

Haalbaarheidsstudie Gezinshotel Villa Kanjel, Maastricht

september 2018
publicatieversie

Inhoudsopgave

1	ACHTERGROND EN METHODIEK	3
1.1	ACHTERGROND	3
1.2	METHODIEK	3
2	INTRODUCTIE BEOOGDE HOTELLOCATIE EN HOTELCONCEPT	6
2.1	BEOOGDE HOTELLOCATIE.....	6
2.2	BEOOGD HOTELCONCEPT	8
2.2.1	<i>VanRijn Project en Beleid.</i>	8
2.2.2	<i>Villa Kanjel</i>	8
2.2.3	<i>Doelgroepen</i>	8
2.2.4	<i>Marketing</i>	10
2.2.5	<i>Landgoed</i>	11
2.2.6	<i>Hotelkamers</i>	13
2.2.7	<i>Slaapzaal</i>	15
2.2.8	<i>Woonkamer</i>	16
2.2.9	<i>Restaurant en terras</i>	17
2.2.10	<i>Duurzaamheid</i>	18
2.2.11	<i>Overige faciliteiten</i>	19
3	OMGEVINGSANALYSE	21
3.1	LIGGING	21
3.2	BEREIKBAARHEID.....	21
3.3	ECONOMIE.....	25
3.4	TOERISME EN RELEVANTE LOKALE ACTIVITEITEN	25
3.5	RELEVANTE ONTWIKKELINGEN	28
4	AANBODANALYSE VAN DE HOTELMARKT	30
4.1	HISTORISCH AANBOD	30
4.2	HUIDIG AANBOD	30
4.2.1	<i>Nederland</i>	30
4.2.2	<i>Maastricht</i>	31
4.2.3	<i>Valkenburg</i>	31
4.3	CONCURRERENDE HOTELMARKT	31
4.4	SECUNDAIRE CONCURRENTIE.....	34
4.4.1	<i>Hotels</i>	34
4.4.2	<i>Groepsaccommodaties</i>	<i>Fout! Bladwijzer niet gedefinieerd.</i>
4.5	TOEKOMSTIG AANBOD	38
5	VRAAGANALYSE VAN DE HOTELMARKT	40
5.1	HISTORISCHE ONTWIKKELING HOTELOVERNACHTINGEN	40
5.2	HISTORISCHE ONTWIKKELING HOTELRESULTATEN	42
5.2.1	<i>Nederland</i>	42
5.2.2	<i>Groepsaccommodatiemarkt</i>	43
5.2.3	<i>Maastricht</i>	43
5.2.4	<i>Concurrerende markt</i>	44
5.3	MARKTSEGMENTATIE EN SEIZOENSSPREIDING	45
5.3.1	<i>Relatie marktsegmentatie en seizoensspreiding</i>	45
5.3.2	<i>Marktsegmentatie vergeleken</i>	47
5.4	VERWACHTE GROEI OVERNACHTINGEN CONCURRERENDE MARKT	47
6	BEKNOPT ANALYSE VAN DE GEZINSMARKT	49
6.1	DEFINITIE VAN GEZINSHOTEL	49

6.2	OBSERVATIES UIT HET GEZINSREISMARKT SEGMENT.....	49
7	BEKNOPT SWOT-ANALYSE	53
8	RESULTATENANALYSE, INCLUSIEF ANALYSE AANVULLENDE VRAAG	55
8.1	ANALYSE MOGELIJKE BEZETTINGSGRADEN.....	55
8.2	FAIR SHARE ANALYSE.....	55
8.3	AANVULLENDE VRAAG.....	56
8.3.1	<i>Fair share analyse en aanvullende vraag.....</i>	<i>57</i>
8.4	SCHATTING MOGELIJKE BEZETTINGSGRAAD SLAAPZAAL	58

1 Achtergrond en methodiek

Dit hoofdstuk is bedoeld om inzicht te geven in de achtergrond en het doel van het onderzoek. De achtergrond wordt beschreven in de eerste paragraaf. In de tweede paragraaf worden de wijze waarop het onderzoek is verricht en de wijze waarop de rapportage is opgebouwd toegelicht.

1.1 Achtergrond

Van Rijn Project&Beleid, bestaande uit het ondernemingsechtpaar Danielle Arends en Gerard van Rijn, heeft een tender gewonnen om Landgoed Villa Kanjel aan te kopen, bestaande uit het rijks monumentale landhuis (Villa Kanjel), het bijbehorende koetshuis en een Engelse landschapstuin met vijverpartij en bosquet. Voorwaarden waren onder meer dat het landgoed een duurzame bestemming krijgt en het pand in stand wordt gehouden, maar ook dat het zal bijdragen aan het functioneren van het gebied.

De opzet is om in Villa Kanjel een gezinshotel te realiseren, waarbij de bestaande 16 ruime kamers van de villa worden benut als hotelkamers. Het hotel krijgt tevens een goed restaurant op de begane grond, geschikt voor gezinnen en kinderen, en een groot terras met uitzicht op het landgoed.

Om de hotelontwikkeling mogelijk te maken zal een bestemmingsplanwijziging moeten plaatsvinden. Het vigerende hotelbeleid staat gemeentelijke medewerking hieraan alleen toe in het geval van een positieve uitkomst van een haalbaarheidsstudie.

1.2 Methodiek

Uit het Toetsingskader Hotels Maastricht blijkt dat voor het vestigen van een nieuw hotel (vanaf 8 kamers) de haalbaarheid moet worden aangetoond met een haalbaarheidsstudie. Sinds 16 maart 2017 moet volgens het aangepaste toetsingskader voor nieuwe initiatieven worden aangetoond dat het initiatief ten minste 15% tot 20% additionele vraag genereert.

Procedureel wordt geadviseerd:

1. Eerst een principe verzoek in te dienen voor het initiatief. Het plan wordt, voor zover mogelijk, integraal beoordeeld op ruimtelijke ordening, verkeer, welstand, wonen e.a.;
2. Indien dit positief is, kan de haalbaarheidsstudie verder uitgewerkt worden;
3. Indien dit ook positief is, dient u een formele omgevingsvergunning aan te vragen.

De nadruk ligt hierbij op de inhoudelijke meerwaarde voor de stad: 'trekt het concept nieuwe (lees: extra) gasten naar de stad?' en 'is het hotelconcept onderscheidend genoeg?'. Daarbij moet ook onderbouwd worden dat het initiatief duurzaam is: 'is aantoonbaar sprake van een haalbare en realistische investering en hotelexploitatie?'.

Naast algemene criteria onderscheidt het toetsingskader twee soorten criteria:

1. Markttechnisch ('genereren additionele vraag'):
 - a. Het hotel biedt meerwaarde voor de stad, het trekt nieuwe gasten aan, en
 - b. Het zorgt voor meer diversiteit en kwaliteit in het hotelaanbod.
2. Economisch/financieel, ofwel de financiële haalbaarheid van het hotel aantonen door een meerjaren exploitatiebegroting.

Volgens het genoemde toetsingskader zijn dit de onderdelen die de haalbaarheidsstudie moet bevatten:

1. *Algemene informatie*

(algemene informatie, een omschrijving van het concept en een SWOT-analyse, waarbij de SWOT-analyse een vrij uitgebreide onderbouwing moet hebben).

2. Onderbouwing van het *onderscheidend vermogen* van het hotel, inclusief kwantificering van de additionele vraag en plan voor monitoren van de additionele vraag.

3. *Haalbaarheidsanalyse* door middel van vijfjarige exploitatiebegroting inclusief kapitaalslasten op basis van een investeringsbegroting.

Er is een rapport samengesteld, waarbij de haalbaarheidsstudie is uitgewerkt conform het toetsingskader van de gemeente Maastricht. De haalbaarheidsstudie is uitgevoerd in de volgende stappen.

- a. Locatieanalyse
- b. Conceptanalyse
- c. Beknopte aanbodanalyse
- d. Beknopte vraaganalyse
- e. Beknopte analyse van de gezinsmarkt
- f. Concluderende SWOT-analyse
- g. Analyse van toekomstige resultaten
- h. Waardebepaling
- i. Concluderende haalbaarheidsanalyse

a) *Locatieanalyse*

In de locatieanalyse is ingezoomd op de krachten (strengths), zwaktes (weaknesses), kansen (opportunities) en bedreigingen (threats) van de locatie. In het bijzonder is gelet op de locatie, de ligging ten opzichte van Maastrichtse trekpleisters en de bereikbaarheid per openbaar vervoer en auto, zowel in de huidige omstandigheden als in de verwachte toekomstige omstandigheden.

b) *Conceptanalyse*

In de conceptanalyse is ingezoomd op de krachten (strengths) en zwaktes (weaknesses) van het beoogde concept. Hierbij is in detail ingegaan op de plannen en met name op de manier waarop het concept oplossingen biedt voor eventuele zwaktes en bedreigingen, en hoe het krachten en kansen kan ondersteunen.

c) *Beknopte aanbodanalyse*

In de beknopte aanbodanalyse is eerst de concurrerende markt geïdentificeerd. Daarna zijn de volgende kenmerken van de individuele concurrenten in kaart gebracht: locatie, ketenbinding, classificatieniveau, beoordelingsniveau, aantal kamers, faciliteiten en diensten. Vervolgens is voor die karakteristieken een beeld met gezamenlijke kenmerken geschetst. Tot slot is de mogelijke uitbreiding van de concurrerende markt in kaart gebracht.

d) *Beknopte vraaganalyse*

In de beknopte vraaganalyse is aandacht besteed aan de ontwikkeling en het huidige niveau van de gemiddelde bezettingsgraad, kamerprijs en opbrengst per beschikbare kamer in de concurrerende markt. Hetzelfde is gedaan voor de segmentatie in de concurrerende markt. Tot slot is een indicatie gegeven van mogelijke groei in vraag naar kamernachten in de concurrerende markt, op basis van historische economische groei, historische groei van hotelovernachtingen, projecties van economische groei en relevante ontwikkelingen in Maastricht.

e) *Beknopte analyse van de gezinsreis markt*

Omdat het beoogde Gezinshotel Villa Kanjel zich sterk zal richten op gezinnen, families en kinderen, is in het zesde hoofdstuk nader ingegaan op internationale, nationale en lokale ontwikkelingen in de markt van gezinsreizen. Vanwege de beperkte beschikbaarheid van statistieken, gaat het hierbij om een beknopte analyse.

f) *Concluderende SWOT-analyse*

De concluderende SWOT-analyse bevat een schema van de in de voorgaande onderdelen geobserveerde krachten (strengths), zwaktes (weaknesses), kansen (opportunities) en bedreigingen (threats), gevolgd door een conclusie over de manier waarop de uitbreiding oplossingen biedt voor eventuele zwaktes en bedreigingen en krachten en kansen kan ondersteunen.

g) *Analyse van toekomstige resultaten*

Op basis van de bevindingen uit de eerdere onderdelen en met gebruikmaking van onder meer een fair share analyse, is een indicatie gegeven van de verwachte bezetting en kamerprijzen in de eerste vijf operationele jaren. Deze indicatie vormt de basis voor de mogelijke kameromzet, waarna de te verwachten overige omzetten, kosten en vaste lasten zijn geprojecteerd aan de hand van kerncijfers voor vergelijkbare projecten. De geprojecteerde opbrengsten en kosten monden middels de 'Uniform System of Accounts for the Lodging Industry (11th edition)' uit in een schatting van de te verwachten winst- en verliesrekening. De resultaten hiervan zijn de bruto bedrijfsresultaten voor de exploitatie, waarvan nog vaste lasten, zoals vervangingskosten voor de inrichting, onroerende zaak belasting en onroerend goed verzekering, moeten worden betaald. De resulterende kasstromen vormen de basis voor de waarde van het hotel. De kasstromen zijn uitgedrukt in geschatte werkelijke bedragen in euro, op basis van de verwachte inflatiepercentages.

h) *Bedrijfseconomische waardebepaling*

Met gebruikmaking van een contante waarde model is de som van de contante waarden van de eerstvolgende tien jaarlijkse kasstromen bepaald. Hierbij is ervan uit gegaan dat de kasstromen na het vijfde jaar alleen nog maar aan de hand van inflatie zullen veranderen. De kasstroom zoals geprojecteerd voor het elfde jaar is eerst gekapitaliseerd en daarna contant gemaakt, waardoor een beeld is ontstaan van de mogelijke residuele waarde na de eerstvolgende tien operationele jaren. De som van beide getallen resulteert in de waarde van het hotel. Bij het vaststellen van de gemiddelde vermogensvoet en de kapitalisatiefactor is rekening gehouden met het huidige investeringsklimaat ten aanzien van hotels, de kwaliteiten van concept en locatie en andere relevante factoren.

i) *Concluderende haalbaarheidsanalyse*

In de haalbaarheidsanalyse wordt geconcludeerd of de beoogde hotelontwikkeling additionele vraag genereert op basis van het concept en de huidige marktdynamiek. Er wordt ook geconcludeerd of het concept meer diversiteit en kwaliteit in het hotelaanbod toevoegt. Tevens is de waarde van de hotelontwikkeling afgezet tegen een door Van Rijn Project&Beleid aangeleverde investeringsbegroting. Op basis van deze laatste confrontaties is een conclusie getrokken over de haalbaarheid van het hotelbouwplan.

2 Introductie beoogde hotellocatie en hotelconcept

In dit hoofdstuk zijn de beoogde hotellocatie en het beoogde hotelconcept geïntroduceerd.

2.1 Beoogde hotellocatie

Villa Kanjel is gelegen in stadsdeel Nazareth, onderdeel van de gemeente Maastricht, in het zuiden van de provincie Limburg, in het zuiden van Nederland. Het geplande hotel is gelegen op landgoed La Petite Suisse. Dit gebied bevat twee iconische gebouwen: een koetshuis en een villa genaamd Villa Kanjel. In de laatstgenoemde zal het hotel met 16 kamers ontwikkeld worden. De villa is circa 1.697 m² groot. Villa Kanjel heeft witgepleisterde gevels, schilddaken en een vijf verdiepingen hoge toren.¹ De totale oppervlakte van de aangekochte percelen bedraagt 58.336 m².²

Figuur 1. Villa Kanjel



Bron: Gemeente Maastricht

Historie

De Maastrichtse industrieel en politicus Peter Regout (1801-1878) kocht landgoed La Petite Suisse in 1863. De Maastrichtse villa werd verbouwd in 1865-1866 en verving een ouder landhuis. De Maastrichtenaar geldt als oprichter van De Sphinx, een grote aardewerkproducent van sanitair die leidde tot een belangrijke rol van de keramische industrie in de economische ontwikkeling van Maastricht. Daarnaast was Peter Regout ook een tijd lid van de Eerste Kamer.³ In 1880 werd het huis voor Regouts dochter, mevrouw Weustenraedt-Regout, verbouwd tot woonhuis naar het ontwerp van de Akense architect Wilhelm Wickop. De nieuwe naam, 'Villa Kanjel' ontleende men aan het riviertje 'De Kanjel', dat door de tuin achter het huis stroomt.⁴ Hierna werd het pand gebruikt als kraamkliniek. Tot 2013 fungeerde het pand als behandelcentrum van de GGD. Anno 2014 wordt de villa in afwachting van herontwikkelingsplannen gebruikt voor diverse culturele activiteiten en wordt het 'antikraak' bewoond. In de omgeving zijn een groot aantal kastelen en

¹ Bron: Boogard, J. van den, en S. Minis, Monumentengids Maastricht. Leiden, 2001

² Bron: Website Gemeente Maastricht

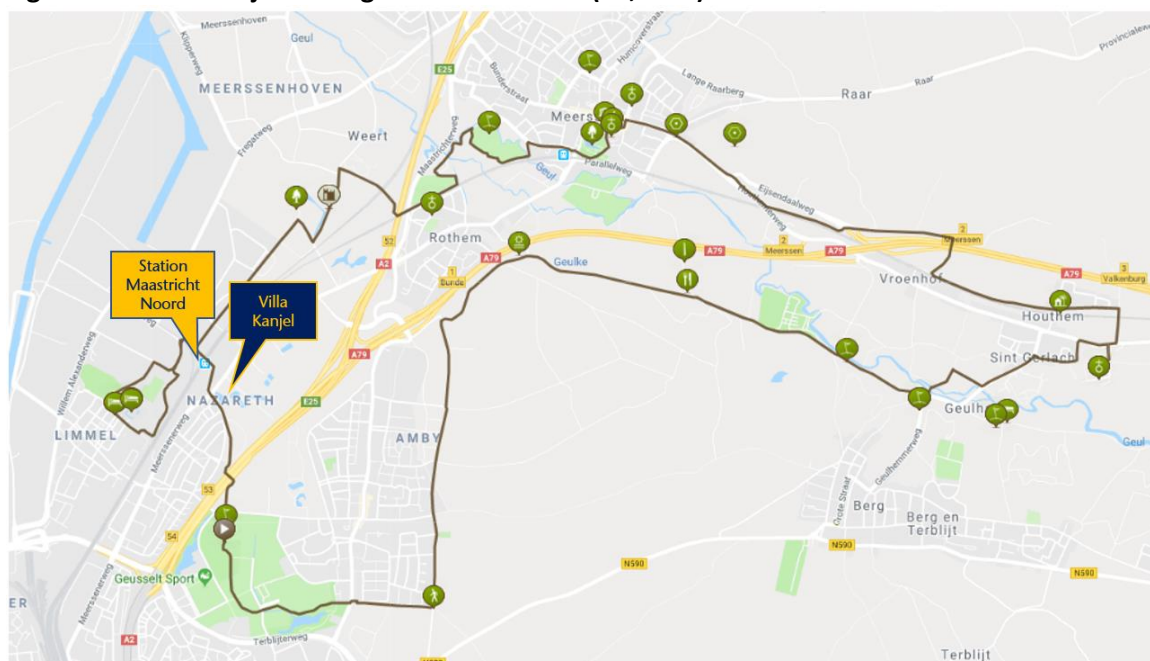
³ Bron: Website Geheugen van Nederland

⁴ Bron: Historische Studies Geuldal 11 (2001), Stichting Historische en Heemkundige Studies in en rond het Geuldal

villa's te vinden, die ooit in eigendom waren van Petrus Regout, zoals kasteel Vaeshartelt, villa Kruisdonk en villa Canne. Een aantal hiervan, waaronder Villa Kanjel, liggen langs de fietsroute langs Geul & Maas (figuur 2).

Rond 1850 werd de Spoorlijn Aken - Maastricht aangelegd, later volgde de Spoorlijn Maastricht - Venlo. Van 1853 tot 1933 had Mariënwaard een eigen treinstation, het Station Mariënwaard, ongeveer op dezelfde plek waar van 2011 tot 2013 het Station Maastricht Noord is gebouwd. In de jaren 1960 en 1970 werd ten westen van de spoorlijn het industrieterrein Beatrixhaven aangelegd.

Figuur 2. Rondje Buitengoed Geul & Maas (21,2 km)



Bron: Website Buitengoed Geul & Maas op Routeyou.com / Bewerkt door Horwath HTL

De figuur illustreert ook de ligging van Villa Kanjel buiten het centrum van Maastricht

Cultureel erfgoed status

Het landgoed, inclusief Villa Kanjel, is van grote cultuurhistorische waarde als zeer bijzondere uitdrukking van een sociaaleconomische en typologische ontwikkeling. Mede daarom heeft het de cultureel erfgoed status verworven in 1997. La Petite Suisse is vanwege bouwstijl en ontwerp, de betrokkenheid van de architecten Wickop en Gindra, materiaalgebruik, ornamentiek, alsmede de esthetische kwaliteiten van het geheel van architectuurhistorische waarde.

Het landhuis, Villa Kanjel, behoort ook tot cultureel erfgoed door de eclectische bouwstijl, de esthetische kwaliteiten van zijn ontwerp, het materiaalgebruik en de ornamentiek. Fabrikantenlandhuizen uit de tweede helft van de negentiende eeuw als La Petite Suisse zijn, ook in relatie tot hun ouderdom, in regionaal perspectief zeer zeldzaam.⁵

⁵ Bron: Redengevende omschrijving Cultureel erfgoed, actualiteit gegevens: 8 juli 2016

2.2 Beoogd hotelconcept

2.2.1 VanRijn Project en Beleid.

2.2.2 Villa Kanjel

De volgende tabel toont een overzicht van het concept van het beoogde Villa Kanjel Maastricht.

Tabel 1. Concept en programma van eisen Gezinshotel Villa Kanjel Maastricht

Gezinshotel Villa Kanjel	
Ketenbinding	geen, of nader te bepalen
Positionering	gezinnen met kinderen
Niveau / karakter	goede middenklasse
	viersterrenniveau
	boetiek
Kamers	16, alsmede een slaapzaal met 32 bedden
	variërend in niveau van 'upcale' tot 'upper-upscale', met het leeuwendeel 'comfort'
Faciliteiten en services	entree met huiskamer dining room met á la carte service en buitenkeuken met terras (hoofdfunctie) algemene ruimte tuin (5,5 Ha) kinderoppasservice totaal vloeroppervlak in Villa Kanjel van 1.600 m ²
	natuurspeeltuin
	voetbalveld
	fietsverhuur en stalling
Totaal perceeloppervlak	Circa 58.336 m ²

Bronnen: Plan van Aanpak Gezinshotel Villa Kanjel

2.2.3 Doelgroepen

Het beoogde Villa Kanjel Maastricht zal zich sterk richten op een specifieke doelgroep: families met kinderen. De positionering van het beoogde Villa Kanjel Hotel Maastricht als geschikte accommodatie voor deze doelgroep zal onder meer tot stand worden gebracht door middel van de kindvriendelijke faciliteiten, de sfeer op het landgoed alsmede de specifieke keuzes met betrekking tot marketingcommunicatie.

Primaire doelgroep

Voor de hotelkamers doelt Gezinshotel Villa Kanjel op gezinnen met kinderen die op dit moment twee hotelkamers zouden moeten boeken wanneer zij in Maastricht willen verblijven. Zoals naar voren komt in de analyse van het concurrerend aanbod in hoofdstuk 4.3, zijn kamers voor meer dan twee personen in Maastricht slechts in zeer beperkte mate beschikbaar.

Er zal zowel op Nederlandse als op internationale gezinnen worden gericht. De marketing over de grenzen zal zich met name richten op Belgische, Franse, Britse, Duitse en Spaanse gezinnen. Een van de directeurs van Tata Steel Europe (70.000 werknemers), is enthousiast over het concept sportieve gezinsvakanties en wil Villa Kanjel promoten binnen het bedrijf. Met name de mogelijkheid om met de hele familie te kunnen fietsen in Zuid-Limburg vanuit Villa Kanjel spreekt hem aan. Deze Brit geeft aan dat Engelsen graag verblijven in authentieke monumentale panden nabij een interessante stad en nabij een groene omgeving.

Het sociale contact dat hotelgasten met elkaar zullen hebben, gecreëerd door de sociale ruimtes die het hotel zal bieden, is één van de aspecten die het hotel zal karakteriseren. Dit zal met name van toepassing zijn op kinderen, die zowel buiten in de natuur-speeltuin, op het trapveld als in het hotel in de huiskamer en in de aparte speelkamer sociaal contact kunnen leggen. Dit wordt versterkt door de autonome bezoekers die de faciliteiten naar verwachting zullen trekken, wat een sterke dynamiek zal kunnen genereren. Er is immers een groot aantal faciliteiten op een overzienbaar stuk land te vinden, wat de kans dat men elkaar tegenkomt sterk verhoogt. Bovendien is het landgoed volledig omheind, en daarmee een veilige omgeving voor spelende kinderen.

Voor samengestelde gezinnen biedt het Gezinshotel een geschikte overnachtingsmogelijkheid. Samengestelde gezinnen zijn vaak grotere gezinnen waarbij ouders kinderen hebben uit vorige relaties, ongeveer 10% van alle Nederlandse gezinnen⁶. Naar verwachting zal dat in de toekomst toenemen. Het hotel is expliciet geschikt voor grotere gezinnen, waarop de marketing zich dan ook zal richten.

Alternatieve doelgroepen

Hoewel Villa Kanjel zich specifiek zal richten op gezinnen met kinderen tot 12 jaar, zal het zich nadrukkelijk niet alleen hierop richten. Bij onder meer de inrichting, dienstverlening en marketingcommunicatie van het beoogde Villa Kanjel Maastricht zal worden gestreefd naar de integratie van deze doelgroep met andere – voor Maastricht reguliere - doelgroepen. Gezinnen zullen naar verwachting de voorkeur geven aan het overnachten op weekenddagen en in de schoolvakanties. Om ook bezetting tijdens weekdagen te realiseren zal Villa Kanjel zich tevens richten op ouderen, feesten en zakelijke gasten. De Villa is dusdanig ingericht, dat verschillende doelgroepen naast elkaar kunnen verblijven, zonder dat ze elkaar overlast bezorgen.

Ouderen

Het product zal oudere gasten naar waarschijnlijkheid bevalen, aangezien het beoogde Gezinshotel Villa Kanjel beschikt over een ruime tuin en gelegen is in een rustieke groene omgeving. Door middel van elektrische fietsen kunnen ook ouderen tot op latere leeftijd van de fietsroutes die de omgeving rijk is genieten. Tevens is er een lift aanwezig, waardoor de kamers rolstoel toegankelijk zijn. Ook mindervalide ouderen kunnen gebruik maken van de faciliteiten. Daarnaast is de combinatie grootouders met jonge kinderen – ook doordeweeks – een mogelijkheid. Zeker aangezien Villa Kanjel personeel in dienst heeft dat kinderactiviteiten kan organiseren.

⁶ Bron: Publicatie Samengestelde Gezinnen, Nederlands Jeugdinstituut, 2014

Leisure groepen

Het hotel is ook geschikt voor bruiloften en andere feesten. De tuin, die deels kan worden afgescheiden, is ruim genoeg om een feest te organiseren voor grote groepen. Door de ruime opzet van de villa en het landgoed kunnen verschillende doelgroepen moeiteloos van de faciliteiten gebruik maken. De groepsaccommodatie, met compartimenten die veel privacy verschaffen, is geschikt om na afloop van het feest de gasten te laten overnachten. Deze extra faciliteit wordt niet door andere zalen in de omgeving geboden.

Zakelijke markt

Voor zakelijke doeleinden leent het hotel zich ook; er wordt gedacht aan managementtrainingen met overnachtingen, incentivevakanties en teambuildingreizen. De Villa beschikt zowel doordeweeks als in de weekenden over voldoende zaalruimte en buitenruimte voor het organiseren van bijeenkomsten voor deze groepen. Naast het restaurant kunnen ook aangrenzende ruimtes, die afgescheiden kunnen worden, op de begane grond hiervoor gebruikt worden.

Naast de overnachtingsmarkt zal de lokale (internationale) bedrijvenmarkt aangetrokken worden. In de directe omgeving van bedrijventerrein Beatrixhaven is Villa Kanjel een aantrekkelijke locatie voor lunches, diners en overnachtingen van buitenlands personeel. De nabijheid en kleinschaligheid, maken dat mensen zich er thuis zullen voelen. De grote kamers zijn bovendien comfortabel gemeubileerd en daarmee ook geschikt voor meerdere overnachtingen.

Fietsers

Maastricht is een belangrijk knooppunt voor vele (internationale) fietsroutes⁷. De ondernemers in Villa Kanjel zijn voornemens deze doelgroep goed te bedienen, onder andere door het aanleggen van een beveiligde fietsenstalling voor de steeds duurder wordende (elektrische) fietsen⁸. Villa Kanjel is gelegen aan het Rondje Buitengoed Geul & Maas. Bovendien zullen naast fietsers in de lokale omgeving ook lange-afstandsfietsers worden aangetrokken.

Verwachte Segmentatie

Het hotel zal zich merendeels richten op de toeristische markt. Uit cijfers van Horwath HTL's jaarlijkse enquête blijkt dat in Maastricht de compositie van hotelgasten voor 53% bestaat uit individuele toeristische gasten en nog eens 7% toeristische groepen. Deze verdeling is de afgelopen jaren veranderd; waar de spreiding tussen toeristische en zakelijke gasten in 2012 nog gelijk was, is het deel toeristische gasten van 48% in 2012 gegroeid naar 60% in 2017.

2.2.4 Marketing

Specifieke keuzes rondom marketingcommunicatie zullen betrekking hebben op onder meer:

⁷ Bron: Website Fietsersbond en Maastricht Bereikbaar

⁸ Bron: Studie Consultancy.nl: Fietskopers steeds duurder uit door luxe fiets en e-bikes, maart 2016

2.2.5 Landgoed

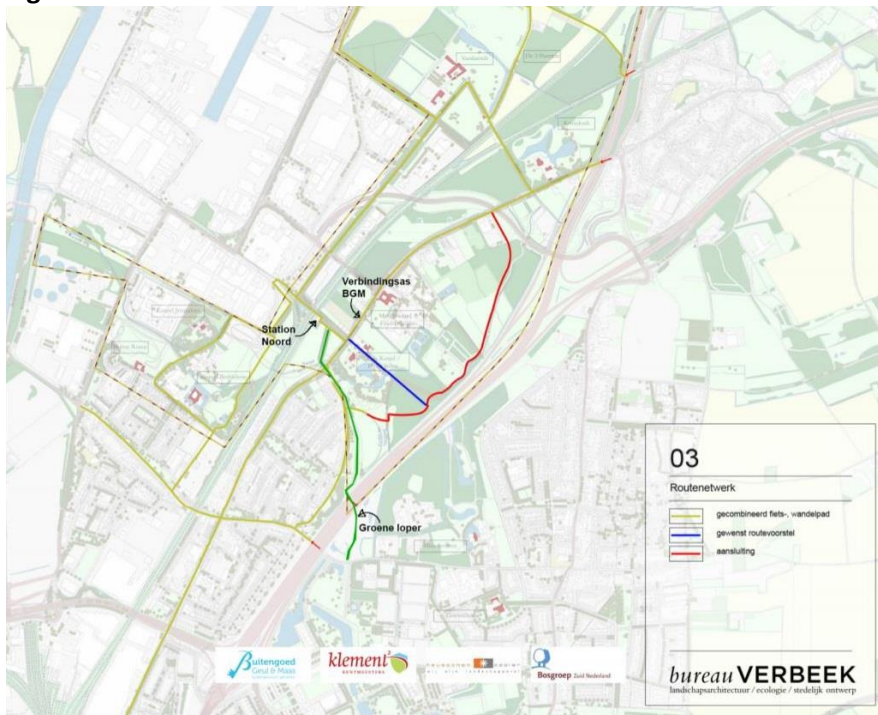
In samenwerking met zullen mensen met een achterstand tot de arbeidsmarkt worden geworven die, begeleid door een professional, onderhoud aan het landgoed zullen plegen.

Het landgoed zal gratis toegankelijk zijn voor bezoekers. Naar verwachting zal dit de dynamiek op het landgoed versterken, wat weer zal bijdragen aan de ervaringen die kinderen van verblijvende gasten zullen hebben. Het monumentaal karakter, het terras, de natuurspeeltuin, het voetbalveld en de mini-boerderij zullen worden geprofileerd als Unique Selling Points (USP's) in de marketing en communicatie van Villa Kanjel.

Integratie van Gezinshotel Villa Kanjel in de gebiedsvisie

Volgens de herbestemmingsscan die de gemeente Maastricht heeft laten uitvoeren door bureau Satijn Plus, sluit het realiseren van horeca op Landgoed Kanjel aan op de gemeentelijke beleidsvisie. De bestemming horeca sluit aan bij de wensen van de gebiedsvisie Buitengoed Geul en Maas. Horecamogelijkheden die in de herbestemmingsscan kansrijk worden bevonden zijn onder meer horecagelegenheden gericht op recreatie. Het publieke karakter dient onderdeel uit te maken van het horecaconcept, ter wille van het vergroten van de recreatiewaarde van het gebied, het grens overstijgend routenetwerk van wandel- en fietspaden en het vergroten en beleefbaar maken van de zichtlijnen met de nabije omgeving.

Figuur 3. Routenetwerk



Bron: Integrale Gebiedsvisie Geul en Maas

Zoals zichtbaar op deze kaart, die hoort bij de integrale gebiedsvisie Geul en Maas, is de Beukenlaan die over Landgoed Kanjel loopt een gewenst routevoorstel. Villa Kanjel ligt bovendien aan de Groene Loper (linker ingang wordt weer toegankelijk), aan het geplande wandel/fietspad tussen de Groene Loper en de verbindingsas Geul en Maas (rode route) en aan de bestaande wandel/fietspaden van de Landgoederenzone. Door de verschillende landgoederen aan elkaar te verbinden – wat gebeurt wanneer Landgoed Kanjel wordt opengesteld voor publiek – wordt de fietsroute door de zogenaamde Landgoederenzone een zeer aantrekkelijke route. Zeker in combinatie met een speeltuin en een kwalitatief goede horecavoorziening die ook geschikt is voor kinderen, zal Villa Kanjel een interessante tussenstop worden voor de vele passanten en recreanten uit Maastricht en omgeving.

De gemeente Maastricht verwacht dat de route Groene Loper – Landgoederenzone aantrekkelijk gaat worden voor wandelaars en fietsers. Wel is het dan van belang dat er voldoende kwalitatieve horeca langs de route komt te liggen. Naast de ontwikkeling van Villa Kanjel, heeft de gemeente ook een tender uitgeschreven om een horeca-exploitant te vinden voor een Stadspaviljoen op het deel van de Groene Loper dat voorheen het A2 tracé was.

Behalve de Groene Loper en het fiets/wandelpad door de Landgoederenzone, loopt ook de Via Belgica langs Villa Kanjel. Via Belgica is de naam die in de twintigste eeuw is gegeven aan een 400 kilometer lange oude Romeinse heirbaan. De Via Belgica liep van Boulogne-sur-Mer via onder andere Arras, Bavay, Tongeren, Heerlen en Maastricht naar Jülich en Keulen. Binnen de huidige landsgrenzen kwam de Via Belgica in Nederlands-Limburg bij Maastricht de grens over om haar weg te vervolgen langs Meerssen, Valkenburg en Voerendaal. Om daarna via Heerlen en Landgraaf bij Rimborg de grens met Duitsland over te steken.⁹

⁹ Bron: Website ViaBelgica.nl

2.2.6 Hotelkamers

Gezinskamers

Zestien kamers zullen worden gerealiseerd in Villa Kanjel. De kamers bevatten een tweepersoonsslaapplaats, badkamer en een extra tweepersoonsbed, stapelbed of dubbel stapelbed.

Onderstaande artistieke designtekening schetst een vierpersoonskamer met een tweepersoons boxspring bed en een enkel tweepersoons stapelbed. Hieruit blijkt dat het plan is om gebruik te maken van lichte kleuren, met als doel het creëren van een modern huiselijk gevoel. Er zijn compacte opbergmogelijkheden aangebracht onder het bed. Andere nieuwe designelementen zijn fotobehang en nieuwe kozijnen. De bestaande aspecten zoals de openhaard en plafond zullen na restauratie in bewaring blijven, blijkt uit het ontwerp.

Figuur 4. Impressie van het ontwerp van de toekomstige gezinskamers



Bron: Plan van aanpak Gezinshotel Villa Kanjel

Uit de ontwerpschets in figuur 4, 5 en 8 blijkt dat de volgende familiekamer types zijn gepland:

- a) Vier tweepersoonsskamers met één tweepersoonsbed en toebehorende privé badkamer (kamers 6, 9, 13, 16). Deze kamers zouden één of twee personen kunnen ontvangen, zonder dat badkamerfaciliteiten gedeeld hoeven te worden met derden.
- b) Acht vierpersoonsskamers met één tweepersoonsbed, één stapelbed en toebehorende privé badkamer (kamers 1, 2, 4, 5, 8, 11, 12, 15)
- c) Twee zespersoonsskamers met twee stapelbedden en toebehorende privé badkamer (kamers 7, 14).
- d) Twee vierpersoonsskamers met twee tweepersoonsbedden en toebehorende privé badkamer (kamers 3, 10).

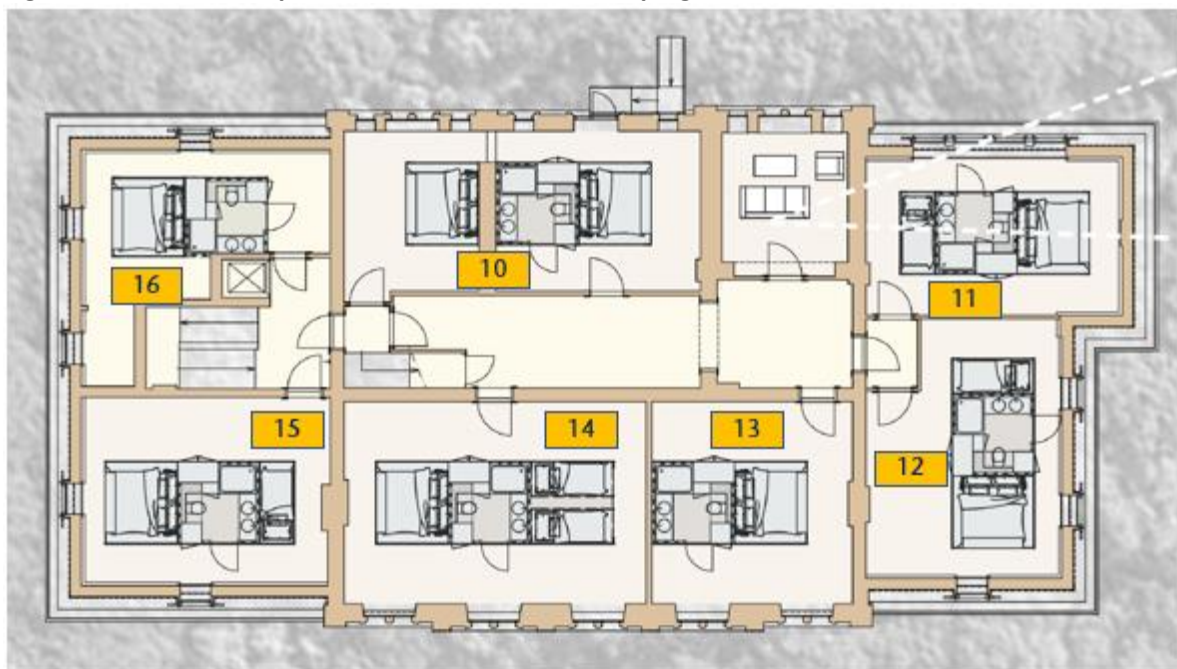
Figuur 5. Ontwerpschets van de eerste verdieping *



Bron: Plan van aanpak Gezinsshotel Villa Kanjel / bewerkt door Horwath HTL

*Kamers 1 en 2 bevinden zich op de begane grond. Zie figuur 9.

Figuur 6. Ontwerpschets van de tweede verdieping



Bron: Plan van aanpak Gezinsshotel Villa Kanjel / bewerkt door Horwath HTL

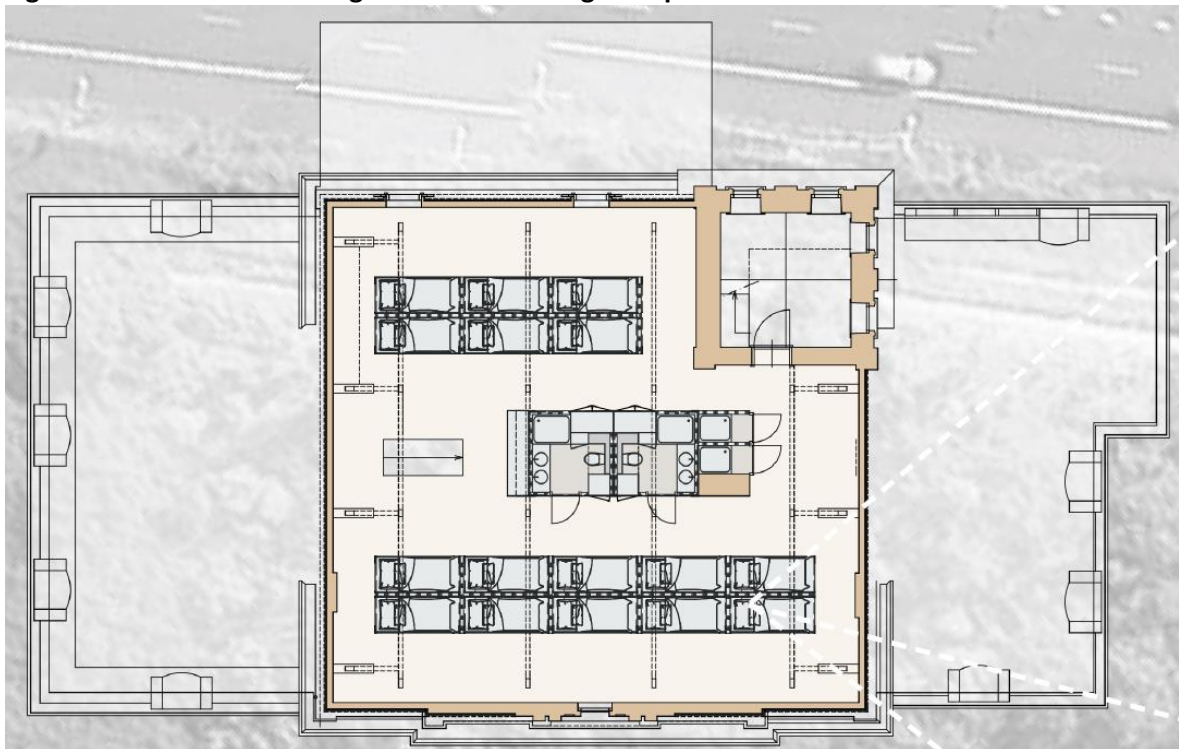
De gezinskamers zullen worden gerealiseerd in een omgeving waar gezinnen gebrekkige keuze hebben uit familiekamers en gezinnen met meer dan twee kinderen zelfs noodgedwongen twee hotelkamers moeten boeken, omdat er geen gezinskamers met vijf of meer bedden worden aangeboden. Het hotel zal uitgebreide faciliteiten voor kinderen bieden, waardoor gezinnen zich zeer comfortabel zullen voelen.

2.2.7 Slaapzaal

Op de zolderverdieping wordt een grotere slaapzaal aangelegd met 32 bedden, die dusdanig ingericht is dat per bed de privacy optimaal is gewaarborgd. Dit gedeelte zal gecompartmenteerd worden opgeleverd in ruimten van acht bedden, met ieder een eigen badkamer. Het sanitair zal gedeeld worden met andere gasten van de slaapzaal waardoor het voor een lagere prijs zal worden aangeboden dan de hotelkamers.

De slaapzaal is voor een divers soort groepen geschikt als verblijfsaccommodatie. Hierbij wordt gedacht aan scholen, verenigingen, scoutingclubs, internationale educatieve vakanties of zelfs teambuildingactiviteiten met een zakelijk karakter. Het serviceniveau bevindt zich op een middenklasse-niveau. De bedden worden dus opgemaakt en zijn van hoge kwaliteit, de badkamers zijn van degelijke materialen en producten voorzien en de gasten kunnen gebruikmaken van dezelfde voorzieningen als de hotelgasten.

Figuur 7. Bouwtekening van de toekomstige slaapzaal



Bron: Plan van aanpak Gezinshotel Villa Kanjel

Figuur 8. Impressie van de toekomstige slaapzaal

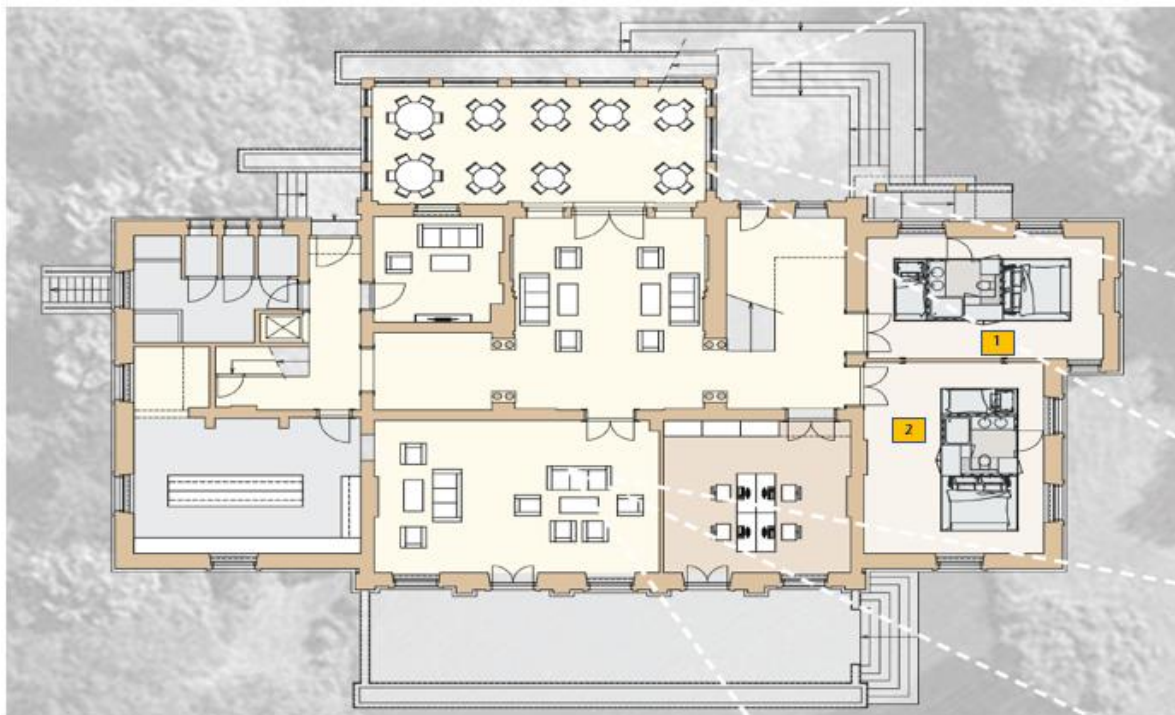


Bron: Plan van aanpak Gezinshotel Villa Kanjel

2.2.8 Woonkamer

Villa Kanjel bevat geen receptie; de ontvangst vindt plaats in de woonkamer van het pand. Deze bevat tevens een boekenkast, spellenkast en er is de mogelijkheid om iets te drinken. Ook niet-hotelgasten zijn welkom, waardoor extra dynamiek zou kunnen ontstaan. De villa bevat aan weerszijden ook een oppervlakte die zou kunnen dienen als evenementenlocatie. Daarnaast zijn ook twee hotelkamers gepland op de begane grond.

Figuur 9. Bouwtekening van de begane grond



Bron: Plan van aanpak Gezinshotel Villa Kanjel

Figuur 10. Impressie van de toekomstige woonkamer



Ref: Living
Bron: Plan van aanpak Gezinshotel Villa Kanjel

2.2.9 Restaurant en terras

Landgoed Kanjel heeft een restaurant in de Villa en een terras met keuken en bar bij het Koetshuis, waar de speeltuin wordt gesitueerd. Het restaurant en het terras worden naar verwachting de hoofdfunctie van het bedrijf. De keuken bij het Koetshuis zal geopend zijn in de periode april tot november en heeft een menu met diverse pannenkoeken, soepen, salades, snacks en hapjes en enkele hoofdgerechten. Ook is er ambachtelijk gemaakt ijs.

Het restaurant in de Villa wordt een à la carte restaurant. Hier geldt: geen uitgebreide kaart, maar kwalitatief hoogwaardig en een seizoensgebonden menu. Voor de jongere gasten zal uiteraard een speciale kinderkaart worden gecreëerd. Hierbij wordt gedacht aan gezonde gerechten met een kleurrijk kids-friendly design. Substantiële, maar niet te grote porties zullen helpen voedselverspilling tegen te gaan. Tegelijkertijd is het aannemelijk dat ouders positief staan tegenover kindergerechten, door de goede prijskwaliteitverhouding. Zij hoeven immers niet een volledige maaltijd te bestellen voor hun kinderen.

Door haar ligging aan Groene Loper, Landgoederenzone, Via Belgica en verbindingssas Buitengoed Geul en Maas is Landgoed Kanjel een logische stop voor de vele recreanten op deze fietsknooppaden en wandelpaden. Bovendien zal de speeltuin bij goed weer veel bezoekers trekken die met de kinderen een stukje willen fietsen en vervolgens willen spelen en eten. Maastricht heeft momenteel geen speeltuin met een kwalitatief goed restaurant, zo blijkt uit de inventarisatie in hoofdstuk 3.4. Bovendien zal het aantrekkelijke Landgoed ook autonome bezoekers trekken.

Figuur 11. Impressie van de toekomstige eetzaal



Ref: Dineg
Bron: Plan van aanpak Gezinshotel Villa Kanjel

2.2.10 Duurzaamheid

Villa Kanjel probeert op verschillende manieren zo duurzaam mogelijk te opereren. In deze sectie worden zowel vanuit een klimatologisch als vanuit een sociaal oogpunt de duurzaamheidsdoelstellingen van Gezinshotel Villa Kanjel geschetst.

Klimatologisch

Op het gebied van klimatologische duurzaamheid zullen enkele ramen worden vervangen door monumentenglas. Deze maatregel reduceert het energieverbruik en heeft tot het gevolg dat de totale CO² footprint van het verblijf wordt gedrukt. De aanleg van dakisolatie zal bovendien het energieverbruik nog verder beperken.

Daarnaast wordt bij de installatietechniek gebruik gemaakt van een LuchtWaterWarmtepomp, in combinatie met standalone systemen per hotelkamer. Zo kan klimaatbeheersing op maat worden gereguleerd en wordt geen energie verspild in ruimten die niet in gebruik zijn.

De buitenkeuken, die in gebruik zal zijn van april t/m november zal worden voorzien van zonnepanelen. Deze duurzame energievorm zal naar verwachting het merendeel van het energieverbruik kunnen voorzien.

Bij de aanleg van sanitair worden waterbesparende installaties gemonteerd. Denk hierbij aan waterzuinige toiletten en douchekoppen. Bovendien zullen de producten die in het restaurant geserveerd worden, zoveel mogelijk van lokale en biologische komaf zijn. Tevens wordt gestreefd naar een 100% biologische menukaart.

In samenwerking met [] zal het landgoed in ere hersteld worden. Onderdeel daarvan is dat de wandelpaden over het landgoed worden terug gebracht. De wandelpaden leiden de wandelaar over het water, door het park, langs de monumentale villa, door de boomgaard en de pluktuin lang langs de natuurspeelplaats.

Naar verwachting zal Gezinshotel Villa Kanjel voldoen aan de criteria van een Greenkey label.

Sociaal

In het bedrijf krijgen mensen met een afstand tot de arbeidsmarkt de kans om in-company het horecavak of groenonderhoudvak te leren. Daarbij krijgen ze een aanstelling met loonkostensubsidie en een training on the job. Ze worden goed begeleid door ervaren leermeesters.

Villa Kanjel is toegankelijk voor minder valide gasten. De monumentale deuren, de lift en de speciale invalidenopgang maken het mogelijk om gebruik te maken van zowel bar, restaurant als logies.

2.2.11 Overige faciliteiten

Achter het koetshuis komt een **natuurspeeltuin** inclusief een natuur-voetbalveld. Kinderen kunnen hier gratis spelen. De facilitaire dienst van het hotel zal de speeltuin in de gaten houden.

Op het landgoed naast landgoed La Petite Suisse, de Mariënwaard, wordt een crematorium gevestigd. Hierdoor wordt Villa Kanjel een interessante horecavoorziening voor koffietafels. Samen met het gezelschap kunnen bezoekers van het crematorium gemakkelijk naar Landgoed La Petite Suisse lopen, en zijn zij uit de sfeer van het crematorium.

Het landgoed zal worden hersteld door de **wandelpaden** te verbeteren, waarna het zal worden geopend voor publiek tussen tenminste 08.00 uur en 20.00 uur. Daarnaast zal het geplande **fietspad** een extra lus krijgen, waardoor men met een kleine omweg het gebied beter kan verkennen. Onderhoud aan het landgoed zal worden uitgevoerd door mensen met een achterstand tot de arbeidsmarkt.

Op onderstaande figuur zijn de faciliteiten van het hotel weergegeven zoals beschreven in het plan van aanpak.

Figuur 12. Overzicht plan Villa Kanjel



Bron: Vlekkenschema van het bestemmingsplan Villa Kanjel, aangepast door Horwath HTL

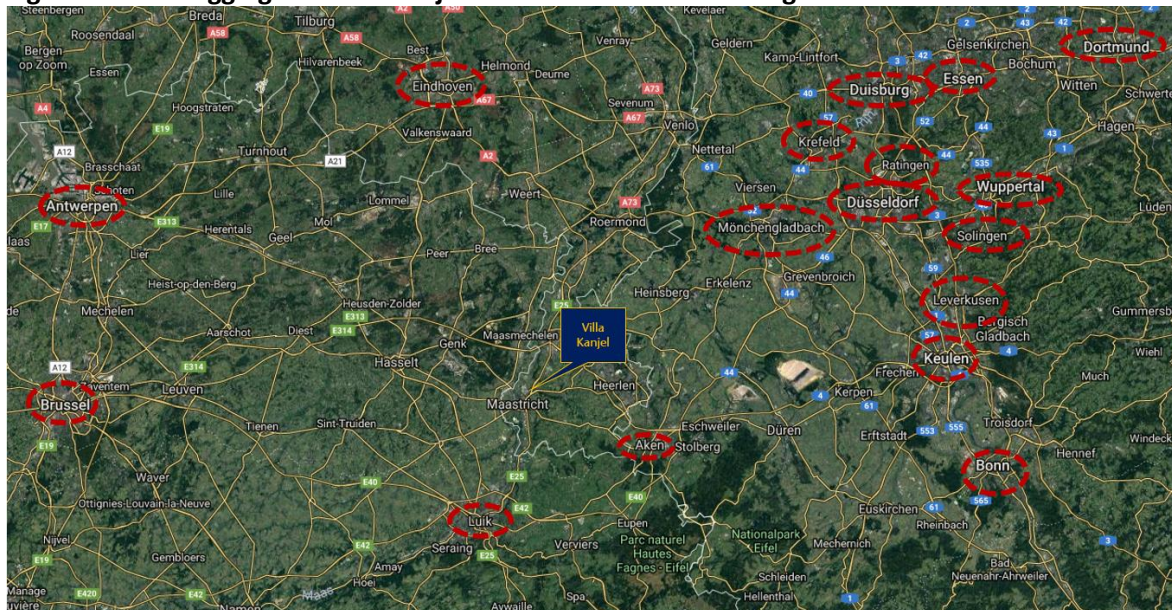
3 Omgevingsanalyse

In dit hoofdstuk is een beeld geschetst van Maastricht. Hierbij is voornamelijk aandacht geschonken aan economische en toeristische kenmerken die relevant zijn voor gezinshotel Villa Kanjel, zowel in de huidige situatie als met betrekking tot de toekomst. Daarnaast zijn ook de relevante lokale attracties beschreven.

3.1 Ligging

De volgende figuur toont de ligging van Villa Kanjel ten opzichte van grote steden in de wijdere Nederlandse, Belgische en Duitse omgeving van Maastricht Noord. Binnen Nederland en België zijn dat Luik, Eindhoven, Antwerpen en Brussel, maar vooral het Duitse grensgebied is dichtbevolkt, met als meest nabije en grote steden Aken, Mönchengladbach, Keulen en Düsseldorf.

Figuur 13. Ligging van Villa Kanjel in Nederland en t.o.v. België en Duitsland



Bron: Google Maps / bewerkt door Horwath HTL

3.2 Bereikbaarheid

Villa Kanjel is gelegen op circa 300 meter loopafstand van Station Maastricht Noord, op circa 2,1 kilometer rijafstand van de meest nabije oprit van de A2 en A79 en op circa 3,3 kilometer afstand van NS Station Maastricht. Station Maastricht Noord ligt bij Bedrijventerrein Beatrixhaven¹⁰, het grootste bedrijventerrein van Maastricht¹¹. Sinds de opening eind 2013 zijn er directe verbindingen met de andere twee stations in Maastricht, alsook met Heerlen, Kerkrade, Landgraaf en Valkenburg aan de Geul. Het station is onderdeel van de nieuwe Park + Ride voorziening met 360 parkeerplaatsen in Maastricht-Noord.^{12 13} De volgende figuur illustreert de nabijheid van verbindingen.

¹⁰ Bron: Google Maps

¹¹ Bron: Werklocaties Limburg 2017 - Etil

¹² Bron: Website Maastricht Bereikbaar

¹³ Bron: Website Nationale Spoorwegen

Figuur 14. Afstand Villa Kanjel tot autosnelwegen en Station Maastricht Noord



Bronnen: Google Maps, bewerkt door Horwath HTL

De stations van Maastricht bieden diverse directe regionale en bovenregionale verbindingen. Het centraal gelegen station van Maastricht heeft een internationale verbinding met Luik (België) en biedt via het centraal station van Heerlen een internationale verbinding met Aken (Duitsland), Düren (Duitsland) en Stolberg (Duitsland).

Snelweg A79 verbindt Maastricht en Heerlen met elkaar. In Maastricht sluit de A79 aan op de A2, die Maastricht verbindt met noordelijker gelegen middelgrote en grote Nederlandse gemeenten zoals Sittard-Geleen, Weert, Roermond, Eindhoven, Den Bosch, Utrecht en Amsterdam en - in de vorm van de E25 - met zuidelijker gelegen middelgrote Belgische gemeenten zoals Luik. In Heerlen sluit de A79 aan op de E314, die Heerlen verbindt met Genk (België) en Leuven (België) in het westen en met Aken (Duitsland) in het zuidoosten. Op het landgoed van Villa Kanjel is ruime parkeergelegenheid voor 50 auto's.¹⁴

De volgende tabel geeft een overzicht van reistijden van verschillende relevante steden in Nederland, België en Duitsland per auto en per openbaar vervoer (OV) naar Villa Kanjel. Vanwege

¹⁴ Plan van Aanpak Gezinshotel Villa Kanjel

een relatief grote afstand, is de reistijd per auto en per OV van de grootste Nederlandse steden naar Maastricht relatief lang. Vanwege de nabijheid, is de reistijd per auto van diverse middelgrote en grote Belgische en Duitse steden naar Maastricht relatief kort. Vooral voor de Belgische en Duitse steden geldt echter dat de reistijd per OV aanzienlijk langer is dan de reistijd per auto.

Tabel 2. Reistijden naar Villa Kanjel*

Plaats	Reistijd per auto t.o.v. OV**	Reistijd in minuten per OV	Reistijd in minuten per auto
Maastricht Aachen Airport	0,4	24	9
Maastricht	1,3	6	8
Valkenburg	1,2	13	15
Heerlen	0,5	30	16
Luik	0,4	62	22
Kerkrade	0,5	50	26
Aken	0,4	75	28
Mönchengladbach	0,4	139	55
Keulen	0,4	150	65
Düsseldorf	0,5	120	65
Eindhoven	0,7	77	55
Den Bosch	0,7	98	70
Duisburg	0,5	139	70
Brussel	0,5	133	70
Antwerpen	0,5	164	75
Rotterdam	0,7	150	110
Utrecht	0,8	131	100
Amsterdam	0,8	159	130
Den Haag	0,7	177	120

Bronnen: Google Maps, Website Nederlandse Spoorwegen

* De reistijden zijn weergegeven vanuit Hotel Villa Kanjel naar stedelijke centrumlocaties.

** De reistijd per auto gedeeld door de reistijd per openbaar vervoer

Per auto is Villa Kanjel binnen ongeveer een uur bereikbaar vanuit vijf Nederlandse, Belgische of Duitse vliegvelden: Eindhoven Airport, Flughafen Düsseldorf, Liège Airport, Luchthaven Keulen-Bonn en Maastricht Aachen Airport. De grootste hiervan is Luchthaven Keulen-Bonn. Deze biedt intercontinentale vluchten. Brussels Airport, dat iets verder weg ligt, doet dat ook. De meest nabijgelegen luchthaven, op ongeveer zeven kilometer autoafstand, is Maastricht Aachen Airport. Het is een relatief klein commercieel vliegveld dat in de afgelopen één à twee decennia verschillende tegenslagen heeft gehad. Op dit moment maken drie budgetluchtvaartmaatschappijen er gebruik van. Corendon, Ryanair en Enterair hebben verbindingen met in totaal 21 toeristische plaatsen in Bulgarije, Egypte, Frankrijk, Griekenland, Italië, Macedonië, Portugal, Spanje, Tunesië en Turkije¹⁵. Begin 2016 werd bekend dat Trade Centre Global Investments BV vanaf medio 2016 voor een periode van minstens tien jaar de exploitatie zou overnemen, met als doel zowel het passagiersvervoer als het vrachtverkeer nieuw leven in te blazen¹⁶. In mei 2016 werd het contract getekend¹⁷. Trade Centre Global Investments BV is al meer dan 20 jaar actief in de luchtvaartwereld en vertegenwoordigt twee van de drie vrachtcarriers die op Maastricht Aachen Airport vliegen. Onderdeel van de afspraak was dat de Provincie Limburg samen met de vier Zuid-Limburgse gemeentemiddelen beschikbaar zou stellen voor het wegwerken van achterstallig onderhoud en voor de kosten van onder meer veiligheid en brandweer op de luchthaven. Hiermee lijkt het tij op Maastricht Aachen Airport weer te zijn gekeerd.

¹⁵ Bron: Website Maastricht Aachen Airport

¹⁶ Bronnen: Persbericht Provincie Limburg d.d. 21-01-2016

¹⁷ Bron: Nieuwsbericht 1Limburg d.d. 20-05-2016

Tabel 3. Luchtvaartmaatschappijen en bestemmingen Maastricht Aachen Airport

Luchtvaartmaatschappij	Bestemmingen
AlMasria Universal Airlines	Seizoensgebonden: Hurghada ¹⁸
BH Air	Seizoensgebonden: Burgas
Corendon Dutch Airlines	Seizoensgebonden: Alghero, Antalya, Banjul (begint 3 november 2018) Catania, Corfu, Enfidha, Faro, Heraklion, Ibiza, Kos, Rhodos, Trapani, Zakynthos ¹⁹
Enter Air	Seizoensgebonden: Lourdes
Onur Air	Charter: Antalya (begint 12 oktober 2018) ²⁰
Pegasus Airlines	Seizoensgebonden: Antalya ²¹
Ryanair	Alicante Seizoensgebonden: Bari, Girona
Tailwind Airlines	Seizoensgebonden: Antalya

Bron: Website Maastricht Aachen indien niet anders vermeld

Luchtverbindingen met steden als Amsterdam, Berlijn en Londen dragen naar verwachting bij aan de ontwikkeling van het zakelijke klimaat in Zuid-Limburg en daarmee mogelijk op indirecte wijze ook aan de ontwikkeling van hotelvraag. Bovendien zal een deel van de passagiers van MAA een bestemming hebben in en directe vraag hebben naar hotelaccommodatie in de omgeving. Het is echter onwaarschijnlijk dat MAA, waar het passagiersvervoer is gedomineerd door budgetluchtvaartmaatschappijen, grote directe hotelvraag genereert. Sommige reizigers besparen kosten door met een budgetluchtvaartmaatschappij naar een goedkopere luchthaven te vliegen dan waar ze uiteindelijk moeten zijn, waardoor het goed mogelijk is dat een deel van de passagiers van MAA niet in de omgeving van MAA zal verblijven. Bovendien kiezen niet veel reizigers die comfort gedurende hun vlucht inruilen voor lagere prijzen bij een budgetluchtvaartmaatschappij op een goedkopere luchthaven wel voor het comfort van extra overnachtingen voor vertrek of na terugkomst. Zij die dat wel doen, bijvoorbeeld diegenen met intercontinentale vluchten, die op MAA echter niet worden aangeboden, zullen veelal de voorkeur geven aan hotels op of in de buurt van het luchthaventerrein. Met betrekking tot overnachtingen van luchtvaartbemanningen kan tot slot worden opgemerkt dat bemanningen van budgetluchtvaartmaatschappijen zo veel mogelijk binnen dezelfde dienst terugvliegen om kosten te besparen.

Bereikbaarheid per boot

Aanvullend op thuishavens van diverse watersportverenigingen heeft Maastricht twee jachthavens: historische binnenhaven 't Bassin (7 autominuten) met 70 ligplaatsen²² en Maastricht Marina (11 autominuten) met circa 200 ligplaatsen²³. Eerstgenoemde ligt nabij de Markt. Het heeft in de jaren negentig een opwaardering ondergaan en huisvest nu diverse restaurants. Laatstgenoemde is gelegen op de grens met Eijsden, in de directe nabijheid van Kasteel de Hoogenweerth en Restaurant Sofa. Verwacht wordt dat de meeste bezoekers die per jacht reizen op hun eigen jacht in de plaats van in hotels overnachten. Dit zal echter niet voor ze allemaal gelden. Bovendien zullen sommige jachtvarenders met familie en vrienden afspreken die vervolgens wel in de buurt van de jachthaven in hotels overnachten.²⁴

¹⁸ Bron: Website Corendon

¹⁹ Bron: Persbericht Maastricht Aachen Airport: "Corendon: Maastricht, dinsdag 14 november 2017"

²⁰ Persbericht Onur Air: "Onur Air adds Antalya – Maastricht charters from Oct 2018", 8 juni 2018

²² Bron: Website Jachthaven 't Bassin

²³ Bron: Facebookpagina Maastricht Marina

²⁴ Bron: Google Maps

Geconcludeerd kan worden dat de bereikbaarheid van Gezinshotel Villa Kanjel Maastricht

- per auto over het algemeen goed is
- per trein over het algemeen goed is
- per vliegtuig over het algemeen goed is
- per boot over het algemeen goed is

3.3 Economie

Tijdens de laatste maanden van 2008 waren in Nederland de eerste tekenen van een economische crisis te merken, waarna de economie in 2009 een grote daling vertoonde. In 2010 en 2011 was sprake van een voorzichtig herstel, gevolgd door nieuwe, maar kleinere, dalingen in 2012 en 2013. In 2014 was er lichte groei, die in 2015 en 2016 in sterkere vorm doorzette. Daarmee liet Nederland de meest recente economische crisis achter zich. De volgende tabel toont dat op de langere termijn de economische groei in Zuid-Limburg lager is dan de economische groei in Nederland. Ook blijkt Zuid-Limburg te kampen te hebben met een turbulentere economische ontwikkeling.

Tabel 4. Ontwikkeling economische groei in %

	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	Gemiddeld
Nederland	1,7	-3,8	1,4	1,7	-1,1	-0,2	1,4	2,3	2,2	3,2	1,1
Limburg	0,3	-5,3	2,2	2,2	-1,5	-0,7	0,2	2,7	2,2	3,2	0,9
Zuid-Limburg	-0,1	-8,4	4,3	1,7	-1,8	-1,3	-0,5	3,6	2,1	2,9	0,6

Bron: Statline – Centraal Bureau voor de Statistiek

3.4 Toerisme en relevante lokale activiteiten

Zuid-Limburg is één van de populairste toeristische bestemmingen van Nederland. Toeristen bezoeken Zuid-Limburg het meeste vanwege de natuur en de steden. Drie belangrijke trekpleisters van Zuid-Limburg zijn dan ook 1) het heuvellandschap met diverse schilderachtige routes langs onder meer bossen, velden, wijnvelden, kastelen, abdijen en overig religieus erfgoed om te toeren, fietsen en wandelen, 2) het historische Maastricht en 3) de centrale ligging ten opzichte van de Belgische stad Luik en de Duitse stad Aken.²⁵

Ook de activiteiten in Valkenburg zijn belangrijk voor Villa Kanjel. Het Gezinshotel zal uitstekend verbonden zijn met Valkenburgse attracties door de korte 14 minuten per auto vanaf het hotel en 9 minuten per trein vanaf Station Maastricht Noord.²⁶ In de Zuid-Limburgse stad Valkenburg is het toerisme sinds het midden van de negentiende eeuw een belangrijke bron van inkomsten. Hier werd de eerste Nederlandse VVV opgericht, in 1885. In de volksmond wordt Valkenburg ook wel Mergelstad genoemd. De kalksteen wordt al sinds de Romeinse overheersing uit de grond gebroken en gebruikt voor de bouw van onder meer het treinstation, een uitzichttoren, watermolens, huizen, kerken en kastelen. Tegelijkertijd heeft de mergelwinning ervoor gezorgd dat zich onder de stad een 250 kilometer lang gangenstelsel bevindt. Veel van de hedendaagse attracties zijn ondergronds, waaronder de grot MergelRijk, de Gemeentegrot, de Geulhemmergroeve met grotwoning, het Grottenaquarium, de Romeinse catacomben en de modelsteenkolenmijn. Verbonden aan de Fluwelengrot is de ruïne van kasteel en vesting Valkenburg met nog een gedeelte van de stadsmuren en twee stadspoorten. In de grotten vinden onder meer ook avontuurlijke activiteiten plaats, waaronder mountain biking, laser games, paint ball en spooktochten.²⁷

²⁵ Bronnen: Toeristische Trendrapportages Limburg 2011/2012, 2012/2013, 2013/2014

²⁶ Bron: Google Maps

²⁷ Bronnen: Website Uit in Limburg, Website VVV Zuid-Limburg, Wegwijzer Zuid-Limburg – VVV Zuid-Limburg

Andere attracties in Valkenburg zijn onder meer attractieparken De Valkenier en Sprookjesbos Valkenburg, de prehistorische vuursteenmijnen, streekmuseum Land van Valkenburg, een rotspark met openluchttheater, een kabelbaan met rodelbaan en een replica van de grot in Lourdes²⁸. Een aantal attracties worden hier verder uitgelicht:

Kasteelruïne en Fluweelengrot Valkenburg (15 autominuten)

Stadhouder Willem III heeft het kasteel in 1672 opgeblazen met buskruit, maar enkele kamers zijn nog goed te herkennen. Kinderen kunnen dwalen met een speurtocht door de ruïne en eindigen bij de vluchtgangen onder het kasteel waardoor ridders ontsnapten tijdens aanvallen: de Fluweelengrot. Dit ondergrondse labyrint herbergt mysteries, schitterende wandschilderingen en zelfs een romantische kapel.²⁹

Geusseltbad (5 autominuten)

Het recreatie bad van Zwembad Geusseltbad staat geheel in functie van ontspannen en plezier in het water. Twee borrelbanken zorgen voor “een bruisende” ervaring, ook is er een stroomversnelling en een grote familieglidbaan. Er zijn ook voorzieningen voor de allerkleinsten, waardoor juist dit bad geschikt is voor gezinnen met jonge kinderen. Het recreatie bad bestaat uit een rechthoekig gedeelte van 16 x 16 meter met een waterdiepte van 1.40 meter. De watertemperatuur in dit bad is gemiddeld 31°C. Daarnaast is er ook een buitenbad.³⁰

Monte Nova (15 autominuten)

Gelegen op de flank van de mooi gelegen Sint-Pietersberg en grenzend aan het historische Fort Sint Pieter uit de 18e eeuw biedt restaurant MonteNova u een groot terras en minigolf met een prachtig uitzicht over de stad Maastricht. Geniet van de idyllische rust op loopafstand van het stadscentrum. De midgetgolf is maar liefst 18 banen groot, leuk voor het hele gezin maar ook voor bijv. kinder- en bedrijfsfeesten. Er is volop parkeergelegenheid voor de deur.³¹

Theatervoorstellingen

In de nabijheid van Villa Kanjel wordt veel familie- en jeugdtheater georganiseerd: voorstellingen voor alle kinderen, zelfs vanaf één jaar én voor hun ouders. Jeugdtheater omvat alle soorten theater: toneel, familie musical, dans, muziek, poppenspel, cabaret. Het zijn kleine voorstellingen en toneel-op-toneel tot en met grote producties. Enkele voorbeelden van uitvoeringen voor 6 jaar en ouder zijn Bumba, Alice in Wonderland of De Smurfen. Voor nog jongere kinderen zijn er ‘PeuterKleuterOchtenden’ waar kinderen op schoot genieten van net-echte poppen. De voorstellingen zijn te zien in nabije afstand van Villa Kanjel in verschillende theaters, zoals **Theater aan het Vrijthof** (14 autominuten), **Theater Heerlen** (20 autominuten) en **Theater Kerkrade** (26 autominuten).^{32,33}

Fun Beach (30 autominuten)

Fun Beach The Beach in Heel is door de ANWB uitgeroepen tot één van de beste binnenstranden van Nederland en als eerste strand van Limburg onderscheiden met de Blauwe Vlag. Vanaf 1 mei tot 1 oktober is het park dagelijks geopend van 10.00u. tot 19.00u. Er zijn attracties zoals bootverhuur, waterfietsen, kano's, drijvende speeltoestellen maar ook spectaculairdere attracties zoals wakeboarden, flyboarden en jetpacken.³⁴

²⁸ Bronnen: Website VVV Zuid-Limburg, Wegwijzer Zuid-Limburg – VVV Zuid-Limburg, Toekomstvisie Valkenburg aan de Geul Op weg naar 2035 d.d. 10-01-2014

²⁹ Bron: Dagjeweg.nl

³⁰ Bron: Website Zwembad Geusseltbad

³¹ Bron: Website Montanova

³² Bron: Website Parkstad Limburg Theaters

³³ Bron: Website Theater aan het Vrijthof

³⁴ Bron: Website: Fun Beach

MergelRijk Grot met Miniatuur- wereld, mergel- en zandsculpturen (12 autominuten)

MergelRijk is een bijzondere, eeuwenoude mergelgroeve (grot), met mergelbeelden en zandsculpturen, levensgroot en in miniatuur. Bezoekers komen er te weten hoe de grotten in Limburg zijn ontstaan, waarvoor ze werden gebruikt en wat er allemaal met mergel wordt gedaan. Ook worden er diverse films vertoond, o.a. gemaakt door de Efteling. Op interactieve tablets ontdekken bezoekers interessante wetenswaardigheden over de Limburgse geschiedenis en natuur. Kinderen krijgen een leuk doe-boekje met speurtocht en een diploma. In MergelRijk is veel te zien en te beleven voor jong en oud en als hoogtepunt mag iedereen in de workshopruimte zelf een kunstwerkje van een blokje mergel maken.³⁵

Themaparken

Limburg is rijk aan verschillende themaparken die een goede uitvalsbasis vormen voor gezinnen. Zo is er **GaiaZOO (25 autominuten)**, een Zuid-Limburgse dierentuin die vanwege een nieuw en uniek dierentuinconcept door het publiek reeds vier keer werd gekozen tot 'Mooiste Dierentuin van de Benelux' en is in 2013 en 2018 gekroond tot ANWB's 'Leukste Uitje van Nederland'. In GaiaZOO verblijven ongeveer 100 verschillende diersoorten. Sinds 2009 beschikt GaiaZOO over een binnenspeeltuin met de naam DinoDome. Met een oppervlakte van 2.500 vierkante meter is het Europa's grootste binnenspeeltuin (2009). GaiaZOO trekt jaarlijks ongeveer 450.000 bezoekers naar de dierentuin, voornamelijk uit Nederland, België en Duitsland.

Attractiepark **Toverland (1 uur)** is een deels overdekt attractiepark in het Nederlandse Sevenum. Het is een van de jongste attractieparken van Nederland. Toverland opende op 19 mei 2001 als overdekte speeltuin en is inmiddels uitgegroeid tot middelgroot themapark met een groeiend bezoekersaantal en oppervlakte. In 2012 werd door de ANWB-leden het attractiepark uitgeroepen tot beste uitje van Nederland en in 2014 won Toverland een Zoover Award voor beste attractiepark van Nederland.

SnowWorld (25 autominuten) is het grootste indoor skiresort van de wereld. Het is 365 dagen per jaar geopend en beschikt over vijf pistes met acht liften, waaronder een zespersoons stoeltjeslift. Voor kinderen en beginners zijn er twee oefenpistes van elk 100 meter lang, beiden met een eigen hellingsgraad. Tevens ligt er een funpark met tal van kickers, rails en boxen. Daarnaast beschikt SnowWorld over diverse restaurants, bars en zalen.³⁶

Speeltuinen

Voor een lagere prijs dan de uitgebreide attractieparken zijn er bij slecht weer ook verschillende **binnenspeeltuinen** in de nabijheid van Villa Kanjel: **Speelmijntje Lanaken (14 autominuten)** of **KinderRijkck (22 autominuten)**. Beiden voorzien in een relatief grote binnenspeeltuin voorziening met veilige attracties.³⁷ Mocht het toch mooi weer zijn, dan zijn er verschillende grote buitenspeeltuinen in de nabije omgeving, waaronder **Speeltuin 't Olifantje** op 16 minuten afstand en **Speeltuin Fort Willem** op slechts 8 minuten rijden. In **Recreatiepark Fun Valley (12 autominuten)** zijn ook groepsactiviteiten te beleven, zoals paintball en lasertag. Speciaal voor gezinnen is er de Kids Valley, een grote binnen- en buitenspeeltuin, men kan waterfietsen huren, spelen op waterspeeltoestellen een klimbos bezoeken en relaxen in een ligweide. Kinderen kunnen hier zorgeloos spelen.³⁸

³⁵ Bron: Website MergelRijk

³⁶ Bron: Website Snowworld

³⁷ Bronnen: Websites Speelmijntje Lanaken en KinderRijkck

³⁸ Bron: Website Fun Valley

Leisuredome (5 autominuten)

Leisuredome Kerkrade is een locatie met een verzameling aan activiteiten. Zo is er een zeer grote bioscoop, een bowling en lounge, een lasergame, een soccerarena, een escape Room, een kinderspeelparadijs, een GlowGolf en een game- en speelhal.³⁹

Educatieve uitjes

Ook zijn er educatieve uitjes in de nabijheid van Villa Kanjel: bij het **Wereldpaviljoen** (1 uur met de auto) in Steyl wordt van begin tot eind een beleving geboden zodat de bezoeker zich in een ontwikkelingsland waant. In het Wereldpaviljoen staat het beleven van een andere cultuur via interactieve games, rollenspellen, workshops en vooral door het zelf te ervaren centraal. Er zijn voor kinderen vanaf 6 jaar ook **stadswandelingen** in Maastricht, zelfstandig met een brochure of met gids. Voor creatieve families zijn er **workshops** om Mergel te bewerken. Maastricht en omgeving bieden ook verschillende musea die jonge kinderen aanspreken, bijvoorbeeld **Oorlogsmuseum Beek**, **Natuurhistorisch Museum Maastricht** of het **Continium**.⁴⁰ Een ander alternatief is **Domein Bokrijk** in Genk op slechts 30 autominuten met een openluchtmuseum, grote speeltuin en gelegen in een rijk natuurgebied wat het geschikt maakt om te combineren met fiets- en wandeltochten.⁴¹

Uit het bovenstaande blijkt dat naast de activiteiten van Villa Kanjel, de omgeving ook uitgebreide activiteiten voor gezinnen biedt.

3.5 Relevante ontwikkelingen

Op regionaal en lokaal niveau vinden er verschillende ontwikkelingen plaats die een positieve uitwerking kunnen hebben op de zakelijke en/of toeristische aantrekkingskracht van Zuid-Limburg in het algemeen en van Valkenburg in het bijzonder. Twee voorbeelden hiervan zijn hieronder beknopt omschreven.

Economische Samenwerking Zuid-Limburg

De colleges van Maastricht, Heerlen en Sittard-Geleen hebben in december 2017 ingestemd met een voorstel om te komen tot een nieuwe fase op het gebied van economische samenwerking in Zuid-Limburg. Het wordt gebouwd op het fundament van Limburg Economic Development, maar krijgt een andere opzet. Triple helix samenwerking met de overige gemeenten in Zuid-Limburg, de provincie Limburg, het bedrijfsleven en onderwijs- en kennisinstellingen blijven uitgangspunt, evenals verbinding met het brede Brainport-netwerk. Arbeidsmarkt en onderwijs, MKB en economie & vestigingsklimaat vormen de focusgebieden.⁴²

Par'Course⁴³

In de voormalige Leeuw-brouwerij in Valkenburg aan de Geul wordt een nieuw belevingscentrum ontwikkeld: Par'Course. Het plan rust grofweg op twee pijlers: Food XP en Sport XP. Food XP krijgt een plek in het monumentale brouwerijgebouw en moet uitgroeien tot een gastronomisch centrum rondom Limburgse producten. Sport XP bestaat uit een nieuw hotel met 65 kamers, een evenementencentrum en een sportcentrum met de focus op wielrennen en alles wat daarmee samenhangt. Shimano Europe heeft aangekondigd in het Sport XP een experience center waar het publiek fiets- roei- en hengelapparatuur kan ervaren te vestigen. Aan de straatzijde wordt verder nog een fietsverhuurcentrum gehuisvest. Het gebied krijgt zo de lang beoogde poort-functie van en naar het Buitengoed Geul & Maas.⁴⁴

³⁹ Bron: Website Leisuredome

⁴⁰ Bron: Website VVV Limburg

⁴¹ Bron: Website Domein Bokrijk

⁴² Bron: Persbericht Website Gemeente Heerlen d.d. 20-12-2017

⁴³ Bron: Website Gemeente Valkenburg aan de Geul

⁴⁴ Bron: Nieuwbericht De Limburger, 25 mei 2018

De Groene Loper Maastricht

De Groene Loper is een reeds gestart project met als doelstelling o.a. een betere bereikbaarheid van Maastricht, doorstroming op de snelweg A2 alsmede de bevordering van de leefbaarheid in omliggende buurten. Dit komt tot uiting door het plaatsen van 1.800 bomen van Landgoed Vaeshartelt tot aan het Centre Céramique. Bedrijventerrein Beatrixhaven, vlak naast Villa Kanjel gelegen, wordt beter bereikbaar. Een nieuwe fietsbrug over de Geusseltvijver verbindt De Geusselt met Vaeshartelt, waardoor een verbinding tussen de stad en het landelijke deel richting Buitengoed Geul en Maas ontstaat. Verder worden verbindingen tussen ecologische en recreatieve bestaande landgoederen, waaronder La Petite Suisse en kasteel Vasehartelt, verbeterd.⁴⁵ Naar verwachting zal De Groene Loper, met aanleg van de fietsbrug in het bijzonder, de bereikbaarheid van Gezinshotel Villa Kanjel Maastricht doen verbeteren.

⁴⁵ Bron: Website A2 Maastricht

4 Aanbodanalyse van de hotelmarkt

In dit hoofdstuk is het historische en huidige hotelaanbod van Maastricht en omgeving geanalyseerd, waarbij een nationale, provinciale en regionale vergelijking is getrokken. Vervolgens is de concurrentie van het beoogde Villa Kanjel geïdentificeerd en omschreven met betrekking tot: kwaliteitssegmentatie, aantallen kamers, kwaliteitsbeoordeling, bijbehorende faciliteiten, geleverde diensten en locaties. Tot slot is het verwachte toekomstige hotelaanbod in Maastricht geïnventariseerd en beoordeeld op realiteit en relevantie.

4.1 Historisch aanbod

De volgende tabel toont de ontwikkeling van het nationale, provinciale, regionale en lokale logiesaanbod in de periode 2012-2018. Het betreft zowel geclassificeerde hotels alsook niet-geclassificeerde pensions, hostels en appartementen met hoteldienstverlening. Opvallend is de groei van maar liefst 19% in het aantal kamers in Nederland en 23% in Maastricht, in vergelijking met de minimale groei in het aantal kamers in Limburg en Zuid-Limburg. Daarnaast was in de betreffende periode op landelijke schaal sprake van schaalvergroting, terwijl de gemiddelde omvang van een logiesaccommodatie op provinciale en regionale schaal nagenoeg niet veranderde.

Tabel 5. Historische ontwikkeling logiesaccommodaties (peilmaand december)

	Nederland		Limburg		Zuid-Limburg		Maastricht	
	A.	Kamers	A.	Kamers	A.	Kamers	A.	Kamers
2012	3.505	110.905	436	9.771	302	7.577	54	2.250
2013	3.510	113.813	433	9.687	298	7.405	52	2.168
2014	3.561	117.917	437	9.842	298	7.476	53	2.289
2015	3.525	118.121	430	9.598	290	7.240	52	2.269
2016	3.585	121.021	428	9.703	286	7.217	49	2.258
2017	3.636	124.049	443	9.895	296	7.277	55	2.395
2018	3.761	131.850	441	10.316	290	7.671	56	2.759
Groei	7%	19%	1%	6%	-4%	1%	4%	23%

Bron: Statline – Centraal Bureau voor de Statistiek / bewerkt door Horwath HTL

A. = accommodaties

4.2 Huidig aanbod

4.2.1 Nederland

Onderstaande tabel geeft het aanbod van hotels en hotelkamers in Nederland weer. De hotels zijn ingedeeld conform de Nederlandse Hotel Classificatie (NHC), welke formeel is afgeschaft in 2014. Sindsdien is de classificatie vrijwillig geworden, waarbij een overgangperiode geldt van de NHC naar de Europese Hotelclassificatie (EHC). Sinds de afschaffing van NHC zijn geen gegevens bekend over de verdeling naar classificatie. Wel zijn de totalen voor 2018 opgenomen.

Tabel 6. Hotelaanbod Nederland, 2014 en 2018 (sterrenclassificatie)

NHC	Hotels	Kamers	Gem. # kamers	Marktaandeel kamers
5-sterren	30	4.421	147	3%
4-sterren	435	44.934	103	35%
3-sterren	557	22.739	41	18%
2-sterren	166	2.677	16	2%
1-ster	11	300	27	0%
Ongeclassificeerd	2.387	54.408	23	42%
Totaal 2014	3.308	119.611	36	100%
Totaal 2018	3.503	129.479	37	

Bron: HorecaDNA Bewerking: Horwath HTL

Met een marktaandeel van 42% is het ongeclassificeerde segment het grootste segment binnen de Nederlandse hotelmarkt, gevolgd door het viersterrensegment met 35% en het driesterrensegment met 18%. Het vijfsterrensegment en de budgetsegmenten zijn minder sterk vertegenwoordigd. Het gemiddelde Nederlandse hotel heeft 37 kamers.

4.2.2 Maastricht

Uit de volgende tabel blijkt dat het viersterren segment nog veel groter is in Maastricht dan in Nederland. Met een marktaandeel van 49% domineert het viersterren segment de geclassificeerde hotelmarkt. Dit gaat ten koste van de aandelen van alle lager geclassificeerde segmenten. Door het buitengewoon grote aandeel van het viersterren segment en de relatief grote omvang van een gemiddeld viersterrenhotel, is de gemiddelde omvang van Maastrichtse hotels relatief groot vergeleken met de rest van de Nederlandse hotel markt.

Tabel 7. Hotelaanbod Maastricht, 2018*

NHC	Hotels	Kamers	Kamers/hotel	Marktaandeel
Vijfsterren	1	60	60	2%
Viersterren	10	1365	137	49%
Driesterren	8	141	18	5%
Tweesterren	1	27	27	1%
Ongeclassificeerd	41	1174	29	42%
Totaal	61	2767	270	100%

Bron: HorecaDNA / bewerkt door Horwath HTL

* optelsom van de individuele marktaandelen kan afwijken van 100% in verband met afronding

4.2.3 Valkenburg

Villa Kanjel is slechts 13 minuten verwijderd van Valkenburg en concurreert daarom ook met deze lokale hotelmarkt. Dit beeld wordt versterkt wanneer gekeken wordt naar de omvang en het sterrenniveau: hotels in Valkenburg hebben gemiddeld 19 kamers en zijn niet geclassificeerd. De omvang en positionering zijn overeenkomstig met het concept van Villa Kanjel.

Tabel 8. Hotelaanbod Valkenburg, 2018*

NHC	Hotels	Kamers	Kamers/hotel
Ongeclassificeerd	52	967	19
Totaal	52	967	19

Bron: HorecaDNA / bewerkt door Horwath HTL

* optelsom van de individuele marktaandelen kan afwijken van 100% in verband met afronding

4.3 Concurrerende hotelmarkt

Primaire Concurrentie

Het beoogde Villa Kanjel Maastricht zal zich vooral richten op gezinnen. Beoogd wordt om met deze positionering aanvullende hotelvraag aan te trekken, vraag van gezinnen die op dit moment geen gebruik maken van logiesaccommodaties in Maastricht, maar hiertoe kunnen worden overgehaald door middel van op maat gemaakte marketing van een concept dat nauwkeurig is afgestemd op hun behoeften en wensen. Ook werd eerder in deze rapportage aangegeven dat het beoogde Villa Kanjel Maastricht zich niet alléén op gezinnen zal richten, maar zal streven naar integratie van deze specifieke doelgroep met andere - voor Maastricht reguliere - doelgroepen. Met name tot die andere doelgroepen zal het beoogde Villa Kanjel Maastricht concurreren met bestaande logiesaccommodaties. Echter, dit zal in beduidend mindere mate zijn dan een regulier hotel door het sterk afwijkende concept.

Het geplande Villa Kanjel Maastricht zal met een opzichzelfstaand concept in het middensegment in een historisch pand buiten het centrum van Maastricht 16 kamers van verschillend formaat aanbieden, tezamen met een huiskamer, dining room, voetbalveld en natuurspeeltuin. Door de unieke locatie, de specifieke doelgroep en de originele faciliteiten wordt verwacht dat de concurrenten van Villa Kanjel in het volgende domein vallen: *hotels met 10 tot 50 kamers, met tenminste één familiekamer, op een één-, twee- of driesterren niveau gelegen in de gemeente Maastricht*. De hotels die binnen dit kader vallen zijn in onderstaande tabel weergegeven.

Tabel 9. Karakteristieken primaire concurrenten

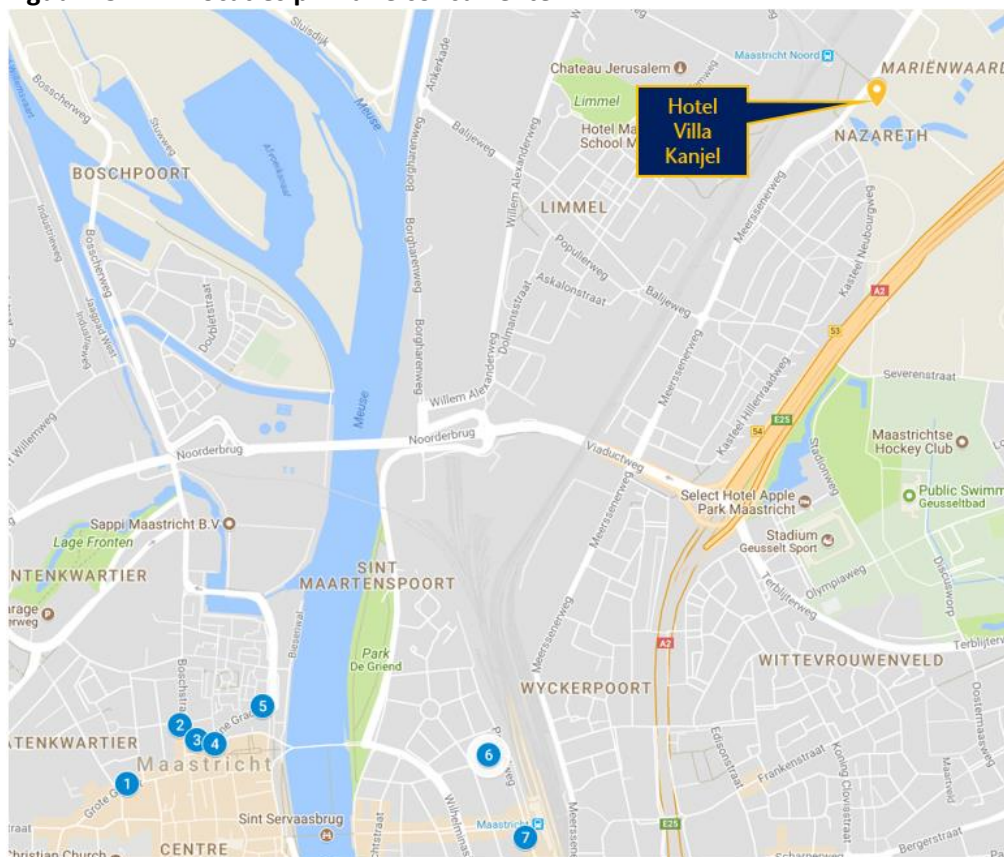
Als wordt gekeken naar het niveau waarop de hotels zichzelf positioneren, hoofdzakelijk op basis van het recentelijk afgeschafte Nederlandse Hotel Classificatiesysteem, blijkt dat vijf concurrenten op een driesterren niveau actief zijn en vier op een tweesterrenniveau. Dit zegt nog niet heel veel, aangezien het niveauverschil tussen een driesterrenhotel en een tweesterrenhotel klein kan zijn. Als wordt gekeken naar de gastenbeoordelingen blijkt dat – met een bandbreedte van 6,3 tot 8,5 en een gewogen gemiddelde van 7,9 – gasten over het algemeen tevreden tot zeer tevreden zijn. Desalniettemin onderscheiden en zich van de primaire concurrenten met een met een relatief hoog en laag niveau.

De primaire concurrenten variëren niet sterk in aantal kamers, een zwaartepunt kan worden opgemerkt bij circa 24 kamers. De gemiddelde omvang van de primaire concurrenten is 32 kamers, maar 25 als buiten beschouwing wordt gelaten. Geen van de primaire concurrenten hebben speciale recreatieve faciliteiten voor kinderen, zoals een speeltuin of voetbalveldje.

De concurrenten beschikken allen over kamers voor meer dan twee personen. Desondanks is geen van de concurrenten georiënteerd op gezinnen met meer dan twee kinderen. Hierdoor zullen gezinnen met meer dan twee kinderen altijd twee kamers moeten boeken en vaak een hogere prijs betalen.

De volgende figuur toont de locaties van de geïdentificeerde primaire concurrenten ten opzichte van de locatie van het beoogde Hotel Villa Kanjel Maastricht. Hieruit blijkt dat Hotel Villa Kanjel ver verwijderd is van de meeste concurrenten.

Figuur 15. Locaties primaire concurrenten*



Bron: Google Maps / bewerkt door Horwath HTL

Cijfers in de figuur corresponderen met cijfers in de voorgaande tabel

* exclusief Hotel Restaurant in den Hoof

4.4 Secundaire concurrentie

Hoewel het beoogde Gezinshotel Villa Kanjel met 16 kamers van relatief zeer kleine omvang zal zijn, en het daardoor naar verwachting een zeer klein effect zal hebben op de huidige hotelmarkt, zal het concurreren met accommodaties die niet binnen het domein van de primaire concurrentie vallen. In deze sectie van de studie zijn enkele hotels en groepsaccommodaties behandeld die tot de secundaire concurrentie kunnen worden toebedeeld.

4.4.1 Hotels

Tabel 10. Inventarisatie regionale groepsaccommodaties

Conclusie onderscheidend vermogen groepsaccommodatie Gezinshotel Villa Kanjel

4.5 Toekomstig aanbod

De volgende tabel toont plannen voor ontwikkelingen van hotels in Maastricht, inclusief een inschatting van de realisatiekansen en relevantie voor het beoogde Hotel Villa Kanjel Maastricht en de concurrerende markt.

Tabel 11. Mogelijke uitbreiding Maastrichtse hotelmarkt

Door het hogere niveau en/of het prille stadium van de ontwikkelingen in de lokale hotelmarkt zijn er naast Maastricht geen toekomstige relevante concurrenten geïdentificeerd voor het geplande Hotel Villa Kanjel.

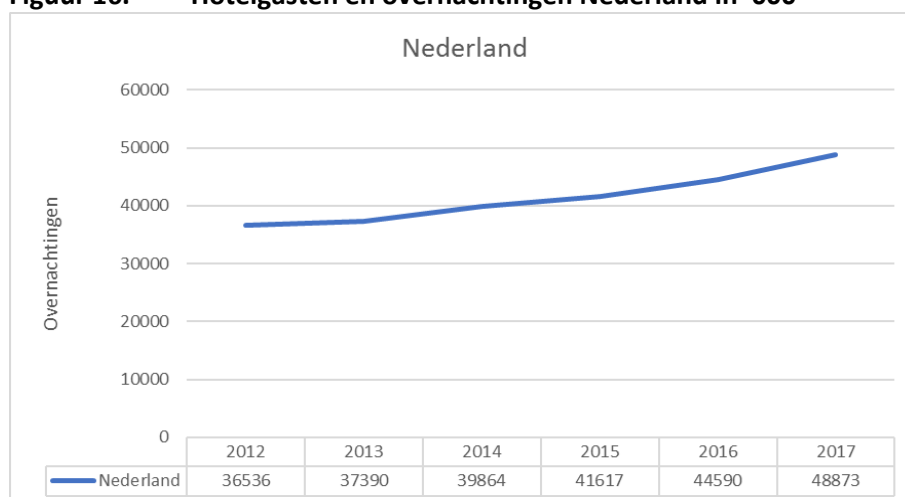
5 Vraaganalyse van de hotelmarkt

Dit hoofdstuk bestaat uit een analyse van de historische en huidige vraag en verwachtingen ten aanzien van toekomstige ontwikkelingen van de vraag. De volgende gegevens zijn daarvoor in kaart gebracht: ontwikkelingen in aantallen hotelovernachtingen in Nederland en Maastricht, gemiddelde bezetting, kamerprijs en opbrengst per beschikbare kamer voor Nederlandse en Maastrichtse hotels, seizoen spreiding in Nederland en segmentatie in Nederland, Limburg en Maastricht. Ook zijn de historische resultaten van de verwachte concurrentie van het beoogde Villa Kanjel Maastricht geanalyseerd en is een verwachting gegeven van de groei in concurrerende hotelvraag per marktsegment.

5.1 Historische ontwikkeling hotelovernachtingen

De onderstaande figuur toont de ontwikkeling in aantallen overnachtingen in hotels in Nederland. De figuur laat een stabiele groei zien in het aantal overnachtingen. In de Nederlandse hotelmarkt was het aantal hotelovernachtingen in 2017 34% groter dan in 2012.

Figuur 16. Hotelgasten en overnachtingen Nederland in '000

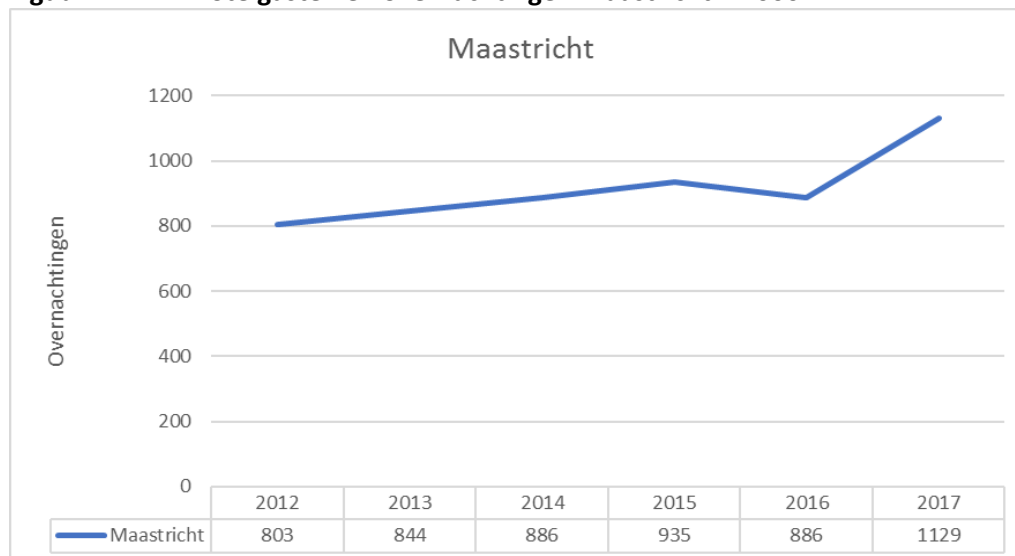


Bron: Statline – Centraal Bureau voor de Statistiek / bewerkt door Horwath HTL

* Behalve geclassificeerde hotels bevat dit ook ongeclassificeerde pensions, Bed & Breakfasts, hostels en appartementen met hoteldienstverlening.

De onderstaande figuur toont de ontwikkeling in aantallen overnachtingen in hotels in Maastricht. De figuur laat een iets dynamischere groei zien vergeleken met de totale Nederlandse markt. In de Maastrichtse hotelmarkt was het aantal hotelovernachtingen in 2017 41% groter dan in 2012. Over de geanalyseerde periode is het aantal overnachtingen in Maastricht dus met zeven procentpunten meer gegroeid dan de totale Nederlandse markt.

Figuur 17. Hotelgasten en overnachtingen Maastricht in '000



Bron: Statline – Centraal Bureau voor de Statistiek / bewerkt door Horwath HTL

* Behalve geclassificeerde hotels bevat dit ook ongeclassificeerde pensions, Bed & Breakfasts, hostels en appartementen met hoteldienstverlening.

De aantallen in de voorgaande twee figuren werden gebruikt om de gemiddelde groei van hotelovernachtingen per jaar in de periode 2013-2017 te berekenen. Uit de gegevens in de volgende tabel blijkt de gemiddelde jaarlijkse groei in hotelovernachtingen in Maastricht groter is dan in de totale Nederlandse markt.

Tabel 12. Gemiddelde groei in hotelovernachtingen*

	'13	'14	'15	'16	'17	Gemiddelde
Nederland	2,3	6,6	4,4	7,1	9,6	6,0
Maastricht	5,1	5,0	5,5	-5,2	27,4	7,6

Bron: Statline – Centraal Bureau voor de Statistiek / bewerkt door Horwath HTL

* behalve geclassificeerde hotels, ook ongeclassificeerde pensions, Bed & Breakfasts, hostels en appartementen met hoteldienstverlening

Maastricht is wat betreft hotelovernachtingen een groeimarkt. Uit de voorgaande figuur en tabel blijkt dat Maastricht een soortgelijk groeipatroon volgt als Nederland, maar wel een opvallende afname liet zien tijdens 2016 en een explosieve toename in 2017. Volgens de cijfers van het Centraal Bureau voor de Statistiek blijkt dat ook het aantal overnachtingen is gestegen van 227.000 in het eerste kwartaal van 2017 naar 251.000 in het eerste kwartaal van 2018, een groei van 10.6%.

5.2 Historische ontwikkeling hotelresultaten

5.2.1 Nederland

Grofweg 80% van het nationale hotelaanbod bestaat uit hotels op een drie-, vier- of vijfsterren niveau. De meeste éénsterren hotels, tweesterren hotels en ongeclassificeerde hotels zijn kleinschalige familiehotels die er vaak geen professionele administratie op na houden en die vaak niet deelnemen aan benchmarksystemen. Daarom is over de resultaten van de resterende circa 20% heel weinig informatie beschikbaar en heeft de informatie in deze paragraaf alleen betrekking op de resultaten van hotels op een drie-, vier- of vijfsterren niveau.

De volgende tabel geeft de bezettingsgraden, gemiddelde kamerprijzen en opbrengsten per beschikbare kamer in de Nederlandse hotelmarkt in de tien jarige periode 2006-2017 weer.

Tabel 13. Opbrengst per beschikbare kamer in de Nederlandse hotelmarkt

		2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017**
3*	Occ in %	69	60	65	69	68	71	73	74	76	78
	ARR in €	80	72	70	71	75	79	82	87	91	98
	RevPAR in €	55	43	46	49	51	56	60	65	69	76
4*	Occ in %	68	63	65	68	66	66	68	70	74	77
	ARR in €	104	91	92	95	95	91	92	98	104	109
	RevPAR in €	71	57	59	64	63	60	62	69	77	84
5*	Occ in %	68	64	67	69	69	69	70	70	71	76
	ARR in €	180	155	181	185	181	181	203	208	212	216
	RevPAR in €	122	99	121	128	125	124	142	145	150	164
3*-5*	Occ in %	68	62	65	68	67	68	70	71	74	77
	ARR in €	105	93	93	95	97	95	96	102	107	113
	RevPAR in €	72	58	60	65	65	64	66	73	79	87

Bron: HOSTA - Horwath HTL

Occ = bezettingsgraad

ARR = average room rate = gemiddelde kamerprijs

RevPAR = revenue per available room = omzet per beschikbare kamer

** Deze getallen zijn op basis van voorlopige cijfers.

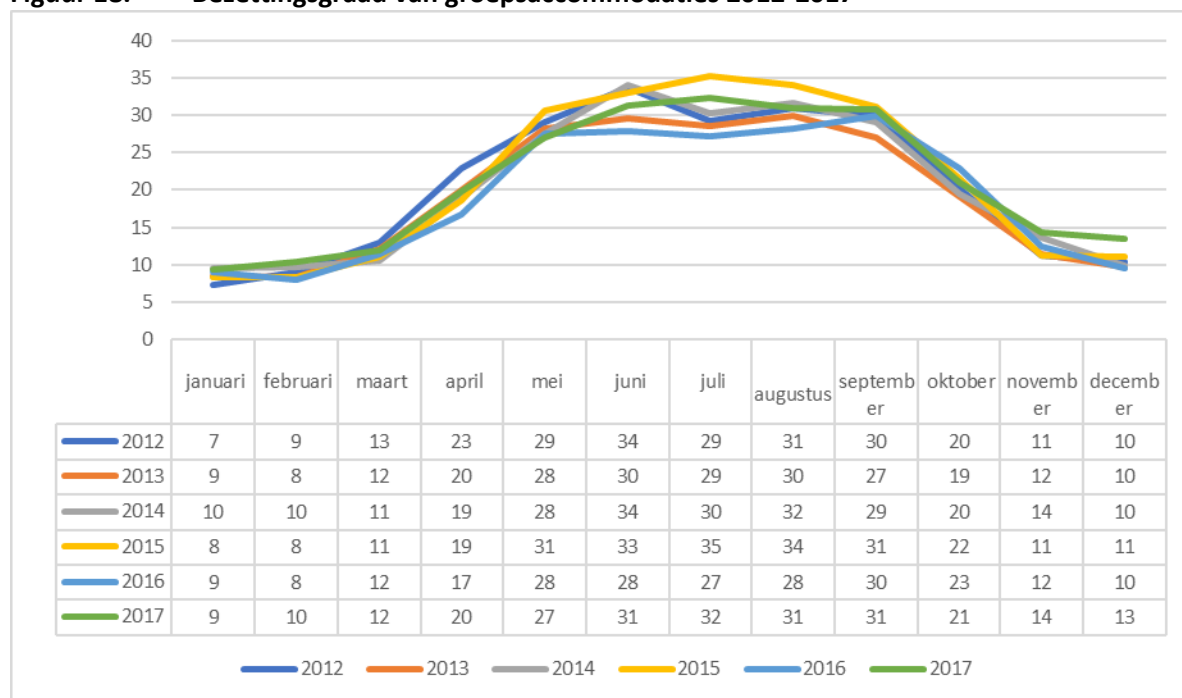
In 2008 en 2009 ondergingen de resultaten, net als het aantal hotelovernachtingen, een periode van sterke daling. De daling was het gevolg van de economische crisis die een dalende kamerprijs en een dalende bezettingsgraad en daarmee ook een dalende opbrengst per beschikbare kamer in alle segmenten veroorzaakte. In 2010 en 2011 herstelde de opbrengst per beschikbare kamer zich redelijk tot goed, maar dit werd gevolgd door een stabilisatie in 2012 en zelfs lichte krimp in 2013. Daarna zijn zowel de gemiddelde kamerprijs als de bezettingsgraad en daarmee ook de opbrengst per beschikbare kamer jaarlijks gestegen.

Als wordt gekeken naar de tienjarige gemiddeldes per segment, blijkt dat - zoals mag worden verwacht - er duidelijke verschillen zijn voor de gemiddelde kamerprijzen, maar dat de bezettingsgraden relatief dicht bij elkaar liggen. Het verschil tussen de gemiddelde kamerprijzen in de driesterren en viersterren segmenten is €17 en het verschil tussen de gemiddelde kamerprijzen in de viersterren en vijfsterren segmenten is maar liefst €93. Met 69% was de gemiddelde bezettingsgraad het laagst in het viersterren segment en het vijfsterren segment, gevolgd door het driesterren segment met een gemiddelde van 70%.

5.2.2 Groepsaccommodatiemarkt

In onderstaande figuur zijn de bezettingsgraden van groepsaccommodaties weergegeven. In 2012 was de gemiddelde bezetting op jaarbasis 21% en in 2017 was dit onveranderd. Ook in tussenliggende jaren waren de gemiddelde jaarlijkse bezettingsgraden niet aan veranderingen groter dan twee procentpunten onderhevig. Dit suggereert dat de vraag naar groepsaccommodaties een relatief stabiele markt betreft.

Figuur 18. Bezettingsgraad van groepsaccommodaties 2012-2017



Bron: Statline – Centraal Bureau voor de Statistiek

Accommodatie met logiesverstrekking overwegend aan personen in groepsverband (geen gezinsverband) met slaapgelegenheid in kamers, zalen, huisjes, tenthuisjes, appartementen en/of tenten die gasten mogelijk met vreemden moeten delen. Onder groepsaccommodaties worden verstaan: kampeerboerderijen, (kinder)vakantiehuizen, kamphuizen/scoutinghuizen, natuurvriendenhuizen, tentenkampen, logiesaccommodaties behorende tot watersportcentra of maneges. Hiervoor wordt een ondergrens van minimaal 10 slaapplaatsen voor deze accommodaties gehanteerd.

In januari 2014 waren er in Nederland 990 groepsaccommodaties met 56.590 slaapplaatsen, in januari 2018 waren dit 1.040 groepsaccommodaties met 56.456 slaapplaatsen. Dit laat zien dat het aantal groepsaccommodaties is gegroeid, maar de grootte van de accommodaties is afgenomen. Het totale aantal slaapplaatsen bleef nagenoeg gelijk.

Zowel de vraag als het aanbod van de groepsaccommodaties lijkt vrijwel stabiel, hoewel de grootte van de accommodaties licht is afgenomen.

5.2.3 Maastricht

De volgende tabel toont de historische resultaten van Maastrichtse hotels op een drie-, vier- of vijfsterren niveau. De ontwikkeling laat een kleine terugloop in bezetting en kamerprijs zien in 2017, wat ook de voorlopige RevPAR iets doet dalen. Uit een vergelijking kan worden opgemaakt dat de bezettingsgraad de afgelopen vijf jaar een vergelijkbaar of iets groeilager patroon volgde dan de Nederlandse gemiddelden. De kamerprijs ligt duidelijk iets lager dan het Nederlandse gemiddelde, maar dit wordt stevig beïnvloed door de significant hoge kamerprijzen in Amsterdam. Over de geanalyseerde periode groeide de gemiddelde kamerprijs met 0,35% en de RevPAR met 2,41%.

Tabel 14. Resultaten 3-, 4- en 5* hotels Maastricht

	2013	2014	2015	2016	2017*	Gem.
Occupancy in %	64	66	70	73	68	69
Average Room Rate in €	94	90	95	98	95	95
RevPAR in €	60	59	67	72	65	66

Bronnen: HOSTA 2013 t/m 2017 – Horwath HTL

RevPAR = revenue per available room = opbrengst per beschikbare kamer in € = bezetting * ARR

ARR = average room rate = gemiddelde kamerprijs in €

% = bezetting

*Voorlopige cijfers

5.2.4 Concurrerende markt

Doordat een aanzienlijk deel van de concurrenten bestaat uit kleine tot middelgrote familiehotels, die er ofwel geen professionele administratie op na houden ofwel weinig waarde hechten aan deelname aan benchmarksystemen, is over de resultaten van de concurrenten te weinig informatie beschikbaar om de ontwikkeling van de historische resultaten over meerdere jaren weer te geven. Wel is er genoeg informatie beschikbaar om een realistische schatting te doen van de resultaten in 2017.

Uit de volgende tabel blijkt dat de resultaten in de concurrerende markt relatief iets lager worden ingeschat dan de gemiddelden van de Maastrichtse hotelmarkt. Deels wordt dit veroorzaakt door het grote aandeel van viersterrenhotels in de Maastrichtse hotelmarkt in het algemeen en de kracht van centrumlocaties binnen de Maastrichtse hotelmarkt.

Tabel 15. Resultaten concurrerende markt 2017*

	Concurrerende markt	Maastricht
Occupancy in %	63	68
Average Room Rate in €	85	95
RevPAR in €	54	65

Bronnen: HOSTA 2017 – Horwath HTL

RevPAR = revenue per available room = opbrengst per beschikbare kamer in € = bezetting * ARR

ARR = average room rate = gemiddelde kamerprijs in €

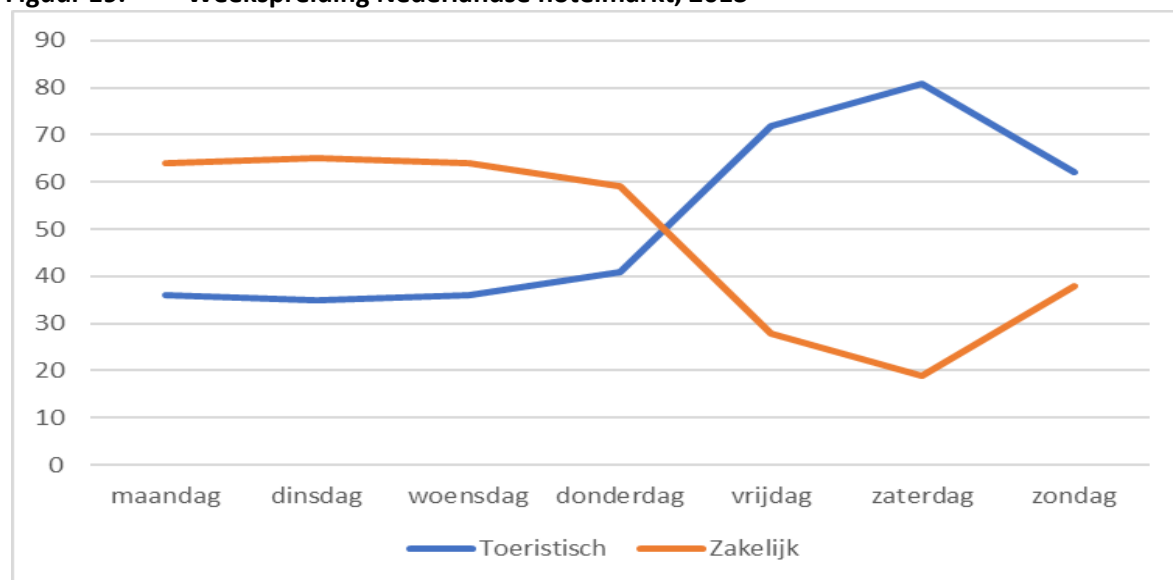
% = bezetting

5.3 Marktsegmentatie en seizoensspreiding

5.3.1 Relatie marktsegmentatie en seizoensspreiding

De vraag naar hotelaccommodatie kan onderverdeeld worden naar vijf segmenten: het individuele zakelijke segment, het zakelijke groepssegment dat ook wel het MICE (Meetings, Incentives, Conferences, Events) segment wordt genoemd, het individuele toeristische segment, het toeristische groepssegment en het segment 'overig'. Bij het laatste 'overig' kan worden gedacht aan luchtvaartgerelateerde vraag en vraag vanuit het gezondheidstoerisme.

Figuur 19. Weekspreiding Nederlandse hotelmarkt, 2013

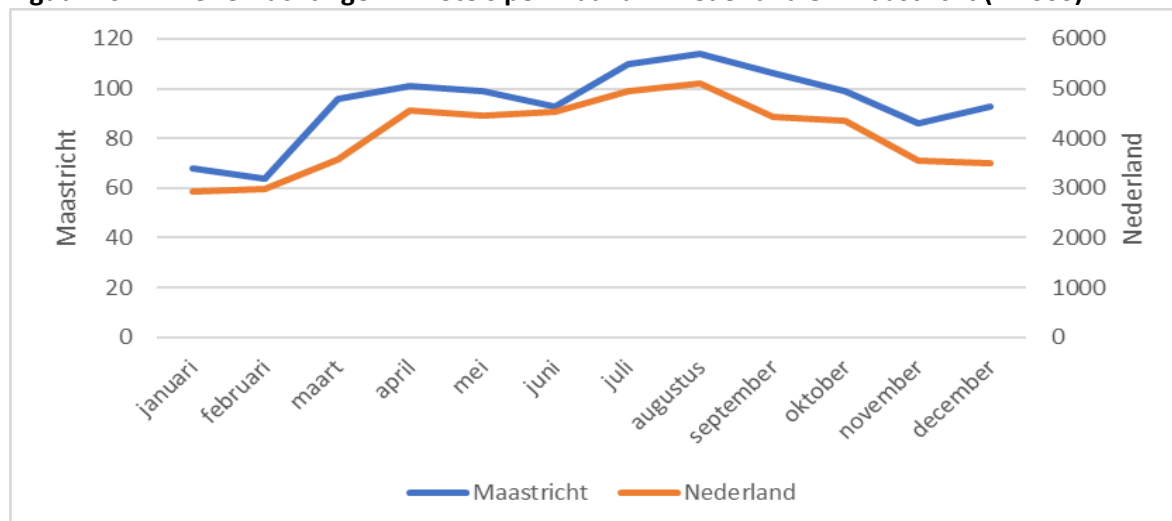


Bron: HOSTA 2014 – Horwath HTL

Nederlandse hotels zijn seizoensgebonden. Zakelijk verblijf vindt voornamelijk plaats in de perioden september-oktober en april-juni⁴⁶, terwijl toeristisch verblijf zich concentreert in de lente- en zomermaanden met een duidelijke piek in augustus. Zoals is geïllustreerd in de voorgaande figuur, kan een soortgelijke spreiding in de Nederlandse hotellerie ook vastgesteld worden op weekbasis. Zakelijk verblijf vindt voornamelijk plaats op maandag tot en met donderdag en toeristisch verblijf juist voornamelijk op vrijdag en zaterdag. Zondag is voor beide markten een weinig populaire dag.

⁴⁶ Bron: Statline – Centraal Bureau voor de Statistiek

Figuur 20. Overnachtingen in hotels per maand in Nederland en Maastricht (in '000)



Bron: Statline, Centraal Bureau voor de Statistiek

Uit de voorgaande tabel kan worden opgemaakt dat de Maastrichtse hotels het meest worden bezocht in de maanden juli, augustus en september. Dezelfde maanden in 2017 waren ook de maanden waarin de schoolvakanties van de Nederlandse scholen in het basis- en voortgezet onderwijs vielen.⁴⁷ Van de 1.1 miljoen overnachtingen waren 690.000 van Nederlandse gasten, wat neerkomt op 61%. Door de duidelijke toename van overnachtingen in de zomervakanties en het dominante Nederlandse profiel van de gasten is het aannemelijk dat Nederlandse families een belangrijk deel van de markt uitmaken.

In verband met deze seizoens- en weekinvloeden in de Nederlandse hotelmarkt is het voor het behalen van een gezonde bezetting van belang om een gebalanceerde verdeling te hebben van zakelijke en toeristische overnachtingen, bij voorkeur circa 60% zakelijke overnachtingen en circa 40% toeristische overnachtingen, ervan uitgaande dat overnachtingen vanuit het segment 'overige vraag' evenredig is verdeeld over de vier zakelijke en toeristische segmenten. In topjaar 2007 was dit nagenoeg het geval. Echter, door de economische crisis nam na 2007 de zakelijke vraag sterker af dan toeristische vraag, waardoor de segmentatie uit balans is geraakt. Zoals blijkt uit onderstaande tabel, nam in de Nederlandse hotelmarkt sinds 2013 toeristische vraag sterker toe dan zakelijke vraag, in 2017 zelfs met zes procentpunten.

Tabel 16. Marktsegmentatie in de Nederlandse hotelmarkt, in %

	2012	2013	2014	2015	2016	2017**	Gemiddeld
Zakelijk individueel	33	27	27	28	26	20	27
Zakelijk groep	15	17	15	14	15	15	15
<i>Zakelijk totaal</i>	<i>48</i>	<i>44</i>	<i>42</i>	<i>42</i>	<i>41</i>	<i>35</i>	<i>42</i>
Toeristisch individueel	40	45	46	48	48	53	47
Toergroepen	8	8	8	7	6	7	7
<i>Toeristisch totaal</i>	<i>48</i>	<i>53</i>	<i>54</i>	<i>55</i>	<i>54</i>	<i>60</i>	<i>54</i>
Overig	4	3	4	3	5	6	4
Totaal*	100	100	100	100	100	100	100

Bron: HOSTA – Horwath HTL

* Wegens afronding kan de som van de individuele marktaandeelen afwijken van 100%.

** Voorlopige cijfers

⁴⁷ Bron: Website Rijksoverheid

5.3.2 Marktsegmentatie vergeleken

In de volgende tabel is de segmentatie in de Nederlandse, Limburgse, Maastrichtse en concurrerende hotelmarkten met elkaar vergeleken.

Tabel 17. Marktsegmentatie 2017 vergeleken in %

	Nederland	Maastricht	Concurrerende markt**
Zakelijk individueel	20	15	23
Zakelijk groep	15	23	2
Toeristisch individueel	53	58	67
Toergroepen	7	4	8
Overig	6	1	0
Totaal	100	100	100

Bron: HOSTA 2018 – Horwath HTL

* wegens afronding kan de som van de individuele marktaandelen afwijken van 100%

** schatting op basis van segmentaties concurrerende hotels

Opgemerkt kan worden dat het marktaandeel van het individueel zakelijke segment in de Maastrichtse markt in vergelijking met het aandeel van het individueel zakelijke segment in de Nederlandse markt nog steeds aan de kleine kant is. Tegelijkertijd is het marktaandeel van het individueel toeristische segment aan de ruime kant. Naar schatting is het zakelijke groepssegment kleiner in de concurrerende markt dan in de Maastrichtse markt en het toeristische groepssegment groter in de concurrerende markt dan in de Maastrichtse markt.

5.4 Verwachte groei overnachtingen concurrerende markt

Relatie economische groei en groei hotelovernachtingen

De hotellerie is een conjunctuurgevoelige sector en is sterk verbonden met de economische ontwikkeling, ook wel de ontwikkeling van het bruto nationaal product. Vooral de verwachtingen voor de zakelijke segmenten zijn nauw verbonden met economische ontwikkelingen. In tijden van economische groei neemt het aantal zakelijke hotelovernachtingen vaak in beduidend sterkere mate toe, terwijl het aantal zakelijke hotelovernachtingen afneemt als sprake is van een negatieve economische groei. De toeristische segmenten zijn minder vatbaar voor economische veranderingen. In economisch hoogtij neemt het aantal toeristische hotelovernachtingen doorgaans minder sterk toe als het aantal zakelijke hotelovernachtingen. Hier staat tegenover dat ook wanneer het slecht gaat met de economie mensen willen recreëren. Wel gaan ze hiervoor minder ver weg en blijven ze liever dicht bij huis. Dit wil zeggen dat het aantal buitenlandse toeristen in slechte economische omstandigheden veelal afneemt, terwijl het aantal binnenlandse toeristen vaak juist toeneemt. Echter, naar verwachting compenseert laatstgenoemde toename eerstgenoemde afname niet geheel.

Uit ervaring is gebleken dat een volledige economische cyclus in de Nederlandse hotellerie gemiddeld zeven jaar bedraagt. In de analyses van Horwath HTL wordt daarom meestal uitgegaan van een gesimplificeerd model van de economische conjunctuurbeweging, met een volledige economische cyclus van zeven jaar, waaronder één jaar met nulgroei, één hersteljaar en vijf jaren van groei. Zoals eerder in dit hoofdstuk bleek, bevindt de hotelmarkt zich op dit moment in een groeifase. Zonder de terroristische aanslagen in Europa en de Brexit zou misschien sprake zijn geweest van nog grotere groei. In deze studie is ervan uitgegaan dat in de concurrerende markt 2018 tot en met 2021 nog groeijaren zijn, in 2022 geen sprake zal zijn van groei en in 2023 sprake zal zijn van groei op halve krachten, waarna een nieuwe cyclus met grotere groei zal starten in 2024.

Historische ontwikkeling economische groei

In het afgelopen decennium was de gemiddelde economische groei per jaar in Limburg en Zuid-Limburg met gemiddeld respectievelijk 0,9% en 0,6% ten opzichte van 1,1% aanzienlijk lager dan in Nederland. Van oudsher is de toeristische markt van Maastricht buitengewoon sterk, maar lijkt de afgelopen jaren iets in kracht te hebben ingeboet. Door een bescheiden inhaalslag van de zakelijke markt is de verhouding van zakelijke en toeristische vraag in Maastricht tegenwoordig beter dan een paar jaar geleden.

Historische ontwikkeling hotelvraag

Met 7,6% was de groei in hotelovernachtingen over de periode 2013-2017 in Maastricht iets hoger dan in Nederland (6%). De afgelopen jaren zag Maastricht een gematigdere groei dan de jaren voor de crisis. Daar is nu verandering in gekomen, maar daar staat tegenover dat het prijsniveau in Maastricht relatief sterk is gestegen. In Maastricht waren de negatieve effecten van de meest recente economische crisis relatief laag; in 2013 was het topniveau van 2007 overstegen. De laatste jaren waren ietwat dynamischer, aangezien het aantal overnachtingen in 2016 afnam en in 2017 juist weer spectaculair toenam, net als in het eerste kwartaal van 2018.

Verwachte toekomstige ontwikkeling samengevat

Voor heel Nederland constateerde het Centraal Plan Bureau (CPB) in december 2017 een economische groei van 3,2% in 2017 en voorspelde het CPB een economische groei van 2,9% in 2018^{48 49}. Voor de middellange periode 2018-2021 werd in oktober 2017 een jaarlijkse economische groei geprojecteerd van gemiddeld 1,6%⁵⁰. Voor de lange periode 2015-2030 is een jaarlijkse economische groei van 1,4% geprojecteerd⁵¹, nog steeds groter dan de gemiddelde economische groei van 1,0% in 2007-2016. Voor Zuid-Limburg zijn dergelijke cijfers niet beschikbaar.

In paragraaf 3.5 werd aangegeven dat er op regionaal en lokaal niveau ontwikkelingen plaatsvinden die een positieve uitwerking kunnen hebben op de zakelijke en/of toeristische aantrekkingskracht van Zuid-Limburg en in Maastricht en Valkenburg in het bijzonder. Drie voorbeelden die werden gegeven zijn het project Economische Samenwerking Zuid-Limburg, De Groene Loper Maastricht en de ontwikkeling van Par'Course in Valkenburg aan de Geul.

De volgende tabel toont de groeiverwachtingen in de concurrerende markt per segment die op basis van het bovenstaande voor de komende jaren zijn gevormd. Geconcludeerd kan worden dat in de concurrerende markt voor de komende jaren een gemiddelde jaarlijkse groei van 2,6% mogelijk moet zijn, rekening houdend met conjuncturele schommelingen, waarbij de grootste groei wordt verwacht vanuit het individueel zakelijke segment, gevolgd door de toeristische segmenten en het zakelijke groepssegment.

Tabel 18. Verwachte groei vraag in %

	'18	'19	'20	'21	'22	'23	'24	'25	'26	'27	Gemiddeld
Zakelijk individueel	3,5	3,5	3,5	3,5	0,0	1,8	3,5	3,5	3,5	3,5	3,0
Zakelijk groep	2,5	2,5	2,5	2,5	0,0	1,3	2,5	2,5	2,5	2,5	2,1
Toeristisch individueel	3,0	3,0	3,0	3,0	0,0	1,5	3,0	3,0	3,0	3,0	2,6
Toergroepen	3,0	3,0	3,0	3,0	0,0	1,5	3,0	3,0	3,0	3,0	2,6
Totaal	3,0	3,0	3,0	3,0	0,0	1,5	3,0	3,0	3,0	3,0	2,6

Bron: Horwath HTL

⁴⁸ Bron: CPB, Decemberraming 2017 and CEP 2018

⁴⁹ Bron: CPB, Juniraming 2018 and FD, Economische groei in Duitsland en Nederland zwakt af, 20 June 2018

⁵⁰ Bron: Actualisatie middellangetermijn verkenning 2018-2021 – Centraal Plan Bureau

⁵¹ Bron: Long term outlook economy The Netherlands – The Economist Intelligence Unit

6 Beknopte analyse van de gezinsmarkt

Omdat het beoogde Villa Kanjel zich sterk zal richten op gezinnen met kinderen, is in dit hoofdstuk nader ingegaan op internationale, nationale en lokale ontwikkelingen in de familiereismarkt. Vanwege de beperkte beschikbaarheid van statistieken, gaat het hierbij om een beknopte analyse.

6.1 Definitie van gezinshotel

Voor deze studie zal de volgende definitie van *gezinshotel* worden gehanteerd:

*Een accommodatie met slaapplaatsen voor logiesverstrekking doelgericht op families met jonge kinderen in de leeftijdscategorie 0 tot 16 jaar tegen boeking per nacht, met speciaal ingerichte faciliteiten, waar afzonderlijke maaltijden, kleine etenswaren en dranken kunnen worden verstrekt aan gasten en aan passanten. Ook appartementen met hoteldienstverlening behoren hiertoe.*⁵²

6.2 Observaties uit het gezinsreismarkt segment

Familiekamers

Familiehotels hebben over het algemeen kamers van groter formaat; meestal geschikt voor vier personen, maar soms voor vijf of zes personen. Ook is het gebruikelijk dat kamers kunnen worden verbonden door middel van een tussendeur. Soms is er een aparte kinderslaapkamer met apart design voor kinderen, zoals muurtekeningen, versieringen en verlaagd interieur. Families vinden het vaak prettig als het hotel beschikt over huiselijke faciliteiten zoals een magnetron, koelkast en wasmogelijkheden. Hetzelfde geldt voor de ambiance van hotels; kinderen moeten hun gang kunnen gaan en geen bron van frustratie zijn voor andere gasten. Volwassenen besteden extra aandacht aan hygiëne wanneer zij in hotels logeren met kinderen: baby's moeten kunnen kruipen over de vloer en de luchtkwaliteit moet in orde zijn aangezien kinderen in toenemende mate allergieën vertonen.

Faciliteiten

Familieaccommodaties voorzien in faciliteiten die speciaal gericht zijn op kinderen, vaak in de leeftijdscategorie van twee tot zestien jaar. (Subtropische) zwemparadijzen, speeltuinen, supermarkten met aangepast assortiment en restaurants met kindermenu's behoren tot de voorkeuren van gasten. Zwembaden zijn zeer vaak voorkomend binnen het segment. Gezinnen zijn vaak aangetrokken tot aanbiedingen voor meerdere personen, zoals Wifi voor meerdere gebruikers of gratis kindermaaltijden. Een 'all-inclusive' betalingsstructuur voor eten & drinken is goed toepasselijk voor hotels met kinderen, omdat kinderen vaak niet volledige maaltijden consumeren en ouders dan niet gevoelsmatig geld 'verspillen' aan volledige maaltijden. Ook combineren een aantal hotels hun faciliteiten met gerelateerde (lokale) organisaties, zoals zwemscholen, sportscholen en schoonheidssalons.

Animatie

Naast faciliteiten wordt er frequent ook animatie aangeboden in de kindvriendelijke hotels. Theatervoorstellingen voor kinderen, activiteiten in kidsclubs, maar ook bedrijvigheid voor de tieners wordt gewaardeerd door gasten. Niet onbelangrijk zijn de multi-generationele groepen zoals families samen met opa en oma: activiteiten voor meerdere generaties worden daarom tegelijkertijd georganiseerd zodat er voor ieder wat te doen is. Dit is vaak afhankelijk van de omvang van het hotel.

⁵² De definitie van hotel van het Centraal Bureau voor de Statistiek fungeerde hiervoor als basis

Ligging

De kinderhotels zijn vaak gesitueerd in de nabijheid van attracties zoals pretparken, boerderijen, waterparken, natuurgebieden of stranden. Daarnaast zijn de kinderhotels ook vaak onderdeel van attracties, of bestaat er een (gratis) shuttle service naar een kindvriendelijke trekpleister.

Marketing

Uit observaties van hotelwebsites binnen het segment kan worden opgemaakt dat zij vaak kortingen aanbieden voor ouders met kinderen. Bijvoorbeeld, Preston Palace biedt 50% korting voor kinderen tussen de 3 en 18 jaar.⁵³ Er zijn bij Horwath HTL geen specifieke Nederlandse belangenbehartigende organisatie voor gezinshotels bekend.

Veel ouders behoren tot de Millennial generatie, waarover later meer, voor wie een aantal belangrijke karakteristieken bepalend zijn in het consumentengedrag. Online reviews zijn belangrijk voor Millennial ouders, maar minstens zo belangrijk als aanbevelingen van kennissen. Families delen in toenemende mate ervaringen online door het posten van foto's en video's. Actief delen zorgt voor sociale genoegdoening en biedt marketingkansen voor hotels.⁵⁴

De importantie van kinderen voor hotel operators kan ook worden onderbouwd door de speciale programma's die gerenommeerde hotelketens aanbieden. De ketens organiseren speciale activiteiten, bieden speciale faciliteiten en bieden kindermenu's aan in hun restaurants.⁵⁵

Relevante demografische trends

Familiereizen zullen naar verwachting sterker groeien dan andere vormen van leisure, gedreven door een groei in gestandaardiseerd inkomen, wat deels wordt veroorzaakt door een hogere participatiegraad van vrouwen in de banenmarkt.⁵⁶ Familietoerisme is een van de belangrijkste sectoren van toerisme wereldwijd en bestaat uit ongeveer 30% van de leisure markt.⁵⁷

Een aantal trends beïnvloeden het marketsegment sterk. Familiegezelschappen kunnen bestaan uit twee personen (één ouder met één kind) tot multi-generationale families (elk mogelijk aantal ouders en kinderen). Ook is er een toename in niet-traditionele familieformaten, zoals ongehuwd samenwonen, holebi-gezinnen (homo ouderschap) en mikado-gezinnen (gescheiden ouders).⁵⁸ Deze trends hebben geleid tot veranderingen in de beleving van gasten, waarop hoteliers kunnen inspelen door het personaliseren van gastenervaringen.⁵⁹

Familievakanties en het bezoeken van familie en vrienden is veerkrachtiger dan zakelijk toerisme. Ook gaan families vaker internationaal op vakantie. In het huidige spectrum kiezen reizigers bestemmingen steeds democratischer, tezamen met kinderen en andere familieleden. Hierbij hebben zij de keuze uit een groeiend aantal bestemmingen, door verbeterde verbindingen en continue groei in bestemmingen.⁶⁰

Cijfers van het CBS laten zien dat het aantal meerpersoonshuishoudens gemiddeld 0,2% per jaar groeit en sinds het jaar 2000 met 7% is gegroeid.⁶¹ De verwachting is dat dit patroon de komende

⁵³ Bron: Website Preston Palace

⁵⁴ Bron: TMS Family Travel Summit 2016

⁵⁵ Bron: Websites hotelketens

⁵⁶ Bron: Statline, Centraal Bureau voor de Statistiek

⁵⁷ Bron: Heike A. Schänzel, Ian Yeoman, (2015) "Trends in family tourism", Journal of Tourism Futures, Vol. 1 Issue: 2

⁵⁸ Bron: Artikel HP De Tijd: "Het gezin als hoeksteen van de samenleving verkruint" mei 2017

⁵⁹ Bron: Amy Gregory, Xiaoxiao Fu, (2018) "Examining family cohesion's influence on resort vacation satisfaction", Journal of Hospitality and Tourism Insights, Vol. 1 Issue: 1, pp.54-64,

⁶⁰ Bron: Heike A. Schänzel, Ian Yeoman, (2015) "Trends in family tourism", Journal of Tourism Futures, Vol. 1 Issue: 2

⁶¹ Bron: Statline

jaren niet snel zal wijzigen. Het gemiddeld aantal kinderen per gezin is de laatste jaren echter gedaald en zal ook de komende jaren licht dalen. Daarnaast kiezen jonge stellen er steeds vaker voor om ongehuwd te gaan samenwonen (geregistreerd partnerschap) of op latere leeftijd te trouwen. Hierdoor krijgen zij op relatief late leeftijd kinderen en neemt het gemiddeld aantal kinderen per gezin af.⁶²

De gezinsmarkt

De gezinsmarkt is een apart segment dat nog steeds in ontwikkeling is, en waar gering onderzoek naar is gedaan. Naast de motivatie om 'quality time' met het gezin door brengen, wordt de groei van het segment gedreven door factoren zoals de motivatie van ouders om nieuwe bestemmingen en culturen te exposeren aan kinderen.

Over het algemeen gaan gezinnen tegenwoordig vaker op vakantie, maar ook korter. Met de toename van de frequentie neemt het aantal vakanties in eigen land toe. Niet alleen vanwege de beperkte vrije tijd, maar ook vanuit financieel oogpunt wordt Nederland als vakantieland herontdekt. Dit is mede te danken aan het feit dat de Nederlandse recreatieve sector over het algemeen een hoog service- en kwaliteitsniveau heeft en er nog steeds wordt geïnvesteerd in verbeteringen van faciliteiten.⁶³

Er zijn verschillende factoren die de groei van gezinsreizen onderbouwen. Een groot deel van de Millennial generatie (1977-1995⁶⁴) heeft de ouderschapsfase betreden en gaat inmiddels op vakantie met kinderen. Families gaan vaker op vakantie dan koppels of singles en Millennials met kinderen gaan ook vaker internationaal op vakantie dan andere demografische groepen en vaak meer dan twee keer per jaar.⁶⁵ Hoewel reizigers loyaal zijn aan bestemmingen waar zij in het verleden positieve ervaringen opdeden, gaat 80% van de reizigers naar *nieuwe bestemmingen*, en in toenemende mate op zoek naar *authentieke* en *unieke* ervaringen.⁶⁶

Reactie van de markt

Gedreven door het groeiende aantal vakanties van gezinnen richten steeds meer hotels en logiesaccommodaties zich op gezinnen.

Vakantieparken

De grootste aanbieders van vakantieparken met kindvriendelijke activiteiten en functionaliteiten zijn Pierre & Vacances, Landal Green Parks en Roompot. Deze parken onderscheiden zich vaak door de subtropische zwemparadijzen, grote overdekte speeltuinen en uitgebreid entertainment. Ook attractieparken zoals Beekse Bergen, De Efteling en Disneyland Parijs bieden de mogelijkheid te overnachten. Naast hun attractiepark bieden de parken ook een scala aan activiteiten voor kinderen zoals kinderfeestjes, schoolreisjes en animatie. Kinderen kunnen onbezorgd spelen in veilige speeltuinen en badderen in zwembaden. Veel Nederlandse attractieparken zien hotels als extra omzetgenerator en bezoekers genieten van het gemak om hun bezoek te verlengen.⁶⁷ Attractiepark De Efteling wilt groeien van circa 5 miljoen bezoekers in 2017 tot 7 miljoen in 2030, met name door meer overnachtende families uit het buitenland aan te trekken.⁶⁸

Hotels

De toekomstige groei van de gezinsmarkt zal waarschijnlijk sterk samenhangen met de groei van vrijetijdstoerisme, wat op zijn beurt afhankelijk is van een groot aantal factoren, zoals de economie, politieke stabiliteit en veiligheidsaspecten.

⁶² Bron: Centraal Bureau voor de Statistiek, Hoeveel Kinderen worden er per jaar geboren?

⁶³ Bron: Trendrapport toerisme, recreatie en vrije tijd 2017, NRIT Media

⁶⁴ Bron: Demographics – Millennials, Nielsen Data Analytics, 2014

⁶⁵ Bron: TMS Family Travel Summit 2016

⁶⁶ Bron: 2017 travel and hospitality industry outlook, Deloitte

⁶⁷ Bron: Sector update attractieparken & dierentuinen, Stef Driessen, ABN AMRO Leisure

⁶⁸ Bron: Nieuwsbericht Adformatie: "Efteling wil groeien naar 7 miljoen bezoekers in 2030", januari 2017

Uit onderstaande tabel kan worden opgemaakt dat veel familiehotels een ruim aanbod hebben aan hotelkamers voor meerdere personen. Verdere bijzonderheden zijn het ruime aanbod van Leisure faciliteiten, zoals wellness, speeltoestellen en live entertainment. Dit brede aanbod maakt de hotels in wezen bestemmingen, maar vaak zijn ze ook nog eens gelegen nabij vraag generende attractieparken.

Tabel 19. Voorbeelden familie-gerichte logiesaccommodaties

Bron: Websites hotels, Booking.com, HorecaDNA, Horwath HTL

7 Beknopte SWOT-analyse

De belangrijkste observaties en conclusies uit de voorgaande analyses met betrekking tot interne krachten en zwaktes en externe kansen en bedreigingen van het beoogde Hotel Villa Kanjel Maastricht zijn samengevat in een beknopte SWOT-analyse in dit hoofdstuk.

Tabel 20. Interne krachten en zwaktes (strengths & weaknesses)

Krachten	Zwaktes
Ligging langs een bekende fietsroute	Ligging in verhouding tot grootste trekpleisters iets slechter dan norm in primair concurrerende markt
Ligging nabij snelweg A2, A79 en Station Maastricht Noord	Relatief klein aantal kamers → relatief weinig schaalvoordelen
Ligging nabij zowel Maastricht als Valkenburg	
Enige hotel in Maastricht met een expliciete focus op gezinnen	
Monumentaal pand met rijke geschiedenis, cultureel erfgoed status	
Kindvriendelijke faciliteiten op locatie die naar verwachting zullen fungeren als unieke vraaggeneratoren	
Enthousiasme van ondernemersechtpaar Danielle Arends en Gerard van Rijn om het hotel tot een succes te laten worden	
Goed overbrugbare afstand naar kindvriendelijke attracties	
Het in dienst nemen van mensen met een achterstand tot de arbeidsmarkt, wat een karakteristiek is van sociaal ondernemen ⁶⁹	

Bron: Horwath HTL

Tabel 21. Externe kansen (opportunities)

Kansen
Relatief dichtbij grote en middelgrote Belgische en Duitse steden
Relatief goede bereikbaarheid per openbaar vervoer vanuit andere locaties in Nederland
Relatief goede bereikbaarheid per vliegtuig door zes luchthavens binnen een rijafstand van ongeveer een uur
Vooraf indirecte hotelvraag: aanwezigheid van Maastricht Aachen Airport
Herstel internationale en nationale economie
Sterke toeristische aantrekkingskracht Limburg, vooral in binnenlandse markt
Toenemende toeristische aantrekkingskracht Limburg in buitenlandse markt
Sterke toeristische aantrekkingskracht Zuid-Limburg
Sterk toeristisch imago Maastricht
Meerdere facetten van toeristisch product Maastricht (historie, cultuur, gastronomie, detailhandel, evenementen, heuvellandschap)
Professionalisering branding van provincie, regio en stad
Actieve gemeente m.b.t. tot verbetering van bereikbaarheid per auto en per openbaar vervoer
Actieve gemeente m.b.t. health campus
Actieve gemeente m.b.t. cultuur en recreatie
Actieve gemeente m.b.t. modestad
Geen van de bestaande concurrerende hotels heeft een duidelijke profilering richting families en gezinnen
Relatief hoge gemiddelde kamerprijzen en bezettingsgraden in de lokale en concurrerende markten

Bron: Horwath HTL

⁶⁹ Bron: "Wat is sociaal ondernemen?", WSP Groot Amsterdam
Hoezo beperkt?, Accenture

Tabel 22. Externe bedreigingen (threats)

Bedreigingen
Relatief ver van het Nederlandse economische centrum
Matige bereikbaarheid per openbaar vervoer vanuit België en Duitsland
Relatief lage economische groei
Verzwakking van de van oudsher sterke positie in de toeristische markt ten opzichte van andere Nederlandse steden
Hoge norm in de primair concurrerende markt als wordt afgegaan op gastenbeoordelingen
Nog steeds ondervertegenwoordiging van het zakelijke segment in Maastricht kan mogelijkheid tot verandering concept beperken

Bron: Horwath HTL

8 Resultatenanalyse, inclusief analyse aanvullende vraag

Dit hoofdstuk vangt aan met een analyse van mogelijke bezettingsgraden, bestaande uit een fair share analyse en een analyse van aanvullende vraag. Met betrekking tot het bepalen van mogelijke kamerprijzen hebben het prijsniveau van de Maastrichtse hotelmarkt en enkele concurrenten als leidraad gediend. Deze indicaties voor bezettingsgraden en gemiddelde kamerprijzen hebben de basis gevormd voor de mogelijke kameromzet, waarna de te verwachten overige omzetten en de kosten zijn geprojecteerd aan de hand van resultaten van vergelijkbare hotels en de vaste lasten zijn bepaald op basis van ervaringscijfers voor hotels. De op deze manier geprojecteerde opbrengsten, kosten en vaste lasten zijn middels de 'Uniform System of Accounts for the Lodging Industry (10th edition)' uitgemond in schattingen van de te verwachten winst- en verliesrekeningen voor de eerste vijf exploitatiejaren van enerzijds de exploitatie en anderzijds het vastgoed van het beoogde Villa Kanjel Hotel Maastricht. De zuivere exploitatieresultaten vertegenwoordigen de kastromen die de basis hebben gevormd voor het bepalen van de bedrijfseconomische waarden van de exploitatie en het vastgoed van het beoogde Villa Kanjel Hotel Maastricht.

8.1 Analyse mogelijke bezettingsgraden

Op basis van de beoogde locatie en het beoogde concept en van de analyses van de hotelomgeving, het hotelaanbod en de hotelvraag is een fair share analyse uitgevoerd, die aangeeft welk aandeel in de concurrerende hotelmarkt het beoogde Villa Kanjel Hotel Maastricht redelijkerwijs zal kunnen behalen in bezettingsgraad. Daarna is – op basis van het beoogde concept, de aanbodanalyse van de hotelmarkt en de beknopte analyse van de gezinsreis markt – een inschatting gedaan van hoeveel eigen vraag het beoogde hotel mogelijkerwijs zal kunnen aantrekken. Voor dit laatste is gekeken naar de potentie van de unieke propositie ten opzichte van de specifieke doelgroep: gezinnen, families en toeristische groepen voor de grote zaal. Tot slot is de bezetting resulterende uit de aanvullende kamernachten bij de bezetting vanuit de concurrerende hotelmarkt opgeteld.

8.2 Fair share analyse

Achtergrond fair share analyse

De mogelijke bezettingsgraden van het beoogde Hotel Villa Kanjel Maastricht zijn in eerste instantie bepaald aan de hand van een fair share analyse. Hierbij is per marktsegment geanalyseerd wat de huidige aanbod- en vraagverhoudingen zijn in de concurrerende markt en hoe deze zich in de komende jaren zullen ontwikkelen. Daarna is ingeschat hoe het beoogde hotel zal presteren in vergelijking met de concurrentie door een waarde toe te kennen aan de marktpenetratie. Een marktpenetratie van 100% wil zeggen dat het beoogde Hotel Villa Kanjel Maastricht een marktaandeel binnen het betreffende segment behaalt dat gelijk is aan het marktgemiddelde. Een marktpenetratie van meer dan 100% wil zeggen dat het een aandeel binnen het betreffende segment behaalt dat groter is dan het marktgemiddelde. Een marktpenetratie van minder dan 100% wil zeggen dat het een aandeel binnen het betreffende segment behaalt dat kleiner is dan het marktgemiddelde.

Uitgangspunten fair share analyse

Om middels een fair share analyse te komen tot mogelijke bezettingsgraden van het beoogde Villa Kanjel Hotel Maastricht zijn een aantal uitgangspunten gehanteerd. Deze punten zijn hieronder samengevat:

- locatie en concept zoals beschreven in het tweede hoofdstuk met een eerste volledige jaar van exploitatie in 2019
- samenstelling en ontwikkeling van de vraag in de concurrerende markt zoals beschreven in hoofdstuk 5
- penetratiegraden zoals in het volgende onderdeel onderbouwd

Penetratiegraden fair share analyse

Bij het bepalen van de mogelijke penetratiegraden van een toekomstig hotel wordt de verwachte kracht van het concept, inclusief het management, van het betreffende hotel op de betreffende locatie afgezet tegen de verwachte gemiddelde kracht van de concepten en locaties van de concurrenten.

Tabel 23. Verwachte marktpenetraties en bezettingsgraden, in %*

Bron: Horwath HTL

* afgerond op hele en halve getallen, ** afgerond op hele getallen

8.3 Aanvullende vraag

De volgende tabel toont de conclusie die uit de beknopte analyse van de met betrekking tot de potentie van een hotel dat zich specifiek richt op gezinnen tot het genereren van aanvullende vraag in Maastricht, mits de locatie, het concept en het management van het betreffende hotel goed zijn. Op basis van onder meer de beknopte SWOT-analyse kan worden geconcludeerd dat krachten met betrekking tot de locatie, het concept en het management van het beoogde hotel beduidend beter zijn vertegenwoordigd dan zwaktes, waardoor het beoogde Hotel Villa Kanjel Maastricht beschikt over de basisvoorwaarden voor het waarmaken van die potentie.

Tabel 24. Potentie aanvullende vraag hotel met gezinsprofilering

Ondanks dat een aantal hotels met kamers voor meer dan twee personen aanwezig zijn in de Maastrichtse hotelmarkt, zal Hotel Villa Kanjel Maastricht naar verwachting een competitief voordeel behalen door haar sterke focus op de gezinsmarkt en het gebrek aan vergelijkbare concepten in de huidige markt. Het concept van Hotel Villa Kanjel is enigszins vergelijkbaar met meerdere bekende gezinshotels in de Nederlandse hotelmarkt buiten Maastricht, die al voor langere tijd opereren en succesvol zijn in het genereren van op zichzelf staande vraag. Daarnaast wordt er voorlopig een toename verwacht van familievakanties en zijn Millennial ouders op zoek naar authentieke en unieke ervaringen, waar het concept van Hotel Villa Kanjel met haar rijke geschiedenis goed op anticipeert. Hiermee heeft Hotel Villa Kanjel Maastricht als bestemming in Maastricht de potentie om aanvullende vraag te genereren.

Bron: Horwath HTL

Onderzoeksbureau ZKA raamde in februari 2018 dat er door marktgroei circa 295 tot maximaal 497 nieuwe kamers kunnen worden opgenomen in de hotelmarkt van Maastricht. Dit was groter dan de pijlpijn op dat moment. Vanuit een kwalitatief oogpunt bekeken zou de toekomstige invulling van de markt bestaan uit differentiatie van het aanbod in kwaliteit en concept alsmede uit hotels met extra vraagimpulsen. ZKA benadrukt dat hier actief op moet worden ingezet.⁷⁰

Voor buitenland en binnenland geldt dat er - vanwege diversiteit in families als hotelgasten - het moeilijk is om statistieken bij te houden over het aandeel van gezinnen binnen het aantal overnachtingen. Dit gebrek aan statistieken bemoeilijkt het accuraat projecteren van de kwantiteit

⁷⁰ Bron: Hotelmarktonderzoek provincie Limburg, ZKA Leisure Consultants, februari 2018

van de aanvullende vraag vanuit de potentie van het beoogde Hotel Villa Kanjel Maastricht ten opzichte van gezinsreizigers. Daarom is gebruik gemaakt van - zo goed mogelijk onderbouwde - aannames.

In hoofdstuk 6 is aangetoond dat de gezinsmarkt een aparte niche is binnen de Nederlandse hotelmarkt. Het is aannemelijk dat de huidige hotels binnen deze nichemarkt met hun specifieke product additionele vraag genereren. Het concept en de faciliteiten van het beoogde Hotel Villa Kanjel zijn overeenkomstig met dat van enkele hotels binnen de gezinsmarkt. Ook is aangetoond dat het product van Hotel Villa Kanjel, een gezinsgericht hotel met familiekamers en speciale faciliteiten, nog niet aanwezig is binnen de Maastrichtse hotelmarkt. Hieronder zijn enkele feiten beschreven die een beeld geven van de vraag vanuit gezinnen naar gezinshotels in Nederland.

Tabel 25. Feiten ter illustratie grootte gezinsmarkt in Nederland en Maastricht

Vakanties in Nederland door Nederlanders in 2016**	17,6 miljoen
Aantal meerpersoonshuishoudens met kinderen in Nederland in 2018*	2,6 miljoen
Vakantieparticipatie van Nederlanders in 2016**	81%
Aandeel hotel als soort logiesaccommodatie korte overnachtingen**	36%
Aandeel Toeristisch Individueel als segment in Maastrichtse hotelmarkt in 2017***	58%
Fair share van Hotel Villa Kanjel (16 kamers) binnen de toekomstige concurrerende markt (270 kamers), bestaande uit hotels met 10 tot 50 kamers, met tenminste één familiekamer, op een één-, twee- of driesterren niveau gelegen in de gemeente Maastricht. ***	5,90%

*Bron: Statline, Centraal Bureau voor de Statistiek

**Bron: NRIT trendrapport Toerisme, Recreatie en vrije tijd

***Bron: Horwath HTL

Hierbij moet wel de kanttekening worden gemaakt dat zij doorgaans niet beschikken over faciliteiten voor kinderen en hun marketing niet richten op gezinnen met jonge kinderen en daarmee niet onder de definitie gezinshotel vallen. Mede daarom is het aannemelijk dat Hotel Villa Kanjel aanvullende vraag zal genereren, omdat zij juist wel op deze doelgroep inzetten. In de volgende tabel is ingeschat hoeveel extra kamernachten gegenereerd kunnen worden. Hier is rekening gehouden met de feiten uit bovenstaande tabel, de analyse van de gezinsmarkt uit hoofdstuk 6, de dynamiek in de huidige markt en de conceptanalyse van Hotel Villa Kanjel.

Tabel 26. Aavullende vraag naar hotelskamers*

*Berekening is als volgt: *aantal weken * aantal dagen in weekdeel * aantal aanvullende geboekte kamers per nacht*

**juli, augustus en september – deze maanden genereren de meeste hotelovernachtingen zoals beschreven in 5.3.1

In de bovenstaande tabel wordt duidelijk dat Gezinshotel Villa Kanjel naar verwachting extra kamernachten zal genereren per jaar. Hier wordt aangenomen dat in het hoogseizoen, de zomervakanties, er een hogere aanvullende vraag wordt verwacht. Momenteel is er ook sprake van een aanzienlijk hogere vraag in de maanden waarin schoolvakanties plaatsvinden.

8.3.1 Fair share analyse en aanvullende vraag

De volgende tabel toont de verwachte bezettingsgraden voor het beoogde Hotel Villa Kanjel Maastricht, uitgaande van zowel de verwachte positie in de concurrerende markt als van de verwachte potentie met betrekking tot het genereren van aanvullende vraag. Aangenomen is dat Hotel Villa Kanjel een vraag van circa aanvullende kamernachten zal genereren in het stabiele jaar. Aangezien het voor kleinere hotels langer duurt om een marktpositie op te bouwen, omdat zij

nog geen vaste klantenkring hebben in tegenstelling tot hotelketens, is aangenomen dat de aanvullende vraag zal stabiliseren in het vierde operationele jaar.

Tabel 27. Verwachte bezettingsgraden

	2019	2020	2021	2022	2023
Beschikbare kamernachten					
<i>Bezetting fair share analyse</i>					
<i>Bezetting fair share analyse</i>					
Aanvullende kamernachten stabiel jaar					
Opbouw aanvullende kamernachten					
Aanvullende kamernachten					
Deel aanvullende kamernachten van totale vraag					
Totaal					

Bron: Horwath HTL

Verwacht wordt dat het beoogde Villa Kanjel Maastricht aanvullende vraag van procentpunten in 2019 tot procentpunten in 2023 zal genereren.

8.4 Schatting mogelijke bezettingsgraad slaapzaal

Het wordt verwacht dat de slaapzaal een langere periode nodig heeft om een stabiele positie op te bouwen, blijkt uit ervaring van Horwath HTL.

Uit de vraaganalyse van de groepsaccommodaties in hoofdstuk 5.2.2. blijkt dat de gemiddelde bezettingsgraad van groepsaccommodaties in Nederland op circa 21% ligt. Het kader dat het CBS voor haar onderzoek hanteert bestaat echter uit een divers soort groepsaccommodaties, namelijk kampeerboerderijen, (kinder)vakantiehuizen, kamphuizen/scoutinghuizen, natuurvriendenhuizen, tentenkampen en logiesaccommodaties behorende tot watersportcentra of maneges. Dit kader bevat een aantal soort accommodaties waarvan wordt aangenomen dat deze minder professioneel worden gemanaged dan hotels, en derhalve een lagere bezettingsgraad genereren.

Door de combinatie van de groepsaccommodatie met de professionele services van het hotel, waaronder een goed restaurant, zalen voor meetings, een mooi pand met cultureel erfgoedstatus, een ruim landgoed met (kinder-)faciliteiten, en een centrale ligging wordt verwacht dat de groepsaccommodatie een bovengemiddelde bezettingsgraad zal genereren.

Tabel 28. Verwachte bezettingsgraad slaapzaal

	2019	2020	2021	2022	2023
Occ in %					

Bron: Horwath HTL