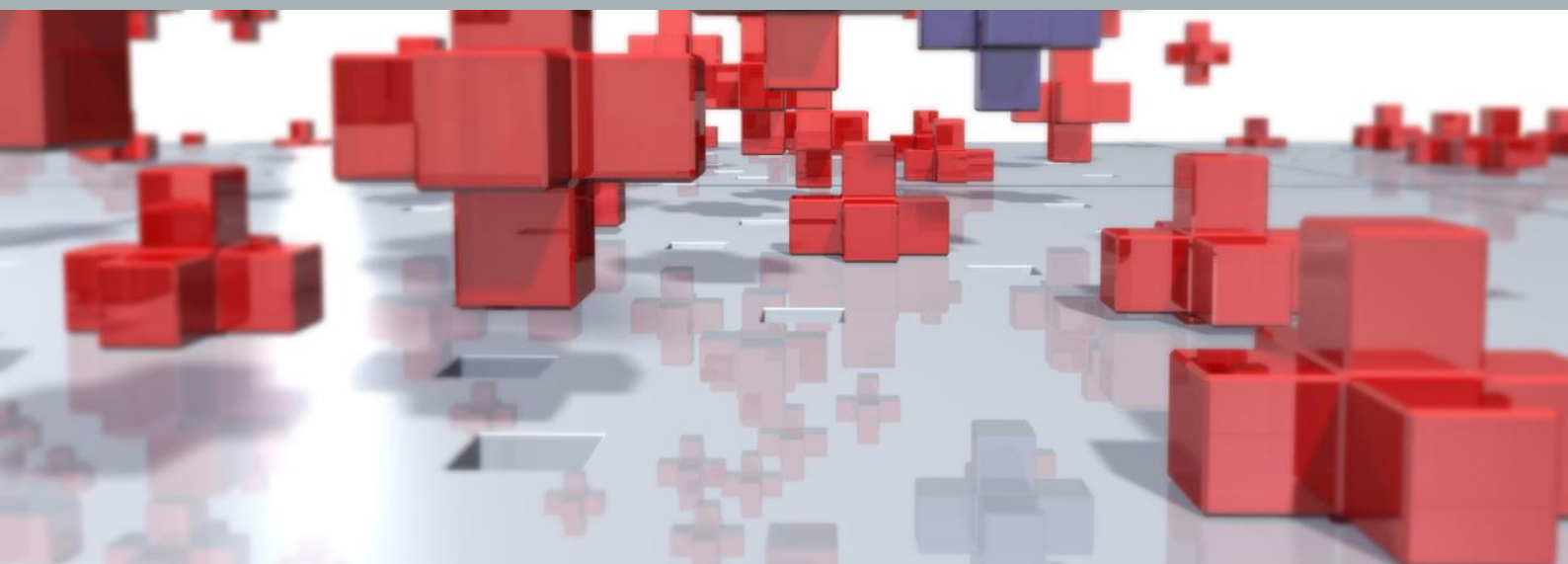


Hotel Lelystad Airport - Ladder voor duurzame verstedelijking

Caransa Groep



Hotel Lelystad Airport - Ladder voor duurzame verstedelijking

Caransa Groep

Rapportnummer: P01808

Datum: 20 april 2021

Contactpersoon opdrachtgever: De heer M.B. Caransa

Projectteam BRO: Piet Zuidhof, Jan Carel Jansen Venneboer

Trefwoorden: Hotel, airport, regionale behoefte, ladder voor duurzame verstedelijking, Lelystad

Bron foto kaft: Caransa Groep

BRO
Vestiging Amsterdam
Sarphati Plaza
Rijnspoorplein 38
1018 TX Amsterdam
T +31 (0)20 506 19 99
E info@bro.nl

Inhoudsopgave	pagina
1. INTRODUCTIE	2
2. INITIATIEF, TRENDS, ONTWIKKELINGEN EN BELEID	3
2.1 Het initiatief	3
2.2 Trends en ontwikkelingen hotels en short stay	5
2.3 Beleidskader	7
3. MARKTANALYSE	8
3.1 Aanbod hotels	8
3.2 Plannen in de regio	10
3.3 Behoefteraming hotel	10
4. CONCLUSIES	14
5. LADDER VOOR DUURZAME VERSTEDELIJING	15
BIJLAGEN	
Bijlage 1: Beleidskaders hotels	1
Bijlage 2: Trends in de hotelsector	2
Bijlage 3: Trends in de restauratieve horeca	5

1. INTRODUCTIE

De Caransa Groep heeft plannen om het bestaande, kwalitatief sterk verouderde hotel aan de Eendeweg in Lelystad (juist zuidelijk van het vliegveld) te slopen ten behoeve van een nieuwe ontwikkeling. Het betreft een hotel-restaurant, bestaande uit de volgende elementen:

- 105 hotelkamers (24-30 m² BVO);
- 14 short-stay kamers (34-47 m² BVO);
- restaurant op begane grond (860 m² BVO, ondergeschikt aan hotel, wel openbaar toegankelijk);
- sky bar met terras op bovenste verdieping (beperkte omvang, openbaar toegankelijk);
- vergaderfaciliteiten (800 m² BVO).

Voor een verdere toelichting zie paragraaf 2.1 en de (bredere) ruimtelijke onderbouwing.

Ladder voor Duurzame Verstedelijking

De beoogde ontwikkeling (een groter hotel met annexe voorzieningen) moet worden opgevat als nieuwe stedelijke ontwikkeling. Sinds 1 juli 2017 is een nieuwe versie van de ladder van kracht. Het tweede lid van art. 3.1.6. is sindsdien als volgt: *de toelichting bij een bestemmingsplan dat een nieuwe stedelijke ontwikkeling mogelijk maakt, bevat een beschrijving van de behoefte aan die ontwikkeling, en, indien het bestemmingsplan die ontwikkeling mogelijk maakt buiten het bestaand stedelijk gebied, een motivering waarom niet binnen het bestaand stedelijk gebied in die behoefte kan worden voorzien.*"

Omdat de locatie zich binnen het bestaand stedelijk gebied bevindt, hoeft de locatiekeuze niet nader te worden gemotiveerd. De behoefte aan en de aanvaardbaarheid van de ontwikkeling beoordelen wij op kwalitatieve en kwantitatieve gronden. Hiertoe wordt kort en bondig inzicht gegeven in:

- afbakening van het verzorgingsgebied;
- trends, ontwikkelingen en toekomstperspectieven van de functie;
- het actuele beleid (gemeentelijk, regionaal, provinciaal);
- de huidige en toekomstige vraag- en aanbodsituatie – deze stap bevat een analyse van het vraagpotentieel, kwantitatieve en kwalitatieve analyse van het aanbod, eventuele leegstand, benchmark met vergelijkbare locaties en/of indicatie van de marktruimte;
- relevante planinitiatieven in de omgeving.

Op basis van voorgaande is de centrale vraagstelling als volgt geformuleerd:

"Voorziet de beoogde ontwikkeling van het planinitiatief in Lelystad in een behoefte binnen het verzorgingsgebied en zijn de te verwachten effecten (w.o. leegstand) ervan aanvaardbaar?"

Leeswijzer

In onderhavige rapportage worden de specifieke ruimtelijk-functionele kenmerken en de behoefte vanuit lokaal en regionaal perspectief aangegeven, ook vanuit de relevante trends en ontwikkelingen. In hoofdstuk 5 wordt het plan getoetst aan de Ladder voor duurzame verstedelijking.

2. INITIATIEF, TRENDS, ONTWIKKELINGEN EN BELEID

2.1 Het initiatief

Locatie

Het hotel-restaurant wordt ontwikkeld middels sloop-nieuwbouw. Het bestaande hotel (met 24 kamers) wordt gesloopt en vervangen door het nieuwe, veelzijdiger en hoogwaardiger plan. Dit resulteert in een netto toevoeging van 81 hotelkamers (105 nieuw – 24 bestaand) en 14 short-stay kamers. De toevoeging is derhalve een nieuwe stedelijke ontwikkeling en wordt in dit onderzoek getoetst. De horeca en vergaderzalen zijn ondergeschikt aan de hotelfunctie en worden dus niet afzonderlijk beladderd.

De locatie ligt aan de entree van het bestaande bedrijventerrein aan de zuidzijde van Lelystad Airport, op de hoek Eendenweg en Airport Plaza. De planlocatie is goed bereikbaar vanaf de doorgaande, provinciale, weg. Verder uitgezoomd ligt de planlocatie redelijk centraal in de regio Flevoland.

Figuur 1: Planlocatie en sfeerimpressie



De ontwikkelaar heeft specifiek voor de onderhavige locatie gekozen vanwege de ligging nabij het vliegveld. De (toekomstige) vliegpassagiers zijn een belangrijke doelgroep voor het nieuwe hotelconcept. De nabije aanwezigheid van Inditex, diverse vliescholen en andere (toekomstige) bedrijvigheid is eveneens van belang, ook in relatie tot de short-stay kamers, horeca en vergaderfaciliteiten. Ook vanuit het bijna naastgelegen Aviodrome (500 meter) worden hotel- en restaurantgasten verwacht.

Hotelconcept en doelgroepen

Het hotel zal 14 short stay kamers bieden qua omvang variërend tussen de 34 en 47 m² en daarnaast 105 hotelkamers, variërend tussen de 24 en 30 m². De short stay kamers krijgen ook een keukeninrichting. Ook worden een restaurant en Sky Bar aangeboden. Het nieuwe hotelconcept onderscheidt zich hiermee van de meeste reguliere hotels in de omgeving en bedient ten dele nieuwe doelgroepen. Het hotel krijgt een 4-sterren classificatie.

Definitie short en long stay

De termen long en short stay kennen geen eenduidige definitie en worden vaak door elkaar gebruikt. Beleidsmatig wordt meestal van long stay gesproken bij een verblijfsduur langer dan een half jaar. Kortere periodes worden veelal als short stay beschouwd. In de hotellerie zelf is soms overigens al sprake van long stay bij een verblijf langer dan één week. In onderhavige rapportage wordt daarom gesproken over extended stay, waarbij wordt uitgegaan van een bandbreedte in verblijfsduur van een week tot een jaar. Gasten die gebruik maken van extended stay moeten het gevoel krijgen alsof ze thuis zijn, maar wel in een omgeving met de gebruikelijke hotelfaciliteiten. Ook gezamenlijke ruimtes als een (ontbijt)restaurant, fitness/wellness, hotelbar en lounge worden vaak ingepast.

Extended stay

Het beoogde hotel met kamers voor zowel reguliere hotelgasten als gasten gericht op een langer verblijf (14 short-stay kamers), zal zich richten op de zakelijke markt en meer specifiek op mensen die voor korte of langere tijd werkzaam zijn in het gebied rondom Lelystad Airport. Zo is de bouw van het mega distributiecentrum van Inditex bijna gereed. Inditex is een Spaanse beursgenoteerde modegigant (bekend van Zara, Bershka en Pull&Bear). Inditex heeft voor Lelystad gekozen vanwege de goede bereikbaarheid en de aanwezigheid van genoeg personeel in de directe omgeving. Vracht zal vooralsnog voornamelijk via Schiphol aangeleverd worden. Inditex heeft wel de wens voor directe vluchten vanaf Lelystad Airport naar La Coruña of Santiago de Compostella (thuishaven van Inditex). Deze vluchten zullen puur voor personeel zijn.¹ Dit kan in principe gasten uit een hogere managementlaag zijn, die voor korte werkbezoeken of conferenties nabij de luchthaven willen verblijven. Maar ook uitvoerende banen als technici en ICT-personeel afkomstig vanuit Spanje (vanwege de krappe arbeidsmarkt in deze beroepen), die langere tijd op projectbasis in het distributiecentrum gestationeerd zullen zijn.

De markt voor *extended stay* is het snelst groeiende segment binnen de hotelindustrie in Nederland. De snelle groei houdt naar verwachting de komende jaren aan. Op landelijk niveau verbleef in 2017 56% van de gasten in een *extended stay* daar langer dan 7 nachten en 21% zelfs langer dan 30 nachten. In die zin onderscheidt deze accommodatievorm zich dus duidelijk van reguliere hotelgasten, die in 2017 gemiddeld slechts 1,8 nachten in een kamer verbleven.

De zakelijke markt is in Nederland zeer divers. Naast extended stay hotels zijn er andere concepten die extended stay mogelijk maken, zoals corporate apartments. Cijfermatig is weinig informatie beschikbaar over de extended stay markt en het betreft hier een relatief klein onderdeel (14 kamers). Dit onderzoek richt zich dan ook voornamelijk op de reguliere hotelmarkt voor zakelijke overnachtingen.

Reguliere hotelkamers

De reguliere kamers richten zich voornamelijk op vliegpassagiers en gasten van omliggende bedrijven. Wanneer het vliegveld Lelystad in gebruik genomen gaat worden, zal een significante extra behoefte ontstaan aan overnachtingsmogelijkheden. Bijvoorbeeld vanuit reizigers die een vroege vlucht hebben en van buiten de regio komen.

¹ Almere: Lelystad 'the place to be' voor logistieke bedrijven (2018)

Restaurant met vergaderruimten en Sky Bar

Zoals beschreven zullen ook een zelfstandig restaurant en Sky Bar worden gerealiseerd, ook toegankelijk voor niet-hotelgasten. Ook vergaderzalen en flexibele werkplekken maken deel uit van het concept. De verdere invulling is echter nog niet volledig uitgekristalliseerd.

2.2 Trends en ontwikkelingen hotels en short stay

Navolgend zijn de meest relevante trends en ontwikkelingen besproken. Voor een toelichting zie bijlage.

Macro economie en consumenten trends

- Het aantal buitenlandse gasten in Nederland is tot 2019 aanzienlijk toegenomen. Op basis van de actuele trends en andere ontwikkelingen (groeierende middenklasse in opkomende markten, maar ook vertraagde economische groei en eventuele gevolgen Brexit) verwachtte het NBTC pre-corona een verdere groei. Vanwege de enorme impact van het coronavirus wordt nu echter pas na 2022/2023 weer een verdere groei voorspeld.
- Mede als gevolg van de sterk aantrekkende wereldeconomie en de verwachte economische groei van de MRA zal naar verwachting ook het aantal toeristen, zakenreizigers en expats in dit gebied verder groeien na 2022/2023. Daarmee groeit ook de behoefte aan zakelijke verblijfsaccommodaties met extended stay. Vooral goed geoutilleerde hotels profiteren hiervan.
- Van alle provincies vinden in Flevoland de minste zakelijke overnachtingen plaats, maar in Noord-Holland juist de meeste. Dit betreft vooral Amsterdam en Haarlemmermeer (Schiphol). Noord- en Zuid-Holland trekken samen ruim de helft van de zakelijke bezoekers in Nederland. Dit is een positief gegeven voor de horeca in algemene zin, maar zeker voor de doorgaans internationaal georiënteerde en conjunctuurgevoelige hotelmarkt.
- In Flevoland was in 2019 meer dan de helft van alle overnachtingen van zakelijke aard. Flevoland heeft in verhouding relatief weinig logiesaccommodaties dan andere Nederlandse provincies. Daarnaast is een groot deel van de accommodaties ook in huisjesterreinen segment, alleen Drenthe heeft hierin een procentueel groter aandeel.²
- Van alle zakenreizigers komt bijna drie kwart met een individuele zakelijke reden zoals bijvoorbeeld het uitvoeren van werkzaamheden of een bezoek aan een hoofdkantoor. De overige zakenreizigers komen voor een georganiseerd zakelijk bezoek naar Nederland, dat wordt aan geduid met de term MICE (Meetings, Incentives, Conventions en Exhibitions).
- Door het toenemend groeiend aantal expats en buitenlandse zakenreizigers in Nederland, zal ook de vraag naar extended stay concepten groeien en dan vooral in de Randstad.
- Internationale toeristen beschouwen de afstand tussen Lelystad en Amsterdam als kort. De toeristendruk in Amsterdam is feitelijk te groot. Voor toeristen die bijvoorbeeld Bataviastad of Giethoorn en andere bezienswaardigheden in het noorden en oosten van Nederland willen bezoeken is Lelystad een ideale uitvalsbasis.³

² Trendrapport toerisme, recreatie en vrije tijd (2020)

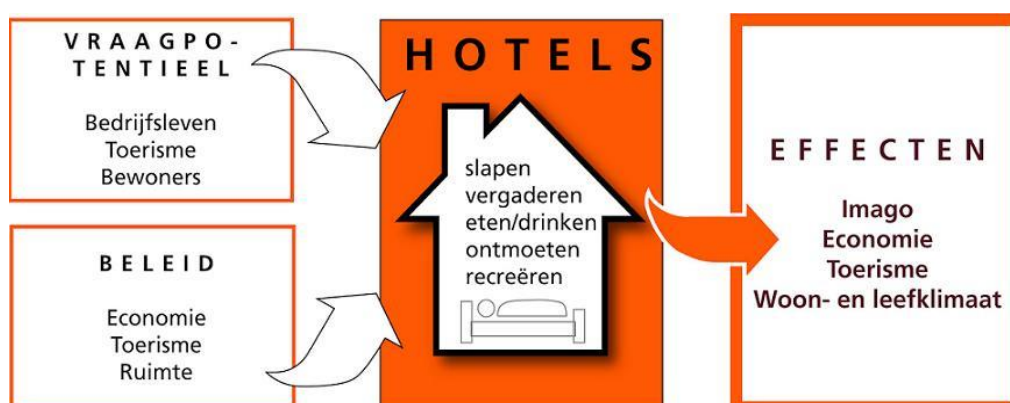
³ Almere: Lelystad 'the place to be' voor logistieke bedrijven (2018)

- Mobiliteit neemt verder toe, mensen vliegen steeds meer en de opening van vliegveld Lelystad draagt hieraan bij.

Ontwikkelingen

- Mede als gevolg van toenemende concurrentie door meer capaciteit en de opkomst van alternatieve overnachtingsplekken (Airbnb) richten steeds meer hotels zich op specifieke nichemarkten en doelgroepen.
- Opvallend was het afgelopen decennium de opkomst van bijzondere, hoogwaardige hotelconcepten door combinaties met vergader- en feestruimten en zaalverhuur. Ze ontwikkelen zich steeds meer tot (zakelijke) ontmoetingsplek in brede zin en hebben dus ook overdag een belangrijke functie.
- Hotels profiteren doorgaans sterk van de wervingskracht van andere economische functies (restaurantieve horeca, cultuur, bedrijventerreinen) en vice versa. Met name op trafficlocaties en nabij bedrijventerreinen kan deze interactie groot zijn. Hotels zorgen voor een grotere herkenbaarheid van gebieden en zorgen voor reuring en een hogere belevingswaarde.
- Extended stay is een tamelijk nieuw fenomeen in Nederland, maar bestaat in veel andere westerse landen al jaren. Het voorziet in een duidelijke behoefte.
- Elk hotelprofiel vraagt een eigen vestigingsmilieu. Qua locatiekeuze bestaat er een duidelijk onderscheid tussen 'zakelijke' en 'toeristische' hotels. De eerste groep richt zich doorgaans vooral op 'stedelijke' locaties die snel bereikbaar zijn per auto en (in mindere mate) per trein, representatief zijn en in het zicht liggen. Nieuwe 'toeristische' hotels, meestal kleiner van omvang, kiezen veelal voor monumentale binnensteden of dorpen of juist een aantrekkelijke locatie in het buitengebied.
- De Nederlandse hotelsector heeft een goed toekomstperspectief, vooral door het toenemende aantal buitenlandse (zakelijke) overnachtingen. Voorwaarde is dat hotels ruime kamers aanbieden, met voldoende, goede faciliteiten (ruim sanitair, bureau, zitgelegenheid, Wifi, glasvezel, etc.) en aanvullende voorzieningen (lift, lounge, café-restaurant, work spaces, parkeergelegenheid, etc.). Bijzondere perspectieven bestaan er als vermeld voor thematische en conceptgerichte hotels.
- Voor de effecten van het Coronavirus verwijzen we naar de eerste alinea van deze paragraaf.

Figuur 2: De meerwaarde van hotels voor regio's



2.3 Beleidskader

Regionaal en gemeentelijk beleidskader

Lelystad stemt haar hotelbeleid af op ontwikkelingen binnen het samenwerkingsverband Metropoolregio Amsterdam (MRA). De gemeentes binnen de MRA hebben een gezamenlijke hotelstrategie ontwikkeld. De sector biedt, aldus de MRA, de regio bijzondere ontwikkelingskansen gezien de steeds sterkere marktpositie, nationaal en internationaal. Een goed op elkaar afgestemd aanbod van hotels versterkt immers zowel de toeristische als zakelijke (economische) structuur. Het doel van de MRA strategie is “het economisch, toeristisch en ruimtelijk beleid met betrekking tot hotels regiobreed met elkaar te verbinden”. De MRA wil toerisme graag spreiden over de gehele regio: “Amsterdam is de regio en de regio is Amsterdam”, om zo de druk op (de leefbaarheid van) Amsterdam te verminderen. In de bijlage is een samenvatting van verschillende beleidsstukken te vinden.

De MRA heeft in de ‘Regionale hotelstrategie 2016 - 2022’ haar visie rondom hotel(ontwikkelingen) verwoord. De volgende uitgangspunten zijn hierin vastgesteld:

- De nieuwe hotelstrategie moet gericht zijn op een duurzame balans tussen vraag en aanbod;
- Een hotel/hotelinitiatief moet meerwaarde hebben voor de (leef)omgeving en een positieve toevoeging zijn voor de omgeving, zowel architectonisch als sociaal
- Kwaliteit boven kwantiteit, unieke concepten in plaats van meer van hetzelfde.
- De nieuwe hotelstrategie zet in op regionale spreiding van hotels en het faciliteren van de verbetering van de concurrentiepositie van de MRA. Ook het realiseren/stimuleren van bijvoorbeeld nieuwe attracties en congresfaciliteiten in de regio draagt hieraan bij.

Ontwikkellocaties in Lelystad

Onderstaand zijn de kansrijke locaties voor hotelvestigingen in kaart gebracht door de gemeente Lelystad, specifiek Economische Zaken.⁴ Lelystad Airport is benoemd als zeer kansrijk gebied.

Figuur 3: Kansrijke locaties hotels Lelystad⁵



⁴ Gemeente Lelystad: Lelystad Opportunities - Hotelontwikkeling: een overzicht (2019)

⁵ Gemeente Lelystad: Lelystad Opportunities - Hotelontwikkeling: een overzicht (2019)

3. MARKTANALYSE

3.1 Aanbod hotels

In deze paragraaf wordt het regionale aanbod in de hotelsector beschreven. Dit gebeurt primair voor de gemeente Lelystad en de relevante regio. De relevante regio is gedefinieerd op basis van de doelgroep van het planinitiatief en richt zich op de gehele provincie Flevoland. De vraag naar hotelkamers komt per definitie vooral van grotere afstand en juist minder uit de gemeente of regio zelf, maar de regio (Lelystad, provincie Flevoland) is veelal wel het 'zoekgebied' van potentiële hotelgasten. Binnen dit gebied zouden derhalve eventuele effecten van de beoogde ontwikkeling kunnen optreden.

Gemeente Lelystad

De gemeente Lelystad beschikt over 8 hotels, met in totaal 148 kamers:⁶

- Het grootste hotel is het Apollo Hotel****, gelegen in het centrum en op 2 minuten afstand van het treinstation. Het hotel telt ca. 86 kamers en biedt tevens drie restaurants en een bar/lounge.
- Het Hotel De Lange Jammer*** ligt in Lelystad Haven en heeft 17 kamers.
- Het hotel Hajé Restaurant de Aalscholver*** ligt aan de A6 en beschikt over een restaurant met vergaderruimte. Het hotel telt ca. 11 kamers.
- Het kleinschalige hotel Hajé Waterlodge de Lepelaar*** ligt ook aan de A6 en beschikt over een restaurant met vergaderruimte. Het hotel telt ca. 4 kamers.
- Het aanbod wordt gecompleteerd door enkele kleinschalig B&B's, die niet relevant zijn voor de zakelijke markt.
- Nabij afrit 10 van de A6 is een nieuw hotel-restaurant in aanbouw van de Van der Valk formule (112 kamers, 4-sterren niveau, ruime faciliteiten).

Regio Flevoland

In de provincie Flevoland zijn in totaal 26 hotels gevestigd met samen 974 kamers.⁷ In de regio is sinds 2000 zowel het aantal hotels als kamers bijna verdubbeld. In figuur 4 is een overzicht opgenomen van de hotels in de regio. Enkele relevante zakelijke hotels zijn:

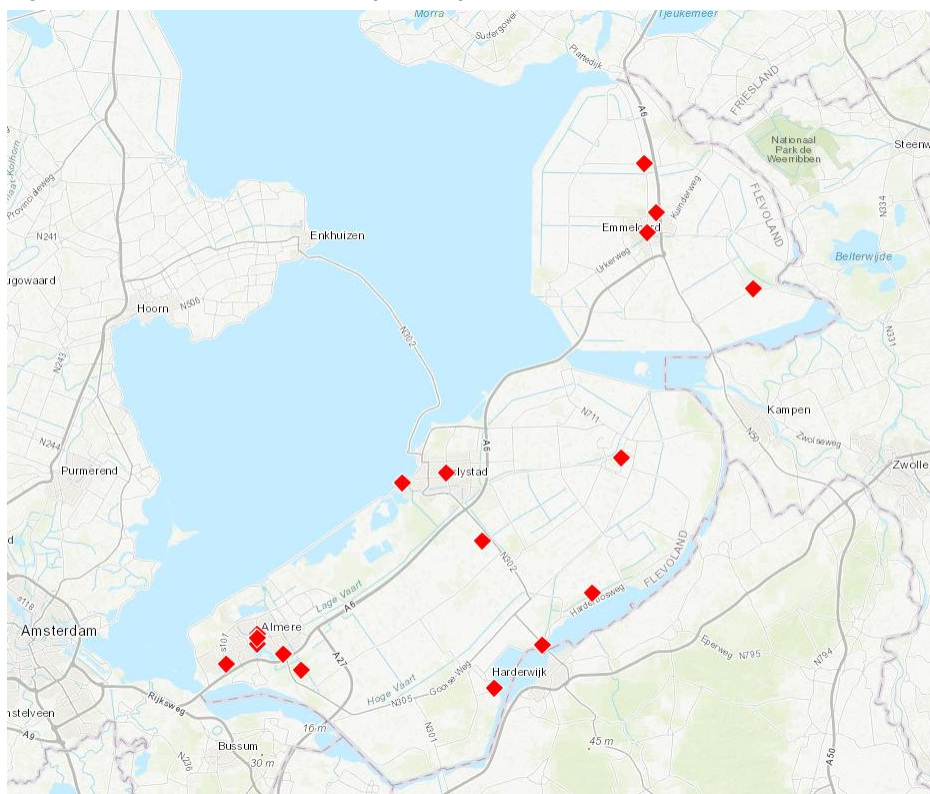
- Van Der Valk Hotel Almere**** ligt nabij de afrit aan de A6. Dit hotel beschikt over 180 kamers, een binnenzwembad, wellnesscentrum, fitnessruimte, 2 restaurants en vergaderruimten.
- Het Bastion Hotel Almere*** ligt aan de A6 en beschikt over 132 kamers en een bar/restaurant.
- Apollo Hotel Almere City Center*** beschikt over 117 kamers, een eigen restaurant/bar, de Bierfabriek genaamd, waar zelfgebrouwen bier wordt geserveerd.
- Hotel FINN*** ligt in het centrum van Almere en beschikt over 28 kamers en een restaurant.
- Hotel Het Galjoen*** ligt in Dronten en beschikt over 18 kamers.

⁶ HorecaDNA (cijfers over 2019) en Expedia (2020)

⁷ HorecaDNA (cijfers over 2019) en Expedia (2020)

De andere hotels in de regio liggen of verder weg, of zijn kleiner van omvang. Het merendeel van de hier relevante hotels, uit het midden en hogere segment, zijn gelegen op goed bereikbare plaatsen nabij de A6 of nabij een treinstation. Het aanbod in de verschillende centra, en dan met name het aanbod in het centrum van Almere, is qua profiel en doelgroep veel gevarieerder (toeristisch en zakelijk). Hier zijn zowel kleinere zelfstandige hotels, evenals de bekende formules gevestigd, met een ruime variatie naar kwaliteiten en faciliteiten.

Figuur 4: Hotelaanbod in Flevoland (Locatus)



Aanbod in perspectief

In de volgende tabel is het aanbod afgezet tegen het aantal inwoners van de regio. Dit geeft een indicatie of er relatief veel of weinig aanbod gevestigd is, met daarbij de kanttekening dat de vraag naar hotelkamers per definitie vooral komt van grotere afstand en juist minder uit de gemeente of regio zelf. Het hotelaanbod binnen de regio bevindt zich voornamelijk in de gemeente Almere. In de gemeente Lelystad is het aanbod per 10.000 inwoners relatief beperkt.

Tabel 1: Gevestigde hotelcapaciteit regio⁸

	Lelystad	Almere	Zeewolde	Dronten	Regio totaal
Aantal hotelkamers	148	455	73	103	974
Aantal hotels	8	6	4	2	26
Inwonertal	77.872	207.819	22.312	40.797	416.431
Aantal kamers per 10.000 inwoners	19,0	21,9	32,7	25,2	23,4
Aantal kamers per hotel	18,5	75,8	18,3	51,5	37,5

3.2 Plannen in de regio

De planvoorraad is onderverdeeld in drie categorieën:

- Hard: Bestemmingsplan is onherroepelijk en/of vergunning afgegeven voor realisatie.
- Hard/zacht: Er is overleg over de vergunning of vergunningsverzoek is in behandeling genomen.
- Zachte planvoorraad: overige plannen.

De (huidige) planvoorraad is in dit kader vastgesteld aan de hand van de hotelmonitor MRA (status juni 2017). Zowel uitbreiding, transformatie als nieuwbouw zijn hierin meegenomen. Aangezien er geen specifieke afbakening is voor de provincie Flevoland en Lelystad, is uitgegaan van het plancapaciteit voor de MRA. Momenteel zijn hier 161 plannen, waarvan ongeveer de helft harde plancapaciteit betreft, zie onderstaande tabel voor een overzicht.

Tabel 2: Plancapaciteit MRA⁹

	Aantal initiatieven	Aantal kamers
Hard	82	11.000
Hard/zacht	17	2.300
Zacht	62	7.400
Totaal	161	20.700

3.3 Behoefteraming hotel

Het beoogde concept zal voornamelijk afhankelijk zijn van de (internationale) zakelijke markt (Indixtex) en voor vakantie reizigers die vliegen vanaf Lelystad Airport.

Zakelijke markt

De zakelijke markt biedt een omvangrijk draagvlak voor de lokale en regionale hotellerie en restaurants, omdat het bedrijfsleven veel vraag kan genereren naar overnachtingsmogelijkheden voor zakelijke bezoekers en externe voorzieningen voor overleg, conferenties, productpresentaties, lunches en diners. Om deze reden is navolgend de zakelijke markt onderzocht. Beschreven wordt in hoeverre het lokale en regionale hotelaanbod zich verhoudt tot het zakelijke vraagpotentieel.

⁸ HorecaDNA (cijfers 2019)

⁹ ZKA – (Her)ontwikkelperspectieven verblijfstoerisme in de metropoolregio Amsterdam / MRA (2018)

De zakelijke markt is in de gemeente Lelystad goed vertegenwoordigd, met in totaal 7.180 bedrijven en 37.970 arbeidsplaatsen, met naar alle waarschijnlijkheid nog een forse groei in de komende jaren. In de gehele regio zijn 39.840 bedrijven en 187.780 banen aanwezig. In de regio zijn bijna 69.000 personen werkzaam in de handel of zakelijke diensten. Zoals beschreven zal het beoogde zakelijke hotel slechts in beperkte mate inspelen op de reguliere toeristische markt.

Toeristische markt

Wanneer Lelystad Airport in gebruik genomen gaat worden, zal een significante extra behoefte ontstaan aan overnachtingsmogelijkheden. Bijvoorbeeld vanuit reizigers die een vroege vlucht hebben en van buiten de regio komen. Het nieuwe hotel ligt op zeer korte afstand van het vliegveld.

Daarnaast is het hotel centraal gelegen in de regio Midden Nederland waardoor het voor toeristen een goede uitvalsbasis kan zijn voor bezoeken aan plekken buiten de Randstad, zoals Flevoland, Veluwe en Giethoorn e.o. De nabijgelegen topattracties Aviodrome en Bataviastad versterken eveneens de toeristische functie van hotel en horeca.

Markt regionale inwoners

De bewoners van de regio bezoeken veelvuldig restaurants en andere horecagelegenheden en maken soms gebruik van hotelfaciliteiten. Uit de volgende tabel blijkt dat er in de regio sprake is van een sterke bevolkingsgroei tot 2030 in de gehele regio. Daarbij vestigen bedrijven zich graag in gebieden met bevolkingsgroei vanwege het ruime aanbod aan voldoende (geschoolde) arbeidskrachten en afzetmarkten. Deze bedrijven trekken op hun beurt weer zakelijk toerisme aan.

Tabel 3: Regionale bevolkingsgroei¹⁰

	2019	2030	2018-2030 (%)
Almere	207.819	249.500	+20,1%
Dronten	40.797	45.000	+10,3%
Lelystad	77.872	87.500	+12,4%
Zeewolde	22.312	24.700	+10,7%
Regio totaal	416.431	477.900	+14,8%

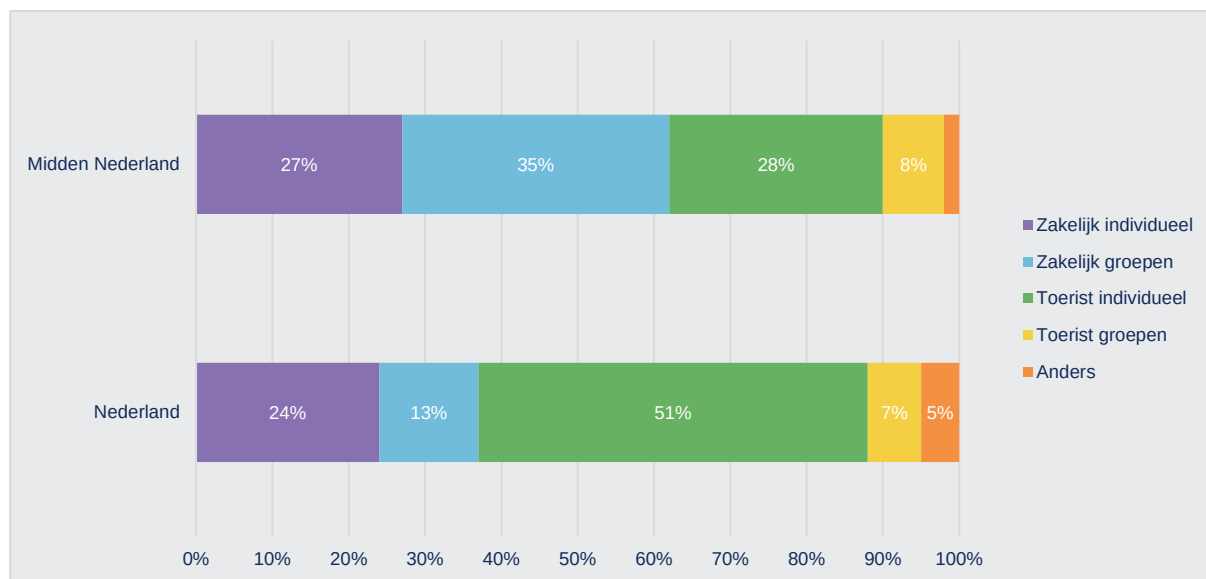
Marktsegment

Voor wat betreft de hotelovernachtingen naar marktsegment bestaan enkel cijfers voor landsdelen en de grote stadsregio's¹¹. Gekozen is om de hotelmarkt voor de regio Midden Nederland (waar Lelystad onder valt) inzichtelijk te maken, in vergelijking met het Nederlands gemiddelde. De zakelijke markt is in regio Midden Nederland is percentueel gezien groter dan het Nederlandse gemiddelde, hetgeen in alle waarschijnlijkheid duidt op een relatief grote vraag naar zakelijke verblijfsaccommodaties.

¹⁰ Provinciale prognose Flevoland (2019)

¹¹ Horwath HTL, HOSTA (2018)

Figuur 5: Aandeel hotelovernachtingen naar marktsegment¹²



Marktruimte in de MRA

De gemeente Lelystad maakt als vermeld deel uit van de Metropoolregio Amsterdam (MRA). Nieuwe hotelontwikkelingen in de regio worden getoetst aan het beleid van de MRA. Dit geldt ook voor onderhavige ontwikkeling.

Het MRA-bureau heeft een onderzoek laten uitvoeren naar de marktruimte voor hotels. Na 2020 ontstaat een extra marktruimte van 9.000 kamers, die (op dit moment) niet ingevuld lijkt te worden. De 'harde' plannen zijn hierin verdisconteerd. Gemeenten worden aangemoedigd om deze marktruimte te pakken, zolang ieder project maar aan het toetsingskader voldoet. Het MRA-bureau verwacht dat de extra marktruimte niet voor 2022 ingevuld gaat worden. Conclusie is dat er vanuit de visie en onderzoeken van de MRA nog een aanzienlijke marktruimte (behoefte) bestaat aan extra hotelkamers, ook in de regio buiten Amsterdam, waaronder Flevoland c.q. Lelystad.

De verdere ontwikkeling en effecten van het Coronavirus zijn moeilijk te voorspellen, maar zullen de komende 2-3 jaar waarschijnlijk negatief uitwerken op de marktvraag voor hotels, met name uit de zakelijke- en congresmarkt. De (binnenlandse) toeristische hotelmarkt functioneerde in 2020 nog redelijk goed en vertoonde in de meeste provincies in Q3 (zomerseizoen, met alle horeca geopend) zelfs een lichte groei. De toeristische markt zal zich waarschijnlijk snel herstellen; mensen willen weer op vakantie (w.o. stedentrips) en de particuliere spaartegoeden zijn in Westerse landen in 2020 enorm gestegen. De zakelijke markt zal zich waarschijnlijk iets trager herstellen (langere planning, digitale overlegplatforms), maar fysieke ontmoeting is onvervangbaar. Volgens de meeste onderzoeken zullen overnachtingen en bezettingsgraden in Nederlandse hotels waarschijnlijk rond 2022/2023 op het peil van 2019 terug zijn.

¹² Regio Midden Nederland bestaat uit o.a. de volgende plaatsen: Almere, Bussum, Hilversum, Lelystad, Naarden, Veenendaal

Gegeven de relatief (zeer) grote marktruimte in de regio hoeft het coronavirus dan ook geen beletsel te zijn voor onderhavige ontwikkeling, met een relatief bescheiden 'claim' op de totale marktruimte in de regio. Het hotel wordt niet eerder opgeleverd dan 2023; de markt is dan waarschijnlijk weer grotendeels hersteld.

4. CONCLUSIES

Op basis van onderhavige rapportage wordt geconstateerd dat er om de volgende redenen een groeiende marktbehoefte is aan een modern en goed bereikbaar hotel met mogelijkheid tot extended stay:

- Het betreft hier een herontwikkeling van een hotel-restaurant middels sloop en nieuwbouw. Het bestaande hotel (24 kamers) wordt gesloopt en vervangen door het nieuwe plan met 105 hotelkamers en 14 short-stay kamers. Per saldo worden dus 81 hotelkamers, 14 short-stay kamers en enige ondersteunende horeca en vergaderfaciliteiten toegevoegd.
- In algemene zin is er sprake van een gunstig perspectief voor de horeca en meer specifiek de hotelsector, zowel vanuit de bredere (internationale) economie als de toeristische markt (na 2022/2023).
- Mede als gevolg van de komst van Inditex en andere grote nieuwe bedrijven naar Lelystad, wordt een groeiende behoefte verwacht aan extended stay appartementen (expats, tijdelijke werknemers).
- Het hotelaanbod in de gemeente Lelystad is relatief beperkt (in aantal kamers per hotel, kamers per 10.000 inwoners en kamers per 10.000 banen) in vergelijking met het gemiddelde van de provincie Flevoland en het Nederlands gemiddelde. Dit is relevant, omdat er in Nederland op gemeentelijk niveau een zekere relatie bestaat tussen enerzijds de hotelcapaciteit en anderzijds het inwonertal en de werkgelegenheid.
- Er is in de MRA een extreem hoge vraagdruk naar hotelaccommodaties, hetgeen wordt afgeleid uit de relatief hoge gemiddelde bezettingsgraad en de kamerprijs. Dit duidt op een economisch florerende hotelmarkt in de regio en marktruimte voor uitbreiding van de capaciteit. Door de MRA is deze uitbreidingsruimte geraamd op ca. 9.000 extra hotelkamers na 2020, bovenop de harde plancapaciteit.
- De toekomstige charter vluchten, naar toeristische bestemmingen, zullen een behoefte creëren naar overnachtingsmogelijkheden in de (directe) omgeving van het vliegveld.
- Lelystad Airport is door de gemeente Lelystad aangewezen als kansrijke locatie voor een hotel.
- Het Coronavirus heeft geen structurele effecten op de behoefte, maar heeft waarschijnlijk vooral een vertragende werking (enige jaren) op de groeiprognoses.

De ontwikkeling leidt tot een kwalitatief sterk en samenhangend hotel/restaurant-concept op een zeer geschikte locatie, met een belangrijke ruimtelijke meerwaarde en voldoende marktpotentieel. De effecten op de ruimtelijk-economische structuur van Lelystad en de regio en het woon-, leef- en werkklimaat zijn per saldo positief. Er is voldoende regionale behoefte, marktruimte en toekomstperspectief aanwezig. Het onderscheidend vermogen van het initiatief zit in de doelgroep (zakelijke en toeristische markt) en de extended stay kamers/appartementen. Beide onderscheidende aspecten van het hotel passen goed binnen de huidige en toekomstige behoefte in de regio. Dit mede gezien de algemene economische en toeristische groeiprognoses voor de langere termijn.

5. LADDER VOOR DUURZAME VERSTEDELIJING

Introductie Ladder voor duurzame verstedelijking

Er is bij het beschreven initiatief sprake van een nieuwe stedelijke ontwikkeling. In deze paragraaf toetsen we het plan dan ook kort en bondig aan de Ladder voor duurzame verstedelijking. In de toetsing leggen we het accent op de essentiële doelen en aspecten binnen de Ladder, namelijk de effecten op het regionale woon-, werk- en leefklimaat en de leegstand. Voor de nadere onderbouwing van met name de behoefte verwijzen we naar de voorgaande hoofdstukken.

Per 1 juli 2017 is een nieuwe versie van de Ladder geïntroduceerd, met de intentie deze korter en duidelijker te maken. Het toetsingskader is nu (conform tweede lid van art. 3.1.6) als volgt geformuleerd:

“De toelichting bij een bestemmingsplan dat een nieuwe stedelijke ontwikkeling mogelijk maakt, bevat een beschrijving van de behoefte aan die ontwikkeling, en, indien het bestemmingsplan die ontwikkeling mogelijk maakt buiten het bestaand stedelijk gebied, een motivering waarom niet binnen het bestaand stedelijk gebied in die behoefte kan worden voorzien.”

Verder omvat het vierde lid per 1 juli 2017 het volgende:

“Een onderzoek naar de behoefte als bedoeld in het tweede lid, heeft, in het geval dat een bestemmingsplan als bedoeld in het tweede lid, ziet op de vestiging van een dienst als bedoeld in artikel 1 van de Dienstenwet en dit onderzoek betrekking heeft op de economische behoefte, de marktvraag of de beoordeling van de mogelijke of actuele economische gevolgen van die vestiging, slechts tot doel na te gaan of de vestiging van een dienst in overeenstemming is met een goede ruimtelijke ordening.”

De vorige alinea maakt, in navolging van de inmiddels uitgebreide jurisprudentie, opnieuw duidelijk dat een ladderonderbouwing geen ‘traditioneel’, uitgebreid marktonderzoek hoeft te omvatten. De raming van de behoefte is alleen gericht op de kwalitatieve meerwaarde van de ontwikkeling (in brede zin) en een inschatting van de mogelijke ruimtelijke effecten op het woon-, leef- en werkklimaat in de regio en de leegstand. Een toenemende concurrentie voor bestaande aanbieders is in dat opzicht in principe dus niet relevant, tenzij het leidt tot structurele leegstand elders in de regio, met duidelijke effecten op de omgevingskwaliteit. Wel moet de ‘harde’ planvoorraad van de relevante functies in de onderbouwing worden betrokken, inclusief hun relevantie voor de onderhavige ontwikkeling.

Uitgangspunt van de Ladder is nog steeds dat stedelijke ontwikkelingen binnen bestaand stedelijk gebied plaatsvinden. De locatie hoeft evenwel alleen te worden gemotiveerd, indien deze buiten het stedelijk gebied ligt. Dat is in de onderhavige ontwikkeling niet het geval. De gebruikelijke eisen qua behoefte en uitvoerbaarheid in het kader van een ‘goede ruimtelijke ordening’ blijven wel van kracht. Bij flexibele planvormen is het nu mogelijk om de Laddertoets door te schuiven naar het moment van vaststelling van het wijzigings- of uitwerkingsplan. Dit geldt ook voor de raming van de effecten op de leegstand en het (regionale) woon-, werk- en leefklimaat. Regionale afstemming over plannen met bovenlokale effecten (leegstand, woon-, werk- en leefklimaat) wordt door de Rijksoverheid van groot belang geacht.

Behoefte

Het initiatief voor de invulling van de locatie voldoet aan de uitgangspunten van de Ladder voor duurzame verstedelijking. Er bestaat zowel in kwantitatief als kwalitatief opzicht voldoende regionale behoefte (marktruimte) voor het beoogde programma.

- De autonome (en regionale) hotelmarkt groeit enorm. Er is in de MRA een relatief hoge vraagdruk naar hotelaccommodaties, hetgeen wordt afgeleid uit de relatief hoge gemiddelde bezettingsgraad en de kamerprijs. Dit duidt op een economisch florerende hotelmarkt in de regio en marktruimte voor uitbreiding van de capaciteit. Het MRA-bureau raamt voor de periode na 2020 een extra marktruimte van 9.000 kamers, die (op dit moment) niet ingevuld lijkt te worden.
- Door het toenemend groeiend aantal expats en buitenlandse zakenreizigers in Nederland (naar verwachting ook na de Coronacrisis), zal de vraag naar extended stay concepten groeien en dan vooral in de Randstad.
- Daarbij komt dat een deel van de hotelkamers dermate gefaciliteerd dat ze zich niet richten op de 'reguliere' hotelgast maar de markt voor extended stay. Het nieuwe hotel genereert een netto toevoeging van +81 kamers op de reguliere hotelmarkt. De 'vraagclaim' van het planinitiatief is daarmee vanuit regionaal en lokaal perspectief relatief beperkt.
- Bij de ontwikkeling van (commerciële) publieksfuncties zijn de kwalitatieve aspecten in wezen belangrijker dan de kwantitatieve marktruimte. De kwalitatieve meerwaarde van het planinitiatief en de effecten op het regionale woon-, werk- en leefklimaat en de leegstand zijn leidend in de Ladder.
- Het Coronavirus hoeft geen beletsel te zijn voor onderhavige ontwikkeling, met een relatief bescheiden 'claim' op de totale marktruimte in de regio. Het hotel wordt niet eerder opgeleverd dan 2023; de regionale hotelmarkt is dan waarschijnlijk weer grotendeels hersteld.

Vanuit de behoefte van de hotelgasten en de regionale bevolking zijn kwaliteiten in algemene zin, product vernieuwing, bereikbaarheid en onderscheidend vermogen in wezen belangrijker dan kwantitatieve, cijfermatige aspecten (aantal zaken, capaciteit, etc.). Het planinitiatief heeft een sterk onderscheidend karakter en slechts een bescheiden claim in de reguliere regionale hotelmarkt. De combinatie van het concept (breed doelgroepenprofiel), de locatie, nabijheid van het vliegveld en bereikbaarheid maakt het onderscheidend en biedt meerwaarde. Vanuit kwalitatief perspectief leveren alle onderzochte functies een bijdrage aan een sterkere verzorgingsfunctie voor de regionale bevolking en voorzien ze aldus in de huidige en toekomstige behoefte. De diverse functies 'maken' samen het product.

Effecten en aanvaardbaarheid

De effecten van de beoogde nieuwe functies zijn per saldo positief en richten zich vooral op de regionale economische structuur en het regionale bedrijfsleven in algemene zin en die van Lelystad Airport Businesspark in het bijzonder. De regionale hotel- en horecastructuur wordt versterkt. De verwachte economische effecten zijn, zowel op kwantitatieve als kwalitatieve gronden, aanvaardbaar.

Regionale afstemming en MRA positief over ontwikkeling

Het onderhavige project is afgestemd in regionaal verband, met een positieve uitkomst. Ook binnen het MRA Expertteam is de ontwikkeling beoordeeld. Het MRA kwam daarbij tot de volgende conclusie

(bron: Memo MRA Expertteam verblijfsaccommodaties aan College van B&W gemeente Lelystad, 23 maart 2021).

“Het MRA expertteam ziet in dit hotelproject een interessante mogelijkheid om te komen tot een forse kwaliteitsverbetering ten opzichte van het huidige hotel. Daarnaast ziet zij kansen om dit ‘hét’ airport hotel van Lelystad Airport hotel te laten worden met interessante samenwerkingen met de bedrijven op en rondom het vliegveld, de vliegscholen en Aviodrome. In de geschetste Sky Bar ziet zij een unieke kans om een plek te creëren voor vliegtuig liefhebbers, hotelgasten en bewoners die willen genieten van het zicht op de aankomende en vertrekkende vliegtuigen. In het hotelplan ziet zij interessante elementen die zouden kunnen leiden tot een gebiedsversterkend hotel. De ontwikkelaar is een ervaren hotelbouwer en zal het hotel in eigendom nemen. De gemeente kan met de ontwikkelaar afspraken maken over het programma en de toegevoegde waarde van het hotel voor de luchthaven, directe omgeving en de regio, zodat deze de juiste exploitant daarbij kan kiezen.”

Tenslotte: kwaliteit boven kwantiteit

De aangegeven kwantitatieve marktruimte van het MRA (regionale behoefte) is het resultaat van berekeningen gebaseerd op vele aannames. De behoefte aan en effecten van nieuwe voorzieningen zijn in hoge mate afhankelijk van toekomstige trends en ontwikkelingen en die kunnen nooit exact worden voorspeld. De huidige aanbodcijfers zijn gebaseerd op HorecaDNA (afkomstig van CBS). De uitkomsten van de ramingen zijn daarom niet normatief, maar indicatief. Het gaat bij de Ladder voor duurzame verstedelijking zoals vermeld in essentie om een inschatting van de ruimtelijke effecten en die zijn positief in dit geval.

Bij de ontwikkeling van (commerciële) publieksfuncties zijn de kwalitatieve aspecten in wezen belangrijker dan de kwantitatieve marktruimte. De kwalitatieve meerwaarde van het planinitiatief en de effecten op het regionale woon-, werk- en leefklimaat en de leegstand zijn leidend in de Ladder. Een nieuwe ontwikkeling kan de voorzieningenstructuur een kwaliteits- en vernieuwingsimpuls geven door het bieden van ontbrekende marktsegmenten, productformules of een oriëntatie op nieuwe doelgroepen. Met name in de hotelsector en de overige horeca creëert sterk, marktgericht aanbod in praktijk vrijwel altijd extra behoefte.

In de ruimtelijke ordening moet bovendien op basis van ruimtelijk relevante argumenten worden beoordeeld of het consumentenbelang op langere termijn wordt gediend. Een verminderde concurrentiepositie voor individuele bedrijven is daarbij niet relevant. Bestaande aanbieders kunnen effecten ondervinden van een nieuwkomer in hun branche. Het verplicht hen tot een (extra) kritische blik op hun eigen productconcept, doelgroepen en marketing, wat kan leiden tot de noodzaak om te investeren. Dit laatste kan worden beschouwd als ‘normaal’ ondernemerschap. Als nieuwe ontwikkelingen, op een vanuit de structuur gezien goede plek, als resultaat hebben dat verouderd aanbod op minder geschikte locaties verdwijnt, dan is de verzorgingsstructuur er per saldo op vooruitgegaan. Er is immers modern aanbod bij gekomen en daar heeft de consument uiteindelijk het meeste baat bij. Een overschrijding van de marktruimte als geraamd hoeft dus niet altijd een beletsel te zijn, vooropgesteld dat de verzorgingsstructuur wordt versterkt en de effecten per saldo positief zijn. Dat is bij de onderhavige ontwikkeling zeker het geval en er is voldoende marktruimte.

BIJLAGEN

Bijlage 1: Beleidskaders hotels

Regionale hotelstrategie MRA 2016-2022

- De primaire doelstelling van het beleid is om een groter en gevarieerder hotelaanbod te realiseren.
- Regionaal adviesteam om meer afstemming tussen deelregio's en een actieve monitoring van ontwikkelingen op de MRA hotelmarkt.
- Het afwegingskader voor nieuwe hotelinitiatieven bestaat uit drie delen:
 - Regionale beleidsuitgangspunten
 - Hotelladder MRA
 - Kansenkaart
- Zie verder par. 2.3

Strategische Agenda Toerisme in de MRA 2025 (1e herijking 2017)

- Gezien het enorme economische belang willen de samenwerkende overheden in de MRA het toerisme graag faciliteren. Tegelijkertijd wordt de drukte op sommige plekken steeds groter. Dat maakt dat het onverminderd belangrijk blijft om met elkaar de stad groter te maken om zo grip op groei te houden. Amsterdam is de regio en de regio is Amsterdam.

Concept memo MRA ontwikkelkader verblijfsaccommodaties (2019)

- Bezoekers graag spreiden. Elke bezoeker die ervoor kiest om in de regio te verblijven (in plaats van in de stad) of elke bezoeker die in de stad verblijft en er voor kiest om de regio te bezoeken draagt bij aan het verminderen van de drukte, en daarmee aan de balans op de drukke plaatsen. Het zorgt bovendien voor een betere spreiding over de regio van de economische voordelen die bezoekers met zich mee brengen.
- In Flevoland, in dit verband specifiek Lelystad en Almere als onderdeel van de MRA, stelt de Provinciale Ruimtelijke Verordening geen expliciet over regionale afstemming bij de totstandkoming van stedelijke voorzieningen. Ondanks dit verschil in provinciaal beleid sluiten óók de gemeenten Almere en Lelystad aan bij het MRA ontwikkelkader en expertteam aangezien deze steden ook onderdeel uitmaken van de MRA en deze afspraken de invulling voor de laddereis van regionale afstemming kunnen zijn. Dit biedt vooral ook een kans om ook in deze gemeenten te komen tot kwalitatieve keuzes bij de vergunning van nieuwe logiesaccommodaties. In beide steden is de interesse voor het ontwikkelen van nieuwe verblijfsaccommodaties groot zowel vanuit de markt als bij de gemeenten. Almere is volgens Hotel Adviesbureau Horwath in 2018 zelfs toegetreden tot de top 10 van meest interessant gemeenten voor hotelvastgoed investeringen. De basis voor het overnachtingsbeleid is in Almere lokaal geregeld met het Afwegingskader Hotels.
- Indien een ontwikkelende partij of grondeigenaar bij een gemeente kenbaar maakt een initiatief te willen nemen voor een verblijfsaccommodatie die valt onder de werking van het ontwikkelkader. Dit ontwikkelkader bestaat uit de volgende aspecten:
 1. Regio versterkend (spreiding van toerisme, het toeristisch groter en sterker maken van de MRA);
 2. Meerwaarde in markt;
 3. Economisch haalbaar (gedegen ondernemersplan en haalbaarheidsonderzoek);
 4. Draagvlak in omgeving;
 5. Duurzaamheid en sociaal ondernemen.

Bijlage 2: Trends in de hotelsector

Een vitale sector met groeipotenties

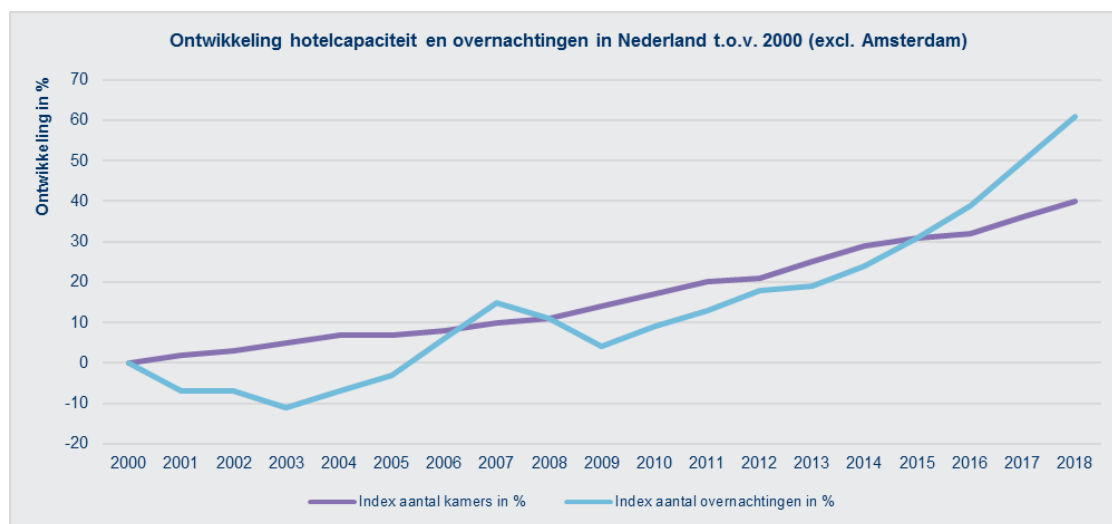
Hotels richten zich binnen de horeca primair op het aanbieden van overnachtingsmogelijkheden. Daarnaast bieden ze meestal maaltijden, dranken en vaak ook vergaderruimten en flexibele werkplekken aan. Hotels zijn in het algemeen vooral afhankelijk van zakelijke bezoekers, toeristen zijn meestal in de minderheid. De hotelsector in Nederland herstelt zich anno 2016 opvallend sterk en snel na jaren van krimp.

Schaalvergroting en schaalverkleining

De belangrijkste trend in de hotellerie is schaalvergroting, wat vooral in gang is gezet door grote (inter)nationale hotelketens. Het initiatief in Lelystad sluit hier ook op aan, aangezien het een uitbreiding van het huidige hotel is. Het aantal kleinschalige pensions en familiehotels neemt geleidelijk af. De schaalvergroting roept echter ook weer een tegenreactie op. Er openen hotels die zich richten op een bepaald thema, zoals kunst, design, romantiek, een bepaalde ontwerpstijl of op specifieke doelgroepen (fietsers/wandelaars, rustzoekers, levensgenieters, etc.). Deze hotels ('boetiekhôtels', 'sfeerhotels') zijn veelal kleinschalig. Zij proberen zich te onderscheiden van de grote, vaak anonieme hotels door een onderscheidend (doch niet per definitie exclusief) product, vormgeving en een persoonlijke benadering van gasten. Een andere vorm van kleinschalige hotellerie bestaat uit kwaliteitsrestaurants die tevens hotelkamers of (luke) appartementen aanbieden. Ook hier is het aantal kamers relatief beperkt.

Landelijk zijn er de afgelopen decennia nogal wat hotelkamers bijgekomen. Onderstaande figuur maakt duidelijk dat het aantal overnachtingen (blauwe lijn) tegelijk eveneens aanmerkelijk toenam en in grote lijnen een identieke trend vertoont als de ontwikkeling van het kameraanbod (rode lijn).

Figuur B2.1: Ontwikkeling hotelcapaciteit¹³



¹³ Bron: Kenniscentrum Horeca 2015.

Met andere woorden: de markt absorbeert het groeiende aanbod goed en de gemiddelde kamerbezetting blijft ongeveer gelijk. In de hogere marktsegmenten neemt de kamerbezetting landelijk zelfs nog iets toe, ten koste van de minder goed geoutilleerde hotels met 1 of 2 sterren en pensions.

Upgrading

Een andere ontwikkeling is de 'upgrading' van het hotelproduct. Het aantal hotels in de hogere segmenten groeit, terwijl de capaciteit in de 'lagere' marktsegmenten afneemt. Vijfsterrenhotels zijn vooral in de Randstad gevestigd. Ook binnen de marktsegmenten is sprake van upgrading: een drie-sterrenkamer biedt tegenwoordig meer faciliteiten, ruimte en comfort dan vroeger. Mede daardoor bestaat vanuit het zakenleven (vooral het middenmanagement en verkoopfuncties), zeker in tijden van economische laagconjunctuur, ook een vraag naar middenklasse hotels, mits deze moderne kamers bieden met voldoende (doch niet per se luxe) faciliteiten.

Toenemende concurrentie

De kleinere, zelfstandige hotels ondervinden steeds meer concurrentie van internationale ketens en grote franchiseorganisaties. Zij beschikken over uitermate professionele marketingformules en reserveringssystemen. Reserveren via internet heeft een grote vlucht genomen; de klant ziet direct beschikbaarheid en prijs van de kamer voor een bepaalde periode en kan online boeken. Dit heeft tot gevolg dat de prijs-kwaliteitsverhouding steeds belangrijker wordt. Kleinere bedrijven doen in praktijk vaak weinig aan marketing, door onvoldoende financiële of organisatorische capaciteit. Daarom wordt hiervoor vaak samengewerkt met andere zelfstandige hotelbedrijven, bijvoorbeeld in de vorm van marketingovereenkomsten.

Een goed toekomstperspectief

Een goed hotel is een gastvrij, comfortabel en rustig toevluchtsoord, vooral voor mensen van buiten de regio. De verwachtingen voor de hotelsector voor de komende jaren zijn positief, mede door het sterk toenemende aantal buitenlandse overnachtingen in Nederland. Korte hotelvakanties ('tussendoortjes') winnen aan populariteit, maar ook het aantal zakelijke overnachtingen en bijeenkomsten zal nog verder stijgen. Voorwaarde is dat hotels ruime kamers aanbieden, met voldoende, goede faciliteiten (ruim sanitair, bureau, zitgelegenheid, Wifi, glasvezel, etc.) en aanvullende voorzieningen (lift, lounge, café-restaurant, telewerkplekken, parkeergelegenheid, etc.). Bijzondere perspectieven bestaan er, zoals vermeld, voor thematische en conceptgerichte hotels. Deze moeten dan wel kiezen voor een marktgericht thema, dat enerzijds uniek en onderscheidend is, maar tegelijkertijd ook niet te stigmatiserend qua doelgroepen.

Nieuwe hotelconcepten groeien en bloeien

Ondanks de ketenvorming in de hotelsector blijken zich ook kleine, onderscheidende formules te kunnen ontwikkelen, gericht op nichemarkten. Opvallend was het afgelopen decennium de opkomst van bijzondere, hoogwaardige hotelconcepten als Design Hotels, Art Hotels en Lounge Hotels. Vaak worden ze gefaciliteerd door grote ketens. Hotels zijn in dat opzicht trendsettend in de vrijetijdsector. Door combinaties met een restaurant of zaalverhuur blijkt ook op dit niveau vaak een succesvolle exploitatie mogelijk.

Ook de toename van de budgetketens is opvallend, met nieuwe spelers als Ibis Budget en B&B Hotels. Bed & Breakfast accommodaties zijn voor Nederland een betrekkelijk nieuw fenomeen. Gasten kunnen er betaalbaar overnachten in een vaak sfeervol huis. Daarnaast is er de opvallende groei van Airbnb, waarbij particulieren hun woning direct verhuren via een online platform. Steeds meer aanbieders richten zich niet alleen op toeristen, maar ook op de zakelijke markt. Ook Couchsurfing is een recente ontwikkeling, waarbij gratis kan worden overnacht bij 'locals'. Dit fenomeen ontwikkelt zich vooral in de Randstad en dan met name in Amsterdam.

Veel interactie met andere functies

Hotels profiteren doorgaans sterk van de wervingskracht van andere economische functies (restauranten, horeca, cultuur, retail, bedrijventerreinen) en vice versa. Met name in binnensteden, maar ook op trafficlocaties en nabij bedrijventerreinen, kan deze interactie groot zijn. Daarnaast zijn hotels belangrijk voor het lokale en regionale zakelijk bedrijfsleven: als ontmoetings-, vergader- en conferentieruimte en als overnachtingsplek voor zakelijke bezoekers.

Bijlage 3: Trends in de restauratieve horeca

Er hebben zich de afgelopen jaren veel ontwikkelingen voorgedaan in de (restauratieve) horeca, zowel aan de vraag- als de aanbodzijde. We beperken ons in dit overzicht tot de hoofdlijnen, aangezien er in en rond de zeer veelzijdige horecasector vele trends spelen, zowel op macro- als microniveau.

Er zijn in Nederland bijna **41.375 horecazaken**, waaronder bijna 17.000 drankverstrekkers, 12.700 fastservice-zaken (snackbars, etc.) en 11.775 restaurants. In 2017 realiseerde de restauratieve horeca (dus excl. hotels) een totale omzet van **ca. 15,7 miljard euro**. Hoewel de bestedingen in de sector de afgelopen jaren fors zijn gestegen en de **toekomstverwachting** eveneens **positief** is, bestaat er landelijk een overaanbod van 'traditionele' horeca. Er is 'teveel van hetzelfde'. Anno 2019 bestaan er vooral ontwikkelingskansen voor zaken die zich qua thema, product, service en marketing sterk en onderscheidend profileren. Opvallend is de recente opkomst van (soms grootschalige) buffetrestaurants, tapas- en sushiformules, koffie- en 'craft'-bierconcepten



In toenemende mate wordt het **economisch en sociaal-maatschappelijk belang** van een sterke horecasector erkend, ook door overheden. Horeca richt zich steeds meer op **vermaak en beleving** en moderne zaken zijn actief bezig met productontwikkeling, marketing en organisatie van activiteiten en arrangementen. Sterke horeca zet een gebied op de kaart, ook voor bovenlokale bezoekers. Dit heeft ook effecten op de ruimtelijke eisen en structuur van de sector.

De **vrijtijdseconomie** toont nog steeds een sterke expansie. Vrijwel elke Nederlander bezoekt tegenwoordig weleens een horecazaak, in welk verband en met welk motief dan ook. Bovenal verwacht men een aantrekkelijke, al dan niet bijzondere '**beleving**' en men is in het algemeen bereid daarvoor een faire prijs te betalen. Daarnaast laten steeds meer mensen zich echter leiden door kortingsacties. De groeiende groep (**koopkrachtige**) **ouderen** wil optimaal genieten van haar ruime vrije tijd. Ook het groeiende aantal kleine huishoudens leidt tot extra consumptie buitenshuis. Het aantal dagelijkse 'eetmomenten' neemt nog steeds toe. Tenslotte leveren de sterk toenemende overnachtingen van **buitenlandse toeristen** veel extra vraagpotentieel voor de horeca.

De belangrijkste trends in de horecasector:

- **Multifunctionaliteit:** Horecabedrijven bieden een steeds bredere menukeuze, met per dagdeel soms verschillende doelgroepen. Ook worden vaker recreatieve en culturele activiteiten georganiseerd.
- **Vervlechting horeca, detailhandel en cultuur:** Traditioneel baseren bestemmingsplannen zich primair op hoofdfuncties als horeca (al dan niet met verkoop alcoholhoudende dranken), cultuur of detailhandel. Mede door de veranderende consumentenwensen, multifunctionaliteit en 'blurring'

ontstaan steeds meer combinatievormen. Bijvoorbeeld een dagelijkse of niet-dagelijkse winkel (mode, woninginrichting, boeken, etc.) of bibliotheek met gelegenheid voor koffiedrinken of lunchen. Vanuit de landelijke regelgeving is hier overigens in principe alleen consumptie van niet-alcoholhoudende dranken toegestaan.

- **Schaalvergroting:** de ruimtebehoefte van horecazaken neemt toe, vanwege de gewenste multifunctionaliteit, consumentenbehoefte en/of omzeteisen. De opkomst van de zogenaamde Wereldrestaurants (grootschalige buffetrestaurants met een mondiale keuken) en andere 'fast casual' formules (La Place, Happy Italy, Vapiano) vormen de meest recente exponenten hiervan.

