

Hotelmaktonderzoek provincie Zeeland

28-04-2020 | 's Hertogenbosch/Woerden

Management samenvatting



1. Vooraf

Onderzoek is uitgevoerd voor de uitbraak van de Coronacrisis...

Voor u ligt het hotelmarktonderzoek in en voor de provincie Zeeland. Dit onderzoek startte in de zomer van 2019. De concept-rapportage is begin maart 2020 opgeleverd. Enkele weken later brak de Coronacrisis uit in Nederland. Deze crisis heeft de overheid gedwongen ingrijpende maatregelen te nemen die de horecasector hard raken. Het moge duidelijk zijn dat dit ook grote gevolgen heeft voor de hotels in Zeeland.

... met een grote impact op marktanalyse en de ontwikkelkansen

De exacte gevolgen zijn op het moment van schrijven (april 2020) niet duidelijk. Dit hangt onder andere samen met hoe lang de crisis aanhoudt in zowel Nederland als de landen om ons heen. Wel kan gesteld worden dat 2020 een dramatisch jaar is/wordt. Een allesbehalve representatief jaar. Dit heeft vanzelfsprekend impact op de ontwikkelkansen voor hotels. De komende tijd staat in het teken van herstel. De steunmaatregelen van de overheid geven een deel van de ondernemers mogelijk de kans om op de korte termijn te overleven. Voor de periode daarna is het zaak dat ondernemers de kans krijgen zich te herpakken.

Ga maximaal uit van de onderkant van de geschetste marktruimte

De ontwikkelkansen voor de komende vijf jaren zijn cijfermatig in een bandbreedte uitgedrukt. Deze bandbreedte is onder andere gebaseerd op het doortrekken van de meerjaren vraagontwikkeling. De crisisperiode van ruim tien jaar geleden is hier onderdeel van. Een periode van laagconjunctuur is derhalve verwerkt in de geschetste ontwikkelkansen. Echter, de Coronacrisis heeft momenteel veel ingrijpendere effecten op de markt en onduidelijk is wat de lange termijn effecten op toerisme en zakelijk verblijf zullen zijn. De gepresenteerde bandbreedte moet als gevolg van de Coronacrisis dan ook anders gelezen worden. Ons nadrukkelijke advies aan gemeenten en andere betrokken partijen is om maximaal uit te gaan van de onderkant van deze bandbreedte en de beoogde jaren waar de marktruimte betrekking op heeft met een jaar op te schuiven. Dus met 2021 als startpunt, en 2025 als eindpunt.

Vervolgstappen en adviezen geschreven vanuit de huidige tijdsgeest

Adviezen aan ondernemers, de overheid en andere belanghebbenden zijn uitgewerkt. Dit is geschreven in het licht van de huidige crisisperiode. De adviezen vormen handvatten aan ondernemers, overheden en andere belanghebbenden om tijdens en na de crisis de goede dingen te doen en samen te werken aan het herstel en de vitaliteit van de hotelsector in Zeeland.

2. Kernbevindingen

Uit het onderzoek kwamen de volgende kernbevindingen naar voren.

- **De Zeeuwse hotelmarkt is overwegend gezond en vitaal.** Ruim 50% van de hotels is als vitaal beoordeeld, deze bieden zo'n 70% van de totale capaciteit aan. De kans bestaat dat sommige hotels door de Coronacrisis zullen afzakken naar de minder vitale kwadranten.
- **De harde planvoorraad is in alle drie deelregio's groter dan de berekende marktruimte.** De Coronacrisis versterkt dit nog meer. Teveel aanbod leidt tot een lagere bezetting en onder druk staande prijsniveaus. Dit raakt de winstmarges en de benodigde ruimte voor investeringen. Aanbevolen wordt dan ook om uit te gaan van de onderkant van de bandbreedte voor marktruimte.
- **Ontwikkelkansen moeten zorgvuldig (regionaal) worden afgewogen en zijn er ook door vernieuwing/ontwikkeling van bestaande hotels.** Er is ruimte voor nieuwe initiatieven, maar het luistert erg nauw. Nieuwe concepten moeten bijdragen aan kwaliteitsverbetering en ook echt iets toevoegen aan de markt. Dit geldt voor de Noorzeekust waar vooral wordt ingezet op groei in kwaliteit, maar zeker ook voor het stedelijk gebied en het buitengebied.

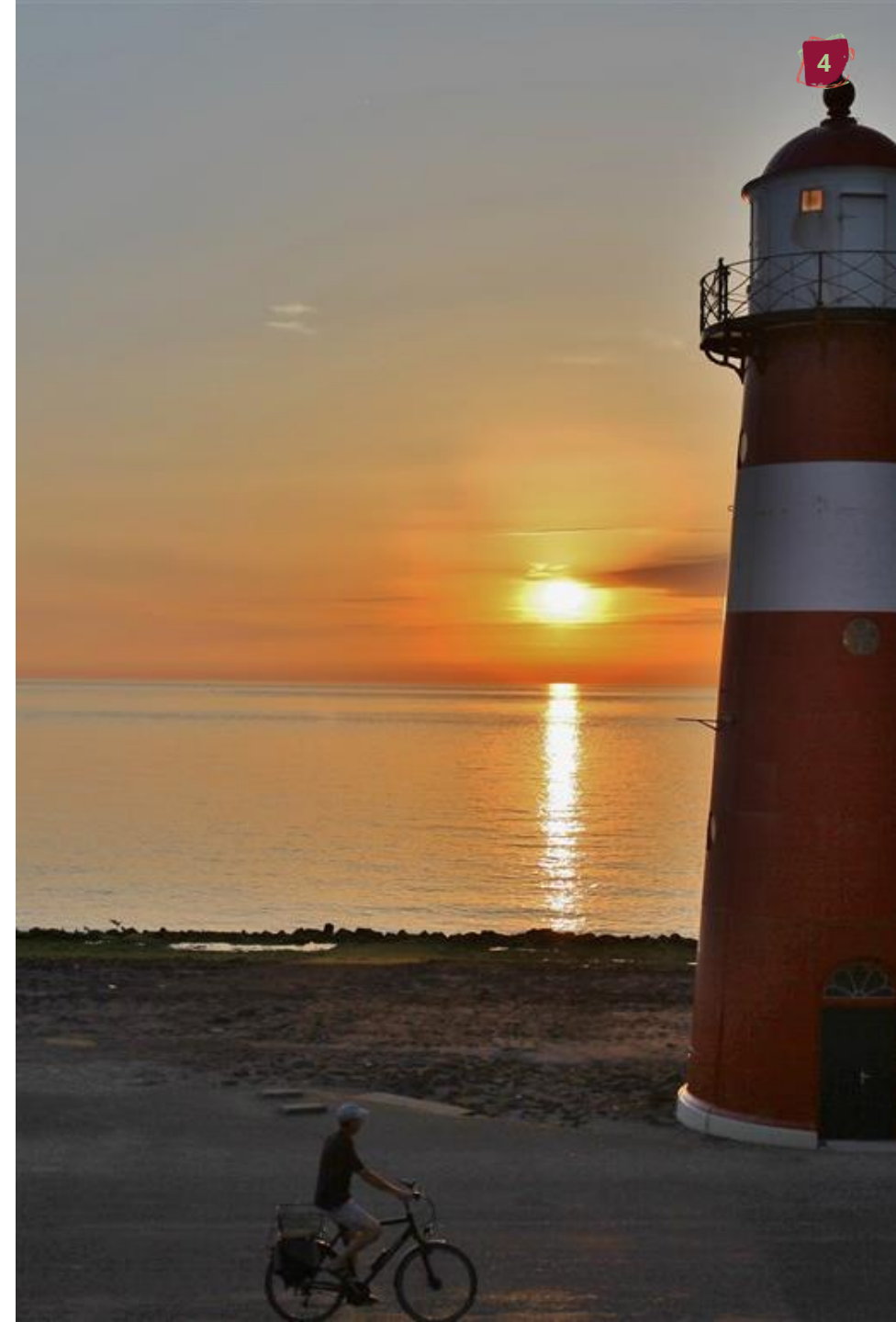
Wanneer een hotel geen aansluiting (meer) heeft bij de markt, er problemen zijn met bedrijfsopvolging of wanneer een hotel te koop staat en dit op termijn leidt tot een andere bestemming, dan komt deze capaciteit beschikbaar. Dit geeft meer ruimte aan nieuwe onderscheidende initiatieven.

Figuur 1. Kernbevindingen per deelgebied

	KAMER-BEZETTING	REVPAR	MARKTRUIMTE DOOR MARKTGROEI (IN KAMERS)	CAPACITEIT IN AANBOUW (IN KAMERS)	CAPACITEIT HARDE PLAN-VORRAAD (IN KAMERS)	VITALITEIT: % CAPACITEIT GROEN	VITALITEIT: % CAPACITEIT ROOD
NOORDZEEKUST	65%	€ 57	314 - 617	67	537	73%	6%
STEDELIJK GEBIED	69%	€ 68	179 - 273	-	301	77%	7%
BUITENGEBIED	54%	€ 40	-4 - 103	34	69	46%	6%
ZEELAND	65%	€ 58	489 - 993	101	907	70%	6%

3. Waarom dit onderzoek?

- **Speerpuntsector.** Het beleid van de provincie Zeeland is erop gericht de concurrentiepositie van Zeeland als toeristische bestemming te versterken. Dit moet leiden tot een vergroting van de toegevoegde waarde van het toerisme, groei van de bestedingen en werkgelegenheid.
- **Geen actueel markt informatie bekend voor hotelsector.** Er is door **ZKA Leisure Consultants** (ZKA) reeds een onderzoek uitgevoerd naar de vitaliteit van de verblijfsrecreatie in Zeeland. De hotellerie maakt hier geen onderdeel van uit. Voor het totaaloverzicht is dit wel van belang. Aan ZKA en Horeca Maatwerk BedrijfsAdvies (Horeca Maatwerk) is daarom gevraagd dit hotelonderzoek te verrichten.
- **Inzicht in de huidige en toekomstige markt is nodig om in de toekomst de goede dingen te doen.** Relevante en actuele (regionale) markt informatie ontbreekt. Dit roept de vraag op om inzicht te krijgen in de huidige markt, de behoefte aan en de kansen voor hotelontwikkelingen in Zeeland.
- **Bouwsteen voor regionale afspraken.** Het onderzoek maakt duidelijk hoe de hotelmarkt er in Zeeland voor staat, in hoeverre er ontwikkelkansen zijn en hoe dit zich verhoudt tot plannen voor nieuwe hotelcapaciteit. Dit onderzoek is een bouwsteen voor verdere uitwerkingen en regionale afspraken.



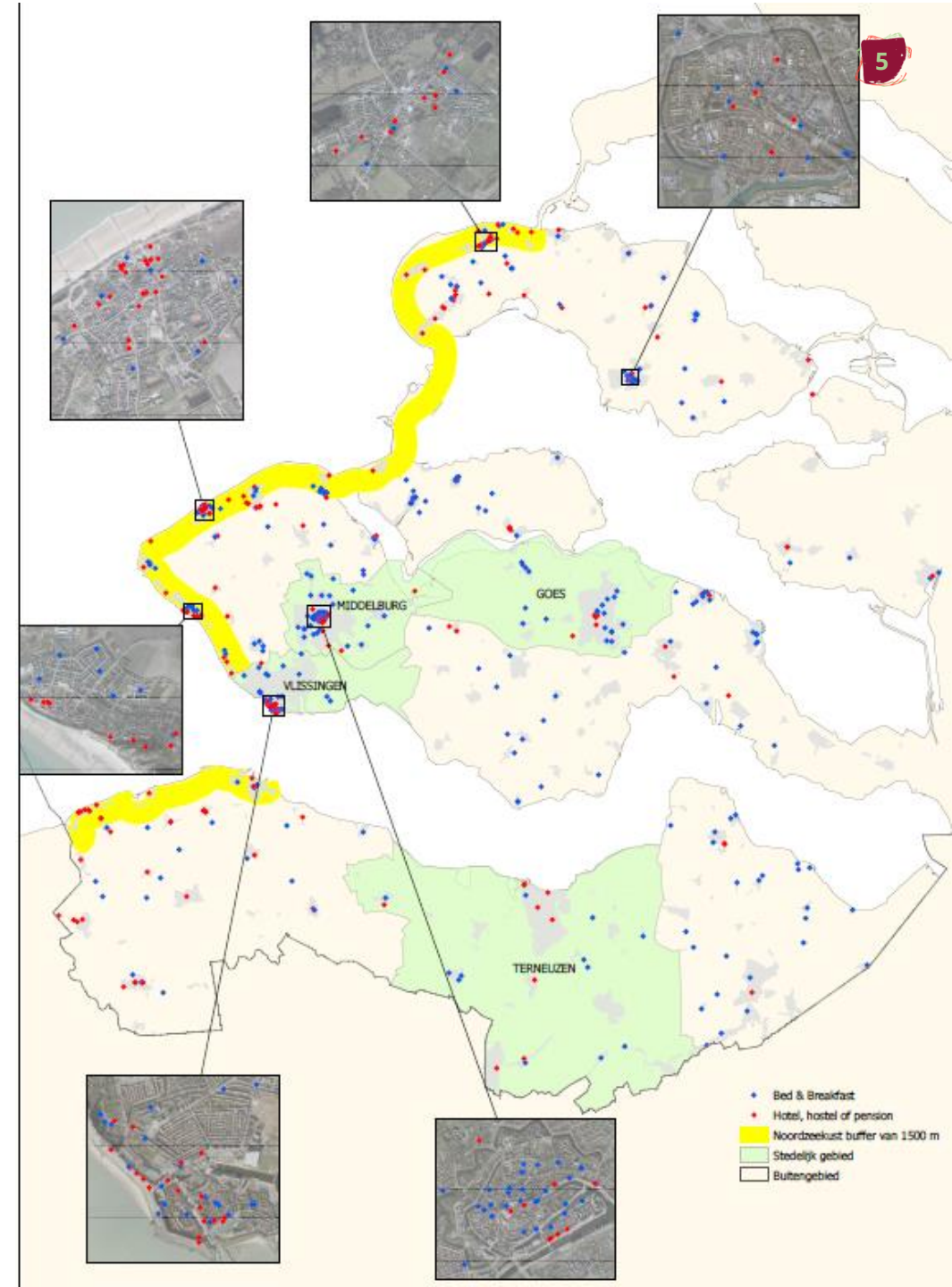
4. Vraaggerichte regio indeling

Regio indeling

Voor een goed beeld van de hotelsector in Zeeland is onderscheid gemaakt naar deelregio's met een eigen kwaliteiten en kenmerken: 1. Noordzeekust, 2. Stedelijk gebied en 3. Buitengebied. Dit betreft een indeling die vraaggericht is. De toerist of zakelijke gast komt voor de Noordzeekust, is op zoek naar een aantrekkelijk wandel- of fietsgebied, een historische stad, een plaats om te vergaderen, etc. en zoekt daar een hotel bij.

1. *Noordzeekust*: de hotels binnen 1,5 kilometer vanaf de duinovergang.
2. *Stedelijk gebied*: de gemeenten Goes, Middelburg, Terneuzen en Vlissingen, clusters met een concentratie van hotelaanbod. De gemeentegrens is gelijk aan de grens van de deelregio. Hotels op de aanvoerroutes naar grote steden hebben (vaak) relatief veel zakelijke gasten en behoren daardoor ook tot de stedelijke markt;
3. *Buitengebied*: het gebied dat niet tot de andere twee regio's behoort.

Uit het onderzoek blijkt dat de hotelsector in elke deelregio eigen kenmerken heeft en verschillend functioneert. Indien er binnen een deelregio sprake is van nuances en bijzondere onderzoeksresultaten wordt hier in de rapportage op ingegaan.

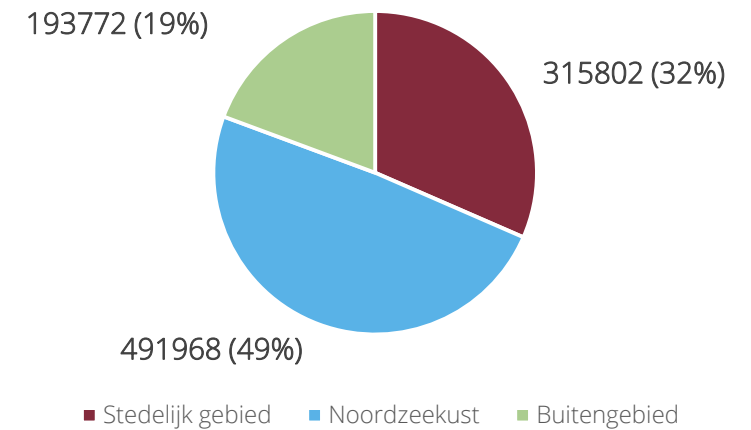


5. Onderzoeksresultaten

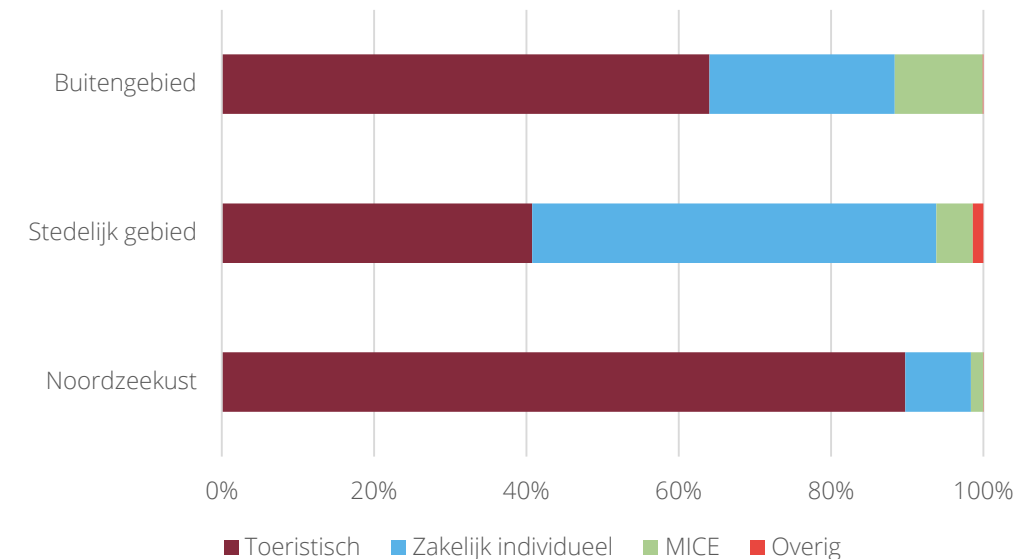
- Zeeland telt 199 hotels met 4.308 kamers (exclusief B&B en toeristisch woningverhuur). Peildatum is voorjaar 2018, met check van alle gemeenten in het najaar 2019. De Noordzeekust is de deelregio met de meeste hotelkamers (38%). Het stedelijk gebied is qua kameraantal de tweede regio (29%). Het merendeel van de Zeeuwse hotels is met drie sterren geclassificeerd.
- De harde planvoorraad is groot met 28 plannen en ruim 1.000 nieuwe kamers. Indien er geen wijzigingen optreden in het huidige aanbod en deze plannen toegevoegd worden, dan stijgt het aanbod met 23%. Dit verhoudingscijfer is hoog. Mogelijke planvoorraad die aanwezig is bij gemengde bestemmingen in bijvoorbeeld centrumgebieden is niet meegerekend.
- In 2018 vonden zo'n 1 miljoen kamernachten plaats in Zeeland (zie figuur 2). Circa de helft van de vraag is voor de hotels aan de Noordzeekust. Het stedelijk gebied is de tweede regio met 32% van de kamernachten.
- Zeeland kent een onevenredig verdeelde marktsegmentatie (zie figuur 3). De toeristische markt heeft een aandeel van ruim 70%. Met name aan de Noordzeekust is de toeristische vraag groot (90%). Dit is logisch gezien het sterke toeristische profiel van het kustgebied. Ook in het buitengebied is toerisme het grootste segment, in het stedelijk gebied is de verhouding tussen toeristische en zakelijke vraag meer in balans. Het MICE¹ segment is provinciebreed klein.

¹ MICE staat voor Meetings, Incentives, Conventions en Exhibitions.

Figuur 2. Verdeling aantal kamernachten



Figuur 3. Marktsegmentatie per deelregio (in kamernachten)

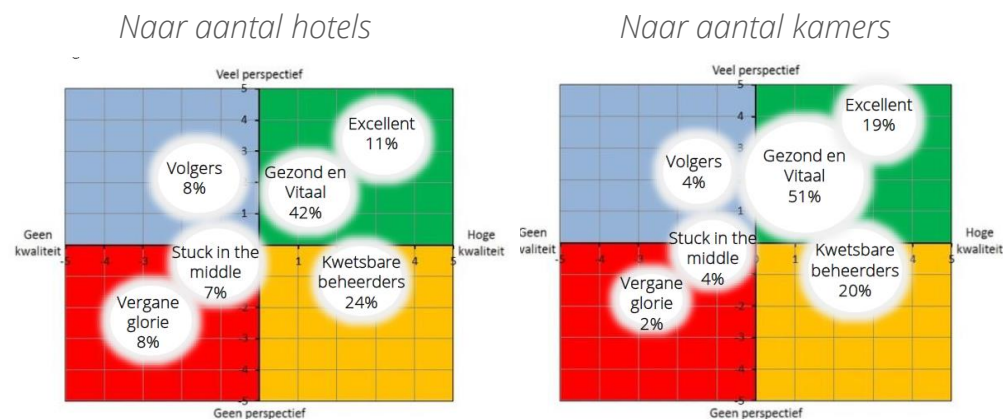


- Een hotelkamer in Zeeland was in 2018 gemiddeld 65% bezet en levert gemiddeld € 58 op (zie figuur 4). In het stedelijk gebied zijn zowel de kamerbezetting als de gerealiseerde prijs boven het provinciale gemiddelde. In het stedelijk gebied is er een goede balans tussen toeristische en zakelijke vraag. Ook zijn er relatief veel ketenhotels, dit leidt vaak tot hogere prijzen.
- Hotels in Zeeland overwegend gezond en vitaal (zie figuur 5). In oktober 2019 is ruim 50% van de hotels als vitaal beoordeeld. Vertaald naar hotelcapaciteit is dat zo'n 70%. In veel gevallen gaat het om grotere (keten)hotels, echter ook kleinere hotels zijn als vitaal beoordeeld.
- Er zijn ook hotels als minder vitaal beoordeeld, en dus het contact met de markt (dreigen te) verliezen (zie figuur 5). Deze groep bestaat uit 15% van de bedrijven.
- De Coronacrisis zal impact hebben op de vitaliteit van het aanbod. Dit heeft impact op de financiële situatie en daarmee op de ambities en investeringsmogelijkheden. Dit betekent dat naar verwachting meer hotels afzakken naar het rode kwadrant, maar ook de kwaliteit en het perspectief van gezonde hotels wordt aangetast.
- De marktruimte wordt al ingenomen door de harde planvoorraad. Er is marktruimte voor nieuwe aanbod in alle drie deelregio's, dit wordt echter overschreden door de harde planvoorraad. Uitgangspunt is (maximaal) de onderkant van de berekende bandbreedte.

Figuur 4. Marktfunctioneren per deelgebied

DEELREGIO	GEMIDDELDE KAMERBEZETTING OP JAARBASIS	GEMIDDELDE GEREALISEERDE PRIJS	REVPAR OP JAARBASIS
STEDELIJK GEBIED	69%	€ 99,52	€ 67,66
NOORDZEEKUST	65%	€ 91,39	€ 57,37
BUITENGEBIED	54%	€ 73,23	€ 40,33
ZEELAND	65%	€ 90,96	€ 57,95

Figuur 5. Weergave vitaliteit, verdeeld naar aanbodsegment



- **De loyaliteit en tevredenheid over het huidige aanbod.** Via de NPS methode is hier onderzoek naar gedaan onder gasten en de ondernemers in Zeeland. De conclusie is dat de gasten meer tevreden zijn en meer loyaliteit tonen dan dat de ondernemers verwachten van hun gasten. De meest genoemde verbetervoorstellen voor de hotelmarkt zijn de faciliteiten en het interieur en exterieur van de hotels. De bereikbaarheid is een kritisch punt, met name het openbaar vervoer en de files in het hoogseizoen.
- **Mogelijke ontwikkelingen binnen de marktruimte.** In het rapport omschrijven we drie sporen voor ontwikkelkansen op kwalitatief gebied, in de adviezen en vervolgstappen wordt hier op teruggepakt:
 - Verbeter/ ontwikkelmogelijkheden huidig regulier aanbod;
 - Kansen voor nieuw aanbod in reguliere markt;
 - Kansen voor markt vergrotende effecten.



6. Vervolgstappen/adviezen

Voor een gezonde en toekomstbestendige hotelmarkt is samenwerking tussen ondernemers, overheden, (belangen)organisaties en kennis- en uitvoeringspartijen noodzakelijk. Iedere partij heeft zijn eigen rol en taak. Voor een uitwerking van de vervolgstappen/adviezen verwijzen wij naar de rapportage.



Horeca Maatwerk
Pelmolenlaan 10
3447 GW Woerden

0348 48 94 19
bedrijfsadvies@horeca-maatwerk.nl
www.horeca-maatwerk.nl

ZKA Leisure Consultants
Brugstraat 1A
5211 VS 's-Hertogenbosch

088 - 210 02 50
info@zka.nl
www.zka.nl

Bennie Roelands
Leo Fransen
Joost Gieling
Nelleke van Weering

