



Horwath HTL™

Hotel, Tourism and Leisure

Toetsing
Uitbreidingsplan Hotel
Mastbosch

6 JANUARI 2020

**Toetsing
Uitbreidingsplan
Hotel Mastbosch**



Hilversum, 6 januari 2020
Drs. E.G. Hoogendoorn MRICS RV
M.C. van Bruggen

Hotel Mastbosch

De heer P.J.M. Werther
Burg. Kerstenslaan 20
4837 BM BREDA

Hilversum, 6 januari 2020

Geachte heer Werther,

Hierbij hebben wij het genoegen u de rapportage aan te bieden aangaande de beoordeling van het uitbreidingsplan voor Hotel Mastbosch. Deze studie is uitgevoerd in overeenstemming met ons voorstel d.d. 31 juli 2019 en uw opdrachtbevestiging d.d. 8 augustus 2019.

Alhoewel de in het rapport opgenomen schattingen met zorg zijn opgesteld op basis van ons onderzoek en de informatie welke op het moment van de studie aan ons ter beschikking werd gesteld, kunnen wij geen garanties geven voor de realisatie ervan. Geen rekening is gehouden met de gevolgen van mogelijke verstoringen voortkomende uit wijzigingen in het politieke of economische beleid in Nederland, de rest van Europa of elders. Zoals gebruikelijk met betrekking tot marktonderzoek dienen onze conclusies te worden beschouwd als geldig voor een beperkte tijdsperiode en dienen ze te worden onderworpen aan regelmatige herziening.

Dit rapport is opgesteld ten behoeve van de voorlichting van onze cliënt. Het is niet toegestaan dat deze rapportage wordt gepubliceerd, overgenomen of geciteerd, noch gedeeltelijk noch in zijn geheel, zonder onze voorafgaande goedkeuring, welke redelijkerwijs niet zal worden onthouden.

Wij hebben de samenwerking met u bij de voorbereiding van dit rapport bijzonder op prijs gesteld en zijn gaarne bereid nadere toelichting te geven.

Hoogachtend,
HORWATH HTL



Drs. Ewout G. Hoogendoorn

Inhoudsopgave

1	ACHTERGROND, DOEL EN METHODE VAN AANPAK.....	5
1.1	ACHTERGROND	5
1.2	METHODE VAN AANPAK.....	5
2	INTRODUCTIE VAN HOTELLOCATIE EN -PRODUCT	6
2.1	LOCATIE.....	6
2.1.1	<i>Ginneken.....</i>	6
2.1.2	<i>Mastbos.....</i>	7
2.2	BESTAAND HOTEL	8
2.2.1	<i>Het pand</i>	8
2.2.2	<i>Ambitieniveau, positionering en sterrenclassificatie</i>	9
2.2.3	<i>Hotelkamers.....</i>	10
2.2.4	<i>F&B en vergaderfaciliteiten</i>	10
2.2.5	<i>Overige faciliteiten.....</i>	11
2.3	UITBREIDINGSPLANNEN	12
2.3.1	<i>Het pand</i>	12
2.3.2	<i>Ambitieniveau, positionering en sterrenclassificatie</i>	13
2.3.3	<i>Hotelkamers.....</i>	13
2.3.4	<i>F&B en vergaderfaciliteiten</i>	14
2.3.5	<i>Overige faciliteiten.....</i>	14
2.4	HERPOSITIONERING	14
2.4.1	<i>Vitaliteit</i>	14
2.4.2	<i>Naamvoering en historie</i>	15
2.4.3	<i>Doelgroepen</i>	16
2.4.4	<i>Kameraanbod en faciliteiten</i>	17
3	TOETSING LADDER DUURZAME VERSTEDELIJING	18
3.1	KWANTITATIEVE BEHOEFTEANALYSE	18
3.2	KWALITATIEVE BEHOEFTEANALYSE	18
3.2.1	<i>Afwegingen met betrekking tot locatie</i>	18
3.2.2	<i>Afwegingen met betrekking tot concept</i>	19
4	TOETSING NIEUWE HOTELINITIATIEVEN GEMEENTE BREDA	20
4.1	TOETSINGSCriteria	20
4.2	TOETSING	20
4.2.1	<i>Marktvraag.....</i>	20
4.2.2	<i>Bijzonder karakter</i>	21
4.2.3	<i>Locaties.....</i>	21

1 Achtergrond, doel en methode van aanpak

Dit hoofdstuk is bedoeld om inzicht te geven in de achtergrond en het doel van het onderzoek. Daarnaast zijn de wijze waarop het onderzoek is verricht en de wijze waarop de rapportage is opgebouwd toegelicht.

1.1 Achtergrond

Op 18 mei 2017 is de Beleidsnotitie Hotelvisie gemeente Breda vastgesteld door de gemeenteraad. Het beleid is 19 mei 2017 van kracht geworden. Om de markt niet “op slot” te zetten is besloten een tijdelijke overdimensionering toe te laten, mits de nieuwe hotelkamers een kwalitatieve meerwaarde bieden. In de hotelvisie is daarom besloten het aantal hotelinitiatieven te limiteren en de initiatieven te beoordelen aan de hand van een toetsingskader, dat is beschreven in de Beleidsnotitie. De gemeente Breda heeft Horwath HTL op 8 augustus 2019 opdracht gegeven voor een nieuw behoefteonderzoek naar de hotelmarkt in de regio Breda.

Op 13 juli 2017 is het bestemmingsplan vastgesteld voor de geplande uitbreiding van het viersterren Hotel Mastbosch, gelegen aan de Kerstenslaan 20 te Breda. Het plan omvat de uitbreiding met 53 nieuwe kamers tot in totaal 100 kamers, alsmede een zwembad, sauna en fitnessruimte en de herinrichting en uitbreiding van het parkeerterrein.

Hotel Mastbosch heeft Horwath HTL nu opdracht verstrekt voor de beoordeling van het uitbreidingsplan in het kader van de Ladder duurzame verstedelijking en het toetsingskader van de gemeente Breda.

1.2 Methode van aanpak

In deze rapportage wordt, aanvullend en voortbouwend op het hotelmarktonderzoek in opdracht van de gemeente Breda, het uitbreidingsplan van Hotel Mastbosch getoetst.

Horwath HTL heeft het uitbreidingsplan van Hotel Mastbosch getoetst aan zowel de Ladder voor duurzame verstedelijking als de toetsingscriteria van de hotelvisie.

Voor de kwantitatieve toetsing wordt uitgegaan van de harde plancapaciteit en de nieuwe projecties ten aanzien van de toekomstige behoefte aan hotelkamers, zoals geanalyseerd in het hotelmarktonderzoek.

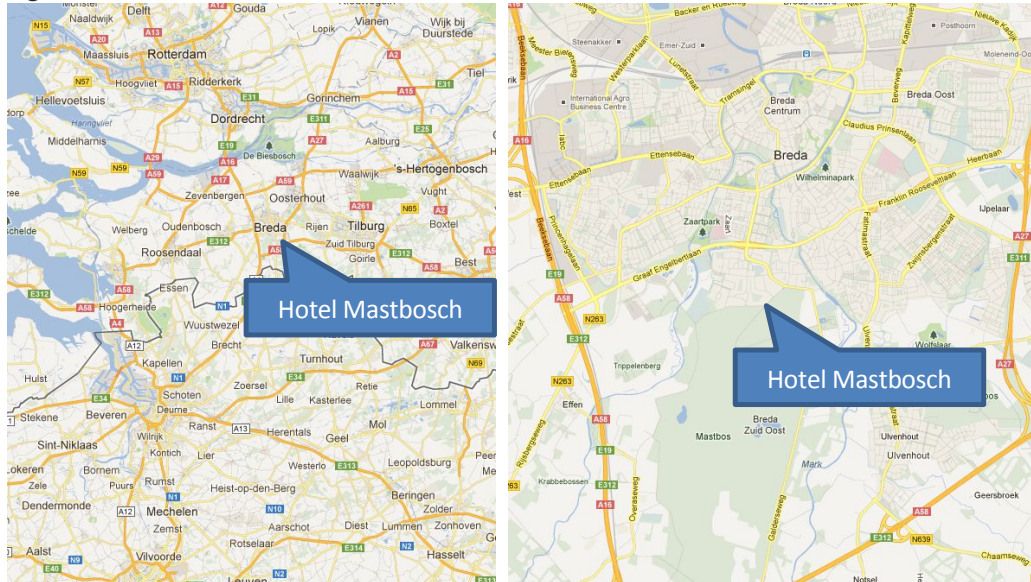
Kwalitatief wordt getoetst hoe het plan van Hotel Mastbosch zich onderscheidt ten opzichte van de huidige en toekomstige markt. Hierbij wordt gebruik gemaakt van de kwalitatieve analyses van het bestaande hotelaanbod en de harde plancapaciteit in de regio. Op basis hiervan wordt bepaald in hoeverre het uitbreidingsplan een eigen vraag zal genereren ten opzichte van dat – kwalitatieve – aanbod.

2 Introductie van hotellocatie en -product

2.1 Locatie

Hotel Mastbosch is gelegen aan de rand van Breda en het Mastbos in het zuidwesten van Noord-Brabant, op 12,5 kilometer van de Belgische grens. Het hotel ligt op de rand van de wijk Ruitersbos en het voormalige dorp Ginneken. Onderstaande figuur geeft de ligging van Breda aan en de locatie van Hotel Mastbosch.

Figuur 1. Locatie Hotel Mastbosch



Bron: GoogleMaps

Dankzij de ligging van Hotel Mastbosch, aan de rand van Breda nabij de snelwegen A16, A27 en A50, is het hotel goed bereikbaar per auto en openbaar vervoer.

2.1.1 Ginneken

Ginneken is ontstaan als nederzetting aan de rivier de Mark. In 1317 werd Ginneken een zelfstandige parochie, afgesplitst van de parochie van Gilze. In 1795 werd Ginneken een municipaliteit en in 1814 werd deze, samen met Bavel, omgevormd tot de gemeente Ginneken en Bavel. Tot het in 1942 werd geannexeerd door Breda was Ginneken een afzonderlijk dorp.

In 1884 werd de paardentram geopend van station Breda naar Ginneken. Nu het dorp per spoor vanuit heel Nederland bereikbaar was kreeg Ginneken een toeristische functie, met verschillende hotels en pensions die inspeelden op de aantrekkingskracht van het dal van de Mark en het Mastbos. In 1893 werd tegenover het Mastbos het kuuroord Bad Wörishofen geopend, later ook bekend als Bad Ginneken. Het kuuroord volgde het principe van de koudwatermethode van pastoor Sebastian Kneipp. Patiënten van de badinrichting werden onder meer gestimuleerd wandelingen in het Markdal te maken, of als arbeidstherapie het houthakken te beoefenen in het Mastbos. Het kuuroord trok jaarlijks duizenden patiënten en maakte van het Ginneken een internationaal bekende

badplaats.¹ Bij een ‘vergissingsbombardement’ door de geallieerden op 13 oktober 1944 werd het kuuroord Bad Wörishofen vernietigd. Hierbij kwamen 27 patiënten en personeelsleden om het leven. In 2014 is op de Duivelsbrug in Ginneken een plaquette onthuld ter nagedachtenis aan de slachtoffers.² Het kuuroord is nooit herbouwd.

Nog altijd wordt de Ginnekenmarkt gekenmerkt door cafés, terrasjes en winkels. Een deel van Ginneken is een beschermd stadsgezicht. De Ginnekenmarkt is een pleisterplaats voor diverse fiets- en wandelroutes door onder meer het voormalige dorp, het Markdal en het Mastbos. Het groene Markdal, vernoemd naar de meanderende rivier de Mark, is een geliefde spot voor natuurliefhebbers, wandelaars en fietsers. Het Markdal strekt zich uit van Breda tot aan de grens met België. Tussen de wijk het Ginneken en Kasteel Bouvigne is een wandelgebied dat beheerd wordt door Staatsbosbeheer.³

2.1.2 Mastbos

Het 500 jaar oude Mastbos is een statig bos met een interessante geschiedenis en een afwisselend landschap. Het bos wordt gekenmerkt door oeroude dennen, zomereiken, statige lanen, vijvers, beken en vennetjes, een speelbos en landgoed Bouvigne. Het landgoed Bouvigne ligt aan de rand van het Mastbos. De kasteeltuinen zijn dagelijks toegankelijk voor publiek. Door het bos liggen verschillende fiets- en wandelroutes, waaronder een historische route, een belevingsroute en een rollatorroute.

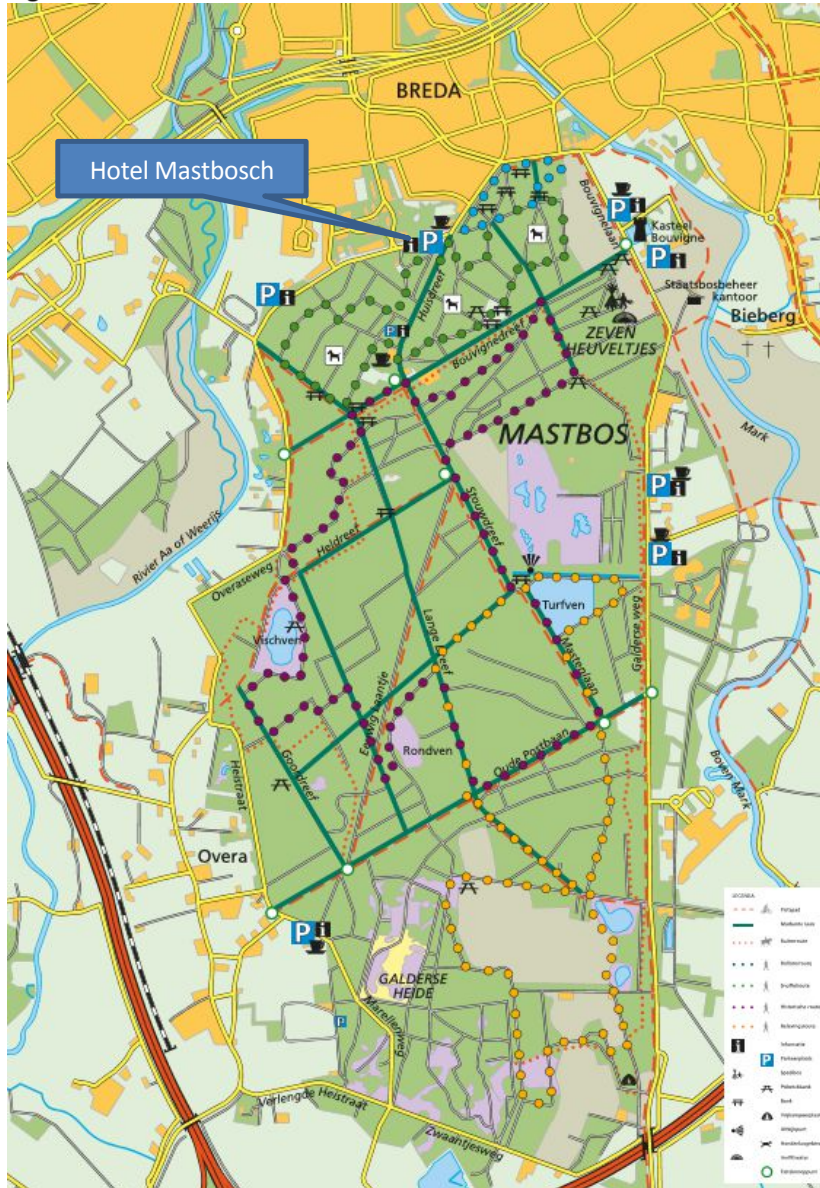
Het Mastbos is in 1505 aangelegd in opdracht van Graaf Hendrik III van Nassau-Breda. Het gebied werd vroeger gebruikt als jachtgebied voor de ‘Heeren van Oranje’. Het hout uit het bos werd onder meer gebruikt voor de bouw van het kasteel van Breda, voor de Spaanse vloot en voor de masten van VOC schepen. Het Mastbos was tot 1889 in het bezit van het koningshuis, en sindsdien van Staatsbosbeheer. Inmiddels is het uitgegroeid tot een gebied van 600 hectare.

¹ Bron: Gemeente Breda, Erfgoedweb / website Heemkundekring Paulus van Daesdonck

² Bron: Artikel Omroep Brabant d.d. 12 oktober 2014

³ Bron: website Stichting BIZ Ginneken, Wikipedia

Figuur 2. Fiets- en wandelroutes Mastbos



Bron: Stichting BIZ Ginneken

2.2 Bestaand hotel

2.2.1 *Het pand*

Hotel Mastbosch bestaat sinds 1897, toen het werd gebouwd om een overnachtingsmogelijkheid te creëren nabij het Mastbos. Het is gestart met 25 kamers en een eetzaal. Eind jaren 60 werd het hotel uitgebreid met twee vleugels, waar in de jaren 70 en 80 kamers op gebouwd werden.

In 1997 werd het hotel na een faillissement overgenomen door de huidige eigenaren en verbouwd, waarbij het huidige Grand Café Heeren van Oranje werd gerealiseerd.

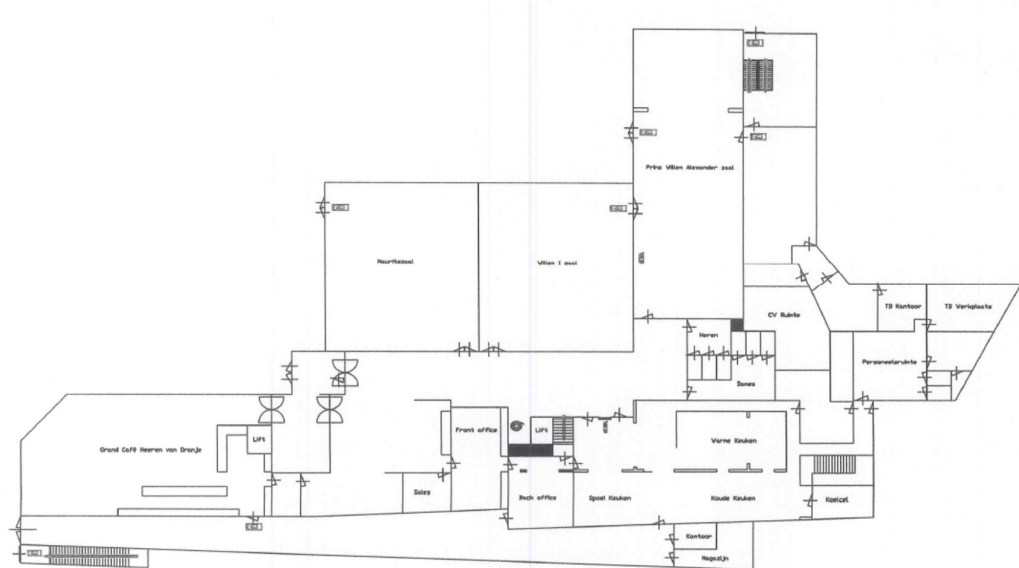
Het pand omvat nu, naast het genoemd Grand Café, 8 vergaderzalen, waarvan 3 op de begane grond en 5 op de derde etage. Het hotel heeft 47 hotelkamers in gebruik. Daarnaast zijn 7 kamers out of order of in gebruik als tijdelijke opslag, waarmee het huidige hotel in potentie 54 kamers heeft.

Figuur 3. Hotel Mastbosch – huidige situatie



Bron: Hotel Mastbosch

Figuur 4. Hotel Mastbosch – huidige plattegrond



Bron: Hotel Mastbosch

2.2.2 Ambitieniveau, positionering en sterrenclassificatie

Hotel Mastbosch is gepositioneerd als een modern viersterren hotel met een sfeervolle historische ambiance. Het hotel is gericht op zowel zakelijke gasten als toeristen. Voor de toeristische markt profileert het zich op de locatie aan de rand van het Mastbos, met de mogelijkheden voor wandelingen en activiteiten, alsmede op de nabijheid van het centrum van Breda. Voor de zakelijke markt richt het hotel zich enerzijds op bedrijven in de regio, met name in Breda, en op de conferentiemarkt.

Hotel Mastbosch heeft een viersterrenclassificatie conform de Europese Hotel Classificatie.⁴

2.2.3 Hotelkamers

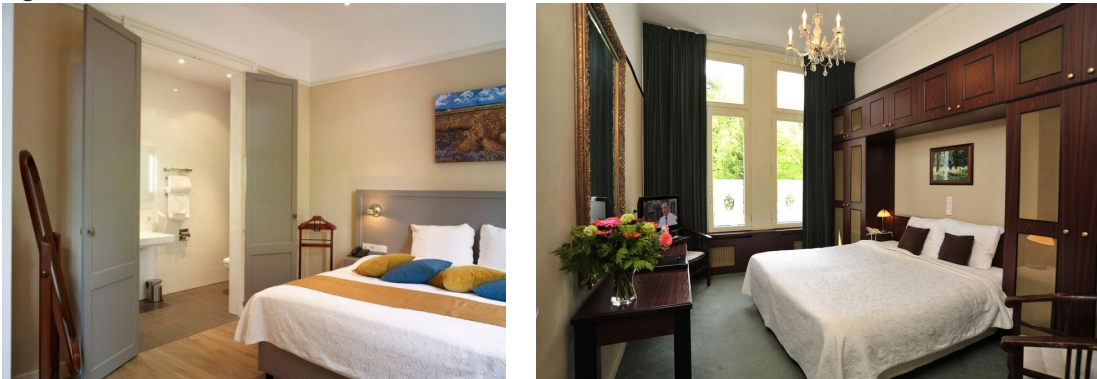
Het hotel heeft momenteel 47 hotelkamers in gebruik. Onderstaande tabel geeft de verdeling van de kamers weer.

Tabel 1. Huidige kamerverdeling Hotel Mastbosch

Kamertype	Aantal
Eenpersoons	17
Standaard tweepersoons	16
Deluxe tweepersoons	9
Business suite	3
Bruidsuite	2
Totaal kamers	47

Bron: Hotel Mastbosch

Figuur 5. Hotel Mastbosch – hotelkamers



Bron: Hotel Mastbosch

Naast de 47 kamers in gebruik, zijn nog 7 kamers out of order; de renovatie van deze kamers is uitgesteld om samen te vallen met de totale uitbreiding. Een deel van deze kamers is in gebruik als tijdelijke opslag voor de geplande uitbreiding.

2.2.4 F&B en vergaderfaciliteiten

Grand Café Heeren van Oranje serveert koffie, lunch, diner en drankjes. Het restaurant profileert zich op historische grandeur, mede dankzij de antieke bar en antieke plafondventilators. Het restaurant heeft een groot terras op het zuiden, met uitzicht over het bos.

⁴ Bron: Hotelsterren.nl

Figuur 6. Grand Café Heeren van Oranje



Bron: Hotel Mastbosch

Het huidige Hotel Mastbosch biedt 3 vergaderzalen op de begane grond, en 5 op de derde etage.

Tabel 2. Huidige zaalruimte Hotel Mastbosch

Zaal	Locatie	Opp.	Capaciteit		
			Theater	Receptie	Carré/Blok
Pr. Willem Alexander	BG	98 m ²	125	125	52
Maurits	BG	90 m ²	-	60	-
Willem I	BG	90 m ²	-	85	-
Van Gogh	3 ^e	66 m ²	40	-	32
Jan Steen	3 ^e	56 m ²	40	-	20
Jeroen Bosch	3 ^e	42 m ²	-	-	18
Rembrandt	3 ^e	35 m ²	-	-	14
Vermeer	3 ^e	30 m ²	-	-	8
Totaal		507 m²			

Bron: Hotel Mastbosch

Figuur 7. Vergaderzalen Hotel Mastbosch



Bron: Hotel Mastbosch

2.2.5 Overige faciliteiten

Bij het hotel worden fietsen en elektrisch ondersteunende fietsen verhuurd. Naast het hotel ligt een openbaar parkeerterrein met 65 plaatsen.

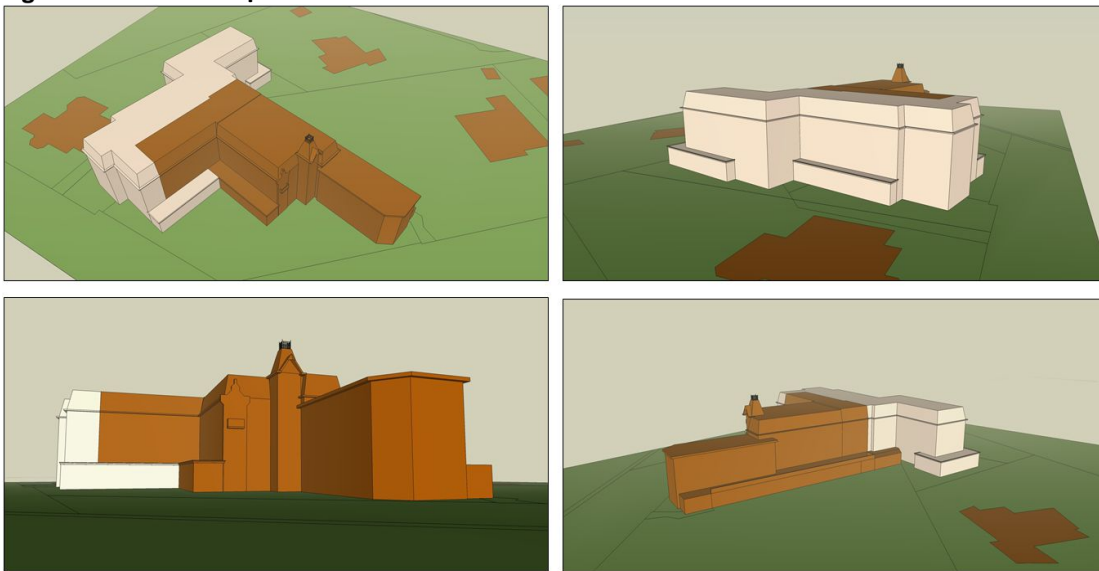
2.3 Uitbreidingsplannen

2.3.1 *Het pand*

De plannen zijn om het hotel uit te breiden van 47 naar 100 ruime hotelkamers en suites. In de nieuwbouw worden 50 kamers gerealiseerd, terwijl in de bestaande bouw 18 kamers komen te vervallen, inclusief alle eenpersoonskamers, en 21 nieuwe kamers zullen worden gerealiseerd.

Daarnaast zal Hotel Mastbosch na de verbouwing beschikken over 7 banqueting zalen, een business centre met aparte ingang en een wellness centre met onder meer zwembad, jacuzzi, sauna, fitness en behandelkamers. Om de plannen te realiseren is het naastgelegen pand, een woonhuis, inclusief de bijbehorende grond aangekocht.

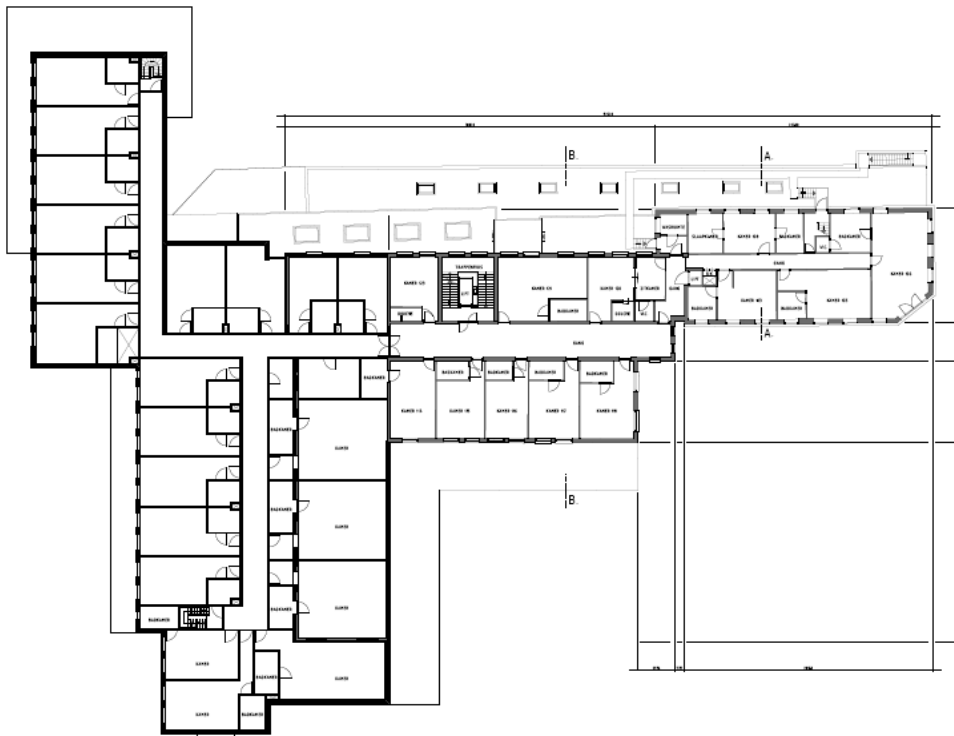
Figuur 8. 3D impressiebeelden nieuwe situatie



Bron: Architectenburo Van Schendel / Bestemmingsplan Ruitersbos, Burg. Kerstenslaan 20 (Hotel Mastbosch)

De uitbreiding zal worden gerealiseerd door nieuwbouw tegen het bestaande pand aan, deels voor en deels langs de bestaande bebouwing.

Figuur 9. Plattegrond uitbreiding Hotel Mastbosch



Bron: Architectenburo Van Schendel, 20 juni 2016

De nieuwbouw omvat in totaal 50 hotelkamers, verdeeld over de 1^e, 2^e en 3^e etage. In de bestaande bouw worden 18 kamers gesloopt en 21 nieuwe kamers gerealiseerd, waarmee het totaal aantal kamers op 100 komt. Daarnaast wordt in het souterrain een fitnessruimte gerealiseerd van 200 m², plus opslagruimte en fietsenstalling. Op de begane grond worden een zwembad en wellness gerealiseerd alsmede vergaderruimtes, toiletten en serviceruimten. In totaal wordt 3.662 m² nieuwe oppervlakte gerealiseerd, en wordt in de bestaande bouw circa 708 m² gerenoveerd.

2.3.2 Ambitieniveau, positionering en sterrenclassificatie

Het hotel zal na de uitbreiding worden gepositioneerd als onafhankelijk, uniek hotel, zonder de branding van een hotelketen, onder de naam Parkhotel Mastbosch.

Door nieuwe, grotere kamers te realiseren, deels in plaats voor de kleinere single kamers, wordt beoogd het gehele hotel op een hoger niveau te tillen. Gemikt wordt op een viersterren-plus niveau.

2.3.3 Hotelkamers

In de nieuwbouw en de bestaande bouw worden in totaal 71 nieuwe kamers gerealiseerd: 57 kamers van 32 m², 3 kamers van 60 m² en 11 kamers van 24 m². Tegelijkertijd komen 18 kamers in de bestaande bouw te vervallen, inclusief alle eenpersoonkamers. Het totaal aantal hotelkamers wordt in de nieuwe situatie uitgebreid naar 100, zoals weergegeven in de onderstaande tabel.

Tabel 3. Wijziging kamerverdeling Hotel Mastbosch

Kamertype	Huidig	Toekomstig		
		Bestaand	Nieuw	Totaal
Eenpersoons	17	-	-	-
Standaard tweepersoons	16	15	11	26
Deluxe tweepersoons	9	9	57	66
Suites	5	5	3	8
Totaal kamers	47	29	71	100

Bron: Hotel Mastbosch

Met zeer ruime kamers van overwegend 32 m², kan Hotel Mastbosch zich naar verwachting positioneren aan de bovenkant van de markt. De kamers zijn aanzienlijk ruimer dan de bestaande kamers van zowel het huidige Hotel Mastbosch als de bestaande hotels in Breda.

2.3.4 F&B en vergaderfaciliteiten

Grand-Café Heeren van Oranje blijft ongewijzigd in de nieuwe situatie. In de nieuwe situatie telt het hotel 7 vergaderzalen/boardrooms, met de mogelijkheid om er één grote zaal van te maken.

2.3.5 Overige faciliteiten

Het openbare parkeerterrein zal worden uitgebreid van de huidige 65 plaatsen naar 125 plaatsen.

In de nieuwbouw wordt een wellness centre gerealiseerd met onder meer zwembad, jacuzzi, sauna, fitness en behandelkamers. Deze zal gratis toegankelijk zijn voor hotelgasten.

2.4 Herpositionering

Met de geplande uitbreidingsplannen zal Hotel Mastbosch ook geherpositioneerd worden, om aan te sluiten op de huidige en toekomstige mogelijkheden in de markt. De beoogde herpositionering is beschreven in het Marketingplan Hotel Mastbosch d.d. 11 september 2017. In deze paragraaf wordt ingegaan op de belangrijkste elementen uit het marketingplan.

2.4.1 Vitaliteit

De vitaliteit van de mens staat centraal in het concept van Hotel Mastbosch. Dit uit zich onder meer in:

- Voeding, therapieën, verblijf en beweging
- Aandacht voor gasten met lichamelijke of zintuiglijke beperking
- Biologische keuken
- Aandacht voor dieet, maaltijden, beweging
- Voorzieningen wellness, zwembad en sport

2.4.2 *Naamvoering en historie*

Vooruitlopend op de uitbreidingsplannen heeft Hotel Mastbosch het franchisecontract met Golden Tulip beëindigd. Door volledig zelfstandig te opereren, onder haar eigen naam, kan een uniek concept worden neergezet zonder enige restricties van een franchiseonderneming. Na de uitbreiding zal het hotel opereren onder de naam *Parkhotel Mastbosch*. Het hotel onttrekt zich hiermee aan de uniformiteit van de grotere hotelketens en presenteert zich veel meer als een individueel hotel met een unieke locatie en uitstraling.

Hotel Mastbosch en haar omgeving hebben een zeer rijke historie, welke meer naar voren zal worden gebracht in het concept. Het Mastbos is in 1505 aangelegd in opdracht van Graaf Hendrik III van Nassau-Breda. Het gebied werd vroeger gebruikt als jachtgebied voor de 'Heeren van Oranje'. Het hout uit het bos werd onder meer gebruikt voor de bouw van het kasteel van Breda, voor de Spaanse vloot en voor de masten van VOC schepen. Het Mastbos was tot 1889 in het bezit van het koningshuis, en sindsdien van Staatsbosbeheer. Inmiddels is het uitgegroeid tot een gebied van 600 hectare.

Hotel Mastbosch, gelegen tegenover het Mastbos, is in 1897 opgericht met 25 kamers. In 1997 is het overgenomen door de huidige eigenaren, die het hebben uitgebreid tot de huidige 47 hotelkamers.

Figuur 10. **Historie Hotel Mastbosch, ca. 1900**



Bron: Hotel Mastbosch

Na de verbouwing zal het hotel de historische uitstraling benadrukken middels een inrichting in vintage stijl, waarin de historische aspecten van het gebouw en haar omgeving naar voren komen, en aansluiten op de bosrijke omgeving. In tegenstelling tot de behoefte bij veel hotels om zich te vernieuwen of verhippen, is een belangrijk aspect bij het concept van Parkhotel Mastbosch het behoud van het bestaande en de focus op de geschiedenis en het erfgoed van zowel het hotel als de omgeving.

Door middel van storytelling wordt een focus gelegd op de historie en locatie van Hotel Mastbosch, het Ginneken en de vroegere rol als internationaal bekend kuuroord. Het begrip storytelling houdt in, dat je een bepaald onderwerp in verhaalvorm uitlegt. De rijke historie van Hotel Mastbosch, kuuroord Ginneken en het Mastbos bieden hier ruimschoots aanknopingspunten voor.

2.4.3 Doelgroepen

Rekening houdend met de veranderende samenleving richt Hotel Mastbosch zich in de nieuwe situatie op nieuwe doelgroepen. De doelgroepen zijn beschreven in het Marketingplan Hotel Mastbosch d.d. 11 september 2017.

Leisure

De locatie van Hotel Mastbosch leidt tot een unieke propositie voor de leisure gast. Dankzij de ligging biedt het hotel zowel mogelijkheden voor sporten of wandelen in het bos, als voor bezoeken aan het stadscentrum of het dorp Ginneken. De beoogde wellnessvoorzieningen en het restaurant met een regionale, biologische keuken sluiten hier op aan.

Specifiek wordt gericht op de doelgroepen van Kosmopolieten, Opwaarts mobilen, 50+ en Pensionada's en Millennials. Het zijn doelgroepen die een groei laten zien in de Nederlandse samenleving, en die aansluiten op het product, de services en het gewenste imago van Hotel Mastbosch. De marketing wordt afgestemd op de doelgroepen om deze zo efficiënt en goed mogelijk te bereiken. Hierbij wordt onder meer gekozen voor specifieke media, netwerken en reclames die aansluiten op de betreffende doelgroepen en het concept van Hotel Mastbosch. Zo speelt de historische uitstraling van het pand en het concept, in combinatie met storytelling, in op de interesse voor kunst en cultuur van Kosmopolieten en Opwaarts mobilen.

Senioren, Pensionada's en Mindervaliden

Hotel Mastbosch zal een laagdrempelig hotel worden, volledig toegankelijk ook voor de mindervalide gast. In de ontwikkeling van het nieuwe concept is ervoor gekozen om de faciliteiten te spiegelen aan de samenleving. Met de verwachte vergrijzing en bijbehorende (lichamelijke) beperkingen in mobiliteit in gedachten, worden de nieuwbouw en de openbare ruimtes volledig toegankelijk gemaakt. Ook de mogelijkheden voor wandelen, fietsen en anderszins genieten van de bosrijke en historische omgeving bieden een duidelijke meerwaarde voor deze doelgroep.

Het hotel wordt aangepast op gasten met een zintuiglijke of motorische beperking. Dit uit zich onder meer in duidelijke bewegwijzering (in tekst en in braille) door het gehele hotel en in de directe omgeving, in rookmelders geschikt voor doven en slechthorenden en draadloze deurbellen voorzien van lichtflits. De gangen in en rond het hotel zullen beschikken over geleidelijnen voor gasten met een visuele beperking. Bij de receptie worden geluidsboeken en e-boeken verhuurd. Ook de geplande wellness is geschikt voor mindervalide gasten.

Bestaande gasten

Het nieuwe concept van Parkhotel Mastbosch sluit echter ook nog altijd goed aan op de bestaande doelgroepen en gasten van het hotel, die in sommige gevallen al generaties lang terugkomen. Hotel Mastbosch heeft een grote bekendheid zowel binnen als buiten de stad, dankzij de unieke ligging en uitstraling. De hernieuwde focus op historie en beleving past ook naadloos bij deze bestaande doelgroepen.

2.4.4 Kameraanbod en faciliteiten

De hotelkamers zullen voor elke gast toegankelijk worden. Door middel van achtergrondmuziek, geur, temperatuur en verlichting worden de kamers aangepast naar de wens van de gast. De kamers worden met nieuwe technieken ingericht, met het oog op het realiseren van een optimale nachtrust. Ook worden de kamers voorzien van hoge kwaliteit bedden en extra verduisterende gordijnen. De gast zal bij het boeken reeds de voorkeuren aan kunnen geven, inclusief de inhoud van de minibar.

Voor de zorgbehoevende of mindervalide gast worden kamers voorzien van extra faciliteiten om de benodigde zorg te kunnen uitoefenen. De reguliere zorg bestaande uit verzorgend personeel, de benodigde extra voorzieningen/apparatuur en de daaruit voortkomende administratieve handelingen zullen worden uitbesteed aan een regionale thuiszorgorganisatie. In het hotel worden behandelruimtes gerealiseerd, die zullen worden verhuurd aan behandelaars.

Bij de inrichting van de fitnessruimte en het zwembad wordt rekening gehouden met gasten met een revalidatievraag, waarvoor ook faciliteiten zullen worden gecreëerd. Daarnaast zullen enkele therapieën worden ontwikkeld zoals men die in Duitse kuuroorden ook kent.

Ook de zalen zullen naar wens aanpasbaar zijn, met verschuifbare wanden maar ook met moderne technische apparatuur zoals projectoren die de mogelijkheid bieden de sfeer van de ruimte aan te passen aan het gezelschap.

3 Toetsing Ladder duurzame verstedelijking

3.1 Kwantitatieve behoefteanalyse

De gemeente Breda heeft Horwath HTL op 8 augustus 2019 opdracht gegeven voor de actualisatie van de hotelstudie. In de studie is, aan de hand van een locatie- en omgevingsanalyse, aanbodanalyse en vraaganalyse, de actuele kwantitatieve en kwalitatieve behoefte geanalyseerd.

De potentiële marktruimte in het CEBUCO-gebied Breda is gecalculeerd op circa 509-646 hotelkamers in 2024 en circa 904-1.313 hotelkamers in 2029. De onbenutte harde plancapaciteit is 1.317 hotelkamers, waardoor ook in het groeiscenario tot 2029 geen resterende marktruimte zou ontstaan.

De harde plancapaciteit wordt echter voor een belangrijk deel gevormd door 720 units van de geplande City Campus Breda, die gericht zullen zijn op mensen die er langere tijd willen verblijven, waaronder (internationale) studenten, medisch specialisten en expats.

Wanneer wordt aangenomen dat de geplande 720 units van Breda City Campus voor 80% wordt gevuld door eigen, nieuw te genereren vraag, ontstaat meer marktruimte in de kwantitatieve analyses. In het basisscenario is, rekening houdend met de overige harde plancapaciteit in de regio, in 2029 dan een resterende marktruimte van 163 hotelkamers. In het groeiscenario neemt de resterende marktruimte in 2029 toe tot 572 hotelkamers. De resterende marktruimte kan verder toenemen wanneer blijkt dat ook een deel van de overige harde plancapaciteit een eigen additionele vraag kan genereren.

Rekening houdend met de verwachte eigen vraag die wordt gegenereerd door de Breda City Campus, is de berekende ruimtevrage in de regio Breda hiermee aantoonbaar meer dan de beoogde uitbreiding met 53 hotelkamers van Hotel Mastbosch.

Al het voorgaande in overweging nemende kan worden geconcludeerd dat er vanuit een kwantitatief oogpunt behoefte is aan de 53 aanvullende hotelkamers van Hotel Mastbosch.

3.2 Kwalitatieve behoefteanalyse

3.2.1 *Afwegingen met betrekking tot locatie*

In Nederland bestaat de grootste behoefte aan hotels die het meest voldoen aan de volgende locatiekwaliteiten:

- meerdere en verschillende zakelijke attracties van enige omvang in een straal van circa twintig autominuten
- meerdere en verschillende toeristische attracties van enige omvang in een straal van circa twintig autominuten
- goede bereikbaarheid per auto, inclusief voldoende parkeergelegenheid in een straal van maximaal ongeveer vijf wandelminuten, het liefst door een ligging in een straal van tien autominuten van een afrit/oprit van een snelweg
- goede bereikbaarheid per openbaar vervoer, het liefst door een ligging in een straal van vijf wandelminuten van een treinstation
- levendige centrumlocatie of juist rustgevende natuurlocatie
- veilige omgeving

Hotel Mastbosch heeft een unieke ligging op de rand van de stad Breda en het Mastbos. Hiermee ligt het hotel in bereik van zowel de zakelijke en toeristische attracties van de stad en het centrum van Breda, als de rust en ontspanningsmogelijkheden van de natuurlijke omgeving. Het bestaande Hotel Mastbosch is goed bereikbaar per openbaar vervoer en per auto. De benodigde parkeervoorzieningen zijn opgenomen in het uitbreidingsplan.

De beoogde uitbreiding sluit daarmee aan op de benoemde locatiekwaliteiten.

3.2.2 Afwegingen met betrekking tot concept

Met de geplande uitbreiding van Hotel Mastbosch, krijgt het hotel ook een bijstelling van het concept en de positionering.

Kernwoord voor het nieuwe concept voor Hotel Mastbosch is vitaliteit. In aansluiting op de doelgroep van Senioren, Pensionada's en Mindervaliden wordt veel aandacht besteed aan de toegankelijkheid van het hotel voor gasten met lichamelijke of zintuiglijke beperking, maar ook voor de bredere doelgroepen is er een focus op voeding, beweging en sport. Het restaurant krijgt een biologische keuken met veel aandacht voor een gezond dieet. Hierbij wordt ook ingespeeld op de mogelijkheden voor sporten, fietsen en wandelen in het aangrenzende Mastbos. Bovendien krijgen hotelgasten gratis toegang tot het uitgebreide wellnesscentrum, met onder meer een zwembad, jacuzzi, sauna, fitness en behandelkamers.

In het nieuwe concept voor Hotel Mastbosch is meer aandacht voor de rijke historie van het hotel en de omgeving. De franchiseovereenkomst met Golden Tulip is opgezegd, waarmee een duidelijke keus is gemaakt weg bij het meer gestandaardiseerde product van de hotelketen, en voor een sterke eigen identiteit en belevingswaarde. In combinatie met de genoemde focus op vitaliteit wordt meer gericht op de leisure doelgroep, specifiek de opkomende doelgroepen van Kosmopolieten en Opwaarts Mobielen.

Met de focus op de eigen identiteit en historie sluit het beoogde hotelconcept aan bij de opkomende trends van beleving en storytelling. De focus op vitaliteit en wellness sluit niet alleen aan op de doelgroep van Senioren, Pensionada's en Mindervaliden, maar ook op de bredere trends van well-being en bewuster leven. Een hotel met wellnesscentrum van de omvang zoals gepland voor Hotel Mastbosch ontbreekt nog in Breda. Zorghotel Merlinde in Breda biedt een kleine privé-spa, maar geen grootschalige voorzieningen en heeft bovendien een sterke focus op de zorgfunctie van herstel en revalidatie. In de regio biedt Fletcher Hotel Trivium in Etten-Leur vergelijkbare voorzieningen. Sinds het hotel is overgenomen door hotelketen Fletcher ligt hier echter juist de focus op de ketenidentiteit, waarmee een heel ander karakter en uitstraling ontstaat dan de beoogde positionering van Hotel Mastbosch. Hetzelfde geldt voor Van der Valk Hotel Princenville, dat sinds 2015 op bescheiden schaal zwembad, wellness en fitness aanbiedt, maar dat met een snelweglocatie en een sterke branding door Van der Valk een duidelijk ander profiel heeft. Bovendien sluit het wellnesaanbod van Parkhotel Mastbosch op unieke wijze aan op de historie van het Mastbos en het Ginneken als internationaal bekend kuuroord Bad Wörishofen.

Met de focus op nieuwe doelgroepen en de bewuste keuze om in de positionering aan te sluiten bij de huidige trends en ontwikkelingen, biedt Hotel Mastbosch door middel van de geplande uitbreiding een kwalitatieve invulling aan de hotelfaciliteiten die nog niet wordt geboden in Breda en de regio, en die naar verwachting bijdraagt aan het genereren van een nadrukkelijke eigen, aanvullende vraag naar hotelkamers.

Op basis van de bovenstaande observaties kan worden geconcludeerd dat er vanuit een kwalitatief oogpunt behoefte is aan de beoogde uitbreiding van Hotel Mastbosch.

4 Toetsing nieuwe hotelinitiatieven gemeente Breda

4.1 Toetsingscriteria

De toetsingscriteria zijn onderdeel van het vigerende hotelbeleid en zijn door de gemeente Breda vastgelegd in de Beleidsnotitie Hotelvisie gemeente Breda, dat de gemeenteraad in zijn openbare vergadering van 18 mei 2017 heeft vastgesteld.

Als nieuwe initiatieven zich aandienen wordt het toetsingskader gebruikt om richting te geven aan de beoordeling van nieuwe initiatieven. De uitkomsten uit het onderzoek naar de hotelmarkt worden indicatief gebruikt. Veelal zal maatwerk nodig zijn om recht te doen aan de verwoorde ambities en belangen. Het toetsingskader kan alleen worden gehanteerd bij initiatieven waarvoor planologische medewerking is vereist.

Toetsingscriteria:

1. Marktvraag:

Onderbouwing door de initiatiefnemer waarom hij/zij van mening is dat hotelontwikkeling (nieuw initiatief / of vanuit bestaand hotel) extra vraag naar Breda trekt.

2. Bijzonder karakter:

Pand: (her-)gebruik erfgoedlocatie, of bijzondere nieuwbouw.

Concept: onderscheidend, uitzonderlijk, passend bij eventueel bijzonder profiel van omgeving

Aanvullende voorzieningen: onderscheidend en van voldoende omvang waardoor het eigen doelgroepen trekt die dit niet in andere hotels van de stad kunnen vinden.

Doelgroepen: gericht op een niche die nu onvoldoende wordt bediend (bv. modern aansprekend jongerenhotel).

3. Locaties:

Gebieden: Oudste deel (middeleeuwse kern) van de binnenstad heeft in principe de voorkeur omdat hier in de hotelstudie een gemis is geconstateerd. Daarnaast heeft herbestemming van bestaande panden in het buitengebied potentieel.

Nieuwe gebiedsontwikkelingen: Een hotelfunctie als onderdeel van een nieuwe gebiedsontwikkeling als het een waardevolle bijdrage levert aan de conceptuele invulling, levendigheid en dynamiek.

4.2 Toetsing

Op welke manier onderscheidt (het uitbreidingsplan van) hotel Mastbosch zich ten opzichte van het bestaande aanbod in Breda en regio? Onderbouw dit met het toetsingskader uit de hotelvisie, waarbij altijd het criterium 'in hoeverre creëert het een eigen vraag' dient te worden uitgewerkt.

4.2.1 Marktvraag

De marktvraag is onderzocht en beschreven in de toetsing aan de Ladder Duurzame Verstedelijking in het vorige hoofdstuk. Op basis van de kwalitatieve behoefteanalyse is geconcludeerd dat er voldoende marktvraag is voor de beoogde uitbreiding van Hotel Mastbosch, die bovendien verder ondersteund wordt door de invulling van het vernieuwde concept.

4.2.2 Bijzonder karakter

Pand: Hotel Mastbosch dateert uit 1897 en heeft daarmee een sterk karakter en bijzondere historie, die echter in de huidige opzet weinig nadruk krijgen. In het nieuwe concept is uitgebreid aandacht voor de historie van het hotel en de omgeving, waardoor het bijzondere karakter van het hotel wordt benadrukt.

Concept: Zoals beschreven in hoofdstuk 2 en hoofdstuk 3 krijgt Hotel Mastbosch na de uitbreiding een nieuw, meer persoonlijk en individueel concept en uitstraling. Enerzijds wordt met de positionering op eigen naam en de focus op de historie van hotel en omgeving een concept neergezet met een sterke identiteit en belevingswaarde. Anderzijds sluit de focus en positionering op vitaliteit niet alleen aan op de doelgroep van Senioren, Pensionada's en Mindervaliden, maar ook de bredere maatschappelijke trend richting well-being en bewuster leven. Ook de locatie bij het Mastbos, met de bijbehorende mogelijkheden voor sporten, wandelen en fietsen, sluit hierop aan. Tegelijkertijd bouwt het nieuwe concept voort op de historie van het hotel en de omgeving, en op de nostalgie en herkenbaarheid voor de gasten die het hotel soms al generaties lang bezoeken.

Aanvullende voorzieningen: de sportieve en recreatieve mogelijkheden die worden geboden door de unieke ligging aan de rand van Breda en het Mastbos, worden aangevuld met de een omvangrijk wellnesscentrum inclusief zwembad, jacuzzi, sauna, fitness en behandelkamers. Binnen de gemeente Breda ontbreekt een hotel met dergelijke omvangrijke wellnessfaciliteiten. In de regio biedt alleen het nadrukkelijk ketengebonden Fletcher Hotel Trivium een wellness van vergelijkbare omvang. De herpositionering van Hotel Mastbosch als wellnesshotel grijpt ook terug op het verleden van het Mastbos en het Ginneken, en specifiek de geschiedenis van het Ginneken als internationaal bekend kuuroord in de periode 1893-1944.

Doelgroepen: de genoemde doelgroep van Senioren, Pensionada's en Mindervaliden is sterk in opkomst en zal de komende jaren verder in omvang toenemen, maar wordt nog onvoldoende bediend. Met de beoogde storytelling en focus op beleving, historie en identiteit van het hotel en de omgeving sluit het hotelconcept bovendien aan op de wensen en behoeften van opkomende doelgroepen van Kosmopolieten en Opwaarts mobilen.

4.2.3 Locaties

Hotel Mastbosch valt niet in de genoemde voorkeurlocaties voor de gemeente Breda (de middeleeuwse kern van de binnenstad, herbesteding van bestaande panden in het buitengebied of onderdeel van een nieuwe gebiedsontwikkeling).

De locatie van Hotel Mastbosch, aan de rand van Breda/Ginneken en aan de rand van het Mastbos, biedt echter bijzondere aanknopingspunten die, in combinatie met de herpositionering van het hotel na uitbreiding, een unieke selling proposition vormen die niet eenvoudig te repliceren is op een andere locatie in Breda of de regio. Zowel het hotel zelf als de omgeving van het Mastbos en het Ginneken hebben een rijke historie op het gebied van onder meer ontspanning en wellness, waar met het nieuwe concept sterk op wordt ingesprongen.

Hiermee vormt de beoogde uitbreiding op deze locatie een waardevolle bijdrage aan het totale (toeristisch) product van de gemeente Breda.



Hotel, Tourism and Leisure

Van Hengellaan 2
1217 AS Hilversum
The Netherlands
Tel. +31 (0)35 773 26 05
www.HorwathHTL.nl
e-mail: info@HorwathHTL.nl

© Copyright 2020 Horwath HTL