



Ruimte. Mensen. Toekomst.

Maastricht; Laddertoets hotelplan
Cinema Palace
Gemeente Maastricht



colofon

projectnaam
**Maastricht; Laddertoets
hotelplan Cinema Palace**

Datum
23 december 2022

projectnummer
P05986

opdrachtgever
Gemeente Maastricht

BRO
projectleider

projectteam
TOI

bron kapt
BRO

Boscheweg 107
5282 WV Boxtel
+31 (0)411 850 400
info@bro.nl
www.bro.nl



Inhoudsopgave

1	Inleiding	4
1.1	Aanleiding	4
1.2	Leeswijzer	5
2	Toetsing aan Ladder voor duurzame verstedelijking	6
2.1	Ladder voor duurzame verstedelijking	6
2.2	Betreft het een nieuwe stedelijke ontwikkeling?	6
2.3	Gelegen binnen bestaand stedelijke gebied?	6
2.4	Behoefte	6
2.5	Aanvaardbaarheid van de effecten	7
2.6	Beleidskaders	7
2.7	Conclusie	7

Bijlage 1 - Behoefte en effecten Hotel

Bijlage 2 - Behoefte en effecten Short Stay

Bijlage 3 - Beleidskaders

1 Inleiding

1.1 Aanleiding

Aanleiding en achtergrond

In Maastricht bestaan plannen voor vestiging van een luxe hotel en short stay appartementen in het voormalige Cinema Palace op de zogenaamde Palace-locatie in Wyck. Het Palace-concept voorziet in een 4 sterren Superior hotelconcept met maximaal 81 reguliere hotelkamers, maximaal 12 familiekamers en maximaal 45 (ruimere) hotelappartementen. Een familiekamer bestaat uit twee aaneengeschakelde hotelkamers die tevens separaat kunnen worden verhuurd.

Hotelappartementen zijn verblijfsaccommodaties voor maximaal 4 volwassenen met een omvang van minimaal 35 m², bedoeld voor het bedrijfsmatig aanbieden van logies met hotelservice, voor langer verblijf van maximaal een half jaar aan natuurlijke personen die elders hun hoofdverblijf c.q. vaste woon- of verblijfplaats hebben. Een hotelappartement beschikt over een pantry, toilet en douche en is uitdrukkelijk niet bedoeld voor tijdelijke of permanente bewoning. Maximaal 33 van de 45 hotelappartementen mogen zowel als reguliere hotelkamer en t.b.v. short stay worden gebruikt. Het concept voorziet hiermee in maximaal 138 hotelkamers. 12 hotelappartementen zijn alleen voor ‘short stay’ beschikbaar (verblijfstijd vier weken tot een half jaar).¹

Tevens worden in het plangebied zeven stadswoningen met tuin gerealiseerd; deze functie valt buiten deze laddertoetsing.

Het wereldwijde hotelconcern Marriott gaat de exploitatie van het hotel en de hotelappartementen uitvoeren, onder het label Autograph Collection.

Voor de ontwikkeling is een nieuw postzegelbestemmingsplan vastgesteld en er is dan ook een onderbouwing in het kader van de Ladder voor duurzame verstedelijking noodzakelijk (art. 3.1.6 lid 2 Bro).

De vanuit het gemeentelijke hotelbeleid vereiste (financiële) haalbaarheidsstudie is voor onderhavige ontwikkeling al eerder verricht, met een positieve uitkomst. De uitbreiding van de hotelcapaciteit past ook binnen het onderzoek "Actualisatie marktruimte hotelsector Maastricht" (ZKA, maart 2021). T.b.v. de Ladder voor duurzame verstedelijking maken we in dit onderzoek een nieuwe raming van de marktruimte voor de komende 10 jaar, gebaseerd op de meest actuele gegevens en trends in de hotelmarkt.

Ladder voor duurzame verstedelijking

In het Bro (art 3.1.6 Besluit ruimtelijke ordening) is vastgelegd dat de toelichting bij een bestemmingsplan of projectafwijakingsbesluit moet voldoen aan de systematiek van de Ladder voor Duurzame Verstedelijking (hierna: de ladder). De ladder is een wettelijk verplicht motiveringsinstrument waar aan iedere ‘**nieuwe stedelijke ontwikkeling**’ (art 1.1.1 en 3.1.6 Bro) moet worden getoetst.

De ladder is een motiveringsvereiste voor ruimtelijke plannen die een nieuwe stedelijke ontwikkeling mogelijk maken. De **toelichting** bij bestemmingsplannen die een nieuwe stedelijke ontwikkeling mogelijk maken bevat een beschrijving van de **behoefte** aan die ontwikkeling. Voor zover die ontwikkeling wordt mogelijk gemaakt buiten het bestaand stedelijk gebied, bevat de toelichting ook een motivering waarom niet binnen bestaand stedelijk gebied in die behoefte kan worden voorzien. Dit laatste is hier overigens niet het geval.

De laddertoets heeft als doel om vanuit het oogpunt van het vereiste van een ruimtelijke ordening te voorkomen dat als gevolg van het mogelijk maken van een nieuwe stedelijke ontwikkeling elders in de mark regio **onaanvaardbare leegstandseffecten** optreden en om **zorgvuldig ruimtegebruik** te stimuleren. Ook de **effecten** op het woon-, werk- en leefklimaat in de omgeving zijn relevant.

Toepassing van de ladder stimuleert dat de nieuwe stedelijke ontwikkeling nadrukkelijk in de plantoelichting wordt gemotiveerd en afgewogen, met oog voor de ontwikkelingsbehoefte in een gebied, toekomstige ruimtebehoefte en de ontwikkeling van de omgeving van het plangebied.

Artikel 3.1.6, tweede lid, van het Bro schrijft geen vooraf bepaald resultaat voor; een ladder is in principe ‘vormvrij’. Het optimale resultaat moet worden beoordeeld door het bevoegd gezag dat de regionale en lokale omstandigheden kent en de verantwoordelijkheid draagt voor de ruimtelijke afweging met betrekking tot die ontwikkeling (AbRS 28 september 2016, ECLI:NL:RVS:2016:2579).

Programma en vraagstelling

Het te toetsen programma in dit kader is als volgt:

- maximaal 138 hotelkamers (105 regulier en max. 33 hotelappartementen);
- maximaal 45 hotelappartementen t.b.v. short stay (33 flexibel inzetbaar voor hotel of short stay en 12 alleen short stay, met maximaal verblijf een half jaar).

Er wordt uitgegaan van de maximale aantallen per functie, zoals vereist voor een laddertoetsing, vandaar de dubbeltelling. Het beoogde restaurant

¹ Wij gebruiken in dit onderzoek de term ‘short stay’ voor de hotelappartementen die maximaal een half jaar mogen worden benut door dezelfde perso(n)en(en). Hiervoor wordt soms ook de term ‘extended stay’ gebruikt. Het betreft hier dus nadrukkelijk geen woonfunctie.

en de bar zijn ondersteunend aan de hotelfunctie en behoeven dus niet te worden beladderd.

De vraagstelling in dit kader hebben wij als volgt geformuleerd:

- In hoeverre bestaat er behoefte aan de ontwikkeling als beschreven? Met een onderscheid tussen hotelkamers en hotelappartementen (short stay), omdat beide categorieën immers hun eigen kenmerken, doelgroepen, marktruimte en effecten hebben.
- Sluit het aan op bestaande, relevante beleids- en afsprakenkaders van gemeente, regio en provincie?
- Wat zijn de effecten op de leegstand en het woon-, leef- en werkklimaat in het relevante verzorgingsgebied?
- In hoeverre past het initiatief binnen de uitgangspunten van de Ladder voor duurzame verstedelijking?

Locatie en vormgeving

De ontwikkeling vindt plaats in Wyck, een belangrijk deel van de Maastrichtse binnenstad met een opkomende toeristische functie, maar ook een geliefde woonwijk. Locatie is zowel de Lage Barakken als de Bourgognestraat en het achterliggende gebied, als transformatie van een voormalige bioscoop en enige woon- en bedrijfspanden, die nu deels in slechte staat verkeren. Ook krijgt de ontwikkeling een aansluiting op de Wycker Grachtstraat.

Wiel Arets Architecten heeft het plan uitgewerkt in een voorlopig ontwerp. In dit plan wordt o.a. het gevelbeeld ter plekke aanzienlijk versterkt. De voormalige, monumentale voorgevel van bioscoop Palace wordt gerenoveerd. Tevens wordt nieuwe openbare ruimte gecreëerd, met een hoogwaardige inrichting. Tussen de bouwblokken komt een nieuwe wandelroute. Het gebied krijgt dus een aanzienlijke ruimtelijke en functionele kwaliteitsimpuls.



Figuur 1: Locatie ontwikkeling Cinema Palace in binnenstad

De Wijcker Brugstraat en Stationsstraat (een belangrijke verbinding tussen station en historische binnenstad) liggen op korte afstand. De bereikbaarheid van de locatie per auto en openbaar vervoer is goed. Er liggen twee parkeergarages op korte afstand, namelijk De Colonel en Plein 1992. Station Maastricht (trein, bus) ligt op slechts 350 meter afstand. Maastricht-Aachen Airport ligt op ca. 15 minuten per auto, maar kan vanaf het station ook per bus in minder dan een half uur worden bereikt.

Omdat de locatie van de beoogde ontwikkeling binnen bestaand stedelijk gebied ligt, concentreert deze ladderonderbouwing zich op de behoefte aan en effecten van de ontwikkeling binnen het relevante verzorgingsgebied en de aanvaardbaarheid van deze effecten.

1.2 Leeswijzer

In dit rapport beschrijven we de behoefte aan en effecten van de nieuwe functies als beschreven. Daarbij wordt inhoudelijk en qua aanpak aangesloten bij de jurisprudentie omtrent de Ladder voor duurzame verstedelijking. De behoefte-raming is per functie toegespitst op de specifieke kenmerken en verzorgingsfunctie. De mogelijkheden tot kwantificering van de

behoefte variëren per functie, maar het gaat bij de Ladder in essentie om de kwalitatieve effecten.

In hoofdstuk 2 wordt de Ladder voor Duurzame Verstedelijking doorlopen voor de integrale ontwikkeling (functies hotel en short stay samen), ook binnen de gemeentelijke, regionale en provinciale context.

De volledige onderbouwing van de behoefte en effecten is opgenomen in respectievelijk bijlage 1 (hotel), bijlage 2 (short stay) en bijlage 3 (beleidskaders).

2 Toetsing aan Ladder voor duurzame verstedelijking

2.1 Ladder voor duurzame verstedelijking

In dit hoofdstuk worden kort en bondig de conclusies van de beschreven analyses vertaald in de relevante aspecten uit de Ladder voor duurzame verstedelijking: behoefte en de aanvaardbaarheid van de effecten. Voor een toelichting op de ladder, het onderliggende onderzoek en de motivering verwijzen we naar hoofdstuk 1 en de bijlagen.

Bij de beschrijving van de behoefte aan en effecten van de nieuwe functies hotel en short stay is inhoudelijk en qua aanpak aangesloten bij de jurisprudentie omtrent de Ladder voor duurzame verstedelijking. De behoefte-raming en effecten zijn derhalve per functie toegespitst op de specifieke kenmerken, marktsituatie en trends, binnen de lokale en regionale context. De mogelijkheden tot kwantificering van de (toekomstige) behoefte variëren per functie, maar het gaat bij de Ladder in essentie om de kwalitatieve meerwaarde, behoefte en effecten van de ontwikkeling.

2.2 Betreft het een nieuwe stedelijke ontwikkeling?

In artikel 1.1.1.1 onder i van het Besluit ruimtelijke ordening (hierna: Bro) is een stedelijke ontwikkeling gedefinieerd als een *“ruimtelijke ontwikkeling van een bedrijventerrein of zeehaventerrein, of van kantoren, detailhandel, woningbouwlocaties of andere stedelijke voorzieningen”*.

De ontwikkeling valt gezien het programma onder deze definitie en past niet binnen het vigerende bestemmingsplan. Het moet dan ook als ‘nieuwe stedelijke ontwikkeling’ worden gekenmerkt en worden beladderd. Deze Laddertoetsing betreft zowel het hotelprogramma als de functie short stay.²

2.3 Gelegen binnen bestaand stedelijk gebied?

In artikel 1.1.1.1 onder h. is bestaand stedelijk gebied als volgt gedefinieerd: bestaand stedenbouwkundig samenstel van bebouwing ten behoeve van wonen, dienstverlening, bedrijvigheid, detailhandel of horeca, alsmede de daarbij behorende openbare of sociaal culturele voorzieningen, stedelijk groen en infrastructuur. Uit jurisprudentie blijkt dat hiervoor met name de (mogelijkheden van de) vigerende bestemming relevant is.

Ontwikkelingen dienen plaats te vinden binnen bestaand stedelijk gebied, wat bij onderhavige ontwikkeling het geval is. Een verdere motivering op dit punt is dan ook niet noodzakelijk voor de toetsing aan de ladder voor duurzame verstedelijking.

2.4 Behoefte

Verzorgingsgebied

Voor de onderbouwing van de behoefte in het kader van de Ladder is vooraf het ruimtelijk verzorgingsgebied afgebakend, om zo de behoefte in beeld te kunnen brengen. Per functie is het (primair) verzorgingsgebied gedefinieerd (zie bijlage).

Behoefte en effecten hotel

Er is in kwantitatieve en kwalitatieve zin behoefte geconstateerd voor het hotel. In dit geval is vooral de onderscheidende aard van het hotel relevant. Het heeft meerwaarde voor de gemeente Maastricht en de regio. De effecten op de leegstand en het woon-, leef- en werkklimaat zijn per saldo positief. Er worden deels nieuwe doelgroepen en additionele bezoekers naar Maastricht getrokken. Ook andere bedrijven in gemeente en regio (bedrijven, universiteit, horeca, retail, toerisme) profiteren van deze extra wervingskracht.

De effecten zijn dan ook per saldo positief, vooral voor de lokale en regionale economische (zakelijke) en toeristisch-recreatieve structuur. Er worden geen substantiële (negatieve) effecten verwacht op de leegstand, binnen de hotelsector of anderszins. De ontwikkeling heeft kortom vooral positieve effecten op de leegstand en het woon-, leef- en werkklimaat in de regio, beredeneerd vanuit de doelstellingen van de Ladder voor duurzame verstedelijking.

Bij hotelontwikkelingen als de onderhavige zijn kwalitatieve aspecten in het kader van de Ladder belangrijker dan de kwantitatieve (cijfermatige) marktruimte voor een hotel. Ze geven Maastricht een kwaliteits- en vernieuwingsimpuls en zetten gemeente en regio nadrukkelijker op de kaart als toeristische- en zakelijke bestemming.

Behoefte en effecten short stay

De short stay appartementen voorzien eveneens in een duidelijke behoefte, waarbij vooral de doelgroepen kennismigranten en expats relevant zijn. Deze mensen hebben elders een permanente woning en zoeken een tijdelijke verblijfsplek. Zij zijn vaak belangrijk voor de economische vitaliteit van Maastricht en de regio, groeien regionaal sterk in omvang en Maastricht is voor hen een belangrijke werklocatie. Ook voor short stay geldt, dat andere bedrijven in gemeente en regio (bedrijven, universiteit, horeca, retail) hiervan profiteren, als werkplek of uitgaans-/winkelbestemming.

Ook de ontwikkeling van het short stay programma als beschreven heeft derhalve vooral positieve effecten op de leegstand en het woon-, leef- en werkklimaat in de regio, beredeneerd vanuit de doelstellingen van de Ladder voor duurzame verstedelijking.

² ABRS 6 april 2016, ECLI:NL:RVS:2016:915 en ABRS 20 april 2016, ECLI:NL:RVS:2016:1064.

Plancapaciteit

De beschikbare plancapaciteit is per functie anders, maar is meegenomen in de bepaling van de behoefte en de effecten. Er zijn in Maastricht geen andere gebiedsontwikkelingen of ‘harde’ plannen bekend, die qua aard, omvang, doelgroepen of locatiekwaliteiten vergelijkbaar (concurrerend) zijn met onderhavige ontwikkeling.

Kwaliteit boven kwantiteit

De aangegeven kwantitatieve marktruimte (regionale behoefte) is het resultaat van berekeningen gebaseerd op beschikbare cijfers en aannames. Bovendien zijn de data over vraag, aanbod en trends afkomstig uit diverse bronnen en onderzoeken. De behoefte aan en effecten van nieuwe voorzieningen zijn in hoge mate afhankelijk van toekomstige ontwikkelingen en die kunnen nooit exact worden voorspeld. De uitkomsten van de ramingen mogen daarom slechts als *indicatief* worden beschouwd. Het gaat bij de Ladder voor duurzame verstedelijking in essentie om de *ruimtelijke* effecten, met name op leegstand.

Bij de ontwikkeling van (commerciële) publieksfuncties zijn de kwalitatieve aspecten bovendien belangrijker dan de kwantitatieve marktruimte. Een nieuwe ontwikkeling kan de voorzieningenstructuur een kwaliteits- en vernieuwingsimpuls geven door het bieden van een ontbrekend marktsegment, productformule of een oriëntatie op nieuwe doelgroepen. Met name in hospitality (hotels) creëert sterk, marktgericht aanbod in praktijk vrijwel altijd extra behoefte. Dit geldt zeker voor de gemeente Maastricht.

2.5 Aanvaardbaarheid van de effecten

De onderhavige ontwikkeling voorziet in een behoefte. Bovendien versterkt het nieuwe hotel inclusief Short stay appartementen de ruimtelijke kwaliteit en leefbaarheid ter plekke en de relatie met de omgeving. Als beschreven in het onderzoek heeft dit deel van Wyck c.q. de binnenstad een ingrijpende ruimtelijke en kwalitatieve impuls.

Mede omdat voldoende behoefte is aangetoond, zijn de effecten op de regionale verzorgingsstructuur en het woon-, leef- en werkklimaat, berekend vanuit de doelstellingen en het kader van de Ladder voor duurzame verstedelijking, per saldo positief en derhalve aanvaardbaar. In beperkte mate kan enige extra concurrentie ontstaan voor hotels elders in Maastricht. Dit zal naar onze inschatting niet tot extra, langdurige leegstand leiden van enige omvang. Ook vanuit de nieuwe hotelappartementen t.b.v. short stay verwachten we geen extra leegstand, mede door het (voor Maastricht) bijzondere concept, namelijk luxe appartementen met hotelservice.

2.6 Beleidskaders

De pijlers van de ontwikkeling (hotel, short stay) spelen goed in op de behoefte van de lokale, regionale en provinciale overheden, zoals omschreven in diverse beleidsdocumenten (zie bijlage 3). De ontwikkeling heeft een duidelijke meerwaarde voor de economische, maatschappelijke, toeristische en ruimtelijke structuur van de regio. Het heeft bovendien grote meerwaarde voor de ruimtelijke kwaliteit en uitstraling van het plangebied, momenteel matig tot slecht. Ook overig Wyck en binnenstad profiteren van deze kwaliteitsimpuls.

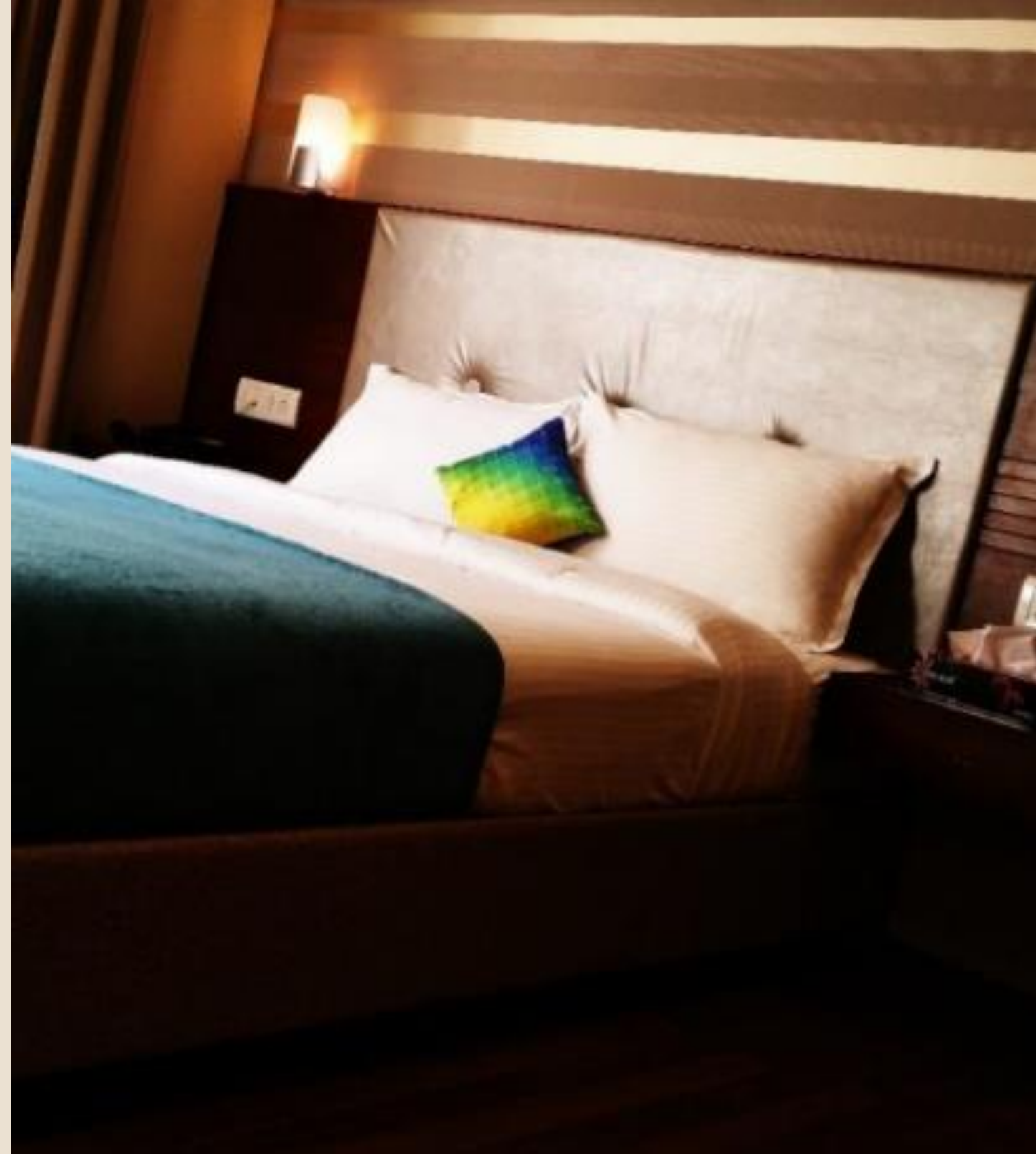
2.7 Conclusie

De ontwikkeling Cinema Palace te Maastricht (hotel en short stay) wordt vanuit de doelstellingen en kaders van de Ladder voor duurzame verstedelijking positief beoordeeld. De herontwikkeling leidt tot een kwalitatief sterk, samenhangend en marktgericht productconcept in een centrumdeel van Maastricht met momenteel een lage ruimtelijke kwaliteit en uitstraling. Een modern, hoogwaardig hotel met short stay-eenheden kan hierin voorzien, mede vanwege de positieve effecten op de omgeving qua uitstraling, beeldkwaliteit, inrichting van de openbare ruimte en leefbaarheid. De ruimtelijke kwaliteit ter plekke wordt aanmerkelijk versterkt. De ontwikkeling vindt plaats in bestaand stedelijk gebied.

Er is voor de beoogde nieuwe functies voldoende behoefte aangetoond en het is complementair aan het bestaande aanbod in Maastricht. De effecten

op de regionale ruimtelijk-economische structuur en het woon-, leef- en werkklimaat zijn per saldo positief. Er wordt geen extra leegstand verwacht door de ontwikkeling. Zowel het toerisme als bedrijven en instellingen in Maastricht en regio kunnen profiteren van de nieuwe ontwikkeling. De effecten zijn derhalve positief en aanvaardbaar.

Bijlage 1 - Behoefte en effecten Hotel



1 Behoefte en effecten hotel

1.1 Planconcept hotel functioneel, kwaliteitsniveau, doelgroepen, locatie, inpassing ruimtelijk

In Maastricht bestaan plannen voor vestiging van een hotel in het voormalige Cinema Palace op de zogenaamde Palace-locatie in Wyck. In 2016 is een intentieovereenkomst afgesloten tussen ontwikkelaar en gemeente (eigenaar van de grond). In 2018 heeft het College van de gemeente Maastricht ingestemd met het voorliggende hotelconcept. Ook worden hotelappartementen t.b.v. Short stay gerealiseerd. Daarnaast worden enige woningen gebouwd op het terrein, die buiten de scope van deze ladder vallen. Het gebied valt binnen het bestemmingsplan Centrum.

Het concept Cinema Palace biedt totaal 105 hotelkamers en maximaal 33 ruimere hotelappartementen die ook als hotelkamer kunnen worden verhuurd (minimaal 1 nacht, maximaal 4 weken). Het betreft dus in essentie maximaal 138 hotelkamers. Het hotel wordt gerealiseerd in twee gebouwdelen met vier bouwlagen, namelijk haaks op de Lage Barakken (incl. receptie, restaurant en bar t.b.v. hotelgasten) en de hoek Bourgognestraat/Lage Barakken. De Wijcker Brugstraat en Stationsstraat (een belangrijke verbinding tussen station en historische binnenstad) liggen op korte afstand. Tevens wordt een kleine gym/wellnessruimte aangeboden. Het hotel krijgt het kwaliteitsniveau 4-sterren Superior.³ Het wereldwijde hotelconcern Marriott doet de exploitatie, onder het label Autograph Collection.

Aan de Bourgognestraat worden tevens 45 hotelappartementen (min. 35 m²) beoogd inclusief hotelservice t.b.v. short stay. De appartementen kunnen worden gehuurd voor een periode tot maximaal een half jaar. Deze worden in een afzonderlijk hoofdstuk getoetst aan de ladder.

Wiel Arets Architecten heeft het plan uitgewerkt in een voorlopig ontwerp. In dit plan wordt o.a. het gevelbeeld ter plekke (momenteel van matige kwaliteit) aanzienlijk versterkt. De voormalige, monumentale voorgevel van bioscoop Palace wordt gerenoveerd. Tevens wordt nieuwe openbare ruimte gecreëerd, met een hoogwaardige inrichting. Tussen de bouwblokken komt een nieuwe wandelroute.

De bereikbaarheid van de locatie per auto en openbaar vervoer is goed. Er liggen twee parkeergarages op korte afstand, namelijk De Colonel en Plein 1992. Station Maastricht (trein, bus) ligt op slechts 350 meter afstand. Maastricht-Aachen Airport ligt op ca. 15 minuten per auto en minder dan een half uur per bus vanaf het station.



Figuur 2: Plangebied ontwikkeling Cinema Palace

1.2 Algemene trends en kenmerken hotelsector

Trends in de hotelsector

De belangrijkste trends in de hotelsector kunnen als volgt worden samengevat.

Algemeen en locatiekeuze

Hotels ontwikkelen zich tot (zakelijke) ontmoetingsplek in brede zin. Ze hebben ook overdag een belangrijke functie (vergader- of feestzalen, brasserie/restaurant, werkplekken, trends(wellness)voorzieningen, etc.

- Hotels worden steeds meer ingezet als beeldbepalend landmark in gebiedsontwikkelingen, ook voor de ‘placemaking’ en ‘branding’ van gebieden.
- Schaalvergroting: grotere hotels, maar ook groeiende ketenvorming.
- Tegelijkertijd ook opening van kleinschalige, doelgroepgerichte hotelconcepten (boutique/designhotels, Art hotels (kunststijl), hostels, erfgoedhotels), veelal gecombineerd met bijzondere restauratieve horeca.
- Meer aanbod van ruimere kamers voor Short stay/extended stay, bijv. t.b.v. Expats (veelal verhuurd van enige weken tot maximaal een half jaar).
- Upgrading: de capaciteit in het hogere marktsegment groeit, terwijl deze in de ‘lagere’ segmenten juist afneemt. Ook binnen segmenten zelf zien we upgrading: een drie-sterrenkamer biedt tegenwoordig meer faciliteiten, ruimte en comfort dan vroeger.
- Geleidelijke opheffing gedateerde, vaak kleinere ‘familie’ hotels met onvoldoende budget voor kwaliteitsverbetering, uitbreiding en marketing.
- Hotels besteden meer aandacht aan hun vormgeving en design voor de inrichting, gericht op hun specifieke doelgroepen. Grotere hotelketens bieden steeds vaker eigen ‘Labels’ (‘Boutique’, ‘Art’, ‘Signature’, etc.), onderscheidend van de soms wat anonieme inrichting en uitstraling van de hoofdmerken.

³ Het hotel scoort (volgens de eisen van de Europese sterrenclassificatie) voldoende punten voor een 5 sterren hotel, maar voldoet niet aan alle (bredere) basisnormen daarvoor.

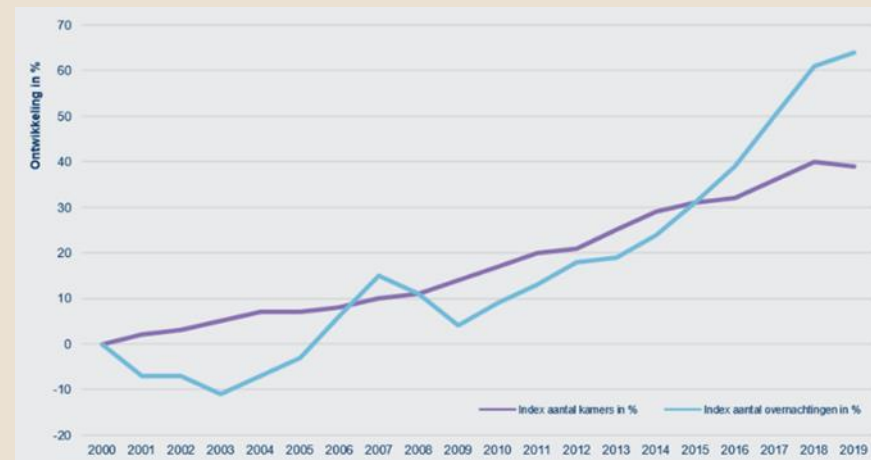
- Hotelketens kiezen strategische locaties. In Nederland is Van der Valk het beste voorbeeld, zij zitten vaak op uitstekend bereikbare locaties (per auto), aan de toevoerwegen naar grote (binnen)steden. Ook historische binnensteden zijn populair als hotellocatie, bijvoorbeeld voor Citytrips. Dergelijke locaties blijven altijd attractief voor gasten en zijn dus conjunctuurbestendig.

Functioneel profiel en marktbewerking

- Hotels hebben in verhouding tot andere horeca- en leisurebedrijven een relatief hoge professionaliteit in productontwikkeling, exploitatie en marketing.
- Gasten verwachten van moderne hotels in het hogere middensegment ruime kamers, met alle moderne faciliteiten en aanvullende voorzieningen (goede matrassen en sanitair, snelle Wifi, werkplekken, parkeergelegenheid, etc.).
- Duurzaamheid wordt steeds belangrijker: in bouwwijze, energiegebruik en exploitatie ('Green Key'), maar ook in de communicatie naar de doelgroepen.
- Hygiëne is de meest recente, maar belangrijke trend in de hotelwereld, mede aangestuurd door het coronavirus. Waarschijnlijk is dit van blijvende betekenis.
- Reserveren online is enorm gegroeid; de klant ziet direct beschikbaarheid en prijs van de kamer voor een bepaalde periode en kan online boeken. De prijs-kwaliteitsverhouding wordt hierdoor steeds belangrijker.
- Nieuwe digitale platforms (Online Travel Agencies) voor kamerverhuur door hotels en particulieren. Deze vormen een belangrijke kostenpost voor hotels, maar zijn wezenlijk voor een goede kamerbezetting.

- Door krapte op de arbeidsmarkt, maar ook door gasten soms gewenste Social Distancing (coronavirus) krijgen automatisering van reserverings-, betalings- en incheck-processen en restaurantbediening (QR-codes) verdere impulsen.

Landelijk zijn er de laatste jaren veel hotelkamers bijgekomen. Onderstaande figuur maakt evenwel duidelijk dat het aantal overnachtingen tegelijk eveneens aanmerkelijk toenam en sinds 2015 de ontwikkeling van het kameraanbod zelfs is voorbijgestreefd. Met andere woorden: de markt absorbeert het groeiende aanbod op landelijk niveau goed en de gemiddelde kamerbezetting stijgt zelfs nog verder, ondanks de opkomst van concurrerende aanbieders als Airbnb. Vanwege de enorme (tijdelijke) disruptieve effecten van de coronapandemie in 2020 en 2021 vermelden we de cijfers t/m 2019.



Figuur 3: Ontwikkeling hotelcapaciteit en –vraag in Nederland (excl. Amsterdam) 2000-2019

Effecten coronavirus op de hotelsector

De effecten van het coronavirus op langere termijn worden geleidelijk steeds duidelijker. De hotelsector is in het algemeen nogal conjunctuurgevoelig, waardoor zich op kortere termijnen (enige jaren) vaak grote omzetfluctuaties kunnen voordoen. Corona zal waarschijnlijk de marktvraag en het functioneren van hotels tot circa 2024 nog beïnvloeden, met name in de zakelijke en intercontinentale toeristische markt. Op de langere termijn (> 2-4 jaar) stijgt de hotelvraag evenwel historisch vrijwel altijd snel verder na grote crises, zoals o.a. bleek na 2001 (9/11) en 2008 (kredietcrisis). De behoefte blijft.

Momenteel (najaar 2022) signaleren we in de hotelmarkt vooral een sterke groei van de binnenlandse vraag; veel Nederlanders spendeerden hun vakanties in 2020 en 2021 in eigen land. Ten opzichte van 2019 (prec corona) is de vraag uit de buurlanden licht gedaald, maar van grotere afstand veel meer. Dit betreft zowel de toeristische als de zakelijke markt. Per saldo bleek het effect van Corona in het (meest representatieve) derde kwartaal 2020 en 2021⁴ voor de hotelmarkt buiten de Randstad positief. Het aantal hotelovernachtingen was toen groter dan in Q3 2019. Er kwamen aanzienlijk meer Nederlanders dan voorheen en het aantal Belgen en Duitsers bleef ook redelijk op peil. Kortom: de behoefte herstelt snel en hotels blijven een populaire verblijfsvorm.

Ook in Maastricht herstelde het aantal hotelovernachtingen in het derde kwartaal sterk sinds 2020: het lag in 2021 alweer op 84% van 2019 (cijfers over Q3 2022 zijn nog niet gepubliceerd). Opvallend is dat het aantal overnachtingen van Nederlanders in Maastricht in die periode sterk is gegroeid sinds 2019: van 186.000 tot 248.000. De Maastrichtse hotelmarkt is daarnaast afhankelijk van buitenlandse gasten. Als deze markt weer aantrekt (waarschijnlijk vanaf 2024, zie onder) kan een verdere groei worden verwacht, ook t.o.v. 'topjaar' 2019. Dit mede omdat toeristische gasten in

⁴ Bron: CBS. Overige kwartalen niet vergelijkbaar, omdat de horeca toen deels gesloten was vanwege lockdowns. De cijfers over Q3 2022 zijn nog niet beschikbaar.

Maastricht steeds vaker (ook) op werkdagen de stad bezoeken en in hotels verblijven. Overigens zal onderhavige nieuwe hotelontwikkeling niet eerder dan 2025 operationeel zijn.

Vanaf 2023/2024 wordt door vrijwel alle betrokken internationale organisaties (banken, economische planbureaus, hotelgroepen, associaties zakenreizen, consultants hospitality, beleggers hotelvastgoed, etc.) een verdere groei van de internationale hotelmarkt verwacht. De IATA (International Air Transport Association) verwacht dat het internationale vliegverkeer in 2023 weer op het peil van 2019 ligt. Hotels gericht op het leisuresegment functioneren naar verwachting in 2022 reeds weer op het niveau van 2019, aldus Horwath HTL (september 2021). Voor de totale Nederlandse markt (inclusief de Randstad) verwacht Horwath dat de resultaten in 2024 grotendeels terug op het niveau van voor de crisis zullen zijn. Bij hotels met veel binnenlandse gasten gaat het herstel het snelst.⁵ Ook de Nederlandse hoteliers verwachten dat de bezettingsgraden en kamerprijzen in 2022-2023 weer op het niveau van 2019 zullen liggen, al is men in Amsterdam-Schiphol (veel internationale gasten) in dat opzicht wel voorzichtiger.⁶

Uit recent onderzoek van Cushman & Wakefield blijkt dat ruim een derde van de beleggers in de toekomst meer Europese hotels in de vastgoedportefeuille wil. Ondanks de eerdere ontwrichting in de reis- en toerismesector door corona, is slechts 21% van de investeerders van plan hotelinvesteringen af te schalen en heeft slechts 10% acquisitieplannen opgeschort.⁷ ABN Amro geeft aan dat financiering van hotelbouwplannen nog altijd goed mogelijk is, gezien de positieve lange termijn vooruitzichten in de sector.

Locatie is allesbepalend

Elk hotelprofiel vraagt om haar eigen vestigingsmilieu. Qua locatiekeuze bestaat er een duidelijk onderscheid tussen ‘zakelijke’ en ‘toeristische’ hotels. De eerste groep richt zich doorgaans vooral op functioneel maar hoogwaardig ingerichte hotels op stedelijke locaties die snel bereikbaar zijn per auto en openbaar vervoer. Nieuwe ‘toeristische’ hotels, meestal kleiner van omvang, kiezen veelal voor monumentale binnensteden, randgebieden of andere bijzondere locaties. Het onderhavige initiatief is feitelijk een mengvorm tussen een zakenhotel (werkdagen) en een toeristisch hotel (weekenden).

Hotels profiteren doorgaans sterk van de wervingskracht van andere activiteiten in de omgeving (restaurantie horeca, cultuur, retail, stations, bedrijvigheid, etc.) en vice versa. Ze zorgen voor een grotere herkenbaarheid en ‘placemaking’ van gebieden en genereren vaak veel levendigheid en een hogere belevingswaarde daggrond.



Figuur 4: De meerwaarde van hotels voor steden en regio's

Vele doelgroepen voor de hotelsector

Elke doelgroep stelt haar eigen eisen aan een verblijf in een hotel, 's nachts dan wel overdag. Hieronder beschrijven we de marktsegmenten/doelgroepen die voor hotels het meest relevant zijn en hun behoeften.

Met name tussen zakelijke gasten en toeristen bestaan in dit opzicht duidelijke verschillen.

Het onderhavige initiatief Cinema Palace biedt in essentie een combinatie van de marktsegmenten Zakelijk en Leisure.

⁵ Horwath HTL; persbericht 14 september 2021. Mede gebaseerd op Hosta 2021 en uitkomsten Horwath HTL Hotel Event 9 september 2021.

⁶ Horwath HTL; Hosta 2021.

⁷ Cushman & Wakefield, augustus 2021. Het onderzoek omvatte ruim 50 vertegenwoordigers van grote participatiemaatschappijen, fondsen en andere institutionele beleggers die actief zijn op de Europese hotelvastgoedmarkt.

Marktsegment: Specifieke eisen en kenmerken ALGEMEEN:	
Zakelijk	• <i>Primaire accenten: stijlvol, comfortabel, functioneel, bereikbaar</i> • Hoogwaardig product, in alle facetten • Locatie nabij zakelijke bestemming • Bereikbaarheid per auto, parkeergelegenheid • Service, klantgerichtheid • Breed aanbod faciliteiten (zakelijk, horeca, vermaak) • Efficiënte check-in, lokale informatie • Goed restaurant/bar, nabijheid kwalitatieve horeca • Accent werkdagen buiten grote vakanties • Dominant marktsegment: Luxury-Upscale-Mid-scale-Economy
Conferentie (congres)	• <i>Primaire accenten: ruim, functioneel, onderscheidend</i> • Hoogwaardig product, in alle facetten • Eigen of nabij ander congres-, conferentiecentrum • Grote groepen en pieken in kamervraag (vereist grote kamercapaciteit) • Bereikbaarheid per auto, parkeergelegenheid • Accent werkdagen buiten grote vakanties • Dominant marktsegment: Luxury-Upscale-Mid-scale-Economy
Leisure	• <i>Primaire accenten: sfeer, beleving, authenticiteit</i> • Voorkeur prijsvriendelijke accommodatie • Toeristische attracties en horeca nabij • Bereikbaarheid per auto en trein, parkeergelegenheid • Ingesteld op groepen toeristen (touringcars) • In elk geval basisfaciliteiten aanwezig (eigen toilet, badkamer, wifi, etc.) • Accent weekeinden, vakanties • Dominant marktsegment: Luxury-Upscale-Mid-scale-Economy

1.3 Relevante regio

In de Ladder moet de behoefte in en effecten op het relevante verzorgingsgebied worden beschreven. De vraag naar hotelkamers komt evenwel per definitie vooral van grotere afstand en juist minder uit de regio zelf. Het begrip oriëntatiegebied is hier daarom beter op zijn plaats: het ‘zoekgebied’ van potentiële hotelgasten op zoek naar verblijfsaccommodatie.

In de hotelsector zijn vooral aspecten als kwaliteitsniveau, profilering, doelgroepen, locatie en marktbewerking relevant bij de wervingskracht op (potentiële) gasten. Grote, bekende hotel(keten)s trekken, door hun proactieve marktbewerking en loyaliteitsprogramma’s, hun gasten doorgaans van grotere afstand dan kleinere hotels. Ook trekken zijn veelal meer zakelijke bezoekers.

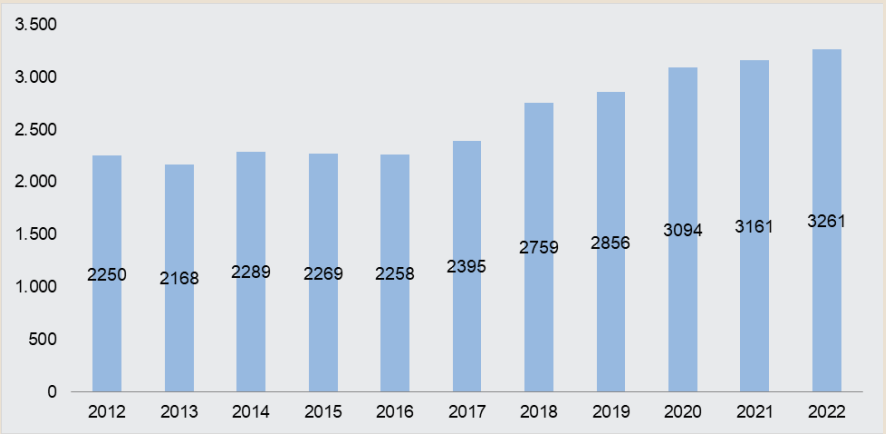
Onderhavige ontwikkeling heeft een moderne omvang, hoog kwaliteitsniveau en ligt in een toeristisch ‘opkomend’ deel van de Maastrichtse binnenstad (Wyck). Voor het hotel is welbewust gekozen voor de binnenstad, als kerngebied van het toeristisch zeer populaire Maastricht. Het richt zich primair op bezoekers aan Maastricht en directe omgeving. We beschouwen de gemeente Maastricht dan ook als het relevante verzorgingsgebied. Ten dele zal het hotel overigens ook gasten trekken die ook de omgeving bezoeken (Heuvelland, Aachen, Luik, Belgisch Limburg, etc.), dan wel aldaar geen geschikte overnachtingsplek kunnen vinden. Dit fenomeen komt overal voor in de hotelmarkt en geldt uiteraard ook vice versa.

In het afgebakende verzorgingsgebied kunnen in theorie (leegstands)effecten ontstaan als gevolg van de onderhavige ontwikkeling. Onze nadere analyses bepalen in hoeverre dat hier het geval is.

1.4 Aanbodstructuur hotels

Momenteel zijn in de gemeente Maastricht in totaal 65 hotels gevestigd, met totaal 3.261 kamers (CBS, stand juli 2022).⁸ Gemiddeld hebben de hotels in de gemeente 50 kamers, wat een relatief grote omvang is.

Tussen 2012 en 2022 is het aanbod in de gemeente Maastricht toegenomen met per saldo elf hotels (er sloten ook enige hotels). Het aantal kamers steeg met ruim 1.000 (+45%). Deze groei lag boven het landelijk gemiddelde in die periode (+33%).⁹ Wel was de toename in Maastricht vanaf 2020 relatief bescheiden. Zie onderstaande grafiek.



Figuur 5: Ontwikkeling aanbod hotelkamers in gemeente Maastricht v.a. 2012 (bron: CBS)

Maastricht heeft relatief veel hotels in het 4-sterrensegment. De grootste hotels in Maastricht (alle 4-sterren) zijn:

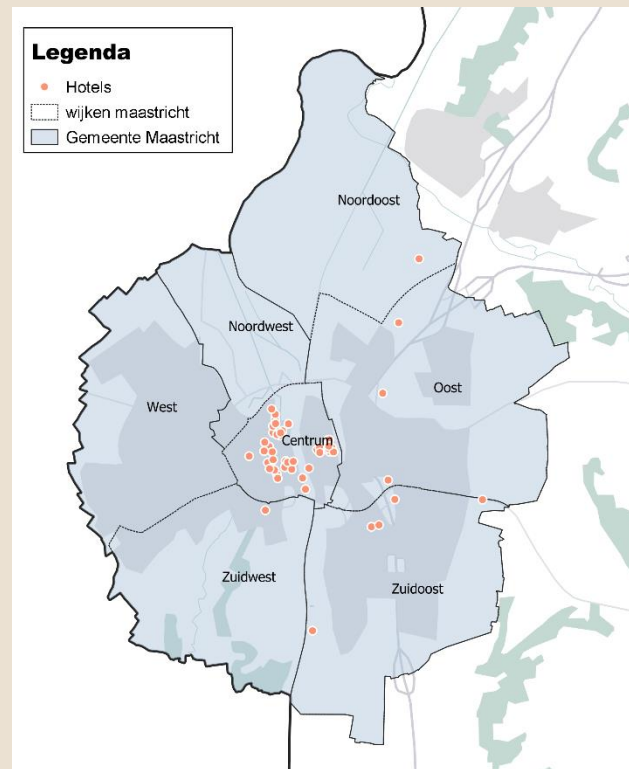
- NH Maastricht (nabij MECC, 275 kamers);
- Hotel Van der Valk (Europaplein, 190 kamers);
- Golden Tulip Apple Park (De Geusselt, 166 kamers);
- Amrath Grand Hotel de l'Empereur (Stationsplein, 149 kamers);

⁸ Definitie 'hotel' in deze bron (conform databestand CBS): Hotel, motel, pension, appartement met hoteldienstverlening, jeugdaccommodatie, bed&breakfast en jeugdaccommodatie. Alleen accommodaties met minimaal 5 slaappleatsen.
⁹ CBS; Logiesaccommodaties. Cijfers betreffen juli 2022.

- Crowne Plaza Maastricht (Wyck, 144 kamers).

Hoewel veel hotels behoren tot het 4-sterrensegment zijn de onderlinge verschillen groot. Dit heeft betrekking op bijvoorbeeld het marktsegment (zakelijk en/of toeristisch), kamergrootte, faciliteiten, inrichting, uitstraling, uniciteit, locatie en marktbenadering. Elk hotel in Maastricht heeft kortom haar eigen karakter. Het onderhavige nieuwe hotel heeft als enige in Maastricht een combinatie van hotelappartementen en hotelkamers op een hoog 4-sterren niveau, opererend onder het Marriott label.

Hieronder zijn de hotels in de gemeente Maastricht geografisch afgebeeld (bron: Locatus).



Figuur 6: Hotels in gemeente Maastricht

Hotelplannen in Maastricht

De ‘harde planvoorraad’ van hotels in Maastricht (waarvoor een haalbaarheidsstudie positief is beoordeeld door de gemeente) bedroeg in februari 2021 240 kamers (ZKA, maart 2021). Onderhavige hotelontwikkeling maakt deel uit van vermelde harde plancapaciteit. Vanwege de grote dynamiek in de hotelmarkt en de effecten van corona (waarover inmiddels veel bekend is) maken we in dit onderzoek een actuele raming van de marktruimte voor onderhavig initiatief.

1.5 Vraagstructuur hotels

Economische functie, ontwikkeling bevolking

Maastricht is in veel opzichten een bijzondere stad. Het is qua inwonertal weliswaar geen grote stad, maar het heeft een unieke, bovenmatig grote naamsbekendheid in binnen- en buitenland. De stad heeft een opvallende sterke toeristische en zakelijke functie, wat vooral komt door de unieke combinatie van een sfeervolle, monumentale binnenstad, cultuur, gastronomie, retail, universiteit, congrescentrum MECC en andere zakelijke bestemmingen. Ook de ‘internationale’ ligging van de stad draagt bij aan het bijzondere karakter. In de Euregio (Luik, Aachen, etc.) zijn daarnaast vele andere hoogwaardige, internationale bedrijven en kennisinstellingen gevestigd.

In de gemeente Maastricht zijn 68.700 banen beschikbaar, verdeeld over bedrijven (CBS, situatie december 2021). Bedrijfstakingen die in de regel het meest gebruik maken van hotels zijn Informatica en communicatie, Financiële dienstverlening en Specialistische zakelijke diensten. Hun gezamenlijke aandeel qua werkgelegenheid bedraagt in de gemeente Maastricht ongeveer 10%. De gemeente heeft dus een belangrijke economische betekenis, maar vanuit de universiteit ook een belangrijke positie op de wetenschappelijke markt. Maastricht University en Brightlands Maastricht Health Campus zijn innovatieve groeimotoren van bovenregionaal belang.

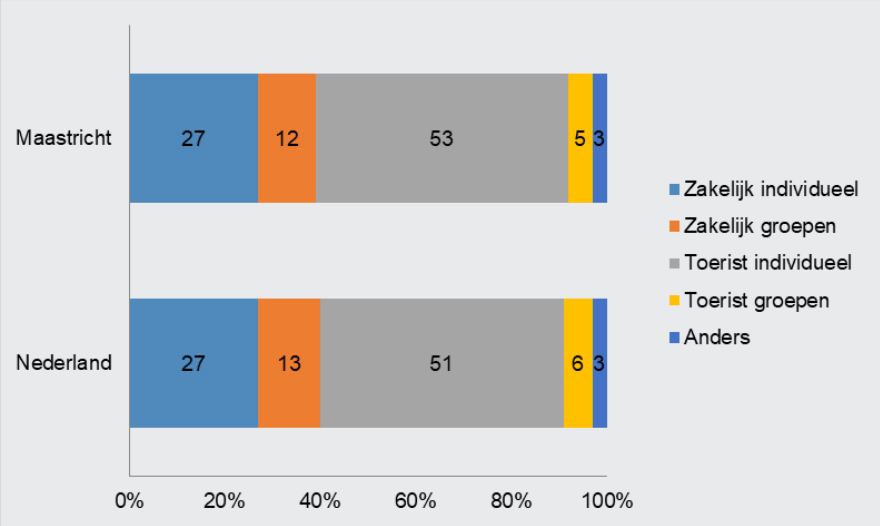
De congresmarkt is een belangrijke generator voor de lokale hotelmarkt. Maastricht bevindt zich al jarenlang rond de top vijf van Nederlandse congresbestemmingen (ICCA, International Congress and Convention Association). Gemeente, Health Campus, MECC, Universiteit en Maastricht Convention Bureau werken hiertoe intensief samen. Er is recent circa € 50 mln. geïnvesteerd in Congrescentrum MECC, onder andere gericht op uitbreiding van de congrescapaciteit van 3.000 naar 5.000 bezoekers, meer break out rooms en ruimere horecafaciliteiten. MECC is uitgeroepen tot ‘Beste Congreslocatie 2021’ door Meetings Awards.

Veel zakelijke gasten en bezoekers van meerdaagse congressen en internationale evenementen in de regio behoren tot de hogere echelons in bedrijfsleven, overheid, media en cultuur. Maastricht en omgeving hebben op deze markt een sterk imago, o.a. door de hoogwaardige gastronomie, shopping, sfeer, internationale ligging en bereikbaarheid (Maastricht-Aachen Airport), bijzondere evenementen en naamsbekendheid (o.a. Verdrag van Maastricht in 1992). Voor de hotelmarkt is deze kwaliteitsnaam van groot belang.

In Maastricht wonen 121.150 mensen. Tot 2032 zal de stad nog groeien tot ca. 123.000 inwoners.

Toerisme

Door de bijzondere geschiedenis, sfeer, cultuur, winkelaanbod en gastronomie heeft Maastricht een toeristisch-recreatieve aantrekkingskracht die uniek is in Nederland, zelfs vanuit internationaal perspectief. Daarbij komt het fraaie heuvellandschap met veel cultuurhistorie en toeristische voorzieningen in de omgeving en grote steden annex economische kerngebieden als Aachen en Luik op korte afstand. Met 1.600 rijksmonumenten is Maastricht bovendien de tweede monumentenstad van Nederland. Er zijn vele musea, waarvan het Bonnefantenmuseum het meest beeldbepalend is. Daarnaast biedt de stad vele andere culturele voorzieningen en aansprekende, deels grote evenementen en concerten.



Figuur 7: Aandeel hotelovernachtingen in Maastricht en Nederland naar marktsegment 2019 (bron: Hosta 2020, betreft alleen 3-5 sterren)

Maastricht heeft landelijk een opmerkelijk hoge dichtheid van toprestaurants; drie restaurants hebben een Michelin-ster en vijf zaken een Bib Gourmand. Een recente enquête (maart 2022) door Columbus Travel onder ruim 3.000 Nederlanders toonde aan dat Maastricht met afstand de favoriete Nederlandse gemeente is voor een stedentrip. Maastricht is bovendien de best gewaardeerde winkelstad van Nederland, zo blijkt uit de Retail Gemeente Atlas 2016 (Q&A Research & Consultancy).¹⁰ Dit onderzoek betrof het winkelaanbod, bereikbaarheid, sfeer en beleving, horeca en cultuur en werd uitgevoerd onder 8.000 Nederlandse consumenten.

De stad ontvangt jaarlijks totaal ca. 1,63 mln. toeristisch-recreatieve bezoekers uit Nederland (van buiten de gemeente), samen goed voor bijna 4,5 mln. bezoeken.¹¹ Een belangrijk deel komt van buiten de provincie Limburg, mensen komen dus van relatief grote afstand. Maastricht kent het grootste aandeel meerdaagse bezoeken van alle Nederlandse steden (16%). Let wel: dit betreft alleen de Nederlandse bezoekers. De toeristisch-recreatieve sector is kortom van eminent belang voor de lokale en regionale economie.

Daarnaast zijn er in Maastricht en omgeving jaarlijks vele evenementen, met een breed perspectief. Prestigieuze, wereldwijd bekende en drukbezochte evenementen in Maastricht en omgeving zijn TEFAF, concerten André Rieu, Jumping Indoor Maastricht en CHIO Aachen.

Vraagontwikkeling en marktsegmentatie hotels

In de gemeente Maastricht werden in 2019 ca. 1.171.000 hotelovernachtingen doorgebracht. Sinds 2012 was sprake van een opmerkelijke groei van +46%.¹²

De hotelmarkt in Maastricht lijkt qua marktsegmentatie sterk op het landelijke beeld. Van de hotelovernachtingen in hotels van 3-5 sterren komt 58% van toeristen en 39% uit de zakelijke markt. Doordat het budgetsegment (1, 2 sterren) niet is meegenomen, zal het toeristische aandeel in totaliteit waarschijnlijk iets hoger liggen.

Het aandeel toeristische gasten is beduidend kleiner dan landelijk, maar groeit wel, zowel in absolute als relatieve termen (t.o.v. de zakelijke markt).

Bezettingsgraad en kamerprijs

De bezettingsgraad en gemiddelde kamerprijs was in de gemeente Maastricht in 2019 als volgt¹³. Vanwege de relatief zeer hoge kamerprijs en bezetting in Amsterdam/Schiphol tot dat jaar (veel vraag, weinig aanbod) is deze regio in het landelijk gemiddelde buiten beschouwing gelaten.

Het aantal hotelovernachtingen in Maastricht is tussen 2012 en 2019 als vermeld enorm gegroeid. Dit in zowel de toeristische als de zakelijke markt, waarbij op werkdagen de zakelijke markt overheerst en in weekenden de toeristische markt. De hotellerie in Maastricht vertoonde tussen 2018 en 2019 een lichte stijging in de gemiddelde kamerbezetting (in 2019 70,5%). Deze ligt iets beneden het landelijke cijfer.

De gemiddelde kamerprijs per verhuurde kamer bleef tussen 2018 en 2019 nagenoeg gelijk, met € 105,-. Dit cijfer ligt daarmee in Maastricht 10% boven het landelijk gemiddelde. Ook de gemiddelde omzet per beschikbare kamer (RevPAR), een belangrijke indicator voor het functioneren van de hotelsector, ligt in Maastricht boven het landelijk gemiddelde. Dit gold zowel in 2019 als 2018. De jaren 2020 en 2021 zijn als vermeld ongeschikt als referentiekader, vanwege de enorme effecten van de coronapandemie op het hotelbezoek in die periode.

	Bezettingsgraad		Gemidd. kamerprijs (verhuurde kamers)		Gemidd. kamerprijs (alle kamers; RevPAR)	
	2019	2018	2019	2018	2019	2018
Maastricht	70,5%	70,2%	€ 105	€ 107	€ 74	€ 75
Nederland excl. Amsterdam	73,5%	72,9%	€ 96	€ 95	€ 71	€ 69

¹⁰ Dit is het meest recente onderzoek over dit aspect.
¹¹ NBTC-Nipo; Toeristisch bezoek aan steden 2019.
¹² Bron: CBS.
¹³ Horwath HTL, HOSTA 2020.

1.6 Behoefte (marktruimte)

Definitie behoefte

In dit hoofdstuk analyseren we de behoefte aan hotels in de regio, hier afgebakend als de gemeente Maastricht (zie paragraaf 2.2). De ‘behoefte’ aan de beoogde functies als bedoeld in de Ladder voor duurzame verstedelijking is een afgeleide van de verhouding tussen de actuele en toekomstige vraag, de trends en het huidige aanbod in de regio (incl. de plancapaciteit).

Een Ladderonderbouwing is in essentie gericht op de kwalitatieve meerwaarde van de ontwikkeling (in brede zin) en de ruimtelijke effecten. Het omvat dus geen ‘traditioneel’, uitgebreid marktonderzoek voor de relevante activiteiten inclusief uitgebreide doelgroepenanalyses, aansluitend aan de middels uitgebreide jurisprudentie. Er bestaat voor hotels geen ‘vanzelfsprekende’ behoefte. Deze behoefte wordt vooral bepaald door de toeristische en zakelijke (economische) structuur van de regio, synergie met andere functies (zakelijk, wetenschappelijk, retail, cultuur, horeca, etc.) en de aanbodkwaliteiten van hotels in brede zin. De uiteindelijke weravingskracht van het hotel wordt vooral bepaald door de combinatie tussen locatie, productconcept (“wat ben je?”), gastgerichtheid, faciliteiten, uitstraling, doelgroepen, bedrijfsvoering en marketing centraal. De marktomstandigheden zijn voor hotels bovendien zeer dynamisch, aan zowel de vraag- als aanbodzijde. De kwantitatieve behoefte wordt in dit kader dan ook indicatief bepaald, met als doel de ruimtelijke effecten goed te kunnen inschatten. De beoordeling van de kwalitatieve aspecten is zoveel mogelijk geobjectiveerd.

Regionaal perspectief hotelsector

Lokale en regionale omstandigheden als een belangrijke zakelijke of toeristische functie, de aanwezigheid van internationale bedrijvigheid en hoofdkantoren en congresaccommodaties zijn sterk bepalend voor de hotelvraag. Maastricht heeft dit allemaal. Het onderhavige hotelconcept zal, gegeven het kwaliteitsniveau (4 sterren Superior), de omvang, samenhang met de andere activiteiten in de binnenstad en overig Maastricht en de ruimtelijke situering (goed bereikbaar via alle modaliteiten) zowel zijn gericht op de zakelijke als de toeristische markt.

Indicatie marktruimte hotelaccommodatie

Voor hotels bestaat als vermeld geen ‘vanzelfsprekende’ vraag. Deze wordt als vermeld vooral bepaald door de toeristische en zakelijke (economische) structuur van de regio, synergie met andere functies (zakelijk, wetenschappelijk, retail, cultuur, horeca, etc.) en de aanbodkwaliteiten en marketing van hotels (zie boven). De marktomstandigheden zijn voor hotels bovendien zeer dynamisch, aan zowel de vraag- als aanbodzijde.

Er zijn in de gemeente Maastricht (de relevante regio) totaal 65 hotels met samen 3.261 hotelkamers.¹⁴ De gemiddelde kamerbezetting in de gemeente Maastricht bedroeg in 2019 70,5%, maar dit betreft alleen de geclassificeerde hotels met minimaal 3 sterren. Aangezien hotels en pensions in het lagere segment (in Maastricht beperkt aanwezig) doorgaans een wat lagere kamerbezetting realiseren veronderstellen we de huidige gemiddelde kamerbezetting van alle hotels op ca. 67%. Het aantal verhuurde kamernachten van alle hotels bedraagt op jaarbasis in Maastricht dus afgerond 797.478.¹⁵

De hotelvraag zal naar verwachting vanaf 2023/2024 landelijk, regionaal en lokaal naar alle waarschijnlijkheid weer toenemen, mits de coronapandemie dan voldoende onder controle is (zie par. 1.2). Tussen 2000 en 2019 is het aantal hotelovernachtingen landelijk (exclusief Amsterdam) gegroeid met gemiddeld circa 3,3% per jaar. Deze groei oversteeg de capaciteitsuitbreiding in die periode in aantal kamers (zie figuur 7).

We veronderstellen in dit kader een behoudende gemiddelde groei van de ‘autonome’ hotelvraag in de komende 10 jaar (periode 2022-2032) van +12% (tot 2024 geen groei, daarna gemiddeld 1,5% per jaar). Het aantal kamernachten in Maastricht zal dan toenemen tot ca. 893.000 in 2032 (afgerond).

Voor het hotelaanbod in Maastricht hanteren we voor de toekomst een kritische norm (de minimale benodigde gemiddelde kamerbezetting voor een verantwoorde bedrijfsexploitatie inclusief reguliere vervangingsinvesteringen) van 67,5%. Deze norm is mede gebaseerd op informatie van de lokale hotelondernemers in 2021.¹⁶ Zij noemden in een enquête een gemiddelde bezetting nodig te hebben van 65 à 70%. Er bestaat derhalve een behoefte aan totaal ca. 3.625 hotelkamers in Maastricht.¹⁷ Indien we het bestaande aanbod (3.261 kamers) hierop in mindering brengen, bestaat er in de afgebakende regio (gemeente Maastricht) per saldo een indicatieve marktruimte van circa + 364 hotelkamers tot 2032, vanuit de autonome vraagontwikkeling en t.o.v. de huidige capaciteit. Hiertoe zijn behoudende parameters gehanteerd. In grote lijnen is deze marktruimte iets ruimer dan de raming van ZKA uit maart 2021.¹⁸

¹⁴ CBS Logiesaccommodaties. Cijfers betreffen juli 2022.

¹⁵ Bezetting 67% * 3.261 kamers * 365.

¹⁶ ZKA; Actualisatie marktruimte hotelsector Maastricht, eindrapport (maart 2021).

¹⁷ 893.175 kamernachten / 67,5% gemiddelde bezetting per kamer / 365 dagen per jaar.

¹⁸ ZKA; Actualisatie marktruimte hotelsector Maastricht, eindrapport (maart 2021).

In par. 2.2 zijn de plancapaciteit en de belangrijkste hotelplannen in Maastricht beschreven. Dit betreft totaal 240 kamers, hoewel daadwerkelijke realisatie in praktijk vaak onvoorspelbaar is.

Onderhavige ontwikkeling omvat maximaal + 138 hotelkamers, inclusief de 33 hotelappartementen die ook voor short stay kunnen worden ingezet (verblijfstijd maximaal een half jaar). Feitelijk betreft dit dus het ‘worst case’ scenario. De hotelfunctie past concluderend in kwantitatief opzicht ruim binnen de beschikbare marktruimte. Ook als de beschikbare plancapaciteit voor nieuwe hotels wordt verdisconteerd is er (zelfs exclusief de additionele marktruimte, zie onder) voldoende behoefte voor de nieuwe hotelontwikkeling vanuit kwantitatief perspectief.

Tabel 1: Raming marktruimte hotels in Maastricht

We benadrukken dat de kwantitatieve marktruimte is geraamd vanuit behoudende parameters en in praktijk hoger kan uitvallen, indien een nieuw hotel vanuit een bijzonder concept, marktsegment, uitstraling, marktwerking en/of locatie extra additionele vraag genereert. Dit laatste zal bij de beoogde ontwikkeling in praktijk ook het geval zijn. In onze beoordeling is daarbij vooral de combinatie van hotelkwaliteit (luxé), locatie (binnenstad, goed bereikbaar) en marktwerking (internationaal, vanuit netwerk Marriott) sterk. Het hotel geeft Maastricht extra wervingskracht op de buitenlandse markt (zakelijk, toeristisch). Voor het internationale toerisme is vooral het groeiend aantal Citytrips relevant. Zie ook par. 1.5. De zakelijke markt (incl. congressen) krijgt in Maastricht extra impulsen door de recente vernieuwing en uitbreiding van het MECC en de intensive lokale en regionale samenwerking in de congresmarkt.

	Cijfers	Toelichting, bron
Aantal kamers nu in regio (gemeente Maastricht)	3.261	CBS
Kamerbezetting gemiddeld 3-5 sterren per jaar	70,5	Maastricht 2019 (Hosta 2020)
Correctie kamerbezetting per jaar	67%	Aandeel hotels 1-2 sterren (lagere bezetting)
Verhuurde kamers per jaar in regio nu	797.478	3.261 * 67% * 365
Prognose groei t/m 2032 (v.a. 2024)	+ 12%	Zie tekst
Behoefte in 2032, kamernachten	893.175	797.478 + 12%
Behoefte in 2032, hotelkamers	3.625	893.175 / 67,5% / 365
Totale marktruimte in 2032, hotelkamers	+ 364	3.625 +/- 3.261

Ter indicatie: als we veronderstellen dat van de overnachtingen bij hotel Cinema Palace een derde (33%) additioneel is voor Maastricht (een behoudende raming), dan bedraagt de claim op de beschikbare marktruimte afgerond slechts 92 kamers.¹⁹ De kwantitatieve marktruimte (behoefte) is dus in wezen en naar alle waarschijnlijkheid ruimer dan hier geraamd.

Behoefte kwalitatief

Belangrijker in de hotelmarkt (en bij de toetsing aan de Ladder) dan ‘cijfers’ zijn kwalitatieve factoren (zie boven). In dat opzicht scoort onderhavige ontwikkeling goed. De sterke, wereldwijd actieve hotelformule Marriott, het beoogde hotelconcept (hoogwaardig), de locatie (binnenstad) en

uitstekende bereikbaarheid per auto en openbaar vervoer zijn goed, ook t.o.v. veel gevestigde hotels. Het hotel biedt een meerwaarde t.o.v. het gevestigde hotelaanbod en trekt deels nieuwe doelgroepen aan.

Marriott benadert de toeristische en zakelijke markt zeer professioneel en proactief, vanuit haar uitgebreide netwerk, loyaliteitsprogramma’s en contractpartners. Dit genereert veel additionele vraag voor Maastricht en de regio, waarvan ook regionale bedrijven en kennisinstellingen profiteren. Bovendien leidt de ontwikkeling tot een aanzienlijke versterking van de ruimtelijke kwaliteit van de vestigingslocatie en het omliggende gebied, inclusief de leefbaarheid aldaar. Momenteel is het plangebied en met name de hoek Lage Barakken/Bourgognestraat een nogal rommelig en weinig representatief deel van Wyck en dus ook de binnenstad. Dit door de relatief grootschalige leegstand, slechte onderhoudsstaat en matige uitstraling van de panden en de matige ruimtelijke kwaliteit van het gebied. De huidige leegstand van de voormalige bioscoop en andere panden op de planlocatie wordt door het nieuwe hotel opgeheven en er wordt nieuwe openbare ruimte toegevoegd tussen de Lage Brakken en de Wycker Grachtstraat.

Voor de realisatie van hotel Maastricht Cinema Palace is in 2018 in dit kader een haalbaarheidsstudie verricht door Sweco.²⁰ Met het beoogde Autograph Collection Hotel, behorend tot de wereldwijde hotelketen Marriott, zal het een unieke positie innemen in Maastricht, aldus de studie. Belangrijke aspecten daarbij (situatie en conclusies geformuleerd door Sweco in 2018):

- Het aanbod van short stay is in Maastricht beperkt, met name gericht op de zakelijke markt en het hogere segment. De nieuwe ontwikkeling genereert naar verwachting dus veel additionele vraag.

¹⁹ 2/3 * 138 kamers. Uitgangspunt: de 33 hotelappartementen jaarrond worden volledig ingezet als hotelkamer. Dit zal in praktijk zeer waarschijnlijk niet gebeuren, omdat ze ook voor short stay (tot max. 6 maanden) kunnen worden ingezet.
²⁰ Sweco; Haalbaarheidsstudie Hotel Maastricht Cinema Palace (12 maart 2018).

- Verwachting is dat de markt voor hotelappartementen overal verder zal groeien.
- Ook de combinatie van hotel en appartementen (inclusief alle faciliteiten) is, in deze omvang, uniek in de stad.
- Groot bereik en wervingskracht internationale hotelketen Marriott, met populair loyalty programma en veel extra buitenlandse gasten voor Maastricht (nu ondervertegenwoordigd).
- Sfeer en kwaliteit Boutiquehotel, met bijzondere aandacht voor het eigen ‘verhaal’, locatie en historie. Uitgewerkt in ontwerp, voorzieningen en kamers.
- Uniek design, met ruime aandacht voor kunst, design en cultuur. Zo worden innovatieve, digitale kunstprojecties toegepast.
- ‘Menselijke maat’ en persoonlijke aandacht.
- Smeltkroes/ontmoeting hotelgasten en lokale inwoners.
- Food-aanbod van hoog niveau, gezond, lokale producten.

1.7 Effecten hotel

Er is in kwantitatieve en kwalitatieve zin voldoende behoefte geconstateerd aan de beoogde realisatie van hotel Cinema Palace. De effecten op de leegstand en het woon-, leef- en werkklimaat zijn per saldo positief. Het luxesegment in de hotelmarkt wordt versterkt en het binnenstadsdeel Wyck krijgt een forse ruimtelijke kwaliteitsimpuls. Er worden deels nieuwe doelgroepen en extra bezoekers voor Maastricht aangetrokken. Ook andere sectoren in Maastricht en de regio (bedrijven, universiteit, horeca, retail, toerisme) profiteren van deze extra wervingskracht.

Bijlage 2 - Behoefte en effecten Short Stay



2 Behoefte en effecten short stay

2.1 Concept

Een belangrijk deel van de ontwikkeling Cinema Palace betreft 45 (grotere) hotelappartementen inclusief hotelservice. Van deze appartementen kunnen er (naast de reguliere hotelkamers) 33 worden gebruikt als hotelkamer of als accommodatie voor short stay (verblijfstijd maximaal een half jaar) en 12 alleen voor short stay. De totale ‘nieuwe stedelijke ontwikkeling’ short stay (zoals relevant voor deze laddertoetsing) bedraagt derhalve maximaal 45 eenheden.

2.1 Verzorgingsgebied short stay

Het verzorgingsgebied is het gebied waarbinnen vraag en aanbod van woonruimte (tijdelijk of permanent) plaatsvindt. Deze regio verschilt per initiatief en valt niet per definitie samen met een bestuurlijke regio. Short stay heeft enige verwantschap met de woningmarkt. Een belangrijke indicator is het aantal verhuisbewegingen/migratiestromen binnen en naar de betreffende gemeente/woonplaats. Daarvoor wordt er gekeken naar zowel de verhuisstromen vanuit binnen en buitenland door het CBS.

65% van de verhuisbewegingen in Maastricht vindt plaats binnen de eigen gemeente.²¹ Dit percentage is relatief hoog vergeleken met andere gemeenten. Maastricht is onderdeel van de regio Maastricht en Mergelland (ook wel genaamd Maastricht en Heuvelland). 72% van de verhuisbewegingen naar de gemeente Maastricht komt uit deze regio.

Tabel 2: Verhuisstromen gemeente Maastricht

Verhuisstroom	Aandeel
Binnen gemeente Maastricht	65%
Vanuit de regio Maastricht Mergelland	7%
Verhuisbewegingen totaal	72%

Maastricht is een internationaal georiënteerde gemeente. Het relatief hoge migratiesaldo is verantwoordelijk voor de instandhouding van het aantal inwoners in Maastricht (m.u.v. de corona pandemie). Dit komt onder meer door de sterk economische groei van Nederland die gepaard gaat met veel vraag naar expats en arbeidsmigranten. In 2018 telde de provincie Limburg 75.100 internationale werknemers. Sinds 2010 is dit aantal jaarlijks gegroeid met 47%.²² De meeste internationale werknemers wonen in Maastricht, gevolgd door Venlo en Heerlen. Gelet op de aard van de beoogde ontwikkeling (kleine appartementen, geschikt voor short stay) is deze groep als tertiaire doelgroep meegenomen, met name binnen de kwalitatieve behoefteanalyse.

Voor voorliggend onderzoek zal de gemeente Maastricht als primair verzorgingsgebied worden afgebakend. Gebruikers van het initiatief zullen met name gericht zijn op Maastricht. Als secundair verzorgingsgebied is de regio Maastricht en Mergelland afgebakend. De regio heeft immers een sterke verhuisrelatie met Maastricht.

2.2 Trends in short stay

In 2020 kende Nederland vijftien grotere gespecialiseerde short stay accommodaties, waar tien in Amsterdam, twee in Den Haag, één in Amstelveen, één in Rotterdam en één in Eindhoven. In 2022 hebben drie grotere ketens al meer short stay accommodaties in gebruik dan in 2020 (Student hotel, Yays en Zoku). Ook de opkomst van Airbnb waarbij appartementen voor langere tijd gehuurd kunnen worden en dat hotelketen Van der Valk ook short stay aanbiedt geeft aan dat short stay een gewilde verblijfsvorm is.

De verblijfseenheden van de grotere, gespecialiseerde short stay accommodaties in Nederland variëren in omvang van circa 20 m² tot circa 150 m². Verreweg de meeste verblijfseenheden van de grotere, gespecialiseerde short stay accommodaties in Nederland hebben een omvang van 26 m² tot en met 50 m².

Diensten die veelal standaard worden aangeboden bij short stay accommodaties zijn onder meer toegang tot het internet en wekelijkse schoonmaak. Optionele diensten zijn onder meer een grotere frequentie in de schoonmaak, de huur van linnenpakketten, was service, conciërgeservice, boodschappenservice en fietsverhuur. Optionele faciliteiten van short stay accommodaties zijn onder meer parkeergelegenheid, huiskamers, bars, restaurants, wasruimtes, fitnessruimtes en wellnessruimtes.

De doelgroepen door vooral gebruik maken van short stay units zijn: jongeren, creatieveling, buitenlandse werknemers, expats en digitale nomaden. Deze groepen worden aangetrokken door het stedelijke en culturele milieu van steden en willen hier graag enige tijd verblijven.

²¹ CBS (2020), Verhuisbewegingen gemeente Maastricht
²² DECISIO (2020), Monitor internationale werknemers provincie Limburg

Door de coronapandemie daalde de toestroom van internationale werknemers en kennismigranten. Er wordt op de lange termijn rekening gehouden met herstel, wat zich overigens reeds heeft ingezet. De immigratie van kennismigranten zit weer op precorona niveau.²³ Door de pandemie is het werken op afstand veel populairder geworden. Werknemers kunnen in theorie op elke plek werken en doen dit ook. De behoefte aan een tijdelijk verblijf met goede faciliteiten groeit hierdoor. Short stay is hiervoor een prima optie.

De beoogde ontwikkeling is in beginsel gericht op expats en young professionals die behoefte hebben aan een tijdelijke verblijfsvorm met kwaliteit en service.²⁴ Het betreft dus nadrukkelijk een tijdelijke verblijfsvorm. Daarmee draagt de beoogde ontwikkeling ook nadrukkelijk bij aan de doorstroom en dynamiek op de reguliere woningmarkt.

Aantal expats en kennismigranten groeit

Short stay voor expats is de laatste jaren sterk in opkomst in Nederland.²⁵ Naar schatting werken er 200 duizend expats in Nederland, die hier veelal geen woonadres hebben.²⁶ Amsterdam herbergt de meeste expats. In de provincie Limburg zijn er 75.100 internationale werknemers waarvan er 10.900 kennismigranten zijn, oftewel expats. De expats in Limburg concentreren zich in Maastricht, 58% van alle expats in Limburg werkt hier. Gemiddeld blijven expats één tot vijf jaar in Nederland wonen en werken. De meeste arbeidscontracten van expats duren namelijk niet veel langer. Omdat het verblijf in Nederland relatief kort is, kiezen de meeste expats voor een huurwoning, bijvoorbeeld dicht bij het werk.

Digital Nomads als nieuwe doelgroep

Een 'digital nomad' is een persoon die locatie onafhankelijk werkt op het internet. Deze manier van werken is na de coronacrisis door veel mensen opgepakt. 'Digitale nomaden' verblijven een tijd op een plek om vervolgens weer naar de volgende te vertrekken. Voor deze tijdelijke periode zoekt deze doelgroep huisvesting. Het concept short stay sluit goed aan bij de behoefte van deze doelgroep.

2.3 Kwantitatieve behoefte

In deze paragraaf wordt de kwantitatieve behoefte aan short stay in beeld gebracht. In tabel 3 is de groei van de voornaamste doelgroep (kennismigranten) in beeld gebracht. Kennismigranten kunnen huisvesting vinden in verschillende typologieën woningen (huur, koop, hotel, short stay, etc.) Hierdoor kan de behoefte niet worden gekwantificeerd naar specifieke woonvorm. Wel kan de indicatieve verwachte groei van de doelgroep in beeld worden gebracht. Uit de tabel blijkt het volgende²⁷:

- In 2018 waren er 21.700 internationale werknemers in Zuid-Limburg. Dit aantal zal naar verwachting groeien naar 2030 tot ca. 43.700 inwoners op basis van historische groei (6% per jaar). Hiervan is 29% een kennismigrant. Dit komt neer op ca. 6.300 kennismigranten. Dit aantal zal groeien tot ca. 12.700 kennismigranten in 2030.
- Het aandeel arbeidsmigranten stijgt ook in dezelfde periode. Waar er om 2020 nog ca. 15.400 arbeidsmigranten waren groeit dit aantal in 2030 naar ca. 31.000 arbeidsmigranten. Deze groep is echter minder relevant voor het beoogde initiatief, aangezien deze groep minder lang in Nederland verblijft dan kennismigranten en ze veelal een lager budget hebben voor huisvesting dan benodigd voor Short Stay.

- De kennismigranten wonen niet allemaal in Zuid-Limburg. Door de korte afstand naar de grens met België en Duitsland zullen kennismigranten ook in deze landen wonen. Dit zal naar verwachting echter ook andersom het geval zijn. In 2018 woonde ca. 71% van de arbeidsmigranten in Zuid-Limburg en 67% van de Kennismigranten.

In 2030 zal het aantal kennismigranten die woonachtig in Zuid-Limburg zijn (en met name Maastricht) groeien tot ca. 8.500 kennismigranten. Het aantal arbeidsmigranten in Zuid-Limburg groeit tot ca. 22.100 arbeidsmigranten. Kennismigranten verblijven over het algemeen langer in Zuid-Limburg dan arbeidsmigranten. 27% van de arbeidsmigranten was nog actief na 5 jaar. Bij kennismigranten ligt dit aandeel hoger, respectievelijk 35%. Deze migranten zullen naar verwachting gaan zoeken naar parmantere verblijfsplaats.

- 8% van de arbeidsmigranten en 35% van de kenniswerkers in 2018 zijn niet meer economisch actief na één jaar. Met name de kennismigranten hebben behoefte aan goede kwalitatieve tijdelijke huisvesting. Deze groep groeit tot 2030 met ca. 1.500 kennismigranten. Kennismigranten hebben meer behoefte heeft aan een tijdelijke woonplaats. Short stay biedt voor deze groep mensen een goede uitkomst. Met het groeien van het aantal kennismigranten in Maastricht gaat deze groep ook sterk groeien. Er zal hiermee meer behoefte zijn aan tijdelijke huisvesting voor kennismigranten. Hierdoor zal er naar verwachting meer behoefte zijn naar concepten zoals short stay.

- Bij een aanwezigheid van meer dan 4 maanden is inschrijven in het Bevolkingsregister verplicht, maar niet alle migranten voldoen hieraan of zijn korter in Nederland. Hierdoor is het lastig om een accuraat beeld te krijgen

²³ Het Parool (2022), immigratie weer op niveau van voor corona
²⁴ Gemeente Maastricht (2016), Facetbestemmingsplan Short Stay
²⁵ Vastgoedjournaal (2017), Populairder dan ooit: 'short stay' huisvesting voor expats.
²⁶ Zeker Wonen, Expats in Nederland
²⁷ DECISIO (2020), Onderzoek internationale werknemers in Limburg

van het aantal internationale werknemers in Nederland. De verwachting is dat het daadwerkelijke aantal internationale werknemers hoger ligt dan in onderhavig onderzoek geraamd.

Het aantal kennismigranten neemt toe in Zuid-Limburg en met name Maastricht. Voor deze groep zal huisvesting beschikbaar moeten zijn. De opties voor deze groep zijn beperkt. Voor sociale huur komt de groep niet in aanmerking en particuliere huur is schaars en duur. Vaak geldt ook een minimale huurperiode en worden hoge waarborgsommen gevraagd door verhuurders.

Kennismigranten zullen niet snel een huis kopen, aangezien ze voor een korte tijd in het land verblijven. Short stay biedt een goede uitkomst voor een groep die sterk groeit in Maastricht.

Uit het vorige hoofdstuk blijkt in Maastricht nog marktruimte bestaat voor hotelkamers. Het aantal toeristen en bezoekers dat overnacht in Maastricht is groeiende en zal na corona waarschijnlijk verder toenemen.

Blijkt er behoefte naar short stay in Maastricht te blijken tegenvallen, kunnen de units altijd redelijk gemakkelijk kunnen worden getransformeerd naar hotelkamers. Door flexibel om te gaan met de kamervoorraad in het hotel wordt de exploitatiebasis versterkt en is de kans op leegstand kleiner

Analyse Booking.com

Om het aanbod op de markt beter in beeld te brengen is er een Booking analyse uitgevoerd (Peildatum: 5 oktober 2022). Er is in Maastricht gekeken waar het huidige geschikte aanbod zit dat vergelijkbaar is met short stay. Er kan op Booking niet worden gefilterd specifiek op short stay, wel kan er gefilterd worden op lengte van verblijf en beschikbare faciliteiten (eigen kookfaciliteiten).²⁸

²⁸ De volgende filters zijn gebruikt: Eigen kookegelegenheid, Eigen badkamer, Keuken/kitchenette

Tabel 3: Indicatieve ontwikkeling internationale werknemers Limburg

	2018	%	2030	Verschil
Aantal internationale werknemers	21.700		43.665	21.965
Arbeidsmigrant	15.400	71%	30.988	15.588
Kennismigrant	6.300	29%	12.677	6.377
Arbeidsmigrant woonachting in Zuid-Limburg	11.000	71%	22.134	11.134
Kennismigrant woonachting in Zuid-Limburg	4.200	67%	8.451	4.251
Arbeidsmigrant 1 jaar economisch actief	5.280	48%	10.624	5.344
Kennismigrant 1 jaar economisch actief	1.470	35%	2.958	1.488

Omdat het beschikbare aanbod kan verschillen op basis van beschikbaarheid is er gekeken voor een incheckdatum over drie maanden en een huurtijd van drie maanden (5 januari – 30 maart), dit is ook de minimale huurtijd in Maastricht. Hieruit blijkt het volgende:

- Het aanbod is zeer beperkt in Maastricht. De gelegenheden die beschikbaar zijn vallen meer in het toeristische segment en bevinden zich hiermee op vakantieparken buiten de stad.
- In het centrum van Maastricht bevindt zich in de gewilde huurtijd één appartement. De benodigde faciliteiten zijn aanwezig voor een short stay, echter bij het scannen van het appartement blijkt al snel dat de gelegenheid zich ook concentreert op het toeristische segment. Daarnaast sluit de prijs en de afmetingen van het appartement niet aan op short stay.

Gelegenheden die wel short stay aanbieden zijn o.a. The Student Hotel, Short stay studio Maastricht en Urban residence Maastricht. Echter waren de gelegenheden de peildatum niet meer beschikbaar voor de huurtijd van drie maanden. Daarnaast ligt richten de genoemde short stay aanbieders zich meer op toeristen en studenten.

2.4 Kwalitatieve behoefte Expats

Mensen uit het buitenland hebben doorgaans haast met het vinden van woonruimte en zijn veelal bereid (en in de mogelijkheid) om meer te betalen, eventueel via hun werkgever. Dit stuwt de Maastrichtse woningprijzen verder omhoog, met als resultaat dat de markt minder toegankelijk wordt.

Daarboven op speelt ook de huidige woningproblematiek. Er is een groot tekort aan woningen en daarmee is het erg lastig voor expats om goede tijdelijke woonruimte te vinden.

De migratiestroom is van belang voor Maastricht. Het binnenlandse negatieve migratiesaldo wordt gecompenseerd door de positieve buitenlandse migratiesaldo. In 2018 woonden er in Zuid-Limburg 15.300 internationale werknemers, hiervan zijn er 4.200 kennismigranten. Dit is 66% van het totaalaantal kennismigranten in Limburg. Maastricht is hiermee zeer belangrijk voor kennismigranten in Limburg.

Van 61% van de internationale werknemers in Limburg is het woonadres niet bekend. Zij staan niet ingeschreven bij een Nederlandse gemeente en hebben geen buitenlands woonadres opgegeven. Dit zijn waarschijnlijk werknemers die voor short stay in aanmerking komen. De kenniswerkers die in Limburg komen te werken komen met name uit Duitsland (22%), België (20%) en Polen (18%). Vooral het aantal Poolse en Belgische kenniswerkers zijn sterk gestegen sinds 2011.

Ondanks de sterke stijging van het aantal kenniswerkers in Limburg en daarmee Maastricht wordt de stad niet goed beoordeeld. Uit een onderzoek blijkt dat Maastricht zich in de top 10 van slechtste steden voor expats.²⁹ Echter komt dit met name door een zeer slechte woning markt. De helft van de ondervraagde expats geven aan dat het zeer lastig is om een geschikte woning te vinden (werelds gemiddelde is 23%). Het initiatief sluit aan bij de behoefte naar geschikte woningen voor o.a. expats.

Kanttekening bij deze doelgroep is dat de coronacrisis, zeker op de korte termijn, negatieve impact heeft op de toestroom van expats en buitenlandse kenniswerkers. Voor de langere termijn wordt echter rekening gehouden met herstel en zal de buitenlandse migratie naar Maastricht naar verwachting relatief hoog blijven.

Digital nomads

Het aantal ‘digital nomads’ dat Maastricht bezoekt is zeer lastig te bepalen aangezien deze groep mensen zich zeer kort op een plek bevindt en zich hierdoor niet hoeft in te schrijven, wel is er een studie gedaan in de Verenigde staten naar dit fenomeen. Hieruit bleek dat het aantal mensen dat zichzelf als digitale nomade classificeerde is gegroeid met ca. 223% % van ca. 4,8 miljoen nomaden in 2018 naar 15,5 miljoen nomaden in 2021³⁰. Het effect van de corona pandemie is hier overduidelijk. Wereldwijd zijn er ca. 35 mln. digitale nomaden. Enkele belangrijke redenen waarom mensen beslissen om een digitale nomade te worden zijn de volgende:

- Een betere balans tussen wonen en werken (73% van de respondenten).
- Meer vrijheid (68% van de respondenten).
- Reizen graag (55% van de respondenten).

Nederland blijkt een zeer gewilde locatie te zijn voor digitale nomaden. Nederland staat op de 11e van meest bezochte landen door deze groep.³¹ Dit komt met name door goed Engelssprekende inwoners, veiligheid, goede werkruimten en goede ontsluiten met het internet. Nederland staat

hiermee boven landen zoals Canada, Japan en Brazilië. 51% van de digitale nomaden geeft aan graag in een hotel te slapen dan overige opties. Doordat de nomaden gemiddeld 71 dagen verblijven op een plek³² (langer dan een gemiddelde toerist) komt de doelgroep in aanmerking voor een short stay accommodatie.

Het onderhavige initiatief sluit aan bij de behoefte van deze doelgroep. Na corona blijkt deze behoefte alleen maar gegroeid te zijn.

Internationale studenten (secundaire doelgroep)

Het aantal nationale en internationale studenten blijft sterk toenemen in Maastricht. Aan de Maastricht University studeerde in vorig studiejaar (2020) ca.11.600 internationale studenten. Een studiejaar (2021) later waren dit ca. 12.500 internationale studenten, een stijging van ca. 8%. De Maastricht University is de meeste internationale universiteit van Nederland. In studie jaren 2020 en 2021 waren er respectievelijk 55% en 56% van de studenten internationale studenten. Sinds 2019 is het aantal ingeschreven studenten gegroeid met 19%³³. Deze (internationale)studenten zullen moeten voorzien van huisvesting. Met een woningmarkt die zeer lastig te betreden is, is het vinden van woonruimte direct aan het begin van de studie erg lastig. Internationale studenten hebben door hun be-

²⁹ Internations (2021), The Best & Worst Cities for Expats

³⁰ Twoticketsanywhere (2022), Digital nomad statistics

³¹ The 2022 State of digital Nomads (2022), Most visited cities

³² Mediaan staat op 7 nachten

³³ Maastricht University (2021), Facts & Figures

perkte kennis van en netwerken in Nederland nog meer moeite om geschikte huisvesting te vinden.³⁴ Short stay is geen permanente oplossing voor deze doelgroep, aangezien de prijs veelal te hoog is, maar is voor velen wel een aanvaardbare tijdelijke oplossing. De internationale student leert de Nederlandse cultuur kennen en bouwt een netwerk op. Het initiatief speelt in op de behoefte van deze internationale studenten, daarnaast bevindt het initiatief zich op ca. 5 minuten fietsen van de campus van de Maastricht University en in het midden van de stad wat de gemiddelde student zal aanspreken.

Onderscheidend karakter

Maastricht kent weinig vergelijkbare concepten als het Cinema Palace in Maastricht. Het huidige aanbod in de stad is zeer divers en zeer versnipperd over de stad. In 2016 bleek dat 2% van het aantal kamernachten betrekken had op tijdelijke huisvesting. Dit percentage zal anno 2022 hoger liggen, mede door het openen van het Student Hotel Maastricht. Verder kent het short stay aanbod in Maastricht beperkte dienstverlening, geen aanvullende faciliteiten en hangt er geen residentiële sfeer. Hiermee is het huidige aanbod geen noemenswaardige concurrent van het Cinema Palace.³⁵

2.5 Effecten short stay

Er is in kwantitatieve en kwalitatieve zin voldoende behoefte geconstateerd aan de beoogde realisatie van short stay appartementen. De effecten op de leegstand en het woon-, leef- en werkklimaat zijn per saldo positief. Er wordt een voor Maastricht nieuwe verblijfsvorm aangeboden, in geclusterde vorm en met een hoog serviceniveau (hotelservice). Het binnenstadsdeel Wyck krijgt een forse ruimtelijke kwaliteitsimpuls. Er worden deels nieuwe doelgroepen en extra bezoekers voor Maastricht aangetrokken. De gehele gemeente en regio profiteren daarvan.

Uitgangspunt van deze ladderonderbouwing is maximaal 45 eenheden t.b.v. short stay. Waarschijnlijk zullen in praktijk echter niet continue 45 hotelappartementen als zodanig in gebruik zijn, maar als hotelkamer. Eventuele negatieve effecten vanuit deze verblijfsvorm (naar de mening van BRO overigens niet aan de orde) zullen hierdoor naar rato lager zijn.

³⁴ NOS (2022), 1620 euro kwijt maar geen kamer: studenten extra kwetsbaar voor oplichting door kamernood
³⁵ Sweco 2016, Haalbaarheidsonderzoek Cinema Palace

Bijlage 3 - Beleidskaders



3 Beleidskader

3.1 Provincie Limburg

Provinciale Omgevingsvisie

Op 1 oktober 2021 heeft de provincie Limburg de provinciale omgevingsvisie vastgesteld: ‘de Provinciale omgevingsvisie Limburg’. De POVI Limburg is een lange termijnvisie, met als doelstelling invulling geven over hoe de provincie Limburg in de periode 2030-2050 op een integrale en toekomstbestendige manier kan door ontwikkelen. Het vervangt het huidige ‘Provinciaal Omgevingsplan Limburg (POL2014)’. De omgevingsvisie is dynamisch en flexibel, aangezien dit mogelijkheden biedt om het document te actualiseren met het oog op toekomstige veranderingen.

In de provinciale omgevingsvisie Limburg worden een aantal hoofdpogaven onderscheiden:

- het creëren van een aantrekkelijke, sociale, gezonde en veilige omgeving, zowel in het landelijk- als het bebouwde gebied;
- een toekomstbestendige, innovatieve en duurzame economie (inclusief landbouwtransitie);
- klimaatadaptatie en energietransitie.

Deze opgaven, die Limburg-breed spelen, moeten met inachtneming van de specifieke eigenschappen van Limburg op een integrale en toekomstbestendige manier worden geïmplementeerd. Participatie tussen overheid, markt en inwoners van Limburg is hierbij een belangrijk uitgangspunt.

De vrijetijdseconomie vormt een belangrijke pijler in Limburg. Voor een florerende vrijetijdseconomie zijn de kwaliteit van landschap en natuur, aantrekkelijke steden en een goede bereikbaarheid van belang. Een stabiele balans is nodig tussen:

- beleving en bescherming van landschap en natuur;
- belangen van toeristen, recreanten en inwoners;
- uiteenlopende wensen van verschillende groepen recreanten;

- de verschillende groepen in het landelijk gebied die gebruik maken van dezelfde infrastructuur.

Vraag en aanbod van verblijfsaccommodaties dienen beter in balans gebracht te worden, zowel kwantitatief als kwalitatief. Meer van hetzelfde leidt tot verdringing en leegstand. Een voortdurende kwaliteitsslag is nodig om nieuw en bestaand aanbod aan te passen aan de veranderende vraag van zowel vaste als nieuwe gasten. Een goede kwalitatieve onderbouwing is essentieel.

Over short stay wordt in de Omgevingsvisie geformuleerd:

- Waar nodig maakt de provincie Limburg met ondernemers ruimte voor arbeidsmigratie met leefbare huisvesting voor tijdelijke internationale werknemers en goede integratie van ‘nieuwe Limburgers’. Wij helpen gemeenten om op een goede wijze de huisvesting te organiseren waarbij we toe willen werken naar één keurmerk, namelijk het keurmerk van de Stichting Normering Flexwonen (SNF). Voor studenten en (internationale) werknemers is voldoende en betaalbare huisvesting belangrijk.
- Samen met het verhogen van de arbeidsparticipatiegraad en het aantrekken van internationale werknemers kunnen ontwikkelingen als digitalisering, robotisering en automatisering het tekort aan arbeidskrachten – onder meer als gevolg van demografische ontwikkelingen – tegengaan
- Internationale werknemers zijn van groot belang bij het internationale karakter van Limburg er wordt hier aandacht besteed aan de ontwikkelingen op de arbeidsmarkt. Vergrijzing, het groeiend gebrek aan vakmensen, de instabiele flexibele schil van short stay internationale werknemers, de grote concurrentie op de arbeidsmarkt voor (hoog)opgeleid personeel en groeiende sectoren (zoals de zorg en het onderwijs) vragen extra aandacht. We werken aan een fitte beroepsbevolking, houden rekening met de ontwikkelingsmogelijkheden van het arbeidspotentieel en rusten het arbeidspotentieel via (bij) scholing uit voor de specifieke behoeften van onze regionale economie

3.2 Omgevingsverordening Limburg 2021

Hotelsector

Met de komst van de Omgevingswet is een nieuwe omgevingsverordening nodig die past binnen de kaders en het instrumentarium van de Omgevingswet. Op 17 december 2021 heeft Provinciale Staten de nieuwe Omgevingsverordening Limburg (2021) vastgesteld. Dit is in principe een beleidsneutrale omzetting van de (beschreven) Omgevingsverordening. De inwerkingtreding is voorzien op 1 januari 2023.

De provincie Limburg beschouwt vrijetijdseconomie (leisure) als één van de Limburgse topsectoren. Dit dankzij het grote economisch belang van de sector zelf en vanwege de bijdrage die voorzieningen en evenementen leveren aan de kwaliteit van het Limburgse woon- en leefklimaat. De sector is evenwel, aldus de provincie, nogal versnipperd en er is onvoldoende synergie tussen individuele ondernemers en overheden. De provinciale opgave ligt in het versterken van de identiteit van de Limburgse vrijetijdseconomie en het verbinden van de kwaliteiten van deelgebieden. Meer regionale slagkracht is nodig om tegemoet te komen aan de veranderende consumentenwensen en Limburg aantrekkelijk te maken c.q. te houden voor (nieuwe) doelgroepen.

Bij nieuwe ontwikkelingen op het gebied van vrijetijdseconomie zijn de Limburgse principes zoals opgenomen in de Provinciale Omgevingsvisie Limburg van belang, waaronder het zorgvuldig omgaan met ruimte. Dit houdt in dat er ruimte is voor nieuwe goede plannen in combinatie met het verbeteren van de kwaliteit van de bestaande voorraad, het terugdringen van leegstand en het schrappen van plannen die niet aansluiten op de vraag. Een actuele vraag-aanbodanalyse en een bedrijfsontwikkelingsplan zijn noodzakelijke elementen bij het onderbouwen van het toevoegen van een vestigingsmogelijkheid.

Short stay

In Limburg is op dit moment sprake van een aanzienlijk aantal recreatieterreinen dat niet meer vitaal genoeg is om nog succesvol als toeristisch

bedrijf te functioneren. Om deze recreatieterreinen te revitaliseren of te saneren is geld nodig. Tegelijkertijd bestaat in Limburg nu ook een tekort aan huisvesting voor short-stay internationale werknemers, woonurgenten en statushouders.

Een oplossing hiervoor is het tijdelijk toestaan van de huisvesting van deze specifieke doelgroepen op te revitaliseren of te saneren recreatieterreinen via het toepassen van artikel 12.9. Daarbij gelden wel bepaalde voorwaarden. Een van die voorwaarden is dat een deel van de inkomsten uit de tijdelijke huisvesting wordt gebruikt voor de revitalisering of sanering van het recreatieterrein. Andere voorwaarden zijn dat er geen andere mogelijkheden zijn in de regio in bestaande woningen in of nabij het bestaand bebouwd gebied van het stedelijk gebied en landelijke kernen of er geen huisvesting mogelijk is binnen overige bebouwing in of nabij het bestaand bebouwd gebied van het stedelijk gebied en landelijke kernen. Daarnaast mag er geen samenloop zijn met een bedrijfsmatige toeristisch-recreatieve exploitatie.

Een kanttekening is wel dat de huisvesting van internationale werknemers leidt tot fricties wat leidt tot bijvoorbeeld negatieve/lage beoordelingen van het recreatieterrein op boekingssites. Het initiatief sluit aan bij het realiseren van geschikte woonruimte binnen bestaande woningen in of nabij het bestaand bebouwd gebied van het stedelijk gebied en landelijke kernen.

3.3 Regio Zuid-Limburg

Visie Vrijetijdseconomie; Bestemming Zuid-Limburg 2030

De Zuid-Limburgse gemeenten en provincie Limburg hebben in 2019 een gezamenlijke toeristische visie en ontwikkelstrategie opgesteld. Als ambitie voor de toekomst is geformuleerd dat Zuid-Limburg een toekomstbestendige bestemming is, waarin:

- toerisme blijft bijdragen aan duurzame economische structuurversterking van de regio;
- kwalitatieve groei boven kwantitatieve groei gaat;
- landschappelijke en stedelijke kwaliteiten elkaar versterken;

- de vrijetijdseconomie helpt om natuur en landschap te ontwikkelen;
- inwoners en gasten heel Zuid-Limburg kunnen beleven.

De visie legt de focus o.a. op kwaliteit en continue vernieuwing van het toeristisch-recreatieve product en relevante voorzieningen. De verweven landschappelijke en stedelijke kwaliteiten van Zuid-Limburg vormen de basis voor het toeristisch product. Er moeten nieuwe doelgroepen worden aangesproken en vraag en aanbod van verblijfsaccommodaties moet beter in balans komen, kwalitatief en kwantitatief.

3.4 Gemeente Maastricht

Omgevingsvisie Maastricht 2040

De Omgevingsvisie 2040 is een strategische visie gericht op de fysieke leefomgeving van de gemeente Maastricht voor de langere termijn. Het is primair een instrument om het 'klimaat' voor leven, wonen, werken, recreëren, studeren et cetera in de gemeente te versterken. De visie wordt vertaald in een ruimtelijk streefbeeld.

Maastricht wil haar positie als motor voor de (Eu)regionale economie versterken en de lokale kwaliteiten van leven verbeteren door te investeren in een duurzame ontwikkeling. Uitgangspunt is een aantrekkelijke 'work-life balance'. Alle thema's t.a.v. de fysieke leefomgeving hebben een (in)directe relatie met de horecasector:

- het versterken van de (eu)regionale netwerkfunctie (sociaal en economisch), als sterke kennisregio met een hoge kwaliteit van leven;
- investeren in een toekomstbestendige leefomgeving, gezond en leefbaar voor alle gebruikers van de stad;
- in stand houden en uitbreiden van de plekken waar beleving en ontmoeting een bijdrage leveren aan de aantrekkelijkheid van Maastricht, met concentratie van publieksaantrekkende functies en activiteiten in dynamische centra.

Visie binnenstad 2030

De Visie op de Binnenstad 2030 (juli 2014) beschrijft de gemeentelijke ambities voor de toekomstige binnenstad. De meest relevante beleidspunten in dit kader zijn:

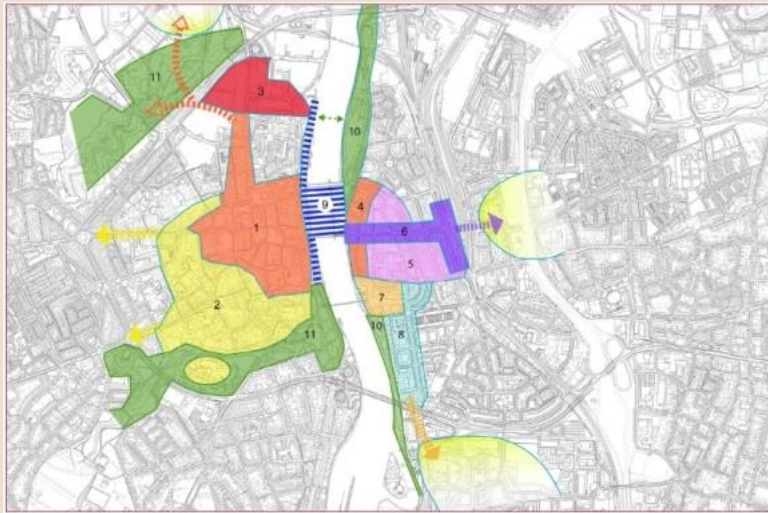
- De harmonieuze samenleving
In 2030 wonen, werken, ondernemen, studeren en recreëren de verschillende groepen in harmonie in de binnenstad. Met respect en ruimte voor elkaars wensen, interesse in elkaar en contact. Ook tolerantie en gastvrijheid t.a.v. bezoekers van buiten de stad zijn belangrijk. Onderscheidend, kwalitatief en vernieuwend ondernemen.
- De stad als proeftuin
De binnenstad moet creatief talent en ondernemers meer ruimte geven.
- Energiek en Groen
Belangrijk is een duurzaam gebruik van grondstoffen en energie.

De binnenstad is in 2030, zo ambieert de visie, dynamisch en monumentaal maar jong ogend. Alle bewoners leven er samen, leren, werken en recreëren en ondernemersbelangen worden gezien en ondersteund.

Kwaliteiten die gekoesterd moeten worden zijn:

- kwaliteit;
- Maastrichtse eigenheid;
- stedelijke sfeer;
- internationale georiënteerde bevolking;
- innovatie;
- menselijke maat;
- genieten van het goede leven;
- gastvrijheid.

De planlocatie voor het nieuwe hotel ligt in het deelgebied Wyck-Singelkwartier. Het sfeerbeeld is hier conform de binnenstadsvisie gericht op een 'rustige sfeer'. Er bestaan hier, aldus de visie, vooral ontwikkelingskansen voor wonen met bedrijven en kantoren. Onderhavige ontwikkeling (hotel en short stay) past goed binnen dit profiel.



Figuur 8: Karakteristieke gebieden Binnenstad 2030

Beleid toerisme algemeen

Maastricht heeft in haar Stadsvisie 2030 gekozen voor een aantal speerpunten: cultuurstad, internationale kennisstad en stedelijke woonstad. Een aantrekkelijke en gezonde hotellerie en horeca met een gastvrije ontvangst en service is uiteraard met name voor de profilering als cultuur- en kennisstad essentieel.

Economische Visie Maastricht 2040

De gemeente maakt in deze visie de keuze voor een duurzame ontwikkeling van de binnenstad, met een evenwichtige balans tussen economische en sociale duurzaamheid. Gericht op het behoud van een economisch sterke binnenstad. Met een mix van functies die dynamisch, monumentaal maar ook “jong ogend” zijn en waar ondernemersbelangen worden gezien en ondersteund.

Tevens wil de gemeente graag overnachtingsmogelijkheden in de stad, die een andere verblijfsbeleving bieden dan het huidige aanbod, doordat ze onderscheidend en innovatief zijn.

Hotelbeleid Maastricht

Het in 2009 vastgestelde hotelbeleid, geactualiseerd in 2015 en 2018, is nog steeds van kracht. Dit beleid is terughoudend en kritisch t.a.v. nieuwe ontwikkelingen. Voor nieuwe hotels is een toetsingskader opgesteld, die de eisen en voorwaarden voor nieuwe hotels in de gemeente formuleert. Bij uitbreiding van bestaande hotels wordt een haalbaarheidsstudie vereist vanaf 8 extra kamers en voor hotels groter dan 140 kamers voor uitbreidingen (in hetzelfde of naastgelegen pand) van 5% van het aantal bestaande kamers.

Naast diverse algemene criteria onderscheidt het toetsingskader twee soorten criteria:

- Markttechnisch ('genereren additionele vraag'):
- Het hotel biedt meerwaarde voor de stad en trekt nieuwe gasten aan.
- Het zorgt voor meer diversiteit en kwaliteit in het hotelaanbod.
- Economisch/financieel, vooral gericht op het aantonen van de financiële haalbaarheid van het hotel door een meerjaren exploitatiebegroting.
- Tevens moeten initiatiefnemers zelf een SWOT-analyse (Strengths, Weaknesses, Opportunities en Threats) uitvoeren omtrent de ontwikkeling. Deze wordt kritisch beoordeeld door de gemeente.

Hotelbeleid 2015-2018

De ambitie van het geactualiseerde hotelbeleid in 2015 en 2018 was het makkelijker maken om ruimte te geven aan vernieuwende concepten. De gemeente streeft naar een goede leefbaarheid en duurzame ruimtelijke ordening als één van de publieke taken. Dit is zeker aan de orde indien een initiatief strijdig is met het bestemmingsplan. In dat geval moet een integrale afweging plaatsvinden op basis van leefbaarheid en (duurzame) ruimtelijke ordening over het al dan niet verlenen van een ontheffing, het nemen van een projectbesluit of het partieel herzien van een bestemmingsplan. Belangrijke criteria bij de integrale afweging zijn bijvoorbeeld de parkeerbalans, het niet evenredig schaden van het woonmilieu, de geschiktheid van het gebouw en het behoud van de monumentale kwaliteit.

Voor logiesverstrekkende bedrijven, waar sprake is van het vestigen van nieuwe hotelkamers, is daar het criterium “ruimte in de markt” aan toegevoegd.

Ruimte. Mensen. Toekomst.

Amsterdam

Rhijnspoorplein 38
1018 TX Amsterdam
+31 (0)20 506 19 99

Boxtel

Bosscheweg 107
5282 WV Boxtel
+31 (0)411 850 400

Venlo

Industriestraat 94
5931 PK Tegelen
+31 (0)77 373 06 01

info@bro.nl
www.bro.nl

