

UPDATE HOTELMARKT- ONDERZOEK EN BELEIDSADVIES UTRECHT

1 FEBRUARI 2019



UPDATE HOTELMARKT- ONDERZOEK EN BELEIDSADVIES UTRECHT

1 FEBRUARI 2019

Status:

Eindrapport

Datum:

1 februari 2019

Een product van:

Bureau Stedelijke Planning bv
Silodam 1E
1013 AL Amsterdam
020 - 625 42 67
www.stedplan.nl
amsterdam@stedplan.nl

Team Detailhandel en Vrije tijd

Drs. Toine Hooft

Klaas Hesselink MSc.

Drs. Martijn Kanters

Voor meer informatie: Drs. Martijn Kanters, mk@stedplan.nl

In opdracht van:

Gemeente Utrecht



De in dit document verstrekte informatie mag uitsluitend worden gebruikt in het kader van de opdracht waarvoor deze is opgesteld. Elk ander gebruik behoeft de voorafgaande schriftelijke toestemming van Bureau Stedelijke Planning BV©.

Projectnummer: 2018.R.236

Referentie: 2018.R.236 Utrecht update hotelonderzoek en beleidsadvies

INLEIDING EN SAMENVATTING	7
1 AANBODANALYSE HOTELMARKT UTRECHT	8
2 VRAAGANALYSE HOTELMARKT UTRECHT.....	11
3 TRENDS EN ONTWIKKELINGEN	15
4 TOEKOMSTIGE ONTWIKKELING VAN DE UTRECHTSE HOTELMARKT	17
5 CONCLUSIES EN BELEIDSAANBEVELINGEN	20
BIJLAGE 1 HOTELAANBOD UTRECHT	

INLEIDING EN SAMENVATTING

In Utrecht worden de komende drie jaar naar verwachting jaar 1.500 – 1.800 nieuwe hotelkamers gerealiseerd. Enerzijds is dit een inhaalslag na jaren van stilstand, anderzijds betekent het ook een substantiële vergroting van de voorraad. Na jaren van nauwelijks ontwikkelingen aan de aanbodzijde betekent het ook een welkome verbetering van de variëteit in het aanbod.

Daarom staat u voor de vraag of de gehanteerde prognoses nog wel actueel zijn en hoe het hotel-ontwikkeldkader de komende jaren aangepast dient te worden.

Dit onderzoek en advies spits zich toe op de hotelmarkt. Naast dit onderzoek is apart de short-stay markt geanalyseerd. Gezamenlijk vormen deze onderzoeken input voor een bijstelling van het hotelbeleid in Utrecht.

We hopen dat deze analyse en aanbevelingen bijdragen aan een effectief beleid de komende jaren, waarin op verantwoorde wijze sturing gegeven kan worden aan de verdere ontwikkeling van de hotelmarkt in Utrecht.

SAMENVATTING >>

De aanstaande aanbodvergroting van 1.500 – 1.800 kamers de komende drie zal een sterke impact hebben op de Utrechtse hotelmarkt als geheel. Vanuit een gemiddeld scenario van de vraagontwikkeling zal de gemiddelde bezettingsgraad de komende jaren behoorlijk onder druk komen te staan. De bodem lijkt bereikt te gaan worden in 2020, waarna de markt een herstelproces in zal gaan om in 2021/22 weer boven de normatieve gemiddelde bezettingsgraad van 60% uit te komen – dit mits er geen nieuwe plannen bovenop de huidige planvoorraad gerealiseerd worden. Verder valt in de aanstaande uitbreidingsgolf het aantal kamers in het zakelijke segment op.

Deze omstandigheden rechtvaardigen een restrictief hotelbeleid in Utrecht tot en met 2022. Omdat pas in 2022 de marktruimte weer licht positief wordt is het aan te bevelen tot die tijd een pas op de plaats te maken en mogelijk nieuwe initiatieven met uiterste terughoudendheid te beoordelen.

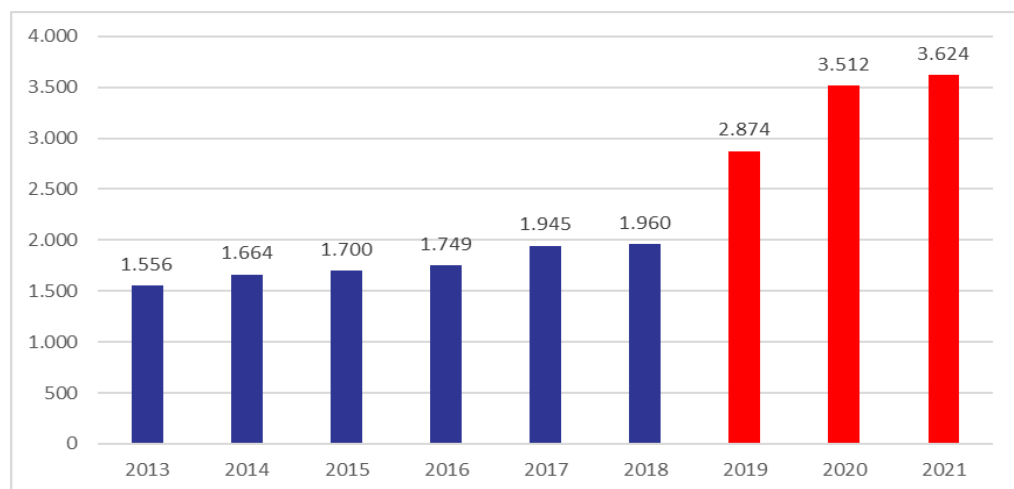
Vanaf 2022 gaat er waarschijnlijk weer wat marktruimte ontstaan die vanaf dan, onder voorwaarden, ingevuld zou kunnen worden door middelgrote concepthotels.

1 AANBODANALYSE HOTELMARKT UTRECHT

ONTWIKKELING HOTELAANBOD UTRECHT 2013-2021 >>

Na jaren van zeer matige aanbodgroei staat Utrecht nu aan de vooravond van een substantiële vergroting van de voorraad. De komende drie jaar (2019 – 2021) zullen naar verwachting 1.500 tot 1.800 kamers gerealiseerd worden. In 2019 zullen 9 hotels geopend worden met een totaal aantal kamers van 791. In 2020 komen er tenminste 635 kamers bij in 5 hotelontwikkelingen. Van de in totaal 21 plannen zijn er 15 vrijwel zeker, maar 6 nog in initiatief-fase die in deze analyse daarom als zachte planvoorraad worden gedefinieerd.

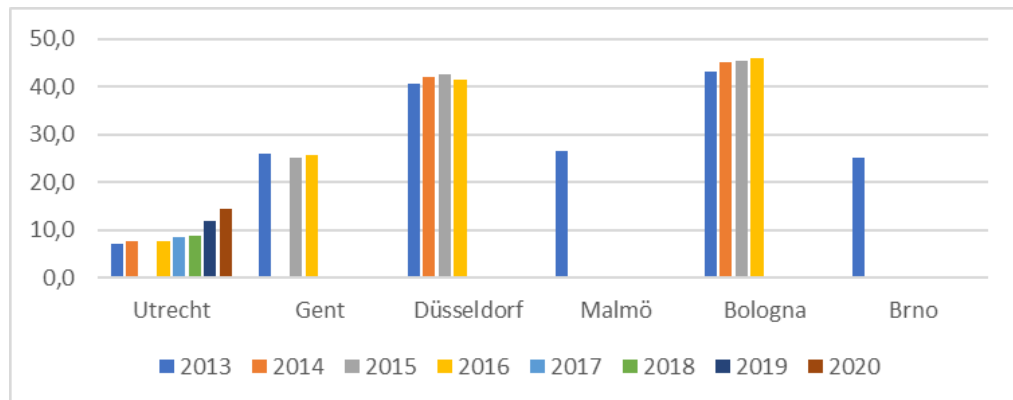
De verwachting is dat tenminste 1.500 kamers de komende 3 jaar aan de huidige voorraad van 2.035 kamers zullen worden toegevoegd. Dit betekent een aanbodvergroting van tenminste 73%.



FIGUUR 1 AANBODONTWIKKELING AANTAL HOTELKAMERS UTRECHT (15 VRIJWEL ZEKERE REALISATIES 2019 – 2021)
Bron: Bureau Stedelijke Planning, op basis van gemeente Utrecht

Alhoewel dit op het eerste oog fors lijkt, dient opgemerkt te worden dat in de periode 2013 – 2018 er sprake is geweest van zeer geringe aanbodontwikkeling. Met in totaal 15 vrijwel zekere realisaties met een gemiddeld volume van 100 kamers per hotel, betekent dit – naast een vergroting van het aanbod in kwantitatieve zin – ook een verbreding van het aanbod met nieuwe formules.

Door deze ontwikkelingen zal de dichtheid van het hotelaanbod (gerekend in aantal bedden per 1.000 inwoners) toenemen van 8,8 in 2018 tot 14,4 in 2020. Dit is overigens nog steeds relatief laag in een internationale vergelijking. Ter vergelijking: Gent heeft een dichtheid van 25,7 bedden per 1.000 inwoners en Malmö van 26,5 bedden per 1.000 inwoners.



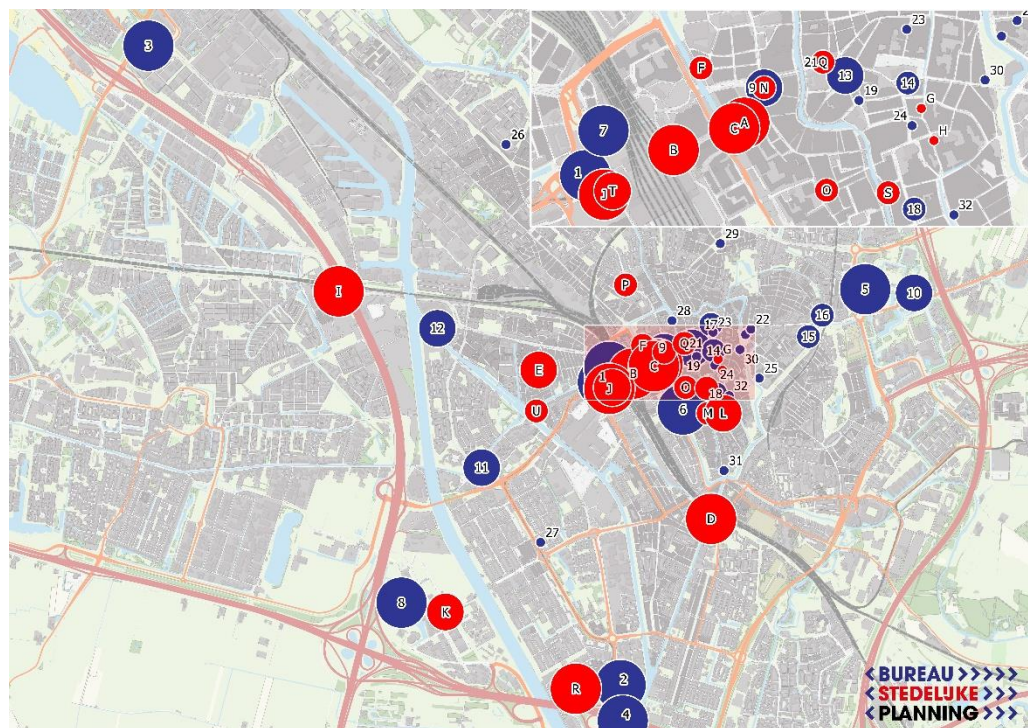
FIGUUR 2 HOTELAANBOD INTERNATIONAAL VERGELEKEN (AANTAL BEDDEN PER 1.000 INWONERS)

Bron: Bureau Stedelijke Planning, op basis van Eurostat, The Urban Audit Database

HUIDIG EN TOEKOMSTIG AANBOD >>

Het geografisch hart van de hotelmarkt is - en wordt steeds meer - het stationsgebied met uitloper naar het centrum.

De aanbodmix lijkt op dit moment behoorlijk divers voor een stad als Utrecht. Er zijn 8 grotere hotels (> 100 kamers), waarvan het NH Hotel Jaarbeurs (met 276 kamers) met afstand de grootste is. Echter, met name de geplande toename van het aantal grotere hotels (met meer dan 100 kamers elk) is opvallend, 6 in totaal voor 2019 en 2020.



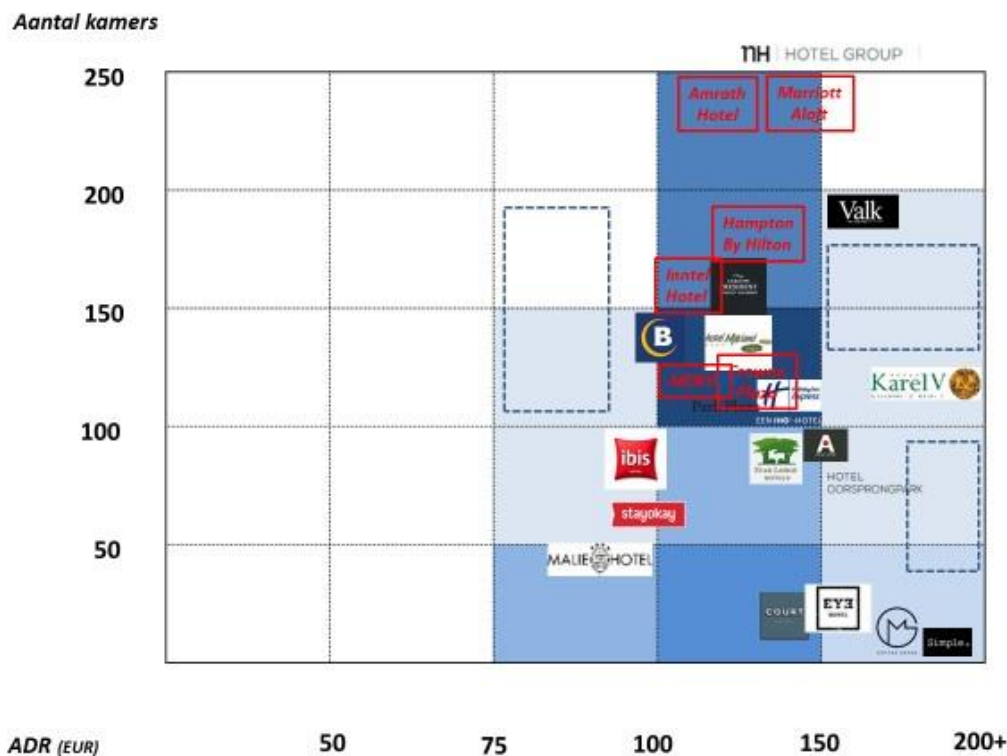
FIGUUR 3 HOTELKAART UTRECHT (BLAUW=BESTAAND; ROOD=GEPLAND)

Bron: Bureau Stedelijke Planning, op basis van gegevens gemeente Utrecht. Kaart corresponderende met tabellen in bijlage 1

Zowel in kwantitatieve als kwalitatieve zin wordt de Utrechtse hotelmarkt (steeds meer) het terrein van de grotere internationale 4-sterren ketens, die met name gericht zijn op de zakelijke markt. In kamervolume is het overgrote deel van het nieuwe aanbod gepland in dit segment, door ketens als Hilton, Marriott, Amrath en Crowne Plaza.

De breedte van het hotelaanbod, in zowel kwantitatieve en kwalitatieve zin kan verder geïllustreerd worden door een matrix, waarin hotels op de assen “Grootte” en “Service/ADR (gemiddelde kamerprijs)” geplot worden. Een donkere cel-kleur geeft een hoge dichtheid van aanbod aan.

In Utrecht zien we een hoge dichtheid van hotelaanbod in het 4-sterren segment, door alle grootte-klassen heen. Ook in deze matrix komt de geprononceerde toename van 4-sterren hotels van meer dan 100 kamers sterk naar voren.



FIGUUR 4 UTRECHT HOTELMARKT: POSITIONERINGSMATRIX (BESTAAND AANBOD IN LOGO'S, GEPLAND IN RODE KADERS)

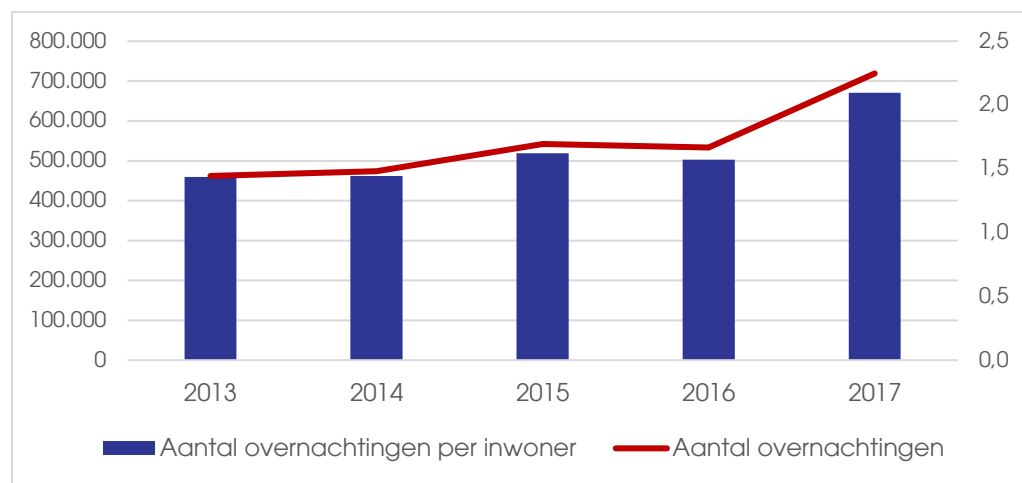
Bron: Bureau Stedelijke Planning

Deze aanbodontwikkeling, met binnen 3 jaar een vergroting van tenminste 73% van het huidige aanbodvolume, zal tegen het licht gehouden moeten worden van de verwachte vraagontwikkeling en trends.

2 VRAAGANALYSE HOTELMARKT UTRECHT

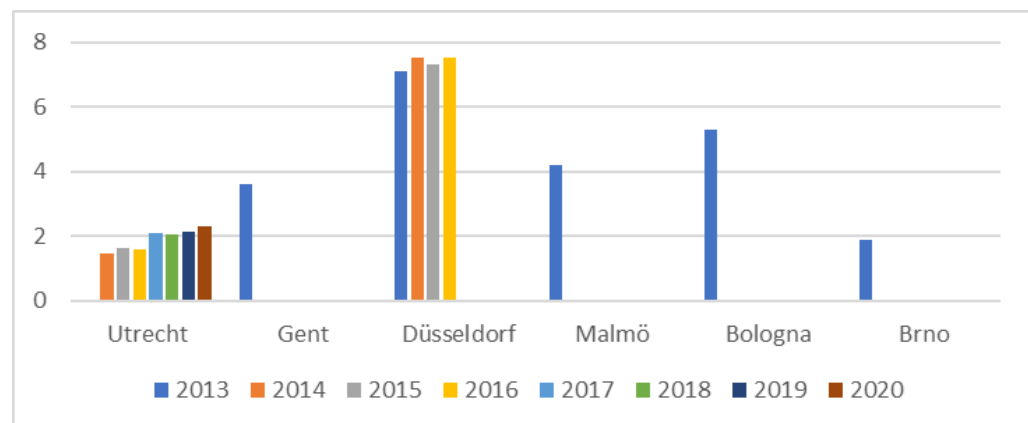
ONTWIKKELING VAN HET AANTAL OVERNACHTINGEN >>

De vraag, uitgedrukt in aantal hotelovernachtingen, vertoonde in de periode 2013 – 2016 een matige groei van gemiddeld iets meer dan 5% per jaar. In 2016 was zelfs sprake van een lichte daling. In 2017 was er echter sprake van een explosieve groei van bijna 35%, waardoor het aantal overnachtingen uitkwam op 719.000.



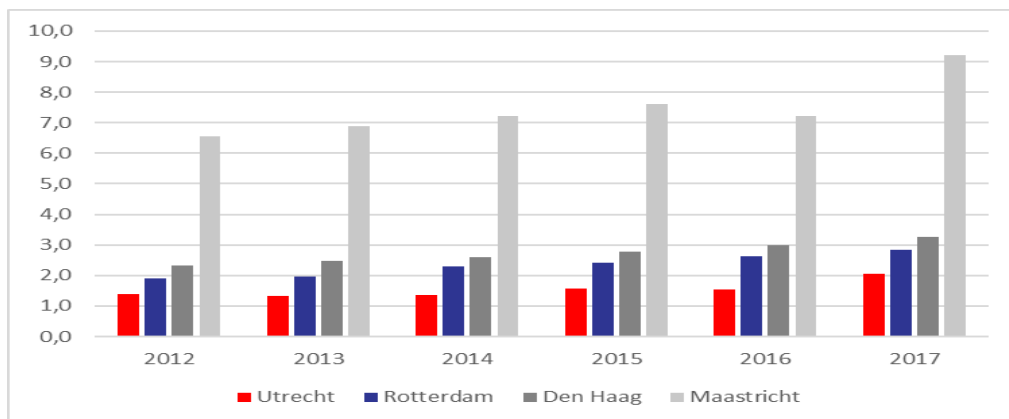
FIGUUR 5 ONTWIKKELING AANTAL OVERNACHTINGEN EN OVERNACHTINGEN PER INWONER
Bron: Bureau Stedelijke Planning

Ondanks de sterke groei vorig jaar blijft de vraag in Utrecht nog steeds achter bij andere grote steden. Uitgedrukt in overnachtingen per inwoner kwam Utrecht vorig jaar uit op 2,1, wat in zowel nationale als internationale vergelijking relatief laag is.



FIGUUR 6 AANTAL OVERNACHTINGEN PER INWONER INTERNATIONAAL VERGELEKEN
Bron: Eurostat Urban Audit Database, bewerking Bureau Stedelijke Planning

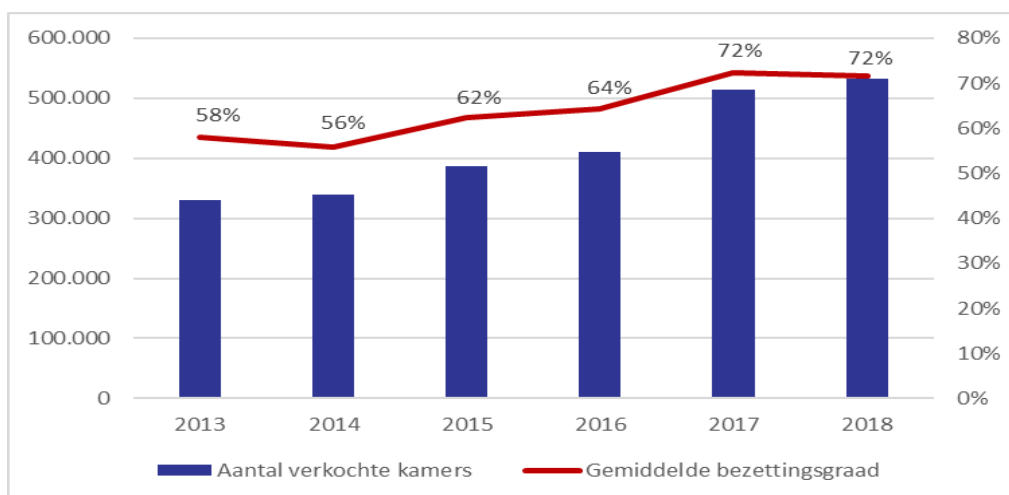
Alle Nederlandse steden, met uitzondering van Amsterdam en Maastricht, laten in een internationale vergelijking deze relatief lage score zien van tussen 2 -3 overnachtingen per inwoner. In met Utrecht vergelijkbare steden als Gent, Malmö en Bologna ligt dit op 4 á 5¹. Amsterdam is de grote uitschieter, zowel nationaal als internationaal, met ruim boven de 15 overnachtingen per inwoner.



FIGUUR 7 AANTAL OVERNACHTINGEN PER INWONER NATIONAAL VERGELEKEN

Bron: Bureau Stedelijke Planning, op basis van CBS, 2018

Het percentage zakelijke overnachtingen ligt in Utrecht vrij hoog, variërend de afgelopen jaren tussen de 55 en 65%. Dit is met name van invloed op de berekening van de gemiddelde bezettingsgraad, op basis van het aantal verkochte kamers. In een markt met een gelijke hoeveelheid toeristische en zakelijke overnachtingen hanteren we een omreken-factor van 1,5, in Utrecht iets lager, 1,4.² Op basis van deze berekening kan een betrouwbare analyse van de gemiddelde bezettingsgraad gemaakt worden. Deze neemt sinds 2015 gestaag toe en zal voor 2018 naar verwachting op 72% uitkomen.



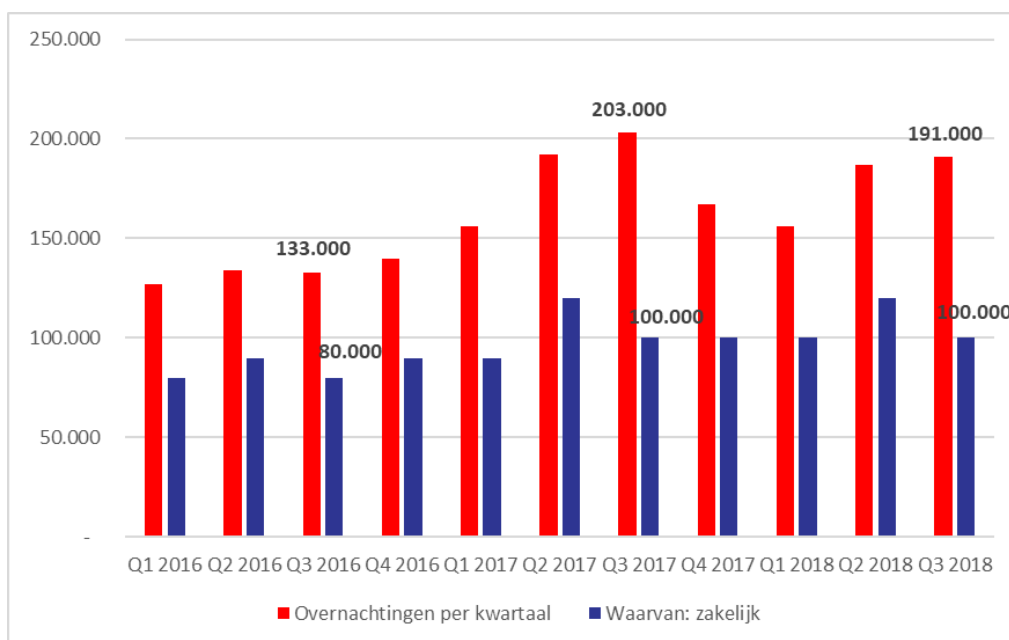
FIGUUR 8 UTRECHT: AANTAL VERKOCHTE KAMERS EN GEMIDDELTE BEZETTINGSGRAAD

Bron: Bureau Stedelijke Planning, op basis van CBS en gemeente Utrecht

¹ Bron: Eurostat, the Urban Audit Database

² Een zakelijke overnachting betekent in de meeste gevallen ook één verkochte kamer, terwijl in de toeristische markt deze verhouding omgekeerd is. Gemiddeld ligt de omreken-factor van overnachtingen naar verkochte kamers op 1,5.

De meest recente cijfers laten een vertraging van de groei zien, met in het tweede kwartaal van dit jaar een afname van 5.000 overnachtingen ten opzichte van hetzelfde kwartaal vorig jaar. Het aandeel zakelijk neemt (mede daardoor) weer toe van 60% in H1 2017 naar 64% in H1 2018.



FIGUUR 9 TOTAAL AANTAL OVERNACHTINGEN EN ZAKELIJKE OVERNACHTINGEN PER KWARTAAL (2016-2018)
Bron: Bureau Stedelijke Planning, op basis van CBS

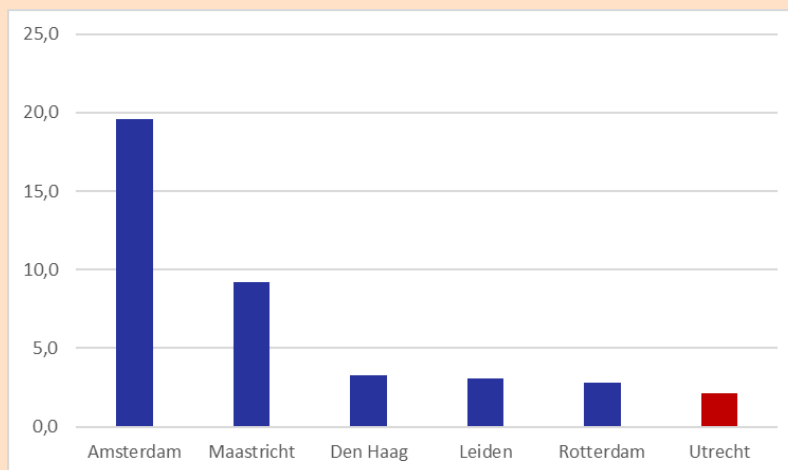
Het eerste kwartaal van dit jaar vertoonde nog een groei van 10.000 zakelijke overnachtingen ten opzichte van het eerste kwartaal van 2017. We verwachten dat het totale aantal overnachtingen in 2018 daarom op ongeveer hetzelfde niveau als vorig jaar zal uitkomen, rond de 720.000.

De verhouding toeristisch/zakelijk is een essentiële factor in de Utrechtse hotelmarkt. Een nadere analyse van de ontwikkeling van deze verhouding biedt inzicht in de verwachte toekomstige ontwikkeling van de vraag. Illustratief is het sterkste kwartaal in 2017, toen 203.000 overnachtingen geregistreerd werden, een groei van ruim 52% ten opzichte van het derde kwartaal 2016. De groei van het aantal zakelijke overnachtingen was een stuk beperkter op 25%. Uiteraard valt dit te verklaren door de zomermaanden, maar het relatief stabiele aantal zakelijke overnachtingen, nu rond de 100.000 per kwartaal, is een eerste indicator dat de toekomstige ontwikkeling van de vraag met name veroorzaakt zal worden door de ontwikkeling in het aantal toeristische overnachtingen. Desondanks wordt vanuit Utrecht Marketing verwacht dat het aantal zakelijke overnachtingen in de toekomst ook verder zal toenemen (zie volgend hoofdstuk).

De verwachte toekomstige vraag, een cruciale parameter in het berekenen van de marktruimte, wordt deels gebaseerd op een extrapolatie van historische groei, gecombineerd met voor de Utrechtse hotelmarkt relevante trends, die kort beschreven zullen worden in het volgende hoofdstuk.

Geen over-toerisme in Utrecht

De term “over-toerisme” valt steeds vaker. Met name Amsterdam heeft in toenemende mate te maken met de negatieve gevolgen van toerisme. Maar wanneer is er sprake van over-toerisme? In Amsterdam zal het aantal toeristische overnachtingen in 2018 uitkomen op 19,6 per inwoner. In 2014 lag dit nog op 15,5. Dat toerisme in Amsterdam als een probleem wordt ervaren is een discussie die pas de laatste jaren op gang is gekomen. In Maastricht, de tweede grote stad in Nederland qua toeristische druk met 9,2 overnachtingen per inwoner in 2017, speelt deze discussie nauwelijks. Het omslagpunt waarbij de negatieve consequenties van over-toerisme merkbaar worden ligt ergens tussen de 10 en 15 overnachtingen per inwoner. Utrecht zit hier, met 2,1, ver onder. Mogelijke overlast door toerisme wordt hier zeker niet veroorzaakt door “grote aantallen” hotelgasten.



HOTELOVERNACHTINGEN PER INWONER (2017)

Bron: Bureau Stedelijke Planning (op basis van CBS-cijfers)

3 TRENDS EN ONTWIKKELINGEN

De toerismesector en dus ook de hotelmarkt in Nederland is sterk in beweging, met een sterke toename van de dynamiek aan zowel de vraag- als aanbodzijde van de markt. In dit hoofdstuk bieden we een samenvatting van de trends die het meest relevant zijn voor de hotelmarkt in Utrecht.

NATIONAAL EN REGIONAAL KRACHTENVELD >>

Het inkomend toerisme zit al enige jaren enorm in de lift. Het NBTC voorspelt dat de groei van de laatste jaren aanhoudt. Zelfs in een conservatief scenario zal het aantal buitenlandse gasten in Nederland blijven groeien met een gemiddeld jaarlijks groeipercentage van 7% en stijgen van 17,6 miljoen in 2017 naar 28,8 miljoen in 2030. Ook de binnenlandse markt blijft groeien (al zij het in een matiger tempo) van 24,3 miljoen gasten in 2017 naar 30,9 miljoen in 2030.

NBTC presenteerde in oktober 2018 haar nieuwe visie “Perspectief 2030”, waarin een gebalanceerde ontwikkeling van het toerisme in Nederland centraal staat. De lusten en lasten moeten beter verdeeld worden en er wordt ingezet op de aantrekkelijkheid van steden en streken door heel Nederland.

De groei van het toerisme is het meest merkbaar in Amsterdam. De Amsterdamse hotelmarkt is nu de best presterende van alle grote steden in Europa met ruim 10% RevPAR-groei het afgelopen jaar³. Het succes van Amsterdam als bestemming is zodanig dat zowel op stads- als metropoolniveau steeds meer stappen genomen worden om de groei van het toerisme beter te spreiden. De belangrijkste ontwikkelingen, die allen een positief effect op de vraag naar hotelkamers in Utrecht zullen gaan sorteren, zijn de sterk toenemende gemiddelde kamerprijs in Amsterdam, verdere maatregelen om de groei van het toerisme te beperken en een steeds restrictiever worden aanbodbeleid.

Utrecht, met haar attractieve historische binnenstad en uitstekende bereikbaarheid zal, net als steden als Haarlem en Leiden, kunnen profiteren van de “toeristische overloop” uit Amsterdam. De combinatie van stijgende gemiddelde kamerprijzen in Amsterdam met prijzen in Utrecht die gematigd zullen blijven, zal naar waarschijnlijkheid een steeds grotere groep hotelgasten doen besluiten hun heil buiten Amsterdam te zoeken. In het verwachte toenemende kamerprijs-differentieel met Amsterdam schuilt zeker een kans voor de Utrechtse hotelmarkt.

³ Bron: PWC

TOEKOMSTVERWACHTINGEN ZAKELIJKE MARKT IN UTRECHT >>

Ondanks dat het aantal zakelijke overnachtingen de laatste jaren stagneert, wordt vanuit Utrecht Marketing een positieve trend verwacht de komende jaren. Voor een deel ligt dit in de ruimere mogelijkheden die gecreëerd worden door het nieuwe hotelaanbod, waardoor de aantrekkelijkheid van de stad voor zakelijke evenementen vergroot wordt. Andere trends die aangegeven worden, zijn:

- Toename van bedrijven en instellingen. Met name op Utrecht Science Park wordt de komende jaren een sterke banengroei verwacht.
- Verdere internationalisering van het bedrijfsleven en groei van expats
- Sterkere inzet van Utrecht Marketing (o.a. door meer samenwerking met de hotelsector) in de acquisitie van zakelijke evenementen.

Door deze factoren wordt verwacht dat het aantal zakelijke overnachtingen de komende jaren weer zal gaan toenemen, hetgeen meegenomen wordt in de vraagprognose (zie volgend hoofdstuk).

NIEUWE CONCEPTEN EN EXPLOITANTEN >>

De sterke groei van het toerisme jaagt ook vernieuwing in de sector aan. Nieuwe gesegmenteerde concepten komen op die een specifieke doelgroep bedienen. Ze zijn een welkome toevoeging op de verbreding van het aanbod en genereren vaak hun eigen vraag. Voorbeelden van zulke concepten zijn:

1. Zoku: een inmiddels wereldberoemd Amsterdams concept, dat nu in voorbereiding is van een wereldwijde roll-out. Specifiek gericht op de individuele zakelijke reiziger voor wie efficiëntie en een “community-experience” belangrijk zijn.
2. Guesthouse Hotel: een formule voor de recreatieve groepstoerist, met name gezinnen, families en groepen. Met veel bedden per kamer, een budget-concept 2.0, waarin “waar voor je geld” centraal staat
3. You-hotel: een nieuw “sociaal” hotelconcept waarbij participatie van de hotelgast in de buurt centraal staat.

Deze drie zijn slechts voorbeelden van onafhankelijke nieuwe concepten. Ook de grote internationale ketens zijn bezig met een segmentatie-slag. Voorbeelden daarvan zijn de Marriott Autograph Collection (een vijf-sterren boutique concept in bijzondere gebouwen) of Adagio, het zakelijke apart-hotel concept van Accor.

FLEXIBILISERING EN FUNCTIEMENGING >>

In aansluiting op de hiervoor genoemde trend zien we zowel steeds meer “hybride” hotelconcepten (zoals Zoku, maar ook Joinn) waarin verblijven gecombineerd wordt met werken. Dit soort concepten, die soms juridisch-planologisch moeilijk inpasbaar zijn hebben vaak wel het potentieel een positieve bijdrage te leveren aan duurzaamheid en leefbaarheid. Zo zijn ze vaak eenvoudig om te vormen naar reguliere appartementen en kunnen ze een functie vervullen in “community building”.

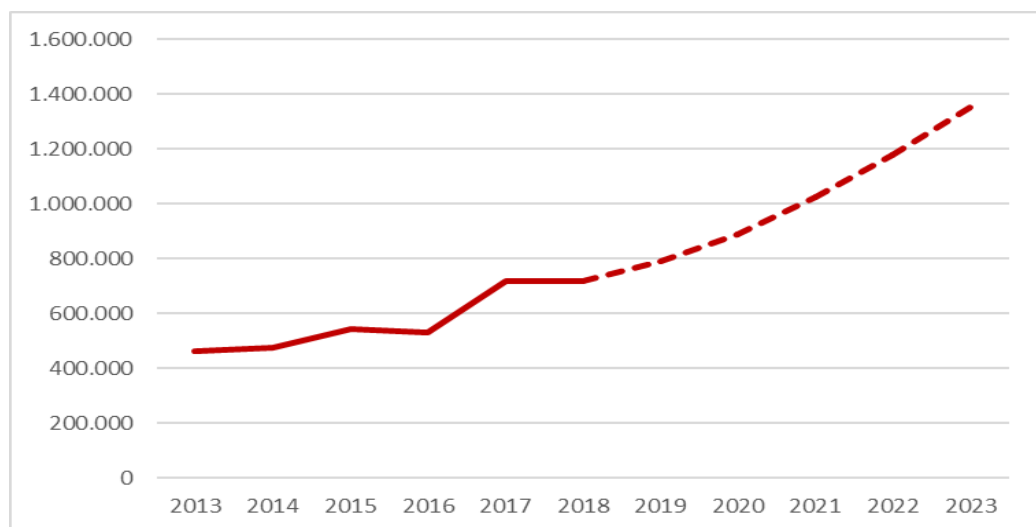
4 TOEKOMSTIGE ONTWIKKELING VAN DE UTRECHTSE HOTELMARKT

De gemiddelde jaarlijkse groei van het aantal overnachtingen in de periode 2013 – 2017 bedroeg 12,5%. Met een zeer beperkte aanbodgroei in dezelfde periode, heeft dit geresulteerd in een gestage toename van de gemiddelde bezettingsgraad, die naar verwachting in 2018 op 72% gaat uitkomen.

Ook is tegelijkertijd de verwachting dat met name de nieuwe ketenhotels met hun eigen marketing- en salesapparaat de vraag zelf kunnen verruimen met het aanboren van nieuwe vraag naar Utrecht, hoewel van te voren lastig is in te schatten hoe groot dit verruimende effect zal zijn.

Met een sterke toename van het aanbod op komst de komende drie jaar, zal de gemiddelde bezettingsgraad gaan dalen. In hoeverre hangt af van de daadwerkelijke hoeveelheid gerealiseerde kamers en de ontwikkeling van de vraag. In deze vraagprognose nemen we de trends en verwachtingen mee en projecteren we de lange-termijn trend. De inschatting is dat de vraag de komende twee jaar iets onder het gemiddelde van de afgelopen vijf jaar uitkomt, met 10% in 2019 en 12,5% in 2020. Na 2020 is de verwachting dat het positieve toevloeiingseffect vanuit Amsterdam en de NBTC-strategie gaan doorwerken, met gemiddeld 15% jaarlijkse groei vanaf dat jaar tot en met 2023.

De voorspelde gemiddelde jaarlijkse groei voor de komende vijf jaar wordt daarmee iets hoger geprognosticeerd dan de afgelopen vijf jaar (op 14% gemiddeld per jaar).



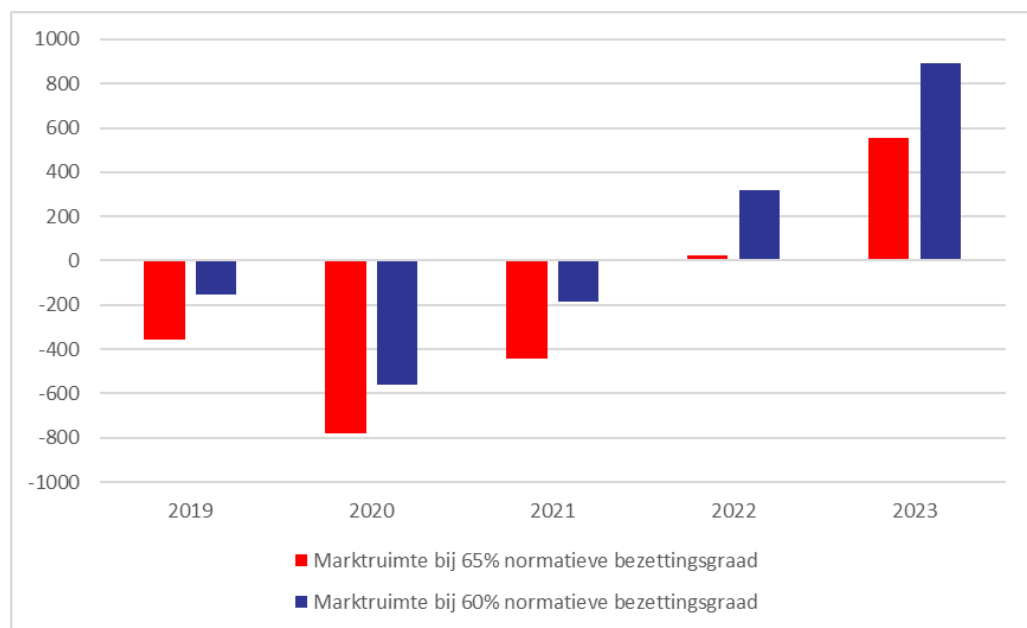
FIGUUR 10 PROGNOSE VRAAGONTWIKKELING (AANTAL OVERNACHTINGEN (2018-2023))

Bron: Bureau Stedelijke Planning

In deze projectie, met een gematigd optimistische inschatting van de vraagontwikkeling, zal naar verwachting de gemiddelde bezettingsgraad behoorlijk onder druk komen te staan, met een voorspelde 57% in 2019 en 50% in 2020. Vanaf 2021 is de verwachting dat er weer een stijgende lijn wordt ingezet. De snelle en grote inhaalslag van het aanbod, met een toevoeging van tenminste 1.500 kamers de komende drie jaar, zal een sterk effect hebben op de belangrijkste prestatie-factor (KPI) van de hotelmarkt.

Naast een dalende bezettingsgraad zullen, zeker in het zakelijke 4-sterren segment, de gemiddelde kamerprijzen ook onder druk komen te staan. Deze situatie zal waarschijnlijk tot 2022 voortduren. Vanaf 2022 verwachten we dat de markt weer zal stabiliseren en waarschijnlijk zelfs sterk zal aantrekken: onder de aanname van stabiel aanbod vanaf 2021, zal de gemiddelde bezettingsgraad in 2023 alweer boven de 70% uitkomen.

Dit betekent dat er vanaf 2022 weer kwantitatieve marktruimte zal ontstaan. De hoeveelheid hangt af van de gehanteerde “normatieve gemiddelde bezettingsgraad”, waarbij we een bandbreedte van 60 – 65% hanteren.



FIGUUR 12 ONTWIKKELING KWANTITATIEVE MARKTRUIMTE BIJ 60 EN 65% BEZETTINGSGRAAD
Bron: Bureau Stedelijke Planning

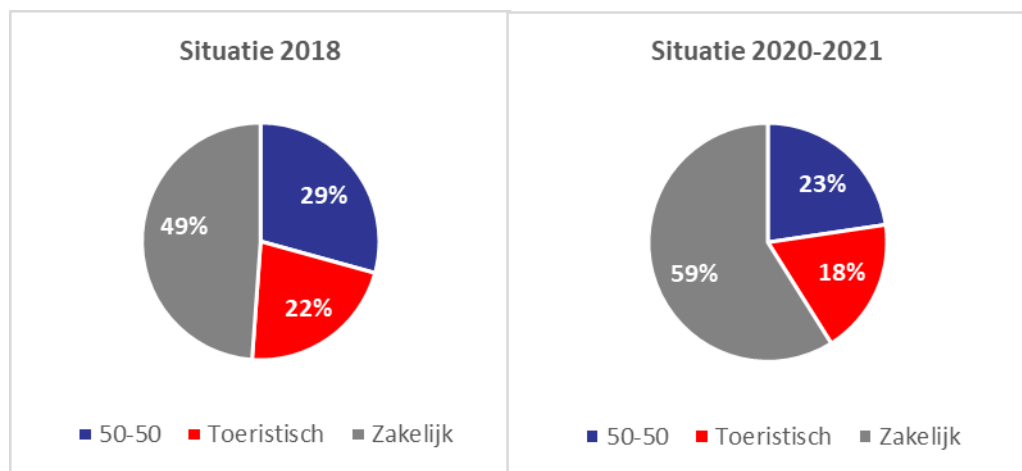
De komende jaren is de extra marktruimte (na realisatie van de geplande voorraad) in Utrecht negatief. Onder aanname van geen extra toevoegingen bovenop de 1.500 vrijwel zekere realisaties zal de marktruimte pas vanaf 2022 weer (licht) positief worden.

In de toename van het aantal hotelkamers in Utrecht de komende drie jaren valt met name het grote aandeel van 4-sterren ketenhotels, gericht op de zakelijke markt (zie figuur 4). In zowel kwalitatieve als kwantitatieve zin zal de markt in dit

segment ruim voldoende bediend zijn. In een nadere analyse vergelijken we de samenstelling van het huidige aanbod met het aanbod in 2020/21, waarin we drie categorieën hotels onderscheiden:

1. Hotels hoofdzakelijk op de zakelijke markt gericht
2. Hotels hoofdzakelijk op de toeristische markt gericht
3. Hotels die beide markten bedienen ("50-50 hotels")

Deze analyse laat zien dat het aandeel hotelkamers in het zakelijke segment toe zal nemen van 49% nu naar 59% in 2020/21.



FIGUUR 13 VERDELING VAN HET AANTAL HOTELKAMERS IN 3 SEGMENTEN NU EN STRAKS

Bron: Bureau Stedelijke Planning

Zoals eerder beschreven, zit de groei van de vraag voor een deel in het toeristisch segment. Deze trend was vorig jaar al zichtbaar en zal naar alle waarschijnlijkheid de komende jaren doorzetten. Ook in kwalitatieve zin zal daarom in de toekomst meer sturing nodig zijn om de aansluiting tussen vraag en aanbod te optimaliseren.

5 CONCLUSIES EN BELEIDSAANBEVELINGEN

In dit hoofdstuk sluiten we af met de conclusies en beleidsaanbevelingen.

CONCLUSIES >>

De realisatie van ca. 1.500 – 1.800 nieuwe hotelkamers de komende twee jaar betekent een vergroting van de voorraad met tenminste 73%. Deze forse toename zal –in puur kwantitatieve zin– met name het gevolg sorteren dat de gemiddelde bezettingsgraad de komende jaren behoorlijk onder druk zal komen te staan. In kwalitatieve zin valt met name de geprononceerde aanbodvergroting in het zakelijke 4-sterren segment op. Samenvattend zijn de belangrijkste conclusies:

1. Onder aannahme van een gemiddeld scenario van de vraag de komende drie jaar (0% dit jaar, 5% in 2019 en 10% in 2020) **zal de gemiddelde bezettingsgraad fors gaan dalen.**
2. De verwachting is dat de Utrechtse hotelmarkt in 2023 alweer op een gemiddelde bezetting van 70% kan uitkomen indien er geen nieuwe hotelkamers bovenop de huidige planvoorraad wordt toegevoegd.
3. De verhouding zakelijk-toeristische overnachtingen is een essentiële factor in de Utrechtse hotelmarkt. De sterke **groei** van het aantal overnachtingen in 2017 is voor ongeveer driekwart **veroorzaakt door** een toename van het aantal **toeristische overnachtingen**. De zakelijke markt in Utrecht vertoont de laatste 2,5 jaar een relatief stabiel beeld. Desondanks wordt door Utrecht Marketing de komende jaren een verdere toename van het aantal zakelijke overnachtingen verwacht.
4. **De cumulatieve extra marktruimte (inclusief alle harde plannen) voor de periode 2019 – 2023 is negatief.**
5. Uitgaande van gelijkblijvend aanbod vanaf 2021 zal de toekomstige marktruimte in kwantitatieve zin pas weer positief worden vanaf 2022.
6. In zowel kwantitatieve als kwalitatieve zin lijkt er een licht **structureel overaanbod** te gaan bestaan **in het zakelijke 4-sterren segment**. In 2020-21 zal naar verwachting bijna 60% van het totale aanbod hotelkamers in Utrecht gericht zijn op de zakelijke markt.
7. Naar verwachting zal de **toekomstige vraag na 2020** sterker gaan toenemen **en meer gericht zijn op de toeristische markt** dan de zakelijke markt, door het overloopeffect vanuit Amsterdam in concert met de NBTC-strategie.

Deze conclusies vormen de basis van onze beleidsaanbevelingen onderstaand.

BELEIDSAANBEVELINGEN >>

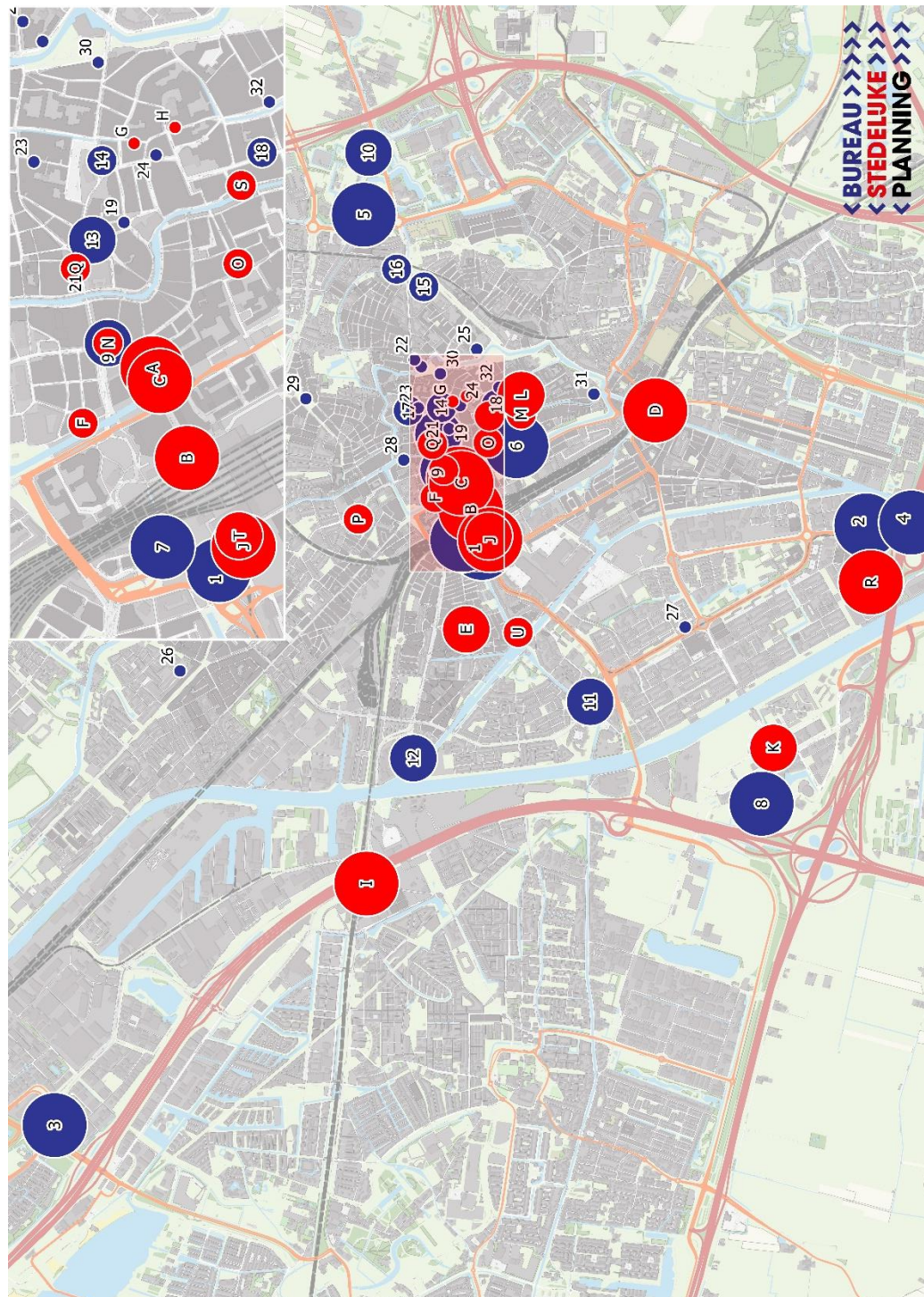
Bij het formuleren van beleidsaanbevelingen spelen kwantitatieve en kwalitatieve overwegingen een rol. Door een gebalanceerde afweging bevelen we de volgende beleidsrichtingen aan:

1. Omdat in kwantitatieve zin de marktruimte pas vanaf 2022 weer licht positief gaat worden is **een tijdelijke pas op de plaats**, wat uitbreiding in puur kwantitatieve zin betreft, te adviseren.
2. Toekomstige gewenste hotelconcepten (te realiseren op zijn vroegst in 2023) voor de Utrechtse markt bestrijken het gehele spectrum van de grootte-klasse rond de 50 kamers vanaf budget/toeristisch (conceptvoorbeeld: Guesthouse hotel) tot aan luxe/boutique (Marriott Autograph) of gericht op een specifieke groep (Zoku). De term die hiervoor gehanteerd zou kunnen worden is **“middelgroot concepthotel”**
3. Bijna alle professionele hotelexploitaties (niet zijnde familiehotels) vragen om een kritische massa van circa 50 kamers. In de Utrechtse hotelmarkt is toekomstige toevoeging van middelgrote concepthotels daarom ook om deze redenen wenselijk, waarbij 50 kamers een bovengrens is.
4. Bovenstaande aanbevelingen zouden concreet in het hotelbeleid vormgegeven kunnen worden door:
 - a. **Tot 2022 een tijdelijke pas op de plaats te maken en voorlopig geen verdere hotelontwikkelingen in Utrecht meer toe te staan**
 - b. **Een totaal streefvolume van maximaal 300 extra kamers (boven op de huidige harde en zachte planvoorraad) te realiseren ten vroegste in 2023**
 - c. **Voor alle initiatieven tot 50 kamers (nieuwe ontwikkelingen) een restrictief “Nee-tenzij” beleid te voeren en te toetsen aan:**
 - Kwaliteit initiatiefnemers (ontwikkelaar én exploitant bekend, met overeenkomst en referenties) en onderbouwing door middel van een business plan
 - Segmentatie: plan bedient een specifieke doelgroep die aantoonbaar (door eigen marktonderzoek) niet of nauwelijks bediend wordt in Utrecht en daarmee in een kwalitatieve verbreding van het bestaande aanbod voorziet
 - Duurzaamheid: het concept is bij voorkeur alternatief aanwendbaar (bijvoorbeeld makkelijk om te vormen naar woningen), draagt bij aan de leefbaarheid en duurzaamheidsdoelstellingen
5. Parallel aan een restrictief beleid aan de aanbodzijde zou een stimulerend beleid aan de vraagzijde te adviseren zijn.
6. Een jaarlijkse update van dit onderzoek is aan te bevelen om de ontwikkelingen nauwgezet te volgen en de gekozen beleidsrichting te toetsen.

Gedurende dit onderzoek is de samenwerking gezocht met het Utrechtse hoteloverleg en Utrecht Marketing. Hun zienswijzen en opmerkingen zijn in deze eindrapportage zoveel mogelijk meegenomen. Alhoewel nauwere samenwerking met sectorpartners een positieve stap is, zal in juridische zin de werking van de Europese Dienstenrichtlijn door de gemeente in oenschouw

genomen moeten worden. Deze schrijft strikte voorwaarden voor aan de invloed van (concurrerende) marktpartijen in de vergunning van nieuwe vestigingen: enige betrokkenheid van mogelijk concurrerende marktpartijen is strikt verboden in het vergunningstraject. Dit is een laatste factor die het gemeentelijk hotelbeleid de komende jaren tot een zorgvuldige “balancing-act” maakt.

BIJLAGE 1 HOTELAANBOD UTRECHT



BESTAAND AANBOD (PER 31.12.2018) >>

	NAAM	KAMERS	STERREN
1	NH Utrecht	276	4
2	Van der Valk Hotel Utrecht	185	4
3	Carlton President Hotel Utrecht	164	4
4	Bastion Hotel Utrecht	146	3
5	Hotel Mitland	141	4
6	Grand Hotel Karel V	121	5
7	Park Plaza Utrecht	120	4
8	Holiday Inn Express Papendorp	118	3
9	Apollo Hotel Utrecht City Centre	90	4
10	Star Lodge Hotel Utrecht	85	3
11	Ibis Utrecht	84	3
12	2L De Blend – Aparthotel	75	4
13	StayOkay Utrecht Centrum	60	2
14	NH Centre Utrecht	47	3
15	Malie Hotel Utrecht	45	4
16	Hotel Oorsprongpark Utrecht	38	2
17	Eye Hotel	36	4
18	Court Hotel City Centre Utrecht	27	4
19	Mother Goose	23	4
20	Hotel Sleep Well	19	3
21	Exploris	15	
22	Stone Hotel & Hostel	15	
23	Hostel Strowis	14	
24	Hotel DOM	11	4
25	Hotel Domstad	11	1
26	Hotel Holland Lodge	10	2
27	ECR Hotel De Keizershof	10	4
28	Mary K Hotel	9	3
29	Badhu	8	
30	Hostel B&B Utrecht City Centre	6	
31	Boutique Hotel ZIES	6	
32	Hotel 26	5	4

GEPLAND AANBOD (PLANNEN 2019-2021, MET STATUS "ZO GOED ALS ZEKER" OF "WAARSCHIJNLIJK") >>

2019

	NAAM	KAMERS
A	Poortgebouw Hampton by Hilton	192
B	Inntel Hotels Utrecht Centre	162
C	Poortgebouw Crowne Plaza	128
D	Rotsoord Moxy	128
E	The Anthony Hotel (doelgroep toeristisch)	62
F	Westerkerk	46
G	Polman's Huis	24
H	Logement Beijers	15
O	Mariaplaats-Zadelstraat	34

2020/21

I	Mariott Aloft	224
J	Jaarbeurs Amrath	250
K	Taatsenplein Papendorp (doelgroep toeristisch)	100
L	Museumhotel	84
M	Tivoli pand	42
N	Apollo Utrecht City Centre uitbreiding	35
P	Oudenoord HU-pand	19
Q	Exloris Potterstraat uitbreiding	27
R	Woonboulevard Dromedaris	123
S	Aboriginal Art Hotel	30
T	NH Hotel uitbreiding	60
U	De Munt	30