

# ACTUALISATIE MARKTRUIMTE HOTELS MAASTRICHT

## EINDRAPPORT

Mei 2023 | 's-Hertogenbosch  
Besteknr: G-VT-22100

Opdrachtgever:  *Gemeente Maastricht*

 **GINDER**  
komt het tot leven



# INHOUD

1. Inleiding	3
2. Huidige stand van zaken	8
3. Marktruimte	13
4. Conclusies en aanbevelingen	25
Bijlagen	28
Bronnen en overige opmerkingen	30



# 1 Inleiding



# 1.1 AANLEIDING EN VRAAGSTELLING

## Aanleiding

In 2021 heeft Ginder (voorheen: ZKA Leisure Consultants) de marktruimte voor de hotelmarkt in de gemeente Maastricht in kaart gebracht, aan de hand van gegevens over het jaar 2019 en de eerste inzichten uit de coronapandemie. Conform het gemeentelijke hotelbeleid vindt de actualisatie van de marktruimte voor de gemeente Maastricht tweejaarlijks plaats.

De actualisatie moet plaatsvinden in het licht van de marktontwikkeling, het huidige marktfunctioneren, trends en ontwikkelingen in de sector, in de verschillende marktsegmenten en lokale, regionale en (inter)nationale ontwikkelingen. Hierbij wordt ook rekening gehouden met de gevolgen van de coronapandemie die de afgelopen jaren effect heeft gehad op de hotelsector.

## Vraagstelling

Om tot de gewenste inzichten te komen, is antwoord nodig op de volgende vragen:

- › Welke structuur heeft de hotelmarkt in Maastricht op dit moment en op welke manier heeft deze zich in de afgelopen jaren ontwikkeld (zowel op het vlak van vraag als aanbod)?
- › Over welke marktruimte voor verdere groei van het aantal hotelkamers beschikt de gemeente Maastricht tot en met 2031?



## 1.2 METHODIEK

### Afbakening hotelmarkt

In dit rapport is aandacht voor (de ontwikkeling van) het reguliere, bedrijfsmatig georganiseerde hotelaanbod in Maastricht. Hotels worden hierbij als volgt gedefinieerd: “een accommodatie met minimaal vijf slaapplekken voor logiesverstrekking in overwegend een- en tweepersoonskamers tegen boeking per nacht, waar afzonderlijke maaltijden, kleine etenswaren en dranken kunnen worden verstrekt aan gasten en aan passanten”<sup>(1)</sup>.

Ook hybride concepten die als een hotel worden vermarkt maken deel uit van de definitie. Dit betekent bijvoorbeeld dat de hotelappartementen met een kitchenette (zoals bijv. bij Dormio Resort Maastricht in Hotel De Prins van Oranje) deel uitmaken van het onderzoek.

Andersoortig verblijf, zoals vakantiewoningen (zoals bij Dormio Resort Maastricht), camperplaatsen en Bed & Breakfasts, maakt geen deel uit van de definitie, net als het aanbod aan reguliere woningen dat via particuliere verhuursites als Airbnb en HomeAway wordt aangeboden. Een uitzondering wordt gemaakt voor Bed & breakfasts die gezien hun omvang bedrijfsmatig functioneren. Dat andersoortig aanbod niet in aanbodcijfers wordt opgenomen, houdt niet in dat het effect van het aanbod in het toekomstperspectief buiten beschouwing blijft. Het aanbod is bovendien vaak tijdsafhankelijk en kan juist op piekmomenten voor extra verblijfs capaciteit zorgen in de stad Maastricht. Het biedt ook mogelijkheden om andere markten aan te spreken.

### Methodiek voor huidige marktfunctioneren

Om de huidige stand van zaken van de hotelmarkt kwantitatief in kaart te brengen is in overleg met de gemeente gebruik gemaakt van twee elkaar aanvullende bronnen/methodieken:

- ▶ **Benchmark SAHOT.** Tweeëntwintig hotels in de gemeente Maastricht, allen lid van de Stichting Samenwerkende Hotels Maastricht (SAHOT), participeren in een benchmark van STR waarin bezettingsgraden, gerealiseerde kamerprijzen en de RevPAR (gemiddelde gerealiseerde logiesopbrengst per beschikbare kamer) worden geregistreerd. De gegevens uit de benchmark van Maastricht zijn door SAHOT beschikbaar gesteld en worden als bron gebruikt voor de bepaling van de kamerbezetting en RevPAR. Om de bezettingsgraad te vertalen naar het aantal persoonsovernachtingen heeft Ginder de hotels benaderd met vragen over de marktsegmentatie;
- ▶ **Aanvullende enquêtes Ginder.** Ginder heeft de overige hotels, die geen lid zijn van SAHOT, met een online enquête gevraagd naar de resultaten over het jaar 2022 (kamerbezetting, aantal persoonsovernachtingen, marktsegmentatie, gemiddelde gerealiseerde kamerprijs, RevPAR, herkomst gasten). De online enquête is opgevolgd met telefonische interviews.

De combinatie van beide bronnen geeft een compleet en betrouwbaar beeld van het functioneren van de hotelsector in de gemeente Maastricht in het jaar 2022. Van 79% van de hotelcapaciteit in Maastricht zijn namelijk vraaggegevens bekend. Complicerende factor is de coronapandemie. Zeker in het begin van het jaar 2022 waren er nog maatregelen als gevolg

van de crisis. De hotelvraag was in dat deel van het jaar nog niet op het normale niveau en beïnvloeden daarmee ook de jaarcijfers. Het functioneren van de sector was in 2022 daarmee nog niet vergelijkbaar met een regulier jaar. Later in het jaar keerde de hotelvraag terug naar het reguliere niveau. Ter correctie van de vraaguitval in het eerste kwartaal is gebruik gemaakt van aanvullende bronnen, namelijk hoteldata van het Centraal Bureau voor de Statistiek en gegevens uit de toeristenbelasting.

### Methodiek toekomstperspectief

Het toekomstperspectief voor de Maastrichtse hotelmarkt is aan de hand van diverse invalshoeken, zowel kwantitatief als kwalitatief, verrijkt:

- › **Sessie met SAHOT, KHN, Maastricht Convention Bureau, MECC en Maastricht Marketing**<sup>(1)</sup>. Ginder heeft een sessie belegd met de belangrijkste stakeholders in het toeristisch-recreatieve ecosysteem om uitgebreid door te praten over de huidige stand van zaken en de verwachtingen voor de komende jaren.
- › **Ambtelijke sessie Gemeente Maastricht**<sup>(2)</sup>. Ginder heeft tevens een ambtelijk overleg begeleid waarbij ambtenaren aanwezig waren die zich bezig houden met onderwerpen als projectontwikkeling/vastgoed, economie, congressen, cultuur, binnenstad, evenementen, toeristische woningverhuur en toerisme. Met hen is gesproken over de kansen, uitdagingen en ontwikkelingen die in de stad spelen en potentiële effecten hebben op de hotelvraag.
- › **Telefonisch diepte-interviews met Visit Zuid-Limburg en DSM**. Ginder heeft tevens diepte-interviews uitgevoerd met Anya Niewierrra van Visit Zuid-Limburg over de toeristisch-recreatieve ontwikkelingen op regionaal niveau en met Joris de Beer (general manager DSM) over het

belang van DSM voor de hotelsector in Maastricht in de komende jaren.

- › **Analyse prognoses ontwikkeling economie en marktsegmenten**. Het functioneren van de hotelsector gaat hand in hand met het functioneren van de Nederlandse en internationale economie. Deze heeft invloed op zowel de toeristische als de zakelijke vraag. De meest recente prognoses op nationaal en internationaal vlak (o.m. CPB, economische bureaus Nederlandse banken, branchevertegenwoordigers en stakeholders als NBTC Holland Marketing, ICCA, KLM, UNWTO) zijn in ogenschouw genomen bij het opstellen van scenario's voor de marktruimte.

### Vier scenario's voor marktruimtebepaling

Alle input per marktsegment (toeristisch, zakelijk, MICE) heeft, net als in de vorige editie van het marktruimteonderzoek, geleid tot een viertal scenario's. Dit zijn de scenario's **pessimistisch**, **realistisch**, **realistisch+** en **optimistisch**. Het scenario **realistisch+** heeft betrekking op de situatie waarin de Einsteintelecoop aan Zuid-Limburg wordt toegekend.



## 1.3 LEESWIJZER

De rapportage is als volgt opgebouwd:

- › In **hoofdstuk 2** wordt inzicht gegeven in de huidige stand van zaken. Er is aandacht voor (de ontwikkeling van) het aanbod, de (ontwikkeling van de) hotelvraag, de omvang van de marktsegmenten en overige kenmerken die het functioneren van de hotelsector typeren (zoals bezetting, gerealiseerde kamerprijs en gerealiseerde logiesopbrengst per beschikbare kamer);
- › In **hoofdstuk 3** wordt de marktruimte voor de Maastrichtse hotelmarkt op de middellange termijn (t/m 2031) geraamd. Hierbij worden ontwikkelingen op lokaal en regionaal gekoppeld aan markttrends (toeristisch, economisch) op (inter-)nationaal niveau. De marktruimte wordt uitgedrukt in vier scenario's (realistisch, pessimistisch, optimistisch, optimistisch+);
- › In **hoofdstuk 4** worden conclusies getrokken uit de voorgaande hoofdstukken en worden aanbevelingen geformuleerd voor de Maastrichtse hotelmarkt.

Aan het einde van de rapportage zijn is nog een bijlage toegevoegd, en is een afsluitende lijst met bronnen en aanvullende opmerkingen opgenomen. Naar de bronnenlijst wordt op betreffende pagina's in de rapportage gerefereerd met cijfers, bijvoorbeeld <sup>(1)</sup>.



2

## Huidige stand van zaken



## 2.1 AANBOD

### Omvang en ontwikkeling aanbod

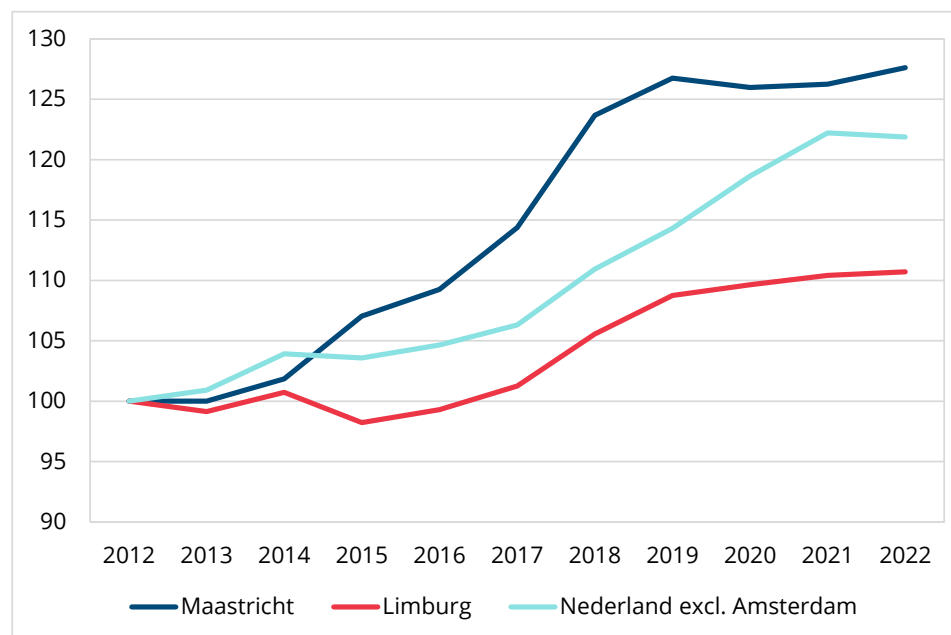
De gemeente Maastricht beschikte aan het einde van het jaar 2022 over 60 hotels met een **capaciteit van 2.824 kamers en 6.082 bedden**<sup>(1)</sup>. De gemiddelde capaciteit per Maastrichtse hotel was daarmee circa 47 kamers en 101 slaapplekken, ofwel 2,15 slaapplekken per kamer. Landelijk is het gemiddelde aantal kamers en slaapplekken per hotel lager, namelijk 35 kamers en 76 slaapplekken. De Maastrichtse hotels zijn gemiddeld gezien dus wat groter dan het landelijke beeld, met de kanttekening dat de andere hotelgemeenten die door het CBS worden gemonitord (Amsterdam, Rotterdam, Haarlemmermeer, Utrecht, Den Haag) sterker van het landelijke beeld (met meer capaciteit per hotel) afwijken<sup>(2)</sup>.

Ten opzichte van de situatie aan het einde van het jaar 2018 is het hotelaanbod per saldo maar beperkt gegroeid, namelijk met 87 kamers (+3,1%) en 256 slaapplekken (+4,4%). De toename is voornamelijk toe te schrijven aan de opening van enkele kleinschalige hotels en (kleinschalige) uitbreidingen bij bestaande hotels. Ten opzichte van de landelijke hotelmarkt is het groeitempo van de Maastrichtse hotelmarkt afgezwakt, maar ten opzichte van Limburg niet.

### Openstelling in 2022 nog beïnvloed door coronapandemie

Enkele kleinschalige hotels hebben aangegeven in de maand januari nog gesloten te zijn geweest in verband met de coronalockdown en de maatregelen die in deze periode nog golden. De capaciteit is dus in sommige periodes van het jaar kleiner geweest.

### HUIDIGE STAND VAN ZAKEN



**Figuur 2.1. Ontwikkeling aanbod in kamers (in indexcijfers, 2012=100)**

Bronnen:

- Maastricht: Gemeente Maastricht, afgestemd met gemeente Maastricht en bewerkt door Ginder
- Limburg en Nederland: Centraal Bureau voor de Statistiek, bewerking Ginder



## 2.2 VRAAG

### Vraagherstel na eerste kwartaal 2022

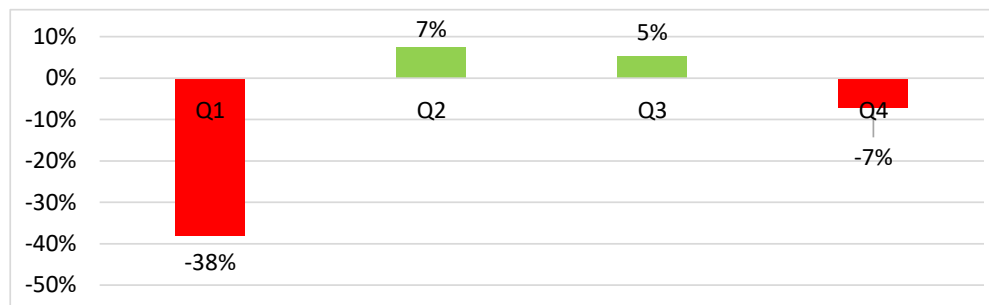
In januari 2022 hadden Nederland en vele andere landen nog te maken met lockdowns en beperkingen op het vlak van reizen. Bovendien werd kunstbeurs TEFAF uitgesteld van maart tot juni. Om deze twee redenen bleef de hotelvraag in het eerste kwartaal fors achter op het niveau van 2019, en profiteerde de sector licht in het tweede kwartaal.

Het aantal overnachtingen in Maastrichtse hotels bleef op jaarbasis door dat fors lagere eerste kwartaal ook achter. Op basis van twee methodieken en bronnen (benchmark STR en eigen enquête Ginder) is het aantal kamernachten in Maastricht geraamd<sup>(1)</sup>. In 2022 nam het aantal kamernachten af (ten opzichte van het jaar 2019) tot 685.100 (-5%). Uiteraard lag het aantal kamernachten wel op een hoger niveau dan in het eerste jaar van de coronapandemie, 2020 (+54%).

### Aantal persoonsovernachtingen in hotels was bijna 1,15 miljoen in 2022

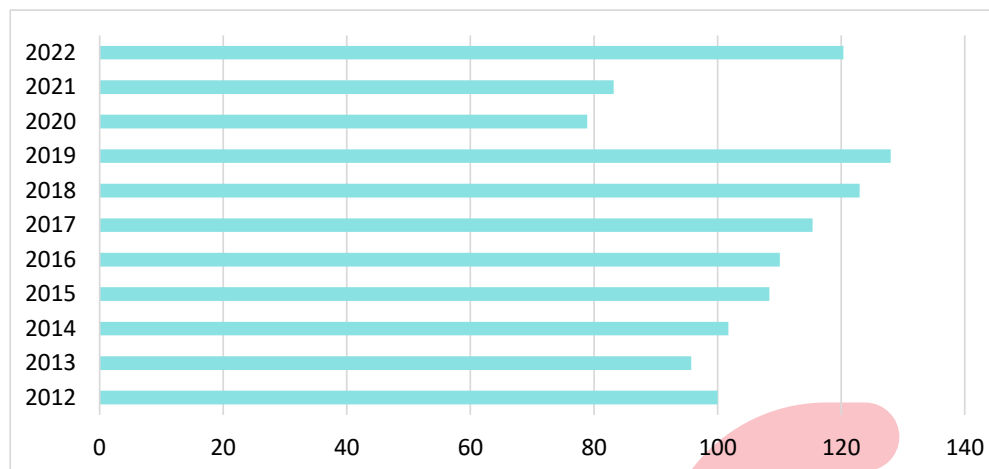
Op basis van de marktsegmenten die de Maastrichtse hotelsector trekt, is het aantal persoonsovernachtingen te ramen. In 2022 was het aantal persoonsovernachtingen in Maastrichtse hotels 1.128.700, ofwel circa 5% lager dan in 2019 en circa 43% hoger dan in 2020. Het aantal persoonsovernachtingen daalde ongeveer even hard als het aantal kamernachten. De figuur rechts laat de ontwikkeling van de toeristenbelasting (op basis van verblijf in hotels 1 t/m 5 sterren) zien (met voorlopige cijfers voor het jaar 2022). De daling in Q1 is procentueel fors, maar is ook het kwartaal met doorgaans het laagste aantal persoonsovernachtingen. De ontwikkeling komt sterk overeen met de resultaten uit de enquête.

### HUIDIGE STAND VAN ZAKEN



**Figuur 2.2. Ontwikkeling persoonsovernachtingen in hotels in Maastricht, 2019-2022**

Bron: Gemeente Maastricht, bewerking Ginder. De gegevens over 2022 zijn voorlopige cijfers.



**Figuur 2.3. Ontwikkeling aantal persoonsovernachtingen in hotels in Maastricht, in indexcijfers en o.b.v. toeristenbelasting (2012=100)**

Bron: Gemeente Maastricht, bewerking Ginder. De gegevens over 2022 zijn voorlopige cijfers.

### Zakelijk en MICE bleven nog achter ten opzichte van pre-coronajaren

In 2019 was nog ongeveer 42% van de vraag afkomstig uit de reguliere zakelijke markt en de MICE-markt. Deze markten kwamen door de coronapandemie stevig onder druk te staan. Uit de tabel rechts blijkt dat het herstel van deze markten in 2022 nog niet volledig was. De congresmarkt kwam in de loop van het jaar 2022 op gang, maar het kost tijd om weer in oude patronen terug te keren. Bovendien duurt het enkele jaren om de verbouwing van MECC Maastricht te verzilveren in de congresmarkt.

Het toerisme bleef het afgelopen jaar met andere woorden dus een belangrijke markt voor de Maastrichtse hotels. De cijfers die Ginder heeft verzameld zijn in lijn met de cijfers van het CBS<sup>(1),(2)</sup>.

### Grotere afhankelijkheid van binnenlandse markt tijdens crisis

Tijdens de coronapandemie was reizen naar het buitenland lastiger en om die reden nam het aandeel Nederlandse gasten fors toe, tot meer dan 80%. In 2022 ontvingen de Maastrichtse hotel ook nog relatief meer Nederlandse gasten dan in 2019, maar was het verschil met pre-coronajaren aanmerkelijk kleiner. De Duitse en Belgische markt heeft zich, afgaande op de antwoorden van de hoteliers, redelijk hersteld. Groot-Brittannië en de intercontinentale markt bleven wel nog achter ten opzichte van de pre-coronajaren.

	2022	2020	2019	2018
Toeristisch	62%	76%	58%	52%
Zakelijk	25%	16%	24%	26%
MICE	13%	8%	18%	22%

**Tabel 2.1. Aandeel marktsegmenten in hotelvraag**

	2022	2020	2019	2018
Nederland	62%	82%	54%	55%
Duitsland	14%	5%	17%	13%
België	14%	8%	15%	15%
Groot-Brittannië	2%	2%	6%	5%
Overig Europa	6%	2%	5%	8%
Overig wereld	2%	1%	5%	4%

**Tabel 2.2. Aandeel herkomstmarkten in hotelvraag**

## 2.3 MARKTFUNCTIONEREN

Het functioneren van de hotelmarkt is het samenspel tussen vraag en aanbod. De combinatie van kamerbezetting, gemiddelde gerealiseerde kamerprijs (ADR) en de gemiddelde gerealiseerde logiesopbrengst per beschikbare kamer (RevPAR) bepalen hoe de hotelmarkt daadwerkelijk functioneert.

### **Kamerbezetting laag, gemiddelde gerealiseerde kamerprijs hoog**

De hotelvraag was met name in het eerste kwartaal van 2022 lager dan in pre-coronajaren. De hotelkamers waren in die periode niet zo goed bezet als in sommige andere jaren. Op jaarniveau kwam de bezetting uit op ruim 65%. Het samenspel met de gemiddelde gerealiseerde kamerprijs bepaalt mede hoe dit bezettingsniveau doorwerkt op de exploitaties van de hotels. Deze was met bijna € 113,- (excl. BTW, excl. ontbijt) hoger dan in 2019 (toen € 103,-). De lagere bezetting op jaarniveau werd dus gekoppeld aan een hogere kamerprijs, maar deze gemiddelde gerealiseerde kamerprijs steeg in Maastricht minder hard dan op landelijk niveau<sup>(1)</sup>. Uit gesprekken met hoteliers is naar voren gekomen dat er weinig tot geen dagen zijn geweest in 2022 waarop alle kamers bezet waren. Op drukke momenten, zoals tijdens de populaire evenementen en beurzen, zijn de hotels in staat een hoge kamerprijs te vragen, maar deze is niet altijd volledig in lijn met de kwaliteit van het product. Zeker op minder gunstige locaties is hier sprake van, en dat zorgt automatisch ook voor prijsconcurrentie voor de hotels op betere locaties. Er is te weinig zakelijke vraag om prijsconcurrentie te voorkomen. Mogelijk worden door geldend hotelbeleid hotels niet uitgedaagd om te investeren, waardoor de prijs-kwaliteitverhouding onder druk kan komen te staan.

HUIDIGE STAND VAN ZAKEN

### **RevPAR licht gestegen, maar blijft achter bij inflatie**

De gemiddelde gerealiseerde logiesopbrengst per beschikbare kamer (RevPAR) komt, gegeven deze cijfers, op bijna € 74,- uit. In 2018 en 2019 was de RevPAR respectievelijk € 67,- en € 72,-. De RevPAR is dus iets hoger dan in de jaren voor de pandemie, maar de groei blijft achter ten opzichte van bijvoorbeeld de inflatie. Gestegen kosten voor arbeid, energie en inkoop zorgen ervoor dat hotels tegenwoordig een hogere RevPAR nodig hebben om voldoende financiële middelen over te houden voor de noodzakelijke herinvesteringen. Er zijn signalen dat, onder invloed van de coronapandemie, enkele partijen de keuze hebben gemaakt om de noodzakelijke investeringen uit te stellen. Dit kan op de middellange termijn vitaliteitsproblemen geven. De prijs-/kwaliteitsverhouding kan dan meer uit balans komen of er ontstaat meer noodzaak voor een scherpere prijsconcurrentie.

De verwachtingen van de meeste partijen zijn wel voorzichtig positief. Zonder de coronapandemie kunnen de hotels een normaal jaar gaan draaien. Wel blijft de afhankelijkheid van de evenementen van André Rieu een risico, zeker op de middellange termijn.



# 3 Marktruimte



## 3.1. INLEIDING

In dit hoofdstuk is aandacht voor de marktruimte op de Maastrichtse hotelmarkt. De raming heeft betrekking op de periode tot en met 2031. Als basis voor de raming geldt het huidige marktfunctioneren en de verwachtingen per marktsegment voor de komende jaren.

Om dit beeld scherp te krijgen is niet alleen deskresearch uitgevoerd naar belangrijke economische indicatoren voor de komende jaren, maar zijn ook sessies belegd met de sector (vertegenwoordigd door SAHOT, KHN, MECC Maastricht, Maastricht Convention Bureau en Maastricht Marketing) en met de gemeente. Tevens zijn aanvullende interviews uitgevoerd met DSM en Visit Zuid-Limburg. Alle lokale, regionale, nationale én internationale ontwikkelingen die van invloed kunnen zijn op de hotelvraag zijn daarmee in beeld gebracht (3.2.).

Vervolgens wordt het ontwikkelperspectief per marktsegment beredeneerd (3.3.) en de marktruimte geraamd (3.4.). Bij de marktruimtebepaling wordt rekening gehouden met het marktfunctioneren van het aanbod en met de coronapandemie die in de afgelopen jaren zijn weerslag heeft gehad op de hotelsector.

### **Viertal scenario's voor marktruimte**

In dit rapport worden vier scenario's uitgewerkt:

- Pessimistisch scenario;
- Realistisch scenario;
- Realistisch+ scenario;
- Optimistisch scenario.

In het eerste kwartaal van 2022 ondervond de hotelmarkt negatief impact door de beperkingen als gevolg van de coronacrisis. Dit heeft geresulteerd in minder hotelvraag in dit eerste kwartaal. Voor de scenario's hebben we deze achterblijvende hotelvraag in het eerste kwartaal gecorrigeerd aan de hand van aanvullende data (CBS, toeristenbelasting gemeente Maastricht). In de groeiprognoses per marktsegment is rekening gehouden met de gevolgen die de hotels in de afgelopen jaren hebben ondervonden van de coronapandemie.



## 3.2. ONTWIKKELINGEN KOMENDE JAREN

### Toeristisch marktsegment

#### Sectoraal

- › NBTC Holland Marketing ging in haar perspectief op het jaar 2030 nog uit van een binnenlandse groei van het toerisme van gemiddeld 1,9% per jaar en een buitenlandse groei van gemiddeld 3,7% per jaar<sup>(1)</sup>. Ook de Wereld Toerisme Organisatie van de Verenigde Naties (UNWTO) was positief, met een verwachte groei van 3 tot 4%<sup>(2)</sup>. Door de coronapandemie is er echter een periode van forse terugval geweest. In 2022 waren de eerste tekenen van herstel zichtbaar.
- › Het UNWTO verwacht dat in delen van Europa in 2023 het toerisme terugkeert op het niveau van vóór de coronapandemie. Wel verwacht het UNWTO dat gasten onder invloed van economische ontwikkelingen op de prijzen zullen letten en vaker dicht bij huis zullen blijven<sup>(3)</sup>. Deze ontwikkeling blijft naar verwachting ook voor de eerstvolgende jaren relevant, gezien de ontwikkeling op belangrijke economische indicatoren (o.m. hoge inflatie, teruglopende groei BBP).
- › NBTC Holland Marketing is positiever: de verwachting is dat het verblijfstoerisme in 2023 in Nederland 7% boven het niveau van 2019 uit zal komen. Het inkomend toerisme blijft nog steeds licht achter op het niveau van 2019, maar dat wordt gecompenseerd door het binnenlands toerisme<sup>(4)</sup>. Op de middellange termijn verwacht het NBTC dat de groei zoals geschetst in Perspectief 2030 weer terugkeert, ook al liggen enkele economische en geopolitieke onzekerheden op de loer.

#### Regionaal en lokaal<sup>(5)</sup>

- › Op lokaal niveau blijft het bezoek aan de binnenstad van Maastricht voorlopig nog achter op het pre-coronaniveau. Er is een campagne ingezet om het Duitse bezoek te herstellen.
- › De disbalans tussen toeristisch bezoek in het weekend en doordeweeks blijft in de komende jaren. De hotelsector ziet wel steeds meer *digital nomads* doordeweeks komen, die werk met ontspanning combineren. Ook de seniore bezoeker weet Maastricht beter doordeweeks te vinden. Naar verwachting zet deze ontwikkeling zich in de komende jaren door en kan daarmee voor iets meer weekspreading zorgen. Maastricht Marketing zet met een campagne gericht op de cultuurbezoeker hier ook op in.
- › Er is een uitdaging voor het aantrekken van grote, terugkerende evenementen. Naast André Rieu en Magisch Maastricht kent Maastricht meer beeldbepalende evenementen, zoals Amstel Gold Race (contract nog voor 4 jaar) en Tefaf (contract voor de komende 10 jaar). Het is zaak om voldoende vernieuwing te blijven bieden.
- › Verder inzetten op culturele programmering wordt als kans gezien. Dat gebeurt onder meer door de uitbreiding van bestaande culturele evenementen (zoals Festival MAAS!, Nederlandse Dansdagen). Deze zorgen op bepaalde momenten in het jaar voor extra vraag.
- › Op regionaal niveau zijn er diverse ontwikkelingen, zoals een gebiedsontwikkeling in België (fietshangbrug, fietsen door de grotten, ontwikkeling mergelgroeves) en toeristisch-recreatieve ontwikkelingen rondom het RivierPark Maasvallei. Naar verwachting zijn de effecten op de hotelsector in Maastricht beperkt, daar de verschillende gebieden in Zuid-Limburg hun eigen gast hebben die in lokale accommodaties verblijven.

## Zakelijk marktsegment

### Sectoraal

- › De ontwikkeling van de zakelijke hotelvraag is sterk afhankelijk van de ontwikkeling op de belangrijkste economische indicatoren. In de meest recente actualisatie van de verkenning op middellange termijn (CEP 2022, maart 2022) heeft het Centraal Planbureau (CPB) voorspeld dat de groei van het bruto binnenlands product in de periode 2026-2030 terugvalt ten opzichte van de periode 2022-2025<sup>(1)</sup>.
- › De geopolitieke onrust die sindsdien (na bovengenoemde verkenning van CEP, maart 2022) is uitgebroken heeft een verder beslag op de binnenlandse en buitenlandse economische prestaties gelegd. Het CPB verwacht voor 2023 en 2024 een lagere groei (namelijk 1,6% en 1,4%)<sup>(2)</sup>. ABN Amro is nog iets negatiever over de groei in de eerstvolgende jaren<sup>(3)</sup>.
- › De hoge inflatie leidt tot gedragsveranderingen bij consumenten en bedrijven. De verwachting is wel dat de inflatie in de komende jaren terugzakt naar een niveau rond 3%<sup>(4)</sup>. Ook op de middellange termijn verwacht het CPB een stijging van de rente.
- › De verwachtingen voor de economie in de Eurozone zijn vergelijkbaar met de verwachtingen voor Nederland. De ontwikkeling van de energieprijzen hebben wel een grote invloed op de prognose. Als deze wederom fors stijgen, dan zal de verwachte groei lager uitvallen (tot zelfs krimp)<sup>(5)</sup>.

### Regionaal en lokaal<sup>(6)</sup>

- › Steeds meer bedrijven kiezen in de nasleep van de coronapandemie voor een (hoofd-)kantoor als ontmoetingsplek, vlakbij hotels, stations, restaurants en bij voorkeur in een historische omgeving. De komst van DSM naar Maastricht is ook in dat licht te bezien en meer (kleinere) bedrijven zijn hier mee bezig. Dit zal voor iets meer zakelijke vraag gaan zorgen, maar het effect is voorlopig nog niet te overschatten.
- › Digitaal en op afstand werken is bij steeds meer bedrijven gemeengoed geworden. Het aantal werknemers dat voor een zakelijke afspraak het vliegtuig, auto of OV neemt en blijft overnachten, is daarom gedaald ten opzichte van de jaren voor de coronapandemie.
- › De geplande gebiedsontwikkeling op de Health Campus is nog niet echt van de grond gekomen. De hoop is dat hieraan in de komende jaren wel een impuls kan worden gegeven.
- › Maastricht dingt mee naar de vestiging van EIPA, een instituut dat overheidsfunctionarissen traint. Als Maastricht hierin slaagt, dan zorgt dit twee keer per jaar (ieder een periode van vijf maanden) voor zakelijke vraag van diplomaten. De uitkomst van dit traject is over een paar maanden bekend.
- › In 2025 wordt een beslissing genomen over de toekenning van de Einsteintelecoop. Indien de toewijzing aan Zuid-Limburg is, zullen grote aantallen wetenschappers en hun gezinnen zich in de regio vestigen. Dat heeft ook automatisch gevolgen voor de zakelijke vraag in Maastricht. Dit effect speelt meer op de middellange termijn, al is ook in de voorfase een bescheiden impuls voor de zakelijke vraag te verwachten. Deze impuls blijft naar verwachting aanwezig in Maastricht ongeacht de Einsteintelecoop uiteindelijk wel/niet naar Zuid-Limburg komt.

## MICE-marktsegment

### Sectoraal

- › Wereldwijd zijn de verwachtingen voor de congresmarkt voor de komende jaren verbeterd. In de Verenigde Staten wordt in 2023 een groei van de congresmarkt ten opzichte van 2019 van 6% verwacht, in 2024 zelfs 29%<sup>(1)</sup>.
- › Ook in Europa is de sector aanmerkelijk positiever dan in het afgelopen jaar, de verwachting is dat het aantal deelnemers in 2023 of 2024 terugkeert op het niveau van het jaar 2019<sup>(2)</sup>.

### Regionaal en lokaal<sup>(3)</sup>

- › In de afgelopen jaren is het MECC Maastricht verbouwd. De capaciteit is toegenomen van 3.000 naar 5.000 bezoekers. De markt voor allergrootste congressen is echter een lastige markt. Het MECC heeft ook mogelijkheden om meerdere congressen gelijktijdig in te plannen.
- › Herstel van de coronapandemie is langzamerhand zichtbaar, maar het kost tijd. Leadtime voor nieuwe congressen is ongeveer drie jaar, hierdoor komt de nieuwe aanwas vooral pas vanaf 2025. De gestelde ambities kunnen nog gehaald worden, maar er is ook veel (internationale) concurrentie.
- › De aanwas van congressen in sommige sectoren lijkt wel achter te blijven, zoals in de sector life sciences. Daar zijn hybride congressen nog steeds belangrijk, en mede door hoge(re) kosten en klimaatbewustzijn komt reizen voor congressen minder voor.
- › In het coalitieakkoord van het College is ook meer geld gereserveerd

- voor het Maastricht Convention Bureau (MCB). Dit moet ervoor zorgen dat in de komende jaren meer congressen (bijvoorbeeld rondom Brightlands Chemelot Campus) naar de stad worden gehaald.
- › Vanuit de congresmarkt zijn kritische geluiden over het niveau van de Maastrichtse hotels te horen. Een deel van de vraag spitst zich toe op de vijfsterrenmarkt, hiervoor biedt Maastricht onvoldoende. Ook zijn er relatief weinig hotels waarbij bijvoorbeeld 200 kamers vast te zetten zijn.
  - › Tegelijkertijd zijn de randvoorwaarden in Maastricht in principe in orde. Restaurants zijn op loopafstand van hotels, daarbij beschikt de stad over drie sterrenrestaurants en vijf restaurants met een Bib Gourmand<sup>(4)</sup>.
  - › De beslissing over de toekenning van de Einsteintelecoop is ook voor de Maastrichtse MICE-markt zeer belangrijk. De verwachting is dat bij toekenning Maastricht over diverse congressen kan rekenen.



## 3.3. PERSPECTIEF PER MARKTSEGMENT

In deze paragraaf wordt het ontwikkelperspectief van de drie marktsegmenten (toeristisch, zakelijk, MICE) toegelicht, alsmede de vier scenario's.

In tabel 3.1. rechts zijn de verwachte groeipercentages per marktsegment en per scenario opgenomen. Deze prognoses hebben betrekking op de jaarlijkse groei van het aantal kamernachten per marktsegment. De ontwikkelingen beschreven in de vorige paragraaf vormen de basis voor de prognose. Ook is rekening gehouden met:

- een herstelperiode als gevolg van de coronapandemie (met effecten op de hotelvraag in 2020, 2021 en Q1 2022), om de vitaliteit van de Maastrichtse hotels op de langere termijn op peil te houden.
- de effecten van andersoortig aanbod. De gemiddelde toerist boekt doorgaans een overnachting in een hotel, maar effecten van de bungalowsector en B&B-markt zijn niet uit te sluiten. Zeker op piekmomenten, bijvoorbeeld tijdens evenementen, vormt andersoortig aanbod een alternatief voor verblijf in Maastricht. Dan gaat het niet alleen om reguliere vakantiewoningen en B&B's, maar ook om woningen die toeristisch verhuurd worden. Uit een onderzoek naar toeristische woningverhuur werd duidelijk dat vlak voor de uitbraak van de coronapandemie (in de jaren 2017, 2018 en 2019) bijna 600 woningen minimaal één keer per jaar toeristisch verhuurd worden<sup>(1)</sup>. Tijdens de coronapandemie (in 2021) daalde dit aantal naar 409. Bij voldoende regulering blijft het effect naar verwachting bescheiden. De gemeente Maastricht wil met de huisvestingsverordening (die geldt vanaf 1 oktober 2022) meer zicht en grip houden op de toeristische woningverhuur.

Onderstaand worden de prognoses per scenario's toegelicht, inclusief beweegredenen.

### Pessimistisch scenario

In het pessimistische scenario hanteren we de volgende uitgangspunten:

- De **toeristische markt** blijft zeer belangrijk voor Maastricht in de komende jaren. Het is nog onzeker is of alle beeldbepalende evenementen, die een grote invloed hebben op het



Scenario	Toeristisch	Zakelijk	MICE
Pessimistisch	1,25%	0,25%	1%
Realistisch	2%	0,75%	2%
Realistisch+	2%	2%	3%
Optimistisch	2,75%	1,25%	3%

**Tabel 3.1. Prognose gemiddelde groei per marktsegment en scenario t/m 2031**

Dit betreft de groei van het aantal kamernachten per marktsegment per jaar. De groeiprognoses zijn bepaald aan de hand van verwachte ontwikkelingen op (inter-)nationaal, regionaal en lokaal niveau. Voor de groei van de zakelijke hotelvraag is de prognose van de economische groei bijvoorbeeld een goede voorspeller. Landelijke voorspellingen worden vertaald naar de Maastrichtse context, rekening houdend met hoe Maastricht op de diverse marktsegmenten presteert en welke ontwikkelingen er zijn.

functioneren van de hotelmarkt, gedurende deze periode behouden blijven en/of met vergelijkbare evenementen worden vervangen. Bovendien staan er geen grootschalige ontwikkelingen op stapel die Maastricht op de voorgrond plaatsen en zorgen voor substantiële toeristische vraaggroei. De groeimogelijkheden schatten we hierdoor beperkt in.

- › Wat betreft de **zakelijke markt** verwachten we in het pessimistische scenario een zeer bescheiden groei, onder invloed van de licht terugvallende economische groei en ontwikkelingen die structureel de zakelijke hotelvraag beïnvloeden, zoals digitaal vergaderen. Er komen weliswaar nieuwe hoofdkantoren naar Maastricht, maar die worden vooral ingezet als ontmoetingsplaats voor werknemers en zijn ook verplaatsing van bestaande vestigingen in Zuid-Limburg (met slechts een beperkte vraaggroei voor de Maastrichtse hotels tot gevolg).
- › Op de **MICE-markt** verwachten we in dit scenario een lichte groei. Langzaam maar zeker slaagt MECC Maastricht erin om meer congressen, beurzen en evenementen aan zich te binden, met name in latere fases.

### Realistisch scenario

Het realistische scenario is gestoeld op de volgende uitgangspunten:

- › In het realistische scenario gaan we ervan uit dat de **toeristische markt** blijft groeien. De huidige beeldbepalende evenementen blijven nog zeker enkele jaren bijdragen aan de hotelvraag in Maastricht. Bij het wegvallen van beeldbepalende evenementen worden er voldoende alternatieven ontwikkeld, evt. in relatie tot cultuur. De groei is wel lager dan elders in het land.

### MARKTRUIMTE

- › Voor de **zakelijke markt** gaan we uit van een kleine plus van 0,75% procent per jaar. De groei is voornamelijk het gevolg van de economische groei op (inter-)nationaal niveau, die ondanks de status van digitaal vergaderen, voor iets meer hotelvraag zorgt.
- › Op de **MICE-markt** verwachten we in dit scenario dat congressen, beurzen en evenementen zich zullen herstellen en onder invloed van de uitbreiding van het MECC zeker op termijn (2025/2026) meer grootschalige evenementen en/of vaker meerdere evenementen tegelijkertijd plaats zullen vinden.

### Realistisch+ scenario

Het Realistisch+-scenario is gekoppeld aan de toekenning van de Einsteintelecoop aan Zuid-Limburg. Dit zou een sterk stimulerend effect hebben voor de **zakelijke en MICE-markt**. De bouw van de telescoop net als de komst van extra bedrijven in de voetsporen van de telescoop dragen hier aan bij. De combinatie van bedrijfsleven en wetenschap leidt ook tot meer MICE-vraag. Naar verwachting is het effect op de toeristische markt niet substantieel.

### Optimistisch scenario

In het optimistische scenario gaan we uit van deze uitgangspunten:

- › Op de **toeristische markt** verwachten we in dit scenario een groei van 2,75% per jaar. Dit is onder voorwaarde dat in Maastricht op termijn een structurele (dagtoeristische) trekker wordt toegevoegd die het in zich heeft om 100.000 of meer bezoekers per jaar te trekken, en die aansluit op de andere bezoekmotieven in de stad. Deze vernieuwing zorgt ervoor dat zowel Nederlandse als buitenlandse toeristen de stad (weer) vaker weten te vinden.

- › Voor de **zakelijke markt** gaan we ervan uit dat fysiek ontmoeten van zakelijke relaties weer vaker gaat plaatsvinden. Bovendien weet Maastricht in dit scenario nog enkele bedrijven aan zich te binden die het gehele jaar zorgen voor (inter-)nationale bezoekers.
- › Op de **MICE-markt** verwachten we in dit scenario een herstel met meer grootschalige en middelgrote congressen, onder invloed van de uitbreiding van het MECC. Deze congressen vinden voornamelijk fysiek plaats, de invloed van hybride congressen neemt af. Dit zorgt structureel voor meer hotelvraag op doordeweekse dagen in Maastricht en voor een hogere RevPAR.



## 3.4. MARKTRUIMTE T/M 2031

### Uitgangssituatie

De hotelvraag in het jaar 2022 wordt beïnvloed door de coronalockdown in het begin van het jaar. In het vorige hoofdstuk is aangetoond dat in het eerste kwartaal de hotelvraag meer dan 30% achterbleef ten opzichte van het jaar 2019. Zoals in dit hoofdstuk is aangegeven, is de verwachting dat de hotelvraag zich vanaf dit jaar herstelt tot op minstens het niveau van het jaar voor de coronapandemie (2019). Om deze redenen is het aantal kamernachten in het afgelopen jaar (circa 685.000) geen goede basis voor de raming van de marktruimte.

Er is daarom een aangepast aantal kamernachten gehanteerd, op basis van de vraag in het derde en vierde kwartaal<sup>(1)</sup>. De keuze hiervoor is toegelicht in het kader rechts. De vraag bleek in deze kwartalen in 2022 1% lager te zijn dan in 2019. Dezelfde afwijking is toegepast op het eerste kwartaal in 2022. Het geraamde potentieel voor het eerste kwartaal in 2022 is dus hoger dan het feitelijk gerealiseerde aantal overnachtingen in die periode (door de coronabeperkingen). Dat geeft een potentieel aan bijna 735.000 kamernachten als het jaar 2022 volledig coronavrij was gebleven. Hierbij gaan we ervan uit dat de extra vraag relatief vaker in het zakelijke en MICE-segment terecht gekomen was.

In de tabel rechts is het uitgangspunt per marktsegment opgenomen. Het aantal kamernachten in het toeristische marktsegment is het grootst.

Marktsegment	Aantal kamernachten
Toeristisch	452.074
Zakelijk	183.455
MICE	99.173
<b>Totaal</b>	<b>734.702</b>

**Tabel 3.2. Gecorrigeerd aantal kamernachten Maastricht**

### Hoe is het potentiële aantal kamernachten geraamd?

- Op basis van het derde en het vierde kwartaal van afgelopen jaar is een correctie uitgevoerd voor het eerste kwartaal van 2022. De keuze voor deze twee kwartalen is gestoeld op twee argumenten:
  1. in deze perioden (derde en vierde kwartaal) was op het vlak van reizen en zakelijk verblijf weer meer sprake van het 'oude normaal'.
  2. TEFAF is doorgaans zeer belangrijk voor Maastricht in Q1. TEFAF vond in 2022 in Q2 plaats, wat in die periode voor extra vraag zorgde. Dit is reden om Q2 niet in de vergelijking op te nemen en de focus op Q3 en Q4 te houden.
- Het aantal overnachtingen in Q3 en Q4 is vergeleken met het aantal overnachtingen in die kwartalen in het jaar 2019. Hiervoor zijn gegevens van de gemeentelijke toeristenbelasting gebruikt<sup>(2)</sup>. Het verschil in overnachtingen in deze twee kwartalen in 2022 en in 2019 is toegepast op Q1.

### Norm kamerbezetting 65 tot 70%

De marktruimte voor hotelkamers in Maastricht wordt geraamd door het gecorrigeerde aantal kamernachten van afgelopen jaar naar het niveau van 2031 te vertalen, op basis van de groeiprognoses uit de vorige paragraaf. Het resulterende aantal kamernachten wordt vervolgens vertaald naar het aantal benodigde kamers aan de hand van een normatieve kamerbezetting.

Net als bij vorige metingen hanteren we een normatieve kamerbezetting van 65% tot 70%. Eerder stelden we vast dat de bezetting lager was afgelopen jaar, maar de gemiddelde prijs voor een verhuurde kamer relatief hoog in vergelijking tot eerdere jaren. Bezetting en prijs zijn twee aspecten die samen bepalen of hotels in staat zijn te blijven vernieuwen en dus een duurzame, toekomstbestendige exploitatie te voeren. Per hotel is de uitgangssituatie anders. Wel geldt dat de coronapandemie de reserves van alle bedrijven heeft aangetast, waardoor deze normatieve kamerbezetting nodig zal zijn om het hotelproduct vitaal te houden.

### Marktruimte t/m 2031 588 kamers in realistisch scenario

In de tabel rechts is de marktruimte tot en met 2031 voor de Maastrichtse hotelmarkt geraamd. In het realistische scenario gaan wij uit van een marktruimte van 588 kamers. In het pessimistische scenario is de ruimte kleiner (namelijk 371 kamers), in het optimistische scenario een flinke ruimte (namelijk 818 kamers). In het huidige aantal kamers is rekening gehouden met één hotel dat op dit moment gesloten is wegens verbouwing maar dit of volgend jaar weer open gaat en met een omrekenfactor voor The Green Elephant<sup>(1)</sup>.

#### MARKTRUIMTE

	Pessimistisch	Realistisch	Realistisch+	Optimistisch
Kamernachten 2031	801.639	855.007	888.914	911.647
Benodigd aantal kamers	3.258	3.475	3.613	3.705
Huidig aantal kamers	2.887	2.887	2.887	2.887
<b>Marktruimte</b>	<b>371</b>	<b>588</b>	<b>726</b>	<b>818</b>
Harde planvoorraad	246	246	246	246
<b>Resterende marktruimte</b>	<b>125</b>	<b>342</b>	<b>480</b>	<b>572</b>

**Tabel 3.3. Marktruimte per scenario t/m 2031**

De marktruimte in het realistisch+-scenario is geraamd op 726 kamers. Dat is 138 kamers meer dan in het realistische scenario. De extra ruimte die ontstaat kan pas op het moment dat de Einsteintelecoop wordt toegewezen aan Maastricht worden ingezet, mede omdat het enkele jaren zal duren voordat overige bedrijvigheid ook haar weg naar Maastricht heeft weten te vinden.

De scenario's laten de opnamecapaciteit voor nieuwe hotelinitiatieven zien. Het betreft hier reguliere vraag, dus vraag die sowieso in Maastricht zou terecht komen, ook als er geen nieuwe hotelinitiatieven aan de markt worden toegevoegd. Met nieuwe initiatieven is ook additionele vraag te genereren, ofwel vraag die anders niet in Maastricht terecht zou komen. Het gaat hierbij om onderscheidend concepten die nog niet of onvoldoende in Maastricht voorkomen.

### **Marktruimte ruim 300 kamers na aftrek planvoorraad ca. 246 kamers**

In bijlage 1 is in het kort een overzicht van de harde planvoorraad voor hotels opgenomen. Het totale aantal kamers in de planvoorraad bedraagt op dit moment 290 kamers (opgave gemeente Maastricht). Hiervan behoren 246 kamers tot het reguliere deel van de harde planvoorraad. De marktruimte verminderd met het reguliere deel van de harde planvoorraad leidt in het realistische scenario tot een resterende marktruimte van 342 kamers. Dit houdt in dat naast de harde planvoorraad nog enige marktruimte bestaat om in de verwachte groei van de vraag in de periode tot en met 2031 te voorzien.

Ook met deze marktruimte blijft het noodzakelijk om te werken aan de factoren die voor nieuwe hotelvraag zorgen. De marktruimte is gebaseerd op een gecorrigeerd aantal kamernachten. Ook afgelopen jaar hebben de hotels in het begin van het jaar nog te kampen gehad met nadelige effecten van de coronapandemie, wat financiële gevolgen heeft voor de bestaande hotels. Daarom is het, buiten de bestaande harde planvoorraad, verstandig om in de eerste jaren enigszins voorzichtig om te springen met nieuwe initiatieven/nieuw aanbod. Dit geldt ook voor kleinschalige uitbreidingen bij bestaande hotels. Het is ook mogelijk dat er marktruimte beschikbaar komt indien bestaande hotels sluiten of verleende vergunningen niet worden uitgevoerd. Wanneer deze hotels of initiatieven (planologisch) verdwijnen komt marktruimte beschikbaar voor andere hotelinitiatieven.

### **Zet in op kwaliteit en gerichte vernieuwing**

Concepten die een nieuwe smaak aan het bestaande aanbod toevoegen kunnen ervoor zorgen dat hotelvraag die nu niet, straks wél in Maastricht terecht komt. Dat kan op meerdere manieren:

- ▶ **Inspelen op een ondervertegenwoordigd kwaliteitsniveau.** Uit de gesprekken met stakeholders kwam naar voren dat de zakelijke/MICE-gast in het allerhoogste segment te weinig alternatieven heeft in Maastricht. Hierdoor wijken gasten onder meer uit naar het Heuvelland, Parkstad, of zelfs Aachen of Luik. Zeker in combinatie met een hoogwaardig restaurant kan een dergelijk hotel meerwaarde vormen voor de stad.
- ▶ **Inspelen op een ontbrekende, internationale keten.** Met name op de MICE-markt zoeken organisatoren van congressen, beurzen en evenementen samenwerking met grote, internationale ketens. Ketens die nog ontbreken in Maastricht kunnen daarom kansen bieden om meer congressen naar de stad te trekken. Deze keten zou wel haar *track record* moeten kunnen aantonen om daadwerkelijk aanspraak hierop te kunnen maken.
- ▶ **Inspelen op een unieke locatie.** De kwaliteiten van een locatie kunnen inspelen op een bepaalde verblijfsbehoefte en daarmee een fundament creëren voor een onderscheidend concept. Dit stelt wel hoge vereisten aan de locatie: deze moet één van de belangrijkste redenen zijn om in Maastricht te overnachten. In de praktijk gaat het vaak om kleinschalige tot middelgrote hotels.



Een hoogkwalitatief hotelproduct vraagt ook om kwaliteit elders in het samengestelde toeristische product, zoals horeca, detailhandel en dagrecreatie. Om van toegevoegde waarde te zijn voor de hotelsector, moet wat betreft de recreatieve mogelijkheden sprake zijn van voldoende vernieuwing en zijn voldoende initiatieven nodig die het in zich hebben om het gehele jaar bij te dragen aan de beslissing tot een verblijfsbezoek aan Maastricht.

#### **Draagvlak voor nieuwe initiatieven blijft een aandachtspunt**

Maastricht blijft populair onder Nederlanders. In een recent onderzoek naar de merkkracht van steden en streken behield Maastricht de tweede plaats in Nederland, achter Amsterdam<sup>(1)</sup>. Maastricht blijft daarbij een stad met relatief veel hotelkamers in relatie tot het aantal inwoners. Dat heeft voordelen, want bezoekers zorgen voor werkgelegenheid en dragen bij aan het voorzieningenniveau (meer horeca, meer winkels). In 2021 werd Maastricht bovendien nog uitgeroepen tot populairste stad onder eigen inwoners<sup>(2)</sup>. In andere steden is wel te zien dat áls de balans in de richting van toerisme doorslaat, de ontevredenheid onder inwoners toeneemt. Het blijft dus belangrijk hier in de toekomst voldoende aandacht aan te schenken.

#### **Grip op de termijn van toevoeging in functie van behoud kwaliteit**

De overheid heeft tijdens de coronapandemie met steunpakketten de Nederlandse economie zo goed mogelijk draaiende weten te houden. Ook Maastrichtse hotels hebben gebruik gemaakt van de steunpakketten. Veel bedrijven hebben echter nog te maken met

achterstallige belastingen en hebben in de afgelopen jaren klein onderhoud en grote investeringen uitgesteld. Er zijn al signalen dat op sommige plaatsen hierdoor de kwaliteit onder druk kan komen te staan. In de groeiprognoses is rekening gehouden met deze effecten. Grip op de termijn van toevoeging van nieuwe initiatieven draagt bij aan het herstel en behoud van de kwaliteit van het hotelproduct in Maastricht.

# 4

## Conclusies en aanbevelingen



## 4.1. CONCLUSIES

Uit het voorgaande kan worden geconcludeerd:

- › Het hotelaanbod bestond eind 2022 uit 60 hotels met 2.824 kamers en 6.082 bedden. De aanbodgroei is in de afgelopen jaren vertraagd, na enkele jaren van stevige groei (in de tweede helft van het vorige decennium). De aanbodgroei volgt hiermee het landelijke patroon;
- › Het aantal geboekte kamernachten was in 2022 ongeveer 685.000. Ten opzichte van het jaar 2019 is dit een daling (circa 5%), maar een groei (+54%) ten opzichte van coronajaar 2020. Het aantal geboekte kamernachten van afgelopen jaar is sterk beïnvloed door de beperkingen door de maatregelen van de coronapandemie in het eerste kwartaal. In die periode was de vraag liefst 38% lager dan in het jaar 2019;
- › Mede vanwege deze periode was de kamerbezetting in 2022 ruim 65%. De gemiddelde gerealiseerde kamerprijs was afgelopen jaar wel hoog, waardoor de RevPAR is gestegen ten opzichte van het niveau in 2019. De stijging is echter bescheiden, terwijl allerlei kosten voor hoteliers (energie, personeel) wel fors zijn toegenomen;
- › Tijdens de coronapandemie was het toeristisch motief de belangrijkste reden om voor een verblijf in Maastricht te kiezen en dat was ook in 2022 nog zo. Het aandeel van de MICE-markt herstelde iets ten opzichte van 2020, maar blijft nog achter op het niveau van 2019. Deze deelmarkt is, samen met de individuele zakelijke vraag, belangrijk voor de doordeweekse hotelvraag, waar Maastricht al enkele jaren uitdagingen kent.
- › De verwachtingen voor de toeristische markt zijn – op sectoraal niveau – overwegend positief, al is vernieuwing en kwaliteit voortdurend belangrijk. Maastricht heeft ook te maken met onzekerheid, bijvoorbeeld over de termijn waarop de stad kan steunen op de evenementen van André Rieu.
- › De verwachtingen op de zakelijke markt zijn bescheiden. Hoewel de economie, ondanks de geopolitieke onrust, ook in de komende jaren naar verwachting zal blijven groeien, weet Maastricht hier minder van te profiteren dan elders in het land. Ook een verschuiving in gewoonten op zakelijk gebied liggen aan de bescheiden verwachtingen ten grondslag. Voor de MICE-markt zijn de verwachtingen positiever. De verwachting is dat over enkele jaren MECC Maastricht haar uitbreiding kan verzilveren, wat een impuls aan de doordeweekse hotelvraag geeft.
- › De toekenning van de Einsteintelecoop aan Zuid-Limburg zou een zakelijke impuls betekenen en is in een apart scenario voor de marktruimte belicht, met hogere groeiprognoses voor zowel de regulier zakelijke als MICE-markt.
- › Rekenend met een normbezetting van 67,5% is het groeipotentieel voor de Maastrichtse hotelmarkt tot en met 2031 in het realistische scenario 588 kamers. In het pessimistische en optimistische scenario bedraagt de marktruimte resp. 371 en 818 kamers. De toekenning van de Einsteintelecoop kan een impuls van circa 138 hotelkamers hieraan toevoegen (ten opzichte van het realistische scenario).
- › De huidige harde planvoorraad voorziet reeds in de toevoeging van 246 'reguliere' kamers aan het hotelaanbod, waardoor voor de komende jaren voor nieuwe hotelplannen nog ruim 300 kamers resteert. Deze ruimte staat nog los van marktverruimende concepten: deze kunnen extra vraag voor Maastricht opleveren, die anders niet in de stad terecht was gekomen. Ook een marktverruimend concept zal echter (deels) gebruik (moeten) maken van de marktruimte. Het is onwaarschijnlijk dat een nieuw concept voor 100% nieuwe gasten zorgt.

## 4.2. AANBEVELINGEN

Uit het voorgaande formuleren we de volgende aanbevelingen:

- › Voor een toekomstbestendige hotelmarkt dient aandacht te zijn voor alle onderdelen in het samengestelde toeristisch-recreatieve product. Hier moet voor de komende jaren vooral de focus liggen: verspreid over het jaar meer bezoekers in plaats van meer bedden. De gemeente heeft zich tot doel gesteld om bezoekers langer vast te houden, dat betekent dat er voldoende trekkers moeten zijn om verblijfsgasten naar de stad te trekken en (langer) vast te houden;
- › Er zijn diverse ontwikkelingen actueel die moeten zorgen voor doorontwikkeling en vernieuwing van het samengestelde toeristisch-recreatieve product, zoals de inzet op profilering en programmering als cultuurstad. Dit creëert meer bezoekaanleidingen, trekt nieuwe bezoekers naar de stad en kan ertoe leiden dat bezoekers langer blijven. Om stevig bij te dragen aan de hotelsector zijn (ook) jaarronde, structurele invullingen van belang;
- › De coronapandemie heeft effect gehad op de bedrijfsvoering en financiën van de hotelsector. Bij sommige hotels zijn herinvesteringen uitgesteld, wat de toekomstbestendigheid onder druk kan zetten. Het blijft in de komende jaren cruciaal om zicht te houden op het functioneren en de perspectieven van de bestaande hotels. Indien deze niet op peil blijven, gaat de kwaliteit van deze hotels achteruit. Deze hotels hebben dan te weinig ruimte voor de vereiste investeringen en kunnen dan (nog meer) focussen op de kamerprijzen om de bezetting overeind te houden. Dit straalt dan af op andere hotels. Dit marktmechanisme is slecht voor de stad als geheel.
- › In het licht van de implementatie van de nieuwe Omgevingswet is het

belangrijk voor nieuwe initiatieven om belanghebbenden mee te nemen bij de totstandkoming van hun plannen. Dit kan ertoe bijdragen dat er meer draagvlak ontstaat voor de plannen.



# Bijlagen



# BIJLAGE 1. HARDE PLANVOORRAAD

## Definitie typen planvoorraad in gemeente Maastricht

In overleg met de gemeente is het overzicht van het actuele geplande aanbod opgesteld en gekwalificeerd. Plannen worden als hard gekwalificeerd wanneer de haalbaarheidsstudie positief beoordeeld is. Het kan hierbij gaan om:

- › hotels die inmiddels geopend zijn maar in het analysejaar nog niet geopend waren;
- › nog niet geopende plannen waarvoor de haalbaarheidsstudie positief beoordeeld is.

Alle plannen waarvoor de haalbaarheidsstudie nog niet is afgerond en dus nog geen vergunning is verleend gelden als overige planvoorraad. Deze wordt gezien het ontbreken van een officiële status niet gerapporteerd.

Met plannen voor nieuwe hotels tot en met zeven kamers, uitbreidingen van voor 2015 bestaande hotels onder de acht kamers of uitbreidingen met minder dan 5% van bestaande hotels met meer dan 140 kamers hoeft vanwege de kleinschaligheid geen rekening worden gehouden met de bestaande marktruimte, zoals besloten door de gemeenteraad. Deze ontbreken derhalve in het overzicht rechts.

## Harde planvoorraad omvat circa 290 kamers (met 246 kamers regulier)

De harde planvoorraad heeft als peilmoment februari 2023. Uit gegevens van de gemeente Maastricht blijkt dat de harde planvoorraad 290 kamers is. Hiervan komen 246 kamers ten goede aan de reguliere hotelmarkt, en wordt met 44 kamers op additionele hotelvraag ingespeeld. Dit aantal is

gebaseerd op de ramingen in de haalbaarheidsstudies van betreffende plannen.

In het geval van plannen met meerpersoonskamers is de capaciteit van de plannen omgerekend naar tweepersoonskamers.

	Aantal
Kamers regulier	246
Kamers additioneel	44
<b>Kamers totaal</b>	<b>290</b>

**Tabel B.1. Harde planvoorraad hotels**

Bron: Gemeente Maastricht, peilmoment februari 2023

# Bronnen en overige opmerkingen



## Pagina 5

- (1) CBS. Definitie hotel. Geraadpleegd via <https://www.cbs.nl/nl-nl/onze-diensten/methoden/begrippen/hotel>

## Pagina 6

- (1) Aanwezigen tijdens deze sessie waren Frans-Willem Cox (SAHOT), Nicole Willems (SAHOT), John Paulus (KHN), Martje Gulikers (Maastricht Marketing), Jurgen Moors (MCB), Rob van de Wiel (MECC Maastricht), Kayleigh Heergrave (MECC Maastricht), Helmy Koolen (Gemeente Maastricht), Sanne de Groen (Gemeente Maastricht), Sam Janssen (Gemeente Maastricht), Petra Theunissen (Gemeente Maastricht) en Bennie Roelands (Ginder).
- (2) Aanwezigen tijdens deze sessie waren Bennie Roelands (Ginder) en namens de gemeente Maastricht onder andere Helmy Koolen, Sam Janssen, Sanne de Groen, Petra Theunissen, Janneke Houben, Fred Sijben, Hans Dassen, Gerdie Haasen, Pascalle Pechholt, en Ard Costongs.

## Pagina 9

- (1) Eén hotel is aan het renoveren en is al enige tijd gesloten. De capaciteit van dit hotel is derhalve niet meegenomen in de huidige capaciteit. Bij de raming van de marktruimte is de capaciteit van het hotel wél meegenomen, aangezien de bestemming hotel al geldt en dit hotel in de toekomst aanspraak zal maken op een deel van de huidige hotelvraag. Het aanbodbestand is afgestemd met de gemeente Maastricht en is onder meer geüpdatet op basis van

informatie van STR. Niet alle hotels hebben tegenwoordig twee slaappleaatsen per hotelkamer. In het aanbodoverzicht is het daadwerkelijke aantal kamers aangehouden.

- (2) CBS (2022). Statistiek Logiesaccommodaties, Logiesaccommodaties; capaciteit, accommodaties, bedden, regio. Geraadpleegd via <https://opendata.cbs.nl/#/CBS/nl/dataset/82062NED/table>

## Pagina 10

- (1) De STR-cijfers zijn aangeleverd door SAHOT. Het betreft gegevens die uitgedraaid zijn op 11 april 2023. De samenstelling van de benchmark zoals vermeld in deze documenten is aangehouden.

## Pagina 11

- (1) CBS (2022). Statistiek Logiesaccommodaties, Hotels; gasten, overnachtingen, woonland, regio. Geraadpleegd via <https://opendata.cbs.nl/statline/#/CBS/nl/dataset/82061NED/table>
- (2) CBS (2022). Statistiek Logiesaccommodaties, Hotels; zakelijke overnachtingen, regio. Geraadpleegd via <https://opendata.cbs.nl/#/CBS/nl/dataset/82621NED/table>

## Pagina 13

- (1) CBS. Consumentenprijzen; prijsindex 2015=100, geraadpleegd via <https://opendata.cbs.nl/statline/#/CBS/nl/dataset/83131ned/table>

### Pagina 15

- (1) NBTC Holland Marketing (2019). Perspectief 2030: Bestemming Nederland
- (2) UNWTO (2013). International tourism trends in EU-28 member states. Current situation and forecasts for 2020-2025-2030
- (3) UNWTO (2023). Tourism set to return to pre-pandemic levels in some regions in 2023. Geraadpleegd via <https://www.unwto.org/news/tourism-set-to-return-to-pre-pandemic-levels-in-some-regions-in-2023>
- (4) NBTC Holland Marketing (2023). Verblijfstoerisme in Nederland in 2030. Geraadpleegd via <https://www.nbtc.nl/nl/site/download/download-toelichting-bij-verwachting-verblijfstoerisme-in-nederland-in-2023.htm>
- (5) Opgehaald tijdens sessie en interviews met stakeholders en sessie met Gemeente Maastricht.

### Pagina 16

- (1) Centraal Planbureau (2022), Actualisatie verkenning middellange termijn
- (2) Centraal Planbureau (2023). Centraal Economisch Plan (CEP) 2023
- (3) ABN Amro (2023). Nederlandse Economie in Zicht- Ondanks uitblijvende recessie daalt economische groei in 2023. Geraadpleegd via <https://www.abnamro.com/research/nl/onze-research/nederlandse-economie-in-zicht-ondanks-uitblijvende-recessie-daalt>
- (4) Centraal Planbureau (2023). Kerngegevens CEP 2023. Geraadpleegd via <https://www.cpb.nl/sites/default/files/omnidownload/CPB->

[Kerngegevens-CEP-2023-maart-2023.pdf](#)

- (5) European Central Bank (2023). Macroeconomic projections. Geraadpleegd via <https://www.ecb.europa.eu/pub/projections/html/index.en.html>
- (6) Op basis van sessies en interviews met stakeholders/Gemeente Maastricht

### Pagina 17

- (1) Knowland (2023). U.S. Meetings Recovery Forecast. Geraadpleegd via <https://meetingsmags.com/national/significant-meeting-event-recovery-predicted-for-2023/>
- (2) American Express Meetings & Events (2022). 2023 Global Meetings and Events Forecast
- (3) Op basis van sessies en interviews met stakeholders/Gemeente Maastricht
- (4) Michelin (2023). Michelin Guide Geraadpleegd via <https://guide.michelin.com/nl/nl/limburg/maastricht/restaurants>

### Pagina 18

- (1) Companen (2022). Onderzoek huisvestigingsverordening toeristische verhuur. In opdracht van Gemeente Maastricht

### Pagina 21

- (1) Gemeente Maastricht. Gegevens toeristenbelasting over 2022
- (2) Gemeente Maastricht. Gegevens toeristenbelasting over 2022

## **Pagina 22**

- (1) De bezetting van hotel The Green Elephant wordt in de STR-cijfers gemeten op basis van een hoger aantal kamers dan het daadwerkelijke aantal kamers. Dit heeft te maken met het concept, waarbij meer slaapplekken per kamer zijn dan de gebruikelijke circa 2. Dit verklaart waarom het aantal kamers in paragraaf 2.1. en in de marktruimtebepaling op pagina 22 afwijken. Van andere, sterk afwijkende concepten (in verhouding slaapplekken/kamers) zijn vraaggegevens bekend, waardoor geen verdere correctie hoeft plaats te vinden.

## **Pagina 24**

- (1) Hendrik Beerda Brand Consultancy (2022). Steden & Streken Merkenonderzoek 2022. Geraadpleegd via <https://www.hendrikbeerda.nl/merkenonderzoek/steden-streken/>
- (2) Hendrik Beerda Brand Consultancy (2021). Steden & Streken Merkenonderzoek 2021





Dit rapport is met uiterste zorgvuldigheid tot stand gekomen op basis van deskundig onderzoek. Onderhavig rapport bevat een weergave en interpretatie van (delen van de) onderzoeksresultaten. Het is anderen toegestaan om (delen van) het rapport en gehanteerde methodieken en modellen te kopiëren, distribueren, vertonen, op te voeren zolang Ginder als maker van het werk wordt vermeld en het werk niet commercieel wordt gebruikt.

**GINDER**  
Brugstraat 1a  
5211 VS 's-Hertogenbosch  
T: 088 210 02 00  
E: [info@wijzijnginder.nl](mailto:info@wijzijnginder.nl)  
I: [wijzijnginder.nl](http://wijzijnginder.nl)

