

Bijlage 4 – Beschrijving aanbodsegmenten vitaliteit provinciaal hotelmarktonderzoek

In het provinciaal hotelmarktonderzoek zijn de verschillende aanbodsegmenten die volgen uit de vitaliteitsscan uitgebreid beschreven. Onderstaande toelichting is grotendeels afkomstig uit betreffende rapportage. De segmenten kunnen als volgt worden getypeerd:

☒ **Uitstekend:** zeer goed presenterende hotels, doorgaans op een bijzonder perspectiefrijke locatie met een uitstekend product en een visie op de toekomst. Het segment bevat relatief veel ketenhotels, vaak van bovengemiddelde schaal. Ketenvorming is echter niet de meest belangrijke verklaring voor een goede beoordeling. Factoren als goed (strategisch) ondernemerschap, de mate waarin het hotel onderscheidend is, en een goede prijs-kwaliteitverhouding zijn ook belangrijk. Derhalve behoren ook verschillende kleinere (familie)hotels tot dit segment;

☒ **Gezond en vitaal:** hotels met een kwalitatief voldoende product, vaak op perspectiefrijke locaties, volop in contact met de gast en met regelmaat investierend. De hotels zijn relatief groot, maar blinken niet uit. Er is gemiddeld minder aandacht voor strategisch ondernemerschap dan bij uitstekende hotels;

☒ **Volgers:** hotels vaak met een bovengemiddelde schaalgrootte op aantrekkelijke locaties. Er wordt veel samengewerkt met boekingsplatforms. De hotels ondernemen weinig en de investeringsbereidheid is laag. Als gevolg hiervan is het gastoordeel doorgaans relatief laag, wat wijst op een mindere prijs-/kwaliteitverhouding;

☒ **Kwetsbare beheerders:** de nadruk ligt vaak op een operationele bedrijfsvoering; deze hotels worden beherend gerund. Door goed beheer wordt een kwalitatief prima product aangeboden (met een zeer goed gastoordeel tot gevolg), maar niet aan alle randvoorwaarden wordt voldaan voor een ruim voldoende perspectief. Een duidelijke visie ontbreekt bijvoorbeeld, er worden geen strategische investeringen (meer) gedaan en/of de locatie leidt tot een eenzijdige doelgroepenfocus;

☒ **Stuck in the middle:** hotels die gemiddeld kleiner zijn en zowel qua kwaliteit als qua perspectief moeite hebben om de aansluiting bij de markt te behouden. De ligging biedt mogelijkheden voor een succesvolle exploitatie (zeker in combinatie met bijvoorbeeld een restaurant), maar de hotels spelen te weinig in op de wensen vanuit de markt, tonen te weinig ambitie en investeren doorgaans te weinig;

☒ **Vergane glorie:** hotels die gemiddeld kleiner zijn en die te weinig kwaliteit en perspectief hebben. Een strategische focus ontbreekt, er wordt nauwelijks geïnvesteerd, en kennis over het bespelen van de markt (door bijv. online positionering) ontbreekt. De kansen om (hernieuwde) aansluiting bij de markt te krijgen zijn klein.