

Hotelnota
Zoetermeer
2001



Afdeling Ontwikkelingsbedrijf en
Economische Zaken

Inhoudsopgave

1	Inleiding.....	4
1.1	Waarom een hotelnota?.....	4
1.2	Doelstelling, ambitie.....	4
1.3	Probleemstelling.....	4
1.4	Onderzoekopzet.....	5
2	Huidige hotelsituatie.....	6
2.1	Algemene ontwikkelingen in de hotelbranche.....	6
2.1.1	De ontwikkeling van het hotelaanbod.....	6
2.1.2	De ontwikkeling van de vraag naar hotelaccommodatie.....	6
2.2	Het hotelaanbod in Zoetermeer en omgeving.....	7
2.2.1	Zoetermeer.....	8
2.2.2	Hotels in de omgeving van Zoetermeer.....	8
	Kwaliteit.....	8
	Diversiteit.....	9
	Concurrentie.....	9
2.3	Uitbreidingsplannen.....	11
3	De vraag naar hotelaccommodatie.....	12
3.1	Overflow.....	13
3.2	De vraag verdeeld over het jaar.....	13
3.3	Korting.....	13
3.4	De vraagontwikkeling.....	14
4	Confrontatie vraag en aanbod.....	15
5	Toekomst.....	16
5.1	Ontwikkelingen aan de vraagzijde.....	16
5.1.1	De zakelijke vraag.....	16
5.1.2	De congresvraag.....	18
5.1.3	De toeristische vraag.....	18

5.2 Hotelcapaciteitsbehoefte in Zoetermeer.....	18
5.2.1 De ideaaltypische hotelomvang in Zoetermeer.....	18
5.2.2 Verantwoorde omvang op middellange en lange termijn.....	20
5.2.3 Aard, omvang en situering van de uitbreiding.....	21
Uitbreiden bestaande hotels.....	21
Nieuw aan te trekken hotels.....	21
Ruimtebeslag.....	23
Locaties.....	24
Werkgelegenheid.....	26
5.3 Instrumentarium.....	26
5.3.1 Ruimtelijke ordening.....	26
5.3.2 Accountmanagement, monitoren en acquisitie.....	27
6 Conclusies en aanbevelingen samengevat.....	28
Bijlage 1.....	31

1 Inleiding

1.1 Waarom een hotelnota?

Zowel vanuit de vraag- (VVV, logies bedrijfsleven, congresgangers) als vanuit de aanbodzijde zittende en nog niet vertegenwoordigde hotelketens/initiatiefnemers) wordt de gemeente benaderd om medewerking te verlenen aan het vergroten van de beddencapaciteit in Zoetermeer. Ook in de nota Marktanalyse toeristische verblijfsaccommodaties Haaglanden (ZKA 12 juli 2000) wordt een tekort gesignaleerd. Voor de gemeente is dit reden om te onderzoeken wat de meest gewenste hotelsituatie is in Zoetermeer. De hotelnota dient meerdere doelen:

- toetsing- en sturingskader voor nieuwe ontwikkelingen
- onderbouwing voor ruimtelijke procedures
- onderbouwing en input voor ruimtelijke visies, wijkplannen etc.
- uitgangspunt voor accountmanagement, marketing-, acquisitie en promotieactiviteiten

Uitbreidingen kunnen sneller worden opgepakt, waardoor het realiseren van de gewenste kwaliteit en kwantiteit van het hotelaanbod geen vertraging oploopt.

1.2 Doelstelling, ambitie.

De doelstelling is om het Zoetermeerse hotelaanbod zowel in kwalitatieve als in kwantitatieve zin in overeenstemming te brengen met de vraag naar bedden. Een randvoorwaarde daarbij is dat het volledige aanbod rendabel moet kunnen worden geëxploiteerd. De aandacht voor hotels heeft een bredere achtergrond dan alleen het goede functioneren van de hotels. Er zijn legio neveneffecten. Enkele voorbeelden hiervan zijn:

- De uitgaven van de hotelgasten bij voorzieningen elders in de stad, zonder dat daar noemenswaardig meer verkeersmobiliteit bij komt kijken.
- Toeleveringsbedrijven die er wel bij varen.
- De hotelbranche biedt structureel arbeidsplaatsen aan de groep lager opgeleiden waaraan in Zoetermeer grote behoefte is.
- Het vestigingsklimaat voor (inter)nationaal georiënteerde bedrijven en organisaties verbetert, hetgeen indirect doorwerkt in de werkgelegenheidsontwikkeling.
- Voor de ontwikkeling van Zoetermeer als leisure-stad is een aantrekkelijk hotelaanbod van belang.
- De toeristenbelasting levert extra inkomsten voor de gemeente op.
- Een juiste situering en opzet van de hotels kan stedenbouwkundig en economisch een stimulerend effect hebben op de omgeving.

Zowel direct als indirect zijn er redenen te over om te werken aan een optimaal hotelaanbod in Zoetermeer.

1.3 Probleemstelling.

Moet het hotelaanbod in Zoetermeer worden aangepast om aan de doelstelling te voldoen en zo ja, hoe ziet die aanpassing eruit?

Om een antwoord te krijgen op de probleemstelling moeten eerst tal van deelvragen worden beantwoord.

Over de gevestigde hotels moet duidelijk worden: het aantal, de kwaliteit, hoe functioneren ze en wat voor wensen zijn er nog met betrekking tot de eigen situatie en tot de omgeving.

Ook uit deskresearch moet naar voren komen of factoren als de uitbreiding van het aantal inwoners, arbeidsplaatsen en (leisure)voorzieningen van invloed zijn op het hotelaanbod.

Hoe kijken de VVV's in Zoetermeer en omgeving tegen het Zoetermeerse hotelaanbod aan. Wat moet er veranderen?

Welke bedrijven in Zoetermeer en omgeving zijn (potentiële) gebruikers van hotelvoorzieningen? Voldoet het huidige aanbod aan hun behoefte? Wat moet er veranderen?

Welke organisaties, exploitanten van congreszalen, evenementen, grootschalige leisurevoorzieningen en dergelijke zijn gebaat bij hotelvoorzieningen in Zoetermeer? Ook hier geldt de vraag: voldoet het huidige aanbod en zo niet, wat moet er veranderen?

Hoe kijken niet in Zoetermeer vertegenwoordigde hotelketens naar Zoetermeer als vestigingsplaats? Wat liggen en lagen er voor initiatieven?

Hoe kijken deskundigen naar de hotelsituatie in Zoetermeer?

Wat gebeurt er allemaal in de omgeving? (Hotelnota Haaglanden, - Den Haag)

Hoe krijg je de bedden vol in het weekend, of hoeft dat misschien toch niet?

Heeft Zoetermeer nog locaties waar hoteluitbreiding kan plaatsvinden?

Hoeveel grond is hiervoor nodig?

Hoeveel arbeidsplaatsen levert dit op?

Wat is de toegevoegde waarde (spin-off).

Moeten er locaties worden gereserveerd?

1.4 Onderzoeksopzet

Deskresearch en enquêtes vormen de basis voor de analyse die een antwoord geeft op de gestelde vragen. Bij het deskresearch is dankbaar gebruik gemaakt van de recente hotelrapporten van Haaglanden (ZKA markt & beleid) en Den Haag (Dienst Stedelijke Ontwikkeling). Gegevens van het bedrijfschap Horeca en Catering, het CBS en O&S (gemeente Zoetermeer) completeren dat onderdeel.

Een groot aantal enquêtes is uitgezet in de omliggende gemeenten, bij de VVV's in Zoetermeer en omgeving, bij de Zoetermeerse hotels, bij niet in Zoetermeer vertegenwoordigde hotels en bij het bovenregionaal georiënteerde bedrijfsleven. Met name in deze laatste categorie was de respons groot. Ook dit is een teken dat het bedrijfsleven waarde hecht aan een aantrekkelijk hotelaanbod in Zoetermeer.

De onderzoeksopzet maakt uitspraken mogelijk over de ontwikkeling op middellange (2005) en op lange termijn (2025). In feite gaat het om een glijdende schaal waarin 2005 en 2025 als rekendata zijn gehanteerd. Vanzelfsprekend neemt de gedetailleerdheid van de uitspraken af naarmate de tijd vordert.

2 Huidige hotelsituatie

De algemene trends, de specifieke ontwikkelingen in Zoetermeer en omgeving en de uitbreidingsplannen komen in dit hoofdstuk achtereenvolgens aan bod.

2.1 Algemene ontwikkelingen in de hotelbranche

De hotelmarkt in Nederland maakt een duidelijke ontwikkeling door. Enerzijds gaat het om de sanering c.q. upgradering van de oude historisch gegroeide situatie en anderzijds om de nieuwe trends. Met het eerste heeft Zoetermeer, waar de hotelgeschiedenis begint in de tachtiger jaren, weinig te maken. Van de veranderingen die zich de laatste jaren voordoen kan Zoetermeer het nodige leren.

2.1.1 De ontwikkeling van het hotelaanbod

Na een lichte daling eind jaren tachtig is er nu weer sprake van een lichte toename van het aantal hotels in Nederland. De hotels worden steeds groter. Het gemiddelde hotel telde in 1988 21 kamers en 43 bedden. In 2000 was dat toegenomen tot 30 kamers met ruim 62 bedden. De schaalvergroting komt volledig voor rekening van de vier en vijfsterrenhotels. Vooral het oppervlakte is in deze luxesector sterk toegenomen. De twee en driesterrenhotels zijn in aantal toegenomen, maar niet in gemiddelde omvang. Het aantal kamers per hotel gaf de afgelopen 7 jaar een lichte daling te zien. Eénsterrenhotels nemen ook in aantal sterk af.

Er is sprake van een kwaliteitsslag. Van 1993 tot 2000 daalde het aantal kamers in het één- en tweesterren segment met 8%. In diezelfde periode nam dat aanbod in het middenklasse (3-sterren) tot en met het luxesegment (5-sterren) met 32% toe.

De uitbreiding zit vooral in de ketenhotels. De sanering zit in de kleine (familie)hotels, een sector die in Zoetermeer niet voorkomt.

Zoetermeer kent slechts 3- en 4-sterrenhotels en heeft daardoor weinig te maken met saneringsproblemen. Het kameraanbod in deze sector stijgt sterk en neemt nu al 70% van het totaal in. De diversiteit in hotelaanbod neemt af. Ook het aantal vijfsterrenhotels in Nederland is in 7 jaar met slechts 2 toegenomen en bedraagt in 2000 slechts 31 vestigingen.

Nog een trend die van betekenis is voor de Zoetermeerse markt is de thematisering. Nieuwe concepten als theaterhotels (Almelo), stadionhotels (Roda JC), kinderhotels (Hotel de Botel), sprookjeshotels (Efteling), appartementen- en zorghotels zijn voorbeelden hiervan. Er is een duidelijke koppeling met activiteiten als leisure, werk/congres en zorg. In de Verenigde Staten zijn al voorbeelden van hotels waarbij de achtbaan door de lobby loopt.

2.1.2 De ontwikkeling van de vraag naar hotelaccommodatie

In 1999 kwam het aantal hotelovernachtingen in Nederland op 29,1 miljoen. Ten opzichte van het jaar daarvoor is dat ruim 5% meer. In 8 jaar tijd is er zelfs sprake van een verdubbeling van de vraag.

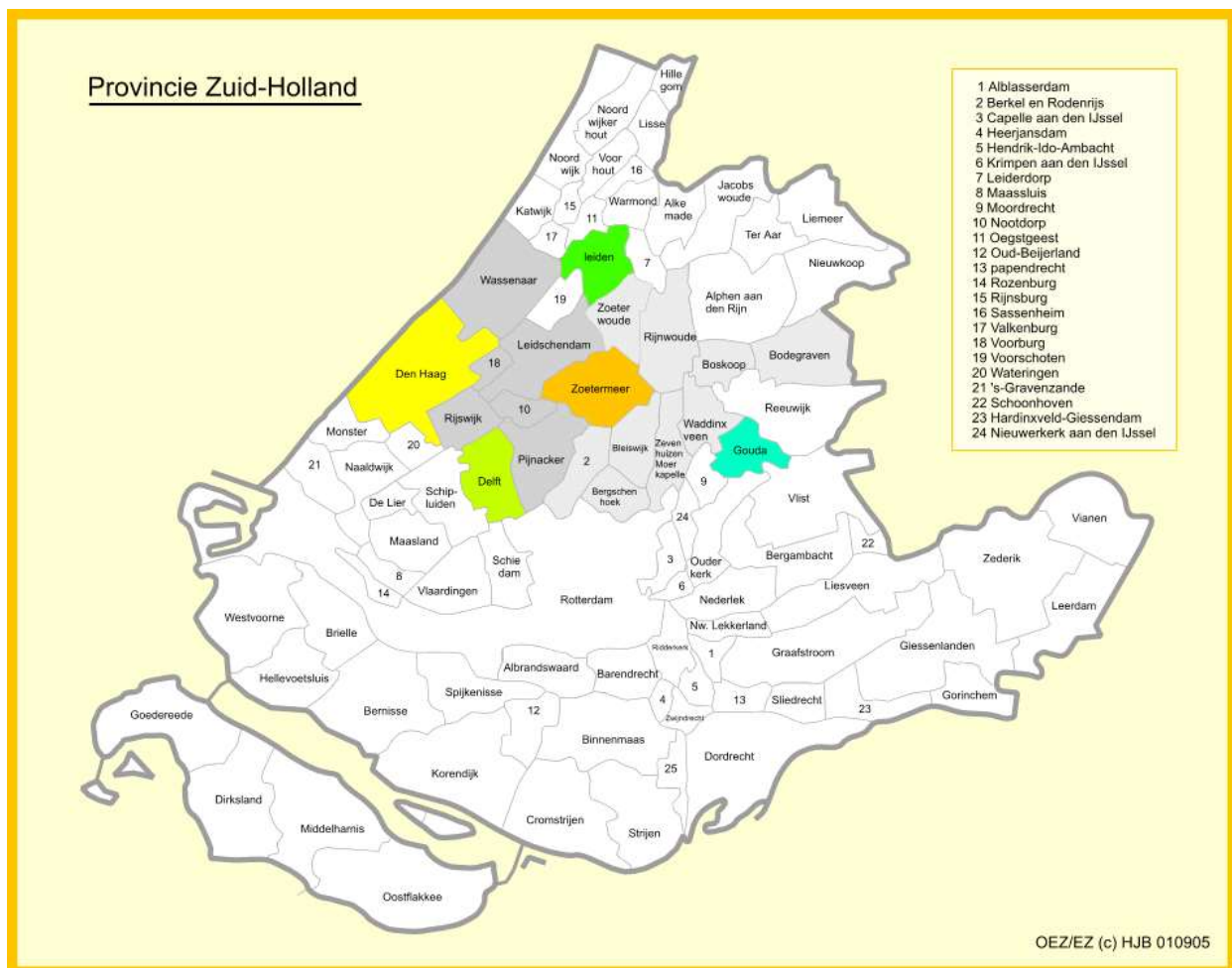
Oorzaken hiervan zitten vooral in de sterk aangetrokken economie met de daarbij behorende stijging van de welvaart. Hotels spelen goed in op de groeiende en mobiele arbeidsmarkt en zorgen steeds vaker voor tijdelijke huisvesting van werkers en congresgangers. Korte toeristische vakanties, vaak in combinatie met arrangementen, laten evenals stedentrips een sterke groei zien.

De consument wordt steeds veeleisender. Luxe, bijzondere thema's en voorzieningen als laptop aansluitingen voor de zakenman worden steeds belangrijker in de keuze voor een hotel.

Aan de andere kant is een hotelovernachting niet meer die luxe die het in het verleden was. Hotels komen binnen het bereik van een steeds groter wordende groep mensen. Men kiest tegenwoordig makkelijker en om de meest uiteenlopende redenen voor een hotelovernachting. De verwachting van deskundigen als ZKA en Horwath is dat de vraag verder zal aantrekken.

2.2 Het hotelaanbod in Zoetermeer en omgeving.

De grens van het gebied Zoetermeer en omgeving wordt in deze nota enigszins arbitrair bepaald door de opgave van de zakelijke hotelgebruikers. Uit de enquête onder een twintigtal Zoetermeerse bedrijven blijkt dat men vooral gebruik maakt van hotels in een gebied rond Zoetermeer dat wordt begrensd door Den Haag in het westen, Delft, Pijnacker en Gouda in het Zuiden en Bodegraven en Leiden in het noordoosten (kaart 2.2.2). Omdat de zakelijke markt van groot belang is voor het functioneren van de Zoetermeerse hotels, wordt gekozen voor deze begrenzing.



Kaart 2.2.2. : Gebied waarbinnen de meeste voor het Zoetermeerse bedrijfsleven interessante hotels zijn gesitueerd

2.2.1 Zoetermeer

Zoetermeer telt drie hotels met in totaal 218 kamers. Ten opzichte van 1993 is het aantal kamers met 29 afgenomen. Met twee 4-sterren- en één 3-sterrenhotel is het meest succesrijke marktsegment goed vertegenwoordigd. Het elders veelal problematisch functionerende 1- en 2-sterrensegment is er niet, evenals het luxueuze 5-sterrensegment waarvoor men naar Den Haag moet.

Alle drie hotels liggen aan de A12 en zijn goed met de auto en de trein te bereiken (kaart 2.2.1). De twee viersterrenhotels zijn diverse malen van eigenaar en keten verwisseld. Het grootste (104 kamers) werd in februari 1992 geopend als Baron Plaza Hotel, is nu aangesloten bij de Golden Tulip keten en is gevestigd bij de afslag Zoetermeer Centrum ten Zuiden van de snelweg. Aan de andere kant ligt het 74 kamers tellende Best Western hotel dat midden jaren tachtig als City Hotel van start ging. Tussen 93 en 95 werden 29 hotelappartementen afgestoten op de woningmarkt. Momenteel wordt dit weer (ten dele) teruggedraaid.

Eind tachtiger jaren werd het 40 kamers tellende Bastionhotel geopend nabij het wegrestaurant, Paviljoen Zoetermeer. Dit 3-sterrenhotel ("lowbudget") is niet meer van eigenaar verwisseld en heeft evenals de twee 4-sterrenhotels de wens om uit te breiden.

2.2.2 Hotels in de omgeving van Zoetermeer

Het gebied op kaart 2.2.1, waar de Zoetermeerse zakenmarkt haar werkers en bezoekers in hoofdzaak onderbrengt, telt in 2000 109 hotels met bijna 4800 kamers. Ten opzichte van 1993 is het aantal hotels met 6% en het aantal kamers met 15% toegenomen (tabel 2.2).

Den Haag heeft veruit de meeste kamers (62%), gevolgd door Leiden (11%), Overig Haaglanden (9%) en Delft (7%). Dan pas komt Zoetermeer met 5%. Alleen Gouda en Overig Noordoostland hebben met 3% een geringer aandeel in het kameraanbod.

Met gemiddeld 44 kamers per hotel is de omvang van de hotels veel groter dan in Nederland (30). De Zoetermeerse hotels zijn met gemiddeld 73 kamers het grootst, gevolgd door Leiden met 68 en Den Haag met 48 kamers.

Het in beschouwing genomen gebied telt ruim 1,1 miljoen inwoners. Per 10.000 inwoners zijn er 41 hotelkamers. Dat is minder dan gemiddeld in Nederland (47). Den Haag ligt met 68 kamers ver boven het gemiddelde en Leiden ligt er ongeveer op. Zoetermeer ligt met 20 kamers ver onder dat gemiddelde. Alleen Gouda (17) en overig Noordoostland (10) hebben nog minder hotels per inwoner. Met 9% van het aantal inwoners heeft Zoetermeer slechts 5% van het aantal kamers in dit gebied en dat percentage is de laatste jaren alleen maar afgenomen.

Kwaliteit:

De meeste kamers (52%) worden aangeboden in het 4-sterrensegment. Het aanbod in deze sector is veel groter dan gemiddeld in Nederland (36%). Ook het 5-sterren segment is sterk vertegenwoordigd in de regio. Het aantal kamers in het midden- en lagere segment blijft daarentegen sterk achter bij de situatie in Nederland. Het zijn vooral Den Haag, Zoetermeer en overig Haaglanden die tekenen voor de hoge kwaliteit van het aanbod. Door een verzesvoudiging van het 4-sterrenaanbod in Leiden draagt ook deze stad bij aan het hoge niveau in de regio. Hier staat tegenover dat de landelijke groei in het 4- en 5-sterrensegment groter is geweest dan in de Zoetermeerse regio. De afname in het 1-sterrensegment was veel sterker dan landelijk en het 3-sterrensegment bleef stabiel, waar landelijk een toename was van 21%. Slechts het 2-sterrensegment daalt net als landelijk met 6%.

Diversiteit

Ook in de regio is de diversiteit teruggelopen. Het 3- en 4- sterrensegment neemt hier zelfs 74% van de kamers in tegen landelijk 70%. Ook hier is de enorme groei van het 4-sterrenaanbod de motor achter deze ontwikkeling.

Concurrentie

De belangrijkste concurrenten voor Zoetermeer in het 3-sterrensegment zitten in Den Haag en Delft. In het 4-sterren segment zijn het vooral de hotelclusters in Den Haag, overig Haaglanden en Leiden. Het Golden Tulip wordt door 70% van de geënquêteerde Zoetermeerse bedrijven, genoemd als opvang voor werknemers en gasten. Best Western doet het met 65% niet veel slechter en Bastion wordt tenslotte door 40% genoemd. De voorkeur bij het bedrijfsleven voor 4-sterren komt hieruit naar voren. Buiten Zoetermeer wordt een scala aan hotels genoemd. Van deze scores Mövenpick in Voorburg (25%) en de Gouden Leeuw (Voorschoten 10%) het hoogst. Zes hotels in Den Haag worden een enkele maal genoemd en dat geldt ook voor 13 hotels verspreid over de overige regio van Zoetermeer .De belangrijkste concurrenten voor de Zoetermeerse hotels zitten vooral in Den Haag en op de route daar naartoe.

kaart 2.2.1.: Hotellocaties in Zoetermeer



Tabel 2.2 Aantal hotels en aantal kamers in Zoetermeer en omgeving in 1993 en 2000 naar niveau.

Hotels aantal in 1993	hotel sterren 1	hotel sterren 2	hotel sterren 3	hotel sterren 4	hotel sterren 5	Totaal
Zoetermeer			1	2		3
Den Haag	19	16	14	9	4	62
Delft	1	2	7	3	0	13
Overig Haaglanden *	1	0	4	2	0	7
Leiden	2	2	5	1	0	10
Gouda	2	1	0	0	0	3
Overig Noordoostland**	0	2	3	0	0	5
Totaal	25	23	34	17	4	103
hotels aantal in 2000	hotel sterren 1	hotel sterren 2	hotel sterren 3	hotel sterren 4	hotel sterren 5	Totaal
Zoetermeer			1	2		3
Den Haag	9	18	19	12	4	62
Delft	1	2	10	3	0	16
overig Haaglanden *	1	1	3	5	0	10
Leiden	1	2	2	3	0	8
Gouda	0	3	1	0	0	4
Overig Noordoostland**	2	2	2	0	0	6
Totaal	14	28	38	25	4	109
hotels aantal kamers in 1993	hotel sterren 1	hotel sterren 2	hotel sterren 3	hotel sterren 4	hotel sterren 5	Totaal
Zoetermeer			40	207		247
Den Haag	178	247	320	1248	588	2581
Delft	12	12	167	82	0	273
overig Haaglanden *	17	0	206	153	0	376
Leiden	23	168	243	51	0	485
Gouda	31	75	0	0	0	106
Overig Noordoostland**	0	21	97	0	0	118
Totaal	261	523	1073	1741	588	4186
hotels aantal kamers in 2000	hotel sterren 1	hotel sterren 2	hotel sterren 3	hotel sterren 4	hotel sterren 5	Totaal
Zoetermeer			40	178		218
Den Haag	104	231	486	1592	582	2995
Delft	12	11	222	83	0	328
overig Haaglanden *	17	10	78	346	0	451
Leiden	6	178	55	301	0	540
Gouda	0	43	80	0	0	123
Overig Noordoostland**	10	19	113	0	0	142
Totaal	149	492	1074	2500	582	4797
* Overig Haaglanden: Leidschendam, Nootdorp, Pijnacker, Rijswijk, Voorburg en Wassenaar						
** Overig Noordoostland: Bergschenhoek, Berkel en Rodenrijs, Bleiswijk, Bodegraven, Boskoop, Rijnwoude, Waddinxveen, Zevenhuizen-Moerkapelle, Zoeterwoude						

2.3 Uitbreidingsplannen

In de loop der jaren zijn er vele plannen voor nieuwe hotels en uitbreiding van bestaande de Zoetermeerse revue gepasseerd. Dat er nu “slechts “ 3 hotels staan, laat zien dat niet al die plannen tot uitvoer komen. In de branche zelf wordt wel een norm gehanteerd van één plan op de 20 dat werkelijkheid wordt. Toch is het goed om alle plannen die in Zoetermeer en de regio spelen, met de nodige voorzichtigheid, nog eens onder de loep te nemen. Hierbij wordt geput uit de verzoeken die bij de gemeente binnenkomen, uit een enquête die is uitgezet bij de regiogemeenten en uit enquêtes bij de bestaande hotels, nog niet vertegenwoordigde hotels en hotelontwikkelaars. Een belangrijke bron van informatie vormt ook het ZKA-rapport voor Haaglanden en de Haagse Hotelnota: Roomservice, waar de gemeente Den Haag naar verwijst.

In **Zoetermeer** willen alle 3 hotels uitbreiden. Het Golden Tulip mikt op enkele appartementen voor “long stayers”. Bastion wil op den duur het kameraantal verdubbelen, waarmee het hotel er 40 3-sterren kamers bij krijgt. Best Western verwacht de komende 5 jaar het hotel met 100 4-sterren kamers/appartementen uit te breiden, hetgeen neerkomt op een ruime verdubbeling. Verder liggen er tenminste vier concrete verzoeken voor de vestiging van nieuwe hotels. Het gaat om een Campanile hotel met 70 2-sterren en 80 3-sterren kamers, een Van der Valk businesshotel met ca 150 4-sterrenkamers, een sporthotel in de nabijheid van de nieuwe PWA-hal met een omvang van tenminste 80 2- tot 4-sterrenkamers en een 5-sterren(plus)hotel met een omvang van tenminste 300 kamers. Worden alle plannen gerealiseerd dan krijgt Zoetermeer er ruim 800 hotelkamers bij en komt het totaal op ca. 1040 kamers. Met 80 kamers per 10000 inwoners zit Zoetermeer dan boven Den Haag (68) en Nederland (47). De diversiteit van het aanbod neemt sterk toe door de toevoeging van 2- en 5 sterrenvoorzieningen.

In de omgeving van Zoetermeer wordt in **Den Haag** de grootste uitbreiding verwacht. Alle plannen bij elkaar betreft het ca. 1400 kamers. ZKA schat in dat het daarbij (vrij) concreet gaat om ca. 500 kamers. De uitbreiding zit in het 3-, 4- en 5-sterrensegment. Ook Den Haag bereikt met een toevoeging van 500 kamers het niveau van 80 kamers per 10000 inwoners.

In **Delft** zal het hotelaanbod worden uitgebreid. Een wat hoger in de markt gesitueerde Campanile (3-sterren+) met 200 bedden, nieuwbouw van Hotel Vermeer met ca 50 bedden en uitbreiding bestaande capaciteit met nog eens 50 bedden. Het gaat vooral om het 3-sterrensegment. Met een toename van ca. 150 kamers komt Delft op 50 kamers per 10000 inwoners en zit daarmee iets boven het Nederlands gemiddelde.

In **Overig Haaglanden** heeft Pijnacker inmiddels een herberg toegevoegd aan het uit 2000 stammende bestand van het Bedrijfschap Horeca. Er worden uitbreidingen verwacht in Rijswijk en in Leidschendam. In Rijswijk gaat het om een 3-sterrenhotel met 120 kamers en om een 4-sterren themahotel naast de Darling Market van maximaal 100 kamers. In Leidschendam bestaan plannen voor de ontwikkeling van een 3 à 4-sterrenhotel met ca. 120 appartementen. Met 340 kamers extra komt overig Haaglanden op 42 kamers per 10000 inwoners.

Er zijn geen plannen bekend van hoteluitbreiding **elders in de regio**.

Worden alle deze plannen uitgevoerd, dan ziet het toekomstig hotelaanbod in de regio er als volgt uit:

Tabel 2.3 Het aantal hotelkamers in de regio na realisering van alle ("harde") plannen.

hotels aantal kamers na 2000 (incl. plannen)	Hotel sterren 1	hotel sterren 2	hotel sterren 3	hotel sterren 4	hotel sterren 5	Totaal
Zoetermeer		110	180	458	300	1048
Den Haag	104	231	586	1692	882	3495
Delft	12	11	372	83	0	478
overig Haaglanden *	17	25	258	506	0	806
Leiden	6	178	55	301	0	540
Gouda	0	43	80	0	0	123
Overig Noordoostland**	10	19	113	0	0	142
totaal	149	617	1644	3040	1182	6632

* Overig Haaglanden: Leidschendam, Nootdorp, Pijnacker, Rijswijk, Voorburg en Wassenaar

3 De vraag naar hotelaccommodatie

Aan de hand van gegevens van de Zoetermeerse hoteliers kan worden berekend dat er in Zoetermeer het afgelopen jaar ca. 78.000 overnachtingen (kamernachten) hebben plaatsgevonden. Voor de vraagzijde zijn gegevens over Haaglanden 1998 bekend. In totaal Haaglanden werden er een kleine 1,4 miljoen overnachtingen genoteerd.

Tabel 3a Aantal hotelovernachtingen in Haaglanden

aantal hotelovernachtingen	hotelovernachtingen (kamerbezetting)	
	Absoluut	percentage
Zoetermeer (2000)	78.000	6%
Den Haag (1998 CBS)	1.000.000	73%
Delft (CBS 1998)	98.000	7%
overig Haaglanden * (CBS 1998)	203.000	15%
Totaal	1.379.000	100%

* Overig Haaglanden: Leidschendam, Nootdorp, Pijnacker, Rijswijk, Voorburg en Wassenaar

Met een kleine miljoen overnachtingen heeft Den Haag veruit het grootste aandeel. Ook Overig Haaglanden scoort met ruim 200.000 overnachtingen sterk.

De vraag naar hotelaccommodatie kan worden verdeeld in drie segmenten. Zakelijk, toerisme en congres (incl. meerdaagse cursussen). De Zoetermeerse hotels richten zich voor 60 tot 80% op de zakelijke markt. Het Bastionhotel het sterkst en het Golden Tulip het minst. Best Western zit daartussenin. Gemiddeld komt de klandizie voor 67% van de zakelijke-, voor 27% van de toeristische- en voor 6% van de congresmarkt.

Tabel 3b Verdeling van de vraag over de segmenten zakelijk, toerisme en congres

Verdeling hotelvraag over de marktsegmenten	zakelijk	Toerisme	congres
Zoetermeer (2000)	60-80%	10-34%	5-10%
Den Haag	55-60%	25-30%	10-15%
Den Haag stad	70-75%	10-20%	10-15%
Den Haag kust	45-50%	35-40%	10-15%
Delft	65-75%	15-25%	5-15%
overig Haaglanden *	80-85%	15-20%	0-05%
Totaal Haaglanden	60-70%	20-30%	5-15%

* Overig Haaglanden: Leidschendam, Nootdorp, Pijnacker, Rijswijk, Voorburg en Wassenaar

Het Zoetermeerse beeld komt redelijk overeen met de situatie in Haaglanden. Opvallend is de hoge zakelijke score van het Bastionhotel en de hoge toeristische score van het Golden Tulip die daarmee in de buurt komt van de kusthotels. Het Best Western scoort vrijwel volgens het gemiddelde beeld in Haaglanden. Met uitzondering van een hoge score op de congresmarkt is er veel mogelijk in Zoetermeer. Op andere markten zijn er Zoetermeerse hotels die goed scoren. Aan de congresovernachtingenmarkt, die nu vooral in handen is van Den Haag en Delft, moet worden gewerkt.

3.1 Overflow

ZKA constateert dat er in Haaglanden kan worden geprofiteerd van een groot beddentekort in Amsterdam. Daar zal tot zeker 2003 een tekort bestaan van ca. 5000 bedden. Met name ten tijde van grote congressen, evenementen en in het hoogseizoen wordt vanuit Amsterdam uitgeweken naar hotels in de omgeving, waaronder Haaglanden. Hoewel ZKA ook constateert dat de hotels rond Den Haag profiteren wanneer het daar vol zit, blijkt daar in Zoetermeer niet echt sprake van. Voor twee van de drie speelt dit een te verwaarlozen rol. Voor de derde levert dit zo'n 10% van de overnachtingen op.

De VVV's in Gouda en Delft geven aan dat er wel degelijk ook naar Zoetermeer wordt uitgeweken, wanneer de "eigen" hotels vol zitten.

3.2 De vraag verdeeld over het jaar.

In juni, juli en augustus is het slecht gesteld met de zakelijke en de congresvraag in Zoetermeer. In Haaglanden zijn dit de betere maanden waarop zo'n 30% van de overnachtingen worden geboekt. De toeristische vraag in Zoetermeer valt weliswaar naast april ook in juli en augustus, maar is nog niet zodanig dat de zomermaanden favoriet zijn bij de Zoetermeerse hoteliers.

De vrijdag, zaterdag en zondag zijn daldagen op de zakelijke markt in Zoetermeer. De zaterdag en zondag zijn niet goed voor de congresvraag. Het toerisme compenseert de verloren vrijdag en zaterdag nog enigszins, maar de zondag doet het ook in deze sector niet goed.

Wordt gekeken naar de resultaten van het gemiddelde hotel in Haaglanden, dan lijkt verbetering van de spreiding in Zoetermeer tot de mogelijkheden te behoren.

3.3 Korting

Korting wordt vaak verleend op dalmomenten om meer gasten aan te trekken. Naarmate het moeilijker is de dalmomenten te vullen wordt de korting vaak hoger. Het verlenen van kortingen op de gepubliceerde prijs (rack-rate) is gebruikelijk, zeker naarmate het niveau van het hotel stijgt. Kleinere en hotels met minder sterren doen daar minder vaak aan mee. Zo ook in Zoetermeer. Bij het Bastionhotel kan de gast niet terecht voor korting. Elders in Haaglanden wordt er in de zakelijke 3-sterren sector tussen de 0 en 15% korting gegeven. Blijkbaar is dat in Zoetermeer niet nodig om de klant naar het 3-sterrensegment te halen.

Bij de 4-sterren sector ligt dat anders. De kortingen die hier op de zakelijke markt worden gegeven liggen tussen de 25 en 50%. Elders in Haaglanden wordt 0 tot 21% bedongen. Het hoge kortingniveau in Zoetermeer maakt de 4-sterren sector bijzonder competitief. Ook de hoge gemiddelde kortingen van rond de 40% op de congresmarkt zijn attractief. Krijgen toeristen in Haaglanden gemiddeld 20 tot 50% korting, in de 4-sterrensector in Zoetermeer wordt gemiddeld 60% bedongen. Dit aspect vraagt om nadere aandacht.

3.4 De vraagontwikkeling

In Den Haag groeide de vraag tussen 1993 en 1998 met ruim 50 %. In Delft was dat 55% en in de rest van Haaglanden, waaronder Zoetermeer was dat volgens het CBS maar liefst 97%. ZKA schrijft die groei vooral toe aan tekortschietend aanbod in Den Haag.

Ook de Zoetermeerse hotels constateren groei in de zakelijke en in de congresmarkt. Het afgelopen jaar lag die tussen de 2 en de 8% en is daarmee beduidend lager dan de gemiddeld 20% die in de negentiger jaren werd genoteerd. In de toeristische sector ligt de groei in Zoetermeer tussen de -3% en de 8%.

Het Zoetermeerse VVV constateert een toename van het aantal boekingen. De omliggende VVV,s boeken te weinig in Zoetermeerse hotels om iets te kunnen zeggen over de vraagontwikkeling.

Van de geënquêteerde bedrijven in Zoetermeer weet ruim eenderde niet hoe hun vraag naar hotelruimte zich in de toekomst zal ontwikkelen. Van de bedrijven die het wel weten zegt 60% dat de vraag gelijk zal blijven en 40% voorziet groei. Dit laatste biedt perspectief voor de hotelsector. Temeer daar er geen enkel bedrijf een daling voorziet.

Het beleid van de gemeente Zoetermeer is sterk gericht op uitbreiding van het aantal arbeidsplaatsen. Er wordt gewerkt aan een toename van ruim 60% vooral in de voor hotels interessante sectoren als de ICT, Bio Life Science en Leisure. Bedacht moet worden dat deze groei plaats zal vinden over een periode van 25 jaar.

4 Confrontatie vraag en aanbod

Indicatoren als bed- en kamerbezetting laten zien in hoeverre vraag en aanbod op elkaar zijn afgestemd. De bedbezetting heeft tussen 1993 en 1998 een enorme groei doorgemaakt in Haaglanden. Van 32,1% in 1993 groeide het met 28% naar 41,1% in 1998. In Den Haag en zeker in Delft viel de groei lager uit, terwijl in overig Haaglanden inclusief Zoetermeer de groei hoger uitviel. In Nederland was de bedbezetting in 1998 echter 46,1% waaruit geconcludeerd moet worden dat heel Haaglanden wat achter blijft.

Uit de opgave van de Zoetermeerse hotelhouders kan worden berekend dat vorig jaar per dag gemiddeld 211 gasten sliepen op de 400 in Zoetermeer beschikbare bedden. Dat komt neer op een bedbezetting van 53%. Wordt de jaarlijkse groei in Overig Haaglanden van 9% geëxtrapoleerd naar 2000 dan komt ook daar de bedbezetting op 53%. De Zoetermeerse hotels liggen daarmee goed in de race.

Voor het goed functioneren van de hotels is echter niet alleen een hoge bedbezetting van belang. Een evenwichtige seizoensspreiding en spreiding over de week is voor de hotelhouders van belang om de beschikbare capaciteit optimaal te kunnen benutten. In Zoetermeer bleek deze spreiding niet optimaal te zijn. De weekeinden en de zomervakantie zijn daarvoor te rustig. Daarnaast is ook een hoge kamerbezetting voor de hotelier belangrijker dan een hoge bedbezetting.

De gemiddelde kamerbezetting in Haaglanden lag in 1998 op 66%. Den Haag zonder de kusthotels en Delft trokken dit gemiddelde fors omlaag. In overig Haaglanden lag het op 75%. Wordt dit gemiddelde geëxtrapoleerd met de gemiddelde jaarlijkse groei van ruim 6% dan komt Haaglanden in 2000 op een bezetting van 84%. Dat is een bijzonder hoog percentage, dat in Zoetermeer niet wordt gehaald. Uit de opgave van de hoteliers kan worden berekend dat Zoetermeer in 2000 een gemiddelde kamerbezetting had van ruim 74%.

Ook dit percentage is bijzonder hoog en leidt met de geconstateerde, minder optimale seizoen- en weekspreiding tot regelmatig optredende capaciteitstekorten. ZKA berekende dat bij een vergelijkbaar percentage in Haaglanden op 75 – 100 dagen nee moest worden verkocht aan potentiële gasten.

5 Toekomst

Na het doorlichten van vraag en aanbod is een beeld verkregen van het functioneren van de hotels in en rond Zoetermeer. In dit hoofdstuk wordt aangegeven wat er de komende jaren op de hotelmarkt afkomt. Waar liggen de uitdagingen en de kansen en hoe moet het hotelaanbod in Zoetermeer er uit gaan zien om optimaal te kunnen profiteren van de mogelijkheden die ontstaan.

5.1 Ontwikkelingen aan de vraagzijde.

Om grip te krijgen op de toekomst moeten ook vraag en aanbod onder de loep worden genomen. Nadat de ontwikkelingen in de zakelijke-, de congres- en de toeristische markt zijn geanalyseerd kan worden vastgesteld of de uitbreidingsplannen die er nu liggen verantwoord zijn, dan wel in opwaartse of neerwaartse richting zouden moeten worden bijgesteld. De bijstelling betreft zowel de kwaliteit als de kwantiteit.

5.1.1 De zakelijke vraag

De zakelijke vraag vormt normaal gesproken de stabiele factor voor hoteleigenaren. Hij is afhankelijk van de in de relatieve nabijheid van het hotel gesitueerde bedrijvigheid met een bovenregionale allure en liefst met een complex contactennetwerk. De vraag is met uitzondering van de weekeinden en een lichte terugval in de zomermaanden redelijk constant. Normaal gesproken kan ook een goed tarief worden bedongen omdat de zakelijke markt een soepeler declaratiegedrag kent dan de toeristische markt.

Het is voor de hoteliers dan ook van groot belang om zicht te hebben op de zakelijke markt in Zoetermeer en omgeving. Hoe ziet die markt eruit, wat zijn de wensen en hoe zal deze markt zich verder ontwikkelen. In Haaglanden is een ruime vertegenwoordiging van bedrijven die voldoen aan het ideale profiel. Ook de doorontwikkeling van Den Haag als juridische hoofdstad van de wereld zal voor de nodige spin-off zorgen. In Zoetermeer zijn 18 bedrijven geënuquêerd die aan het "hotelprofiel" voldoen. 4 van de 10 bedrijven die zicht hadden op de ontwikkeling verwachten een groei van de vraag naar hotelaccommodatie. Geen enkel bedrijf verwacht een afname. Een gekwalificeerd team accountmanagers is dagelijks in de weer om nieuwe bedrijven te werven en bestaande bedrijven voor Zoetermeer te behouden. Er wordt extra aandacht besteed om de voor hotels interessante categorieën als ICT-, Bio Life Science-, Leisure en kennisintensieve bedrijven naar Zoetermeer te halen. Nauwe contacten met o.a. de Verenigde Staten en China moeten er mede voor zorgen dat er de komende jaren 25000 arbeidsplaatsen bijkomen.

In het voorgaande werd al geconstateerd dat Zoetermeerse bedrijven vooral gebruik maken van Zoetermeerse hotels. Maar er wordt ook nog wel eens uitgeweken naar de regio. Het volgende overzicht geeft een beeld van wat de bedrijven beweegt om hun gasten al dan niet in Zoetermeer onder te brengen.

Alle bedrijven vinden de locatie van het hotel een belangrijke overweging bij de keuze. Dichtbij is belangrijk, dat blijkt uit een overwegend kiezen voor Zoetermeerse hotels. Uit de grafiek blijkt ook dat de Zoetermeerse hotels met een 7,9 uitermate goed scoren op bereikbaarheid. De hotels zijn zonder meer gebaat bij een uitbreiding van het bedrijfsleven in Zoetermeer. Ook het niveau speelt bij 93% van de bedrijven een belangrijke rol bij de hotelkeuze. Hierbij spelen zaken als kwaliteit, service en faciliteiten. Met name de kwaliteit en de faciliteiten scoren in Zoetermeer onder de 7. Hier is verbetering mogelijk. Met een 7,4 voor service scoren de Zoetermeerse hotels alleszins redelijk.

Opmerkelijk is dat in deze zakenmarkt de prijs voor 86% van de bedrijven toch een belangrijke overweging wordt gevonden. De Zoetermeerse hotels scoren hierop een redelijke 7. Het "agressieve" prijsbeleid in Zoetermeer, blijkt niet alleen nodig, maar ook aan te spreken.

Voor 64% van de bedrijven is de aanwezigheid van voldoende faciliteiten een belangrijke overweging. Faciliteiten blijven daarmee toch een factor om rekening mee te houden. De 6,6 die de Zoetermeerse hotels hierop scoren is te laag en zou in ieder geval al kunnen worden verbeterd door meer faciliteiten (als isdn) op de kamers voor de businessmen aan te brengen.

Naast de bereikbaarheid wordt ook een goede parkeergelegenheid op prijs gesteld. De 6,9 score vraagt om enige aandacht voor dit punt.

De meeste aandacht vraagt echter de diversiteit (5,9) en de capaciteit (6,3). Wat dit laatste punt betreft blijkt dat slechts 13% vrijwel nooit boekingsproblemen heeft. Van de overige bedrijven heeft 60% soms en 27% vaak boekingsproblemen. De problemen worden vooral toegeschreven aan de grote congressen in Den Haag. Maar ook het voor- en naseizoen en de winter worden meerdere malen genoemd als periode waarin zich structureel capaciteitsproblemen voordoen. De problemen doen zich bij alle Zoetermeerse hotels voor, waarbij het Golden Tulip wat vaker wordt genoemd, dan het Best Western en die weer wat vaker dan het Bastionhotel. Maar ook bij de hotels buiten Zoetermeer kan het Zoetermeerse bedrijfsleven niet altijd terecht. Bij de open vraag naar algemene opmerkingen wordt dan ook het meest de opmerking gemaakt, dat uitbreiding van het aantal hotels een goede zaak zou zijn voor Zoetermeer. De enquêteresultaten bevestigen het al eerder geconstateerde beeld dat zich in Haaglanden een structureel tekort aan hotelbedden voordoet.

De groeiverwachtingen in Zoetermeer en omgeving zijn goed. Dit blijkt zowel uit de Erbo-enquête van de kamer van koophandel als uit de verwachtingen van het Centraal Plan Bureau. Naast een hoge investeringsgroei verwachten deskundigen een jaarlijkse groei van de zakelijke hotelvraag van 3,5 à 4% in Haaglanden. Daarnaast worden er in Zoetermeer de komende 25 jaar 25.000 nieuwe arbeidsplaatsen gecreëerd waardoor de groei hier 2 à 3%-punten hoger uit zal vallen. De groei van de zakelijke vraag naar hotelkamers in Zoetermeer kan voor de komende jaren worden becijferd op jaarlijks 5,5 à 7%.

De ontwikkelingen in de bereikbaarheid van Zoetermeer zijn eveneens van betekenis voor de ontwikkeling van de hotelsector. Een goede bereikbaarheid blijkt uitermate belangrijk en dat wordt alleen maar versterkt wanneer er sprake is van ligging aan een bovenregionaal (internationaal) knooppunt in de nabijheid van concentraties van economische bedrijvigheid. De ligging van Zoetermeer in de randstad tussen de 4 grote steden is nu al van betekenis en zal verder worden versterkt door de komst van een shuttlestation op de HSL-lijn in Zoetermeer-Oost en de komst van randstadrail, waardoor de reistijd naar de grote economische concentraties en Schiphol binnen de 30 minuten komt te liggen. De autobereikbaarheid in Zoetermeer is in vergelijking met overig Haaglanden altijd goed geweest. Er moet aan worden gewerkt om dit ook in de toekomst zo te houden.

De zakelijke markt lijkt in de komende jaren alleen maar aan te trekken. Nadat het capaciteitsprobleem is opgelost zal zich in Zoetermeer een groei van de zakelijke hotelvraag voordoen van 5,5 à 7%. Dit valt binnen de groeiverwachting van de Zoetermeerse hoteliers die ligt tussen de 2 en de 8%.

5.1.2 De congresvraag

Congresgangers vormen nu ca. 5% van het gastenbestand in Zoetermeer. Dat is aan de lage kant wanneer wordt bedacht dat Nederland een belangrijk internationaal congresland is (6e in 1998) en Den Haag een belangrijke congresstad (2e in NL in 1999). Het Nederlands Congres Bureau verwacht voor de komende jaren nog een forse groei van het aantal congressen. De positie van de Haagse markt wordt daarbij nog eens extra positief ingeschat. Een probleem dat verdere groei van de Haagse markt belemmert is de tekortschietende hotelcapaciteit. Rotterdam laat zien dat met een gemiddelde kamerbezetting van 65% veel beter op deze markt kan worden ingespeeld. De kamerbezetting in Zoetermeer vormt daarmee ook een obstakel om in te kunnen spelen op die interessante markt die naast de deur ligt.

In Zoetermeer zelf wordt ook druk gewerkt aan uitbreiding van de congresfaciliteiten. De nieuwe PWA-hal, Dekker, Mauritius Conference en de drie hotels bieden mogelijkheden. Daarnaast zijn diverse initiatieven ontwikkeld, die voor een forse uitbreiding van de capaciteit moeten zorgen. Vooralsnog wordt niet verwacht dat Zoetermeer zich op de internationale congresmarkt kan gaan meten met steden als Den Haag en Amsterdam. Dit is ook geen harde voorwaarde om meer gasten naar de Zoetermeerse hotels te kunnen trekken. Zeker wanneer de reisafstand naar de vier grote congressteden wordt teruggebracht tot maximaal 30 minuten.

ZKA verwacht dat deze markt de komende jaren met ca. 3% zal toenemen. Zoetermeerse hotels kunnen daarin meeliften, zeker wanneer samenwerking wordt gezocht met de organisatoren van meerdaagse congressen en wanneer de beschikbare kamercapaciteit wordt opgevoerd.

5.1.3. De toeristische vraag

Hoewel Zoetermeer zelf niet bekend staat als toeristenstad vormt de toerist met 25 tot 33% nu al een belangrijk aandeel van de hotelovernachtingen. Naast toeristen die binnenkomen via arrangementen met leisurecomplexen als Snowworld en Centre du Lac (net over de grens in Pijnacker gelegen grootschalig Saunacomplex) is er ook de overflow van toeristen die aan de kust en in Den Haag met volle hotels worden geconfronteerd. De hotelmarkt in de regio is niet goed afgestemd op de ontwikkelingen die zich de laatste jaren op toeristengebied voordoen. Met name de vakantiespreiding, waardoor er steeds meer (korte) vakanties worden opgenomen buiten de gebruikelijke weekeinden en zomermaanden botst met beschikbaarheid van midweekkamers in voor- en naseizoen.

Ook in Zoetermeer waar de ontwikkeling van leisure tot een speerpunt in het toekomstbeleid is gemaakt, zal in de midweekperioden meer capaciteit moeten worden gecreëerd. Het ZKA verwacht een groei van de toeristische vraag van 3%.

5.2 Hotelcapaciteitbehoefte in Zoetermeer

Op basis van de voorgaande analyse wordt in dit hoofdstuk allereerst een inschatting gemaakt van het tekort c.q. overschot aan hotelkamers dat er nu op de Zoetermeerse markt bestaat. Vervolgens zijn de vastgestelde groeicijfers per marktsegment op de ideaaltypische omvang losgelaten, waaruit de gewenste omvang in 2005 en 2025 resulteert. Tevens wordt daarbij aangegeven in welke kwaliteitssector aanpassingen plaats moeten vinden en welke locatievoorkuren daarbij horen.

5.2.1 De ideaaltypische hotelomvang in Zoetermeer

In de voorgaande analyse komt op meerdere momenten naar voren dat er in Zoetermeer sprake is van ondercapaciteit in de hotelsector:

- De zakelijke vraag moet nu vaak uitwijken,
- de VVV kan hier niet altijd terecht,
- de kamerbezetting is bij de Zoetermeerse week- en seizoensspreiding te hoog,
- Zoetermeer heeft te weinig capaciteit om de overflow van Amsterdam en congresgangers uit Den Haag op te vangen.

- Vanuit de zakelijke markt wordt niet alleen capaciteit gemist, maar men mist ook diversiteit.

Door het beperkte weekeind- en zomertoerisme betekent een gemiddelde kamerbezetting van 74% dat de top door de week is bereikt, met uitzondering van de maanden juli en augustus. De maximale capaciteit voor de zakenmarkt lijkt te zijn bereikt. Door de week moet aan de zakenmarkt nu te vaak nee worden verkocht, waardoor deze uitwijkt naar hotels buiten Zoetermeer. Door de capaciteit te vergroten kan deze afvloeiing weer worden teruggewonnen zonder dat dit ten koste gaat van een gezonde kamerbezetting. Als een rendabele kamerbezetting voor Zoetermeer wordt door deskundige bureaus als ZKA en Horwath een percentage van 70% aangehouden. Om te bezien hoeveel zakenvraag kan worden teruggewonnen moet de afvloeiing worden ingeschat. Een redelijke indicatie kan hiervan worden verkregen door het aantal hotelkamers per 10.000 arbeidsplaatsen in Zoetermeer te vergelijken met de situatie in Haaglanden en Nederland.

Uit bijlage 1 blijkt dat Zoetermeer in vergelijking met Nederland vrijwel eenzelfde aantal 4-sterrenkamers heeft per 10.000 arbeidsplaatsen. Naar Haaglandse verhoudingen zouden er in Zoetermeer nog een kleine 20 kamers in dit segment bij kunnen. Wordt gemeten naar het aantal inwoners, dan zouden er in het 4-sterren segment nog 10 (t.o.v. NL) en 50 (t.o.v. Haaglanden) bij kunnen. Voorzichtigheidshalve kan worden uitgegaan van een rendabele omvang in het 4-sterrensegment van ca. 200 kamers.

Afgemeten naar arbeidsplaatsen en inwonertal zijn er in Zoetermeer mogelijkheden voor 27 tot 35 kamers in het 1-sterren segment.

In het twee-sterrensegment zijn de mogelijkheden in de Haaglandse situatie minder dan in een landelijke vergelijking. Een omvang in Zoetermeer van 35 tot 40 kamers zou op dit moment naar Haaglandse verhoudingen redelijk zijn.

Hetzelfde beeld bestaat in het driesterrensegment. In de Haaglandse situatie past een omvang van ca. 100 kamers, terwijl naar Nederlandse verhoudingen ca. 175 kamers niet zouden misstaan. Voorzichtigheidshalve wordt voor de Haaglandse verhouding gekozen.

Het 5-sterrensegment is goed vertegenwoordigd in Haaglanden en zou voor Zoetermeer uitkomen op ca. 80 kamers. Naar Nederlandse verhoudingen zou dit ergens op de helft uitkomen. De 5-sterrenhotels baseren zich evenwel niet op een lokaal marktgebied. Dit blijkt wel uit hun benadering dat zij Zoetermeer ook al zien als goed alternatief voor bijvoorbeeld de opvang van reizigers die op Schiphol arriveren. Omdat deze sector zich op een heel andere markt richt is het verstandig om hier geen bovengrens aan te binden. Dergelijke hotels hebben ook veelal een grotere omvang. De gemiddelde omvang van de 4, 5-sterrenhotels in Den Haag is 140 kamers. De ideaal typische omvang van de hotels in Zoetermeer op basis van de huidige marktvraag kan als volgt in beeld worden gebracht.

Ideaaltypische omvang van de hotelvoorzieningen in Zoetermeer in de huidige situatie	Ideaaltypische situatie	Huidige situatie	Verskil	Kamernachten bij 70% bezetting per jaar
aantal kamers 1*	30	-	30	7665
aantal kamers 2*	38	-	38	9709
aantal kamers 3*	100	40	60	25550
aantal kamers 4*	200	178	22	51100
aantal kamers 5*	80+	-	80+	20440
totaal	448+	218	230+	114464

Geconcludeerd kan worden dat er een forse ondercapaciteit zit in het midden- en lagere marktsegment en het luxe 5-sterren aanbod. Het 4-sterrenaanbod is redelijk op orde.

5.2.2 Verantwoorde omvang op middellange en lange termijn.

Nadat in het voorgaande is bepaald welke omvang het hotelaanbod op het ogenblik zou moeten hebben, wordt nu aangegeven hoe groot dit aanbod moet zijn in 2005 (middellange termijn) en in 2025 (lange termijn). Het aantal kamernachten dat Zoetermeer normaal gesproken zou moeten halen wordt gecorrigeerd met de groeifactoren in de drie verschillende marktsegmenten. Hierbij wordt uitgegaan van gemiddelde groei. De groei zou hoger uit kunnen vallen wanneer er buiten het op normaal niveau brengen van het hotelaanbod, nog meer groeiimpulsen in de drie sectoren worden gegenereerd. Omdat Zoetermeer in alle drie de sectoren intensief aan de weg timmert, zal de uiteindelijke groei hoger kunnen uitvallen.

Tabel 5.2.2.a Aantal kamernachten per segment in 2005 en 2025

Segment		Huidig aantal kamernachten	Gemiddeld groeipercentage per jaar	Verwacht aantal kamernachten 2005	Verwacht aantal kamernachten 2025
Zakelijk	67,2%	74.904	5,5 à 7%	101.426	340.979
congres	6,4%	7.134	2 à 4%	8.270	14.936
toeristisch	26,4%	29.426	2 à 4%	34.113	61.613
Totaal	100,0%	111.464		143.809	417.528

Omdat het hotelaanbod in de huidige situatie niet optimaal is afgestemd op de vraag loopt Zoetermeer nu ca. 40000 kamernachten per jaar mis. Weet Zoetermeer het hotelaanbod beter af te stemmen op de vraag, dan zullen er op de middellange termijn vanwege de verwachte groei in de drie segmenten, nog eens 30.000 extra kamernachten kunnen worden geboekt. Op de lange termijn zal het aantal kamernachten bij voortzetting van de huidige groeicijfers, bijna verviervoudigen. Omdat er in 25 jaar veel kan veranderen is het verstandig het aanbod voorlopig af te stemmen op de omvang die in 2005 gewenst is om de vraag comfortabel te accommoderen.

Bij een verantwoorde kamerbezetting van 70% is in 2005 een omvang van 563 kamers vereist. Ten opzichte van de ideaaltypische huidige situatie is dat een groei van 26%. In de praktijk gaat het echter om een enorme inhaalslag, waarbij de hotelcapaciteit ruim 2,5 keer zo groot moet worden. Er zullen de komende 4 jaar ca. 345 kamers bij moeten worden gebouwd. Zet de huidige groei door, en haalt Zoetermeer de werkgelegenheidsdoelstelling, dan moeten er de komende 24 jaar zo'n 1400 hotelkamers bij komen. Dit gaat jaarlijks om een toevoeging van een kleine 60 kamers.

Tabel 5.2.2.b Optimaal aantal kamers per segment in 2005 en 2025

Ideaaltypische omvang van de hotelvoorzieningen in Zoetermeer in de huidige situatie, in 2005 en in 2025	Huidige situatie	Ideaaltypische huidige situatie	Verwacht aantal kamers 2005	Verwacht aantal kamers 2025
aantal kamers 1*	-	30	38	109
aantal kamers 2*	-	38	48	139
aantal kamers 3*	40	100	126	365
aantal kamers 4*	178	200	251	730
aantal kamers 5*	-	80+	101	292
Totaal	218	448+	563	1.634

5.2.3 Aard, omvang en situering van de uitbreiding

Dat er in Zoetermeer fors moet worden uitgebreid is duidelijk. In deze paragraaf wordt aangegeven hoe die uitbreiding er uit zou kunnen zien.

Uitbreiden bestaande hotels.

In eerste instantie moet aan de bestaande hotelformules in Zoetermeer de kans worden geboden om hun formule te optimaliseren.

Het Bastionhotel wil op termijn uitbreiden met 40 kamers. Een dergelijk uitbreiding is nu al verantwoord en zeker op middellange- en lange termijn. In 2005 zou er zelfs al weer ruimte zijn voor een toevoeging van 46 kamers in het 3-sterren segment bovenop het dan 80 kamers tellende Bastionhotel.

Het Best Western wil de komende 5 jaar het aantal 4-sterrenkamers geleidelijk met in totaal 100 uitbreiden. Binnen de huidige groeiverwachting is dit verantwoord. Verdere uitbreiding in het doorsnee viersterrensegment is daarmee tot 2006 minder verantwoord.

De bestaande hotels kunnen de komende jaren hun formules optimaliseren, zoals zij dat hebben aangegeven in de enquête.

Nieuw aan te trekken hotels.

De bestaande uitbreidingsplannen zijn onvoldoende om het tekort aan capaciteit in de lagere-, de midden- en de luxeklasse op te vangen.

Het **1-sterrensegment** ligt in Nederland niet goed in de markt. In Zoetermeer ontbreekt het echter volledig. In het buitenland en met name in het op hotelgebied toonaangevende Frankrijk zijn de 1- en 2-sterrenhotels de afgelopen jaren als paddenstoelen uit de grond geschoten. Diverse ketens als Formule 1 en Etaphotel geven op zichtlocaties aan de snelweg een minimale service aan gasten die snel zonder poespas willen overnachten tegen een minimale prijs. Formule 1 heeft in de negentiger jaren geprobeerd een locatie in Zoetermeer te verwerven. Dat dit niet is doorgegaan kan in belangrijke mate worden toegeschreven aan de grondprijs van de zichtlocatie in Zoetermeer die niet overeenkwam met het rentabiliteitsplaatje van de Franse keten. Zoetermeer heeft, zeker met de A12, een markt voor dergelijke hotels. Op middellange termijn is een omvang van een éénsterrenhotel als die van het huidige Bastionhotel (40 kamers) haalbaar. Op lange termijn zou het door kunnen groeien naar ruim 100 kamers. Eventueel zou kunnen worden overwogen een tweede 1-sterren formule toe te voegen.

Is ook dat niet mogelijk, dan verdient het aanbeveling te bezien of er aan de bestaande en/of nieuw toe te voegen, hoger in de markt gesitueerde hotels een aantal 1-sterrenkamers kan worden toegevoegd.

Het **2-sterrensegment** ligt iets beter in de Nederlandse markt. Zoetermeer kent het nog niet, maar er is een gegadigde. Campanile wil een hotel met 70 2-sterren en 80 3-sterrenkamers neerzetten. Op lange termijn zijn beide wensen verantwoord. Tussen nu en 2005 is er echter een capaciteitsprobleem. In het 2-sterrensegment zouden er 22 tot 32 teveel kamers worden aangeboden in Zoetermeer. Omstreeks 2010 is pas sprake zijn van een verantwoorde ontwikkeling. Indien Campanile ca. 30 van de 70 kamers op 1-sterrenbasis kan exploiteren kan de ontwikkeling nu al van de grond komen. Wordt hiervoor gekozen, dan moet worden afgezien van solitaire of andere ontwikkelingen in het 1-sterrensegment. Op de lange termijn kan het twee-sterrensegment verdubbelen. Het reserveren van ruimte is op zijn plaats, maar een definitieve vestigingsbeslissing mag de eerstkomende 10 jaar nog niet worden verwacht.

Wordt het **3-sterrensegment** aangevuld met een uitbreiding van het Bastionhotel, dan kan de aanvraag van Campanile pas eind 2007 worden gehonoreerd. Een gefaseerde uitbreiding is wel mogelijk. Nu 20, in 2005 nog eens 26 om dan in 2007 de 80 vol te maken. Breidt het Bastionhotel niet uit, dan ontstaan er eerder mogelijkheden voor de 3-sterrenambitie van Campanile. Omstreeks 2004 is het dan verantwoord om 80 kamers toe te voegen. Voor zover dat nu al valt te overzien is er op de lange termijn ruimte nodig voor een verdere verdubbeling van de vraag naar 3-sterrencapaciteit.

Het **4-sterrensegment** is met de verwachte uitbreiding van het Best Western tot 2006 optimaal bediend. In de daar op volgende 20 jaar zal er echter ruimte ontstaan voor zo'n 480 extra 4-sterren kamers. Bij een gelijkmatige groei gaat het om ca. 24 kamers per jaar. Er liggen momenteel 3 aanvragen voor de vestiging van nieuwe 4-sterrenhotels bij de gemeente. Twee komen er van de van der Valkketen. Binnen dat concern is het de bedoeling dat er slechts 1 van de 2 wordt gerealiseerd. Het gaat om een businesshotel met een nieuwe op Zoetermeer toegesneden uitstraling. Het succesvolle businesshotel van de keten in Maastricht strekt hier tot voorbeeld. Van der Valk drijft voor een belangrijk deel op de eigen naam. Het claimt dan ook in alle situaties waar het zich vestigt voor een belangrijk deel een eigen nieuw publiek mee te nemen. In deze nota wordt aangenomen dat er voor eenderde nieuw publiek wordt aangetrokken, dat boven op de gecalculeerde marktruimte komt. In dat geval is het verantwoord een van der Valkbusinesshotel met 150 kamers toe te voegen aan de Zoetermeerse markt in het jaar 2010. Maakt het Best Western geen gebruik van de uitbreiding met 100 kamers dan kan het businesshotel al omstreeks 2004 worden gerealiseerd.

Het idee om een 2 tot 4-sterren sporthotel in de buurt van de nieuwe PWA-hal te vestigen van ca. 80 kamers is nog in een pril stadium. De keuze van de formule ligt nog niet helemaal vast, zodat mogelijk nog kan worden geschoven in het niveau. Bezien zou moeten worden of er mogelijkheden zijn om te combineren met het Campanile hotel. Van verschillende deskundigen wordt ook vernomen dat men bij een sporthotel-formule in combinatie met de Zoetermeerse sportbeoefening niet echt denkt aan 4-sterren en hoger. Anderszins spreekt de komst van een sporthotel wel tot de verbeelding, omdat het goed past in de trend tot thematisering. Een dergelijk hotel is er nog niet in Nederland en zou daarom heel goed een eigen publiek kunnen gaan trekken.

Na uitbreiding van het Best Western en de komst van een 150 kamers tellend van der Valkhotel komt er tot 2025 ruimte voor 300 extra 4-sterrenkamers. Ook hier is een ruimtereservering op zijn plaats.

Van de 31 **5-sterren hotels** in Nederland staan er 4 in Den Haag en de overige staan bijna allemaal in Amsterdam. Vanuit de 5-sterren exploitanten bestaat belangstelling voor vestiging in Zoetermeer. De afstand tot Schiphol is belangrijk en dan maakt het straks met de shuttle over de HSL-lijn niet veel uit of je nu in Amsterdam, Den Haag of Zoetermeer overnacht. Er is in Nederland ruimte voor uitbreiding van deze markt. Die uitbreiding zal zeker plaatsvinden in steden als Amsterdam en Den Haag, maar ook Zoetermeer is een goed alternatief.

Dat er in Zoetermeer op basis van de eigen businessvraag op korte tot middellange termijn ruimte is voor 80 tot 100 5-sterrenkamers en op lange termijn voor een kleine 300 kamers is minder belangrijk dan de locatie die Zoetermeer heeft te bieden en de exploitant weet te enthousiasmeren. Een 5-sterrenhotel in Zoetermeer is niet alleen afhankelijk van het Zoetermeerse bedrijfsleven, maar zal uit het hele westen van het land gasten trekken. Voor Zoetermeer zal de aanwezigheid van een 5-sterrenhotel een extra reden zijn voor internationale bedrijven om zich hier te vestigen.

Het verdient vanuit deze overwegingen sterk aanbeveling om positief te staan tegenover de vestiging van een vijf-sterrenketen, ongeacht de omvang (aantal kamers).

Tussen de regels door kwam al naar voren dat er ontwikkelingen aan de gang zijn in de hotelwereld die niet allemaal in een strak planningsschema zijn te vangen. Nieuwe formules, naamsbekendheid en thematisering zijn een paar voorbeelden die laten zien dat we niet alles in de hand hebben en kunnen hebben. De wereld en zeker de hotelwereld is niet 100% maakbaar. Ook de hier gehanteerde onderverdeling van 1 tot en met 5 sterren is langzamerhand aan een nuancering toe. Zowel aan de onderkant, als in het midden en aan de bovenkant presenteren zich formules die met een plus of een min er net weer tussenin zitten. Daarmee kan een gat in de markt worden gevuld. Voor sommige deskundigen is Zoetermeer de locatie bij uitstek om bijvoorbeeld een 4-sterrenplus neer te zetten. Van de hotelzijde is er zelfs belangstelling voor een vijfsterrenplus. Hoe het ook zij, deze tussenformules maken kans, net als de naamsbekendheid bij van der Valk om een eigen publiek naar Zoetermeer te trekken dat er anders niet zou zijn gekomen. Een reden te meer om flexibiliteit te betrachten bij het interpreteren van de uitbreidingsruimte per formule.

Ruimtebeslag

Hotels worden steeds groter. Veel ketens hanteren een minimum omvang van 80 kamers. De gemiddelde kamer is al gauw 28 m². Daarnaast is er ruimte nodig voor een bar, een restaurant, vergaderzalen, fitnessruimte, verkeersruimte etc. Door de bank genomen nemen die extra ruimtes binnen de hotelmuren zo'n 25% in. Het liefst bouwen de ontwikkelaars het hotel in één laag. In Zoetermeer, met de beperkt beschikbare ruimte, is dat niet mogelijk. Aan de belangstellende hotelketens is daarom gevraagd hoe hoog zij zelf maximaal kunnen bouwen. Naarmate het niveau toeneemt blijkt ook het haalbare aantal bouwlagen toe te nemen. De éénsterrenhotels komen niet hoger dan 3 lagen, terwijl de 4 sterren hotels 5 of meer lagen kunnen bouwen. De 5-sterrenhotels kunnen nog beduidend hoger. Voor de ruimte die nodig is om het parkeren onder te brengen geldt hetzelfde verhaal. In de low budgetsector heeft men geen mogelijkheid om meerdere lagen parkeren te realiseren. Pas bij de 4- en 5-sterrensector begint men meerlaags parkeren te overwegen. De parkeernormen lopen ook uiteen. Een Bastionhotel legt de lat het laagst met 1 parkeerplaats per twee kamers. Het van der Valk hotel kent de hoogste parkeerbehoefte met 1,8 parkeerplaats per kamer. Een voordeel is dat deze keten het parkeren deels intern kan oplossen.

Op basis van deze uitgangspunten is een inschatting gemaakt van de ruimte die op middellange en op lange termijn nodig is voor de gewenste uitbreiding van de hotels.

Tabel 5.2.3 Geraamd ruimtebeslag op middellange en lange termijn

Niveau hotel	bvo nodig*		max. aantal lagen		minimaal benodigd grondoppervlak				
	hotel	parkeren	hotel	parkeren	hotel	parkeren	totaal	op middellange termijn	op lange termijn
1 ster	1.493	900	3	1	498	900	1.398	1.398	
1 ster	2.240	1.350	3	1	747	1.350	2.097		2.097
							-	-	-
2 sterren	1.867	1.125	4	1	467	1.125	1.592	1.592	
2 sterren	3.360	2.025	4	1	840	2.025	2.865		2.865
							-	-	-
3 sterren	1.493	500	4	1	373	500	873	873	
3 sterren	2.987	1.800	5	1	597	1.800	2.397	2.397	
3 sterren	7.467	4.500	5	1	1.493	4.500	5.993		5.993
							-	-	-
4 sterren	3.733	2.250	6	2	622	1.500	2.122	2.122	
4 sterren	7.200	6.875	5	2	1.440	4.583	6.023	6.023	
4 sterren	11.200	6.750	6	2	1.867	3.375	5.242		5.242
							-	-	-
5 sterren	11.200	6.750	16	2	700	3.375	4.075	4.075	
Totaal	54.240	34.825			9.644	25.033	34.677	18.481	16.197

*1/4 van de kamerruimte is overige voorzieningen

Uit de voorzichtige raming blijkt dat er vanaf nu tot 2010 ca. 18.500 m2 nodig is om de benodigde hotelaccommodatie in Zoetermeer te huisvesten. Voor zover dat nu kan worden overzien zal er in 2025 nog eens ruim 16.000 m2 beschikbaar moeten zijn om de hotelomvang af te stemmen op de vraag.

Locaties

Vrijwel alle hotels willen een zichtlocatie aan de snelweg. Alleen het sporthotel zou bij voorkeur in de directe nabijheid van een grote sportvoorziening aan de hoofdwegenstructuur binnen Zoetermeer moeten worden gesitueerd.

Door de fysiek hoge afzoming van de A12 zijn hotels met een beperkt aantal bouwlagen niet goed zichtbaar vanaf de snelweg. Een ligging aan de hoofdwegenstructuur heeft daarom ook prijstechnisch de voorkeur. Op middellange termijn is het raadzaam om langs deze structuur een locatie te vinden van ca. 5.000 m2 voor de vestiging van een hotel in het 1 tot en met 3-sterrensegment met ca. 200 kamers (bijvoorbeeld Campanile).

Voor het Bastionhotel moet ca. 500 m² worden gevonden om het parkeren uit te breiden. Het hotel zelf kan de uitbreiding van 40 kamers realiseren in een torentje bovenop het bestaande gebouw.

Voor de uitbreiding van de 100 kamers met parkeren van het Best Western Hotel is een grondoppervlak van ruim 2100 m² nodig, in de directe nabijheid van de huidige vestiging. Hoewel van der Valk de voorkeur geeft aan een grondstuk van 1,5 ha. Moet het mogelijk zijn om het programma te realiseren op een oppervlak van ca. 6.000 m². Een locatie langs de A12 verdient sterk de voorkeur. De keten zelf geeft de voorkeur aan de park and ride lus bij het Golden Tulip Hotel en aan de lus Zilverstraat in de nabijheid van Toshiba.

Deze laatste twee locaties hebben ook de interesse van een aantal hotels in het 4-plus- tot en met het 5-plussegment. Het moet mogelijk zijn om het luxehotel in hoogbouwvorm te realiseren op een kavel van 4.000 m².

Vanzelfsprekend is ook het Stadshart met de uitgebreide kantoor-, leisure- en winkelvoorzieningen en bovendien gelegen aan de hoofdwegstructuur een interessante locatie voor de vestiging van hotelvoorzieningen

Kortom de hoofdwegstructuur en de A12-zône zijn belangrijke vestigingsplaatsen voor de hotels. Ook voor de lange termijn ontwikkeling zal hier ca. 16.000 m² moeten worden gereserveerd om de dan benodigde uitbreiding te kunnen realiseren.

kaart 5.2.3.: Potentiele hotellocaties



Werkgelegenheid

De komst van nieuwe hotels en de uitbreiding van bestaande hotels hebben direct en indirect een positief effect op de werkgelegenheid.

werkzame uren	Norm arbeidsplaats per kamer	groei aantal arbeidsplaatsen middellange termijn	groei aantal arbeidsplaatsen middellange en lange termijn
>24 uur	0,67	507	1.007
12 tot 24 uur	0,17	127	252
< 12 uur	0,33	253	503
totaal		887	1.762

Het directe werkgelegenheidseffect is benaderd door werkgelegenheidsgegevens per nieuwe kamer, zoals die zijn vermeld in de enquêtes te hanteren. Hieruit blijkt dat de 750 nieuwe kamers op middellange termijn een kleine 900 arbeidsplaatsen opleveren. De totale toename op lange termijn met ruim 1500 kamers zal een kleine 1800 nieuwe arbeidsplaatsen opleveren. Dit zijn bovendien arbeidsplaatsen voor lager opgeleide werknemers, waar in Zoetermeer de nodige behoefte aan is. Het directe werkgelegenheidseffect in de hotelsector levert daarmee al een bijdrage van ca. 7% aan de werkgelegenheid doelstelling die Zoetermeer zich stelt in de toekomstvisie.

Maar ook indirect zal de hoteluitbreiding de arbeidsmarkt in Zoetermeer stimuleren. Er ontstaat spin off bij plaatselijke toeleveranciers, hotelgasten zullen ook gaan besteden in lokale horeca en detailhandel. Waardevol in dit verband is de directe relatie van hotelcapaciteit met de aanwezigheid van bovenregionaal opererende bedrijven. Deze bedrijven hebben behoefte aan de aanwezigheid van voldoende geschikte hotelcapaciteit op korte afstand. Hoteluitbreiding is een stimulans voor de vestiging van deze bedrijvigheid in Zoetermeer. De daarbij behorende uitbreiding van werkgelegenheid past in de voornoemde visie.

5.3 Instrumentarium

Het gewenste scenario zal niet vanzelf tot stand komen. Het ligt in hoofdzaak op de schouders van de gemeente om een aantal maatregelen te nemen en verder sturend en pro-actief op te treden bij het tot stand brengen van de gewenste situatie.

Het ZKA geeft in het eerder aangehaalde rapport over Haaglanden schematisch aan hoe dit moet worden aangepakt. Met dank aan ZKA wordt daarvan een aan de Zoetermeerse situatie aangepaste samenvatting gegeven in deze paragraaf.

5.3.1 Ruimtelijke ordening

De afdeling Ruimtelijke Ontwikkeling van de gemeente zal aan de hand van dit rapport aan moeten geven, welke locaties in aanmerking komen voor de vestiging c.q. uitbreiding van de gewenste hotels. Tevens moeten daarbij de stedenbouwkundige en juridische randvoorwaarden aan worden gegeven. In voorkomende gevallen zal het bestemmingsplan moeten worden aangepast.

In nieuwe bestemmingsplannen zal rekening moeten worden gehouden met bestaande uitbreidingswensen en reserveringsclaims die uit deze nota naar voren komen.

In verband met de schaalvergrotingstendens moeten ruimtelijke plannen bestaande bedrijven de mogelijk bieden uit te breiden binnen de normen en de geest van deze nota.
Het verdient aanbeveling nieuwe hotels te koppelen aan integrale gebiedsontwikkeling.
Een gerichte locatiescan moet worden uitgevoerd waarin wordt gezien of bestaande c.q. voor de markt te ontwikkelen panden geschikt kunnen worden gemaakt voor de vestiging van een hotel.

5.3.2 Accountmanagement, monitoren en acquisitie

De volgende activiteiten liggen in hoofdzaak bij de onderafdeling Economische Zaken van de gemeente.

Actief aantrekken van bedrijven met een bovenregionaal contactennetwerk.

Actief aantrekken van leisurevoorzieningen en evenementen die meerdaagse bezoeken genereren.

Actief aantrekken van bedrijven met congresfaciliteiten.

Actief werken aan het behoud van bestaande voor hotels aantrekkelijke bedrijven

Actief gewenste hotelketens aantrekken die zich niet uit zichzelf aanmelden.

De komst stimuleren van themahotels (sport, Chinees) die een eigen nieuwe markt openbreken.

De ontwikkelingen binnen de hotelsector in Zoetermeer dienen jaarlijks te worden gemonitord.

Hierbij kan aansluiting worden gezocht op het monitoren dat in Haaglanden zal plaatsvinden. De onderafdeling Economische Zaken is daarbij niet alleen het aanspreekpunt voor de zittende hotels, maar zal ook sturend optreden wanneer de ontwikkelingen strijdig zijn met het vastgestelde beleid. Tevens zal tijdig moeten worden aangegeven wanneer een actualisering van het beleid aan de orde is.

Binnen het monitoren valt ook het volgen en gehoor geven aan wensen van de vraagzijde (bedrijfsleven, VVV, leisurevoorzieningen etc.)

6. Conclusies en aanbevelingen samengevat

Regelmatig worden signalen ontvangen waaruit blijkt dat er veel te weinig hotelcapaciteit is in Haaglanden en in Zoetermeer in het bijzonder. Uitbreiden van het aantal hotelbedden brengt vele voordelen met zich mee, zoals op het gebied van werkgelegenheid en toerisme. Uitbreiden is gewenst, maar de vraag is hoe die uitbreiding er uit moet zien. De nota geeft een antwoord op deze vraag en schetst een binnen het verzorgingsgebied verantwoord hotelaanbod op de middellange- (2005) en lange (2025) termijn.

Het gaat weer goed met de hotels in Nederland. In de afgelopen 8 jaar is de vraag verdubbeld. Net als in de detailhandel heeft de schaalvergroting en ketenvorming toegeslagen. Hotels worden steeds groter en luxer. Nieuwe markten worden opengeboren door naamsbekendheid, exclusieve thema's en de toegenomen welvaart. Alleen de kleinere familiebedrijven, die vooral zitten in het lagere segment (1 en 2 sterren) hebben het moeilijk. Deskundigen verwachten dat de groei zich door zal zetten.

De zakelijke markt is van grote betekenis voor de hotels in Zoetermeer. Nabijheid is belangrijk. Zoetermeerse bedrijven doen eerst een beroep op Zoetermeerse hotels en als dat niet lukt wordt gezocht in een straal van ca. 20 km. daar omheen. Zoetermeer heeft twee viersterren en één driesterren hotel met tezamen 218 kamers. De in de tachtiger en negentiger jaren gebouwde ketenhotels liggen goed bereikbaar langs de A12.

In de omgeving van Zoetermeer hebben Den Haag en Leiden het grootste hotelaanbod. De hotels zijn relatief groot en hebben ook een groei doorgemaakt. Vergeleken met de situatie in Nederland zijn er echter maar weinig hotelkamers en dat geldt zeker voor Zoetermeer. In de vergelijking doen de vier- en de vijfsterrenhotels het erg goed in de regio. Het lagere marktsegment lijkt een forse uitbreiding te kunnen gebruiken. De diversiteit is nu te beperkt. De belangrijkste concurrenten voor Zoetermeer zitten in Den Haag en op de route daar naartoe.

De markt is zich bewust van het tekort aan hotelbedden. Alle Zoetermeerse hotels willen uitbreiden en er zijn vier kandidaten die een hotel willen vestigen in Zoetermeer. In totaal gaat het om een toename van 800 kamers. In Den Haag zijn "harde" plannen voor 500 kamers, in Delft voor 150 kamers en in overig Haaglanden voor 340 kamers. Zoetermeer blijkt daarmee bijzonder aantrekkelijk te zijn voor de hotelmarkt.

De drie Zoetermeerse hotels noteerden in 2000 ca. 80.000 overnachtingen oftewel ca. 6% van de ca. 1,4 miljoen overnachtingen in Haaglanden. De zakelijke klant is veruit het belangrijkste en tekende voor 67% van de overnachtingen. Met 27% blijkt ook de toeristische markt van betekenis. Aan de congresmarkt moet worden gewerkt.

Er is een structureel beddentekort in de drie grootste steden van Nederland en het ziet er niet naar uit dat dit op korte termijn kan worden opgelost. Deskundigen constateren dat er sprake is van overflow van gasten in de drukke periodes naar randsteden als Zoetermeer, die wel de gevraagde capaciteit kunnen bieden. Gebeurt dit adequaat, dan ligt het voor de hand dat een deel van de vraag in die steden zal blijven hangen. Er liggen mogelijkheden voor steden die de uitbreidingen snel kunnen realiseren.

De groei van het aantal overnachtingen in Zoetermeer lag in de negentiger jaren bijna twee keer zo hoog als in Den Haag. Naast overflow was dit ook een gevolg van de sterke groei van voor hotels interessante bedrijven in Zoetermeer. De verwachting van de hoteliers, de VVV's en het bedrijfsleven betreffende de ontwikkeling van het aantal overnachtingen in de toekomst is overwegend hoog gespannen. Dat wordt mede toegeschreven aan de inspanningen die

Zoetermeer levert om voor hotels interessante sectoren als ICT, Bio Life Science en Leisure te huisvesten. Het aantal arbeidsplaatsen in deze sectoren zal de komende jaren sterk toenemen.

De bedbezetting geeft een goede indicatie of vraag en aanbod goed op elkaar zijn afgestemd. In vijf jaar tijd groeide deze enorm, van 32 naar 41%. In Nederland was de bedbezetting toen 46% hetgeen erop wijst dat verdere groei mogelijk is. In Den Haag en Delft lag de groei lager dan in Zoetermeer.

Ook de kamerbezetting, de maat van succes waar de hoteliers mee rekenen, lag in Zoetermeer aanzienlijk hoger dan in de zakenhotels in de Haagse binnenstad. Dit duidt erop dat niet alleen overflow de reden is voor de zakenman om voor Zoetermeer te kiezen in plaats van Den Haag. Met 74% is de kamerbezetting in Zoetermeer te hoog en daarmee slachtoffer van eigen succes. Omdat de spreiding over de week en het jaar nog niet helemaal optimaal is betekent dit dat op 75 tot 100 dagen in het jaar aan klanten nee moet worden verkocht omdat alle kamers bezet zijn. Een betere spreiding en uitbreiding van het aantal kamers moet de oplossing verzorgen.

De verwachte ontwikkelingen op het gebied van vraag en aanbod zijn bepalend voor de toekomstige hotelsituatie in Zoetermeer.

De zakelijke vraag is daarbij van groot belang. De bestaande bedrijven verwachten groei van de vraag. Mede door de inspanningen van de gemeente zal het aantal voor hotels interessante bedrijven de komende jaren fors worden uitgebreid. Ook de bereikbaarheid van Zoetermeer is een sterk punt. De autobereikbaarheid is goed en de bereikbaarheid per trein wordt sterk verbeterd door de komst van een shuttlestation op de HSL-lijn en door randstadrail. Het bedrijfsleven kiest voor een hotel dat dicht bij het bedrijf ligt en een goede kwaliteitsprijsverhouding biedt. Het parkeren moet goed zijn evenals de faciliteiten, de diversiteit en de capaciteit van het aanbod. Het bedrijfsleven dringt met name aan op verbetering van de laatstgenoemde drie punten. Door regelmatig terugkerende boekingsproblemen in en rond Zoetermeer is uitbreiding van het hotelaanbod de meest genoteerde wens in de enquête onder het bedrijfsleven. Het aantal bedden en de diversiteit schieten nu tekort.

De groei van de zakelijke vraag naar hotelbedden zal de komende jaren in Zoetermeer tussen de 5,5 en 7% liggen.

De congresvraag is nu nog relatief beperkt in Zoetermeer, maar de groei die zich in het westen in deze markt gaat voordoen biedt ook Zoetermeerse hoteliers goede mogelijkheden. Ditzelfde geldt voor de toeristische markt, waar overflow, uitbreiding van leisuurevoorzieningen en hotelkamers in Zoetermeer voor een jaarlijkse groei van ca. 3% zal zorgen.

Op basis van het in Zoetermeer aanwezige bedrijfsleven en inwonertal is een ruime verdubbeling van het aantal hotelkamers nu al gewenst. Vooral in het vijfsterren, maar ook in het driesterren en lagere segment zouden met directe ingang nieuwe hotels rendabel kunnen functioneren. De groeiverwachtingen vragen in 2005 om een kameraantal van ca. 560 en in 2025 van ruim 1600.

Om deze uitbreiding te realiseren zal allereerst aan bestaande hotels de mogelijkheid moeten worden geboden om uit te breiden. Dit betreft een toevoeging van 140 kamers. Buiten het reguliere viersterrensegment zijn er op middellange termijn nog legio mogelijkheden voor het vestigen van nieuwe hotels. Dit betreft een 1-sterrenformule van 40 kamers, ca. 30 2-sterrenkamers, een 3-sterrenformule van tenminste 80 kamers, en een 4-sterrenplus of 5-sterrenformule van 80 tot 300 kamers. Na vestiging van deze hotels komen er mogelijkheden voor een Van der Valkbusinesshotel met ca. 150 kamers. Op lange termijn zal in alle segmenten uitbreiding moeten plaatsvinden met bijzondere nadruk op de drie hoogste segmenten. Voor de uitbreidingen op korte en middellange termijn hebben zich al diverse kandidaten aangemeld.

Naarmate het hotel luxer wordt is er minder grondoppervlak per kamer en parkeerplaats nodig. De hogere kamerprijzen maken het realiseren van duurdere hoogbouw en parkeergarages

mogelijk. De komende 10 jaar is ca. 18.500 m² grond nodig en de daarop volgende 15 jaar nog eens ruim 16.000 m².

Met uitzondering van een op sporters gericht themahotel hebben alle hotels een voorkeur voor vestiging op een zichtlocatie langs de A12 of in het Stadshart. De interne hoofdwegenstructuur leent zich ook goed voor vestiging van het 1-, 2- en 3-sterrensegment. Vanuit de hotelontwikkelaars bestaat belangstelling voor locaties als de "Park and Ride"-lus naast het Golden Tulip hotel, de lus Zilverstraat, het kwadrant en het Stadshart.

De beoogde uitbreiding van de hotels levert alleen al binnen de hotelmuren een groot aantal nieuwe arbeidsplaatsen op. Op middellange termijn gaat het om ca. 900 en op lange termijn zelfs om ca. 1800 nieuwe parttime en fulltime arbeidsplaatsen. Tevens zullen er nieuwe banen worden gecreëerd bij bedrijven die een zakelijke relatie onderhouden met de hotels.

Het is vooral de gemeente die pro-actief het gewenste scenario tot stand zal moeten brengen. De afdeling Ruimtelijke Ontwikkeling zal een locatiescan moeten uitvoeren naar nieuwe locaties. Nieuwe bestemmingsplannen moeten worden voorbereid en bestaande aangepast om het gewenste hotelbeeld te kunnen realiseren.

De afdeling Economische Zaken zal met (pro-actief) accountmanagement, monitoren en (internationale) acquisitie moeten zorgen dat de gewenste hotelketens het eindbeeld tot stand brengen dat in de nota is geschetst.

Bijlage 1:

Normaal aantal hotelkamers in Zoetermeer per sector wanneer dit wordt afgestemd op het aantal hotelkamers in Haaglanden en in Nederland per inwoner en per arbeidsplaats.

Hotelkamers in Zoetermeer op basis van kamers per 10.000 arbeidsplaatsen (322514) in Haaglanden exclusief Zoetermeer en het Westland	Aantal kamers in Haaglanden	Aantal kamers per 10000 arbeidsplaatsen	Normaal in Zoetermeer met 42620 banen	Normaal in Zoetermeer met 70000 banen
aantal kamers 1*	207	6,4	27	45
aantal kamers 2*	259	8,0	34	56
aantal kamers 3*	693	21,5	92	150
aantal kamers 4*	1483	46,0	196	322
aantal kamers 5*	588	18,2	78	128
totaal			427	701
Hotelkamers in Zoetermeer op basis van kamers per 10.000 arbeidsplaatsen (6465800) in Nederland	Aantal kamers in Nederland	Aantal kamers per 10000 arbeidsplaatsen	Normaal in Zoetermeer met 42620 banen	Normaal in Zoetermeer met 70000 banen
aantal kamers 1*	5052	7,8	33	55
aantal kamers 2*	10948	16,9	72	119
aantal kamers 3*	25798	39,9	170	279
aantal kamers 4*	26726	41,3	176	289
aantal kamers 5*	6755	10,4	45	73
totaal			496	815
Hotelkamers in Zoetermeer op basis van kamers per 10.000 inwoners in Nederland (15861802)	Aantal kamers in Nederland	Aantal kamers per 10000 inwoners	Normaal in Zoetermeer met 110214 inwoners	Normaal in Zoetermeer met 130000 inwoners
aantal kamers 1*	5052	3,2	35	41
aantal kamers 2*	10948	6,9	76	90
aantal kamers 3*	25798	16,3	179	211
aantal kamers 4*	26726	16,8	186	219
aantal kamers 5*	6755	4,3	47	55
totaal			523	617
Hotelkamers in Zoetermeer op basis van kamers per 10.000 inwoners in Haaglanden exclusief Zoetermeer en het Westland (723808)	Aantal kamers in Haaglanden	Aantal kamers per 10000 inwoners	Normaal in Zoetermeer met 110214 inwoners	Normaal in Zoetermeer met 130000 inwoners
aantal kamers 1*	207	2,9	32	37
aantal kamers 2*	259	3,6	39	47
aantal kamers 3*	693	9,6	106	124
aantal kamers 4*	1483	20,5	226	266
aantal kamers 5*	588	8,1	90	106
totaal			492	580