



**Te hanteren parkeernorm
ten behoeve van
de nieuwbouw van een hotel
op de kop van het Java-eiland
Voorjaar 2012**



Opdrachtgever: Gemeente Amsterdam Economische Zaken
Opdrachtnummer: 30-2124
Dataverzameling: april/mei 2012
Oplevering: mei 2012

Projectbegeleiding: drs. J. Verwaaijen

Strabo bv
Marktonderzoek en Vastgoedinformatie
Postbus 15710
1001 NE Amsterdam

Bezoekadres:
Herengracht 560
1017 CH Amsterdam
T: 020-6260817
F: 020-6236807

info@strabo.nl
www.strabo.nl



Inhoudsopgave

1. Inleiding	1
1.1 Aanleiding	1
1.2 Methodiek.....	1
1.3 Keuze hotels	2
2. Randvoorwaarden parkeren	5
2.1 Locatiebeleid gemeente Amsterdam	5
2.2 Parkeernomen CROW	5
2.3 Parkeerbehoefte conform norm	7
3. Amsterdamse hotelmarkt.....	8
3.1 Herkomst hotelgasten	8
3.2 Modal split	10
3.3 Hotelclassificatie	14
4. Parkeeroplossing Kop Java	15
4.1 Parkeermogelijkheden	15
4.2 Gebruik van de parkeervoorzieningen van de onderzochte hotels	17
4.3 Alternatieven	19
4.4 Parkeervoorziening voor het hotel op het Java-eiland	19
4.5 Parkeerbehoefte	20
4.6 De parkeerbehoefte van aanvullende functies	22
4.7 Voor een hotel op het Java-eiland bepalende factoren voor de parkeerbehoefte	23
4.8 Drie mogelijke invullingen hotel Java-Eiland en daarbij horende parkeerbehoeften	25
5. Conclusie	29
Bijlage 1: Vermelding parkeergelegenheid in NHC	30
Bijlage 2: Deelnemers aan het onderzoek	31

1. Inleiding

In opdracht van het Projectbureau Zuidelijke IJoevers en de Hotelloods heeft Strabo bv een onderzoek uitgevoerd naar de te hanteren parkeernorm voor een nieuw te bouwen hotel op de locatie de Driehoek op de kop van het Java-eiland te Amsterdam.

1.1 Aanleiding

Op de kop van het Java-eiland, de Driehoek, is een hotelontwikkeling gepland. In het navolgende worden de hoofdlijnen van het Stedenbouwkundig Plan Driehoek Kop Java weergegeven.

“De gemeenteraad heeft de Driehoek bestemd voor een hotel en publieksfuncties. De publieksfuncties zijn bedoeld om deze unieke locatie toegankelijk te maken voor buurtbewoners, Amsterdammers en (inter-)nationale bezoekers die niet in het hotel op de Kop Java verblijven. Voor het hotel wordt vanuit de gemeente geen sterrenkwalificatie conform de Nederlandse Hotel Classificatie (NHC) voorgeschreven, maar de gemeente verwacht een goed middenklassenhotel met een aantal bijzondere faciliteiten. Om de Driehoek beter te laten aansluiten bij zijn omgeving is besloten om niet alleen een hotel, maar ook publiekstoegankelijke functies in het plangebied onder te brengen.” (Stedenbouwkundig Plan driehoek Kop Java, DRO maart 2012)

Het te bouwen hotel zal een oppervlakte van ongeveer 12.500 m² bvo kennen. Er zal sprake zijn van ongeveer 200-300 kamers, een restaurant/café van circa 500 m² en een vergaderaccommodatie van maximaal 400 m².

1.2 Methodiek

Het onderzoek bestaat uit een korte deskresearch aangevuld met negen diepte-interviews met hotelmanagers van negen hotels die (op onderdelen) vergelijkbaar zijn met het geplande hotel op de Kop Java. Van de negen diepte-interviews zijn er drie telefonisch afgenomen, de overige zes op locatie. De geïnterviewden waren allen manager van het hotel. Tijdens het interview is nader ingegaan op het type gasten van het betreffende hotel, hun vervoerwijze en de daaruit voortvloeiende parkeerbehoefte. Daarnaast zijn ook pricing van parkeren en het gebruik van alternatieven zoals valet parking aan bod gekomen.



1.3 Keuze hotels

De negen hotels zijn gekozen op basis van hun locatie (IJ-oever of rand van de stad), omvang (minimaal 75 kamers), sterrenclassificatie (3- of 4-sterren-hotels) en type gasten (mix van zakelijk en toerisme). In het onderzoek zijn dus geen typische binnenstadshotels opgenomen (NH Barbizon, Victoria), geen 5-sterrenhotels (Grand, Amrath of Amstel Hotel) en geen eenvoudige backpackershotels.

Hieronder volgt een korte beschrijving van de hotels:

Doubletree by Hilton op het Oosterdokseiland

In 2011 geopend als het Mint hotel en daarna toegetreden tot de Hilton Group en verder gegaan onder de naam Doubletree by Hilton. Onderdeel van de ODE-ontwikkeling die het Oosterdokseiland transformeert tot een multifunctioneel cultureel, woon- en werkgebied. Een van de grootste hotels van Amsterdam. Vooralsnog hoofdzakelijk een toeristisch hotel, gericht op de buitenlandse markt. De zakelijke markt is echter een groeiend segment. Heeft geen eigen parkeervoorziening maar maakt gebruik van de Oosterdok Parking (APCOA) met 1.700 plaatsen en een extreem lage bezetting.

Mövenpick Hotel op de Oostelijke Handelskade

In 2007 geopend. Een 4-sterrenhotel. Zowel een zakelijk (corporate accounts van bedrijven uit de directe omgeving), toeristisch als congreshotel. Heeft mogelijkheden om samen met PTA grote evenementen te faciliteren. Heeft geen eigen voorziening, maar maakt gebruik van de Piet Hein Parkeergarage (Parkeergebouwen nv), samen met de PTA en Muziekgebouw aan 't IJ.

Ibis Hotel Stopera in de Valkenburgerstraat

Toeristenhotel, voor zowel groepen als individuele toeristen in het 3-sterrensegment. Zakenfunctie is beperkt, individuele zakenreizigers en groepen in het congresseizoen. Geen eigen garage maar maakt gebruik van Markenhoven (Parkeergebouwen nv) en Waterloopleingarage (P1).

NH Tropen achter het Tropeninstituut aan de Linnaeusstraat

Relatief klein 4-sterrenhotel. Hoofdzakelijk een zakenhotel met gasten uit bedrijven van het Science Park en het KIT. In weekend heeft het een toeristische functie. Door de combinatie met het KIT heeft het hotel veel faciliteiten om meetings en congressen te organiseren en te faciliteren. Heeft beschikking over 15 parkeerplaatsen en uitbereiding naar binnenterrein van het KIT bij grote evenementen.

WestCord Art Hotel West op de Spaardammerdijk

Doordeweeks een zakenhotel, bedient zowel de corporate markt van bedrijven in het westelijk havengebied als individuele zakenreizigers. In het verleden ook veel in-company trainingen en seminars, maar die markt loopt nu terug. Eigen ondergrondse parkeergarage met 45 plaatsen.

Eden Manor Hotel op de Linnaeusstraat

In 2011 geopend 4-sterrenhotel in het voormalig stadsdeelkantoor van Oost (Burgerziekenhuis). Bedient nu nog voornamelijk de toeristische markt, maar wil groeien naar een mix van zakelijk en toeristisch. Heeft tien plaatsen op eigen terrein, vijf in de achterliggende straat en huurt er nog tien bij in een garage op loopafstand van het hotel.

NH Galaxy op de Distelkade in Amsterdam Noord

Twintig jaar oud 4-sterrenhotel in het voormalig Boven IJ-ziekenhuis. Wordt nu vrijwel volledig gehuurd door een Amerikaanse airliner ten behoeve van het vliegend personeel, waardoor er geen ruimte is voor toeristische boekingen, maar ook niet voor het benutten van de vergaderaccommodatie. Heeft wel een ongekend hoge bezettingsgraad. Rond het hotel ligt een eigen parkeerterrein met 150 plaatsen. Het terrein is recent afgesloten met een slagboom om wildparkeren tegen te gaan.

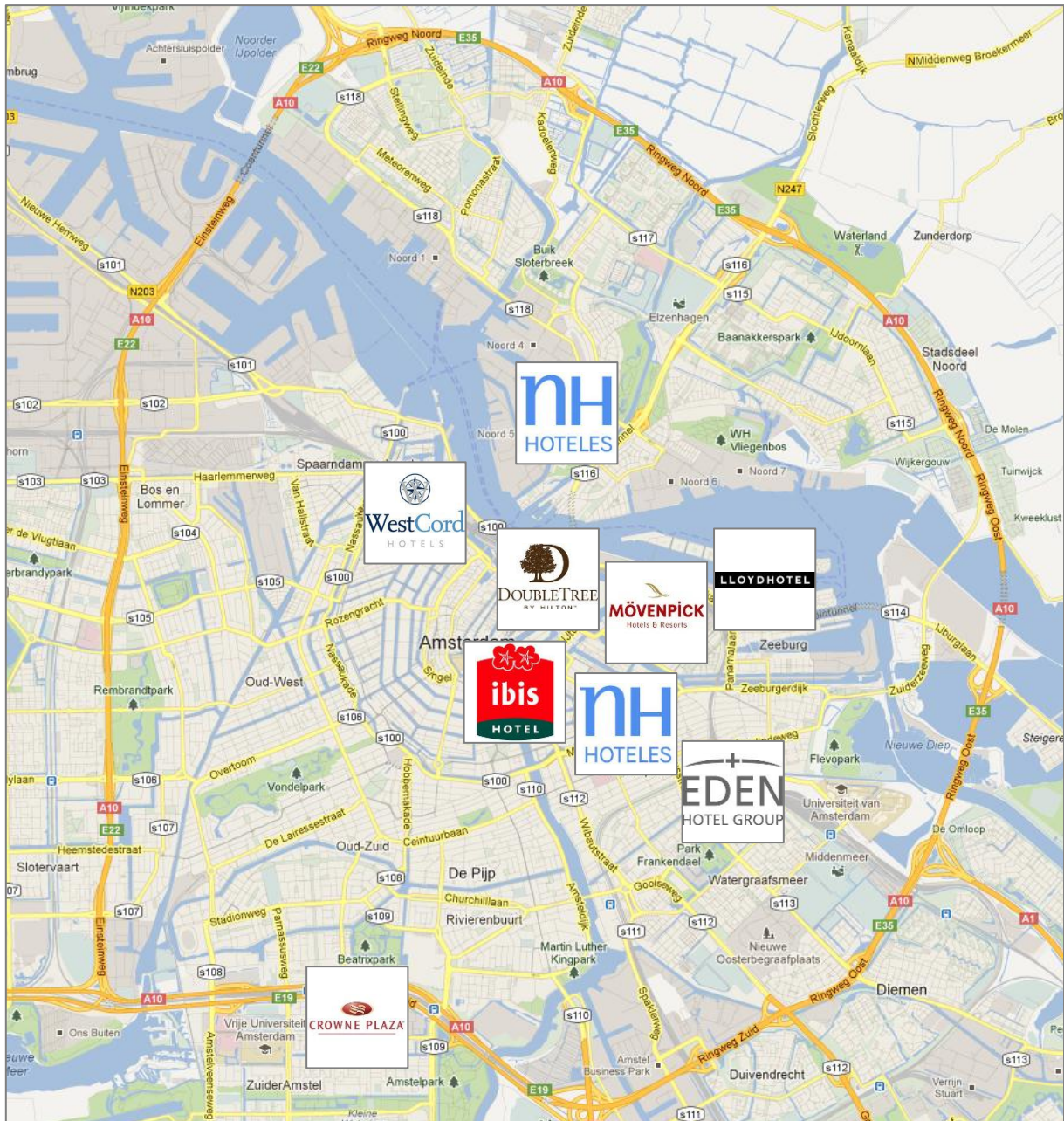
Lloyd Hotel op de Oostelijke Handelskade

In 2004 verbouwde jeugdgevangenis wat omgetoverd is in een designhotel met kamers in zowel het 1- als 5-sterrensegment. Alle kamers zijn verschillend ingericht. Ontmoetingsplaats voor culturele maar ook zakelijke bijeenkomsten. Huurt 50 plaatsen in de (niet openbare) Rietlandparkgarage, die het deelt met andere bedrijven.

Crowne Plaza Zuidas op de Mahlerlaan

Eind 2011 geopend. Primair een zakenhotel voor de bedrijven op de Zuidas, maar ook elders in Amsterdam of Amstelveen. Biedt ook vergaderruimte voor omliggende bedrijven. Is nog bezig met het aanboren van de toeristische markt.

Huurt 15 plaatsen in de Zuidas Parking (Q-park), die het deelt met andere bedrijven.



hotel	locatie	aantal kamers	sterren	verdeling zakelijk/leisure	parkeervoorziening
Doubletree by Hilton	Centrum	553	4	60/40	openbare garage
Ibis City Stopera	Centrum	207	3	20/80	geen
Mövenpick	Centrum/Zeeburg	408	4	80/20	openbare garage
Lloyd Hotel	Zeeburg	117	1/5	60/40	eigen 50 pp
NH Galaxy	Noord	290	4	90/10	eigen 150 pp
NH Tropen	Oost	80	4	60/40	eigen 25p
Eden Manor Hotel	Oost	125	4	30/70	eigen 25 pp
Art Hotel West	West	190	3/4	55/45	eigen 45 pp
Crowne Plaza Zuidas	Zuidas	207	4	70/30	huurt 15 pp in openbare garage

2. Randvoorwaarden parkeren

Het parkeren voor het hotel op het Java-eiland wordt binnen het plangebied ondergronds opgelost, met uitzondering van twee locaties waar autoparkeren op maaiveld wordt toegestaan. Aan de Sumatrakade is ruimte voor maximaal elf parkeerplaatsen en aan de Javakade maximaal negen parkeerplaatsen. Voor uitzonderlijke piekmomenten zal het hotel moeten uitwijken naar (bus)parkeergarages in de omgeving, zoals die bij de Passenger Terminal Amsterdam.

2.1 Locatiebeleid gemeente Amsterdam

Een A-locatie is een gebied rond een bijzonder hoogwaardig openbaar vervoer knooppunt. Voor Amsterdam zijn dat de vijf belangrijkste NS-stations: Centraal Station, Station Zuid, Station Sloterdijk, Amstelstation en Station Bijlmer ArenA. Dit zijn gebieden met een zeer hoge grondprijs, waar gestreefd wordt naar een optimaal grondgebruik en een hoge floor space index. De bereikbaarheid per auto is "van ondergeschikt belang". Dit betekent gebouwd parkeren (bij voorkeur ondergronds in verband met de kwaliteit van de openbare ruimte), hoge parkeertarieven en beperkte parkeergelegenheid. Dit milieutype is of wordt ontwikkeld in grote delen van de binnenstad, rondom station Zuid, station Sloterdijk en station Bijlmer ArenA.

Een A-profiel heeft als kenmerk dat alle bestemmingen binnen circa 10 minuten vanaf het station bereikbaar zijn, dus óf op circa 1000 meter loopafstand liggen óf met behulp van aanvullend vervoer in circa 10 minuten bereikbaar zijn.

Voor overige niet-woon functies (bijvoorbeeld leisure, hotels, congresruimten, winkels) wordt de Amsterdamse lijst parkeerkencijfers als hulpmiddel gebruikt om te komen tot het vaststellen van het aantal parkeerplaatsen. Hierbij wordt een Amsterdamse versie van de CROW-cijfers gehanteerd: de minimumcijfers zijn met 75% vermenigvuldigd. Hiermee houdt Amsterdam de flexibiliteit: met de lagere minimale normen geeft Amsterdam aan actief te willen sturen op mobiliteit, maar eventuele afwijkingen naar boven worden niet onmogelijk gemaakt. Voor Amsterdam is uitgegaan van de hoogste stedelijkheidsgraad in combinatie met een milieudoelstelling.

2.2 Parkeernomen CROW

In 2003 is CROW-publicatie 182 'Parkeerkencijfers - Basis voor parkeernormering' uitgekomen. Veel gemeenten en andere partijen gebruiken de kencijfers om de normen te bepalen voor het aantal benodigde parkeerplaatsen voor een bepaalde functie.

De cijfers zijn gebaseerd op onderzoek en zijn steeds uitgesplitst naar type stedelijke zones (centrum, schil, overig bebouwde kom), verstedelijkingsgraad (van zeer sterk stedelijk tot niet-stedelijk¹) en functie. De kencijfers zijn weergegeven met een bandbreedte, begrensd door een minimum en een maximum.

¹ De definitie van zeer stedelijk is gekoppeld aan een urbanisatie graad (> 2500 adressen per vierkante kolometer) variërend van Leidschendam/Voorburg tot Amsterdam (hoogst).

Het kencijfer dat de CROW voor hotels hanteert in zeer sterk stedelijke gebieden ligt op minimaal 0,5 en maximaal 1,5 parkeerplaatsen per kamer. Het parkeerkencijfer voor hotels heeft uitsluitend betrekking op de overnachtingsfunctie. Het kencijfer geldt per kamer inclusief het personeel van het hotel. Daarnaast zijn er nog aanvullende parkeernormen voor aanvullende zelfstandige voorzieningen zoals café/bar (4,0-6,0 per 100 m² bvo), restaurant (8,0-10,0 per 100 m² bvo) en congresruimte (3,0 – 5,0 per 100 m² bvo).

Het feit dat de norm per type locatie varieert, komt voort uit het feit dat uit onderzoek blijkt dat functies in (binnenstedelijke) centra een lagere parkeerbehoefte hebben dan functies van dezelfde aard elders in de bebouwde kom. Als verklaring geldt het aanbod en de kwaliteit van andere vervoerwijzen, met name het openbaar vervoer in het centrum. Hierdoor komen niet alle gebruikers van een functie met de auto. Voor Amsterdam en andere grote steden geldt dat naast het openbaar vervoer ook de fiets als vervoermiddel van bovengemiddeld belang is, vooral voor lokale gebruikers van bijvoorbeeld de horecafuncties. De CROW-normen zijn geen landelijke normen maar richtlijnen waar een individuele gemeente van kan afwijken. Amsterdam gebruikt, zoals beschreven, een eigen versie van de CROW-cijfers waarbij de minimumcijfers met 75% vermenigvuldigd zijn. Voor hotels wordt dan de bandbreedte van minimaal 0,375 en maximaal 0,75 parkeerplaatsen per kamer gehanteerd. De normen zijn uitsluitend gericht op nieuwbouwfuncties, bestaande functies hoeven hier niet aan te voldoen.

In het navolgende zal blijken dat de CROW-norm voor hotels in zeer stedelijke gebieden niet representatief is voor de Amsterdamse situatie in en rond de binnenstad. Het hanteren van de 75% bijstelling is arbitrair en niet cijfermatig onderbouwd. Het CROW heeft aangegeven in het najaar van 2012 met aangepaste normeringen te komen, waarin ook vergaderaccommodaties van hotels als aparte categorie worden meegenomen. Het blijven echter landelijke normen die niet één-op-één van toepassing zijn op deze specifieke Amsterdamse situatie.

2.3 Parkeerbehoefte conform norm

Voor de parkeerbehoefte van het hotel op het Java-eiland is de norm middels een bestuurlijk besluit op basis van marktconsultatie verder aangepast aan de te verwachten parkeerbehoefte en gesteld op minimaal 0,2 parkeerplaatsen en maximaal 0,3 parkeerplaatsen per hotelkamer.

Aanvullend wordt een norm gehanteerd van 3 parkeerplaatsen per 100 m² café en 6 parkeerplaatsen per 100 m² restaurant.

Op basis van circa 250 hotelkamers zal het hotel een parkeercapaciteit moeten bevatten van 50 plaatsen voor overnachtende gasten en 27 voor het café/restaurant (uitgaande 100 m² café en 400 m² restaurant). In totaal minimaal 77 parkeerplaatsen. In het navolgende zal blijken dat deze capaciteit, afhankelijk van het type hotel, in de praktijk ruim boven de daadwerkelijke behoefte uitstijgt. Dat geldt zowel voor de overnachtende gasten als voor de horecafunctie.

3. Amsterdamse hotelmarkt

Tabel 1: Amsterdamse markt in het kort

(bron: ATCB kerncijfers Amsterdam als congresbestemming 2011)

2010	hotels	kamers	bedden	gasten (x 1.000)	overnachting- en (x 1.000)	gemidd. Kamer- bezetting (%)	% zakelijk
5 sterren	11	2574	5339	623	946	70	56%
4 sterren	49	7708	15704	1774	3063	72	52%
3 sterren	93	6708	13809	1607	3016	75	27%
overige	217	4758	12840	1279	2699	71	16%
totaal	370	21748	47692	5283	9725	72	35%

Uit het overzicht valt af te lezen dat de hotels groter worden naarmate het aantal sterren toeneemt, hetzelfde geldt voor het aandeel zakelijke gasten. De bezettingsgraad is voor het 3-sterrensegment echter hoger dan voor het 4- en 5 sterrensegment.

In de afgelopen jaren is de hotelcapaciteit gestegen, van 18.000 in 2005 naar circa 22.000 in 2010. De stijging heeft vooral plaatsgevonden in het 3- en 4-sterrensegment.

3.1 Herkomst hotelgasten

Voor Amsterdam geldt dat het verblijfstoerisme in hoofdzaak een buitenlandse markt is. Het aandeel Nederlandse overnachtingen in 3-sterrenhotels ligt gemiddeld op 26%, in 4-sterrenhotels op 19%.

Tabel 2: Overnachtingen (x 1.000) in hotels in Amsterdam naar Nederlandse Hotel Classificatie en gebied/land van herkomst (bron: CBS/O&S 2010)

land van herkomst	5 sterren	4 sterren	3 sterren	Overige	totaal
Nederland	137	571	781	370	1.858
Duitsland	35	205	235	248	722
Frankrijk	35	143	162	216	556
overig Europa	359	1.354	1.352	1.279	4.344
buiten Europa	379	790	486	588	2.245
Totaal	945	3.063	3.016	2.701	9.725

Voor het hotelwezen zijn twee markten van belang: de zakelijke (business) markt en de toeristische (leisure) markt. De toeristische markt kan weer opgesplitst worden in binnen- en buitenlands toerisme en groepen en individuele toeristen. Vervolgens zijn er binnen de hotels de classificatie van 1 tot 5 sterren.

Het gemiddelde Amsterdamse hotel in het 3- en 4-sterrensegment bedient zowel de toeristische als de zakelijke markt. Op doordeweekse dagen (maandag tot en met donderdag) is de zakelijke markt dominant, op vrijdag en zaterdag de leisuremarkt.

Binnen de populatie van hotels die wij onderzocht hebben varieert het % zakelijke overnachtingen van 95% tot 20%, de meeste hotels zitten op een verhouding 60% zakelijke en 40% toeristische overnachtingen.

Zakelijke markt

De zakelijke markt is geconcentreerd op de doordeweekse dagen, van maandag tot en met donderdag, maar ook de zondag kan er deels bijgerekend worden.

De zakelijke markt is weer te verdelen in een aantal segmenten:

1. Corporate markt

De corporate markt betreft vaste afspraken tussen internationaal opererende bedrijven en hotels voor overnachtingen van eigen personeel of bezoekers van het bedrijf tegen een eigen tarief. Het verblijf kan variëren van één tot vier dagen. Het gaat deels om personeel dat wekelijks of maandelijks een meeting heeft bij het betreffende bedrijf, maar het kunnen ook reguliere business meetings zijn, waarbij alle medewerkers uit het buitenland ingevlogen worden. De corporate markt is hoofdzakelijk een buitenlandse markt, waarbij de gasten per vliegtuig of (in toenemende mate) met de trein arriveren. Nederlandse werknemers vormen maar een klein deel van deze markt omdat ze 's avonds liever naar huis gaan of ze krijgen een overnachting niet meer vergoed door het bedrijf. De corporate markt staat onder druk. Enerzijds door technologische mogelijkheden, zoals video conference, waardoor fysieke meetings niet meer strikt noodzakelijk zijn. Anderzijds de bezuinigingen in het bedrijfsleven, waardoor kosten gereduceerd worden in de vorm van kortere meetings (één in plaats van vier dagen) of lagere vergoedingen (3 in plaats van 4-sterrenhotel). Een bijzonder geval van een corporate markt is het NH Galaxy wat vrijwel volledig door een vliegtuigmaatschappij is afgehuurd voor het vliegend personeel. Iedere ochtend vertrekken en arriveren cabin crews die één nacht in het hotel blijven en de volgende dag weer vertrekken.

2. Incidentele business travellers

Dit zijn zakenmensen die Amsterdam niet op reguliere basis bezoeken of voor meerdere bedrijven komen. Ook dit is een buitenlandse markt, zowel Europees als mondiaal. Het verblijf kan voor één of meerdere dagen zijn.

3. Congresbezoekers

De RAI organiseert zelf jaarlijkse of tweejaarlijkse beurzen en congressen, maar biedt ook ruimte aan derden. Nederland heeft een belangrijke positie als congresland. Hierbij moet ook gedacht worden aan kleine congressen die elders in Amsterdam (PTA, KIT) of elders in Nederland (Jaarbeurs Utrecht etc.) worden gehouden.

In 2010 werden er 48 Internationale beurzen congressen in de RAI georganiseerd met in totaal bijna 300.000 bezoekers. Dit zijn zowel grote zakelijke als wetenschappelijke congressen als beurzen (o.a. IBC², Horti Fair, Intertraffic, ISSA/INTERCLEAN en METS).

Tijdens het 17^e World Congress on Information Technology (WCIT) in 2010 dat in de RAI werd georganiseerd, kwamen uit meer dan 80 landen ruim tweeduizend captains of industry, regeringsleiders en wetenschappers bijeen.

Bij grote congressen in Amsterdam wordt soms alle hotelcapaciteit tot aan Utrecht toe volgeboekt met congresgangers. Via de RAI travel agency zijn in 2010 in totaal 120.000 overnachtingen geboekt bij hotels in Amsterdam en omgeving. De toonaangevende congresstatistieken ICCA en UIA rekenen Amsterdam tot de top van wereldwijde congressteden, met respectievelijk een 8e en een 13e plaats.

4. Binnenlandse zakelijke markt

Het gaat dan om een- of meerdaagse business meetings, seminars en één- of meerdaagse trainingen. Bij business meetings en trainingen is de kans dat het gecombineerd wordt met een overnachting het grootst. In de meerderheid van de gevallen is er echter geen sprake van een overnachting en wordt het hotel en de accommodaties uitsluitend overdag of in het begin van de avond gebruikt

Het hotel heeft dan primair een functie als vergader- of trainingslocatie en dient daarvoor wel te beschikken over voldoende zaalcapaciteit.

De toeristische markt

De toeristische markt is op te splitsen in vier segmenten door middel van een scheiding tussen binnen- en buitenlands toerisme en individueel en groepstoerisme.

De toeristische markt is geconcentreerd op de vrijdag en zaterdag en op het toeristisch hoogseizoen wat in Amsterdam loopt van april tot en met september/oktober. De zakelijke markt heeft zijn pieken in de congresmaanden (voor- en najaar). In de zomermaanden en rond de jaarwisseling is het relatief stil. De piek zit dus in het voorjaar en najaar, wanneer zowel het zakelijke als het toeristenseizoen elkaar overlappen. Een piekbezetting ontstaat wanneer het bollenseizoen en een groot internationaal congres in de RAI samenvallen. Dan is er soms in de wijde omtrek van Amsterdam geen kamer meer te boeken.

3.2 Modal split

² IBC 2010 was de op een na grootste IBC ooit en telde 1.300 (waaronder 250 nieuwe) vooraanstaande internationale exposanten van over de hele wereld; de exposanten presenteerden zich op ongeveer 100.000 m² expositieruimte, verdeeld over alle hallen van de RAI plus een aantal tijdelijke accommodaties in het buitengebied. IBC 2010 trok maar liefst 48.500 deelnemers (bron: Jaarverslag RAI 2010).

Het merendeel van de gasten die in Amsterdam verblijven komen met het openbaar vervoer naar Amsterdam. Slechts 11% van de toeristische en 12% van de zakelijke hotelgasten komt met de auto. Trein, taxi en lokale bus betekent in het merendeel van de gevallen dat men met het vliegtuig op Schiphol of een andere luchthaven in Nederland is gearriveerd. Voor Fransen, Belgen en Duitsers komt een deel daadwerkelijk met de trein vanuit eigen land

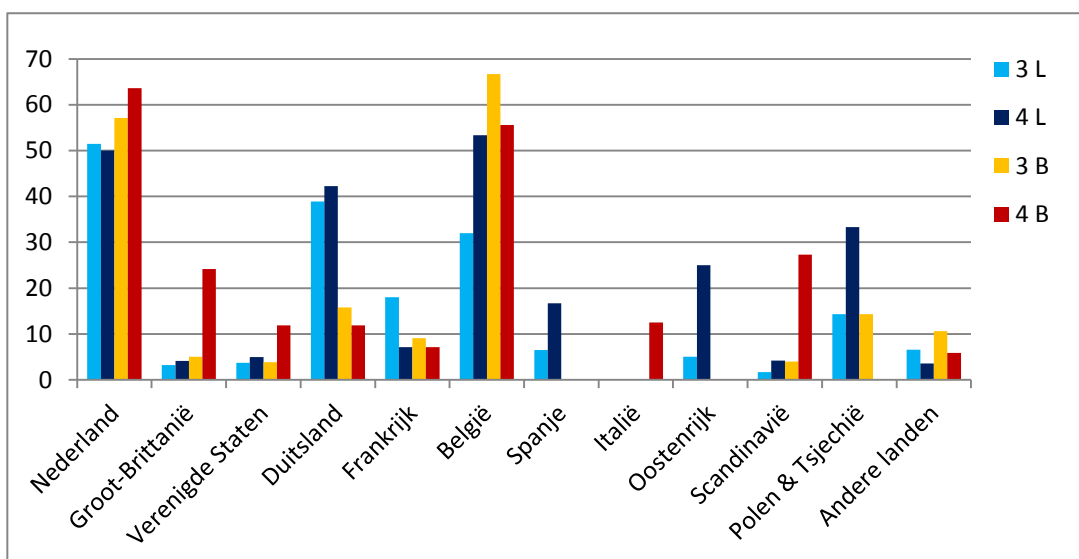
Tabel 3: Vervoermiddel naar Amsterdam in % voor alle bezoekers die in Amsterdam verblijven

	Leisure	Busines
Trein	65%	40%
Auto / Motor	11%	12%
Fiets	0%	
Toerbus	5%	3%
Lokale (stads)bus	4%	4%
Riviercruiseschip	1%	
Taxi	11%	37%
Anders, namelijk	2%	4%
	100%	100%

Zakelijke reizigers komen relatief vaak met de taxi (vanaf Schiphol) en iets minder met de trein.

Wanneer ingezoomd wordt op toeristische en zakelijke gasten die in 3- of 4/5-sterrenhotels verblijven in Amsterdam zijn er duidelijke verschillen te zien naar herkomst en type gast.

Figuur 1: Aandeel leisure (L) en business (B) travellers dat in 3- en 4/5-sterrenhotels in Amsterdam overnachten en met de auto naar Amsterdam komt (Bron: Bezoekersonderzoek 2006, ATCB)





Het beeld wordt enigszins vertekend door een viertal zaken :Allereerst de locatie waar men ondervraagd is, te weten toeristische attracties. Dat betekent dat de echte zakelijke reiziger, die uitsluitend komt om zaken te doen, niet in de steekproef zit of ondervertegenwoordigd is. Dat is bijvoorbeeld de voor de binnenstad belangrijke corporate markt.

Ten tweede betreft het alle 3- en 4-sterrenhotels, dus ook de goed met de auto bereikbare 3- en 4-sterrenhotels buiten de ring, die veel meer autogasten verwelkomen dan de hotels in het centrum. Het aandeel Nederlanders in de steekproef lag vrij laag, omdat zij maar een klein deel van de verblijfstoeristen vormen. In totaal zaten er maar 23 Nederlandse business travellers in het onderzoek op een populatie van in totaal 6000.

De vraag is of men met de auto naar Amsterdam Deze kan men bij het hotel parkeren, maar ook op een P+R achterlaten of gebruikmaken van valetparking. De parkeerbehoefte is dus lager dan het aandeel dat met de auto komt.

Maar het algemeen beeld is duidelijk.

- Belgen en Duitsers komen vaak met de eigen auto.
- In het 4-/5-sterrensegment ligt het aandeel dat met de eigen auto komt hoger dan in het 3-sterrensegment.
- Business gasten komen gemiddeld even vaak met de auto als leisure gasten.

De verschillende vervoerwijzen nader bekeken

Vliegtuig

Van de buitenlandse gasten arriveert 70% met het vliegtuig op Schiphol (bron: Bezoekersonderzoek 2008). Treinverbindingen met Frankrijk en Duitsland zijn inmiddels sterk verbeterd, waardoor het bezoek aan Amsterdam met ICE of Thalys verder gestegen zal zijn, wellicht ten koste van het bezoek per vliegtuig. Is voor zowel het zakelijke als toeristische segment het belangrijkste vervoermiddel om naar Nederland te komen

Touringcar

Maximaal 6% van de buitenlandse verblijfsbezoekers en 2,2% van de Nederlandse verblijfsbezoekers maakt gebruik van een touringcar naar of in de stad. Een deel van deze bezoekers komt niet met de touringcar, maar met een ander vervoermiddel *naar* de stad. Nederlandse bezoekers komen niet of nauwelijks als groep met een touringcar naar Amsterdam. Dat betekent dat het aandeel dat met de touringcar naar het hotel komt nog lager ligt. Het kan dan gaan om groepen die vanuit het buitenland komen (gisteravond nog in Parijs, vandaag in Amsterdam, morgen Hamburg) maar ook groepen die met de touringcar van Schiphol opgehaald worden.

Cruiseschepen

Amsterdam krijgt steeds meer cruiseschepen te verwerken. In 2012 komen 153 cruiseschepen naar Amsterdam, waarvan 40 turn around. Dat betekent dat Amsterdam het eind- en beginpunt van de cruise is. Dan gaan er tussen de 800 en 2.500 passagiers van boord en komen er ook weer 800 á 2.500 aan boord. het merendeel van deze passagiers vliegt direct naar huis, een klein deel verlengt het verblijf met een bezoek aan Amsterdam of een aansluitende riviercruise. Dit kan dan leiden tot een of meer hotelovernachtingen. Een deel van de schepen blijft overnachten, andere komen 's ochtends aan en vertrekken aan het eind van de dag. Wanneer de passagiers hier de nacht blijven, verblijven ze op het schip. Daarnaast zijn er ook nog 1.100 riviercruises die in Amsterdam starten of eindigen. Ook hiervoor geldt dat men soms voorafgaand aan de cruise of na afloop in een hotel in Amsterdam verblijft. Deze bezoekers komen per definitie niet met eigen vervoer.

Eigen vervoer

Een deel van de buitenlandse gasten uit de ons omringende landen (Duitsland, België) en in mindere mate Luxemburg en Frankrijk, komt met de eigen auto. Uit de overige landen is het aandeel eigen vervoer minimaal. Ook huurauto's worden slechts zelden gebruikt door overnachtende gasten. Van de Duitse gasten komt circa een derde van de gasten met de eigen auto. Dit zijn vooral gasten die al eerder in Amsterdam geweest zijn en de weg kennen. Voor Belgen en Fransen wordt het geschat op een kwart. Het is ook sterk afhankelijk van het type bezoeker. De wat oudere, welgestelde toerist komt eerder met de eigen auto dan een senior of jongere.

Nederlandse gasten van hotels in het centrum komen vaak met het openbaar vervoer. Zij kennen de parkeertarieven en maken dan eerder de afweging om met het openbaar vervoer. te komen. Ook omdat zij de auto tijdens het bezoek aan Amsterdam niet nodig hebben. Een deel komt wel met de auto naar Amsterdam, maar maakt gebruik van een van de P+R terreinen aan de rand van de stad en komt dan met het openbaar vervoer naar het hotel.

Openbaar vervoer

Amsterdam Centrum is uitstekend met de trein bereikbaar. Zowel vanuit het buitenland (ICE en Thalys) als vanuit het binnenland. Ook de busverbinding met IJmuiden (ferry naar Newcastle) kan hier genoemd worden. Toeristen die bekend zijn met de parkeertarieven in Amsterdam, de auto tijdens het bezoek niet willen gebruiken of het reizen met de trein comfortabeler vinden, komen met het openbaar vervoer naar Amsterdam.

3.3 Hotelclassificatie

Met behulp van de Nederlandse Hotel Classificatie (NHC) worden hotels ingedeeld in één van de vijf sterrencategorieën. Iedere categorie kent een bepaald voorzieningenniveau dat tot uitdrukking komt in basis- en keuzenormen. Het grootste verschil tussen een 3- of 4-sterrenhotel is de omvang van de kamer, respectievelijk 17 m² voor een 3-, 22 m² voor een 4- en 26m² voor een 5-sterrenhotel. Door extra voorzieningen (variërend van een strijkplank op de kamer tot een zwembad in de kelder) worden punten gescoord in de keuzecategorie. Hotels kunnen zelf dus kiezen in welke categorie men terecht komt door het wel- of niet aanbieden van bepaalde basisvoorzieningen (bijvoorbeeld permanent een portier buiten bij de entree van het hotel). Downgrading is dan eenvoudiger dan upgrading in verband met de kamergrootte. In het zakelijk segment zijn recente voorbeelden van hotels die bewust van 5- naar 4-sterren zijn gegaan, omdat bedrijven geen vergoedingen meer betalen aan hun personeel voor een 5-sterrenhotel. Parkeren behoort niet tot de basisnormen. Een hotel kan wel extra punten behalen door een eigen parkeervoorziening of een parkeervoorziening op loopafstand. (zie Bijlage 1).

4. Parkeeroplossing Kop Java

In dit hoofdstuk wordt ingezoomd op de verschillende parkeeroplossingen in het algemeen, de parkeeroplossingen bij de onderzochte hotels, de alternatieven voor een eigen voorziening en de te verwachten parkeerbehoefte van een hotel op het Java-eiland.

4.1 Parkeermogelijkheden

Het parkeren bij een hotel kan de volgende vormen aannemen:

Eigen voorziening gebouwd: parkeergarage onder of parkeerdek boven op het hotel. In Amsterdam komen beide voor. In het geval van een parkeerdek kan dit opgelost met een autolift (o.a. Sonesta Hotel) in plaats van een ruimte vergende oprit.

Parkeergarages kunnen zowel 'gewone' als mechanische garages zijn, waar optimaal gebruik gemaakt kan worden van een beperkte parkeerkelder. Volautomatisch mechanisch parkeren kan gunstig zijn bij ruimtegebrek. Het is doorgaans duurder dan een traditionele garage. NH Barbizon beschikt over een mechanische parkeergarage. De in dit onderzoek geïnventariseerde hotels met eigen voorzieningen hebben een 'gewone' ondergrondse garage (Art Hotel).

Eigen voorziening maaiveld: parkeerterrein op eigen grond. In het centrum komt dit zelden voor. Op perifere locaties hebben hotels wel de ruimte. Drie van de door ons onderzochte hotels beschikten over een eigen parkeerterrein op maaiveld. Eden Manor (8 plaatsen), NH Tropen (25 plaatsen) en NH Galaxy (150 plaatsen).

De belangrijkste voordelen van een eigen voorziening is tweeledig:

- Het hotel kan zelf het tarief bepalen, afhankelijk van het type klant;
- Het wordt gewaardeerd door de gasten en kan gebruikt worden als unique selling point (usp).

Belangrijkste nadeel is de geringe flexibiliteit qua capaciteit: vol is vol.

Deelgebruik van privé parkeergarage: hotels huren parkeerplaatsen in een garage die gedeeld wordt met andere huurders. De garage is niet openbaar toegankelijk. Dit is bijvoorbeeld het geval bij Lloyd Hotel, dat de garage deelt met SBS en Wisbrun.

De belangrijkste voordelen van een gedeelde privévoorziening zijn:

- Het hotel kan zelf het tarief bepalen;
- Het wordt gewaardeerd door de gasten en kan gebruikt worden als usp;
- Er kan flexibel gebruik gemaakt worden van de totale capaciteit: in geval van bedrijven als medehuurlers is er in de avond en in het weekend veel vrije capaciteit.

Nadelen zijn er niet genoemd, men ervaart het als de ideale oplossing.



Deelgebruik van een openbare parkeergarage: hotel huurt parkeerplaatsen in openbare parkeergarage of een garage die gedeeld wordt met andere huurders en deels openbaar is. Dit is bijvoorbeeld het geval bij Crowne Plaza Zuidas, dat 15 plaatsen huurt in de garage die deels ook onder het hotel ligt. Plaatsen zijn overigens niet gemarkeerd.

De belangrijkste voordelen van een gedeelde privévoorziening zijn:

- Het hotel kan in principe zelf het tarief bepalen;
- Het wordt gewaardeerd door de gasten en kan gebruikt worden als usp;
- Er kan flexibel gebruik gemaakt worden van de totale capaciteit: in geval van bedrijven als medehuurlers is er in de avond en in het weekend veel vrije capaciteit.

Nadelen

- In het geval dat de plaatsen niet of te weinig benut worden is het een verliesgevende activiteit;
- Het tarief wordt bepaald door de exploitant en ligt daardoor meestal hoog. Extra parkeerplaatsen op piekmomenten zijn daardoor duur.

Gebruik van een openbare parkeergarage: een bedrijf huurt geen eigen plaatsen maar de gasten maken gebruik van de capaciteit van de openbare parkeergarage die onder of naast het hotel uitkomt (voorbeelden zijn Mövenpick en Doubletree) of op loopafstand van het hotel ligt (Ibis Stopera).

De belangrijkste voordelen van een openbare parkeergarage zijn tweeledig:

- In principe is de capaciteit zeer flexibel beschikbaar, maar dat kan ook een nadeel zijn. Vol is vol, maar de garage kan ook goed piekbehoeftes opvangen (congres);
- Er zijn voor het hotel geen kostenrisico's aan verbonden.

De belangrijkste nadelen van een openbare parkeergarage zijn drieledig:

- Het hotel heeft geen invloed op het soms hoge tarief, soms oplopend tot € 48,- per dag. Het is afhankelijk van de beheerder van de garage of deze een discount wil geven;
- Uitgifte van dagkaarten is soms onmogelijk. Een hotelgast blijft niet van 9.00 tot 18.00 uur maar komt soms 's middags en vertrekt dan de volgende middag. Dat betekent dat de kosten voor 24 uur parkeren in de Oosterdok Garage kunnen oplopen tot € 62,- voor 24 uur. In het weekend ligt het dagtarief tijdelijk op € 20,-;
- Geen eigen identiteit, gast ervaart niet dat de garage bij het hotel hoort;
- In sommige gevallen: problemen met automaten die niet alle kaartsoorten accepteren.

Voor het Ibis Stopera geldt dat ze (tijdelijk) een gunstig tarief hebben kunnen bedingen bij een van de parkeergarages in de buurt. Omdat het hotel een sterk toeristisch profiel heeft en niet over een vergaderaccommodatie beschikt, is de parkeerbehoefte ook relatief gering.

Geen voorzieningen

Het hotel is uitsluitend aangewezen op straatparkeren in de omgeving. In de binnenstad is een aantal hotels zonder parkeervoorzieningen. De door ons onderzochte hotels vallen niet in deze categorie.

Als belangrijke knelpunten van het straatparkeren worden ervaren:

- de capaciteit, in sommige gebieden in Amsterdam is er geen plek te vinden 's avonds;

- de hoge kosten: variërend van € 3,- tot € 5,- per uur en een dagtarief van € 28,- oplopend tot € 50,- in het centrum;
- het vooraf moeten betalen (als er geen gebruik van bijvoorbeeld Parkmobile wordt gemaakt);
- problemen met ingewikkelde parkeerautomaten (met draaiknop kenteken invoeren) of automaten die alleen chipknip of alleen cash accepteren.

4.2 Gebruik van de parkeervoorzieningen van de onderzochte hotels

	Kamers	NHC	verdeling zakelijk/ leisure	Parkeer- voorziening type	Capaciteit	bezettin g	Beschikb. ppl/ Aantal kamers	Gebruik ppl/ Aantal kamers
NH Hotel Galaxy	290	4	90/10	eigen parkeerterrein	150	5	0,52	0,02
Crowne Plaza Amsterdam-South	207	4	70/30	Huurt in Q-park garage Zuidas	15	5-6	0,07	0,03
Doubletree by Hilton	553	4	60/40	Openbare garage Oosterdok	onbeperkt	5-25	nvt	0,05
Mövenpick	408	4	60/40	Openbare garage Piet Hein	onbeperkt	40-50	nvt	0,12
Ibis Hotel Stopera	207	3	20/80	geen	nvt	20-30	nvt	0,14
NH Tropen	80	4	60/40	eigen parkeerterrein	10	10-12	0,13	0,15
Art Hotel West	190	3/4	55/45	eigen garage	45	30-35	0,24	0,18
Eden Manor Hotel	125	4	30/70	eigen op terrein en in garage elders	25	25	0,2	0,20
Lloyd Hotel	117	1/5	60/40	eigen 50 pp	50	30-35	0,43	0,30

In bovenstaand overzicht is de omvang van de parkeer- en kamercapaciteit tegen elkaar afgezet en het daadwerkelijke gebruik tegen de capaciteit afgezet. Daaruit volgt dat het hotel met de hoogste capaciteit per hotelkamer (NH Galaxy; 0,52) tevens het laagste gebruik per kamer heeft (0,02).

De beschikbare capaciteit varieert dus van 0 parkeerplaatsen tot 150. De capaciteit afgezet tegen het aantal kamers varieert van 0,07 tot 0,52.

NH Galaxy, Lloyd Hotel en het Art Hotel West zitten boven de norm van 0,2 parkeerplaatsen per hotelkamer. Eden Manor zit er precies op en Crowne Plaza er ver onder. Doubletree, Mövenpick en Ibis hebben geen eigen, vaste capaciteit.

Het daadwerkelijke gebruik van de parkeerplaatsen per hotelkamer ligt aanzienlijk lager. Slechts één hotel zit boven de norm van 0,2: namelijk het Lloyd Hotel (0,3). Zij gaven ook aan dat de parkeercapaciteit actief ingezet wordt als usp en dat ze daardoor relatief veel gasten aantrekken die met de auto komen. Verder is het profiel van de gasten (relatief veel binnenlands zakelijk) verantwoordelijk voor het hoge gebruik van de voorziening.



Bij een aantal hotels blijft het gebruik echter ver onder de norm. Naast het al eerder gememoreerde NH Galaxy (0,02 parkeerplaats per hotelkamer) is ook Crowne Plaza (0,03) een hotel met een zeer lage parkeerdruk. Dit heeft te maken met een combinatie van goede ov-bereikbaarheid, het hoge aandeel buitenlandse corporate gasten van omliggende bedrijven en tenslotte het hoge parkeertarief. Voor Doubletree (0,05) geldt dat de ligging bij CS in combinatie met hoge aandeel buitenlandse toeristen en het hoge parkeertarief tot een laag gebruik leidt.

Voor Mövenpick (0,12) geldt ook weer het hoge aandeel buitenlandse zakelijke en toeristische gasten, in combinatie met ligging en parkeertarief als verklaring.

Voor Ibis (0,14) geldt dat vooral het profiel van de gasten (hoofdzakelijk buitenlandse toeristen) de verklaring vormt voor het lage parkeergebruik.

Bij het Art Hotel (0,24) is de verklaring voor de relatief hoge parkeergebruik de ligging aan een uitvalsweg naar de ring in combinatie met de eigen parkeervoorziening tegen een laag tarief een usp. Deze wordt ook ingezet, net als het Lloyd Hotel. Dit trekt relatief veel zakelijke bezoekers die met de eigen auto komen.

Ook bij het kleine Eden Manor (0,25) geldt dat het aanbod in belangrijke mate de vraag schept.

4.3 Alternatieven

P+R

Amsterdam heeft een zevental P+R terreinen. Je kunt hier voor € 8,- per etmaal parkeren en van daaruit gratis met openbaar vervoer of zelfs fiets naar plaats van bestemming reizen. Voor het centrum zijn zowel P+R Zeeburg I en II, P+R Sloterdijk als P+R Arena transferium goede alternatieven. Voor de Nederlandse toeristische bezoekers zonder haast is dit een goedkoop alternatief voor het dure parkeren in het centrum. Het nadeel van P+R is de extra tijd die het kost, het moeten sjouwen met bagage en de ingewikkelde procedure van het openbaar vervoer in Amsterdam. Medio 2013 wordt het tarief verlaagd naar € 1,- wanneer iemand na 10.00 uur (buiten de spits) arriveert. Verder zijn er plannen voor het uitbreiden van de P+R-capaciteit met 6.600 plaatsen. Dat betekent dat het alternatief P+R verder aan bekendheid en aantrekkelijkheid gaat winnen.

Valetparking

Het principe van valetparking is dat de auto bij het hotel opgehaald wordt en weer teruggebracht. In de tussentijd staat de auto geparkeerd op een bedrijventerrein of loods op rijafstand van het centrum. De kosten liggen op € 30,- voor de eerste en € 20,- voor de volgende dagen. In de tussentijd kan de auto – tegen meerkosten – gereinigd of bijgetankt worden. Aan valetparking is een aantal nadelen verbonden. Allereerst de kosten, die doorgaans hoger liggen dan bijvoorbeeld P+R. Ook staat niet iedere automobilist zijn auto graag af aan een wildvreemde. Tenslotte het gevoel dat men niet op ieder moment kan beschikken over de auto. Valetparking wordt echter steeds meer als een serieus alternatief overwogen door hotels met een beperkte of geen eigen parkeervoorziening. Het wordt soms nog gezien als een 'luxe' service meer passend bij een 5-sterrenhotel, waarbij het beeld bestaat van de Amerikaanse film dat je voor komt rijden en je sleutel afgeeft aan een aantrekkelijke jongeman. De praktijk is echter dat de gast de auto zelf parkeert in de garage van het hotel of een garage in de buurt, de sleutel achterlaat bij de balie en dat deze dan binnen een half uur opgehaald wordt.

4.4 Parkeervoorziening voor het hotel op het Java-eiland

Voor het hotel op het Java-eiland gaan we er vooralsnog van uit dat er een eigen voorziening in de vorm van een ondergrondse parkeergarage gerealiseerd zal worden. Er is geen sprake van deelgebruik met andere bedrijven of van een openbare garage. Dat betekent dat er een beperkte flexibiliteit is in het gebruik. Piekbelasting kan opgevangen worden in de Piet Hein Garage of door middel van valet parking.

Een eigen parkeergarage wordt door alle partijen als een unique selling point (usp) gezien. Het aanbod schept ook direct een vraag. Als je er kunt parkeren, trek je meer gasten aan die perse met de auto willen komen. Het biedt ook de mogelijkheid om soepel met de tarieven om te gaan. Voor bepaalde dagen van de week (weekend), evenementen (feest of meeting) of doelgroepen (toeristen of juist zakelijke gasten) kan dan een discount gegeven worden.

De parkeervoorziening kan als usp ingezet worden, maar het hoeft niet, bijvoorbeeld door een hoge pricing.

4.5 Parkeerbehoefte

Op basis van de onderzochte hotels komt het in onderstaande tabel aangegeven aandeel gasten dat met de eigen auto komt naar voren. Het is dus een beeld wat sterk gekleurd wordt door de beperkte steekproef en de daarin voorkomende hotels en het type voorzieningen waarover de betreffende hotels beschikken. Het NH Galaxy is niet meegenomen in deze cijfers, door de uitzonderlijke situatie dat het hotel door één klant wordt afgehuurd. De cijfers betreffen inschattingen van de hotelmanager. Geen enkel hotel heeft een registratie van de parkeergedrag van verschillende typen gasten. Waar men eigen voorzieningen heeft is wel inzicht in de bezetting. Voor hotels die niet over eigen voorzieningen beschikken is het nog moeilijker om exacte informatie te geven

In tabel 4 is de relatie tussen de functie van het hotel en het vervoermiddel wat ze gebruiken om naar het hotel te komen, weergegeven.

Tabel 4: Geschat aandeel gasten per categorie dat met de auto naar het hotel komt naar functie van het hotel

Autoparkeerders in %	Primair toerist	Mix toerist/zakelijk	Primair zakelijk
Binnenlands zakelijk	11%	45%	8%
Buitenlands zakelijk	3%	7%	5%
Binnenlands toeristisch	13%	30%	8%
Buitenlands toeristisch	10%	9%	8%

Zowel de door ons onderzochte meer op toeristen (60% of meer toeristen) én meer op zakelijke gasten (70% of meer zakelijke gasten) gerichte hotels hebben beiden een laag aandeel gasten dat met de auto komt. Het zijn vooral de hotels in deze steekproef met een mix van zakelijke en toeristische gasten die veel gasten die met de auto komen, aantrekken. Dit geldt overigens vrijwel uitsluitend voor binnenlandse gasten. En in totaal is dat maar een beperkt deel van de markt die in Amsterdam veel meer op buitenlanders is gericht.

Zoals tabel 5 ook laat zien is er ook een sterke relatie tussen het wel of niet hebben van een eigen parkeervoorziening. Ook daarvoor geldt dat dat vooral van belang voor de binnenlandse markt is (zakelijk en in mildere mate toeristisch) en niet voor de buitenlandse.

Tabel 5: Geschat aandeel parkerende gasten naar wel of niet bezitten van eigen parkeervoorziening

Autoparkeerders in %	Openbaar	Eigen voorziening
Binnenlands zakelijk	5%	49%
Buitenlands zakelijk	3%	8%
Binnenlands toeristisch	6%	34%
Buitenlands toeristisch	8%	10%

Voor de cijfers geldt dat het aantal hotels in het onderzoek heel beperkt is, dat er grote uitschieters zijn naar boven en beneden die allemaal verklaarbaar zijn, maar het algemene beeld is duidelijk:

1. Binnenlandse gasten (zowel toeristisch als zakelijk) maken naar verhouding meer gebruik van de parkeervoorzieningen dan buitenlandse toeristen en zakelijke reizigers;
2. Binnen de binnenlandse markt is de zakenreiziger de belangrijkste afnemer van parkeerplaatsen;
3. De variatie wordt bepaald door type gasten, ligging van het hotel en beschikbaarheid van parkeervoorzieningen.

In onderstaand overzicht zijn de factoren weergegeven die van invloed zijn op de parkeerbehoefte per type gast:

Toeristisch

Binnenland individueel	Afhankelijk van aanbod (capaciteit) en prijs
Buitenland individueel	Afhankelijk van herkomst (aandeel Duitsers, Belgen en Fransen)
Buitenland groep	Geen behoefte aan parkeren

Zakelijk

Binnenland individueel	Afhankelijk van aanbod (capaciteit) en prijs, corporate of individueel, nabijheid tot corporate clients, bedrijfsbeleid, ontmoetings-/vergaderfunctie
Buitenland individueel	Afhankelijk van herkomst (aandeel Duitsers, Belgen en Fransen), corporate of individueel

4.6 De parkeerbehoefte van aanvullende functies

Parkeerbehoefte vergader- en congresaccommodatie

Voor de zaalaccommodatie is in totaal 400 m² gepland. Dit is onvoldoende voor het organiseren van grote seminars en congressen. Voor het organiseren van congressen en er is voldoende capaciteit beschikbaar in de directe omgeving in de vorm van het PTA- en Muziekgebouw. Voor de binnenlandse congres- en vergadermarkt geldt verder dat een eigen parkeervoorziening van het hotel groot belang. Het gaat dan zowel om de capaciteit (is er voldoende capaciteit om een piekbelasting op te vangen) als het tarief. De concurrentie is groot in een teruglopende markt. Hotels aan de ring of hotels in de provincie, bijvoorbeeld de Veluwe, beschikken doorgaans over een grote en gratis parkeercapaciteit in combinatie met centrale ligging en goede autobereikbaarheid.

Het biedt wel de mogelijkheid om vergaderruimte of video-conferencing voor gasten te faciliteren of business meetings voor corporate klanten. Ook kan het fungeren als aanvullende vergaderruimte voor bedrijven in de omgeving.

De hieruit voortvloeiende extra parkeerbehoefte is minimaal, omdat het overlapt met de parkeerbehoefte van overnachtende gasten. Daarnaast is de eventuele aanvullende behoefte geheel geconcentreerd op de doordeweekse dagen overdag, wanneer er voldoende capaciteit beschikbaar is.

De parkeerbehoefte van de horeca

Alle door ons onderzochte hotels beschikken over een bar en restaurant. In het merendeel van de gevallen functioneert deze primair voor de gasten van het hotel. De lobby is toch een barrière voor mensen. En Nederlanders zijn ook niet gewend om in een hotel te eten.

Om horeca goed zelfstandig te kunnen laten draaien moet de drempel dus heel laag zijn. Het moet toegankelijk zijn en los van het hotel kunnen functioneren. Maar er moet altijd een minimale capaciteit behouden blijven om te kunnen voorzien in ontbijt, lunch en diner. In Eden Manor moeten gasten vooraf het diner reserveren, veel gasten eten ook elders in de stad.

Bij de meeste hotels zou men wel graag meer gasten van buiten willen hebben, maar is het aandeel beperkt. Eden Manor, Doubletree (Sky Lounge) en Lloyd slagen daar nog het best in. Maar ook voor Lloyd Hotel geldt dat de ambitie hoger ligt dan wat in de praktijk gehaald wordt.

Buiten de gasten trekt de horeca bij een hotel doorgaans een lokaal, Amsterdams publiek uit de directe omgeving. Publiek dat maar zelden met de auto komt. Het is niet te verwachten dat op deze locatie een sterren-restaurant met een bovenlokale uitstraling zal landen. De te verwachten parkeerbehoefte die gegenereerd wordt door de horeca, is dus beperkt. De 27 parkeerplaatsen die volgens de huidige parkeernormen benodigd zijn voor de horeca, zullen waarschijnlijk meer dan voldoende zijn en in feite een overcapaciteit aan parkeergelegenheid creëren.

4.7 Voor een hotel op het Java-eiland bepalende factoren voor de parkeerbehoefte

In het onderstaande zijn alle factoren weergegeven die van invloed zijn op de parkeerbehoefte van het toekomstige hotel op het Java-eiland.

- In hoeverre heeft het hotel een sterke zakelijke ontmoetingsfunctie, is het een gewilde lunchlocatie. Dit vereist namelijk een ruime parkeergelegenheid. Voorbeelden zijn het Mercure Amsterdam Airport en het Okura Hotel. Hier vinden zakelijke besprekingen plaats in de lobby of het restaurant;
- Het aandeel corporate gasten: hoe hoger het aandeel corporate gasten, hoe lager de parkeerbehoefte. Dat heeft zowel te maken met de herkomst van de gasten, de lengte van het verblijf en de mogelijkheid van parkeren bij het betreffende bedrijf zelf;
- Het aandeel binnenlandse zakelijke gasten. Zij hebben een relatief grote behoefte aan parkeerruimte, zeker wanneer voorafgaand of volgens op het bezoek nog andere afspraken zijn op niet met het OV makkelijk bereikbare locaties. Daarnaast is de auto het kantoor van de moderne zakenman of vrouw en ziet men het gebruik van OV en P+R vaak als kostbaar tijdsverlies. De eventuele hoge (te declareren) parkeerkosten spelen in beperkte mate een rol in de beslissing voor de vervoerwijze;
- Binnen- of buitenlandse toeristische gasten: naarmate het aandeel buitenlandse toeristen en dan met name vanuit mediterrane of niet-Europese landen toeneemt, daalt de parkeerbehoefte;
- Het verschil in parkeerbehoefte tussen de doordeweekse en weekenddagen. Doordeweeks ligt het aandeel zakelijke gasten hoger en daarmee ook de parkeerbehoefte. In het weekend komen hoofdzakelijk toeristische gasten en ligt de parkeerbehoefte veel lager;
- Groepen versus individuen: naarmate het hotel groter wordt kan het meer groepsreizen accommoderen, die per definitie niet met eigen vervoer komen. Dit heeft dus een drukkend effect op de parkeerbehoefte;
- Vergader/congresfunctie; naarmate de vergaderfunctie groter is, neemt de parkeerbehoefte sterk toe, zeker als dit voor de binnenlandse markt is. Wanneer de vergaderfunctie hoofdzakelijk gebruikt wordt door omliggende kantoren is er geen sprake van een extra parkeerbehoefte;
- Het aanbod schept de vraag: parkeren wordt gezien als een unique selling point, maar is geen absolute noodzaak. Wanneer een hotel beschikt over een eigen parkeerterrein of garage tegen een laag tarief, trekt dit hotel extra gasten die dit aspect belangrijk vinden;
- De beschikbaarheid van alternatieve voorzieningen in de omgeving. In het geval van het Ibis hotel op de Valkenburgerstraat, heb je zelf geen parkeergarage nodig omdat er voldoende alternatieven op loopafstand zijn. Zijn die alternatieven er niet, dan ben je als hotel aangewezen op je eigen parkeercapaciteit of moeten de gasten op straat parkeren;
- Het tarief van de eigen voorzieningen: de drempelwaarde ligt op circa € 25,- per dag. Dat wordt nog net acceptabel gevonden. Een hoger tarief levert weerstand op bij de gasten, met name de toeristische gasten. Wanneer het tarief laag is, is dit een USP voor het betreffende hotel en creëert het extra parkeerbehoefte;
- Het tarief van het straatparkeren: het tarief van de eigen voorziening zal onder het straattarief moeten liggen. Voor het Oostelijk Havengebied geldt een uurtarief van € 3,- en een dagtarief van € 28,-. Dat betekent ook dat bijvoorbeeld valetparking qua tarief maar beperkt concurrerend is;

- Het verwachtingspatroon bij een gast van een 3-sterren versus een 4-sterrenhotel: een hotelgast van een 4-sterrenhotel verwacht betere faciliteiten, waaronder ook parkeren, dan een gast van een 3-sterrenhotel. Die zal eerder bereid zijn om verder van het hotel te parkeren of komt met het openbaar vervoer;
- De perceptie van de bereikbaarheid van de locatie: is het gevoelsmatig een o.v.- of autolocatie. Een hoogwaardige o.v.-verbinding in de vorm van een tram zorgt voor een betere perceptie van de o.v.-bereikbaarheid dan een stadsbus. En dus het gebruik van het openbaar vervoer en een daling van de parkeerbehoefte. De afstand tot de tramhalte bedraagt respectievelijk 600 meter (Oostelijke Handelskade) en 1.200 meter (Azartplein). De afstand naar de bushalte Tosaristraat (lijn 48) bedraagt 100 meter;
- Alternatieve vervoersverbindingen (P+R, veerverbinding). Een voorbeeld is het Botel dat bereikbaar is met het NDSM-veer (maar overigens ook gratis parkeren ter beschikking heeft). Ook een eigen shuttle-verbinding (busje) heeft een drukkend effect op de parkeerbehoefte;
- Personeel: de behoefte aan parkeerplekken voor het personeel is beperkt en kan op maximaal vijf plekken ingeschat worden. Bij de onderzochte hotels lag het aantal door het personeel gebruikte plekken op drie of vier. Alleen bij NH Galaxy kan het personeel onbeperkt met de auto komen.

4.8 Drie mogelijke invullingen hotel Java-Eiland en daarbij horende parkeerbehoeften

Kenmerken hotel Kop Java eiland:

- De locatie is naar verhouding minder goed ontsloten (alleen per bus Lijn 48) dan bijvoorbeeld het Mövenpick of Lloyd, waar de tram voor de deur stopt;
- In het concept is slechts weinig vergaderruimte gepland, in totaal 400 m². dat betekent dat het geen zelfstandige congres- of vergaderfunctie kan hebben en dat het vooral gebruikt gaat worden voor corporate meetings van bedrijven in de buurt;
- Het Java-eiland is geen zichtlocatie vanaf een van de verkeersaders, maar wel vanaf het IJ en het centraal;
- Openbare horecafaciliteiten hebben een buurtfunctie maar dienen ook zelfstandig te kunnen functioneren. Met de komst van het Muziekgebouw aan 't IJ en Eye, in combinatie met het Wilhelminadok en de Goudfazant, is de horecafunctie aan de IJ-oeveren flink versterkt. Een horecagelegenheid op de kop van het Java-eiland lijkt een logische versterking;
- Het hotel ligt in een woonomgeving. Er zijn geen kantoren gepland naast het hotel waarmee een garage gedeeld kan worden;
- Het hotel heeft geen openbare parkeergarage in de directe omgeving waar het op terug kan vallen. De dichtstbijzijnde garage ligt op 1 kilometer lopen.

Gegeven de markt en de locatie zijn er drie typen hotels mogelijk op het Java-eiland:

- a) Hoog in de markt: destination hotel met hoteloverschrijdende horecafunctie (vergelijk met Hotel New York in Rotterdam);
- b) Zakenhotel met aanvullende leisurfunctie: een mix tussen het Lloyd Hotel, Mövenpick en Art Hotel West;
- c) Gemiddeld toeristenhotel.

In het navolgende volgt een beschrijving van de drie opties, de te verwachten parkeerdruk en dynamiek en daarbij horende parkeernorm:

ad a) Het Java-Destination Hotel

De plek biedt de mogelijkheid voor een uitgesproken en bijzonder hotel. Een hotel waar je naar toe gaat voor het hotel zelf. Zoals Hotel New York in Rotterdam, of het Lloyd hotel in Amsterdam. Doel: een nacht of weekend in het Java-hotel te verblijven, waarbij Amsterdam als stad niet het hoofddoel hoeft te zijn. Het kan een 4-sterrenhotel zijn, maar ook à la het Lloyd Hotel in allerlei prijsklassen kamers aanbieden.

Het hotel trekt zowel binnen- als buitenlandse toerisme aan, maar is ook aantrekkelijk om zakelijke gasten te laten overnachten. Het zal een specifiek segment van de corporate markt aan kunnen boren, bijvoorbeeld de creatieve webbased markt, maar ook de bedrijven aan de IJ-oeveren. De mix zal dan ongeveer 50% toeristisch en 50% zakelijk zijn. De horeca heeft een sterke bovenlokale aantrekkingskracht en trekt bezoekers uit de hele regio. Doordeweeks overheerst het zakelijke karakter, maar is ook de toerist in het hotel te vinden.

Omdat er geen tram voor de deur stopt, zal het hotel aanvullende voorzieningen moeten treffen om de gasten van het station naar het hotel te vervoeren. Een shuttledienst vergelijkbaar met of in samenwerking met het Mövenpick, lijkt een logische oplossing. Een veerverbinding is echter leuker en spannender, en maakt het bezoek aan het hotel en de horeca tot een attractie. Dat is echter aanzienlijk duurder en kan tevens op bezwaren van de Havendienst rekenen. Maar als het gerealiseerd kan worden zal dit de parkeerbehoefte aanzienlijk verminderen.

Binnenlandse toeristen die met de auto naar Amsterdam komen zullen steeds vaker gebruikmaken van de P+R Zeeburg en dan met de tram naar de Oostelijke Handelskade gaan. Een deel zal echter direct bij het hotel willen parkeren. De Piet Hein Garage is bijna 1 km lopen, de halte naar de dichtstbijzijnde tramhalte is 600 meter, en dat is te ver voor de gemiddelde gast. Buitenlandse gasten komen voor het merendeel aan op Centraal en moeten dan met taxi, bus/tram of shuttle naar het hotel vervoerd worden.

Bij de berekening van de behoefte is uitgegaan van het autogebruik van hotelgasten in de hotels die een mix hebben van zakelijke en toeristische gasten.

Uitgaande van een bezettingsgraad van gemiddeld 75% en een geschatte modal split per type gast, is de parkeerbehoefte als volgt in te schatten:

Tabel 6: Geschatte parkeerbehoefte Java-Destination Hotel

	% met auto	aandeel gasten	parkeerbehoefte
binnenlands zakelijk	45%	30%	13,50%
buitenlands zakelijk	10%	20%	2,00%
binnenlands toeristisch	10%	25%	2,50%
buitenlands toeristisch	5%	25%	1,25%
totaal		100%	19,25%

Uitgaande van 250 kamers en een bezettingsgraad van 100% is de geraamde behoefte gemiddeld 48 plaatsen en bij 75% bezetting 36,1 plaatsen voor gasten. Dit resulteert in een parkeernorm van 0,193 parkeerplaats per kamer bij volledige bezetting en op 0,144 bij 75% bezetting.

ad b) Zakenhotel met aanvullende toeristische markt

Het Java-Business Hotel is een luxe 3- of 4-sterrenhotel wat zich primair richt op de zakelijke markt. Modern, strak design en een echte business uitstraling, maar tevens aantrekkelijk voor de toeristische gast in het weekend. Door de ligging wordt het geen zakelijk ontmoetingshotel. De horeca is primair voor het hotel en de buurt en zal geen grote bovenlokale functie vervullen. Het hotel zal een corporate-functie vervullen voor bedrijven in de omgeving en mogelijk ook uit Noord. De vergaderruimte zal voorzien in de behoefte van omliggende bedrijven en speciale business meetings. Congressen zullen hier zeer beperkt plaatsvinden.

Voor de corporate markt is vrijwel geen parkeerruimte nodig, die kan bij het bedrijf zelf ingevuld worden. De individuele binnenlandse zakelijke klant wil wel graag bij het hotel parkeren. Vanwege de

kosten is de P+R een alternatief, maar aansluiting is niet optimaal. Een shuttle-service is ook voor deze klant geen optie: te tijdrovend en inflexibel.

De buitenlandse toerist komt uit Europa, maar ook ver daarbuiten. Slechts een deel van de Duitse, Belgische en Franse gasten zullen met de auto komen.

Tabel 7: Geschatte parkeerbehoefte Java-Business Hotel

	% met auto naar hotel + locatieopslag	aandeel gasten	parkeerbehoefte
binnenlands zakelijk	25%	20%	5,0%
buitenlands zakelijk	10%	40%	4,0%
binnenlands toeristisch	20%	30%	6,0%
buitenlands toeristisch	10%	10%	1,0%
totaal		100%	16,0%

Uitgaande van 250 kamers en een bezettingsgraad van 100% is de geraamde behoefte gemiddeld 40 plaatsen en bij 75% bezetting 30 plaatsen voor gasten. Dit resulteert in een parkeernorm van 0,16 parkeerplaats per kamer bij volledige bezetting en op 0,12 bij 75% bezetting.

ad c) Java-toeristenhotel

Het Java-toeristenhotel is een standaard hotel primair gericht op toeristen. Basic kamers voor een redelijke prijs, maar wel op een bijzondere locatie en daardoor aantrekkelijk voor toeristen. De binnen- en buitenlandse toerist is bereid eventueel met de bus te komen of het stuk van de tramhalte naar het hotel te overbruggen. Ook de zakelijke reiziger zal minder veeleisend zijn ten aanzien van de parkeergelegenheid. De zakelijke functie van het hotel is zeer beperkt en dat scheelt sowieso in de parkeerbehoefte. Het hotel voorziet dan vooral in een opvang van pieken in het congresseizoen. De horeca heeft primair een functie voor het hotel en daarnaast een sterke buurtfunctie, Zonder aanvullende veerverbindingen wordt het geen locatie met een bovenlokale uitstraling.



Tabel 8: Geschatte parkeerbehoefte toeristenhotel

	mediaan % met auto naar hotel + locatieopslag	aandeel gasten	parkeerbehoefte
binnenlands zakelijk	15%	5%	0,75%
buitenlands zakelijk	5%	15%	0,75%
binnenlands toeristisch	20%	20%	4,00%
buitenlands toeristisch	10%	60%	6,00%
totaal		100%	11,5%

Uitgaande van 250 kamers en een bezettingsgraad van 100% is de geraamde behoefte gemiddeld 28,75 plaatsen en bij 75% bezetting 21,6 plaatsen voor gasten. Dit resulteert in een parkeernorm van 0,115 parkeerplaats per kamer bij volledige bezetting en op 0,087 bij 75% bezetting.



5. Conclusie

Een parkeernorm bepalen voor een nog te bouwen hotel waarvan het concept nog niet bekend is, heeft een hoog glazen bol gehalte. De ervaringen van vergelijkbare hotels geven wel een duidelijke indicatie dat een parkeernorm van 0,2 parkeerplaatsen per hotelkamer doorgaans uitstekend voldoet, ongeacht het concept wat gekozen wordt.

Gekeken naar het feitelijke gebruik van de parkeervoorzieningen van de negen door ons onderzochte hotels, zaten er slechts twee op of boven de 0,2 norm (Lloyd Hotel en Art Hotel West). Beiden hotels zijn relatief sterk op de binnenlandse zakelijke markt gericht en hebben de beschikking over een eigen garage en kunnen zelf het tarief bepalen. De overige hotels zaten allemaal royaal onder de 0,2 norm.

De te verwachten parkeerbehoefte die gegenereerd wordt door de horeca, is beperkt. De 27 parkeerplaatsen die volgens de huidige parkeernormen benodigd zijn voor de horeca, zullen waarschijnlijk meer dan voldoende zijn en in feite een overcapaciteit aan parkeergelegenheid creëren.

Wanneer we de drie mogelijke concepten voor een hotel op het Java-eiland naast elkaar leggen resulteert dit in een geschatte parkeerbehoefte variërend van 0,12 (toeristenhotel) en 0,16 (zakenhotel) tot 0,19 (destination hotel) bij een 100% bezetting. Geconcludeerd kan dus worden dat een 0,2 norm voor het Java-eiland voldoet.

Verder is duidelijk dat het aanbod voor een belangrijk deel de vraag bepaald. Wanneer er ruime en goedkope parkeergelegenheid beschikbaar is, trekt dit gasten die met de eigen auto willen komen. Als deze er niet is of relatief duur is, dan kiezen deze gasten voor een ander hotel. Er is dus een grote mate van sturing mogelijk.

Ook de mate waarin bepaalde segmenten van de zakelijke markt aangeboord worden is bepalend voor de uiteindelijke behoefte. Is het corporate en internationaal met een lage parkeerbehoefte, of juist individueel en binnenlands zakelijk met een wat hogere parkeerbehoefte.

Hetzelfde geldt voor de toeristische markt. Wanneer volledig op de buitenlandse markt gemikt wordt, is de parkeerbehoefte lager dan wanneer de binnenlandse markt het beoogde segment is.

Tot slot worden alternatieven als P+R en valetparking steeds aantrekkelijker en zullen zij, afhankelijk van de doelgroep, een deel van de vraag kunnen opvangen.

Bijlage 1: Vermelding parkeergelegenheid in NHC

1701. Eigen parkeergelegenheid bij het hotel.

In deze norm gaat het om eigen parkeergelegenheid zeer nabij het hotel en niet om een openbare gelegenheid of om een overdekte parkeergarage. Deze parkeermogelijkheid moet in de hotelinformatie in de kamer zijn opgenomen. De afstand tot het hotel mag maximaal 5 minuten lopen of 400 meter zijn.

1702. Eigen parkeergelegenheid bij het hotel, voldoende voor minimaal 25% van totale aantal kamers.

In deze norm gaat het om eigen parkeergelegenheid zeer nabij het hotel en niet om een openbare gelegenheid of om een overdekte parkeergarage. Deze parkeermogelijkheid moet in de hotelinformatie in de kamer zijn opgenomen. De afstand tot het hotel mag maximaal 5 minuten lopen of 400 meter zijn.

1703. Eigen parkeergarage.

In deze norm gaat het om een overdekte eigen parkeervoorziening zeer nabij het hotel. Het gaat om een parkeergarage van het hotel. Buiten het hotel moet de locatie van de parkeergarage duidelijk zichtbaar zijn aangegeven. Het mag hierbij overigens ook gaan om gereserveerde en als zodanig gemarkeerde parkeerplaatsen in een zeer nabij gelegen openbare parkeergarage, mits de locatie van de garage ook buiten het hotel duidelijk is aangegeven. Deze parkeermogelijkheid moet in de hotelinformatie in de kamer zijn opgenomen. De afstand tot het hotel mag maximaal 5 minuten lopen of 400 meter zijn.

1704. Eigen parkeergarage bij het hotel, voldoende voor minimaal 25% van het totale aantal kamers.

In deze norm gaat het om een overdekte eigen parkeervoorziening zeer nabij het hotel. Het gaat om een parkeergarage van het hotel. Buiten het hotel moet de locatie van de parkeergarage duidelijk zichtbaar zijn aangegeven. Het mag hierbij overigens ook gaan om gereserveerde en als zodanig gemarkeerde parkeerplaatsen in een zeer nabij gelegen openbare parkeergarage, mits de locatie van de garage ook buiten het hotel duidelijk is aangegeven. Deze parkeermogelijkheid moet in de hotelinformatie in de kamer zijn opgenomen. De afstand tot het hotel mag maximaal 5 minuten lopen of 400 meter zijn.

1705. Permanente parkeerassistentie.

Bij aankomst en vertrek bij het hotel is voortdurend parkeerassistentie voor gasten beschikbaar. Dit geldt niet noodzakelijkerwijs voor zalengasten e.d.

Bijlage 2: Deelnemers aan het onderzoek

Ingrid van Veen	Crowne Plaza Amsterdam-South
Caroline Receveur	Doubletree by Hilton
Daniel Kaan	Mövenpick
Peter Holirook	Ibis Hotel Stopera
Bart van den Hauten	NH Tropen
Benjamin Tam	Art Hotel West
Sebastiaan van Rijgersma	Eden Manor Hotel
Dagmar Daniëls-Gielens	NH Galaxy
Piet Boogert	Lloyd Hotel