

Toetsingskader hotels Maastricht

Dit toetsingskader is verplicht voor:

1. Een nieuw initiatief vanaf 8 kamers, waarbij geen onttrekking van de woonfunctie plaatsvindt;
2. Bestaande hotels < 140 kamers in geval van een uitbreiding vanaf 8 kamers;
3. Bestaande hotels > 140 kamers bij een uitbreiding vanaf 5% van het bestaande aantal kamers.

Procedureel wordt geadviseerd:

1. Eerst een principe verzoek in te dienen voor het initiatief. Het plan wordt, voor zover mogelijk, integraal beoordeeld op ruimtelijke ordening, verkeer, welstand, wonen e.a.;
2. Indien dit positief is, kan de haalbaarheidsstudie verder uitgewerkt worden;
3. Indien dit ook positief is, dient u een formele omgevingsvergunning aan te vragen.

Rapportage in opdracht van
Gemeente Maastricht



Gemeente Maastricht

Februari 2017

Projectnummer
16.024



ZKA *Consultants & Planners*

Biesbosweg 16C
5145 PZ Waalwijk
tel.: 088-2100 250
fax: 088-2100 210
e-mail: info@zka.nl

1. INLEIDING

De hotelmarkt vormt een belangrijke sector voor de Maastrichtse economie. De gemeente streeft, mede gezien de huidige marktomstandigheden/-ontwikkelingen, naar initiatieven die een toegevoegde waarde bieden voor de stad. Hiervoor is hotelbeleid opgesteld. Om te kunnen beoordelen of een initiatief aan de beleidsdoelen voldoet, is voor grotere initiatieven (op hoofdlijnen: vanaf 8 kamers) een toetsingskader opgesteld om te komen tot een haalbaarheidsstudie die toetsing op het gemeentelijk hotelbeleid mogelijk maakt. Deze maakt onderdeel uit van de voorwaarde voor het verkrijgen van een omgevingsvergunning.

De nadruk ligt hierbij op de inhoudelijke meerwaarde voor de stad: 'trekt het concept nieuwe (lees: extra) gasten naar de stad?' en 'is het hotelconcept onderscheidend genoeg?'. Daarbij moet ook onderbouwd worden dat het initiatief duurzaam is: 'is aantoonbaar sprake van een haalbare en realistische investering en hotelexploitatie?'.

2. WERKWIJZE TOETSEN

Naast algemene criteria onderscheidt het toetsingskader twee soorten criteria:

1. Markttechnisch ('genereren additionele vraag'):
 - a. Het hotel biedt meerwaarde voor de stad, het trekt nieuwe gasten aan, en
 - b. Het zorgt voor meer diversiteit en kwaliteit in het hotelaanbod.
2. Economisch/financieel, ofwel de financiële haalbaarheid van het hotel aantonen door een meerjaren exploitatiebegroting.

Het toetsingskader is uitgewerkt in Excel.

Behalve voor een aantal algemene criteria zijn er antwoordopties voorgeprogrammeerd. Deze antwoordopties kunnen worden geselecteerd door op het pijltje beneden rechts naast de cel te klikken. Vervolgens kan op het juiste antwoord worden geklikt.

Op alle vragen of criteria moet een beschrijving of antwoord worden gegeven in de haalbaarheidsstudie.

3. BEOORDELING VAN INITIATIEVEN

Om hotelinitiatieven te kunnen beoordelen, wordt informatie gevraagd aan initiatiefnemers. Het toetsingskader bestaat uit drie tabbladen:

- Tabblad 'Algemeen' (zie paragraaf 3.1.);
- Tabblad 'Additionele vraag generatie' (zie paragraaf 3.2.);
- Tabblad 'Economisch/financieel' (zie paragraaf 3.3.).

3.1. Tabblad 'Algemeen'

Gegevens hotelplan

1. Het adres van de hotellocatie;
2. Plan voor nieuw hotel of uitbreidingsplan voor bestaand hotel;
3. Indien van toepassing op het plan, inschatting van het sterrenniveau;
4. Aantal kamers dat wordt gerealiseerd voor een nieuwe hotelvestiging;

5. Aantal kamers dat per saldo wordt toegevoegd in geval sprake is van een uitbreidingsplan;
6. Programma van Eisen (opbouw in onderdelen en oppervlakte (kamers, bedden, horeca, zalen, overig/ondersteunend, parkeren, etc.)).

Toelichting criterium 6:

Hier dient te worden aangegeven welke voorzieningen en faciliteiten onderdeel zijn van het hotelconcept. Dit kan op basis van bouwvergunningstekeningen en door het toevoegen van informatie over specifieke voorzieningen, functies en indelingen ten behoeve van het concept (in m² BVO). Duidelijk moet zijn wat het totale ruimtebeslag is van het hotelplan en hoe dit is opgebouwd naar voorzieningen en functies. Indien een specifieke voorziening, zoals theater, wellness of andere vrijetijdsvoorzieningen (bioscoop, casino, etc.) de basis vormt voor de vraag moet deze voorzieningen(en) expliciet terug komen in het Programma van Eisen.

Betrokken partijen

7. Initiatiefnemer;
8. Ontwikkelaar;
9. Exploitant;
10. Investeerder.

Gegevens haalbaarheidsstudie

11. Datum indiening plan;
12. Naam uitvoerder haalbaarheidsstudie.

Overige

13. SWOT analyse.

Toelichting criterium 13:

De SWOT analyse staat voor Strengths, Weaknesses, Opportunities en Threats. Intern worden de sterkten en zwakten van het hotelinitiatief beoordeeld en extern / in de omgeving worden de kansen en bedreigingen geanalyseerd. Beoordeeld wordt of de SWOT analyse juist en volledig is uitgewerkt. Ook regionale ontwikkelingen kunnen hierin een rol spelen.

Voor nadere informatie wordt verwezen naar bijlage 1. Op de gemeentelijke website staan ter informatie algemene onderzoeksrapporten die u wellicht mede kunt benutten.

3.2. Tabblad Markttechnische criteria (= additionele vraag generatie)

De criteria op dit tabblad zijn zogenoemde 'knock out criteria'. Een onvoldoende score betekent dat er onvoldoende wordt gescoord voor de algehele beoordeling.

Dit tabblad vraagt of het een nieuw hotel is of een bestaand hotel dat uitbreidt (met het bestaande/huidige concept of met een (ver)nieuw(end) concept). Er is sprake van een uitbreiding als deze plaatsvindt in het hetzelfde dan wel het naastgelegen gebouw.

Uitbreiding van een bestaand hotel

De twee antwoordmogelijkheden zijn (zie criteria 14 en 15):

14. Het bestaande hotelconcept blijft ongewijzigd, of
15. De uitbreiding betreft een nieuw concept.

Toelichting criterium 14:

- Een bestaand hotel is al een tijd aanwezig in de stad en heeft een basis opgebouwd. Een vernieuwend concept is hier geen vereiste voor een uitbreidingsplan.
- Er wordt door de gemeente bekeken:
 - ✓ Waarom uitbreiding noodzakelijk is. Dit dient de initiatiefnemer aan te tonen. Hiervoor dient deze inzicht te bieden in de meerjaren ontwikkeling van de bezetting in het verleden, eventuele boekingsproblemen ('nee verkopen') en de verwachte bezetting, welke aanleiding kan zijn voor uitbreiding c.q. vergroting van het bestaande hotelconcept.
 - ✓ Of het plan (qua aantal reguliere kamers) past binnen de gemeentelijke marktruimte.

Toelichting criterium 15:

Beoordeeld wordt of en hoe een nieuw concept additionele vraag oplevert voor Maastricht. Dat moet onderbouwd worden en is nader toegelicht onder criterium 16. Deze onderbouwing is vereist.

Ontwikkeling van een nieuw hotel

Het onderscheidend vermogen van een nieuw hotel wordt beoordeeld. Onderscheid wordt gemaakt in:

- 16a. Een bijzonder en onderscheidend concept en/of voorziening die voor de stad extra verblijfsbezoekers trekt, of
- 16b. Overige wijze waarop een bestaand of nieuw hotel voor nieuwe hotelvraag zorgt.

In beide gevallen moet aangetoond worden dat in beginsel minimaal 15 à 20% van de kamerbezetting voortkomt uit het bijzondere concept en/of de onderscheidende specifieke voorziening. Deze onderbouwing vindt bij voorkeur plaats met behulp van inzichten van hotels met vergelijkbare voorzieningen of vergelijkbare concepten elders. Indien het een niet vergelijkbaar (nog) uniek concept is, dient u de additionele vraag generatie vanuit markttrends e.a. te onderbouwen.

U dient ook aan te geven hoe u de beoogde doelgroep(en) gericht benadert via uw marketing en PR.

Toelichting criterium 16a:

Het betreft hier:

1. Een bijzonder concept, en/of
2. Een onderscheidende specifieke voorziening, die aantoonbaar een twee-eenheid vormt met de hotelkamers.

In beide gevallen moet aantoonbaar onderbouwd zijn dat het nieuwe hotel – qua aard, schaal en/of kwaliteit – zorgt voor een structureel aantrekkende werking, sprake is van een duidelijk onderscheidend vermogen, en dat mensen specifiek of mede extra hiervoor één of meerdere dagen naar Maastricht komen.

Toelichting criterium 16b:

Een hotelinitiatief kan zich ook op een andere wijze onderscheiden en additionele vraag genereren:

1. Door een onderscheidende prijs-kwaliteitverhouding, en/of
2. Op een andere aantoonbare wijze.

In de planbeschrijving moet worden toegelicht op welke wijze de initiatiefnemer structureel gasten aanspreekt die zonder dit hotel niet of veel minder naar Maastricht komen. Het initiatief speelt bijvoorbeeld in op een specifiek vraagsegment met een prijs-kwaliteitverhouding die in de regio nog niet of beperkt wordt aangeboden. De initiatiefnemer toont in de planbeschrijving aan dat de prijs-

kwaliteitverhouding uniek is en dat er (latente) vraag naar is. Hierbij wordt ook de relatie met de SWOT analyse gelegd.

Algemene toelichting, van toepassing op criteria 16a en 16b

- In bijlage 2 zijn voorbeelden genoemd van unieke en aanvullende concepten. De voorbeelden dienen louter ter inspiratie en bieden geen garantie voor een positieve beoordeling;
- Dit toetsingskader is gerelateerd aan het hotelbeleid. Het is denkbaar dat het hotel naast verblijfgasten ook andere aanvullende doelgroepen aantrekt (zoals expats, studenten, zorg), zogenoemde 'hybride hotelvormen'. Voor deze aanvullende doelgroepen moet door een separate hierop toegespitste marktanalyse worden onderbouwd dat er een (structurele) behoefte is voor deze doelgroepen (het betreft immers de markttechnische en financiële haalbaarheid van het totaal).

Duurzaamheid conceptuele uitgangspunten

17. Vastleggen en monitoren concept en additionele vraag

Criterium 17 beoordeelt hoe wordt aangetoond en vastgesteld dat het concept i.c. het initiatief ook daadwerkelijk wordt gerealiseerd en geëxploiteerd zoals in de haalbaarheidsstudie is beschreven. Het belang, de nadruk en de focus op het onderscheidend vermogen komt hier tot uiting.

Toelichting criterium 17:

In geval van een positieve uitkomst van het verzoek tot het verkrijgen van een omgevingsvergunning, wordt in de vergunning opgenomen als voorwaarden:

- De conceptuele uitgangspunten;
- Dat deze uitgangspunten (in criteria 14-16 voldoende beoordeeld op de additionele vraag generatie) na realisatie niet veranderen;
- Op welke wijze de additionele vraag wordt gerealiseerd en gemonitord.
Dit kan bijvoorbeeld door:
 - ✓ Aantoonbare gerichte marketing/PR op de specifieke doelgroep(en) en/of op het totaalconcept en/of;
 - ✓ Inzicht in de bezettingscijfers van het nieuwe of uitgebreide concept (voor het totale plan en voor de specifieke doelgroep(en)) en/of;
 - ✓ Weergave van het gerealiseerde concept met een specifieke verbonden voorziening en/of;
 - ✓ De aantoonbaar gehanteerde prijs indien de prijs/kwaliteit verhouding bepalend is, etc.

In de vergunning wordt een termijn afgesproken waarin de initiatiefnemer jaarlijks proactief moet rapporteren over de in de vergunning gemaakte afspraken. Dat ter beoordeling aan de gemeente. Bij een geconstateerde afwijking van bovengenoemde punten wordt de mogelijkheid geboden tot herstel, mogelijk gecombineerd met een dwangsom. Indien de marktontwikkeling aanleiding geeft tot aanpassing van het initiatief, dient hiervoor een hernieuwde vergunning te worden aangevraagd.

3.3. Tabblad 'Economisch'

Dit tabblad bevat één criterium:

18. Volledig- en juistheid financiële haalbaarheid;

Dit is een 'knock out criterium'. Een onvoldoende score betekent dat er onvoldoende wordt gescoord voor de algehele beoordeling.

Toelichting criterium 18

De haalbaarheidsstudie moet aantonen dat het gehele hotelinitiatief financieel haalbaar is. Dit moet de volledige bezetting van het hotelplan in beschouwing nemen. Andere eventuele aanvullende doelgroepen bij zogenoemde 'hybride modellen' (zoals expats, studenten, zorg) moeten onderdeel zijn van de doorrekening.

De financiële haalbaarheid moet onderbouwd worden met een meerjaren exploitatiebegroting (inclusief begrote investeringskosten en hiermee samenhangende kapitaallasten). Uitgangspunt is een periode van vijf jaar.

De exploitatiebegroting maakt duidelijk dat het exploitatieresultaat volstaat voor de rente, belasting en afschrijvingen en dat de eerste vijf exploitatiejaren per saldo een positief rendement gerealiseerd wordt. De gevraagde onderbouwing kan vervat worden in een (eventueel aan de bank – financiers geaccordeerde) ondernemingsplan. U kunt ook gebruik maken van onderstaande punten. Deze moeten in alle gevallen terug komen in de financiële doorrekening en -onderbouwd worden voor de eerste vijf exploitatiejaren:

- **Kamerbezetting** met onderscheid naar reguliere en additionele/nieuwe hotelgasten. Het vaststellen van de bezetting voor uitbreidingsplannen en nieuwe initiatieven kan op een verschillende wijze worden opgebouwd. Het ligt voor de hand dat de basis voor uitbreidingsplannen wordt gevormd door de huidige bezettingscijfers (historische data). Voor nieuwe initiatieven kan de bezetting worden vastgesteld met behulp van de beoogde marktsegmentatie (verdeling naar toeristische vraag (individueel en groepen), zakelijke vraag en meerdaagse bijeenkomsten), analyse van de huidige regionale markt(verhoudingen) en/of de bezetting van soortgelijke formule/concepten elders.
- **Gemiddeld gerealiseerde kamerprijzen** (inclusief kortingen, e.d.) Dit kan inzichtelijk worden gemaakt door het prijsniveau van het huidige hotel (in geval van uitbreidingsplannen) en/of inzicht in de prijsniveaus van de concurrenten en de positionering van het hotelplan in de markt.
- **Totale omzet inclusief opbouw naar subpost** als logies-, horeca- en overige omzet (zoals zaalhuur, parkeeropbrengsten, fietsverhuur of de omzet uit niet-toeristisch gebruik bij zogenaamde 'hybride' hotelvormen).
- **Exploitatiekosten inclusief opbouw naar kostenpost.** Mogelijke onderverdeling: inkoopkosten, personeelskosten, huisvestingskosten, huurkosten, marketingkosten, commissies, administratie en algemeen, (klein) onderhoud en schoonmaak, management/franchisevergoeding en overige (directe en indirecte) kosten.
- **Exploitatieresultaat** per jaar over een periode van 5 jaar, resulterend uit de totale omzet en de totale exploitatiekosten van het betreffende jaar.

Het exploitatieresultaat voor de eerste vijf exploitatiejaren wordt afgezet tegen de jaarlijkse kapitaallasten. Deze kapitaallasten worden afgeleid van de investeringsbegroting.

In de investeringsbegroting worden de volgende posten gespecificeerd, bijvoorbeeld op basis van prijsopgave(n) van marktpartijen of door deze uit te drukken per kamer of per m²:

- **Aankoopkosten grond en gebouw**
- **(Ver)bouwkosten**

- **Kosten voor inrichting** van het hotelinitiatief, zoals kamers, horeca en overige faciliteiten
- **Bijkomende-/ overige kosten**, zoals projectontwikkelingskosten, leges, aansluitkosten, risicoverzekeringen en andere onvoorziene uitgaven.

Met de investeringsbegroting als basis worden vervolgens de kapitaallasten berekend. In de haalbaarheidsstudie moet terug komen met behulp van welke uitgangspunten de kapitaallasten zijn bepaald.

Bijlage 1 Toelichting SWOT analyse

Een SWOT analyse wordt ook wel een sterkte-zwakke analyse genoemd. SWOT staat voor Strengths, Weaknesses, Opportunities en Threats. Het resultaat is een samenvattend overzicht van *interne* sterke en zwakte punten en *externe* kansen en bedreigingen. Voorafgaand aan de SWOT analyse moet de hotellocatie worden geanalyseerd, moet worden ingegaan op de kwaliteit en het onderscheidend vermogen van het hotelconcept en –management of moet een (regionale) marktanalyse zijn uitgevoerd (aanbod, vraag, marktverhoudingen, inclusief actuele plannen en ontwikkelingen). Extern moet beoordeeld worden welke ontwikkelingen relevant zijn rondom toerisme, evenementen, de zakelijke markt, meerdaagse bijeenkomsten, etc.

Enkele voorbeelden van interne sterke en zwakte punten zijn:

- Locatie- en omgevingskwaliteiten, zoals een goede bereikbaarheid, de parkeergelegenheid en het voorzieningenniveau in directe omgeving;
- Het beoogde pand en mate waarin investeringen nodig zijn om het pand ‘hotelklaar’ te maken;
- Beschrijving van het pand en de karakteristieken, zoals bijvoorbeeld een monumentaal karakter;
- De expertise en ervaring van het management en de exploitant in de hotelsector algemeen en specifiek in de hotel- en verblijfssector in Maastricht en omgeving, etc.;
- De beoogde branding;
- Het aanbod en de kwaliteit van de hotelfaciliteiten en -voorzieningen;

Enkele voorbeelden van externe kansen en bedreigingen zijn:

- Nieuwe of sluiting van (toeristische en zakelijke) voorzieningen, zoals dagattracties, musea, congresfaciliteiten, etc.;
- Stedelijke- en beleidsontwikkelingen in Maastricht op het gebied van hotels en aanverwante sectoren (bijv. cultuur, evenementen, gebiedsontwikkelingen, etc.);
- Omvang en ontwikkeling van de kantoren- en bedrijvenmarkt;
- Aan- of afwezigheid van grote (inter)nationale bedrijvigheid in de directe omgeving, nieuwe grote bedrijfsvestigingen of sluiten daarvan;
- Samenstelling van en resultaten van de concurrentie, alsmede actuele concurrerende hotelplannen en –ontwikkelingen;
- Ontwikkeling van de (inter)nationale economie.

Bijlage 2 Bijzondere hotelconcepten en/of hotels beschikkend over een specifieke voorziening(en) van grote schaal en kwaliteit

Onderstaand treft u enkele voorbeelden aan van (mogelijke/deels/ooit) nieuwe concepten. Dit wil natuurlijk niet zeggen dat nog steeds nieuwe concepten betreffen. Deze voorbeelden dienen puur ter inspiratie. U dient zelf te komen tot nieuwe concepten en/of verbindingen.

Bijzondere hotelconcepten algemeen

- Wellness-/kuurhotel met grootschalige wellness als hoofdmotief voor bezoek en overnachting.
- Een hotel met één of meerdere vrijetijdsvoorzieningen (bijv. attractie, bioscoop, casino, glowgolf, etc.) die gezamenlijk een all-in product vormen.
- Theaterhotel, waarbij het theater en het hotel onlosmakelijk met elkaar verbonden zijn. Het gaat hierbij niet om hotels bij reguliere theaters;
- Internationaal congreshotel met specifieke voldoende en grootschalige eigen faciliteiten voor congressen en andere bijeenkomsten;
- Een hotel bij of als onderdeel van een grootschalige en autonome vrijetijdsvoorziening met een groot eigen marktgebied.
- Zorghotel waarbij de zorgvraag de reden voor overnachting is en door het verblijf van de zorgbehoevende mogelijk ook familie, vrienden, kennissen, etc. overnachten in het hotel.
- Hotels die gericht zijn op een bepaald werelddeel of land met bijbehorende voorzieningen (bijv. Chinees hotel met faciliteiten als een theetuin, (alternatieve) behandelruimten en exposities).
- Hotels die gericht zijn op een specifieke doelgroep en soms ook bouwkundig hier op zijn ingericht. Denk aan familiekamers met afsluitbaar deel met bedden voor kinderen...

Voorbeelden hotelconcepten in regio Zuid Limburg

- Fitland Hotel XL (gemeente Sittard-Geleen): Topsporthal, klimwand, fitness, wellness, bowling, zalen, uitvalsbasis fietsen en wandelen;
- Château St. Gerlach (gemeente Valkenburg aan de Geul): Hoog segment, luxe, inclusief restaurant, spa/wellness en zalen;
- Zorghotel Domaine Cauberg (gemeente Valkenburg aan de Geul): Hotel met veel zorgfaciliteiten en – expertise (fysio-, ergotherapie, psychologie, etc.) en faciliteiten/diensten als een wasservice, beautysalon, manicure/pedicure, etc.
- Thermae 2000 (gemeente Valkenburg aan de Geul): Hotel met grootschalige wellness;
- SnowWorld Hotel (gemeente Landgraaf): Hotel direct verbonden met indoor skihal en klim- en outdoorpark.

Voorbeelden hotelconcepten elders:

- Preston Palace Almelo: hotel met meerdere vrijetijdsvoorzieningen;
- Van der Valk Hoorn: hotel met meerdere vrijetijdsvoorzieningen;
- Nhow hotel Amsterdam bij de RAI;
- Zorghotel Merlinde Breda.

Voorbeelden specifieke vraagsegmenten

- Low budget 'rugzak' hotel;
- 5 sterren plus hotel.