groter dan de marktruimte.

Wij stellen u dan ook voor om het huidige hotelbeleid voort te zetten en hierbij tevens de volgende knelpunten te verzachten dan wel op te heffen.

Complexiteit haalbaarheidsstudie

Omdat de complexiteit van de haalbaarheidsstudie als een probleem ervaren wordt, is vereenvoudiging geboden. Wij stellen u voor om deze regeldruk zowel voor nieuwe als voor uitbreiding van bestaande hotels te verminderen. Dit door de checklist voor de haalbaarheidsstudie dusdanig te vereenvoudigen dat er minder nadruk op de financiële haalbaarheid komt liggen en meer op de inhoudelijke aspecten (de zogenoemde aanvullende vraag: nieuwe concepten die extra toeristen naar Maastricht trekken). Hiermee kan nog beter ingespeeld worden op de steeds veranderende behoefte van de toerist.



Dit zou een versoepeling betekenen die enerzijds niet wezenlijk afdoet aan het huidige, door ZKA geëvalueerde beleid en anderzijds wel een verlichting van de regeldruk betekent.

Haalbaarheidsstudie kleine ondernemingen

Vooraf voor kleinere initiatieven is de haalbaarheidsstudie een kostenpost die men niet snel uit de exploitatie gedekt krijgt. Ook is er een doorlooptijd mee gemoeid die niet evenredig is aan de kleinschaligheid van dergelijke plannen. Dit staat bovendien op gespannen voet met het economische beleid van de afgelopen tijd om juist het (kleine) ondernemerschap te stimuleren en faciliteren. Wij stellen u dan ook voor om het minimaal aantal kamers waarvoor een haalbaarheidsstudie aangeleverd moet worden, te verhogen en hierbij aansluiting te zoeken bij de landelijke Beleidslijn Bed & Breakfast (grens van 7 kamers). Dit betekent er pas vanaf 8 kamers een haalbaarheidsstudie vereist is. Om op moderne en wellicht toekomstige trends te kunnen inspelen, kunnen met kamers vergelijkbare verblijfseenheden (bv. tentjes in de tuin of couchsurfing) hieraan gelijk gesteld worden.

Dit geldt voor alle initiatieven (niet alleen B&B). Bovendien wordt met het oog op het woonklimaat voorgesteld om deze regeling alleen toe te passen op plannen, waar de woonfunctie behouden blijft. (Dergelijke initiatieven wijken immers af van reguliere kamerverhuur, die zich richt op duurzaam woonverblijf.)

Voor alle initiatieven tot 8 kamers, ook die in andere panden dan woningen, zal een planologische afweging plaatsvinden of deze functie op deze plek geschikt is, waarbij o.a. getoetst wordt aan beleid(snota's) als Structuurvisie, Visie op de Binnenstad, Detailhandelsnota, bedrijventerreinenbeleid, woonbeleid en zaken als bereikbaarheid, parkeren e.d. Ook zijn toetsingscriteria als brandveiligheidseisen voor hotel/logiesgebouw van toepassing en moet voor elke overnachting, ongeacht accommodatie, toeristenbelasting betaald worden.

Als gevolg hiervan verwachten we niet dat dergelijke initiatieven op grote schaal gerealiseerd zullen worden.

Wat betekent dit ten opzichte van de huidige situatie?

- De regeling in bestemmingsplannen voor guesthouses (1 of 2 kamers bij de hoofdbewoner) hoeft niet te worden aangepast.
- Overige initiatieven tot 8 kamers waarbij geen woningen verdwijnen, worden getoetst aan de gebruikelijke planologische criteria, maar een haalbaarheidsstudie is niet nodig.
- Vanaf 8 kamers is naast de gebruikelijke toetsingscriteria een haalbaarheidsstudie vereist.

Ter illustratie enkele praktijkvoorbeelden aan de hand van 5 casussen

- Casus 1: hoofdbewoner wil 2 kamers B&B en blijft wonen in het pand. Conclusie op grond van dit raadsvoorstel: er verandert niets; blijft rechtstreeks toegestaan (geen haalbaarheidsstudie en geen planologisch toets).
- Casus 2: hoofdbewoner wil woning omzetten in 5 kamers B&B en blijft er niet wonen. Conclusie: woonfunctie verdwijnt, dus niet toegestaan.
- Casus 3: hoofdbewoner wil de schuur bij zijn boerderij omzetten in 6 kamers B&B en blijft wonen in zijn woning. Conclusie: geen haalbaarheidsstudie nodig; wel de planologische afweging of deze functie op deze plek geschikt is alsmede een toets op bouwtechnische zaken als brandveiligheid, parkeren e.d. De uitkomst van deze afweging en toets is bepalend of het plan toegestaan wordt.
- Casus 4: projectontwikkelaar wil een leegstaand pand (bv. kantoor) omzetten in 7 hotelkamers. Conclusie: geen haalbaarheidsstudie nodig; wel de planologische afweging of deze functie op deze plek geschikt is alsmede een toets op bouwtechnische zaken als brandveiligheid, parkeren e.d. De uitkomst van deze afweging en toets is bepalend of het plan toegestaan wordt.



- Casus 5: projectontwikkelaar wil een hotel van 8 kamers of meer realiseren in een leegstaand pand. Conclusie: planologische afweging nodig of deze functie op deze plek geschikt is alsmede een toets op bouwtechnische zaken als brandveiligheid, parkeren e.d.. Tevens is een haalbaarheidsstudie vereist. De uitkomst van deze afweging, toets en studie is bepalend of het plan toegestaan wordt.

Gevolgen voor de woonfunctie

De nieuwe regeling voor initiatieven tot 8 kamers geldt alleen als er geen woningen verdwijnen., Er hoeft daarom niet te worden gevreesd dat het woonklimaat wezenlijk achteruitgaat. Bovendien wordt bij de verplichte planologische afweging en de toets op bouwtechnische zaken als brandveiligheid, parkeren e.d. ondermeer de ruimtelijke inpassing mede bezien van dergelijke initiatieven.

Uitvoerbaarheid en handhaafbaarheid

Door de geformuleerde voorstellen over afschaffing van de haalbaarheidstoets voor kleinschalige logiesaccommodaties tot en met 7 kamers wordt de drempel om legaal te ondernemen in deze sector lager en kunnen bij aanmelding ook eisen worden opgelegd betreffende de brandveiligheid. Daarmee zal binnen de sector een beter level playing field ontstaan onder eerlijker concurrentie. Bovendien neemt de opbrengst toeristenbelasting naar verwachting toe.

Vanwege het feit dat de markt van het meerdaags verblijfstoerisme sterk in ontwikkeling is en er op dit gebied allerlei trends waarneembaar zijn, zullen wij het komende jaar de effecten van de voorgestelde beleidsaanpassingen gaan monitoren en daarnaast een onderzoek doen naar de aard en omvang van het totaalaanbod aan (met name kleinschalige) logiesaccommodaties; aan de hand van de resultaten van dit totaalonderzoek zal dan integraal, in combinatie met de actuele en toekomstige verblijfsbehoefte, worden bezien of het beschikbaar instrumentarium (beleidscriteria/bestemmingsplannen) verdere aanpassing behoeft; in het verlengde daarvan zal dan beoordeeld worden of een en ander nog consequenties kan/moet hebben voor de gemeentelijke handhavingsprioriteiten. De resultaten van deze evaluatie zijn voorzien voor medio 2016.

Bestaande hotels

Ook de hotellerie heeft gewezen op het zeer strenge regime van de haalbaarheidsstudies en heeft verzocht om voor beperkte uitbreidingen van bestaande hotels geen haalbaarheidsstudie te hoeven aanleveren. De bestaande hotels die hun product willen aanpassen aan de behoefte van deze tijd, lopen bij uitbreiding namelijk ook aan tegen de kosten en vooral doorlooptijd van een haalbaarheidsstudie. De hotellerie heeft daarom verzocht om uitbreidingen van bestaande hotels te koppelen aan een uitbreidingspercentage, bv. 5% met een maximum van 10 kamers en dit vrij te stellen van de plicht tot haalbaarheidstoets.

Uit oogpunt van eenduidigheid stellen wij u voor om ook hierbij de grens van 7 kamers te hanteren, zodat pas een haalbaarheidsstudie vereist is voor uitbreidingen van bestaande hotels met 8 kamers of meer. Bestaande hotels zijn echter vaak ondernemingen die hun dienst voor de stad bewezen hebben en verdienen daarom meer krediet. Wij stellen u dan ook voor om bovendien voor de grotere hotels een uitbreidingspercentage van 5% van het aantal kamers aan te houden (peildatum 1-1-2015). Aangezien het grootste hotel 275 kamers telt, zou dit maximaal 14 kamers betekenen. Dit wijkt niet veel af van de door de hotellerie voorgestelde bovengrens van 10 kamers en we stellen dan ook voor om geen getalsmatige bovengrens te hanteren.

Een ander punt van aandacht is dat de checklist voor een haalbaarheidsstudie nadeliger is voor bestaande hotels vanwege het vereiste van een nieuw concept (aanvullende vraag).



Een bestaand hotel heeft immers per definitie een concept dat al in de stad aanwezig is. Ook hier wordt voorgesteld de checklist op dit punt te versoepelen, waarbij het ontbreken van een nieuw concept niet leidt tot een lagere score, maar het aanpassen/vernieuwen van het concept wel leidt tot een hogere score.

Reductie planvoorraad

Momenteel zijn er plannen waarvoor al principemedewerking is toegezegd. Dit betreft 400 kamers. Deze principemedewerking gold echter ook al bij ten tijde van het vaststellen van het beleid in 2009. Deze plannen zijn dus nog steeds niet uitgewerkt en uitgevoerd, terwijl ze wel de marktruimte voor andere initiatieven beperken. Wij stellen u voor om deze planvoorraad voor zover mogelijk te reduceren. Om dergelijke claims voor de toekomst te voorkomen, worden nieuwe principemedewerkingen slechts voor beperkte tijd afgegeven.

Draagvlak

Er heeft overleg plaatsgevonden met de brancheorganisaties Sahot en KHN, met de VVV, het MCB en met het Centrummanagement. Deze kunnen zich vinden in de voorgestelde beleidslijn.

Tot slot

In de volksmond bestaat er nogal verwarring over het begrip Bed & Breakfast (B&B). Zo verstaat bijvoorbeeld KHN onder B&B 1 of 2 kamers bij een hoofdbewoner, terwijl er aan de andere kant ook accommodaties van bijvoorbeeld 14 kamers zijn die zichzelf B&B noemen. In dit raadsvoorstel wordt een aantal keren gesproken over B&B. Er is voor de grens tussen kleinschaligheid en grootschaligheid aansluiting gezocht bij de landelijke Beleidslijn Bed & Breakfast (namelijk 7 kamers). Dit betekent echter **niet** dat de daarin genoemde definitie voor B&B overgenomen wordt. Integendeel, in het gemeentelijk beleid bestaat er **geen** categorie B&B en vallen de diverse accommodaties die zich B&B plegen te noemen, onder één van de volgende categorieën:

1. guesthouses: 1 of 2 kamers bij hoofdbewoner;
2. overige kleine logiesaccommodaties tot en met 7 kamers: kleine hotels, waaronder "B&B's" van 3 tot en met 7 kamers;
3. hotels vanaf 8 kamers, waaronder "B&B's" van 8 kamers of meer.

Na vaststelling van de beslispunten van dit raadsvoorstel gelden hiervoor de volgende vereisten:

1. guesthouses: geen bijzondere vereisten;
2. kleine accommodaties: alle vereisten die voor een hotel gelden (ook bestemmingsplan/planologie, brandveiligheid etc.) met uitzondering van een haalbaarheidsstudie;
3. hotels vanaf 8 kamers: alle vereisten die voor een hotel gelden inclusief een haalbaarheidsstudie."

6. Duurzaamheid en gezondheid

N.v.t.



7. Personeel

N.v.t.

8. Informatie en automatisering

N.v.t.

9. (Duurzame) aanbestedingen

N.v.t.

10. IBOR beheersparagraaf

N.v.t.

11. Financiën

De aangegeven versoepeling betekent een verlichting van de regeldruk voor de kleinere ondernemer/initiatiefnemers. Deze hoeven immers niet meer de onevenredig zware (en dure) haalbaarheidsstudie aan te leveren. Dat betekent al gauw een kostenbesparing van in de orde van 15.000 euro. Ook voor de gemeente betekent dit een kostenvermindering. Naar verwachting zullen er minder haalbaarheidsstudies getoetst hoeven te worden. Die toets vindt plaats door een gespecialiseerd bureau en kost enkele duizenden euro's, afhankelijk van de complexiteit van de aanvraag.

12. Voorstel

- Het huidige beleid voortzetten met de volgende nuanceringen:
 - Checklist voor de haalbaarheidsstudie aanpassen: minder nadruk op financiële haalbaarheid en meer op de inhoudelijke aspecten (de zogenoemde aanvullende vraag: nieuwe concepten die extra toeristen naar Maastricht trekken)
 - Haalbaarheidsstudie vereisen voor initiatieven vanaf 8 kamers (of vergelijkbare verblijfseenheden) waarbij geen onttrekking aan de woonfunctie plaatsvindt
 - Voor bestaande hotels een haalbaarheidsstudie vereisen voor uitbreidingen vanaf 8 kamers en voor bestaande hotels groter dan 140 kamers voor uitbreidingen van 5% van het aantal bestaande kamers (peildatum 1-1-2015)
 - Voor uitbreidingen van bestaande hotels groter dan 5% (in hetzelfde of het naastgelegen pand) de checklist versoepelen op het punt van aanvullende vraag (waarbij het ontbreken van een nieuw concept niet leidt tot een lagere score, maar het aanpassen/vernieuwen van het concept wel leidt tot een hogere score)
 - Waar mogelijk te komen tot een reductie van de planvoorraad
 - De effecten van deze beleidsaanpassingen en de aard en omvang van m.n. kleinschalige logiesaccommodaties te monitoren en te beoordelen of de uitkomsten consequenties moeten hebben voor het instrumentarium en gemeentelijke handhavingsprioriteiten



VOLGNUMMER
146-2014

13. Vervolg / Planning

Na instemming van de gemeenteraad zullen de in deze nota aangegeven voorstellen worden gebundeld in de Hotelnota 2015-2018.

Burgemeester en Wethouders van Maastricht,

De Secretaris,

P.J. Buijtels.

De Burgemeester,

O. Hoes.

Raadsvoorstel



BIJLAGE

I

VOLGNUMMER

146-2014

DE RAAD DER GEMEENTE MAASTRICHT,

gezien het voorstel van Burgemeester en Wethouders d.d. 18 november 2014 ,
organisatieonderdeel BO- Economie en Cultuur , no. 2014-44835;

gehoord de commissie Economische en Sociale Zaken

BESLUIT:

- Het huidige beleid voortzetten met de volgende nuanceringen:
- Checklist voor de haalbaarheidsstudie aanpassen: minder nadruk op financiële haalbaarheid en meer op de inhoudelijke aspecten (de zogenoemde aanvullende vraag: nieuwe concepten die extra toeristen naar Maastricht trekken)
- Haalbaarheidsstudie vereisen voor initiatieven vanaf 8 kamers (of vergelijkbare verblijfseenheden) waarbij geen onttrekking aan de woonfunctie plaatsvindt
- Voor bestaande hotels een haalbaarheidsstudie vereisen voor uitbreidingen vanaf 8 kamers en voor bestaande hotels groter dan 140 kamers voor uitbreidingen van 5% van het aantal bestaande kamers (peildatum 1-1-2015)
- Voor uitbreidingen van bestaande hotels groter dan 5% (in hetzelfde of het naastgelegen pand) de checklist versoepelen op het punt van aanvullende vraag (waarbij het ontbreken van een nieuw concept niet leidt tot een lagere score, maar het aanpassen/vernieuwen van het concept wel leidt tot een hogere score)
- Waar mogelijk te komen tot een reductie van de planvoorraad
- De effecten van deze beleidsaanpassingen en de aard en omvang van m.n. kleinschalige logiesaccommodaties te monitoren en te beoordelen of de uitkomsten consequenties moeten hebben voor het instrumentarium en gemeentelijke handhavingsprioriteiten

Aldus besloten door de raad der gemeente Maastricht in zijn openbare vergadering van 16 december 2014.

De Griffier,

De Voorzitter,

Raadsesluit

Hotelnota 2009 – 2013



Datum: juni 2009

INHOUDSOPGAVE

1. Aanleiding.....	5
2. Uitgangspunten van beleid.....	5
3. Nieuw beleid.....	5

PLANOLOGISCH REGIME
AFWEGINGSCRITERIA VOOR LEEFBAARHEID EN RUIMTELIJKE ORDENING
BENODIGDE INFORMATIE T.B.V. INTEGRALE AFWEGING

BIJLAGEN

Bijlage 1: Definities (guesthouse, logiesverstrekkende bedrijven)...	11
Bijlage 2: Vraag en aanbod (marktonderzoek Horwath HTL).....	13
Bijlage 3: Financiële haalbaarheidsstudie.....	17

1. AANLEIDING

Maastricht telt circa 2000 hotelkamers, waarvan 80% in het viersterren segment. Daarmee is Maastricht qua aantal hotelkamers in één adem te noemen met de grotere steden zoals Den Haag, Rotterdam en Utrecht en is het verblijfstoerisme, zowel zakelijk als recreatief een sterke economische pijler. Een kwalitatief goede hotelmarkt is dan ook in het grootste belang voor de stad Maastricht.

In 2007 en 2008 kwamen er veel aanvragen binnen op het gebied van het starten of uitbreiden van een hotel. Het gaat daarbij in totaal om zo'n 1900 kamers, hetgeen bijna zo groot is als de huidige voorraad. De aanvragen zijn divers van aard:

het gaat om nieuwe hotels, uitbreidingen, kleine en grote hotels, gelegen in het stadscentrum c.q. voetgangersgebied maar ook aan de snelweg en in het buitengebied. Tegelijkertijd groeit bij de gemeente in die periode het vermoeden dat er op de hotelmarkt geen goede balans tussen vraag en aanbod aanwezig is.

Vandaar dat eind 2008 de gemeente Maastricht opdracht heeft gegeven tot een onderzoek naar de Maastrichtse hotelmarkt. Dit heeft geresulteerd in het rapport "Hotels in Maastricht" met informatie over het huidig hotelaanbod, de vraag van de markt, de marktpotentie en aanbevelingen voor een nadere invulling van het hotelbeleid. Zie bijlage twee met daarin opgenomen de samenvatting van het rapport. Voor het volledig rapport verwijzen we naar www.maastricht.nl. In het rapport is onder meer geconcludeerd dat er de komende jaren nauwelijks marktruimte is voor nieuwe hotelkamers.

2. UITGANGSPUNTEN VAN BELEID

Maastricht heeft in haar stadsvisie naar 2030 gekozen voor een aantal speerpunten: woonstad, cultuurstad en kennisstad. Een aantrekkelijke en gezonde horeca met een goede ontvangst en serviceverlening is daarbij met name belangrijk voor de cultuur- en kennisstad.

In de nota economische speerpunten 2015 zijn vrijetijdseconomie (waar hotelbeleid een belangrijk onderdeel vanuit maakt) en kenniseconomie belangrijke speerpunten. Een toename van het toeristisch en zakelijk verblijf met als effect een hogere besteding, toename van investeringen en daaraan gekoppelde werkgelegenheid is één van de beleidsdoelen.

In het onderzoek naar de hotelmarkt heeft het adviesbureau Horwath HTL aanbevelingen voor de gemeente Maastricht geformuleerd:

"Het bevorderen van het zakelijk klimaat, een sturend en terughoudend beleid voeren met betrekking tot uitbreiding van de hotelmarkt en het verbeteren van de communicatie met de hotellerie".

3. NIEUW BELEID

In de stad streven we naar een goede leefbaarheid en duurzame ruimtelijke ordening. Dit is één van de publieke taken van de gemeente en dit komt nadrukkelijk aan de orde indien een initiatief strijdig is met het bestemmingsplan. Dan moet een integrale afweging plaatsvinden op basis van leefbaarheid en (duurzame) ruimtelijke ordening over het al dan niet verlenen van een ontheffing, het nemen van een projectbesluit of het partieel herzien van een bestemmingsplan

Belangrijke criteria bij de integrale afweging zijn bijvoorbeeld de parkeerbalans, het niet evenredig schaden van het woonmilieu, de geschiktheid van het gebouw en het behoud van de monumentale kwaliteit. Voor logiesverstrekkende bedrijven, waar sprake is van het vestigen van nieuwe hotelkamers, is daar het criterium "de ruimte in de markt" aan toegevoegd.

Via dit criterium wordt een financiële haalbaarheidsstudie verplicht gesteld om zo te voorkomen dat meer van hetzelfde wordt toegevoegd aan de hotelmarkt. Met een haalbaarheidsstudie kan worden aangetoond dat sprake is van een duurzame ontwikkeling die in de bestaande markt overlevings- en groeikansen heeft. In deze studie is het van belang dat de initiatiefnemer aangeeft of door het specifieke hotelconcept gasten worden aangetrokken die normaliter niet zouden overnachten in Maastricht.

De gemeente Maastricht geeft daarmee mogelijkheden voor kwalitatieve, vernieuwende concepten waardoor zowel de marktruimte vergroot wordt én de kwaliteit van de omgeving behouden c.q. verbeterd wordt.

PLANOLOGISCH REGIME

Met deze beleidsnotitie worden de criteria aangegeven, die gehanteerd worden bij de toetsing van zich aandienende hotelinitiatieven. De vermelde criteria zijn maatgevend voor het verkrijgen van toestemming. Het College van B&W kan dus een ontheffing verlenen van het geldende bestemmingsplan op basis van dit vastgestelde hotelbeleid.

Bestaande logiesverstreckende functies worden in bestemmingsplannen onder de planologische noemer logiesverstreckende horecadoeleinden gebracht: er wordt dus een specifieke bestemming aan gegeven.

In bijlage 1 staan de definities van een logiesverstreckend bedrijf en guesthouse zoals deze worden toegepast in Maastricht.

AFWEGINGSCRITERIA VOOR LEEFBAARHEID EN RUIMTELIJKE ORDENING

Indien er sprake is van een strijdigheid met het bestemmingsplan vindt een integrale afweging plaats aan de hand van de volgende afwegingsfactoren:

- Belangen van derden mogen niet onevenredig worden geschaad;
- Het woon- en leefklimaat in de directe omgeving mag niet onevenredig worden geschaad; (bijv. door het voorkomen van een concentratie van overlast)
- De parkeerbalans in de directe omgeving mag niet onevenredig nadelig worden beïnvloed en er mag geen onevenredige verkeersaantrekkende werking ontstaan; (bijv. door het oplossen van parkeerbehoefte)
- Het stedenbouwkundig beeld en de ruimtelijke kwaliteit mogen niet verminderen (bijv. letten op het behoud van multifunctionaliteit in omgeving);
- De ruimte in de markt; (behoefte aantonen met een financiële haalbaarheidsstudie)
- Het bestaande gebruik van het gebouw:
Is de voorziening minder overlastgevend t.o.v. het bestaande gebruik? (bijv. een café wordt vervangen door een hotel, wat mogelijk leidt tot verbetering van woon- en leefklimaat).

Niet alleen de omgevingskwaliteit speelt een rol in de afweging, ook de functionele kwaliteit speelt een rol. Belangrijke afwegingsfactoren daarbij zijn:

- De geschiktheid van het gebouw voor de gewenste of een andere functie;
- Het behoud van de monumentale kwaliteit van het gebouw.

Bij de afwegingscriteria “de belangen van derden niet onevenredig schaden” en “het woon- en leefklimaat in de directe omgeving niet onevenredig schaden” wordt onder meer rekening gehouden met het volgende:

- De winkelzone in Maastricht is het gebied in de binnenstad dat vooral gericht is op het winkelend publiek. Hier zijn op de begane grond de publieksfuncties het uitgangspunt en op de verdiepingen de woonfunctie. Dit ter behoud van een aantrekkelijke omgeving voor bezoekers en het streven naar leefkwaliteit en levendigheid van het stadscentrum ook 's avonds en in het weekend.
- In de winkelzone kan op de begane grond een horeca-exploitatie plaatsvinden met daarbij op de verdiepingen alleen mogelijkheden voor ondergeschikte (horeca)-activiteiten zoals een garderobe, toiletten, keuken, opslag of vergaderfaciliteiten (geen hotelfunctie zijnde).
- In de woonbuurten staat de woonfunctie op de eerste plaats. Hier zal een specifieke ligging ten opzichte van natuurgebieden of het centrumgebied, het behoud van monumentale panden, de aanwezigheid van bijzondere functies die de vestiging rechtvaardigen of het scheppen van voorzieningen die vanuit de woonbuurt wenselijk zijn, mede bepalend zijn bij de afweging voor een hotel.
- In het buitengebied moeten nieuwe functies de sfeer, het karakter en het gebruik van historische bebouwing versterken en hier de binding met de natuur- en landschapswaarden van de omgeving aangaan. Het uitgangspunt in het buitengebied is dat er geen toename van de bebouwing plaatsvindt.

BENODIGDE INFORMATIE BIJ STRIJD MET HET BESTEMMINGSPLAN

Indien sprake is van strijd met het bestemmingsplan vindt er altijd een integrale afweging plaats over het al dan niet verlenen van een ontheffing, het nemen van een projectbesluit of wordt een bestemmingsplan partieel herzien. Deze afweging vindt plaats aan de hand van afwegingscriteria voor leefbaarheid en ruimtelijke ordening:

- Op basis van het criterium ‘ruimte in de markt’ moet altijd een “financiële haalbaarheidsstudie” worden ingediend (zie hieronder).
- Op basis van de overige criteria moet bij het nemen van een projectbesluit of het partieel herzien van een bestemmingsplan een financiële haalbaarheidsstudie én een goede “ruimtelijke onderbouwing” worden ingediend (zie hieronder).
- Indien sprake is van een ontheffing moet **wel** een financiële haalbaarheidsstudie worden ingediend maar hoeft men **geen** “ruimtelijke onderbouwing” in te dienen.

Er is sprake van een ontheffing als het een wijziging van het gebruik van een bouwwerk betreft, al dan niet in samenhang met inplanting van bouwactiviteiten, mits de gebruikswijziging plaatsvindt in de bebouwde kom, betrekking heeft op een bruto vloeroppervlak van niet meer dan 1500 m² en het aantal woningen gelijk blijft (art. 4.1.1 Besluit ruimtelijke ordening).

Financiële haalbaarheidsstudie

De inhoud van een financiële haalbaarheidsstudie betreft doorgaans twee onderdelen:

1. De marktwaarde berekend aan de hand van factoren zoals locatie, marktverhouding, concept etc.
2. De begrote investeringskosten van het project op basis van aankoopkosten, bouwkosten, inrichtingskosten etc.

Als de marktwaarde groter is dan de investeringskosten lijkt het project te worden ondersteund door de markt en financieel haalbaar te zijn.

Bij het bepalen van de geprojecteerde marktwaarde van een toekomstig hotel wordt onder meer gekeken naar het te realiseren aandeel van de bestaande lokale hotelvraag en de groei hierin. Om te voorkomen dat meer van hetzelfde wordt toegevoegd aan de hotelmarkt moet ook worden gekeken naar de mogelijkheden om met het nieuwe hotelconcept een eigen doelgroep c.q. nieuwe gasten naar de stad te trekken. In de bijlage is nader aangegeven welke onderdelen belangrijk zijn bij de toetsing van een haalbaarheidsstudie.

Ruimtelijke Onderbouwing:

Een ruimtelijke onderbouwing is een document waarin alle relevante aspecten met betrekking tot een project beschreven en afgewogen worden.

De ruimtelijke onderbouwing dient minimaal te bevatten:

1. Beschrijving van het project.
2. De geldende planologische situatie.
3. De visie op de toekomstige ruimtelijke ontwikkeling van het gebied.
4. De ruimtelijke effecten van het project op de omgeving.
5. Rapportage van een gehouden inspraak.
6. Verantwoording van de economische uitvoerbaarheid.
7. Toets aan rijks-, regionaal- en provinciaal beleid;
8. Toets aan de milieuwetgeving.
9. Afweging van betrokken cultuurhistorische belangen.

Wat in de ruimtelijke onderbouwing moet worden opgenomen, is afhankelijk van het betreffende project. Bijvoorbeeld bij een functiewijziging van een pand, waarbij de bodem niet geroerd wordt, zal het aspect archeologie waarschijnlijk niet relevant zijn.

Bijlagen:

Bijlage 1: Definities (guesthouse, logiesverstrekkende bedrijven)

Bijlage 2: Vraag en aanbod (marktonderzoek Horwath HTL)

Bijlage 3: Financiële haalbaarheidsstudie

Bijlage 1

Definities: Guesthouse en logiesverstrekkende activiteiten

Guesthouse:

Een kleinschalig logiesverstrekkend bedrijf, gericht op het bieden van een toeristisch en kortdurend verblijf waarbij het aanbod zich beperkt tot maximaal twee kamers.

Deze overnachtingaccommodatie is gevestigd in een woning, wordt gerund door de eigenaren, tevens hoofdbewoner(s) van de betreffende woning.

Een guesthouse is rechtstreeks toegestaan binnen de woonbestemming zoals vastgelegd in het bestemmingsplan. De logiesfunctie moet in belangrijke mate ondergeschikt zijn aan de hoofdfunctie wonen en de logiesfunctie zelf mag niet functioneren als een zelfstandige woning (dus moet in de woning bijvoorbeeld sprake zijn van één gemeenschappelijke kookgelegenheid).

In dat geval doet de logiesfunctie geen afbreuk aan de woonfunctie ter plekke en is er in planologisch opzicht sprake van het handhaven van de woonfunctie. Hier gelden de eisen die in het Bouwbesluit en Gebruiksbesluit zijn gesteld voor woningen en woongebouwen.

Logiesverstrekkende activiteiten:

Een logiesverstrekkend bedrijf (hotel, pension, Bed & Breakfast), niet zijnde een guesthouse, valt onder de planologische noemer "Horeca hotel/pension".

Hier is sprake van het beroepsmatig exploiteren van een nachtverblijf voor korte tijd, eventueel in combinatie met het verstrekken van maaltijden en drank voor gebruik ter plaatse.

Dit is in Maastricht in principe niet rechtstreeks toegestaan in de bestemmingsplannen.

Een aanvraag moet worden ingediend en het volgen van een vrijstelling c.q. ontheffingsprocedure moet plaatsvinden aan de hand van afwegingscriteria voor leefbaarheid en (duurzame) ruimtelijke ordening. Voor deze logiesfuncties geldt het Hotelbeleid en gelden de eisen die in het Bouwbesluit en het Gebruiksbesluit zijn gesteld voor logiesgebouwen.

Controle en inning van toeristenbelasting

Deze vindt voor alle logiesverstrekkende activiteiten plaats via de Verordening toeristenbelasting Maastricht. Hierin wordt zowel voor een Guesthouse (een "niet-beroepsmatige verhuurde ruimte") als voor overige logiesverstrekkende bedrijven het belastingtarief en de aanmeldingsplicht vermeld.

Bijlage 2

Samenvatting Rapport “Hotels gemeente Maastricht”

Achtergrond

Diverse ondernemers hebben plannen ingediend voor het ontwikkelen van nieuwe hotelkamers, maar volgens hoteliers biedt de hotelmarkt hier geen ruimte voor. De gemeente stelt vast dat de publieke taak erop gericht is de stedelijke ruimte zodanig te verdelen dat de stad de functies kan realiseren die voor het welvarende voortbestaan ervan relevant zijn. Onderdeel hiervan is het opstellen en uitvoeren van hotelbeleid. Bestemmingsplanmatig is het ontwikkelen van nieuwe hotels in principe niet rechtstreeks mogelijk. Beleidsmatig bestaan voor sommige stedelijke gebieden wel mogelijkheden voor het ontwikkelen van nieuwe hotels. Het wijzigen van het hotelbeleid in 2008 heeft geleid tot een stagnatie van de toetsing van hotelaanvragen. Voor de toetsing van hotelaanvragen kan worden hervat moet nader worden onderzocht of een programmatische sturing van hotelontwikkelingen wenselijk is.

Locatieanalyse

Maastricht ligt relatief ver van de Randstad en dichtbij diverse Belgische en Duitse steden. De bereikbaarheid van Maastricht per openbaar vervoer is vanuit Nederland goed en vanuit België steeds beter, maar vanuit Duitsland minder goed. Per auto is Maastricht vanuit Nederland, België en Duitsland goed te bereiken. Wel is sprake van toenemende vertragingen. Via een regionale luchthaven in het nabije Beek is Maastricht vanuit sommige herkomststeden ook per vliegtuig te bereiken.

Maastricht heeft te maken met een structureel veranderende bevolkingssamenstelling, een dalende beroepsbevolking en een relatief hoog werkloosheidspercentage. Ter reactie heeft de gemeente een stimulerend beleid met bijbehorende instrumenten ingezet.

Het industriële karakter wordt vervangen door de ontwikkeling van Maastricht tot cultuurstad, kennisstad en dienstestad. Deze laatste twee aspecten betreffen vooral openbare instituten, die doorgaans weinig behoefte hebben aan hotelkamers. Uitzonderingen hierop in Maastricht zijn het AZM en de UM. De zakelijke dienstverlening, die doorgaans relatief veel hotelvraag oplevert, is minder goed vertegenwoordigd. De creatieve industrie wordt gezien als een belangrijke stuwende economische sector. Omdat deze sector wordt gedomineerd door kleine bedrijven, wordt hieruit geen noemenswaardige groei in hotelvraag verwacht. Van de gehele bedrijvigheid in Maastricht bestaat meer dan 99,5% uit het MKB, terwijl het vaak juist de grote bedrijven zijn die zakelijke hotelvraag opleveren. Ook blijkt het lastig te zijn om grotere bedrijven van buiten Maastricht aan te trekken. Diverse samenwerkingsverbanden bieden kansen voor de zakelijke hotelmarkt, maar deze zijn nog niet te gelde gemaakt.

Maastricht is de tweede meest belangrijke Nederlandse congresstad en heeft een sterke internationale naamsbekendheid. De laatste jaren is echter sprake van een afname in het aantal congressen en congresbezoekers. Onder meer vanwege de uitdagingen op de individuele zakelijke markt, is juist de ontwikkeling van de congresmarkt van groot belang voor de lokale hotellerie. Mits door alle betrokken partijen op de juiste manier wordt ingespeeld op geobserveerde kansen, kunnen ontwikkelingen in de congresmarkt op de lange termijn weer een stijgende lijn vertonen.

Maastricht heeft ook een sterke nationale naamsbekendheid, onder meer door de kwantiteit en kwaliteit van het winkelaanbod, de historische en gastronomische rijkdom en het omliggende heuvellandschap. Het toeristische dagbezoek is de afgelopen jaren dan ook sterk toegenomen.

In Maastricht zijn diverse ontwikkelingen ingezet, welke op de lange termijn van invloed kunnen zijn op de hotelmarkt. Met betrekking tot de zakelijke markt kan gedacht worden aan het UM convenant, de gezamenlijke inzet om het congrestoneerisme te verbeteren en de ontwikkelingen in het Geusselpark, Belvédère, Kwaliteitssprong en Randwyck. De ontwikkelingen in het Geusselpark, Belvédère en Kwaliteitssprong worden verwacht ook een positieve uitwerking te kunnen hebben op de toeristische markt. Ditzelfde wordt verwacht voor de aanzienlijke gemeentelijke ambities op het gebied van cultuur. Ten slotte kunnen infrastructurele ontwikkelingen in de stad een positieve aantrekkingskracht op zowel zakelijke als toeristische gasten hebben.

Aanbodanalyse

De regio Zuid-Limburg heeft een rijk aanbod aan hotels buiten Maastricht. Het hotelaanbod in Maastricht zelf is aanzienlijk groter dan in vergelijkbare steden, in verhouding tot het aantal inwoners, de werkgelegenheid én het aantal dagbezoekers. Zelfs in vergelijking met steden als Den Haag, Rotterdam en Utrecht heeft Maastricht een opmerkelijk groot hotelaanbod.

Een gemiddeld Maastrichts hotel is aanzienlijk groter dan een gemiddeld hotel in Nederland, Limburg en Zuid-Limburg. Wel is de afgelopen jaren de omvang van een gemiddeld hotel in Maastricht afgenomen, terwijl de gemiddelde omvang van hotels elders in Nederland juist is toegenomen. De grootte van een gemiddeld hotel neemt af naarmate de classificatie lager is.

Hoewel het in de Nederlandse hotellerie gebruikelijk is dat het viersterren segment het grootste marktaandeel heeft, kan gesteld worden dat met een aandeel van nagenoeg 80% het viersterren segment de hotelmarkt van Maastricht domineert. De overige 20% bestaat uit driesterren hotels en in mindere mate uit budgethotels.

In deze studie is de betekenis van 'hotel' uitgebreid met accommodatievormen als hostel, pension, gasthuis en B&B. In totaal bestaat het huidige hotelaanbod in Maastricht uit 2.225 kamers. Dit aantal is de afgelopen jaren sterk gegroeid. Sinds 2000 is het aantal hotelkamers in Maastricht per jaar met gemiddeld 2% gegroeid. Dit is meer dan de groei in de Nederlandse hotelmarkt en zeker meer dan in Limburg. In de periode 1995-2000 nam het aanbod in Maastricht nog sterker toe.

Circa 35 plannen voor in totaal ruim 2.000 nieuwe hotelkamers zijn bekend bij de gemeente Maastricht. Als de hotelkamers van al deze plannen gerealiseerd worden, zou het hotelaanbod in Maastricht groeien tot circa 190% van de huidige omvang. Aan een aantal plannen met in totaal ongeveer 945 kamers heeft de gemeente principemedewerking verleend.

Vraaganalyse

In de periode 2002-2007 nam het aantal hotelovernachtingen in Maastricht toe met een gemiddelde jaarlijkse groei van 3,1%. De groei wordt grotendeels verklaard door een toename in het aantal overnachtingen in niet-geclassificeerde hotels en in mindere mate ook door een toename in drie- en viersterren hotels. De overnachtingen in één- en tweesterren hotels namen juist af.

Net als elders in Nederland zijn sinds 2000 de resultaten van hotels in Maastricht gedaald, waarna een herstel zich in 2005 inzette. Dit herstel heeft zich doorgezet in 2006 en in mindere mate ook in 2007. Volgens de hoteliers wordt het steeds moeilijker om gezonde resultaten te behalen, omdat stagnerende hotelvraag moet worden verdeeld over een toenemend aanbod aan hotelkamers binnen én buiten de stad. Hierbij is opgemerkt dat geclassificeerde hotels oneerlijke concurrentie ondergaan van niet-geclassificeerde hotels. De voorlopige resultaten van 2008 tonen dat de bezettingsgraad wat zal afnemen. Doordat de gemiddelde kamerprijs wel nog verder groeit, neemt de opbrengst per beschikbare kamer licht toe. Het lijkt echter waarschijnlijk dat de resultaten van het gehele boekjaar minder positief zijn. Voor 2009 wordt een afname in opbrengsten per beschikbare kamer verwacht.

De opbrengsten per beschikbare kamer in Maastricht zijn hoger dan in Limburg, maar aanzienlijk lager dan in Nederland. De hotelmarkt van Maastricht kan verdeeld worden in centrumhotels en hotels die buiten het centrum zijn gelegen. Met uitzondering van een deel overflow, zijn beide soorten hotels grotendeels actief in verschillende deelmarkten. Doorgaans realiseren centrumhotels hogere gemiddelde kamerprijzen en bezettingsgraden.

In Maastricht is het aandeel zakelijke hotelvraag kleiner dan gebruikelijk is in Nederland. Vanwege spreiding in hotelvraag is het van groot belang de zakelijke markt in Maastricht te verbeteren en zodoende een betere verhouding te realiseren tot toeristische vraag. Dit is een aanzienlijke uitdaging en mogelijke verbeteringen betreffen de langere termijn.

Er zijn slechts een paar momenten in het jaar waarop het moeilijk is een hotelkamer te boeken in Maastricht. In totaal bedragen deze drukbezette dagen niet meer dan één à twee weken van het jaar en lijkt de drukte niet onoverkomelijk. Het is de verwachting dat de vraag naar hotelkamers in Maastricht in de periode 2008-2020 jaarlijks gemiddeld met 2,8% zal groeien. Hierbij wordt ervan uitgegaan dat proactief en doelgericht wordt gewerkt aan het verbeteren van het zakelijke klimaat van Maastricht en de perceptie daarvan, dat alle belanghebbende partijen zullen bijdragen aan het aantrekken van congressen en dat op de lange termijn de meeste initiatieven om hotelvraag te doen toenemen gericht zullen zijn op de zakelijke markt.

Marktpotentie

Het centrumgebied biedt meer potentie dan stedelijke gebieden buiten het centrum, maar de gehele hotelmarkt van Maastricht biedt de komende jaren geen ruimte voor de ontwikkeling van nieuwe kamers. Van 2013 tot en met 2020 vertaalt de verwachte groei in vraag zich naar een behoefte van 824 nieuwe kamers. Om een gezonde situatie te garanderen, moet er op worden toegezien dat de toevoeging van hotelkamers over de hele periode wordt verspreid.

In totaal zijn ongeveer 35 hotelontwikkelingsplannen opgevat voor ruim 2.000 nieuwe hotelkamers in Maastricht. Aan een aantal plannen, met betrekking tot in totaal circa 945 kamers, heeft de gemeente principemedewerking verleend. Alleen al de hotelkamers van de plannen waar principemedewerking aan is verleend betreft een groter aantal dan waar de markt tot en met 2020 ruimte voor lijkt te bieden. Als alle hotelkamers met principemedewerking worden toegevoegd, daalt de gemiddelde hotelbezetting in de stad dramatisch. Zowel voor centrumhotels als voor hotels die buiten het centrum van Maastricht zijn gelegen blijft de bezettingsgraad dan gedurende de gehele geprojecteerde periode beneden het wenselijke niveau.

Indien exploitanten van de nieuwe hotels met internationale reserveringssystemen van hotelketens gaan werken, kan de marktruimte groter zijn. Hetzelfde kan worden gerealiseerd door het ontwikkelen van hotels met aantoonbaar unieke hotelconcepten. In het bijzonder moderne low budget hotels, resorts, combinatiehotels (bijvoorbeeld met een musicaltheater) en zorg- en herstelhotels lijken kans van slagen te hebben om de marktruimte in Maastricht te doen toenemen.

Aanbevelingen hotelbeleid

Geadviseerd wordt om het economische beleid op dusdanige wijze in te zetten dat een aantrekkelijk zakelijk klimaat en economische groeiimpulsen ontstaan. Hierbij is het belangrijk dat op de lange termijn prioriteit wordt gegeven aan een stimulering van zakelijke vraag ten opzichte van toeristische vraag. Omdat op de korte termijn de mogelijkheden tot het uitbreiden van het hotelaanbod beperkt zijn, wordt geadviseerd om tevens een sturend en terughoudend beleid in te stellen.

Met dit beleid dient ervoor gezorgd te worden dat tot 2013 geen en na 2013 gedoseerd nieuwe hotelkamers aan de markt worden toegevoegd. Hierbij zou geen onderscheid gemaakt moeten worden tussen verschillende stedelijke gebieden, maar moet wel rekening gehouden worden met een verschillende markt binnen en buiten het centrum. Als te hanteren instrumenten wordt onder meer het verspreiden van marktinformatie en het instellen van een economische toets in de vorm van financiële haalbaarheidsstudies geadviseerd. Uitgangspunt is dat de economische toets wordt gebaseerd op een adequate kwaliteit van het product. Ook wordt geadviseerd om periodiek een nieuwe marktruimtebepaling uit te voeren. Hiertoe dient een uitgebreide inventarisatie van alle hotels, hostels, pensions en B&B's uitgevoerd te worden, evenals van alle gasten van die logementen. Aanvullend wordt het verbeteren van de communicatie met de hotellerie geadviseerd. Onderstaande tabel geeft een overzicht van de aanbevelingen.

Tabel A Aanbevelingen hotelbeleid

Aanbeveling	Uitvoering van aanbeveling
Inzetten van het economische beleid	Inzetten van het economische beleid ter verbetering van het zakelijke klimaat
	Inzet van het MECC om congresstoerisme te verbeteren
	Op de lange termijn ontwikkeling van de zakelijke markt meer additionele aandacht geven dan de toeristische
Opstellen van een sturend en terughoudend beleid met betrekking tot hoteluitbreidingen (geen nieuwe hotelkamers tot 2013, daarna gedoseerd)	Toepassing voor de gehele stad
	Verspreiden van marktinformatie onder initiatiefnemers
	Initiatiefnemers verzoeken een financiële haalbaarheidsstudie aan te leveren → economische toets , gebaseerd op een adequate kwaliteit van het product.
	Bestaande hoteliers verzoeken aan te tonen dat de gewenste uitbreiding exploitatietechnisch nodig is → economische toets , gebaseerd op een adequate kwaliteit van het product.
Verbeteren van communicatie met hotellerie	Een monitor van hotelvraag opstellen en marktruimte bepaling periodiek aanpassen
	Overleg met hoteliers over de stand van zaken
	Flexibel zijn waar dit kan leiden tot synergie Consequent zijn in regels en toelichten waarom uitzonderingen worden gemaakt

Een andere manier om met scheve verhoudingen in hotelaanbod en hotelvraag om te gaan is te kiezen voor vrije marktwerking. In bepaalde situaties kan vrije marktwerking ertoe leiden dat een toename in de concurrerende druk ervoor zorgt dat de bedrijfsvoering van gevestigde hotels aanscherpt, wat zich manifesteert in het aanbieden van betere producten tegen lagere prijzen. De gevestigde hotellerie in Maastricht heeft echter geen ruimte om aan te scherpen. Het vrijlaten van de Maastrichtse hotelmarkt aan de marktwerking zal daarom naar verwachting juist tot een vermindering in kwaliteit van het stedelijke hotelproduct leiden. Hiermee wordt een negatieve spiraal in werking gezet, waarbij minder gasten zullen willen overnachten in Maastricht. De mogelijkheid bestaat dat door de daling in kwaliteit van de hotelmarkt van Maastricht zowel toeristische als zakelijke gasten gebruik maken van het ruime aanbod aan hotels in de regio.

Het volledige rapport van adviesbureau Horwath HTL is te vinden op www.maastricht.nl

BIJLAGE 3

De (financiële) haalbaarheidsstudie

De inhoud van een financiële haalbaarheidsstudie betreft doorgaans twee onderdelen:

1. De marktwaarde berekend aan de hand van factoren zoals locatie, marktverhouding, concept etc.
2. De begrote investeringskosten van het project op basis van aankoopkosten, bouwkosten, inrichtingskosten etc.

Als de marktwaarde groter is dan de investeringskosten lijkt het project te worden ondersteund door de markt en financieel haalbaar te zijn. Bij het bepalen van de geprojecteerde marktwaarde van een toekomstig hotel wordt onder meer gekeken naar het te realiseren aandeel van de bestaande lokale hotelvraag en de groei hierin. Om te voorkomen dat meer van hetzelfde wordt toegevoegd aan de hotelmarkt moet ook worden gekeken naar de mogelijkheden om met het nieuwe hotelconcept een eigen doelgroep c.q. nieuwe gasten naar de stad te trekken.

Bij het toetsen van de studie wordt vooral gekeken of alle benodigde en juiste aspecten voldoende in de studie verwerkt zijn. De gemeente hanteert hiervoor een checklist. In de studie moet naast het beantwoorden van algemene vraagstukken uitgebreid informatie worden verstrekt over marktwaarde en investeringsvraagstukken. Denk aan wat onderzocht is, op welke wijze gerekend is, welke factoren toegepast zijn en wat de relatie is met het specifieke hotelconcept.

Bij de algemene vraagstukken moet bijvoorbeeld duidelijk zijn: locatie, aantal kamers, nieuwbouw of uitbreiding, initiatiefnemer, ontwikkelaar, investeerder maar ook de uitvoerder van de studie en diens ervaring(en) in de hotelbranche. Tevens moeten de investeringskosten vermeld worden en antwoord gegeven worden op de vraag wat de marktwaarde van het geplande bedrijf is of wat het verschil is in marktwaarde van het bestaande bedrijf na en voor de uitbreiding.

De marktwaarde vraagstukken zijn te verdelen in de elementen locatie en omgeving, marktverhouding, het hotelconcept en financiële projecties. Voor nadere vragen hierover kunt u contact opnemen met de bouwinspecteur.

De haalbaarheidsstudie zal niet verder worden gecontroleerd indien bijvoorbeeld blijkt dat:

- de marktwaarde niet groter is dan de begrote investeringskosten;
- per onderdeel niet voldoende aspecten verwerkt zijn;
- getwijfeld wordt aan de kwalificaties van de uitvoerder van de studie;
- de mogelijkheid tot het aantrekken van gasten die normaliter niet in Maastricht zouden overnachten, c.q. de werking van aanvullende vraaggeneratoren, niet voldoende onderbouwd is (incl. het resultaat in kamernachten);
- geen fair share analyse voor de komende vijf jaren in combinatie met een mogelijke aanvullende vraag is aangegeven;
- geen reële factoren worden toegepast bij de financiële projecties

Ter informatie zijn hieronder enkele tabellen opgenomen met voorbeelden van adviesbureaus en bronvermeldingen.

Tabel 1. Voorbeelden adviesbureaus met hotelspecialisme

Deloitte	Horwath HTL
HVS International	KPMG
LaGroup Arts & Leisure	Grontmij Marktplan
ZKA	

Tabel 2. Voorbeelden adviesbureaus met hotelervaring

C.B. Richard Ellis Hotels	DHV
Ernst & Young	Hospitality Consultants
Jones Lang LaSalle	Kloosterhuis
MKG Hospitality	PKF
Trust Hospitality	Van Spronsen & Partners

Tabel 3. Voorbeelden bronnen locatie- en omgevingsanalyse

Atlas voor gemeenten	Centraal Bureau voor de Statistiek
Centraal Plan Bureau	Centrum voor Werk en Inkomen
Gemeente Maastricht	Het Grote Gemeentenboek
ICCA	Kamer van Koophandel
Maastricht Aachen Airport	Maastricht Bereikbaar
Maastricht Congres Bureau	MECC
Nationaal Vestigingsplaatsonderzoek	Nationale Spoorwegen
Provincie Limburg	Rebus Bedrijventerreinmonitor
Sprekende Cijfers	Toerisme Index Maastricht
UIA	VVV

Tabel 4. Voorbeelden bronnen marktverhouding

Atlas voor Gemeenten	Bedrijfschap Horeca en Catering
Centraal Bureau voor de Statistiek	Continu Vakantie Onderzoek
Gemeente Maastricht	HOSTA – Horwath HTL
Hoteliers Maastricht	Maastricht Congresbureau
Stichting Bed and Breakfast Nederland	VVV

Tabel 5. Voorbeelden bronnen concept

Bedrijfschap Horeca en Catering	Koninklijke Horeca Nederland
Hotels per m ² – Horwath HTL	Nederlandse Hotel Classificatie

Bron tabellen: Horwath HTL

Evaluatie hotelnota Maastricht



Rapportage in opdracht van de
Gemeente Maastricht

Oktober 2013

Projectnummer
P.13.021

ZKA *Consultants & Planners*
Biesbosweg 16C
5145 PZ Waalwijk
tel.: 088-2100 250
fax: 088-2100 100
e-mail: info@zka.nl
www.zka.nl

Inhoudsopgave

1.	INLEIDING	1
1.1.	Aanleiding	1
1.2.	Vraagstelling	1
1.3.	Leeswijzer	1
2.	KWANTITATIEVE ONTWIKKELING 2008-2012	2
2.1.	Inleiding	2
2.2.	Aanbod	2
2.3.	Vraag	4
2.4.	Huidige marktverhoudingen	6
3.	EVALUATIE HOTELBELEID	9
3.1.	Inleiding	9
3.2.	Gevarieerder hotelaanbod	9
3.3.	Betere marktverhouding	11
4.	TOEKOMSTIGE RUIMTE HOTELMARKT MAASTRICHT	13
4.1.	Inleiding	13
4.2.	Ontwikkelingen vraagsegmenten	13
4.3.	Toekomstige marktruimte	15
4.4.	Aanbevelingen evenwichtige invulling marktruimte	16
5.	CONCLUSIES EN AANDACHTSPUNTEN NIEUW HOTELBELEID	17
5.1.	Conclusies	17
5.2.	Aandachtspunten hotelbeleid	18
Bijlage 1	Aanpak en verrichte werkzaamheden	20
Bijlage 2	Achtergrondtabellen en -grafieken bij hoofdstuk 2	21
Bijlage 3	Achtergrondtabellen en -grafieken bij hoofdstuk 3	23

1. INLEIDING

1.1. Aanleiding

In 2009 heeft de gemeente een nieuw, op innovatie sturend, hotelbeleid vastgesteld. De belangrijkste elementen van het Hotelbeleid 2009-2013 zijn dat de gemeente Maastricht:

- Alleen ontheffing verleent van bestemmingsplannen c.q. een projectbesluit neemt, indien sprake is van een vernieuwend concept waardoor de marktruimte vergroot en de kwaliteit van de omgeving behouden en/of verbeterd wordt;
- Het criterium "ruimte in de markt" heeft toegevoegd aan de toets Leefbaarheid en duurzame Ruimtelijke Ordening.

De gemeente Maastricht heeft thans behoefte aan een evaluatie van de hotelnota. De oorsprong van deze behoefte is tweeledig:

- Het vigerende hotelbeleid loopt tot eind 2013. Bij het vaststellen van het beleid is afgesproken het beleid in 2013 te evalueren;
- De gemeente Maastricht stelt een nieuwe centrumvisie op. Een korte evaluatie van de hotelnota is wenselijk als input voor deze visie.

Op basis van de evaluatie van de hotelnota en de nieuwe centrumvisie wil de gemeente Maastricht in 2014 bezien of het hotelbeleid herijkt moet worden. Aan **ZKA Consultants & Planners** (ZKA) heeft de gemeente gevraagd deze evaluatie te verrichten.

1.2. Vraagstelling

Gevraagd is een notitie die inzichtelijk maakt:

- Hoe de hotelmarkt in Maastricht zich kwantitatief heeft ontwikkeld in de periode 2008-2012¹;
- Wat het hotelbeleid anno 2013 in kwalitatief opzicht heeft opgeleverd (is het aanbod bijvoorbeeld gevarieerder geworden zoals beoogd?);
- Aandachtspunten voor (eventueel) nieuw beleid.

1.3. Leeswijzer

Deze notitie is als volgt opgebouwd:

- Eerst is een beeld geschetst van de kwantitatieve ontwikkelingen op de hotelmarkt in Maastricht in de periode 2008-2012 (hoofdstuk 2);
- Daarna wordt het hotelbeleid 2008-2012 geëvalueerd (hoofdstuk 3). Hiervoor is geanalyseerd of sprake is van een gevarieerder hotelaanbod en de marktverhoudingen zijn verbeterd (ook relatief in vergelijking met andere grote steden, provinciale en landelijke tendensen);
- Vervolgens is een raming gemaakt van de toekomstige marktruimte op de hotelmarkt in Maastricht in 2020 (hoofdstuk 4);
- Tot slot volgen conclusies en aanbevelingen/aandachtspunten voor (eventueel) nieuw hotelbeleid (hoofdstuk 5).

In bijlage 1 is ingegaan op de aanpak en verrichte werkzaamheden ten behoeve van deze studie.

¹ De hotelnota heeft betrekking op de periode 2009-2013. Het laatste jaar voordat het beleid is ingevoerd is aldus 2008. Vandaar dat de huidige situatie is vergeleken met het jaar 2008. De 'huidige situatie' betreft het jaar 2012, zowel voor de vraag als het aanbod. Voor 2013 is immers nog geen inzicht in de totale marktvraag. Tevens komen de aanbodcijfers van het Bedrijfschap Horeca en Catering (BHC) voor 2013 pas in juli beschikbaar.

2. KWANTITATIEVE ONTWIKKELING 2008-2012

2.1. Inleiding

In dit hoofdstuk wordt een kwantitatieve analyse gemaakt van de ontwikkeling van de hotelmarkt in Maastricht in de periode 2008-2012. Hierbij is achtereenvolgens ingegaan op:

- Het aanbod: aantal hotels, capaciteiten, classificatie, spreiding over de stad, etc. (2.2.);
- De vraag: overnachtingen, marktsegmentatie, spreiding in tijd (2.3.);
- De marktverhoudingen: de bezettingsgraad en gerealiseerde prijzen (2.4.).

2.2. Aanbod

In deze paragraaf is nader ingegaan op het hotelaanbod in Maastricht, voor 2012 en de ontwikkeling in de periode 2008-2012. Hierbij zijn – conform de afbakening van het CBS – hotels, pensions en jeugdaccommodaties met minimaal 5 bedden meegenomen². Gesproken wordt over hotels.

Omvang en opbouw (classificatie) hotelaanbod Maastricht

Onderstaand wordt inzicht gegeven in het hotelaanbod in Maastricht. Het accent ligt op het viersterrensegment (75%). Hoewel er 13 driesterrenhotels zijn, hebben zij een relatief beperkt marktaandeel (zij bieden gemiddeld minder kamers).

Tabel 2.1. Hotelaanbod Maastricht 2012

Classificatie	Hotels	Kamers	Gemiddeld aantal kamers per hotel	Marktaandeel
5 sterren	0	0	0	0%
4 sterren	16	1.705	107	75%
3 sterren	13	245	19	11%
2 sterren	8	180	23	8%
1 ster	4	58	15	3%
Niet geclassificeerd	4	71	18	3%
Totaal	45	2.259	50	100%

Bron: Eigen inventarisatie³ en enquête hotels Maastricht

Spreiding

Wanneer we kijken naar de ligging van de hotels in Maastricht kunnen we concluderen dat bijna 80% van de hotels in het centrum⁴ is gevestigd. De overige 22% liggen buiten het centrum van Maastricht. Op basis van capaciteit (aantal kamers) kan worden geconcludeerd dat 57% in het centrum ligt en 43% buiten het centrum van Maastricht. De hotels buiten het centrum zijn dus relatief grootschalig.

² Guesthouses (1 of 2 kamers) maken geen onderdeel uit van deze studie.

³ Bestanden van VVV Maastricht, Kamer van Koophandel (hotels vanaf 2009), www.booking.com en www.hotelsterren.nl.

⁴ Hierbij is het centrum als volgt afgebakend: hotels die binnen de Wilhelminasingel, Prins Bisschopsingel, Hertogsingel, Statensingel en Maasboulevard liggen worden tot het centrum gerekend. Tevens worden hotels in Wyck tot het centrum gerekend.

Ontwikkeling hotels

Het aantal hotels in Maastricht is gestegen zoals ook zichtbaar is in tabel 2.2. Ten opzichte van het jaar 2008 is het aanbod volgens BHC per saldo gestegen met vijf hotels en 161 kamers. Limburg en Nederland hebben een relatief grotere stijging van het aanbod gehad over de afgelopen vijf jaar. De Zuid-Limburgse hotelmarkt daarentegen blijft iets achter wat betreft de ontwikkeling (rond de 4% stijging).

Tabel 2.2. Ontwikkeling alle hotels Maastricht, Limburg en Nederland 2008-2012⁵

	Nederland		Limburg		Zuid-Limburg		Maastricht	
	Hotels	Kamers	Hotels	Kamers	Hotels	Kamers	Hotels	Kamers
2008	2.870	99.437	377	9.419	278	7.385	45	2.201
2009	2.895	102.122	378	9.523	277	7.401	48	2.216
2010	3.005	104.686	394	9.644	284	7.552	50	2.302
2011	3.102	108.515	407	9.773	287	7.592	51	2.331
2012	3.154	110.332	413	10.009	290	7.734	50	2.362
Groei	+9,9%	+11,0	+9,5%	+6,3%	+4,3%	+4,7%	+11,1%	+7,3%

Bron: HINC, Bedrijfschap Horeca en Catering, bewerkt door ZKA

Als gekeken wordt naar de ontwikkeling van het hotelaanbod, kan geconstateerd worden dat Maastricht achterblijft bij de grote steden. Weliswaar is het aantal hotels in Maastricht relatief sterk gegroeid, de groei van het aantal kamers is echter lager dan in de andere steden, zeker ten opzichte van Amsterdam en Rotterdam (zie tabel 2.3.).

Tabel 2.3. Ontwikkeling capaciteit steden 2008-2012

	Ontwikkeling aantal hotels	Ontwikkeling aantal kamers
Amsterdam	+ 8,6%	+ 18,2%
Den Haag	- 1,5%	+ 9,6%
Maastricht	+ 11,1%	+ 7,3%
Rotterdam	+ 3,2%	+ 20,3%
Utrecht	+ 16,7%	+ 8,7%

Bron: HINC, Bedrijfschap Horeca en Catering, bewerkt door ZKA

Ontwikkeling naar sterrenklasse

De hotelcapaciteit in Maastricht is sterk geconcentreerd in het 4-sterren segment (circa 74% van het totaal). In onderstaande tabel is de ontwikkeling van het aantal kamers naar segment weergegeven.

Tabel 2.4. Hotelaanbod Maastricht naar sterrenklasse (aantal kamers)

	- ster	1 ster	2 sterren	3 sterren	4 sterren	5 sterren	Totaal
2008	209	6	104	253	1.569	60	2.201
2009	215	6	113	253	1.569	60	2.216
2010	248	10	137	258	1.649	0	2.302
2011	356	13	96	217	1.649	0	2.331
2012	286	13	92	217	1.754	0	2.362
Groei 2008-2012	+37%	+117%	-11,5%	-14%	+12%	-100%	+7,3%

Bron: HINC, Bedrijfschap Horeca en Catering, bewerkt door ZKA

Qua ontwikkeling de afgelopen vier jaar kan worden geconcludeerd dat het kameraanbod met name in het 1-sterrensegment en in de niet geclassificeerde accommodaties relatief sterk is toegenomen. In absolute zin is de toename het grootst in het 4-sterrensegment. Dit komt mede door de classificatie van het Kruissherenhotel die sinds 2010 over 4 in plaats van 5 sterren beschikt.

⁵ De cijfers in deze tabel wijken af van de cijfers in de tabellen 2.1. tot en met 2.4. omdat bij het totale hotelaanbod ook de niet geclassificeerde accommodaties zijn meegenomen.

2.3. Vraag

In deze paragraaf is een beeld geschetst van de (ontwikkeling) van de hotelvraag in Maastricht in de periode 2008-2012. Hierbij wordt gekeken naar de omvang en ontwikkeling van het aantal overnachtingen, de herkomst van de gasten, de spreiding in tijd en de marktsegmentatie.

Deze analyse is gebaseerd op cijfers van het CBS (HINC/BHC heeft geen gegevens over de ontwikkeling van de overnachtingen). Omdat de cijfers van het CBS over de ontwikkeling van het aanbod iets afwijken van de cijfers van HINC uit de vorige paragraaf, is in deze paragraaf ook de relatie gelegd met de aanbodontwikkeling volgens het CBS⁶.

Omvang en ontwikkeling hotelvraag

Volgens het Centraal Bureau van de Statistiek werden er in 2008 in Maastricht 807.200 overnachtingen gerealiseerd in de hotellerie. In 2012 lag dit aantal op 809.900 overnachtingen. Dit is 0,3% meer dan in 2008, bij een ongeveer stabiel aantal kamers (+0,5%). De groei van het aantal overnachtingen in de hotellerie in Maastricht blijft hiermee achter bij de landelijke groei (zie ook tabel 2.5. en figuur 1 in bijlage 2). Ook in de overige grote steden zijn het aantal hotelovernachtingen (in personen) de afgelopen vijf jaar harder gestegen dan Maastricht.

Tabel 2.5. Ontwikkeling aantal hotelovernachtingen (in personen) 2008-2012

	2008	2012	Groei overnachtingen 2008-2012	Groei kamers 2008-2012
Amsterdam	8.309.600	9.816.700	+ 18,1%	+ 12,3%
Den Haag	1.152.500	1.239.300	+ 7,5%	+ 4,8%
Maastricht	807.200	809.900	+ 0,3%	+ 0,5%
Rotterdam	951.700	1.172.500	+ 23,2%	+ 18,5%
Utrecht	444.400	473.900	+ 6,6%	+ 7,6%
Nederland	32.618.600	35.417.700	+ 8,6%	+ 7,9%

Bron: CBS, bewerkt door ZKA

Verder kan uit tabel 2.5. worden afgelezen dat de groei van het aantal persoonsovernachtingen redelijk in lijn ligt met de groei van het aantal kamers. In Maastricht blijft de groei in het aantal overnachtingen, evenals de groei in het aantal kamers, achter bij de andere steden.

Verdeling marktsegmenten

In tabel 2.6. op de volgende pagina wordt de marktsegmentatie voor Maastricht voor de jaren 2008 en 2012 in percentages gegeven. Er is een stijging zichtbaar voor het toeristisch individuele segment. In het zakelijke segment (zowel zakelijk individueel als groepsmarkt/MICE) is sprake van een daling. Deze afname van de zakelijke markt (met name het individueel zakelijke segment) en stijging van het segment toeristisch individueel komt overeen met de landelijke en provinciale tendens (zie hiervoor de tabellen in bijlage 2).

⁶ Volgens het CBS (Statistiek Logiesaccommodaties) is het aantal kamers in hotels in Maastricht in de periode 2008-2012 met bijna 0,5% gegroeid. Ter vergelijking: landelijk groeide het aantal hotelkamers volgens het CBS met circa 8%. Het Bedrijfschap Horeca en Catering hanteert iets andere cijfers. Ook hieruit blijkt dat het aanbod in Maastricht duidelijk minder hard is gegroeid dan landelijk (7,3% in Maastricht tegen 11,1% landelijk).

In combinatie met het redelijk stabiele aantal persoonsovernachtingen (+0,3% volgens CBS) betekent deze verschuiving in de segmentatie dat het aantal kamernachten gedaald is⁷.

Tabel 2.6. Marktsegmentatie Maastricht 2008-2012

	2008	2012	Ontwikkeling 2008-2012
Zakelijk individueel	32%	29%	-
Zakelijk groep	16%	13%	--
Toeristisch individueel	37%	42%	++
Toeristisch groep	9%	9%	=
Overig	7%	8%	+
Totaal	100%	100%	

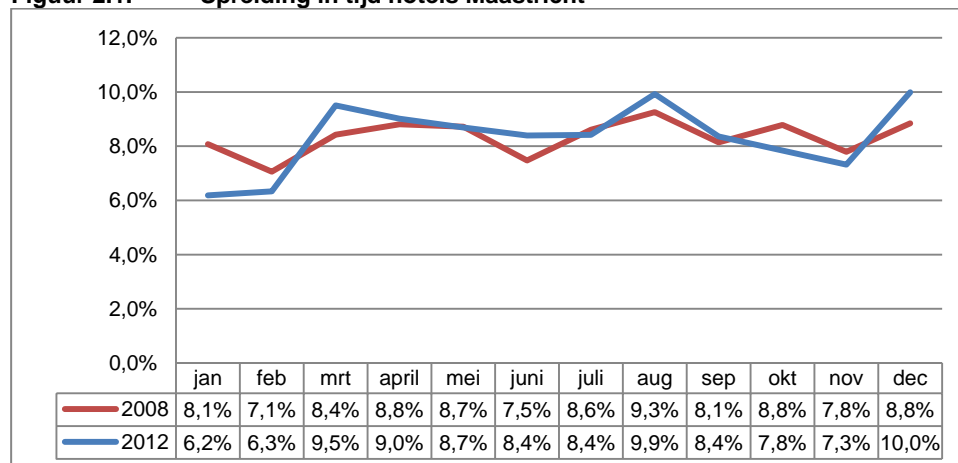
Bron: Enquête ZKA

Wanneer we, voor 2012, naar de marktsegmentatie kijken voor de hotels binnen of buiten het centrum, valt op dat het zakelijke groepssegment in de hotels buiten het centrum hoger ligt (16% t.o.v. 10% in het centrum). Het toeristisch individuele segment is daarentegen weer beduidend hoger in het centrum van Maastricht (45% t.o.v. 36% buiten het centrum), hetgeen logisch is gezien het bezoekmotief.

Spreiding in tijd

Figuur 2.1. geeft inzicht in de spreiding van de hotelovernachtingen gedurende het jaar. Bij een evenredige verdeling, zouden per maand 8,3% van de overnachtingen plaatsvinden. Uit de tabel in de figuur blijkt dat de beste maanden de maanden maart tot en met september zijn met daarnaast een (forse) piek is december (zeker in 2012 en in vergelijking met het landelijke beeld (circa 6,5% van de overnachtingen in de maand december)). In vergelijking met het landelijke beeld zijn de overnachtingen in Maastricht evenrediger over het jaar verspreid (zie figuur 2 in bijlage 2). Dit duidt op een redelijk evenwichtige opbouw/segmentatie van de markt.

Figuur 2.1. Spreiding in tijd hotels Maastricht



Bron: CBS, bewerkt door ZKA

⁷ Het gemiddeld aantal personen per kamer ligt voor het toeristische segment namelijk hoger dan voor het zakelijke segment. Bij een groter aandeel toerisme stijgt aldus de gemiddelde groepsgrootte en – bij ongeveer evenveel persoonsovernachtingen – daalt het aantal verkochte kamernachten.

De meeste hotels geven aan dat als zij volledig bezet zijn – gemiddeld ongeveer 65 nachten per jaar⁸ – dat dit met name op de vrijdag en zaterdag voorkomt.

Herkomst gasten

Nederlandse gasten waren in 2012 goed voor 69% van de overnachtingen in Maastricht. Ten opzichte van vijf jaar geleden kan worden geconcludeerd dat er sprake was van iets meer overnachtingen van Nederlandse gasten in Maastricht, zie ook tabel 2.7. Het aantal overnachtingen van Nederlandse gasten is in absolute zin toegenomen met 7.400 (+1,5%), het aantal overnachtingen van buitenlandse gasten is afgenomen met bijna 5.000 (-1,8%).

Tabel 2.7. Herkomst overnachtingen hotels Maastricht

	2008	2012
Nederlandse gasten	68%	69%
Buitenlandse gasten	32%	31%

Bron: CBS, bewerkt door ZKA

2.4. Huidige marktverhoudingen

Enquête onder hoteliers

Om een goed beeld te krijgen van het functioneren van de hotels in Maastricht, is een enquête verricht onder de hotels. Hiervoor zijn alle 45 hotels benaderd (in beginsel met een digitale vragenlijst vergezeld door een brief namens de gemeente Maastricht). De hotels zijn vervolgens gebeld (én hebben een reminder ontvangen) tot de streefrespons (50%) was gerealiseerd. In totaal hebben 27 hotels (= 60%) meegewerkt. Deze vertegenwoordigen bijna 85% van de kamers in Maastricht.

Bezettingsgraad⁹

Afgelopen jaar realiseerden de hotels in Maastricht gemiddeld een bezettingsgraad van bijna 64%. Dat is iets lager dan in 2008 (bijna 65%). Deze daling is met name terug te zien bij de middenklasse en luxe hotels (3 tot en met 5 sterren), in het budgetsegment is de gemiddelde kamerbezetting gestegen.

Tabel 2.8. Gemiddelde kamerbezetting Maastricht naar niveau

	2008	2012
0-2 sterren	60%	65%
3-5 sterren	65%	64%
Totaal	65%	64%

Bron: Enquête ZKA

Met een gemiddelde kamerbezetting van bijna 64% is de bezettingsgraad van de 3-5 sterrenhotels in Maastricht iets lager dan het landelijk gemiddelde voor 3- tot en met 5-sterrenhotels (66%), maar beduidend hoger dan het landelijk gemiddelde exclusief de regio Amsterdam/Schiphol (59%). Ook blijkt de ontwikkeling van de gemiddelde bezettingsgraad in Maastricht beduidend gunstiger dan de landelijke ontwikkeling: in Maastricht bleef de bezetting immers redelijk stabiel, terwijl landelijk sprake was van een forse daling buiten de regio Amsterdam/Schiphol (gedaald van 64% in 2008 tot 59% in 2012, bron: HOSTA).

⁸ Voor de 3-5 sterren hotels is dit gemiddeld 54 nachten per jaar en voor de budgethotels gemiddeld 156 nachten per jaar. Dit is een indicatie voor een bepaalde krapte in dit segment.

⁹ De gemiddelde kamerbezetting is exclusief Stayokay Maastricht. Vanwege het andere karakter (m.n. groepskamers) is het aantal persoonsovernachtingen (en de bedbezetting) voor deze accommodatie relevanter dan het aantal kamernachten (die dan ook niet bekend zijn).

Als nader gekeken wordt naar de kamerbezetting van de hotels in Maastricht naar locatie, blijkt dat de gemiddelde bezettingsgraad in het centrum hoger is (67%) dan buiten het centrum (62%). Wel heeft de gemiddelde kamerbezetting van de hotels in het centrum zich minder gunstig ontwikkeld dan bij de hotels buiten het centrum (zie ook tabel 2.9.).

Tabel 2.9. Gemiddelde kamerbezetting Maastricht naar locatie

	2008	2012
Centrum	71%	67%
Buiten centrum	59%	62%
Totaal	65%	64%

Bron: Enquête ZKA

Gerealiseerde kamerprijs

Uit de enquête blijkt dat voor het 3-5 sterrensegment in 2012 de gerealiseerde kamerprijs op ruim € 93 lag, voor de 0-2 sterren hotels was deze prijs bijna € 78. De gemiddeld gerealiseerde kamerprijs voor alle hotels voor 2012 komt uit op circa € 92. In 2008 was de gerealiseerde kamerprijs voor het 3-5 sterrensegment ongeveer € 99 (evenals de gemiddeld gerealiseerde kamerprijs voor alle hotels¹⁰).

Met een gemiddeld gerealiseerde kamerprijs van € 93 hebben de middenklasse en luxe hotels in Maastricht een prijs gerealiseerd die iets onder het landelijk gemiddelde ligt van 3-5 sterren hotels (€ 97, NB: voor Maastricht geldt dat dit zonder 5 sterrenhotels is), maar beduidend boven het gemiddelde van Nederland, exclusief de regio Amsterdam/Schiphol (€ 80).

In Maastricht daalde de gemiddeld gerealiseerde prijs van de middenklasse en luxe hotels in de periode 2008-2012 met ongeveer 6% (van ruim € 99 naar ruim € 93). Landelijk gezien (excl. Amsterdam/Schiphol) daalde de gerealiseerde kamerprijs van € 91 in 2008 naar € 80 in 2012, ofwel een daling van circa 12%.

Als nader gekeken wordt naar de gerealiseerde prijs van de hotels in Maastricht naar locatie, blijkt dat de gemiddeld gerealiseerde prijs in het centrum beduidend hoger is (bijna € 110) dan buiten het centrum (€ 76). Ook is de gemiddelde kamerprijs van de hotels in het centrum minder gedaald dan buiten het centrum (zie ook tabel 2.10.), te weten bijna 3% in het centrum en ongeveer 12% buiten het centrum.

Tabel 2.10. Gemiddeld gerealiseerd kamerprijs Maastricht naar locatie

	2008	2012
Centrum	€ 113	€ 110
Buiten centrum	€ 86	€ 76
Totaal	€ 99	€ 92

Bron: Enquête ZKA

Kameropbrengst

De gemiddeld gerealiseerde logiesopbrengst per beschikbare kamer¹¹ – verder kameropbrengst genoemd – bedroeg bijna € 59 in 2012. In 2008 was dit gemiddelde nog bijna € 64. Er was dus sprake van een afname van ruim 8%. De kameropbrengst in het 3-5 sterrensegment bedroeg voor 2012 ruim € 59. In 2008 was dit nog ruim € 64. Dit betekent dat sprake was van een afname van ruim 8%.

¹⁰ Voor het 'budgetsegment' (0-2 sterren) hebben onvoldoende hotels de logiesomzet voor 2008 opgegeven, waardoor het niet mogelijk is om een betrouwbaar beeld van de gerealiseerde kamerprijs in 2008 en de ontwikkeling voor dit segment weer te geven.

¹¹ Deze wordt door hoteliers veelal Revenu Per Available Room (RevPar) genoemd.

Met een kameropbrengst van bijna € 59 presteren de middenklasse en luxe hotels in Maastricht ruim boven het landelijk gemiddelde exclusief de regio Amsterdam/Schiphol (gemiddeld € 47 in 2012). Ook de ontwikkeling in Maastricht was relatief gunstig: in Maastricht daalde de kameropbrengst in het middenklasse en luxe segment met ruim 8%, terwijl landelijk (excl. Amsterdam/Schiphol) sprake was van een daling van ongeveer 19% (van € 58 in 2008 naar € 47 in 2012). Het verschil met het landelijk gemiddelde (exclusief de regio Amsterdam/Schiphol) is aldus groter geworden (in 2008 lag de gemiddelde kameropbrengst in Maastricht ongeveer € 6 hoger, in 2012 was dat opgelopen tot ongeveer € 12).

Aangezien in het centrum van Maastricht zowel de kamerbezetting als de gerealiseerde prijs hoger liggen dan buiten het centrum, is de gerealiseerde kameropbrengst in het centrum eveneens hoger (zie tabel 2.11.). In de ontwikkeling van de gemiddelde kameropbrengst laten de hotels in het centrum en buiten het centrum geen groot verschil zien: in het centrum daalde deze met ruim 8% (lagere bezettingsgraad en (iets) lagere prijs) en buiten het centrum eveneens met ruim 8% (iets hogere bezettingsgraad met een fors lagere prijs).

Tabel 2.11. Gemiddelde kameropbrengst (RevPar) Maastricht naar locatie

	2008	2012
Centrum	€ 80	€ 74
Buiten centrum	€ 51	€ 47
Totaal	€ 64	€ 59

Bron: Enquête ZKA

Bedrijfsresultaat

Een andere indicator voor het functioneren van de hotels – naast o.a. de kamerbezetting, gerealiseerde prijs en kameropbrengst – is het bedrijfsresultaat. In de enquête is gevraagd naar het bedrijfsresultaat¹² als percentage van de omzet. Voor 2012 kwam dit uit op gemiddeld ongeveer 30%. Dit is ongeveer gelijk aan het landelijk gemiddelde voor 3-5 sterrenhotels in Nederland (exclusief de regio Amsterdam/Schiphol) die 31% bedroeg in 2012 (bron: HOSTA). Geconcludeerd kan worden dat het bedrijfsresultaat redelijk op niveau is in Maastricht. Dit is een indicator voor de ruimte voor investeringen (o.a. voor renovaties en upgradering).

Wel blijkt uit de enquête dat het bedrijfsresultaat zich sinds 2008 licht negatief heeft ontwikkeld. Van de hotels geeft 43% aan dat het bedrijfsresultaat is gedaald (gemiddeld met 9,7%), bij 17% is dit gelijk gebleven en 39% van de hotels hebben het bedrijfsresultaat zien verbeteren (gemiddeld met 9,5%). Hierbij moet worden opgemerkt dat de middenklasse en luxe hotels vaker een verslechtering van het resultaat hebben aangegeven en dat een verbetering van het bedrijfsresultaat vooral is gemeld door de budgethotels.

¹² Hierbij gedefinieerd als de omzet minus de operationele kosten. Het is aldus het resultaat voor aftrek van de kapitaallasten en belastingen.

3. EVALUATIE HOTELBELEID

3.1. Inleiding

In 2009 heeft de gemeente een nieuw, op innovatie sturend, hotelbeleid vastgesteld. In dit hoofdstuk is dit Hotelbeleid 2009-2013 geëvalueerd. De gemeente Maastricht streeft (met dit beleid) naar een goed kwantitatief én kwalitatief aanbod van hotels en wil juist innovatieve hotelconcepten een kans bieden. Centraal bij de evaluatie staat het beoordelen of sprake is van:

- Een gevarieerder aanbod (zodat toegevoegde waarde ontstaat en Maastricht doelgroepen aantrekt die zonder de nieuwe hotels niet naar Maastricht zouden komen);
- Een betere verhouding tussen vraag en aanbod op de hotelmarkt dan waarvan in 2008 sprake was¹³.

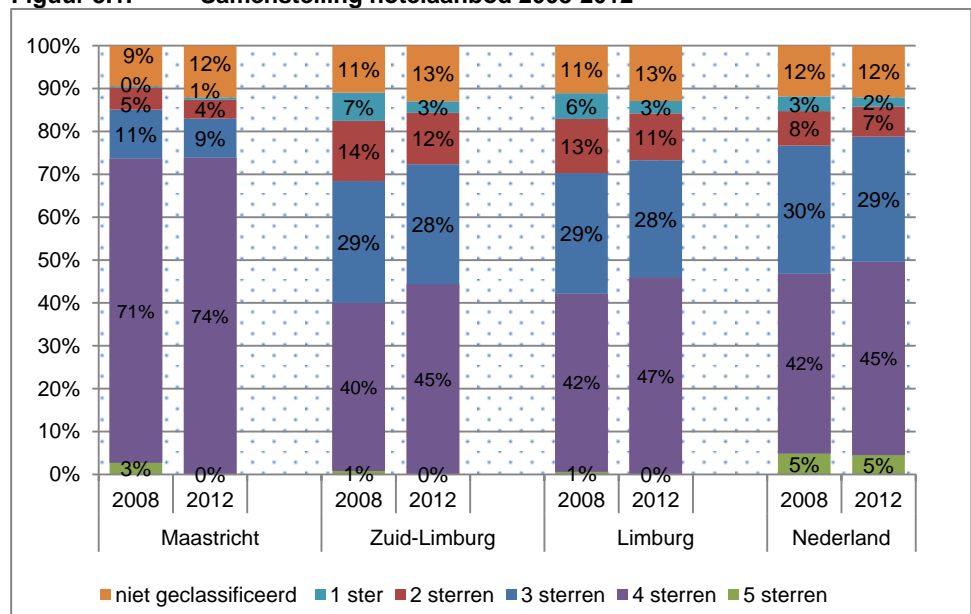
Om in te kunnen schatten in hoeverre de 'resultaten' op deze aspecten te danken zijn aan het hotelbeleid, is niet alleen gekeken naar de ontwikkelingen in Maastricht, maar is een vergelijking gemaakt met andere grote steden, (Zuid-)Limburg en de landelijke tendensen.

3.2. Gevarieerder hotelaanbod

Kwantitatieve analyse

Zoals in hoofdstuk 2 is aangegeven, is in absolute termen (aantal kamers) met name het aanbod in het 4-sterrensegment in Maastricht gestegen. In onderstaande figuur is de ontwikkeling van de samenstelling van het aanbod weergegeven voor Maastricht, (Zuid-)Limburg en Nederland.

Figuur 3.1. Samenstelling hotelaanbod 2008-2012



Bron: HINC, Bedrijfschap Horeca en Catering, bewerkt door ZKA

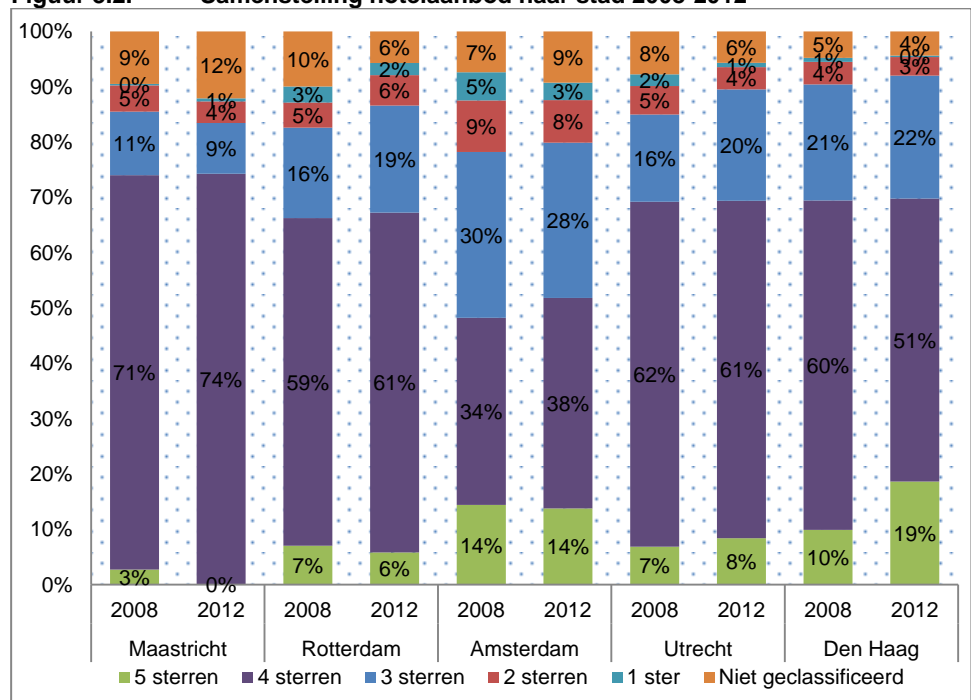
¹³ Dit was in combinatie met de grote hoeveelheid hotelplannen eind 2008, en het streven naar kwaliteit en innovatie, de reden voor het instellen van een sturend en terughoudend beleid met betrekking tot uitbreiding van de hotelcapaciteit in Maastricht.

Uit deze figuur kan worden geconcludeerd dat het aanbod in het 4-sterren segment in Maastricht is gestegen van 71% naar 74%. Als echter rekening wordt gehouden met de verandering van classificatie van het Kruissherenhotel, blijkt dat het aanbod in het 'luxe' segment (4 en 5 sterren) stabiel te zijn gebleven op 74%. In zowel Zuid-Limburg, Limburg als landelijk is er juist sprake van een stijging van het aanbod in het luxe segment.

Verder kan uit de figuur worden afgelezen dat het 'budgetsegment' (de niet geclassificeerde hotels en hotels met 1 of 2 sterren) in Maastricht is toegenomen (van circa 15% naar 17%), terwijl landelijk, provinciaal en regionaal sprake is van een daling van het aanbod. Wel blijkt uit figuur 3.1. dat in Maastricht het aanbod in het 3- en 4-sterrensegment (dat in de praktijk vaak – ook qua prijsstelling – redelijk inwisselbaar is) oververtegenwoordigd blijft (in Maastricht 83% terwijl dit aandeel landelijk, provinciaal en regionaal maximaal 75% is).

In figuur 3.2. wordt Maastricht vergeleken met de overige grote steden in Nederland. In de andere grote steden blijkt sprake van een groei van het aanbod in het middenklasse en luxe segment (3 tot en met 5 sterren). Aangezien in alle steden sprake was van een groei van het aantal kamers (zie tabel 2.3.), gaat het zowel om een absolute als relatieve groei. Deze relatieve groei geldt niet voor Maastricht: het aandeel van het middenklasse en luxe segment daalde van 85% naar 83%). Verder blijkt uit onderstaande figuur duidelijk dat in alle steden het aandeel van het 0-2 sterrensegment afgenomen, terwijl dit in Maastricht licht is toegenomen.

Figuur 3.2. Samenstelling hotelaanbod naar stad 2008-2012



Bron: HINC, Bedrijfschap Horeca en Catering, bewerkt door ZKA

Een meer gevarieerd hotelaanbod was een belangrijk doel van het hotelbeleid. Wij concluderen dat de tendens van steeds meer aanbod in het luxe segment (4 en 5 sterren) in Maastricht tot staan is gekomen (dit aandeel stabiliseerde op 74%) en dat er meer budgetaanbod is gekomen. Hiermee wordt tot op zekere hoogte aan de doelstelling voldaan. Wel blijft het aandeel kamers in het 3- en 4-sterrensegment in Maastricht oververtegenwoordigd.

Kwalitatieve analyse hotelaanbod

Naast een kwantitatieve analyse is ook een kwalitatieve analyse verricht van de hotels die sinds 2008 zijn gerealiseerd. Hierbij is een vergelijking gemaakt met het rapport van Horwath HTL en gebruik gemaakt van een door de gemeente aangeleverde lijst met nieuwe hotels/guesthouses. Tevens is deskresearch verricht en zijn de resultaten uit de enquête gebruikt.

In de afgelopen jaren, sinds de uitvoering van het vorige hotelonderzoek en de daarop volgende invoering van het hotelbeleid, is er aanbod toegevoegd in Maastricht. Onderstaand hebben wij een aantal hotels genoemd die de afgelopen jaren zijn toegevoegd aan het hotelaanbod of van formule zijn veranderd:

- Hotel Brittanique, geopend in 2009. Brittanique is een kleinschalig (6 kamers) boutiquehotel, geassocieerd met 3 sterren, aan het Vrijthof;
- Townhouse Designhotel Maastricht is geopend in 2009 in het centrum van Maastricht en beschikt over 69 kamers. Het is een authentiek, design hotel met een moderne uitstraling en geassocieerd met 2 sterren. Het innovatieve karakter van dit hotel wordt onderstreept door de winst van de Dutch Hotel Award 2011;
- Hotel Sansa. Dit is een klein (12 kamers) modern budgethotel (1 ster) in Wijck;
- De Hooghenweerth Kasteel & Suites. Dit hotel beschikt over 8 suites in het voormalige koetshuis van het kasteel. Sinds 2011 is het hotel aangesloten bij Quality Lodgings, een verzameling kleinschalige en authentieke luxe hotels. De suites zijn ook geschikt voor een langer verblijf;
- Hotel Trash Deluxe, voorheen Quartier Bassin, juni 2012 heropend, 3 sterren, 8 kamers. Iedere kamer heeft een eigen design/thema met op maat gemaakt behang en zelfgemaakte meubels;
- Anna's Restaurant & Hotel. Dit trendy budgethotel hotel – voorheen Hotel Bar Neuf – ligt aan het Vrijthof en beschikt over 10 kamers.

Dit aanbod sluit aan bij de trend in de hotelmarkt van de opkomst van bijzondere concepten en formules. Het betreft overwegend relatief kleinschalige formules (zoals boutiquehotels¹⁴), designhotels en budgethotels. Hiermee is het hotelaanbod in Maastricht meer divers geworden en kwalitatief verbeterd.

3.3. Betere marktverhouding

Een goede balans tussen vraag en aanbod komt tot uitdrukking in de marktverhoudingen. Belangrijke parameters hiervoor zijn de kamerbezetting, de gerealiseerde kamerprijs en de gerealiseerde kameropbrengst. In tabel 3.3. zijn de marktverhoudingen voor alle hotels in Maastricht weergegeven. Hieruit blijkt dat de kamerbezetting vrij stabiel is (-1%). De kamerprijs nam echter af (met ruim 7%) waardoor ook de kameropbrengst daalde (-8%).

Tabel 3.3. Ontwikkeling marktverhoudingen Maastricht totaal

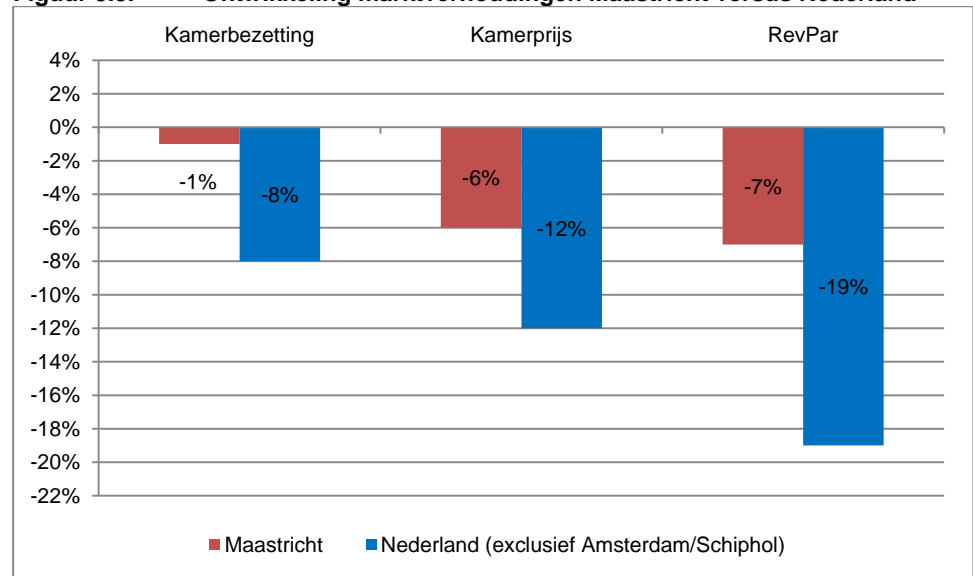
	Kamerbezetting	Gerealiseerde kamerprijs	Kameropbrengst (RevPar)
2008	65%	€ 99	€ 64
2012	64%	€ 92	€ 59
Ontwikkeling	-1,0%	-7,3%	-8,2%

Bron: Enquête ZKA

¹⁴ Boutiquehotels worden gekenmerkt door een eigen, persoonlijke stijl. Het betreft luxe hotels met een eigenzinnige maar ook intieme sfeer. Deze hotels zijn vaak kleiner en behoren meestal niet tot een hotelketen.

De kamerbezetting voor Maastricht in het 3-5 sterrensegment is ten opzichte van 2008 met 1,2% afgenomen. Het landelijk gemiddelde (exclusief de regio Amsterdam/Schiphol) daarentegen kende een daling van bijna 8%. De gerealiseerde kamerprijs lag voor Maastricht in 2012 op € 93, in 2008 was dit nog € 99. Landelijk was sprake van een afname van 12%, terwijl Maastricht een afname had van 6%. De kameropbrengst (RevPar) voor de 3-5 sterren hotels in Maastricht is met ruim 7% afgenomen, landelijk was hier sprake van een afname van 19%. Zie ook figuur 3.3.

Figuur 3.3. Ontwikkeling marktverhoudingen Maastricht versus Nederland



Bron: Enquête ZKA / HOSTA

Wij concluderen dat ondanks dat de marktverhoudingen de afgelopen jaren in Maastricht zijn verslechterd, de ontwikkeling in Maastricht wel relatief gunstig was. Immers landelijk was sprake van een beduidend forsere verslechtering. Het restrictieve beleid heeft ons inziens gezorgd voor een tempering van de groei van het aanbod (dat relatief beperkt groeide ten opzichte van andere steden en het landelijke beeld, zie ook hoofdstuk 2) en daarmee bijgedragen aan het 'redelijk op peil houden' van de bezetting en prijs in Maastricht (en tegelijkertijd is het aanbod meer divers geworden).

4. TOEKOMSTIGE RUIMTE HOTELMARKT MAASTRICHT

4.1. Inleiding

Om ook in kwantitatief opzicht input te kunnen leveren aan (eventueel) nieuw hotelbeleid is een raming gemaakt van de toekomstige ruimte op de hotelmarkt in Maastricht op de middellange termijn (2020). Hierbij zijn drie scenario's gehanteerd – pessimistisch (tegenvallende groei), realistisch (verwachte groei) en optimistisch (aantrekkende groei én Maastricht Culturele Hoofdstad 2018).

Dit hoofdstuk bevat de resultaten van deze raming en gaat achtereenvolgens kort in op:

- De verwachte ontwikkeling van de belangrijkste vraagsegmenten (4.2.);
- De toekomstige marktomvang en – rekening houdend met het huidige functioneren (o.a. kamerbezetting), het huidige aanbod en de planvoorraad – de marktruimte voor extra hotelkamers (4.3.);
- Aanbevelingen voor een evenwichtige invulling van de toekomstige marktruimte (4.4.).

4.2. Ontwikkelingen vraagsegmenten

In deze paragraaf is kort ingegaan op de verwachte ontwikkeling van de belangrijkste vraagsegmenten. Hierbij komen achtereenvolgens de locatiegebonden zakelijke markt, de MICE-markt en de toeristische markt aan bod.

4.2.1. Zakelijke markt

De zakelijke markt is niet zo sterk ontwikkeld in Maastricht. Vooral grote, (inter)nationale bedrijven met veel (commerciële) externe contacten zorgen vaak voor veel vraag. In Maastricht zijn vooral veel MKB bedrijven gevestigd. De afgelopen jaren zijn ook diverse grote(re) organisaties uit Maastricht vertrokken (zoals bijvoorbeeld Vodafone naar Amsterdam en diverse bedrijven naar Maastricht Aachen Airport). De belangrijkste hotelovernachtingen genererende organisaties in Maastricht zijn de Universiteit Maastricht en het Academisch Ziekenhuis Maastricht.

De ontwikkeling van deze markt is doorgaans sterk gelieerd aan de economische ontwikkeling. Daarnaast zijn ook inspanningen om bedrijven te acquireren, infrastructurele maatregelen en dergelijke van invloed. De laatste jaren is sprake van een aanhoudende laagconjunctuur. Voor het jaar 2013 wordt nog een (verdere) krimp van de economie verwacht. Verwacht wordt dat er vanaf 2014 sprake is van een licht herstel (+1% in 2014 en 1,5% in 2015-2017)¹⁵. Voor de jaren vanaf 2018 is uitgegaan van een gemiddelde groei van + 2,4% (gemiddelde 2003-2007)¹⁶.

¹⁵ De groeicijfers voor 2013 en 2014 zijn gebaseerd op de Macro Economische Verkenning 2013 van het CPB (bron: kortetermijnraming maart 2013). Voor 2013-2015 is de CPB Policy Brief 2012/01 "De Nederlandse economie tot en met 2017 inclusief begrotingsakkoord 2013" uit juni 2012 gehanteerd waarin wordt gesproken van een gemiddelde jaarlijkse groei van 1,5% voor de periode 2013-2017.

¹⁶ Dit is de laatste periode voor de kredietcrisis en daaropvolgende recessie. In de periode daarvoor (1998-2002) bedroeg de gemiddelde jaarlijkse groei 2,9%.

4.2.2. MICE¹⁷ markt

Maastricht staat in de top 100 op de wereldranglijst van de internationale non-corporate congressen¹⁸. In 2011 stond Maastricht nog op de 132^{ste} plaats, in 2012 kwam Maastricht op de 94^{ste} plaats. Dit betekent dat Maastricht hiermee, na Amsterdam en Rotterdam, de derde Nederlandse stad op de ranglijst is. MECC Maastricht is een belangrijke speler bij het binnenhalen van meerdaagse, internationale congressen. De samenwerking met de Maastricht health Campus en Maastricht University speelt een belangrijke rol bij het werven en ontwikkelen van congressen voor Maastricht en de regio.

De ontwikkeling van de markt voor meerdaagse (semi-)zakelijke bijeenkomsten – ook wel MICE-markt genoemd – is sterk afhankelijk van de ontwikkeling van de economie en zakelijke markt. Het is een sterk concurrerende markt (met veel internationale concurrentie) met lange leadtimes. Er zijn geen officiële groeiprognoses voor de congresmarkt in Nederland. Het NBTC gaat uit van een (lichte) groei voor de congresmarkt in Nederland in de periode tot en met 2020. Wanneer er fors en effectief wordt ingezet op het organiseren van congressen in een stad, kan dit wel voor een relatief grote groei zorgen.

4.2.3. Toerisme

Het toerisme is een belangrijk segment voor de hotels in Maastricht. Maastricht heeft een rijk cultuurhistorisch, retail en gastronomisch aanbod en behoort daarmee tot de meest populaire steden van Nederland voor een korte hotelvakantie.

Het stedelijk toerisme/shortbreakmarkt is de afgelopen jaren een structurele groeiemarkt geweest (ook in de crisisjaren). De komende jaren blijft dit een groeiemarkt. NBTC-NIPO verwacht voor de binnenlandse hotelvakanties een gemiddelde groei van 2% per jaar tot en met 2015. Vanaf 2016 tot 2020 wordt een groei van 4% verwacht. Het UNWTO voorspelt voor het internationaal toerisme in West-Europa een groei van 2,25% voor de komende jaren (2014-2020). Dit komt door de zwakkere euro, meer vliegverbindingen, de structurele groei van stedenreizen op de Europese markt en ook de economische groei in de BRIC landen).

4.2.4. Resumé

Om een raming te kunnen maken van de toekomstige behoefte aan hotelkamers in Maastricht, zijn de potenties van de verschillende deelmarkten ingeschat. Tabel 4.1. resumeert de geraamde groeivoeten op basis van de analyses in de voorgaande paragrafen.

Tabel 4.1. Geraamde jaarlijkse groeivoeten (2013-2020)¹⁹

Segment	Pessimistisch scenario	Realistisch scenario	Optimistisch scenario
Zakelijk	0,80%	1,50%	2,00%
Congres	0,00%	1,50%	3,00%
Toerisme	2,00%	3,00%	4,00%

¹⁷ MICE staat voor Meetings, Incentives, Conventions en Events.

¹⁸ Artikel: Maastricht in top-100 congressenranglijst, bron: www.missethoreca.nl

¹⁹ Het segment 'overig' is evenredig verdeeld over de andere segmenten, de segmenten 'leisure individueel' en 'leisure groep' zijn samen gepakt tot één segment toerisme.

In paragraaf 4.3. is op basis van deze groeivoeten – in combinatie met de huidige omvang van de vraag, de huidige bezetting en het huidige aanbod – een raming gemaakt van de toekomstige marktruimte voor hotels in Maastricht.

4.3. Toekomstige marktruimte

Om de toekomstige capaciteitsbehoefte aan hotelkamers te bepalen, zijn de huidige overnachtingen uitgedrukt in kamernachten. In tabel 4.2. is een overzicht gegeven van het aantal geraamde kamernachten in 2020 en het benodigde aantal kamers om in deze vraag te voorzien voor de drie varianten. Hierbij is uitgegaan van een normatieve kamerbezetting van 65-70%²⁰.

Tabel 4.2. Benodigde groei hotelcapaciteit Maastricht²¹

	Geraamde stijging kamernachten en benodigde hotelkamers		
	Pessimistisch	Realistisch	Optimistisch
Kamernachten 2020	579.500	626.375	672.775
Benodigd aantal kamers 2020 ²²	2.352	2.542	2.731
Huidig aantal kamers (2012)	2.221	2.221	2.221
Marktruimte in kamers	131	321	510

Uitgaande van een normatieve kamerbezetting van circa 65-70% op jaarbasis, is er tot en met 2020 ruimte voor ongeveer 325 extra hotelkamers in Maastricht ten opzichte van het huidige aantal kamers (circa 130 kamers in het pessimistische scenario en 510 kamers in het optimistische scenario).

Volgens de Gemeente Maastricht spelen er momenteel in Maastricht 31 hotel-initiatieven. Deze verschillen van status (van oriëntatie- en initiatieffase tot principetoezegging). Ook het beoogde niveau en concept verschilt. Van de initiatieven waarvan de beoogde classificatie bekend is (ongeveer de helft) betreft het voor 33% budgethotels, voor 33% tophotels (5 sterren) en voor 33% middenklasse/luxe hotels (3-4 sterren).

Niet van alle initiatieven is het beoogd aantal kamers bekend. De 14 plannen waarvan het aantal kamers bekend zijn, voorzien in 880 kamers. Dit is meer dan de geraamde marktruimte, ook in het optimistische scenario.

De plannen waaraan principetoezegging is gedaan voorzien in ruim 400 kamers. Dit is meer dan de geraamde marktruimte in het realistische scenario.

²⁰ Gerekend is met een toekomstige gemiddelde kamerbezetting van 67,5%. Dit betekent dat ook rekening is gehouden met de gewenste (en deels noodzakelijke) verbetering van de bezettingsgraad van de huidige hotels.

²¹ Bij de berekening van de toekomstige marktruimte (en het huidige aantal kamers) is Stayokay Maastricht niet meegenomen omdat hiervan de kamernachten en kamerbezetting niet bekend zijn (vanwege de formule zijn persoonsovernachtingen en bedbezetting relevanter).

²² Aantal kamernachten/(65-70% normatieve gemiddelde kamerbezetting x 365 dagen per jaar).

4.4. Aanbevelingen evenwichtige invulling marktruimte

Zoals in de voorgaande paragraaf is aangegeven, zijn er groeipotenties voor hotelontwikkeling in Maastricht. Boven de initiatieven waar reeds principemedewerking aan is verleend, is er echter niet of nauwelijks sprake van marktruimte. Desalniettemin is in deze paragraaf kort aangegeven hoe de geraamde marktruimte zo evenwichtig mogelijk zou kunnen worden ingevuld:

- **Uitbreiding en of nieuwbouw:** vanwege het belang van schaalgrootte en met het oog op de productiviteit kan het wenselijk zijn om de marktruimte waar mogelijk via uitbreiding van bestaande hotels te realiseren. Dit kan echter op gespannen voet staan met de gewenste variatie binnen het hotelaanbod. In onze optiek dienen hotels voor een uitbreiding dus wel een businessplan/haalbaarheidsstudie te overleggen;
- **Niveau:** Maastricht heeft momenteel geen aanbod in het 5-sterrensegment. Het budgetsegment is (in vergelijking met het landelijk gemiddelde en Amsterdam) ook enigszins ondervertegenwoordigd. Het middenklasse en luxe segment (3 en 4 sterren) is oververtegenwoordigd (met name het 4-sterrensegment is fors oververtegenwoordigd). Voor een evenwichtige invulling van de marktruimte gaat de voorkeur dan ook uit naar tophotels (geclassificeerd met 5 sterren) en budgethotels. Vooral met toevoeging van 4-sterrenhotels dient voorzichtig te worden omgegaan, tenzij deze duidelijk van toegevoegde waarde zijn (qua formule en doelgroep) voor Maastricht;
- **Locaties:** de vraag is het grootst naar hotels in het centrum van Maastricht. In het centrum kunnen het makkelijkst diverse marktsegmenten worden bediend (zowel toeristen, zakelijke gasten als congresgangers/MICE-gasten). Dit komt ook naar voren in een hogere bezetting en gerealiseerde prijs van de hotels in het centrum. Voor de invulling van de marktruimte bestaat dan ook de voorkeur om deze in grote mate in het centrum in te vullen (lieft met hotels die zich qua niveau, sfeer/ambiance, bijzondere services, prijs, etc. onderscheiden van het bestaande aanbod). Zeker voor nieuwe hotels buiten het centrum is het momenteel noodzakelijk dat deze over een bijzonder concept beschikken (bijvoorbeeld themahotels met bijbehorende voorzieningen) en daarmee specifieke doelgroepen kunnen binden;
- **Concepten:** om de hotelvraag in Maastricht zo veel mogelijk te stimuleren is het raadzaam dat nieuwe hotels zich nadrukkelijk onderscheiden van het bestaande aanbod. Dit kan qua niveau (bijvoorbeeld door een 5-sterrenhotel of een budgethotel) maar ook door een onderscheidend concept/formule. Hierbij kan bijvoorbeeld worden gedacht aan een wellnesshotel, casinohotel, resort, zorghotel, etc. Thematische hotels/concepthotels vallen (groten)deels buiten de raming van de reguliere marktruimte omdat deze ook een stuk eigen markt creëren. Ons inziens dienen thematische hotels/ concepthotels het creëren van eigen vraag middels een businessplan/haalbaarheidsstudie aan te (blijven) tonen.

5. CONCLUSIES EN AANDACHTSPUNTEN NIEUW HOTELBELEID

5.1. Conclusies

Op basis van de analyses in de voorgaande hoofdstukken concluderen wij het volgende:

- Het hotelaanbod in de gemeente Maastricht is de afgelopen jaren minder hard gestegen dan landelijk en in de grote steden. Vermoedelijk heeft het restrictieve hotelbeleid hieraan bijgedragen;
- Het aanbod in het luxe segment (aandeel kamers in 4- en 5-sterrenhotels samen), dat in Maastricht met 74% zeer dominant is, is gestabiliseerd. Landelijk en in de grote steden is het aanbod in dit segment wel gestegen. Het budgetaanbod (hotelaanbod tot en met 2 sterren) is gestegen maar blijft ondervertegenwoordigd. Overigens beschikt Maastricht volgens BHC²³ sinds 2010 niet meer over een 5-sterrenhotel wat voor een stad met (internationale) allure als een lacune kan worden gezien;
- De tendens van steeds meer aanbod in het luxe segment in Maastricht is kortom tot staan gekomen en er is meer budgetaanbod gekomen. Hiermee wordt, in kwantitatief opzicht, (deels) aan de doelstelling van een meer gevarieerd hotelaanbod voldaan. Sinds 2009 zijn enkele nieuwe hotels in Maastricht geopend (of van formule veranderd) die aansluiten bij de trend van bijzondere hotelconcepten en -formules. Ook in kwalitatief opzicht is het aanbod in Maastricht dus meer divers geworden en verbeterd;
- Het individuele toeristische segment is het grootste vraagsegment voor de hotels in Maastricht. Dit segment is de afgelopen jaren, net als landelijk, fors gegroeid. De vraag uit het zakelijke marktsegment (zowel individueel zakelijk als MICE) is daarentegen gedaald. Met deze ontwikkeling zijn de hotels in Maastricht (nog) afhankelijker geworden van het (steeds) prijsgevoelige(re) leisuresegment;
- De kamerbezetting bedroeg in 2012 ongeveer 64%. Dit is een fractie lager dan in 2008. De gerealiseerde kamerprijs daalde met 7% tot ongeveer € 92. De gemiddelde kameropbrengst (RevPar) daalde met ongeveer 8% tot gemiddeld € 59,--;
- De ontwikkeling van de marktverhoudingen in Maastricht was hiermee relatief gunstig. Landelijk was er namelijk sprake van een beduidend forsere verslechtering. Het restrictieve hotelbeleid heeft ons inziens hieraan bijgedragen door de tempering van de groei van het aanbod;
- De marktruimte voor hotelkamers in Maastricht ramen wij op 130-510 kamers (circa 325 kamers in het realistische scenario) tot en met 2020. Gezien de huidige bezettingsgraad (die onder de norm van 65-70% kamerbezetting ligt) en de beperkte groeiverwachting voor de komende jaren, zal deze ruimte met name aan het eind van de periode ontstaan;
- Momenteel zijn er bij de Gemeente Maastricht 31 hotelinitiatieven bekend. De 14 plannen waarvan het aantal kamers bekend is, voorzien in 880 kamers. Dit is meer dan de geraamde marktruimte. De plannen waaraan principemedewerking is toegezegd voorzien in ruim 400 kamers, hetgeen meer is dan de geraamde marktruimte in het realistische scenario.

²³ Tot en met 2009 had het Kruissherenhotel 5 sterren, sinds 2010 heeft dit hotel 4 sterren.

5.2. Aandachtspunten hotelbeleid

Aanbevelingen hotelbeleid

Voor de korte termijn (2-3 jaar) adviseren wij de gemeente Maastricht:

- Het huidige restrictieve, naar meer diversiteit en innovatie strevende hotelbeleid (op hoofdlijnen) te handhaven. Op de korte termijn (2-3 jaar) bestaat er namelijk niet of nauwelijks marktruimte voor extra hotelkamers in Maastricht gezien de huidige marktverhoudingen (o.a. de kamerbezetting die onder de norm van 65-70% ligt), de beperkte (economische) groei-verwachtingen de eerste jaren en een aantal principetoezeggingen aan hotelinitiatieven die al zijn gedaan;
- Dit betekent dat de gemeente sterk moet blijven toetsen op de haalbaarheid en het onderscheidend vermogen en de toegevoegde waarde van potentiële nieuwe hotels. Initiatiefnemers moeten hiervoor een haalbaarheidsstudie overleggen die de additionele vraag en de haalbaarheid aantoont;
- Te komen tot een nadere ordening en reductie van de planvoorraad. Dit om overaanbod te voorkomen én om te voorkomen dat bepaalde (gebieds-) ontwikkelingen stagneren op het beoogde hotel. Om te komen tot een reductie van de planvoorraad is het ons inziens raadzaam om:
 - De nu bij de gemeente bekende initiatiefnemers te vragen om binnen een bepaalde, relatief beperkte, termijn een haalbaarheidsstudie in te dienen;
 - Een geldigheidsduur te verbinden aan (principe)medewerking aan initiatieven, bijvoorbeeld een duur van 1 jaar (om ook te voorkomen dat deze plannen “te lang boven de markt blijven hangen”);
 - Te onderzoeken of de plannen die bij het opstellen van de hotelnota als ‘hard’ golden nog actueel zijn of dat hiermee geen rekening meer hoeft te worden gehouden in de planvoorraad. Geadviseerd wordt om voor zover mogelijk ook aan deze plannen een tijdslijm te verbinden.

Voor de middellange termijn adviseren wij de gemeente om:

- De hotelmarkt op reguliere basis te monitoren²⁴ via bijvoorbeeld hotelmarktonderzoek (liefst ook in regionaal perspectief en met specifieke aandacht voor opkomende logiesvormen zoals B&B, shortstay, etc.). Dit is belangrijk gezien het economische belang van voldoende en passend hotelaanbod (zowel voor toerisme als voor de zakelijke markt en congresmarkt) én het belang van een goede balans tussen vraag en aanbod (o.a. voor de kwaliteit van het bestaande aanbod);

Shortstay

De laatste jaren is in Nederland sprake van een flinke groei van het aantal zogenaamde shortstay initiatieven. Wij zien in toenemende mate dat initiatiefnemers met een ‘shortstay concept’ proberen de hotelmarkt te betreden. In onze optiek gaat het bij shortstay over andere doelgroepen dan reguliere hotelgasten, met andere behoeften en motieven. Hiervoor is separaat beleid gewenst. In Maastricht is in de Lokale woonagenda een leidraad voor short stay opgenomen. Hierin is een minimale termijn van 1 maand opgenomen. Een optie kan zijn om deze termijn te verlagen tot 2 weken omdat uit onderzoek (CVO) blijkt dat reguliere hotelgasten zelden langer dan twee weken in een hotel verblijven. Wij adviseren om de leidraad (inclusief minimale verblijfsduur) in ieder geval ook op te nemen in de hotelnota.

²⁴ Dit is in de huidige tijd van voortdurende onzekerheid over de economische ontwikkeling extra belangrijk.

- Het hotelbeleid opnieuw te evalueren en eventueel bij te stellen op basis van nieuw onderzoek. Wij achten het denkbaar dat na enkele jaren marktruimte ontstaat om ook 'reguliere hotels' toe te staan die kunnen zorgen voor een betere mix van het hotelaanbod in Maastricht (het gaat hierbij met name om initiatieven voor hotels in de nu ondervetegenwoordigde segmenten (lees met name het 5-sterrensegment en het budgetsegment).

Stimulering hotelvraag

Aangezien de hotelmarkt een volgende markt is, is het wenselijk dat de Gemeente Maastricht activiteiten/projecten entameert die de logiesvraag stimuleert. In het geval van Maastricht – met een relatief beperkte locatiegebonden zakelijke vraag gaat het hierbij met name om acquisitie van (inter)nationale bedrijven. Ook het stimuleren van de congresmarkt is wenselijk. Om de toeristische logiesvraag te stimuleren kunnen toeristische productontwikkeling en het evenementenbeleid ingezet worden.

Bijlage 1 Aanpak en verrichte werkzaamheden

Aanpak

Voor deze studie is gebruik gemaakt van deskresearch en interviews.

Bij het deskresearch zijn gegevens bestudeerd van de gemeente Maastricht, Bedrijfschap Horeca en Catering, Centraal Bureau voor de Statistiek, Centraal Plan Bureau, World Tourism Organisation, Nederlands Bureau voor Toerisme en Congressen, HOSTA, etc.

Interviews zijn verricht met vertegenwoordigers van de segmenten (toerisme, zakelijke markt en congresmarkt) die hotelvraag genereren en de voorzitter van het SAHOT. Om een goed beeld te krijgen van het functioneren van de hotels in Maastricht, is tevens een enquête verricht onder de hotels. In totaal heeft 60% van de hotels meegewerkt. Deze hotels vertegenwoordigen bijna 85% van de kamers in Maastricht. Wij zijn de voorzitter van het SAHOT, die de aangesloten hotels heeft opgeroepen mee te werken, én alle hotels die hun medewerking hebben verleend zeer erkentelijk.

Verrichte werkzaamheden

Voor deze studie zijn de volgende werkzaamheden verricht:

- Startbespreking;
- Analyse kwantitatieve ontwikkeling hotelmarkt Maastricht periode 2008-2012 op basis van deskresearch (data gemeente Maastricht, Bedrijfschap Horeca en Catering (BHC) en Centraal Bureau voor de Statistiek (CBS));
- Enquête onder Maastrichtse hotels;
- Analyse enquêteresultaten;
- Vergelijking ontwikkeling (samenstelling) hotelaanbod en marktverhoudingen Maastricht en andere grote steden (BHC, CBS en HOSTA);
- Globale kwalitatieve analyse van het (recent gerealiseerde) hotelaanbod in Maastricht;
- Interviews voorzitter SAHOT, directeur VVV en Congresbureau Maastricht, Centrummanagement Maastricht;
- Raming toekomstige marktruimte (o.b.v. deskresearch trends en ontwikkelingen marktsegmenten en doorrekening);
- Interne brainstorm;
- Rapportage en toelichting.

Bijlage 2 Achtergrondtabellen en -grafieken bij hoofdstuk 2

Tabel 1. Marktsegmentatie Nederland (in %)

	2008	2009	2010	2011	Gemiddeld
Zakelijk individueel	39	33	33	32	35
Zakelijk groep	16	13	17	16	16
Toeristisch individueel	33	42	37	39	36
Toeristisch groep	8	8	8	8	8
Overig	4	4	5	5	5
Totaal	100	100	100	100	100

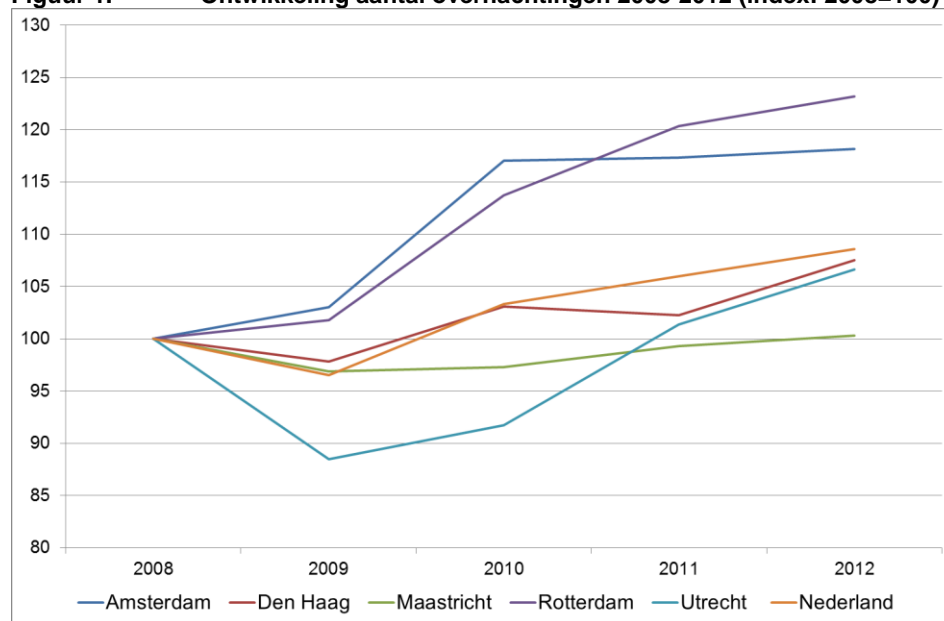
Bron: Horwath HTL

Tabel 2. Marktsegmentatie Limburg (in %)

	2008	2009	2010	2011	Gemiddeld
Zakelijk individueel	30	37	35	28	32
Zakelijk groep	15	14	15	12	14
Toeristisch individueel	51	42	44	53	47
Toeristisch groep	3	5	5	6	5
Overig	1	2	2	1	2
Totaal	100	100	100	100	100

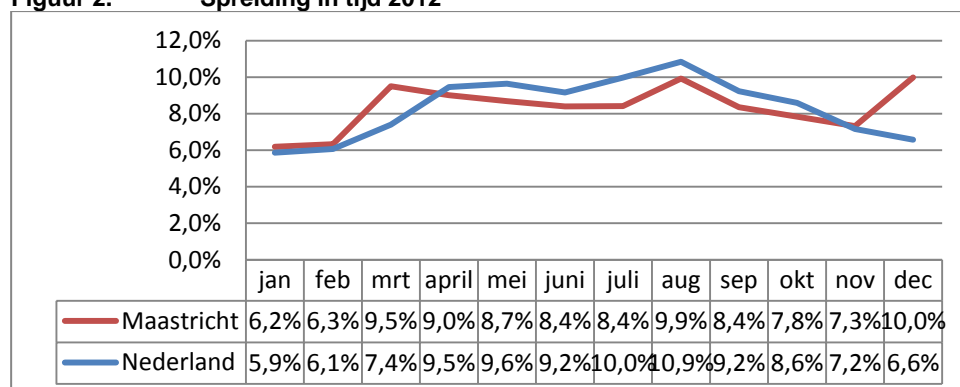
Bron: Horwath HTL

Figuur 1. Ontwikkeling aantal overnachtingen 2008-2012 (index: 2008=100)



Bron: CBS

Figuur 2. Spreiding in tijd 2012



Bron: CBS

Bijlage 3 Achtergrondtabellen en -grafieken bij hoofdstuk 3

Tabel 3. Hotelaanbod regio's 2008-2012

	Maastricht		Zuid-Limburg		Limburg		Nederland	
	2008	2012	2008	2012	2008	2012	2008	2012
5 sterren	60	0	60	0	60	0	4.890	5.033
4 sterren	1.569	1.754	2.941	3.488	3.970	4.669	42.098	50.165
3 sterren	253	217	2.132	2.197	2.686	2.772	29.990	32.462
2 sterren	104	92	937	817	1.072	967	7.154	6.830
1 ster	6	13	495	211	571	292	3.418	2.438
Totaal	1.992	2.076	6.565	6.713	8.359	8.700	87.550	96.928

Bron: HINC, Bedrijfschap Horeca en Catering, bewerkt door ZKA

Tabel 4. Hotelaanbod steden 2008-2012

	Maastricht		Rotterdam		Amsterdam		Utrecht		Den Haag	
	2008	2012	2008	2012	2008	2012	2008	2012	2008	2012
5 sterren	60	0	231	230	2.805	3.165	91	121	347	716
4 sterren	1.569	1.754	1.948	2.431	6.580	8.755	826	878	2.090	1.967
3 sterren	253	217	538	766	5.835	6.453	209	290	736	855
2 sterren	104	92	149	218	1.811	1.768	68	58	143	129
1 ster	6	13	95	87	990	729	28	11	25	10
- ster	209	286	328	226	1.439	2.131	103	82	168	168
Totaal	2.201	2.362	3.289	3.958	19.460	23.001	1.325	1.440	3.509	3.845

Bron: HINC, Bedrijfschap Horeca en Catering, bewerkt door ZKA