



*Hotel, Tourism and Leisure*

**Analyse**  
**Overnachtingenmarkt**  
**Gemeente Groningen**

21 juni 2019

## Managementsamenvatting

In opdracht van de gemeente Groningen heeft Horwath HTL de lokale overnachtingenmarkt onderzocht. Doel was om de behoefte naar verblijfsaccommodaties in de aankomende jaren te ramen, zodat de gemeente het huidige ruimtelijk kader uit 2004 kan actualiseren. Op basis van gesprekken met lokale stakeholders, een enquête onder hoteliers en bureauonderzoek werd de kwantitatieve en kwalitatieve behoefte van de markt in kaart gebracht. Hiermee werden conclusies en aanbevelingen gevormd voor de actualisatie van het ruimtelijk kader. Hieronder zijn de belangrijkste bevindingen samengevat.

### Ondernemersklimaat voor hotels

Groningen heeft een steeds beter vestigingsklimaat voor logiesaccommodaties. De zakelijke vraag naar hotels in Groningen wordt gekenmerkt door een relatief grote vraag vanuit de gezondheids- en welzijnzorg en onderwijs, door het belang van de RUG en het UMCG in de Groningse economie. Ook de bedrijvigheid in de regio, zoals in Eemshaven en Delfzijl, is belangrijk voor de hotellerie. De meeste sectoren groeien en de economische vooruitzichten zijn daarom goed. Ook het aantal banen in de gemeente groeit. De groei van het inkomende toerisme, dat naar verwachting harder zal groeien buiten de grote steden, biedt kansen voor Groningen. Andere ontwikkelingen die mogelijk belangrijk zijn voor de hotellerie zijn de groei van de luchthaven, de mogelijk snellere treinverbinding, de potentiële spin-off van het klimaatinstituut (hoewel in beperkte mate) en de ontwikkelingen in de Eemshaven.

Bovendien kent Groningen verschillende toeristische attracties en werkt de gemeente aan een betere bereikbaarheid. Door de stakeholders is benadrukt dat er zorgen zijn over de bereikbaarheid gedurende de aankomende jaren door de werkzaamheden omtrent de Ring Zuid en Ring West. Echter komen de werkzaamheden uiteindelijk wel ten goede van de bereikbaarheid van Groningen.

### Aanbod van accommodaties

Het aantal hotelkamers groeide van 847 met gemiddeld 5% per jaar in het afgelopen decennium naar 1.370<sup>1</sup> kamers in 2018. Dit betreft met name hotels, maar ook hostels, serviced apartments en B&B's. Zij concurreren op verschillende niveaus. Wat opvalt is dat de gemeente met name accommodaties in het middensegment kent, waardoor er ruimte lijkt aan de bovenkant van het middensegment (viersterren of vijfsterren) en in mindere mate ook voor het luxesegment (vijfsterren). Lokale stakeholders benadrukken dat de hotels relatief gelijkwaardige producten bieden waardoor er behoefte is aan bijzondere concepten. Hierbij kan worden ingespeeld op markttrends, waarvan in dit rapport enkele relevante voorbeelden zijn gegeven. Daarnaast stelden stakeholders dat de bestaande hotels toe zijn aan verfrissing en dat sommige hotels gedateerd zijn.

De markt van particuliere verhuur concurreert met de hotelmarkt, maar het aanbod wordt vaak groter voorgesteld dan de realiteit. Als rekening wordt gehouden met de beschikbaarheid van de Airbnb's, blijkt dat er op dit moment in de provincie 118 Airbnb's langer dan zeven maanden worden verhuurd. Uit onderzoek blijkt dat Airbnb's enerzijds een prijsopdrijvend effect hebben op de kamerprijzen van hotels en anderzijds verlagende effecten op de bezetting hebben. Hetzelfde effect geldt voor de woningmarkt: in markten met een sterke aanwezigheid van Airbnb worden woningen duurder en schaarser. Lokale hoteliers uiten hun zorgen over de verschillen in vergunningseisen, die zouden kunnen zorgen voor een ongelijk speelveld. Daar staat tegenover dat iedereen die een woning verhuurt, in strijd met het bestemmingsplan handelt, waardoor handhaving in theorie makkelijker zou zijn.

---

<sup>1</sup> Op basis van cijfers van HorecaDNA, die in dit rapport zijn gebruikt ten aanzien van de historische ontwikkeling van het hotelaanbod. Uit een eigen inventarisatie blijkt dat Groningen 1.503 hotelkamers heeft (exclusief particuliere woningverhuur en hotelschepen).

### Vraag naar accommodaties

De vraag naar hotels groeit gestaag, wat blijkt uit de cijfers als uit gesprekken met lokale stakeholders. Het aantal overnachtingen groeide in het afgelopen decennium met gemiddeld 7% per jaar naar 547.000 overnachtingen in 2017. Hotels profiteren hiervan, hoewel de landelijke hotelresultaten op een hoger niveau liggen. Zakelijke gebruikers vormen de belangrijkste doelgroep en daar wordt ook de grootste groei uit verwacht, gevolgd door cultuurbezoekers en leisure gasten. Naar verwachting zal de komende tien jaar het aantal overnachtingen met gemiddeld 3,9% per jaar toenemen. In deze prognose is rekening gehouden met conjuncturele schommelingen.

### Kwantitatieve behoefte

Wanneer de vraag tegen het aanbod wordt afgezet, blijkt dat de gemeente Groningen nu al een ruimtevraag kent van 188 kamers, die oploopt tot 753 kamers in 2028 en tot 1.441 kamers in 2035. Hierbij is al rekening gehouden met de opening van het nieuwe hotel WestCord Market Hotel Groningen met 123 kamers in 2020.

### Kwalitatieve behoefte

De kwantitatieve behoefte moet op een kwalitatief goede manier worden ingevuld. Dit kan op verschillende manieren. Dit rapport bevat kansrijke product-marktcombinaties. Op basis van de analyses in dit rapport kan worden geconcludeerd dat er vanuit een kwalitatief oogpunt behoefte lijkt te zijn aan upscale en upper upscale hotels met onderscheidende, innovatieve en unieke concepten, op strategische locaties (onder andere A-locaties in de binnenstad, Europapark en nabij instituten als het klimaatinstituut, de universiteit en het toekomstige Groninger Forum), bijdragen aan het karakter van Groningen en rekening houden met de vier pijlers<sup>2</sup> van Groningen (Health, Energie, Creatieve Industrie en ICT). Hoewel er geen behoefte lijkt aan grote luxehotels, zijn er mogelijk wel kansen voor een kleinschalig luxe boetiek hotel. De product-marktcombinaties gelden hierbij als uitgangspunt.

### Conclusies en advies

De gemeente Groningen bevindt zich momenteel in een luxepositie waarbij er geen dringende noodzaak is voor nieuwe kamers, maar wel voldoende ruimte. De gemeente heeft dus de tijd en ruimte om de kwalitatieve invulling van nieuwe ontwikkelingen te stimuleren en sturen.

Geadviseerd wordt om hotelontwikkelingen de komende periode te faciliteren en te sturen op belangrijke aspecten als het concept, positionering, omvang en locatie. Voor ieder van deze punten zijn er adviezen en afwegingen opgenomen in dit rapport. Ook het genereren van eigen vraag is een belangrijk aspect waar de gemeente nadruk op kan leggen om groei in de markt te stimuleren. Beleid zal zich dus eerder richten op stimuleren dan op reguleren. Marketing, communicatie en promotie zijn hierin de belangrijkste instrumenten. Regulerende instrumenten die de gemeente kan inzetten om de hotelmarkt duurzaam te sturen zijn het bestemmingsplan en de omgevingsvergunning.

Landelijk is er een toenemend aanbod van serviced apartments accommodaties. Met name buitenlandse zakelijke gasten maken hier gebruik van. Gebaseerd op de internationale ambities van de stad wordt het aanbevolen om de ontwikkeling van serviced apartments accommodaties te stimuleren, mits deze als doel hebben verblijf te accommoderen dat korter is dan 6 maanden. Dit wordt naar verwachting mogelijk als de accommodatievorm wordt opgenomen als logies in de hotelbeleidsnota.

De markt van Airbnb in Groningen is momenteel in vergelijking met andere steden relatief klein qua omvang. Verder opnemen in een beleid of er een beleid voor opstellen lijkt tot nog toe niet nodig (vanuit de hotelmarkt geredeneerd). Tot nu toe heeft alleen Amsterdam een beleid voor Airbnb

---

<sup>2</sup> Op basis van overleg met de gemeente Groningen en zoals vermeld in G-kwadraat Economisch programma 2015-2019

ingevoerd met als belangrijkste doel om het overlast van Airbnb-gebruikers voor de inwoners te verminderen.

## **Disclaimer**

Alhoewel de in het rapport opgenomen schattingen met zorg zijn opgesteld op basis van ons onderzoek en de informatie welke op het moment van de studie aan ons ter beschikking werd gesteld, kunnen wij geen garanties geven voor de realisatie ervan. Geen rekening is gehouden met de gevolgen van mogelijke verstoringen voortkomende uit wijzigingen in het politieke of economische beleid in Nederland, de rest van Europa of elders. Zoals gebruikelijk met betrekking tot marktonderzoek dienen onze conclusies te worden beschouwd als geldig voor een beperkte tijdsperiode en dienen ze te worden onderworpen aan regelmatige herziening.

Dit rapport is opgesteld ten behoeve van de voorlichting aan onze cliënten en voor hen betrokken partijen. Het is niet toegestaan dat deze rapportage wordt gepubliceerd, overgenomen of geciteerd, noch gedeeltelijk noch in zijn geheel, anders dan in de gebruikelijke gemeentelijke kaders, zonder onze voorafgaande goedkeuring, welke redelijkerwijs niet zal worden onthouden.

© Copyright Horwath HTL

## Inhoudsopgave

|          |   |           |
|----------|---|-----------|
| <b>1</b> | <b>INLEIDING</b> .....  | <b>7</b>  |
| 1.1      | WAAROM EEN ANALYSE VAN DE OVERNACHTINGENMARKT? .....                      | 7         |
| 1.2      | HET ONDERZOEKSKADER .....   | 7         |
| 1.3      | HOE IS DE ANALYSE UITGEVOERD? .....                                       | 7         |
| <b>2</b> | <b>TRENDS EN ONTWIKKELINGEN IN DE GRONINGSE OVERNACHTINGENMARKT</b> ..... | <b>8</b>  |
| 2.1      | EEN PROFIELSCHETS .....   | 8         |
| 2.2      | ONDERNEMERSKLIMAAT VOOR HOTELS .....                                      | 8         |
| 2.3      | RELEVANTE ONTWIKKELINGEN .....  | 10        |
| 2.4      | AANBOD VAN ACCOMMODATIES .....  | 11        |
| 2.4.1    | <i>Totaaloverzicht</i> .....  | 11        |
| 2.4.2    | <i>Spreiding en dichtheid</i> .....                                       | 11        |
| 2.4.3    | <i>Huidig aanbod hotels</i> .....   | 12        |
| 2.4.4    | <i>Huidig aanbod serviced apartments</i> .....                            | 13        |
| 2.4.5    | <i>Huidig aanbod particuliere verhuur</i> .....                           | 14        |
| 2.4.6    | <i>Aanbod in de omgeving van Groningen</i> .....                          | 16        |
| 2.4.7    | <i>Toekomstig aanbod</i> .....  | 17        |
| 2.4.8    | <i>Visie van lokale stakeholders</i> .....                                | 17        |
| 2.4.9    | <i>Sub-conclusie van de aanbodanalyse</i> .....                           | 18        |
| 2.5      | VRAAG NAAR ACCOMMODATIES .....  | 18        |
| 2.5.1    | <i>Overnachtingen</i> .....   | 18        |
| 2.5.2    | <i>Hotelresultaten in Nederland en in Noord-Nederland</i> .....           | 19        |
| 2.5.3    | <i>Hotelresultaten in de gemeente Groningen</i> .....                     | 19        |
| 2.5.4    | <i>Marktsegmentatie Groningen</i> .....                                   | 20        |
| 2.5.5    | <i>Relevante markttrends binnen de hotelindustrie</i> .....               | 21        |
| 2.5.6    | <i>Visie van lokale stakeholders</i> .....                                | 23        |
| 2.5.7    | <i>Verwachte toekomstige vraag naar hotels</i> .....                      | 23        |
| 2.5.8    | <i>Sub-conclusie van de vraaganalyse</i> .....                            | 24        |
| <b>3</b> | <b>KWANTITATIEVE BEHOEFTEANALYSE</b> .....                                | <b>25</b> |
| 3.1      | RUIMTEVRAAG .....   | 25        |
| <b>4</b> | <b>KWALITATIEVE BEHOEFTEANALYSE</b> .....                                 | <b>29</b> |
| 4.1      | AFWEGINGEN MET BETREKKING TOT LOCATIE .....                               | 29        |
| 4.2      | PRODUCT-MARKT COMBINATIES .....   | 29        |
| 4.3      | KETENBINDING EN ADDITIONELE VRAAG .....                                   | 30        |
| 4.4      | CONCLUSIE .....   | 31        |
| <b>5</b> | <b>CONCLUSIES EN ADVIES</b> .....   | <b>32</b> |
| 5.1      | HET HUIDIGE BELEID .....  | 32        |
| 5.2      | CONCLUSIES .....  | 32        |
| 5.3      | AANBEVELINGEN .....   | 33        |

## 1 Inleiding

### 1.1 Waarom een analyse van de overnachtingenmarkt?

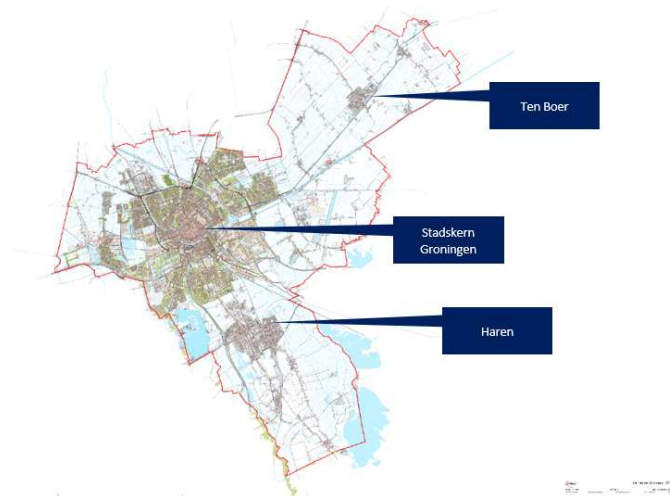
De gemeente Groningen wil het huidige Ruimtelijke Beleidskader Hotelsector Groningen uit 2004 actualiseren. Gezien het toenemende aantal aanvragen voor hotelontwikkelingen, de ontwikkeling van serviced apartments en de invloed van particuliere verhuur (zoals Airbnb), is het daarvoor van belang om inzicht te krijgen in hoe de overnachtingenmarkt zich heeft ontwikkeld en wat de verwachtingen zijn voor de toekomst.

De voorliggende analyse biedt inzicht in zowel de kwantitatieve vraag (volume van verblijfsaccommodaties), als de kwalitatieve vraag (locatie, segment, doelgroep, grootte), afgezet tegen het huidige en verwachte toekomstige Groningse aanbod. Dit leidt tot een visie op de marktruimte t/m 2028 en een schets van de verwachting voor 2029 t/m 2035, op basis waarvan de gemeente beleid kan vaststellen.

### 1.2 Het onderzoekskader

Het onderzoek heeft betrekking op de nieuwe gebiedsafbakening van de gemeente Groningen, inclusief Ten Boer en Haren. De concurrerende markt loopt tot buiten de gemeentegrenzen, maar wel vanuit de wetenschap dat de gemeente Groningen daar geen zeggenschap heeft. Deze studie heeft betrekking op de overnachtingenmarkt. De aanbieders op deze markt zijn (inclusief hostels, pensions en professionele B&B's), serviced apartments en particuliere verhuur van logiesaccommodaties (zoals Airbnb, hotelschepen en particuliere B&B's).

**Figuur 1. Onderzoekskader**



Bron: RegioAtlas Rijksoverheid, bewerkt door Horwath HTL

### 1.3 Hoe is de analyse uitgevoerd?

Dit rapport is opgesteld door onafhankelijk onderzoeksbureau Horwath HTL. Het onderzoek is gebaseerd op gesprekken met de gemeente en lokale stakeholders, alsmede op een enquête onder lokale hoteliers aangevuld met bureauonderzoek.

Om de leesbaarheid te bevorderen is een aantal diepgaandere analyses ondergebracht in bijlagen. De belangrijkste conclusies daarvan staan in dit rapport, met verwijzingen naar de bijlagen.

## 2 Trends en ontwikkelingen in de Groningse overnachtingenmarkt

Dit hoofdstuk beschrijft de dynamiek in de Groningse overnachtingenmarkt. Aan de hand van relevante trends en ontwikkelingen en een analyse van de historische resultaten wordt de toekomstige vraag geraamd, die de basis vormt voor de latere behoefteeraming.

### 2.1 Een profielschets

De gemeente Groningen heeft een aantrekkelijke hotelmarkt voor toetreders. Het aantal overnachtingen is de afgelopen 10 jaar gegroeid met gemiddeld circa 6% per jaar en het aanbod met ongeveer 5% per jaar. Daarmee wordt de markt door de hoteliers gezien als interessant. Deze kwaliteit wordt gedreven door sterke factoren in de vorm van bereikbaarheid, ligging en andere vraaggeneratoren zoals de werkgelegenheid en het aantal studenten.

### 2.2 Ondernemersklimaat voor hotels

Het ondernemersklimaat voor hotels is goed, aangezien de relevante variabelen groeien.

Een analyse van het ondernemersklimaat voor verblijfsaccommodaties in Groningen is opgenomen in bijlage 2 (Zakelijk klimaat) en 3 (Toeristisch klimaat). Hieruit blijkt dat Groningen een aantrekkelijk klimaat heeft voor verblijfsaccommodaties, zowel zakelijk als toeristisch.

#### *Groei van de economie*

In december 2018 constateerde het Centraal Plan Bureau voor heel Nederland een economische groei van 2,6% in 2018 en voorspelde voor heel Nederland een economische groei van 2,2% in 2019<sup>3</sup>. Voor de middellange periode 2018-2021 werd in oktober 2017 voor heel Nederland een jaarlijkse economische groei geprojecteerd van gemiddeld 2,0%<sup>4</sup>. Voor de lange periode 2018-2030 is voor heel Nederland een jaarlijkse economische groei van 1 tot 2% geprojecteerd<sup>5</sup>.

De Groningse regionale bbp-groei neemt af. Dit geeft echter een vertekend beeld door de sterke invloed van de afnemende gaswinning hierop. Uit cijfers blijkt dat de overige sectoren in de regionale economie wel groeien. Er wordt voor deze sectoren een economische groei van 1,5% geprognosticeerd voor 2019<sup>6</sup>. In de gemeente Groningen groeide in de periode 2013-2017 het aantal vestigingen van bedrijven met gemiddeld 3,4% per jaar en steeg het aantal vestigingen in totaal met 14%. Ook steeg het aantal banen en daalde de werkloosheid sinds 2015. Bovendien wordt tot 2025 verwacht dat de werkgelegenheidsgroei zich in een bandbreedte van 5.200 tot 11.900 banen bevindt.<sup>7</sup> Tot 2035 zal de werkgelegenheidsgroei (2016-2035) zich naar verwachting bevinden in een bandbreedte van 7.900 tot 21.700 banen. Dit zijn positieve signalen die van invloed kunnen zijn op de zakelijke vraag naar hotels.

#### *Bedrijfssectoren*

De zakelijke vraag naar hotels in Groningen wordt gekenmerkt door een relatief grote vraag vanuit de gezondheids- en welzijnszorg en onderwijs, gedreven door het belang van de RUG en het Universitair Medisch Centrum Groningen in de Groningse economie. Bovendien is de financiële dienstverlening (doorgaans fundamenteel voor zakelijke hotelvraag) goed vertegenwoordigd in Groningen: in de regio is er een focus op onder meer de ICT-sector, met vestigingen van multinationals als Google (het internetbedrijf investeert de komende jaren een additionele 500 miljoen euro in het datacentrum in

<sup>3</sup> Bron: Raming december 2018 – Centraal Plan Bureau

<sup>4</sup> Bron: Actualisatie middellangetermijn verkenning 2018-2021 d.d. 27 oktober 2017– Centraal Plan Bureau

<sup>5</sup> Bron: Nederland in 2030 en 2050: twee referentiescenario's, CPB en PBL, 2015

<sup>6</sup> Bron: ING Economisch Bureau: Provincie Groningen

<sup>7</sup> Bron: Marktanalyse Werklocaties – Gemeente Groningen, Bureau Buiten



Eemshaven<sup>8</sup>) en IBM. Bij Google werken op dit moment ca. 400 mensen, wat naar verwachting zal stijgen naar 1.000.<sup>9</sup> Maar liefst een derde van de ondernemingen in de top-10 van de Technology Fast 50 van Deloitte komt uit Groningen en omstreken.<sup>10</sup> Staalbedrijf Van Merksteijn bouwt een nieuwe fabriek in Eemshaven waar 300 mensen zullen komen te werken.<sup>11</sup> De komende jaren wordt verwacht dat de groei van de werkgelegenheid in de Eemshaven verder doorzet.

### *Kantorenmarkt*

Het zakelijke vestigingsklimaat van hotels hangt vaak ook samen met de situatie op de kantorenmarkt. Al met al kan worden geconcludeerd dat Groningen een relatief krappe kantorenmarkt heeft en er sprake is van een relatief lage leegstand. De leegstand is fors gedaald, van 11,2% in 2017 naar 10,1% in 2018.<sup>12</sup> In totaal is er in Groningen ongeveer 42.000m<sup>2</sup> planaanbod voor kantoren, verdeeld over Kranenburg, Europapark, Eemskanaal en het stationsgebied. Het gaat om 17.000 m<sup>2</sup> harde plannen plus zacht planaanbod bij station Groningen.<sup>13</sup> Indien dit planaanbod wordt gerealiseerd, schept dit kansen voor hotels in de omgeving.

### *Toerisme*

Het aantal overnachtingen in Nederland groeide in 2018 met 5,6%.<sup>14</sup> Buiten de 5 grootste toeristische steden groeide het aantal overnachtingen door buitenlanders harder (9%) dan het aantal binnenlandse toeristen (4%). Dit lijkt met name te komen door groeiende stadspromotie in de regio en een afname hiervan in Amsterdam. Het wordt ook verwacht dat deze ontwikkeling zich gedurende de aankomende jaren doorzetten. Voor 2019 wordt verwacht dat het inkomend toerisme in Nederland met 4% zal groeien<sup>15</sup> en dat het groeitempo van binnenlands toerisme lager zal liggen.

Groningen genereert toeristische vraag door de horeca, attracties, evenementen, gebiedspromotie (Marketing Groningen), de rijke natuur in de omgeving. De binnenstad is in trek door de vele monumenten die de stad kent. Buiten de stad is veel natuur te vinden. In 2016 kreeg Geopark De Hondsrug de UNESCO status.

Er zijn namens de stad een congresbureau en een stadsmarketingbureau actief, die volgens de hoteliers waarmee Horwath HTL sprak een belangrijke bijdrage leveren aan de zakelijke en toeristische markt.

Bovendien kent Groningen nu al een redelijke, en in de toekomst na de werkzaamheden een goede bereikbaarheid, wat zeer belangrijk<sup>16</sup> is voor de hotellerie, aangezien gasten de reistijd naar de bestemming vaak tot een minimum willen beperken (zie bijlage 1).

---

<sup>8</sup> Bron: Artikel NRC d.d. 15-03-2019

<sup>9</sup> Bron: Artikel DvhN d.d. 13 december 2018

<sup>10</sup> Bron: Groningen City Monitor, Economie

<sup>11</sup> Bron: Artikel DvhN d.d. 19 maart 2019

<sup>12</sup> Bron: Groningen City Monitor, peildatum augustus 2018

<sup>13</sup> Bron: Marktanalyse werklocaties, Bureau Buiten, maart 2018

<sup>14</sup> Bron: Statline - CBS

<sup>15</sup> Bron: Toerisme in Perspectief, NBTC, januari 2019

<sup>16</sup> Het strategisch positioneren van een hotel wordt binnen de hotel- en vastgoedsector vaak gezien als de belangrijkste succesfactor.

### 2.3 Relevante ontwikkelingen

De toekomstige vraag naar hotels zal worden beïnvloed door ontwikkelingen omtrent de luchthaven, bereikbaarheid en nieuwe vestigingen van bedrijven.

#### *Luchthaven (zie bijlage 4)*

Luchthaven Groningen Airport Eelde wil groeien van 242.000 passagiers in 2018 naar 400.000 passagiers in 2026, met een verwacht effect op zowel de zakelijke als toeristische hotelvraag. De haalbaarheid van de groei in blijft echter onzeker door financieringsproblemen en de stop van de lijndiensten naar Kopenhagen en München.<sup>17</sup> Hierdoor zullen de passagiersaantallen naar verwachting afnemen in 2019.<sup>18</sup> Voor de analyses is in dit rapport is daarom uitgegaan van een scenario waarin de luchthaven zal groeien naar 300.000 passagiers in 2026. Ondanks de relatief geringe capaciteit is het vliegveld een cruciale factor voor zowel het zakelijke als het recreatieve toerisme.

#### *Bereikbaarheid (zie bijlage 1)*

Hoewel Groningen zich in het noorden van Nederland bevindt, relatief ver van het Nederlandse economische centrum, is de stad relatief goed bereikbaar, maar zou in de toekomst zowel regionaal als internationaal nog beter verbonden kunnen worden. Ring Zuid wordt verbouwd om de doorstroming te vergroten. De werkzaamheden zullen naar verwachting in de zomer van 2024 gereed zijn.<sup>19</sup> In 2022 wordt gestart met de werkzaamheden van Ring West. Tijdens de gesprekken benadrukten de stakeholders dat zij verwachten hinder te ondervinden van de tijdige maar langdurige slechtere bereikbaarheid.

In en rond de stad verschillende fiets- en wandelpaden aangelegd om de bereikbaarheid te verbeteren, met een mogelijk positief effect op het toerisme. Tevens krijgt het NS Station Groningen een impuls tussen nu en 2024: er komen meer sporen, perrons en tunnels voor reizigers, fietsers en bussen. Bij het Station Haren wordt een doorgang onder het spoor gecreëerd en wordt de bereikbaarheid van het station verbeterd. Daarnaast wordt onderzocht of een snellere treinverbinding van Groningen met Amsterdam en Den Haag haalbaar is, waarbij wordt gewerkt aan een tijdswinst op korte termijn (ca. vijf jaar) van een kwartier en op de lange termijn (ca. tien jaar) van een half uur.<sup>20</sup> Deze ontwikkelingen (hoewel een aantal onzeker zijn) kunnen leiden tot een betere bereikbaarheid en daarmee sterkere concurrentiepositie binnen de zakelijke en toeristische overnachtingenmarkt.

#### *Overige ontwikkelingen*

Er zijn meer ontwikkelingen die het zakelijke en toeristische klimaat kunnen beïnvloeden. De komst van het internationale Klimaatinstituut creëert mogelijk spin-off voor de hotellerie. Hoewel het centrum zelf naar verwachting slechts 30 werknemers<sup>21</sup> in dienst heeft, trekt het mogelijk bezoekers, bijvoorbeeld tijdens de geplande klimaat-biënnale waarin voorbeelden van klimaatadaptatie en energietransitie worden geëxposeerd. Andere ontwikkelingen zijn de realisatie van het Groninger Forum, de afname in gaswinning<sup>22</sup> alsmede de werkzaamheden van Stichting Groningen Congressstad en Stichting Marketing Groningen.

<sup>17</sup> Bronnen: Website Gemeente Groningen

<sup>18</sup> Bron: Artikel RTV Drenthe d.d. 21-12-2018

<sup>19</sup> Bron: Website Aanpak Ring Zuid

<sup>20</sup> NS Persvoorlichter Pim Raaijmakers

<sup>21</sup> Bron: telefonische navraag d.d. 21 mei 2019

<sup>22</sup> Bron: Artikel RTV Noord d.d. 10-10-2018

## 2.4 Aanbod van accommodaties <sup>23</sup>

### 2.4.1 Totaaloverzicht

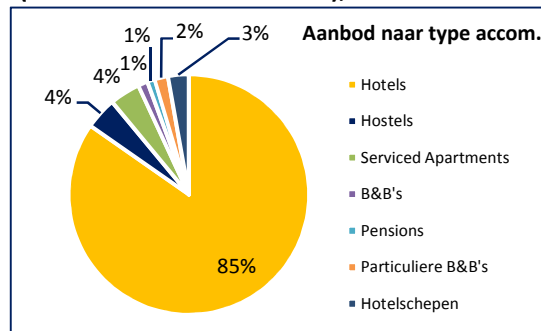
Het aanbod van hotelkamers in de gemeente Groningen kende een relatief sterke groei van 5% per jaar in het afgelopen decennium. 85% van alle kamers is gevestigd in hotels.

Tot de aanbieders op de overnachtingenmarkt behoren hotels (hostels, pensions en professionele B&B's<sup>24</sup>), serviced apartments accommodaties en particuliere verhuur van logiesaccommodaties (zoals Airbnb, hotelschepen en particuliere B&B's<sup>25</sup>). De laatste twee categorieën, hotelschepen en particuliere B&B's, kennen een beperkt gebruik, waarover slechts inschattingen gemaakt kunnen worden. Deze worden daarom niet meegenomen in de marktruimtebepaling.

In de periode 2009-2018 is in de voormalige gemeente Groningen het aantal accommodaties toegenomen met 81% en het aantal kamers met 55%, wat sterker is dan in de provincie (28% en 32%) en heel Nederland (23% en 31%). In de voormalige gemeente Haren is het aantal kamers afgenomen met 13 tot 108 en in de voormalige gemeente Ten Boer bleef het aanbod nagenoeg stabiel op twee accommodaties en 18 kamers. Hotels zijn het sterkst vertegenwoordigde type accommodatie in Groningen, gevolgd door hostels, serviced apartments en overige segmenten, zoals blijkt uit onderstaande figuur.

**Tabel 1. Logiesaanbod naar type Groningen (inclusief Haren en Ten Boer), 2018**

|                     | Aantal accom. | Aantal kamers | Markt-aandeel* |
|---------------------|---------------|---------------|----------------|
| Hotels              | 20            | 1335          | 84,7%          |
| Hostels             | 4             | 67            | 4,3%           |
| Serviced apt.       | 3             | 64            | 4,1%           |
| Prof. B&B's*        | 6             | 21            | 1,3%           |
| Pensions            | 1             | 16            | 1,0%           |
| <b>Subtotaal**</b>  | <b>34</b>     | <b>1.503</b>  | <b>95,4%</b>   |
| Particuliere B&B's* | 29            | 29            | 1,8%           |
| Hotelschepen        | 5             | 43            | 2,8%           |
| <b>Totaal</b>       | <b>68</b>     | <b>1.575</b>  | <b>100%</b>    |



Bronnen: HorecaDNA, Hotelschepen.nl, Noordelijk belastingkantoor en Horwath HTL | Door afronding kunnen totalen afwijken van 100% | Prof. = professionele | serviced apt. = serviced apartments

\*) professionele B&B's hebben meer dan 2 kamers en vijf bedden, particuliere B&B's hebben minder dan 2 kamers en vijf bedden. Er zijn in totaal 161 particuliere B&B's. Deze zijn niet allemaal even actief en het gehele jaar beschikbaar. 29 hiervan behalen een bezettingsgraad van 60%. Om een vergelijkbaar beeld met hotelkamers te bieden zijn enkel deze 29 kamers in de tabel opgenomen onder particuliere B&B's.

\*\*) Het subtotaal is gebaseerd op een eigen inventarisatie waaruit blijkt dat Groningen in 2018 1.503 hotelkamers telde. Elders in het rapport wordt in relatie tot de historische groei gerekend met aanbodcijfers van HorecaDNA, waar een totaal aantal van 1.370 hotelkamers voor 2018 uit blijkt. Er is gekozen om deze verschillende bronnen naast elkaar te hanteren om een juist beeld te schetsen van enerzijds de historische ontwikkeling van het hotelaanbod en anderzijds van het huidige hotelaanbod.

### 2.4.2 Spreiding en dichtheid

Er zijn ca. 65 hotelkamers per 10.000 inwoners. Hotels zijn het sterkst vertegenwoordigd in de binnenstad.

Per 1 januari 2019 telde Groningen ca. 232.000 inwoners. Hierdoor bedraagt de hotelkamer dichtheid ca. 65 hotelkamers per 10.000. Dit is hoger dan in Tilburg (29) en Almere (22), maar lager dan in Eindhoven (99). Zie bijlage 5 voor de aanbodanalyse. De volgende figuur toont de locaties van alle

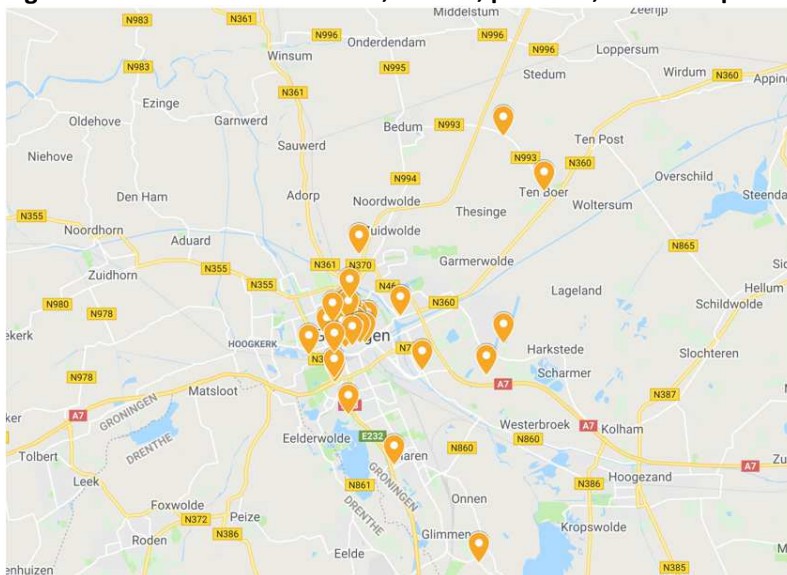
<sup>23</sup> Zie bijlage 5 voor diepgaandere analyse

<sup>24</sup> B&B's op vanaf twee kamers en vijf bedden

<sup>25</sup> B&B's met maximaal twee (slaap)kamers voor toeristisch-recreatief nachtverblijf en met wonen als hoofdfunctie

hotels in Groningen, waaruit blijkt dat de meeste accommodaties in of rondom de binnenstad zijn gelegen.

**Figuur 2. Locaties alle hotels, hostels, pensions, serviced apartments en B&B's in Groningen**



Bron: Google maps, bewerkt door Horwath HTL

### 2.4.3 Huidig aanbod hotels

Het hotelaanbod kenmerkt zich momenteel door Midscale en Upscale hotels. Er is geen aanbod in de hogere segmenten.

Hotelsterren worden in de praktijk steeds minder vaak gebruikt. Hierdoor zijn zowel de ongeclassificeerde als geclassificeerde hotels door Horwath HTL ingedeeld conform de internationale positionering per “class”. Deze internationale indeling loopt van “budget & economy” (vergelijkbaar met nul tot twee sterren) tot “luxury” (top van het vijfsterren segment). Als de samenstelling van de Groningse hotelmarkt wordt vergeleken met de samenstelling van de nationale hotelmarkt blijkt dat in de Groningse hotelmarkt ook het midscale segment het grootst is gevolgd door het upscale segment. Het midscale segment heeft een relatief groter aandeel dan het Nederlandse gemiddelde. Het luxury en het upper upscale segment zijn helemaal niet vertegenwoordigd.

Wat opvalt aan de aanbodanalyse in de volgende twee tabellen is dat de Groningse hotels relatief groot zijn (gemiddeld 44 kamers per hotel) in vergelijking met de nationale markt (gemiddeld 37 kamers per hotel). Dit duidt op een betere vestigingsmarkt voor (inter-)nationale hotels.

**Tabel 2. Segmentatie hotelaanbod Nederland, 2018**

|                      | Hotels       | Kamers         | Kamers /Hotel | Marktaandeel kamers |
|----------------------|--------------|----------------|---------------|---------------------|
| Luxury (5* plus)     | 11           | 1.325          | 120           | 1%                  |
| Upper Upscale (4-5*) | 48           | 9.347          | 195           | 7%                  |
| Upscale (4*)         | 537          | 48.897         | 91            | 38%                 |
| Midscale (3*)        | 1.825        | 57.338         | 31            | 45%                 |
| Economy (0-2*)       | 1.082        | 11.546         | 11            | 9%                  |
| <b>Totaal</b>        | <b>3.503</b> | <b>128.453</b> | <b>37</b>     | <b>100%</b>         |

Bron: HorecaDNA, Lijst Hotels en Pensions-B&B's d.d. 09-05-2018, bewerkt door Horwath HTL

**Tabel 3. Samenstelling logiesaanbod Groningen\* (inclusief Haren en Ten Boer), 2018**

|                      | Hotels    | Kamers       | Gem. # kamers | Marktaandeel kamers |
|----------------------|-----------|--------------|---------------|---------------------|
| Luxury (5* plus)     | -         | -            | -             | 0%                  |
| Upper Upscale (4-5*) | -         | -            | -             | 0%                  |
| Upscale (4*)         | 6         | 435          | 73            | 29%                 |
| Midscale (3*)        | 18        | 982          | 55            | 65%                 |
| Economy (0-2*)       | 10        | 86           | 9             | 6%                  |
| <b>Totaal*</b>       | <b>34</b> | <b>1.503</b> | <b>44</b>     | <b>100%</b>         |

Bron: HorecaDNA, Lijst Hotels en Pensions-B&B's d.d. 04-07-2018, bewerkt door Horwath HTL

Er zijn in totaal 34 logiesaccommodaties met 1.503 kamers. Slechts zes hotels hebben 100 of meer dan 100 kamers, waarvan drie gelegen zijn nabij het centrum van Groningen: NH Groningen, Martini Hotel en The Student Hotel Groningen. The Student Hotel beschikt totaal over 100 kamers, waarvan circa 70 hotelkamers en circa 30 serviced apartments. De rest van hun accommodaties worden verhuurd als langverblijf.

Gemiddeld behalen de hotels een beoordeling van 8,2<sup>26</sup>. Over het algemeen geldt dat de kwaliteit van de hotels als goed wordt beschouwd als de hotels een 8 of hoger scoren. Een volledige lijst van de logiesaccommodaties is opgenomen in bijlage 5.

#### **2.4.4 Huidig aanbod serviced apartments**

Serviced apartments zijn een opkomend marktsegment in Nederland. In Groningen is het aanbod beperkt en zijn er mogelijk kansen voor deze nieuwe accommodatievorm.

De Nederlandse markt van serviced apartments is lastig te definiëren en omkaderen. Er wordt echter ook regelmatig gerefereerd aan short stay, long stay of extended stay. De keuze is vaak afhankelijk van de sector van waaruit wordt gesproken. Zo hanteren partijen vanuit de hotellerie vaak de termen extended stay en long stay, omdat het verblijf vaak langer is dan een gemiddeld hotelverblijf, en hanteren partijen vanuit de woningmarkt vaak de term short stay, omdat het verblijf vaak korter is dan een gemiddelde huurperiode van een woning. In deze studie wordt de term serviced apartments gebruikt, waarmee het middellange/lange verblijf in de hotelmarkt wordt bedoeld.

Er zijn in Groningen 4 accommodaties met in totaal circa 94 kamers/appartementen (inclusief The Student Hotel).

De verblijfsduur in de markt van serviced apartments ligt binnen een ruime bandbreedte van grofweg één week tot één jaar. Het komt ook voor dat deze verblijfsvorm een onderscheidende categorie binnen het gemeentelijk beleid krijgen, zoals in Utrecht en Amsterdam. Zo kan het beleidstechnisch worden geïdentificeerd als variant op de hotel- of op de woonfunctie. Deze gemeenten zien serviced apartments als verblijf korter dan zes maanden.

Horwath HTL ziet serviced apartments, apart-hotels en hotel residences doorgaans als onderdeel van de overnachtingenmarkt. Dit betreft dan verblijf korter dan zes maanden. Verblijf voor langer dan 6 maanden, zoals corporate housing of kort/middellang verblijf voor studenten, wordt door Horwath HTL meer als wonen dan als logies gezien. Hierom zijn deze typen accommodaties ook niet in deze studie opgenomen.

<sup>26</sup> Bron: Booking.com

### 2.4.5 Huidig aanbod particuliere verhuur

Particuliere verhuur concurreert met de hotelmarkt, maar het aanbod lijkt is niet heel groot.

De overnachtingenmarkt staat in nauw verband met de markt van particuliere woningverhuur. Het aanbod van particuliere verhuur is lastig in kaart te brengen omdat de accommodaties vaak niet het hele jaar beschikbaar zijn. In Groningen kunnen drie typen accommodaties worden onderscheiden: B&B's, slaapschepen en Airbnb. Het aanbod hiervan wordt eerst gepresenteerd, waarna aan de hand van vergelijkingen met internationaal onderzoek de mogelijke effecten op de hotelmarkt en woningmarkt worden geduid.

#### Slaapschepen

Er zijn 17 hotelschepen in Groningen. De meeste van deze schepen zijn alleen beschikbaar tijdens het Eurosonic en Noorderslag festival. Slechts vijf schepen zijn een aantal maanden per jaar beschikbaar. Een voorbeeld is Hotelschip De Mars. Het schip beschikt over 13 hutten en heeft ruimte voor maximaal 24 personen. Het schip is beschikbaar van november tot april. Het schip wordt vooral aan groepen verhuurd. De andere vier schepen die een aantal maanden per jaar beschikbaar zijn, zijn in dezelfde periodes waarschijnlijk ook vooral aan groepen verhuurd.

Op basis van het aantal aangeboden hutten en de beschikbaarheid wordt geschat dat er gemiddeld 43 hutten per dag beschikbaar zijn. Vanwege de variërende beschikbaarheid en het gebrek aan data hierover moet dit aantal als indicatief worden beschouwd.

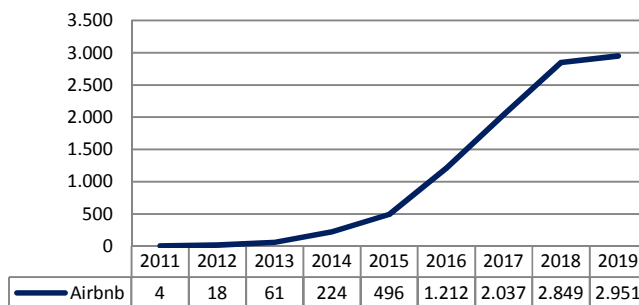
#### Particuliere B&B's

Horwath HTL gaat uit van de stelling dat B&B's met minder dan 2 kamers en 5 bedden particulier zijn. In het bestand van het Noordelijk belastingkantoor zijn er 161 B&B's, waarvan zes één-kamer serviced apartments. Al deze B&B's zouden in principe ook aangeboden kunnen worden op platforms als Airbnb en Wimdu. Airbnb is verreweg het grootste platform.

#### Airbnb

De onderstaande figuur toont de ontwikkeling van Airbnb's in de provincie Groningen. Als bron voor onderstaande informatie geldt Airdna: een onafhankelijk bedrijf dat data structureel verzamelt en niet gelieerd is aan Airbnb.

**Figuur 3. Ontwikkeling Airbnb's in de provincie Groningen**



Sinds 2011 is het aantal Airbnb's in de provincie sterk toegenomen. In 2019 zijn er 2.951 Airbnb's in de provincie Groningen, waarvan 982 actief zijn.<sup>27</sup> Van de actieve Airbnb's is slechts 16% tussen de 10 tot 12 maanden per jaar beschikbaar en kunnen daarmee professioneel worden geacht. Dit aandeel is vergelijkbaar<sup>28</sup> met andere steden.

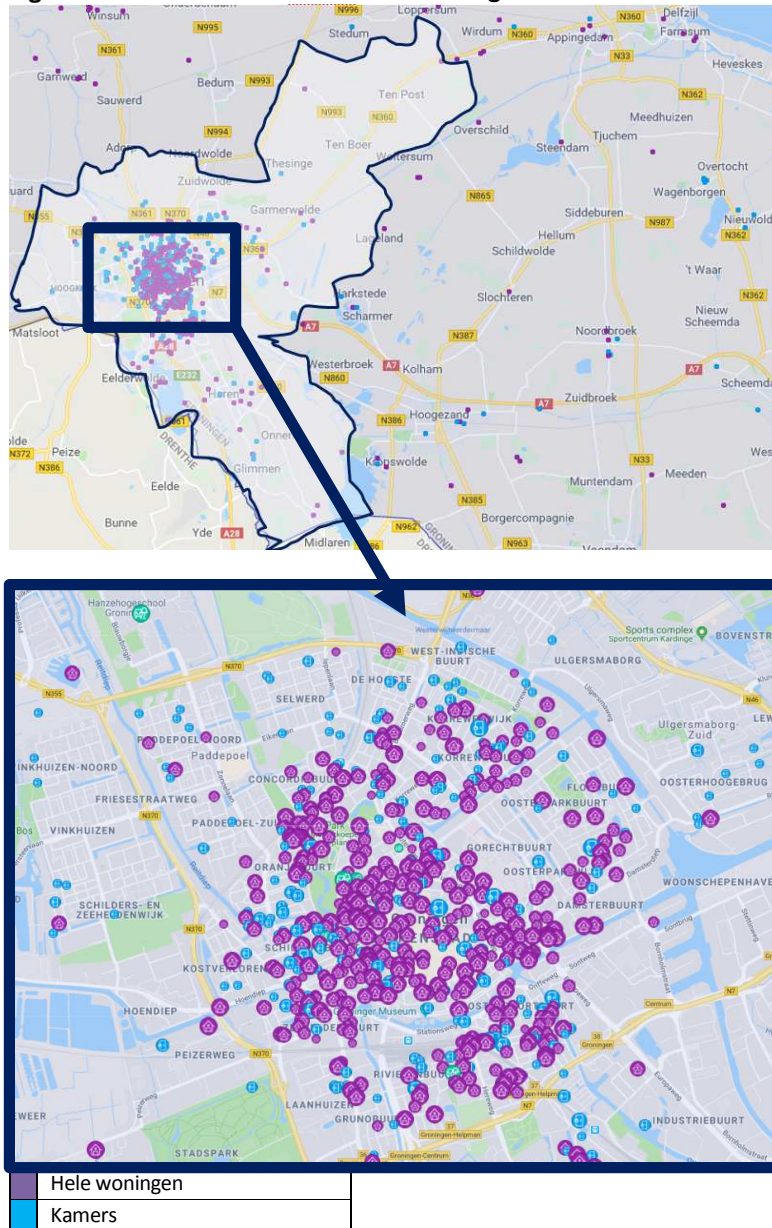
Bron: AirDNA | peilmaand is december, m.u.v. 2019

<sup>27</sup> Bron: AirDNA, 20-02-2019

<sup>28</sup> Met vergelijkbare steden o.b.v. inwoneraantal: Eindhoven (15%), Tilburg (14%), Almere (11%)

Van de Airbnb's zal een aantal ook als B&B geregistreerd zijn, waardoor de aanbodcijfers voorzichtig moeten worden geïnterpreteerd.<sup>29</sup> Het overgrote deel bevindt zich in de binnenstad van de gemeente Groningen, zoals weergegeven in onderstaande figuren. Vertaald naar het eerder gedefinieerde logiesaanbod, betekent dit een verhoging van circa 5-10%, afhankelijk van het precieze deel dat in de gemeente ligt.

**Figuur 4. Locaties alle Airbnb's in Groningen**



Bron: AirDNA

Tijdens de gesprekken met stakeholders uitten zij hun zorgen over de ongelijke marktcondities. Zo benadrukten zij dat de strenge eisen waar hotels aan moeten voldoen, zoals brandveiligheid, niet gelden voor Airbnb's. Hierdoor zou mogelijk een ongelijk speelveld ontstaan, merkten zij op. In onderstaande paragrafen wordt, op basis van onderzoek in andere steden, een beeld geschetst van de invloed van Airbnb op de hotelmarkt.

<sup>29</sup> Bron: AirDNA 20-02-2019

#### De effecten van Airbnb op de hotelmarkt

Airbnb-accommodaties bieden een lokale en authentieke verblijfservaring.<sup>30</sup> Uit recent internationaal onderzoek<sup>31</sup> blijkt dat aanwezigheid van Airbnb de bezetting van de hotels niet direct beïnvloedt, maar dat er wel sprake is van een prijsopdrijving. Hierbij geldt: hoe hoger de prijzen van Airbnb's, hoe hoger de kameromzet van hotels. Dit kan ook beïnvloed worden door andere factoren zoals de drukte in bepaalde periodes. Uit het onderzoek blijkt dus dat gasten zowel hotels als Airbnb's bekijken voordat ze hun keuze maken. Hierdoor worden hotels gestimuleerd om hun service standaarden hoog te houden en te verbeteren. Hotels anticiperen op deze ontwikkeling door introductie van zogenoemde 'lifestyle brands', hotels waarin de intieme sfeerervaring voorop staat.

#### De effecten van Airbnb op de woningmarkt

Academici zijn verdeeld over de effecten van Airbnb op de omgeving. Uit een onderzoek van de Vrije Universiteit blijkt dat aanwezigheid van Airbnb woningprijzen en -huren omhoog drijft. In toeristische gebieden en populaire woonlocaties is dit effect het sterkst. Huurders kunnen hun woning niet verhuren met Airbnb, waardoor zij de huurinkomsten missen die (commerciële) verhuurders van Airbnb-accommodaties wel hebben. In combinatie met de prijsstijging zou het ervoor kunnen zorgen dat huurders hun huur niet meer kunnen betalen en daardoor wellicht gedwongen worden uit te wijken naar minder toeristische buurten. Bij veel Airbnb-verhuur in bepaalde wijken is het mogelijk dat gebruikers van Airbnb voor overlast zorgen.

Daarentegen stelt Airbnb dat 87% van de overnachtingsprijs direct naar de Airbnb-host gaat en daarmee direct lokaal neerslaat. Het platform stelt dat dit aandeel naar verwachting lager zal zijn bij hotels, door de tussenkomst van internationale ketens, boekingsplatforms en inhuur van arbeidskrachten. Bovendien stelt Airbnb dat haar gasten in Amsterdam gemiddeld langer verblijven (3,4 overnachtingen) dan hotelgasten (1,9 overnachtingen).<sup>32</sup> Airbnb-gasten spenderen naar zeggen 34% van de lokale uitgaven in de directe omgeving van de accommodatie, wat zorgt voor economische kruisbestuiving in restaurants, winkels, attracties, etc.<sup>33</sup> Het boekingsplatform heeft nog geen dergelijke cijfers gepubliceerd over Groningen, maar als wordt aangenomen dat vergelijkbare effecten van toepassing zouden zijn in de gemeente, dan zou dit tegenover de negatieve effecten moeten worden gesteld.

#### **2.4.6 Aanbod in de omgeving van Groningen**

De concurrerende hotelmarkt is ook buiten de gemeente Groningen te vinden.

De regio Assen-Groningen is een belangrijk samenwerkingsverband, niet alleen economisch gezien, maar ook voor het toerisme. Opvallend is dat ruim 46% van de kamers in de gemeente Groningen zijn gelegen. Ook is een groot deel van de kamers in Assen gelegen (17%) en zijn de accommodaties daar gemiddeld het grootst (70 kamers). In de omgeving bevinden zich vooral kleinere accommodaties.

Deze studie richt zich vooral op de overnachtingenmarkt binnen de gemeente Groningen. Toch zijn er ook vijf grote hotels met in totaal 406 kamers in de omgeving die dicht bij de gemeentegrenzen van Groningen liggen en daarom toch belangrijk zijn om te vermelden. Dit betreffen het Van der Valk Groningen-Hoogkerk (125), Fletcher Familiehôtel Paterswolde (65), Van der Valk Hotel Groningen-Westerbroek (78), Hotel Faber (18) en het Van der Valk Hotel Zuidbroek (120). Allen hebben ze een reistijd per auto naar de binnenstad van 20 minuten of minder.

<sup>30</sup> Bron: Research Center – Hotelschool Den Haag

<sup>31</sup> Bron: Hospitality Insights by EHL, artikel d.d. 27-04-2018. Het onderzoek werd uitgevoerd in de stad San Fransisco. De conclusies zijn overeenkomstig met vergelijkbare studies in andere steden.

<sup>32</sup> Bron: Toerisme in Amsterdam, Onderzoeksbureau Ecorys in opdracht van Airbnb, oktober 2018

<sup>33</sup> Bron: Toerisme in Amsterdam, Onderzoeksbureau Ecorys in opdracht van Airbnb, oktober 2018



In de visie van Horwath HTL is Groningen een zelfstandig economisch centrum. Hoewel de hotels buiten de gemeentegrenzen in een bepaalde mate concurreren met de hotels binnen de gemeentegrenzen, wordt verwacht dat dit effect niet zeer groot zal zijn.

Onderstaande figuur toont deze hotels op de kaart.

**Figuur 5. Locaties grote hotels in de omgeving van Groningen**



Bron: Google Maps, bewerkt door Horwath HTL

1) Van der Valk Groningen – Hoogkerk, 2) Fletcher Familiehôtel Paterwolde, 3) Van der Valk Groningen – Westerbreek, 4) Hotel Faber, 5) Van der Valk Groningen - Zuidbreek

#### **2.4.7 Toekomstig aanbod**

Het hotelaanbod zal groeien van 1.503 kamers met tenminste 123 kamers tot 1.626 kamers in 2020.

Het huidige aanbod in Groningen zal de komende jaren worden uitgebreid. Bij de gemeente lopen momenteel meerdere aanvragen, hoewel deze allen zeer onzeker zijn. Daarnaast zijn er nog twee locaties in Groningen die al een bestemming voor logiesaccommodaties hebben maar die nog onbenut zijn. Deze bestemmingen zijn Euroborg (Europapark 2013) met de bestemming “Horeca in de categorie 1, 2, 3 en 5” en Rabobank (Griffeweg 80) met bestemming “Horeca in de categorie 5”. De panden zijn echter in gebruik voor andere functies. De enige ontwikkeling die zeker is, is de ontwikkeling van het WestCord Hotel met 123 kamers dat opent in 2020. In de marktruimtebepaling is daarom alleen deze ontwikkeling meegenomen.

#### **2.4.8 Visie van lokale stakeholders**

Horwath HTL heeft voor deze analyse gesproken met lokale stakeholders (zoals hoteliers, de gemeente Groningen, het congresbureau, Stichting Marketing Groningen, Groningen City Club en de Provincie Drenthe). Over het huidige aanbod stelden zij dat de hotels een gelijksoortig product bieden. Er is daarom behoefte aan bijzondere concepten en er kan ingespeeld worden op de markttrends. Daarnaast zijn in hun visie sommige hotelproducten gedateerd en aan een verfrissing toe. Daar staat tegenover dat de hotels gemiddeld met een 8,2/10 beoordeeld worden door gasten, hetgeen zeker een goede score is.

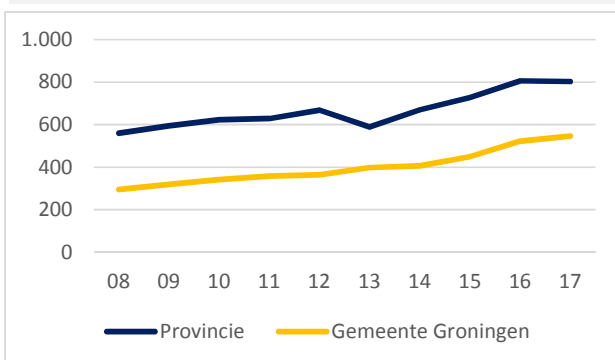
## 2.4.9 Sub-conclusie van de aanbodanalyse

Het hotelaanbod van Groningen is gegroeid met gemiddeld 5% per jaar en bestaat grotendeels uit hotelkamers in het Midscale en Upscale segment. Hieruit blijkt dat er een mogelijkheid bestaat tot grotere diversificatie door het toevoegen van Upper Upscale en Luxury kamers en/of door het ontwikkelen van andere accommodatievormen dan hotels. Ook de realisatie van het Westcord Hotel is van een Upscale niveau, waardoor hier nog geen verandering in zal komen. Lokale stakeholders stellen dat er vanuit de markt behoefte is aan bijzondere concepten. Daarnaast concurreren de logiesaccommodaties in Groningen zowel met hotels in omliggende gebieden als met particuliere verhuur. De markt van particulier verhuur is in actief aanbod bescheiden.

## 2.5 Vraag naar accommodaties <sup>34</sup>

### 2.5.1 Overnachtingen

De provincie Groningen kent een sterke groei in aantallen overnachtingen. De gemeente neemt meer dan de helft van het aantal overnachtingen in de provincie voor haar rekening.



De gemiddelde jaarlijkse groei gedurende de afgelopen decennium in hotelovernachtingen in de gemeente Groningen (6,7%) is groter dan in de provincie (2,4%) en Nederland excl. Amsterdam (2,8%). Dit lijkt mede het gevolg van de groei van het zakelijke segment te worden gedreven.<sup>35</sup> De groei in het aantal hotelovernachtingen is dynamisch en er zijn verschillen tussen de provinciale en gemeentelijke markt.

Hotelovertellingen in de provincie en gemeente Groningen (x 1.000)\*

Bron: Gemeente Groningen, CBS, bewerkt door Horwath HTL

\* behalve geclassificeerde hotels, ook ongeclassificeerde pensions, Bed & Breakfasts, hostels, hotelschepen en appartementen met hoteldienstverlening, maar geen overnachtingen van campings en jachthavens

**Tabel 4. Gemiddelde groei in hotelovernachtingen in %\***

|                           | '08   | '09  | '10 | '11 | '12 | '13   | '14  | '15  | '16  | '17  | Gem '08-'17 | Gem '13-'17 |
|---------------------------|-------|------|-----|-----|-----|-------|------|------|------|------|-------------|-------------|
| Nederland excl. Amsterdam | -4,0  | -5,7 | 4,6 | 3,5 | 4,6 | 0,6   | 4,6  | 5,1  | 6,6  | 7,7  | 2,8         | 4,9         |
| Provincie Groningen       | -15,3 | 6,2  | 4,9 | 0,8 | 6,3 | -11,8 | 13,8 | 8,7  | 10,7 | -0,4 | 2,4         | 4,2         |
| Gemeente Groningen        | 2,4   | 8,0  | 7,2 | 4,7 | 1,9 | 9,0   | 2,2  | 10,6 | 16,2 | 4,6  | 6,7         | 8,5         |

Bronnen: Statline – Centraal Bureau voor de Statistiek en Gemeente Groningen, bewerkt door Horwath HTL

\* behalve geclassificeerde hotels, ook ongeclassificeerde pensions, Bed & Breakfasts, hostels, hotelschepen en appartementen met hoteldienstverlening, maar geen overnachtingen van campings en jachthavens

De hotels genereren het grootste aandeel van de vraag: 87% van de totale overnachtingen gedurende de afgelopen 10 jaar vond plaats in hotels, 8% in hostels, pensions en serviced apartments en 5% in particuliere B&B's en hotelschepen. Dit lijkt een normaal aandeel en in de meeste plaatsen is het aandeel hotelovernachtingen het grootst. In plaatsen als Valkenburg zijn er veel B&B's, in andere plaatsen niet. Vergelijkingen hier zijn lastig om te maken door de beperkte beschikbaarheid van data hierover.

<sup>34</sup> Zie bijlage 6 voor een diepgaandere analyse

<sup>35</sup> Bron: gesprekken met stakeholders

### 2.5.2 Hotelresultaten in Nederland en in Noord-Nederland

De gemiddelde omzet per kamer in de regionale hotelmarkt groeit met gemiddeld 6% per jaar, maar het prijsniveau blijft onder het nationale niveau.

De hotelresultaten weerspiegelen doorgaans de aantrekkelijkheid van een markt en bieden inzicht in de behoefte aan uitbreiding. In Noord-Nederland (de provincies Groningen, Friesland en Drenthe) zijn in de periode 2013-2017 de hotelresultaten verbeterd. Sinds 2013 is er vrijwel ieder jaar een stijging geconstateerd in de gemiddelde opbrengst per kamer. In de afgelopen 5 jaar steeg de gemiddelde kamerprijs jaarlijks met gemiddeld 3% en de gemiddelde opbrengst per beschikbare kamer met 6%. Deze opbrengst was met €52 in 2017 wel lager dan de €66 in Nederland excl. Amsterdam, wat met name komt door het lagere prijsniveau.

**Tabel 5. Resultaten Nederland excl. Amsterdam & Schiphol**

|             | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 | Gem. '13-'17 |
|-------------|------|------|------|------|------|--------------|
| Occ. in %   | 61   | 63   | 65   | 68   | 72   | 66           |
| ARR in €    | 78   | 79   | 83   | 88   | 91   | 84           |
| RevPAR in € | 47   | 50   | 54   | 60   | 66   | 55           |

Bron: Hosta database | RevPAR = omzet per beschikbare kamer | ARR = gemiddelde kamerprijs | Occ = bezettingsgraad

**Tabel 6. Resultaten Noord-Nederland**

|             | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 | Gem. '13-'17 |
|-------------|------|------|------|------|------|--------------|
| Occ. in %   | 63   | 63   | 61   | 65   | 70   | 64           |
| ARR in €    | 66   | 69   | 77   | 74   | 75   | 72           |
| RevPAR in € | 41   | 43   | 46   | 48   | 52   | 46           |

Bron: Hosta database | RevPAR = omzet per beschikbare kamer | ARR = gemiddelde kamerprijs | Occ = bezettingsgraad

### 2.5.3 Hotelresultaten in de gemeente Groningen

De kameromzet groeit met gemiddeld 3% per jaar, wat lager is dan het gemiddelde van 9% in Nederland excl. Amsterdam. Dit lijkt met name te komen door het hogere prijsniveau in den lande.

De hotelresultaten in de gemeente liggen op een iets lager niveau liggen dan het landelijke niveau. In vergelijking met de cijfers van de regio Noord-Nederland kan worden geconcludeerd dat de bezettingsgraad op een vergelijkbaar niveau ligt in Groningen, dat de gemiddelde kamerprijs op een iets hoger niveau ligt en dat daardoor de gemiddelde opbrengst per beschikbare kamernacht ook op een iets hoger niveau ligt in Groningen dan in heel Noord-Nederland. Naar verwachting zal de opbrengst per beschikbare kamernacht bij hostels en pensions iets lager liggen dan het gemiddelde en de opbrengst per beschikbare kamernacht bij serviced apartments iets hoger liggen dan het gemiddelde. In de periode 2013-2017 zijn zowel de gemiddelde bezettingsgraad, de gemiddelde kamerprijs en de gemiddelde opbrengst per beschikbare kamernacht gestegen. Sinds 2013 stijgen de hotelresultaten vrijwel ieder jaar. In de afgelopen 5 jaar is de bezettingsgraad jaarlijks met gemiddeld 2% toegenomen, de gemiddelde kamerprijs met 1% en de gemiddelde opbrengst per beschikbare kamer met 3%. Dit is lager dan het gemiddelde van 9% groei in kameromzet in de hotelmarkt van Nederland exclusief Amsterdam en Schiphol, maar in de visie van Horwath HTL een gezonde marktsituatie.

**Tabel 7. Resultaten logiesaccommodaties Groningen (inclusief Haren en Ten Boer)\***

|             | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 | 2018** | 2019** | Gem. '13-'17 |
|-------------|------|------|------|------|------|--------|--------|--------------|
| Occ. in %   | 62   | 61   | 63   | 67   | 67   | 72     | 76     | 64           |
| ARR in €    | 73   | 75   | 71   | 72   | 74   | 75     | 76     | 73           |
| RevPAR in € | 45   | 46   | 45   | 48   | 50   | 54     | 58     | 47           |

Bron: Horwath HTL op basis van resultaten van een enquête onder logiesaccommodaties in Groningen

RevPAR = omzet per beschikbare kamer | ARR = gemiddelde kamerprijs | Occ = bezettingsgraad

\* op basis van een respons van gemiddeld 73% van het aanbod in de gemeente Groningen | \*\*Verwachting

Er is sprake van een relatief grote bandbreedte van de hotelresultaten. Voor de kamerbezettingsgraad in 2017 geldt in de concurrerende markt een bandbreedte van iets minder dan 60% tot iets meer dan 80%. Voor de gemiddelde kamerprijs in de concurrerende markt geldt een bandbreedte van iets minder dan €50 tot iets meer dan €180.

De hoteliers schatten dat zowel de gemiddelde bezettingsgraad als de gemiddelde kamerprijzen zullen toenemen in 2018 en 2019.

De onderstaande tabel toont een raming van de resultaten van de particuliere B&B's. Zoals al eerder aangegeven is het bij particuliere verhuur lastig om gegevens in kaart te brengen, omdat deze vaak niet het hele jaar door beschikbaar zijn. Dit kan een verklaring zijn voor de relatief lage bezettingsgraden van de B&B's. De gemiddelde kamerprijs ligt op een vergelijkbaar niveau als in de hotelmarkt.

#### Schatting resultaten B&B's Groningen (inclusief Haren en Ten Boer)

|             | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 | 2018* | 2019* | Gem. '13-'17 |
|-------------|------|------|------|------|------|-------|-------|--------------|
| Occ. in %   | 48   | 48   | 46   | 44   | 43   | 45    | 54    | 46           |
| ARR in €    | 68   | 68   | 68   | 72   | 72   | 74    | 82    | 73           |
| RevPAR in € | 32   | 33   | 31   | 32   | 31   | 33    | 44    | 47           |

Bron: HOSTA database - Horwath HTL

RevPAR = omzet per beschikbare kamer | ARR = gemiddelde kamerprijs | Occ = bezettingsgraad

#### 2.5.4 Marktsegmentatie Groningen

Groningen heeft een gezonde balans tussen zakelijke en toeristische gasten. Het segment zakelijke gasten heeft de meeste groeipotentie, volgens lokale hoteliers.

Hotelgasten kunnen grofweg worden onderverdeeld in zakelijk en toeristisch. Deze segmenten zijn verder onder te verdelen in individuele reizigers en groepen. Tot het 'overige' segment behoren gasten zoals luchtvaartpersoneel. Voor de behoefte-raming is het fundamenteel om te begrijpen uit welke segmenten de markt bestaat. Als de segmentatie in de Groningse hotelmarkt wordt vergeleken met de nationale en regionale hotelmarkt, dan valt op dat de zakelijke segmenten een iets groter aandeel hebben dan de toeristische segmenten. In de visie van Horwath HTL is deze bestaande verhouding gezond en aantrekkelijk voor hotels vanwege de hogere kamerprijzen die door zakelijke gasten worden betaald. Wel is de vraag van zakelijke gasten doorgaans conjunctuurgevoeliger. Het aandeel toergroepen wordt marktconform geacht. Aangezien deze contracten vaak voor een langere termijn worden vastgelegd kan dit duiden op een duurzame bezetting.

**Tabel 8. Marktsegmentatie in hotels, in %**

|                           | Nationale hotelmarkt, exclusief Amsterdam & Schiphol | Hotelmarkt Noord-Nederland | Hotelmarkt Groningen |
|---------------------------|--|----------------------------|----------------------|
| Zakelijk individueel      | 29   | 38                         | 43                   |
| Zakelijk groep            | 15   | 10                         | 12                   |
| <b>Zakelijk totaal</b>    | <b>44</b>  | <b>48</b>                  | <b>55</b>            |
| Toeristisch individueel   | 47   | 48                         | 38                   |
| Toergroepen               | 6  | 3                          | 7                    |
| <b>Toeristisch totaal</b> | <b>53</b>  | <b>51</b>                  | <b>45</b>            |
| Overig                    | 3  | 1                          | 0                    |
| <b>Totaal</b>             | <b>100</b>   | <b>100</b>                 | <b>100</b>           |

Bron: HOSTA-database – Horwath HTL

\* schatting van de marktsegmentatie van een respons van 77% verdeeld over twee verschillende jaren

Uit een schatting gebaseerd op de enquête blijkt dat de marktsegmentatie bij de particuliere verhuur het zakelijke individuele segment een aandeel van 50% behaalt en het toeristisch individuele segment ook een aandeel van 50% behaalt. De directe concurrentiepositie van Airbnb met de hotelmarkt is lastig te duiden en kan op verschillende manieren worden geïnterpreteerd. Wel bekijken gasten zowel hotels als Airbnb's voor het boeken van een verblijf.

De lokale hoteliers zijn geënuquëteerd over de doelgroepen. In de afgelopen vijf jaar zijn de groepen zakelijk bezoek/congresgangers en bezoek leisure/uitgaan/concert toegenomen. De andere doelgroepen zijn in deze periode vrijwel gelijk gebleven. Voor de hotels in Groningen zijn zakelijk bezoek/congresgangers, kunst- en cultuurzoekers en bezoekers leisure/uitgaan/concerten het belangrijkste. Dit is vergelijkbaar met andere Nederlandse gemeenten. Het aandeel van wetenschappers is kenmerkend voor Groningen. De verwachting van de hoteliers is dat zakelijk bezoek zal toenemen de komende vijf jaren en dat de vraag vanuit andere doelgroepen vrijwel gelijk zal blijven.

**Tabel 9. Doelgroepen sentiment**

|   | Ontwikkeling in 2013-2018 | Ranking Hoteliers Groningen | Verwachting ontwikkeling Hoteliers Groningen |
|---|---------------------------|-----------------------------|--|
| Zakelijk bezoek/congresgangers          | Stijging                  | 1                           | Stijging                                     |
| Bezoekers leisure / uitgaan / concerten | Stijging                  | 3                           | Gelijk                                       |
| Kunst- en cultuurzoekers                | Gelijk                    | 2                           | Gelijk                                       |
| Jongeren / budget / evenementen         | Gelijk                    | 5                           | Gelijk                                       |
| Serviced apartments (2 weken - 3 mnd.)  | Gelijk                    | 8                           | Gelijk                                       |
| Wetenschappers                          | Gelijk                    | 4                           | Gelijk                                       |
| Zorggerelateerde bezoekers              | Gelijk                    | 7                           | Gelijk                                       |
| Studenten                               | Gelijk                    | 6                           | Gelijk                                       |

Bron: Enquête onder hoteliers, Horwath HTL

Marketing Groningen heeft verdiepend onderzoek laten doen naar toerisme in Groningen. Hiervoor is gekeken naar het Leefstijlenmodel van Insiders. Dit model deelt de segmenten in naar vitaliteit, harmonie, zekerheid en controle. Door Marketing Groningen is aangegeven dat zij inzetten op de postmoderne bezoekers die avontuurlijk zijn en op zoek zijn naar uitdagingen en bijzondere ervaringen. Anderzijds zetten zij in op de oudere generatie die evenwichtiger is, bedachtzaam is en op zoek naar verdieping is. Ook zijn zij geïnteresseerd in natuur en cultuur en willen zij betekenisvol deelnemen aan de maatschappij. Deze segmenten zouden mogelijk een rol kunnen spelen bij het toetsen van de kwalitatieve behoefte van gasten aan hotels.

### **2.5.5 Relevante markttrends binnen de hotelindustrie**

Groningen kan profiteren van de markttrends binnen de industrie. Daarbij heeft de gemeente Groningen vier pijlers (Health, Energie, Creatieve Industrie en ICT) om een authentieke ervaring te bieden. Dit zou kunnen leiden tot een toenemende vraag.

De hotelmarkt verandert continu. Het begrijpen van de trends is fundamenteel voor het ontwikkelen van een duurzame hotelvisie. Voor Groningen is een selectie gemaakt van belangrijke drijfveren.

#### *Vier pijlers van Groningen*

Wereldwijd is er een sterke vraag naar 'authentieke ervaringen'. Dit wordt bevestigd door een internationaal<sup>36</sup> onderzoek van Expedia, waaruit blijkt dat 58-78% van de Millennials (waar Australiërs het laagst scoorden en Chinezen het hoogst) authentieke ervaringen het belangrijkste aspect van de reis achten.<sup>37</sup> Omdat het begrip niet altijd duidelijk is, definieerde Expedia het op basis van de resultaten als volgt: *'Authenticity is ultimately whatever which supports their perceptions of value: cultural appreciation and "living like a local"; independence and finding those hidden gems; originality and balancing the iconic with those experiences that are more off the beaten track.'*<sup>38</sup>

De vraag naar authentieke ervaringen biedt mogelijk kansen voor nieuwe logiesaccommodaties en de kwaliteit van de stad. De authenticiteit van de stad komt momenteel tot uiting door o.a. de historische binnenstad en het compacte – gezellige centrum. Daarnaast zou de authenticiteit in de visie van Horwath HTL kunnen worden geïnterpreteerd als de focus van Groningen. Een mogelijke leidraad hierin zijn de vier pijlers<sup>39</sup> van de gemeente Groningen. Deze pijlers zijn: Health, Energie, Creatieve Industrie en ICT. Mogelijk zouden nieuwe hotels deze pijlers kunnen verwerken in hun concepten, wat kansen zou kunnen bieden voor de versterking van de stad.

#### *Onderscheiding door hotelconcepten*

Hotels onderscheiden zich in toenemende mate van elkaar. Dit komt tot uiting doordat hotels zich sterker richten op bepaalde doelgroepen. Jongere hotelketens als Room Mate Hotels (2000) en citizenM (2008) richten zich sterk op de Millennialgeneratie en waren de grondleggers van deze conceptuele doelgerichtheid, maar werden al snel gevolgd door de traditionele hotelketens zoals Accor en Marriott die vergelijkbare merken lanceerden of overnamen, zoals 25hours Hotels en Moxy. Een bekend voorbeeld van verandering is dat functies vermengd zijn: de hotellobby fungeert steeds vaker als bar, werkplek (coworking space) en ontmoetingsplaats waardoor een ervaring wordt gecreëerd. Doordat de doorsnee hotelgast kritischer wordt en andere hotels links laat liggen, is dit een aandachtspunt bij het in kaart brengen van de hotelmarkt. Bovendien kan een hotel met additionele functies sterker bijdragen aan de directe leefomgeving.

#### *Toenemende kwaliteit van restaurants in hotels*

Er zijn ook verschillende trends zichtbaar met betrekking tot de voedsel- en drankfaciliteiten van hotels. Enerzijds worden full-service restaurants (ontbijt, lunch en diner) door hoteliers steeds minder vaak gezien als een noodzakelijke faciliteit. Dit is duidelijk te zien door de sterke opkomst van hotels als Ibis Budget en Easyhotel, die alleen ontbijt serveren. Anderzijds is er bij hotels die wél hun restaurants exploiteren in toenemende mate aandacht voor de professionaliteit van het restaurant. Hierbij richten zij zich niet alleen meer op hotelgasten, maar in toenemende mate ook op lokale gasten. Het restaurantconcept moet uniek zijn en goed in de markt worden gezet, afzonderlijk van maar ook aansluitend aan het hotel.<sup>40</sup> Uit de food trends blijkt ook dat mensen steeds bewuster en gezonder willen leven. Hotels anticiperen hierop door niet alleen hun aanbod aan te passen, maar ook door het verbeteren van fitnessfaciliteiten en wellness faciliteiten in verschillende vormen.

#### *Technologie*

Het Internet of Things, Artificial Intelligence en virtuele assistenten maken grote sprongen in de gastvrijheidsbranche. Mensen zijn continu verbonden aan technologie, ook tijdens hun reis.

---

<sup>36</sup> Nederlanders ontbraken in de onderzoekspopulatie en vergelijkbaar onderzoek onder Nederlanders lijkt te ontbreken. Daarentegen ziet Horwath HTL in de praktijk wel een groeiende importantie van authenticiteit.

<sup>37</sup> Bron: Millennial Traveller Report, Expedia, oktober 2016

<sup>38</sup> Bron: Millennial Traveller Report, Expedia, oktober 2016

<sup>39</sup> Op basis van overleg met de gemeente Groningen en zoals vermeld in G-kwadraat Economisch programma 2015-2019

<sup>40</sup> Bron: Skift, Andrew Sheivachman d.d. 06-01-2016

### *Duurzaamheid*

Hotels schenken in toenemende mate aandacht aan hun duurzaamheidsniveau. Steeds vaker wordt verspilling in hotels tegengegaan en krijgt circulariteit een belangrijkere rol. Voorbeelden van duurzame hotels zijn Van der Valk Nijmegen Lent, QO Hotel Amsterdam en Hotel Jakarta Amsterdam.

Bovenstaande trends bieden naar verwachtingen kansen en uitdagingen voor hotelontwikkelingen in Groningen. Deze sluiten tevens aan bij de economische speerpunt sectoren<sup>41</sup>. De gemeente zou bijvoorbeeld bij hotelontwikkelingen een onderbouwing kunnen vragen van het concept, iets wat in andere gemeenten ook gebeurt. Hierbij kan dan nader worden bepaald of het concept aansluit op de behoeften in de markt.

#### **2.5.6 Visie van lokale stakeholders**

Over het algemeen wordt de Groningse hotelmarkt als aantrekkelijk ervaren. De hoteliers stellen dat het belangrijk is om de internationale hotelgasten aan te blijven trekken, waarbij het daaraan verwante vliegveld cruciaal is. De hele stad kan hiervan profiteren, met name door de meerdaagse congressen. Zij kunnen zich vinden in de strategie om bezoekers te trekken met de vier pijlers<sup>42</sup> van de gemeente Groningen.

#### **2.5.7 Verwachte toekomstige vraag naar hotels**

Verwacht wordt dat het aantal overnachtingen in hotels met gemiddeld 3,9% per jaar zal groeien in de aankomende jaren. De grootste groei wordt verwacht in het zakelijke segment.

#### Relatie economische groei en groei hotelovernachtingen

De hotellerie is een conjunctuurgevoelige sector en is sterk verbonden met de economische ontwikkeling, ook wel de ontwikkeling van het bruto nationaal product. In tijden van economische groei neemt het aantal zakelijke hotelovernachtingen vaak in beduidend sterkere mate toe, terwijl het aantal zakelijke hotelovernachtingen afneemt als sprake is van een negatieve economische groei. De toeristische segmenten zijn minder vatbaar voor economische veranderingen. Uit ervaring is gebleken dat een volledige economische cyclus in de Nederlandse hotellerie gemiddeld zeven jaar bedraagt. In de analyses van Horwath HTL wordt daarom uitgegaan van een gesimplificeerd model van de economische conjunctuurbeweging, met een volledige economische cyclus van zeven jaar, waaronder één jaar met nulgroei, één hersteljaar en vijf jaren van groei. In deze studie is ervan uitgegaan dat 2019 tot en met 2021 groeijaren zijn, in 2022 geen sprake zal zijn van groei en in 2023 sprake zal zijn van groei op halve krachten, waarna een nieuwe cyclus met grotere groei zal starten in 2024.

#### Historische ontwikkeling hotelovernachtingen en economie

In de gemeente Groningen groeide het aantal hotelovernachtingen met 6,7% per jaar gedurende het afgelopen decennium, beduidend meer dan in Nederland exclusief Amsterdam & Schiphol (2,8%) en in de provincie Groningen (2,4%). In de afgelopen vijf jaar was deze groei in alle drie gebieden nog groter, namelijk in Nederland, de provincie Groningen en de gemeente Groningen respectievelijk 4,9%, 4,2% en 8,5%. Vooral de grote gemiddelde jaarlijkse groei in de gemeente Groningen is opvallend.

De afgelopen vijf jaar kende het COROP-gebied (een indeling voor analytische doeleinden met daarin ook de gemeenten Het Hogeland, Midden-Groningen en Westerkwartier) een lagere gemiddelde economische jaargroei dan Nederland en de provincie Groningen: -0,2% ten opzichte van 1,8% en -0,1%, hoewel dit kwam door de afnemende gaswinning en de andere sectoren wél groeiden. In de gemeente Groningen is sprake van toenemende werkgelegenheid, afnemende van kantorenleegstand en een toename in aantal vestigingen van bedrijven. Het economisch bureau van ING raamt dat, los

<sup>41</sup> Bron: G-kwadraat Economisch programma 2015-2019, college van B&W, gemeente Groningen

<sup>42</sup> Op basis van overleg met de gemeente Groningen en zoals vermeld in G-kwadraat Economisch programma 2015-2019

van de gaswinning, de economie in 2019 met 1,5% zal groeien.<sup>43</sup> Bureau Buiten raamde de groei van de Welvaart en leefomgeving tot 2030 op 0,42% in het lage scenario en 0,95% in het hoge scenario.<sup>44</sup> Geconstateerd kan worden dat de zakelijke hotelvraag-variabelen suggereren dat de vraag zal doorgroeien gedurende de komende jaren met gemiddeld 3.9% per jaar.

#### Verwachte ontwikkeling hotelovernachtingen

Op basis van de nationale, regionale en lokale resultaten van de hotelmarkt zal naar verwachting het aantal hotelovernachtingen in de gemeente Groningen sterk blijven toenemen. De ontwikkelingen die naar verwachting een invloed zullen hebben op toekomstige hotelvraag in de Groningse hotelmarkt zoals beschreven in paragraaf 2.3 zijn:

- de doorontwikkeling van Groningen Airport Eelde;
- de verbetering van de infrastructuur in en rondom de stad;
- de spin-off door het Klimaatinstituut;
- de komst van het Groninger Forum op de Grote Markt en de ontwikkelingen die daar plaatsvinden;
- de verdere groei van het Nederlandse toerisme;
- de verdere uitvoering van de werkzaamheden van de Stichting Marketing Groningen en de verdere werkzaamheden van het congresbureau.

De volgende tabel toont de groeiverwachtingen in de Groningse hotelmarkt per segment die voor de komende tien jaren zijn gevormd, op basis van al het bovenstaande, waaronder de relatie van economische groei met groei in zakelijke en toeristische hotelvraag, de historische economische groei, de historische groei in hotelovernachtingen, de historische ontwikkelingen van hotelresultaten, de verwachte ontwikkeling van de economie en relevante ontwikkelingen.

**Tabel 10. Verwachte groei hotelovernachtingen 2019-2035, in %**

|      | '19 | '20 | '21 | '22 | '23 | '24 | '25 | '26 | '27 | '28 | '29 | '30 | '31 | '32 | '33 | '34 | '35 | Gem. |
|------|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|------|
| ZI   | 5,0 | 5,0 | 5,0 | 0,0 | 2,5 | 5,0 | 5,0 | 5,0 | 5,0 | 5,0 | 0,0 | 2,5 | 5,0 | 5,0 | 5,0 | 5,0 | 5,0 | 4,1  |
| ZG   | 4,5 | 4,5 | 4,5 | 0,0 | 2,3 | 4,5 | 4,5 | 4,5 | 4,5 | 4,5 | 0,0 | 2,3 | 4,5 | 4,5 | 4,5 | 4,5 | 4,5 | 3,7  |
| TI   | 4,5 | 4,5 | 4,5 | 0,0 | 2,3 | 4,5 | 4,5 | 4,5 | 4,5 | 4,5 | 0,0 | 2,3 | 4,5 | 4,5 | 4,5 | 4,5 | 4,5 | 3,7  |
| TG   | 4,0 | 4,0 | 4,0 | 0,0 | 2,0 | 4,0 | 4,0 | 4,0 | 4,0 | 4,0 | 0,0 | 2,0 | 4,0 | 4,0 | 4,0 | 4,0 | 4,0 | 3,3  |
| Gem* | 4,7 | 4,7 | 4,7 | 0,0 | 2,3 | 4,7 | 4,7 | 4,7 | 4,7 | 4,7 | 0,0 | 2,3 | 4,7 | 4,7 | 4,7 | 4,7 | 4,7 | 3,9  |

ZI = Zakelijk individueel, ZG = Zakelijk groep, TI = Toeristisch individueel, TG = Toergroepen, Gem = Gemiddeld

Bron: Horwath HTL \* Dit betreft een gewogen gemiddelde, uitgaande van afgeronde marktaandeelen van 43% voor het individueel zakelijke segment en overige, 12% voor het zakelijke groepssegment, 38% voor het individueel toeristische segment en 7% voor het toeristische groepssegment | Gebaseerd op een gesimplificeerd economisch model met een nulgroei in 2022, halve groei in 2023 en een nieuwe economische cyclus vanaf 2024.

#### **2.5.8 Sub-conclusie van de vraaganalyse**

Het aantal overnachtingen in Groningen groeide gedurende het afgelopen decennium zeer sterk met gemiddeld 6,7% per jaar. Dit is sterker dan het nationale en provinciale gemiddelde. De groei van de economie, ontwikkelingen in de regio en de groeiende aantrekkingskracht van de stad zullen naar verwachting leiden tot het doorgroeien van de vraag naar hotels, met name vanuit het zakelijke segment. De gemiddelde groei in de aankomende jaren wordt hierop geraamd op gemiddeld 3,9% per jaar.

<sup>43</sup> Bron: ING Economisch bureau: Groningse economie

<sup>44</sup> Bron: Marktanalyse Werklocaties, Gemeente Groningen, Bureau Buiten, maart 2018



### 3 Kwantitatieve behoefteanalyse

Dit hoofdstuk beschrijft de verwachte kwantitatieve vraag naar hotelkamers voor de periode 2019-2035.

Aan de hand van de hiervoor beschreven analyses is een berekening gemaakt van de huidige en toekomstige marktruimte in de gemeente Groningen. Vervolgens is een confrontatie van het huidige aanbod en de huidige vraag met het planaanbod en de toekomstige vraag gemaakt, teneinde te beoordelen in hoeverre de verwachte marktruimte reeds is ingevuld met de huidige hotelbouwplannen, en welke ruimte er is voor nieuwe ontwikkelingen.

#### 3.1 Ruimtevrage

Vanuit een kwantitatief oogpunt is er naar verwachting behoefte aan 753 additionele hotelkamers in Groningen tot 2028 en 1.441 hotelkamers tot 2035.

Een hotelmarkt is doorgaans volgend aan de economische ontwikkelingen. Voor het succes van bepaalde zakelijke en toeristische trekpleisters in een economie is het noodzakelijk dat er ook op de wat drukkere momenten in het jaar voldoende hotelcapaciteit aanwezig is en dat er over het geheel genomen sprake is van een gepast kamerprijsniveau. Bij het vaststellen van een wenselijke gemiddelde bezettingsgraad op de lange termijn in een hotelmarkt voor een gezond ondernemersklimaat in het betreffende gebied dient daarom te worden gezocht naar precies die gemiddelde bezettingsgraad waarbij gehoor wordt gegeven aan deze noodzaak en waarbij tegelijkertijd in principe alle hotels een gezonde en duurzame exploitatie zouden moeten kunnen draaien, uitgaande van de juiste combinatie van locatie, concept en management bij de verschillende hotels. Als de gemiddelde bezettingsgraad in een hotelmarkt op een hoger niveau komt te liggen dan de vastgestelde gemiddelde wenselijke bezettingsgraad voor een gezond ondernemersklimaat in het betreffende gebied ontstaat er behoefte aan uitbreiding van het aanbod in de betreffende hotelmarkt, de marktruimte. Als de gemiddelde bezettingsgraad in een hotelmarkt op een lager niveau komt te liggen dan de vastgestelde gemiddelde wenselijke bezettingsgraad zal het langzaam moeilijker gaan worden voor hotels om een gezonde en duurzame exploitatie te kunnen draaien. Hotels waarvoor geen sprake is van de juiste combinatie van locatie, concept en management zullen hier het eerst last van gaan krijgen. Eventuele aanpassingen in concept en management van de betreffende hotels die hierdoor noodzakelijk worden kunnen een positieve uitwerking op de kwaliteit van de betreffende hotelmarkt hebben. Hotels waarvoor wel sprake is van een goede combinatie van locatie, concept en management zullen hiervan pas later last gaan krijgen en zullen bovendien in eerste instantie gebruik kunnen maken van een opgebouwde buffer. Er bestaat daarom een zekere marge tussen de daadwerkelijke gemiddelde hotelbezettingsgraad en de vastgestelde wenselijke gemiddelde hotelbezettingsgraad voor een gezond ondernemersklimaat in het betreffende gebied.

De wenselijke jaarlijkse bezettingsgraad is sterk afhankelijk van de karakteristieken van de betreffende markt. Bijvoorbeeld, de verhouding tussen de geboden prijzen en de bezetting, de seizoengebondenheid en het lokale kostenniveau. In de Nederlandse hotelmarkt buiten Amsterdam & Schiphol ontstaat er doorgaans een veel minder aantrekkelijk ondernemersklimaat bij een bezettingsgraad tussen de 55% en 65% en juist een aantrekkelijk ondernemersklimaat tussen de 65% en 70%.

Voor de ruimtevrage naar nieuwe hotelkamers in Groningen is uitgegaan van een wenselijke bezettingsgraad van 67%. Hierbij rekening gehouden met een relatief grote spreiding van de hotels en het hogere kostenniveau door de relatief lage prijzen en bezetting. Deze wenselijke bezettingsgraad van 67% ligt iets boven het gemiddelde in de Nederlandse hotelmarkt exclusief Amsterdam & Schiphol in 2013-2017 (66%) en het gemiddelde in de Groningse markt in diezelfde periode (64%). In 2017 is de

gemiddelde bezettingsgraad in de Groningse hotelmarkt 72%, wat 5% hoger is dan de wenselijke bezettingsgraad.

De volgende tabel toont de stappen die zijn ondernomen in het vaststellen van de marktruimte naar nieuwe hotelkamers in Groningen. Het jaar 2018 wordt genomen als uitgangspunt (begin van de berekening), om op basis van dat jaar de toekomstige vraag te berekenen vanaf 2019. De hoteliers verwachtten voor 2018 een bezettingsgraad van 72% en deze is dan ook gebruikt in de berekening.

**Tabel 11. Ondernomen stappen ruimtevraag analyse**

| Stap | Doel   | Berekening   |
|------|--|--|
| 1    | Bepalen van het aantal gerealiseerde kamernachten in de hotels in Groningen in 2035  | het aantal beschikbare kamers X de gemiddelde bezettingsgraad in 2018 X aantal dagen per jaar  |
| 2    | Herleiden van het verwachte aantal te realiseren kamernachten in de Groningse hotels voor elk jaar in de periode 2019-2035                                   | het aantal gerealiseerde (2018) of verwachte aantal te realiseren (2019-2035) kamernachten X het voorgaande jaar met het verwachte groeipercentage voor hotelvraag in het betreffende jaar |
| 3    | Berekenen van het aantal benodigde kamernachten in de hotels in Groningen op een wenselijke gemiddelde bezettingsgraad voor elk jaar in de periode 2019-2035 | het verwachte aantal te realiseren kamernachten in / wenselijke gemiddelde bezettingsgraad / aantal dagen per jaar   |
| 4    | Berekenen van het aantal beschikbare kamernachten in de hotels in Groningen voor elk jaar in de periode 2019-2035  | het aantal beschikbare kamers X aantal zekere nieuwe kamers te vermenigvuldigen met 365 of 366 dagen   |
| 5    | Berekenen van de marktruimte   | (aantal benodigde kamernachten - het aantal beschikbare kamernachten per jaar) / 365   |

Bron: Horwath HTL

De volgende uitgangspunten zijn gehanteerd bij de berekening.

**Tabel 12. Uitgangspunten ruimtevraag analyse**

|  | Getallen    | Op basis van informatie uit |
|--|-------------|-----------------------------|
| Aantal beschikbare hotelkamers in Groningen in 2018 (exclusief particuliere B&B's en hotelschepen) | 1.503       | Paragraaf 2.4.1             |
| Gemiddelde bezettingsgraad 2018 in de Groningse markt  | 72%         | Paragraaf 2.5.3             |
| Verwachte gemiddelde groei hotelvraag 2019-2035, rekening houdend met conjuncturele schommelingen  | 3,9%        | Paragraaf 2.5.7             |
| Wenselijke gemiddelde bezettingsgraad  | 67%         | Paragraaf 3.1               |
| Aantal zekere nieuwe hotelkamers met opening in 2019-2023  | 123 in 2020 | Paragraaf 2.4.7             |

Bron: Horwath HTL

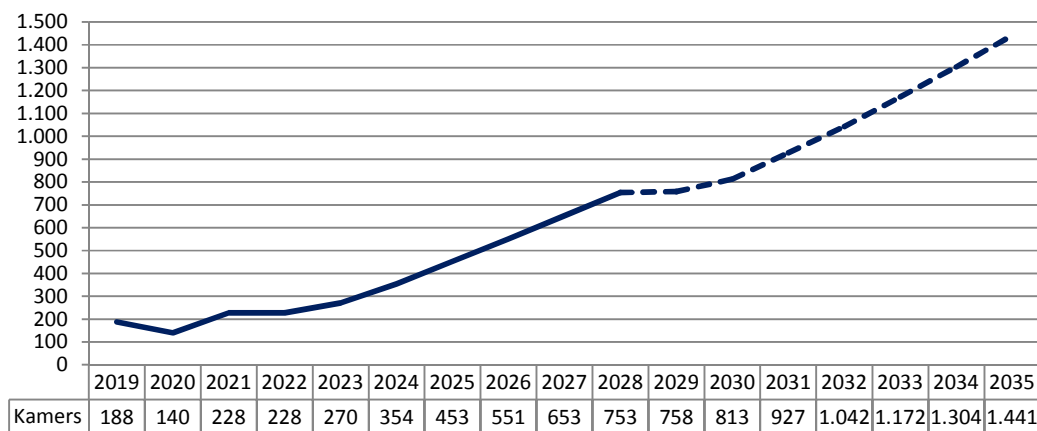
Horwath HTL kijkt bij het berekenen van de toekomstige marktruimte naar een periode van tien jaar die gebaseerd is op historische cijfers, de huidige markt en de verwachte toekomstige groei van de markt. In deze eerste tien jaar na dato zijn de eerste vijf jaar het meest aannemelijk. Hoe verder de prognoses in de toekomst liggen, hoe onzekerder deze worden.

Geconcludeerd kan worden dat de gemeente Groningen nu al een marktruimte kent van 188 kamers in 2019 oplopend tot 753 kamers in 2028. Hierbij is reeds rekening gehouden met de opening van het nieuwe hotel WestCord Market Hotel Groningen met 123 kamers in 2020. Voor de periode 2029-2035 is uitgegaan dat de geprojecteerde groei in overnachtingen zich met dezelfde cyclus zal voortzetten in de periode 2019-2028. Op basis hiervan zou er gesteld kunnen worden dat er mogelijk in 2029 ruimte zal zijn voor 753 kamers die op zal lopen tot 1.441 kamers in 2035. Hierbij geldt dat er geen rekening is gehouden met andere ontwikkelingen of uitbreidingen van het huidige aanbod.

De marktruimtebepaling betreft het aantal kamers, niet het aantal bedden. Hostels, een accommodatievorm met doorgaans meerdere bedden per kamer, hebben momenteel een marktaandeel van ca. 4% op basis van het aantal kamers. Dit is weinig in vergelijking met het aandeel hotelkamers. Wij adviseren derhalve om toekomstige ontwikkelaanvragen van hostels per casus te bekijken en daarbij dan met name te focussen op de kwalitatieve aspecten. Onderstaande kwantitatieve marktruimte kan echter tevens wel worden gebruikt voor hostels. Als leidraad hiervoor kan worden uitgegaan van een gemiddelde van twee bedden per kamer. De berekende marktruimte is indicatief en verwacht wordt dat de ruimtevraag in de praktijk in een bandbreedte van 10% rondom de marktruimte ligt.

De volgende figuur toont de cumulatieve ruimtebehoefte uitgedrukt in aantallen hotelkamers per jaar.

**Figuur 6. Berekende marktruimte in de gemeente Groningen**



Bron: Horwath HTL

De volledige berekening van de marktruimte voor nieuwe hotelkamers in de gemeente Groningen in de komende jaren is opgenomen in bijlage 7.

Over het toekomstige aanbod dat in regionale behoeftebepalingen moet worden geconfronteerd met de berekende ruimtevraag om te komen tot een conclusie over de kwantitatieve behoefte aan een hotelontwikkeling bestaan verschillende opvattingen. Volgens Horwath HTL moet bij het berekenen van de ruimtevraag rekening worden gehouden met zowel de bestaande hotelkamers als met de planvorming. Hoewel er meerdere hotelbouwplannen bekend zijn, is er slechts één plan zeker en dat is het beoogde WestCord Market Hotel Groningen. Dit is opgenomen in de berekeningen.

De ruimtevraag analyse is gebaseerd op een groot aantal verschillende factoren, waarbij het soms noodzakelijk was om harde cijfers en feiten aan te vullen met aannames en verwachtingen over ontwikkelingen in de toekomst. Het is daarom verstandig om de berekende ruimtevraag van 753 kamers tot en met 2028 (en 1.441 tot en met 2035) te beschouwen als indicatief. Onze verwachting is dat de daadwerkelijke ruimtevraag in de praktijk in een bandbreedte van 10% rondom de ruimtevraag ligt.

Ook dient er rekening te worden gehouden met ontwikkelingsplannen in de regio die op moment van schrijven nog niet bekend zijn. Dit kan zijn de ontwikkeling van een nieuw hotel, maar ook de uitbreiding van een bestaand hotel. Daarnaast heeft de toename in professionele B&B's effect op de vraag naar hotelaccommodatie. Tot slot is het ook van belang om rekening te houden met het feit dat nieuwe hotels eigen vraag kunnen genereren door het bieden van een unieke ervaring.

Al het voorgaande in overweging nemende kan worden geconcludeerd dat er vanuit een kwantitatief oogpunt behoefte is aan 753 additionele hotelkamers in Groningen in 2028 en 1.441 in 2035.

## 4 Kwalitatieve behoefteanalyse

Dit hoofdstuk beschrijft de verwachte kwalitatieve vraag naar hotelkamers voor de periode 2019-2035.

Een concrete invulling van de concepten is belangrijk voor de uiteindelijke mogelijkheden van de hotelfaciliteiten in de markt. Op basis van de resultaten uit voorgaande onderdelen van het onderzoek is een nadere analyse gegeven van relevante concepten. Hierbij is onder meer ingegaan op positionering, sterrenclassificatie, en ook op kameraantallen. Ook zijn hierin opgenomen de innovatieve concepten die voortkomen uit de trends en ontwikkelingen en is gekeken in hoeverre deze aansluiten bij de gemeente Groningen.

Op basis hiervan zijn de meest kansrijke product-marktcombinaties benoemd, waarmee naar verwachting kan worden ingespeeld op de ontwikkelingen in zowel de aanbodzijde als de vraagzijde van de hotelmarkt.

### 4.1 Afwegingen met betrekking tot locatie

Groningen kent meerdere aantrekkelijke locaties met potentie voor hotelontwikkelingen.

In Nederland bestaat met name behoefte aan hotels die het meest voldoen aan de volgende locatiekwaliteiten:

- meerdere en verschillende zakelijke attracties van enige omvang in een straal van circa twintig autominuten;
- meerdere en verschillende toeristische attracties van enige omvang in een straal van circa twintig autominuten;
- goede bereikbaarheid per auto, inclusief voldoende parkeergelegenheid in een straal van maximaal ongeveer vijf wandelminuten, het liefst door een ligging in een straal van tien autominuten van een afrit/oprit van een snelweg;
- goede bereikbaarheid per openbaar vervoer, het liefst door een ligging in een straal van vijf wandelminuten van een treinstation;
- levendige centrumlocatie of juist rustgevende natuurlocatie;
- veilige omgeving.

Het succes van de locatie in combinatie van het product hangt geheel af van het type ontwikkeling en exploitant. Mogelijke ontwikkelingen zullen in ieder geval aan het merendeel van de zes genoemde locatiekwaliteiten moeten voldoen. Er liggen mogelijk kansen voor serviced apartments in wijken rondom de binnenstad, zoals in de richting van het Klimaatinstituut, het toekomstige Groninger Forum of rondom het UMCG. Hotels van een hoger niveau zouden met name op A-locaties willen exploiteren. Mogelijk liggen er kansen voor een budgethotel nabij het Europapark, een locatie die per openbaar vervoer goed bereikbaar is, een sterke bedrijvigheid en nog geen hotelaanbod kent. In de visie van Horwath HTL zou iedere locatie op zichzelf bestudeerd moeten worden en zouden de sterke- en zwaktepunten van het concept alsmede de kansen en bedreigingen van de locatie tegen elkaar moeten worden afgewogen.

### 4.2 Product-markt combinaties

Zakelijke bezoekers en congresgangers vormen de voornaamste kansen in de markt.

Op basis van de voorgaande analyses en de doelgroepen zijn de volgende product-marktcombinaties aangewezen als belangrijkste kanshebbers in de gemeente Groningen, gerangschikt volgens de resultaten van de enquête onder de stakeholders. De verwachte potentie van deze combinaties is

nagenoeg niet gewijzigd ten opzichte van het hotelbeleid uit 2004. Geadviseerd wordt om bij nieuwe hotelontwikkelingen te focussen op hotels die aan onderstaande product-marktcombinaties een invulling geven. Passanten zouden in meer of mindere mate in iedere doelgroep kunnen voorkomen.

**Tabel 13. Product-marktcombinaties**

| # | Doelgroep/segment                 | Class.                | Type locatie                                | Locatie-eisen      | Omvang                       |
|---|-----------------------------------|-----------------------|---|--------------------|------------------------------|
| 1 | Zakelijk bezoek/Congresgangers    | Midscale/Upscale      | Nabij congreslocatie<br>Nabij de binnenstad | Bereikbaar auto/OV | Middelgroot tot groot        |
| 2 | Kunst- en cultuurzoekers          | Upscale/Upper Upscale | Nabij binnenstad<br>Nabij musea/theaters    | Bereikbaar OV      | Middelgroot tot groot        |
| 3 | Bezoekers leisure/uitgaan/concert | Alle segmenten        | Nabij binnenstad<br>Nabij winkels/horeca    | Bereikbaar auto/OV | Kleinschalig tot middelgroot |
| 4 | Wetenschappers                    | Midscale/Upscale      | Nabij RUG, UMCG en de campussen             | Bereikbaar auto/OV | Kleinschalig tot middelgroot |
| 5 | Jongeren/budget/ evenementen      | Economy/Midscale      | Nabij binnenstad                            | Bereikbaar OV      | Middelgroot tot groot        |
| 6 | Studenten                         | Economy/Midscale      | Nabij RUG, UMCG en de campussen             | Bereikbaar OV      | Groot                        |
| 7 | Zorggerelateerde bezoekers        | Economy/Midscale      | Nabij ziekenhuis                            | Bereikbaar auto/OV | Middelgroot tot groot        |
| 8 | Serviced apartments               | Upscale/Upper Upscale | Nabij binnenstad<br>Nabij int. bedrijven    | Bereikbaar auto/OV | Middelgroot tot groot        |

Bron: Horwath HTL | # = in volgorde van aantrekkelijkheid op basis van resultaten uit de enquête onder hoteliers

### 4.3 Ketenbinding en additionele vraag

Het zou goed zijn voor de gemeente Groningen om bij het toetsen van beoogde hotels aandacht te besteden aan de potentie voor het genereren van additionele vraag. Ketenbinding kan hiervoor zorgen, maar is geen garantie voor succes. Nieuwe concepten helpen hier ook bij.

Bij de keuze van een reiziger voor een hotel speelt steeds vaker ook de keten en het merk van het betreffende hotel een rol. Volgens een groot wereldwijd onderzoek verblijft maar liefst 49% van de zakenreizigers altijd in een hotel van dezelfde hotelketen en hetzelfde hotelmerk en kiezen zakenreizigers ook voor een hotel van een hotelmerk als het betreffende hotel niet dichtbij hun gewenste locatie ligt<sup>45</sup>. Daarom kan ketenbinding zorgen voor een sterkere concurrentiepositie van de betreffende hotels. Toevoeging van een sterk merk van een sterke keten kan een plaats zelfs aantrekkelijker maken en ervoor zorgen dat reizigers juist deze plaats kiezen voor hun hotelverblijf.

Uit recent onderzoek van Horwath HTL behoort dit jaar inmiddels 59% van de Nederlandse hotelkamers tot een hotelketen of hotelmerk, ten opzichte van 35% rond 2000. In de gemeente en provincie Groningen liggen de ketengraden boven het Nederlandse gemiddelde op 83% en 73%. Uit ervaringscijfers blijkt dat ketengebonden hotels profiteren van hun eigen loyaliteitsprogramma's en daarmee eigen vraag genereren. Daarom worden ketengebonden hotels doorgaans als aantrekkelijkere investeringen beschouwd dan individuele hotels. Tevens ziet Horwath HTL de aanwezigheid van internationale hotelketens als positief in het kader van de internationale positie van Groningen. Op basis van deze argumenten achten wij de bovengemiddelde ketengraad positief. Door de hoge ketengraad lijkt binding aan een internationale of nationale hotelketen bijna een voorwaarde voor succes te zijn. Dit suggereert dat er in de hotelvisie van de gemeente Groningen aandacht moet zijn voor ketenbinding. Het wordt dan ook geadviseerd om bij een toekomstig hotelontwikkeling na te gaan of deze voldoende additionele vraag kan genereren.

Veel nationale ketens hebben een voorkeur voor hotels met minimaal circa 80 kamers, veel internationale ketens hebben een voorkeur voor hotels met minimaal circa 120 kamers en veel

<sup>45</sup> Bron: Nieuwsbericht Hospitality Management d.d. 29-07-2015

internationale ketens hebben voor hun topmerken een voorkeur voor hotels met minimaal circa 200 kamers. De voornaamste reden hiervoor heeft te maken met het kunnen realiseren van schaalvoordelen. Hierdoor lijkt er de meeste behoefte aan een hotelmerk van een nationale of internationale keten. Het staat voorop dat niet-ketengebonden hotels ook een sterke toevoeging aan de markt kunnen zijn; de holistische business-case blijft het belangrijkste.

Op basis van de analyses in dit rapport kan worden geconcludeerd dat er vanuit een kwalitatief oogpunt behoefte lijkt te zijn aan upscale en upper upscale hotels met onderscheidende, innovatieve en unieke concepten op strategische locaties, die inspelen op de toekomst, bijdragen aan het karakter van Groningen en rekening houden met de vier pijlers van de gemeente Groningen. Hoewel er geen behoefte lijkt aan grote luxehotels, zijn er mogelijk wel kansen voor een luxer boetiek hotel. De product-marktcombinaties gelden hierbij ook als uitgangspunt.

## 5 Conclusies en advies

De gemeente Groningen kan de hotelmarkt adequaat stimuleren door passende maatregelen.

### 5.1 Het huidige beleid

De gemeente is erin geslaagd om het beleid uit 2005 te handhaven en uit te voeren.

Het huidige beleid dat de gemeente Groningen voert komt uit 2004 en is vastgesteld in 2005. In het Ruimtelijke Beleidskader hotelsector Groningen staat: *“Groningen moet over meer aantrekkelijke hotels beschikken voor zijn gasten. De gemeenteraad vindt dat het Groninger hotelaanbod moet worden versterkt door vernieuwende aantrekkelijke uitbreidingen. Een onderscheidend hotelaanbod is daarin van groot belang. Vanuit de toeristisch-economische trends komen een aantal locatiecriteriën voor verschillende typen hotelvestiging naar voren. De Raad wil hierin nadrukkelijker faciliterend optreden en een duidelijk kader bieden waarbinnen hotels zich kunnen vestigen.”*

Zoals beschreven in paragraaf 3.1.1 waren er in 2008 16 logiesaccommodaties in Groningen met 847 kamers. Inmiddels zijn er 34 logiesaccommodaties met 1.503 kamers. Voorbeelden van hotels die de laatste jaren aan de markt zijn toegevoegd zijn het Apollo Hotel en The Student Hotel. Deze hotels zijn onderscheidend van het andere aanbod. Hieruit blijkt dat de gemeente erin is geslaagd het beleid uit 2005 te handhaven en uit te voeren.

### 5.2 Conclusies

Groningen kent een vraagoverschot: de vraag naar accommodaties in het afgelopen decennium groeide gemiddeld met 7% per jaar en het aanbod met 5% per jaar. De zakelijke vraag wordt met name gegenereerd door de zachtere sectoren, maar er is ook een goede aanwezigheid van de zakelijke dienstverlening en de IT-sector. De vooruitzichten voor de Groningse economie zijn positief: het aantal vestigingen groeit gestaag en de werkloosheid en kantorenleegstand nemen af. Deze signalen kunnen de zakelijke vraag naar hotels in de toekomst positief beïnvloeden. Naast de zakelijke vraag is Groningen in trek bij toeristen: de gemeente en omgeving kennen verschillende attracties. Verschillende ontwikkelingen suggereren dat de vraag naar hotelovernachtingen mogelijk zal toenemen, waaronder de groei van de luchthaven, bereikbaarheid, het klimaatinstituut, kennisinstellingen, het Groninger Forum, de ontwikkelingen in de Eemshaven, en de verdere promotie door het congres- en stadsmarketingbureau

Groningen heeft 1.503 kamers (exclusief particuliere verhuur en hotelschepen), waarvan het grootste deel hotelkamers zijn. Deze zijn het sterkst vertegenwoordigd in de binnenstad en bestaan voornamelijk uit midscale en upscale hotels. In de nabije toekomst zal het aanbod met 123 hotelkamers toenemen, door de opening van het Westcord hotel. Lokale stakeholders beamen dat er binnen het huidige bestand behoefte is aan verfrissing, bijvoorbeeld door het toevoegen van bijzondere hotelconcepten. In verhouding tot het aantal inwoners en vergeleken met andere steden heeft Groningen een gemiddelde hotelkamer dichtheid. In het huidige aanbod is het aandeel van serviced apartments, een opkomend marktsegment, beperkt. Het aantal Airbnb's neemt toe, hoewel maar een klein deel (16%) meer dan 10 maanden per jaar beschikbaar is en daarmee serieuze concurrentie voor de hotelmarkt vormt. In de omgeving van Groningen zijn ook vijf grote hotels met 406 kamers gelegen.

Het aantal overnachtingen in de gemeente Groningen groeide in de periode 2013-2017 met 9% per jaar, de gemiddelde omzet met 3% per jaar. Lokale hoteliers zien met name groeipotentie in de zakelijke bezoekers gedurende de komende jaren. Hierbij kunnen zij aansluiting zoeken bij belangrijke drijfveren, zoals: onderscheidende hotelconcepten, de vier pijlers van de gemeente Groningen, technologie, duurzaamheid en de versterking van restaurants in hotels. Over het algemeen wordt het



klimaat in de Groningse hotelmarkt door hoteliers als aantrekkelijk ervaren, waarbij zij wel benadrukken dat het vliegveld een belangrijke schakel is en moet blijven. Op basis van de analyses raamt Horwath HTL de toekomstige groei van de vraag naar hotelovernachtingen voor de periode 2019-2035 op gemiddeld 3,9% per jaar.

Als vraag en aanbod met elkaar worden geconfronteerd, kan de toekomstige ruimtebehoefte worden geraamd. Deze kwantitatieve behoefte bestaat momenteel uit 188 hotelkamers, oplopend tot 753 in 2028 en tot 1.441 in 2035. In de visie van Horwath HTL zou deze ruimtebehoefte het beste kunnen worden ingevuld door hotelontwikkelingen met producten die aansluiten bij de behoeften in de markt, zoals beschreven in hoofdstuk 4. Gebaseerd op de conclusies zijn een aantal aanbevelingen opgesteld, waarmee de gemeente Groningen de behoefte op een juiste manier zou kunnen aansturen.

### **5.3 Aanbevelingen**

Op basis van de uitkomsten van het onderzoek zijn in hoofdlijnen aanbevelingen geformuleerd voor een mogelijk te voeren beleid voor de overnachtingenmarkt in Groningen.

#### Faciliteren van hotelontwikkelingen

De gemeente Groningen bevindt zich momenteel in een relatieve luxepositie waarbij er geen dringende noodzaak is voor nieuwe hotelkamers, maar wel voldoende ruimte. De gemeente heeft dus de tijd en ruimte om de kwalitatieve invulling van nieuwe ontwikkelingen te stimuleren en sturen. Op basis van de verwachte autonome ruimtevraag wordt het aanbevolen om nieuwe hotelontwikkelingen te stimuleren binnen de verwachte marktruimte.

#### Hotelinitiatieven toetsen

Het wordt geadviseerd om hotelinitiatieven te toetsen aan de kwalitatieve en kwantitatieve conclusies uit deze studie. Ten aanzien van de kwantitatieve marktruimte zou de gemeente een bandbreedte van 10% kunnen hanteren. Met betrekking tot de kwalitatieve vraag is diversiteit (bijzondere hotelconcepten) het voornaamste uitgangspunt. Door hotelinitiatieven te beoordelen zou de gemeente de hotelmarkt duurzaam kunnen sturen. Instrumenten die de gemeente kan inzetten ten aanzien van het sturen van de ruimtelijke invulling zijn het bestemmingsplan en de omgevingsvergunning.

#### Aanwijzen locaties

Het is wenselijk voor de initiatiefnemers om inzicht te hebben in de kansen voor hotelinitiatieven. Een mogelijk instrument hiervoor is een kansenkaart waarop wordt aangegeven waar de gemeente hotelontwikkelingen wenst, en waar niet. Hierbij zou de bestaande kaart uit het beleid d.d. 2004 kunnen worden geactualiseerd en verfijnd op basis van de ruimtelijke- kwalitatieve-, en kwantitatieve behoefte. Anderzijds zou de gemeente een loketfunctie kunnen invoeren, waarbij initiatiefnemers worden geholpen bij het vinden van de juiste ontwikkellocatie.

#### Samenwerken

Groningen kan inspringen op de relevante ontwikkelingen die van invloed zijn op de hotelvraag, zoals de komst van het Klimaatinstituut, de verbetering van de infrastructuur en de ontwikkeling van het Groninger Forum op de Nieuwe Markt. Aanbevolen wordt om gebruik te maken van de potentie die deze ontwikkelingen hebben, door kruisbestuiving tussen private en publieke instanties te stimuleren.

#### Beleidsimplicaties Serviced Apartments

Het wordt aanbevolen om de ontwikkeling van serviced apartments accommodaties te stimuleren, mits deze als doel hebben verblijf te accommoderen dat korter is dan 6 maanden. Dit wordt naar verwachting mogelijk als de accommodatievorm wordt opgenomen als logies in de hotelbeleidsnota. Verblijf zoals corporate housing of kort/middellang studentenverblijf betreft doorgaans verblijf voor langer dan zes maanden en wordt daarom door Horwath HTL meer als wonen dan als logies gezien.

#### Beleidsimplicaties Airbnb

Particuliere verhuur hoeft geen bedreiging te zijn voor de hotelmarkt. Wel blijkt dat het beperken van Airbnb kan leiden tot een daling in het aanbod en daling in woningprijzen en huren. In de visie van Horwath HTL zou er eerst met grotere zekerheid moeten worden onderzocht hoeveel overnachtingen de particuliere verhuur genereren. Verder opnemen in een beleid of er een beleid voor opstellen lijkt tot nog toe niet nodig.



Van Hengellaan 2  
1217 AS Hilversum  
The Netherlands  
Tel. +31 (0)35 773 26 05  
[www.HorwathHTL.nl](http://www.HorwathHTL.nl)  
e-mail: [info@HorwathHTL.nl](mailto:info@HorwathHTL.nl)