

Marktanalyse
toeristische en zakelijke
verblijfsaccommodaties
Haaglanden

Rapportage in opdracht van
Stadsgewest Haaglanden en
Kamer van Koophandel Haaglanden

27 juni 2000

Projectnummer
GB99334

ZKA Markt & Beleid
Postbus 4833
4803 EV Breda
076-5658877
076-5656489
e-mail: info@zka.nl
www.zka.nl

Inhoudsopgave

1.	Inleiding	1
1.1.	Aanleiding	1
1.2.	Doel studie	1
1.3.	Opbouw studie	1
1.4.	Verrichte werkzaamheden	2
2.	Huidige marktverhoudingen	3
2.1.	Inleiding	3
2.2.	Algemene (inter)nationale ontwikkelingen	3
2.3.	Aanbod Haaglanden	4
2.4.	Vraag	9
2.5.	Huidige marktverhoudingen	12
3.	Potenties verblijfsaccommodaties Haaglanden	15
3.1.	Inleiding	15
3.2.	Zakelijke markt	15
3.3.	Congresmarkt	17
3.4.	Toeristische markt	19
4.	Toekomstbeeld verblijfsaccommodaties Haaglanden	21
4.1.	Inleiding	21
4.2.	Raming capaciteitbehoefte middellange termijn	21
4.3.	Aspecten uitbreiding aanbod	23
4.4.	Locatieanalyse	25
4.5.	Strategie voor de middellange termijn	26
5.	Stimuleringsmaatregelen hotelontwikkeling	28

1. Inleiding

1.1. Aanleiding

Binnen de regio Haaglanden¹ wordt de behoefte gevoeld om meer inzicht te krijgen in de markt voor toeristische en zakelijke verblijfsaccommodaties (potenties en voorwaarden (locaties, volumes, type voorzieningen, etc) nu en in de toekomst). Dit als gevolg van de sterke (positieve) ontwikkelingen in deze sector.

ZKA Markt & Beleid is door het stadsgewest Haaglanden en de Kamer van Koophandel Haaglanden gevraagd een marktanalyse van de toeristische en zakelijke verblijfsaccommodaties in Haaglanden te verrichten.

1.2. Doel studie

De uitkomsten van deze verblijfsmarktanalyse dienen als onderlegger voor te ontwikkelen c.q. aan te scherpen regionaal beleid op dit gebied – onder andere ter voorbereiding van een nieuwe beleidsnota Toerisme en Recreatie van het Stadsgewest Haaglanden – uiteindelijk uitmondend in meer bedrijvigheid en werkgelegenheid in deze sectoren. De betekenis hiervan is tweeledig:

- De mogelijkheden tot het voeren van een actief stimuleringsbeleid om nieuw aanbod te werven/accommoderen en bestaand aanbod optimaal te faciliteren binnen de mogelijkheden die de markt en de regio bieden, ten einde een evenwichtige marktsituatie te creëren;
- Het hebben van een kader waaraan aanvragen op dit gebied die zich spontaan aandienen, snel en efficiënt getoetst kunnen worden zodat goed op zich aandienende kansen ingespeeld kan worden.

1.3. Opbouw studie

Om te komen tot het gewenste inzicht in de markt voor toeristische en zakelijke verblijfsaccommodaties in de regio Haaglanden, is deze studie als volgt opgebouwd:

- Eerst is een beeld geschetst van de huidige marktverhoudingen (vraag en aanbod) en de eventuele knelpunten die hierin optreden (hoofdstuk 2);
- Vervolgens zijn de potenties van de markt(segmenten) in de regio Haaglanden inzichtelijk gemaakt (hoofdstuk 3);
- Deze potenties zijn vertaald in een toekomstbeeld voor de verschillende verblijfsaccommodaties in Haaglanden (hoofdstuk 4);
- Tot slot zijn (hoofdstuk 5) aanbevelingen geformuleerd t.a.v. de inzet van instrumenten en de rol van verschillende actoren (stadsgewest, Kamer van Koophandel, brancheorganisaties, gemeenten, provincie, ondernemers, etc).

¹ Voor een overzicht van de gemeenten behorende tot de regio Haaglanden, zie bijlage I.

1.4. Verrichte werkzaamheden

Ten behoeve van deze marktanalyse zijn de volgende werkzaamheden verricht:

- Deskresearch² en bewerking statistisch materiaal CBS, ANWB, Bedrijfschap Horeca, VVV, NCB, eigen hotelstudies ZKA, hotelnota Den Haag, etc;
- Interviews met vertegenwoordigers van hotellerie, brancheorganisaties, bedrijfsleven, gemeenten, etc:
 - hotellerie;
 - gemeenten in Stadsgewest Haaglanden;
 - congresorganisatie (NCC, NCB, Convention Bureau)
 - Stichting Promotie Den Haag;
 - vertegenwoordigers KHN en RECRON;
 - regionaal "bedrijfsleven": o.a. Siemens, KPN, Internationaal Gerechtshof, etc.

Voor een overzicht van deze interviews, zie bijlage III.

- Spreadsheetberekeningen (toekomstige vraag);
- Locatieanalyse o.b.v. checklist³;
- Rapportage, overleg en presentatie.

² In bijlage II is een overzicht opgenomen van de gebruikte literatuur voor deze studie.

³ Zie bijlage IV voor de gebruikte checklist.

2. Huidige marktverhoudingen

2.1. Inleiding

In dit hoofdstuk is eerst kort ingegaan op de algemene ontwikkelingen in de markt van verblijfsaccommodaties (2.2.). Vervolgens is een beeld geschetst van de huidige marktverhoudingen in de regio Haaglanden. Hiertoe wordt achtereenvolgens ingegaan op:

- **Het aanbod:** type aanbieders, aantal aanbieders, schaal/capaciteiten, kwaliteit/prijsniveaus, spreiding/concentratie aanbod, etc (paragraaf 2.3.);
- **De vraag:** volume (aantal overnachtingen en/of bezettingsniveaus), spreiding in tijd en naar doelgroepen, soort verblijf (toeristisch, zakelijk of semi-zakelijk), verblijfsduur, etc (paragraaf 2.4.);
- **De huidige marktverhoudingen:** eventuele knelpunten, zoals bijvoorbeeld ondercapaciteit, problemen uitbreiding, kwaliteit, overcapaciteit, etc (paragraaf 2.5.).

2.2. Algemene (inter)nationale ontwikkelingen

Aanbodzijde:

- **Schaalvergroting.** Het afgelopen decennium is het aantal hotels licht gedaald, terwijl het aantal kamers en bedden beduidend toenam (ruim 35%). De gemiddelde omvang van een hotel in Nederland is gestegen van 21 kamers / 43 bedden per hotel in 1988 tot gemiddeld 30 kamers / 61 bedden per hotel in 1999, ofwel een toename van de schaal van ruim 40%;
- **Ketenvorming.** Er is sprake van afkalving van de markt voor kleine (familie)hotels. In 1998 was 45% van de hotelkamers in Nederland reeds in handen van een hotelketen. De uitbreidingen van het aanbod komen met name voor rekening van de ketens, waardoor hun belang toeneemt;
- **Kwaliteitsverhoging.** Het aanbod in het eenvoudige segment (1 en 2-sterren) neemt af (10% minder), terwijl het aanbod in het middenklasse en luxe segment toeneemt (+45% in 3 t/m 5-sterren)
- **Afname diversiteit.** Door deze kwaliteitsverhoging neemt de diversiteit af. Momenteel bevindt 70% van de hotelkamers zich in 3* en 4*-hotels;
- **Nieuwe concepten.** In Angelsaksische landen (met name de VS en Canada) is op de hotelmarkt in toenemende mate sprake van segmentering en thematisering. Zo komen er nieuwe hotelconcepten op de markt zoals bijv. stadionhotels, zorghotels, casinohotels, etc. Verwacht wordt dat deze trend ook in Nederland zal gaan inzetten. Het thematische sprookjeshotel bij de Efteling is hier reeds een goed voorbeeld van.

Vraagzijde:

- **Sterke groei hotelvraag.** Tussen 1991 en 1998 is het aantal overnachtingen in Nederland met bijna 90% gestegen tot circa 27,6 miljoen overnachtingen;
- Toenemend aantal **korte** (toeristische) **vakanties**. Hierbij zijn hotels de sterkst groeiende accommodatievorm. De hotelketens spelen hier in toenemende mate op in met o.a. arrangementen. Bungalows zijn echter absoluut gezien de belangrijkste accommodatievorm voor korte binnenlandse vakanties, campings nemen op dit gebied de derde plaats in (maar laten nauwelijks groei zien);
- Opkomst **stedentrips**. Binnen de korte vakanties hebben met name de stedentrips een vlucht genomen. Hierbij gaat het zowel om binnen- als buitenlandse trips;

- De consument stelt steeds **hogere** (kwaliteits)eisen, zowel aan de accommodatie als aan de omgeving. In de toekomst moet de (hotel)sector meer rekening houden met het type klant (lifestyle) dan met de eisen die gesteld worden aan luxe en prijs. Dit kan door in te spelen op aspecten als comfort, sfeer, voorzieningen, etc.;
- **Nieuwe bezoekmotieven en –momenten.** Vanuit steeds meer verschillende motieven en op steeds weer andere momenten gaat de consument in een hotel overnachten: bij een groot familiefeest, om files te vermijden, omdat er een leuk arrangement is, etc. Een hotelovernachting wordt hierdoor steeds "gewoner". Hierdoor zal het volume van de vraag stijgen (vergelijk bijv. de ontwikkelingen op het gebied van uit eten gaan en wijn drinken).

2.3. Aanbod Haaglanden

In deze paragraaf is ingegaan op het aanbod aan verblijfsaccommodaties in Haaglanden. Hierbij komen achtereenvolgens de hotels en de overige verblijfsaccommodaties, zoals campings, bungalows en groepsaccommodaties aan bod.

2.3.1. Hotelaanbod

Capaciteit

Momenteel zijn in Haaglanden ruim 100 hotels⁴ gevestigd met een capaciteit van bijna 8.400 bedden (Zie tabel 2.1. en tabel 2.2.). In Den Haag bedraagt de capaciteit bijna 6.000 hotelbedden. Voor een overzicht van het hotelaanbod in Haaglanden (hotel en bedden naar gemeente en klasse) zie bijlage V.

Tussen 1993 en 1998 is het is het aantal hotels in Haaglanden licht gestegen (8%). Het aantal bedden steeg in deze periode ook licht (1,2%). De gemiddelde schaalgrootte van de hotels daalde in deze periode evenwel – in tegenstelling tot de landelijke trend – van 96 bedden per hotel tot 88 bedden per hotel⁵.

Tabel 2.1. Hotelaanbod Haaglanden (2000)

Hotels	0 t/m 2 *	3*	4*	5*	Totaal
Den Haag	30	24	11	4	69
Overig agglomeratie Den Haag ⁶	2	4	7		13
Delft	3	12	3		18
Westland ⁷		3	1		4
Totaal	35	43	22	4	104

Tabel 2.2. Aantal hotelbedden Haaglanden (2000)

Bedden	0 t/m 2 *	3*	4*	5*	Totaal
Den Haag	815	1.223	2.938	977	5.953
Overig agglomeratie Den Haag	35	484	770		1.289
Delft	84	531	226		841
Westland		122	160		282
Totaal	934	2.360	4.094	977	8.365

⁴ In dit onderzoek zijn – conform de definitie van het CBS – alle hotels meegenomen met minimaal 5 slaapplekken (tot en met 1997 was de ondergrens 20 bedden). Bovenstaande inventarisatie is gebaseerd op deskresearch (Bronnen: VVV, SPDH, ANWB, HINC).

⁵ Bron: Horeca in cijfers.

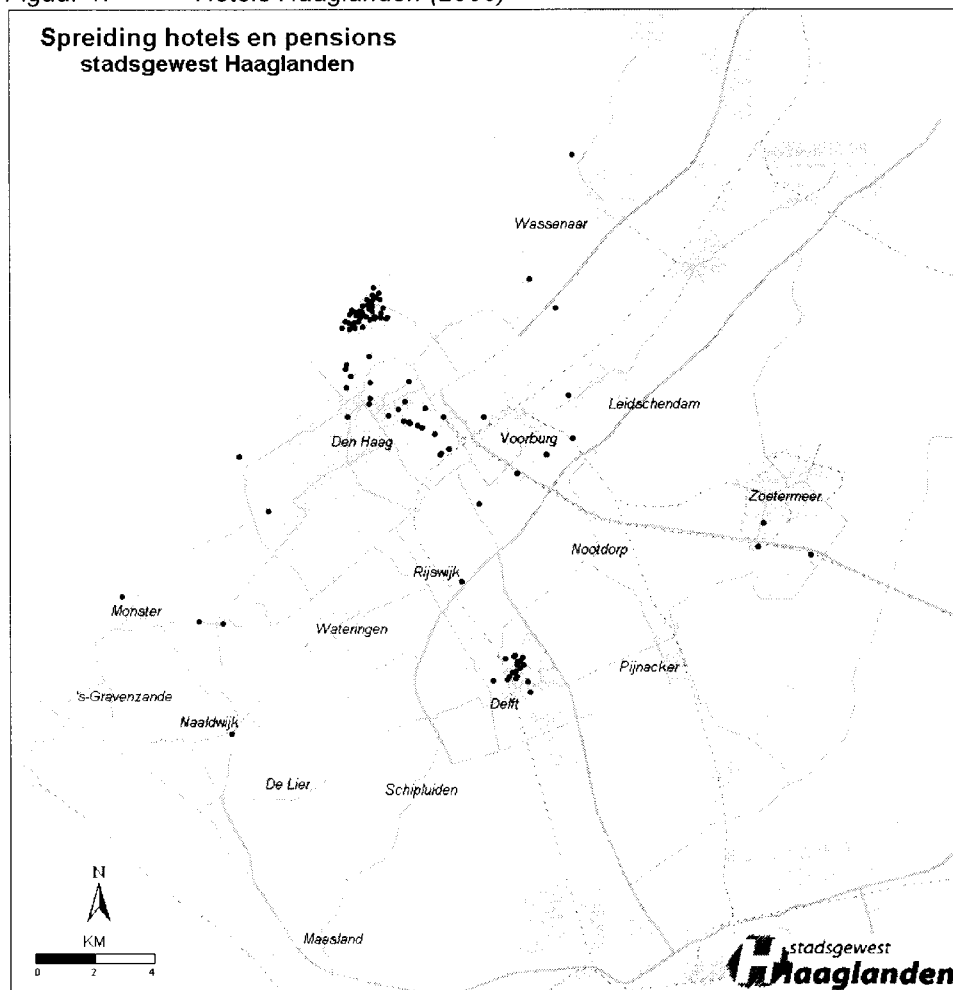
⁶ De regio "Overig agglomeratie Den Haag" bestaat uit de gemeenten Leidschendam, Nootdorp, Pijnacker, Rijswijk, Voorburg, Wassenaar en Zoetermeer.

⁷ Het Westland bestaat uit de gemeenten 's-Gravenzande, De Lier, Maasland, Monster, Naaldwijk, Schipluiden en Wateringen.

Spreiding

Uit bovenstaande tabellen blijkt dat dit aanbod met name geconcentreerd is in Den Haag; hier is ruim 70% van het aantal bedden in Haaglanden gevestigd. De overige gemeenten in de agglomeratie Den Haag zorgen voor 15% van het aanbod. In Delft is momenteel 10% van het aanbod gevestigd en in het Westland circa 5%. Figuur 1 geeft een overzicht van de spreiding van de hotels in Haaglanden.

Figuur 1. Hotels Haaglanden (2000)



Bron: Stadsgewest Haaglanden

Uit bovenstaande figuur blijkt duidelijk dat de grootste hotelclusters zich in Den Haag en Delft bevinden. In Den Haag zijn de meeste hotels en pensions gevestigd in Scheveningen (41 hotels/pensions) terwijl 26 hotels zijn gevestigd in de rest van de stad (met name binnenstad en omgeving NCC). De hotels in Delft zijn met name gevestigd in de binnenstad. In de rest van de regio Haaglanden zijn de hotels veelal aan de rand van de stad gevestigd.

Zoals gesteld zijn de meeste hotels in Den Haag gevestigd aan de kust. Doordat de hotels in de rest van de stad echter gemiddeld een stuk groter zijn (115 bedden per hotel versus 69 bedden per hotel) dan de hotels aan de kust, is de helft van het aantal bedden in Den Haag gevestigd in de binnenstad en rond het NCC (2.991 bedden) en de helft aan de kust (2.962 bedden).

Tussen 1993 en 1998 heeft er binnen Den Haag een lichte capaciteitsverschuiving plaatsgevonden naar de kust van Den Haag⁸. Daarnaast is het hotelaanbod buiten Den Haag (Delft, Westland en overig agglomeratie Den Haag) gestegen terwijl het aanbod in Den Haag vrijwel stabiel is gebleven⁹.

Schaalgrootte

Binnen de hotellerie is het afgelopen decennium de gemiddelde schaalgrootte van de hotels met circa 40% gestegen (zie ook paragraaf 2.1.). De regio Haaglanden heeft in de periode 1993 en 1998 een zelfde tendens laten zien, maar wel in beperktere mate; de gemiddelde omvang van de hotels steeg van gemiddeld 41 kamers tot gemiddeld 43 kamers per hotel. Deze schaalvergroting kwam echter volledig ten rekening van Den Haag waar de gemiddelde schaalgrootte steeg van 42 kamers tot 48 kamers. In de rest van de regio daalde de gemiddelde schaalgrootte echter (in Delft van 21 tot 20 kamers, in het Westland van 36 tot 34 kamers en in "overig agglomeratie Den Haag" van 62 tot 51 kamers). Voor een overzicht van de gemiddelde schaalgrootte van de hotels per gemeente en klasse zie bijlage V.

Niveau

Uit tabel 2.3. is af te leiden dat het huidige hotelaanbod zich met name in het 3-tot en met 5-sterrensegment bevindt. Met ruim 7.400 bedden, zorgen deze hotels voor bijna 90% van de bedden. Het 4-sterrensegment is met bijna 4.100 bedden (bijna 50%) het best vertegenwoordigd in Haaglanden. Dit geldt zowel voor Den Haag, overig agglomeratie Den Haag als het Westland. In Delft daarentegen is het merendeel van het aanbod (63%) te classificeren als 3*-aanbod. Figuur 2 op de volgende pagina geeft een overzicht van de spreiding van hotels in Haaglanden naar klasse.

Tabel 2.3. Hotelaanbod Haaglanden naar classificatieniveau

	0 t/m 2 *	3*	4*	5*
Den Haag	13,7%	20,5%	49,4%	16,4%
Overig agglomeratie Den Haag	2,7%	37,5%	59,7%	
Delft	10,0%	63,1%	26,9%	
Westland		43,3%	56,7%	
Totaal	11,0%	28,5%	48,6%	11,9%

Sinds 1993 heeft het hotelaanbod een verschuiving laten zien van het lagere segment (t/m 2 sterren) naar het midden- en luxe segment (3 t/m 5 sterren), waardoor het aanbod minder divers is geworden. Tussen 1993 en 1998 heeft het aanbod (uitgedrukt in kamers) in Haaglanden zich als volgt ontwikkeld¹⁰:

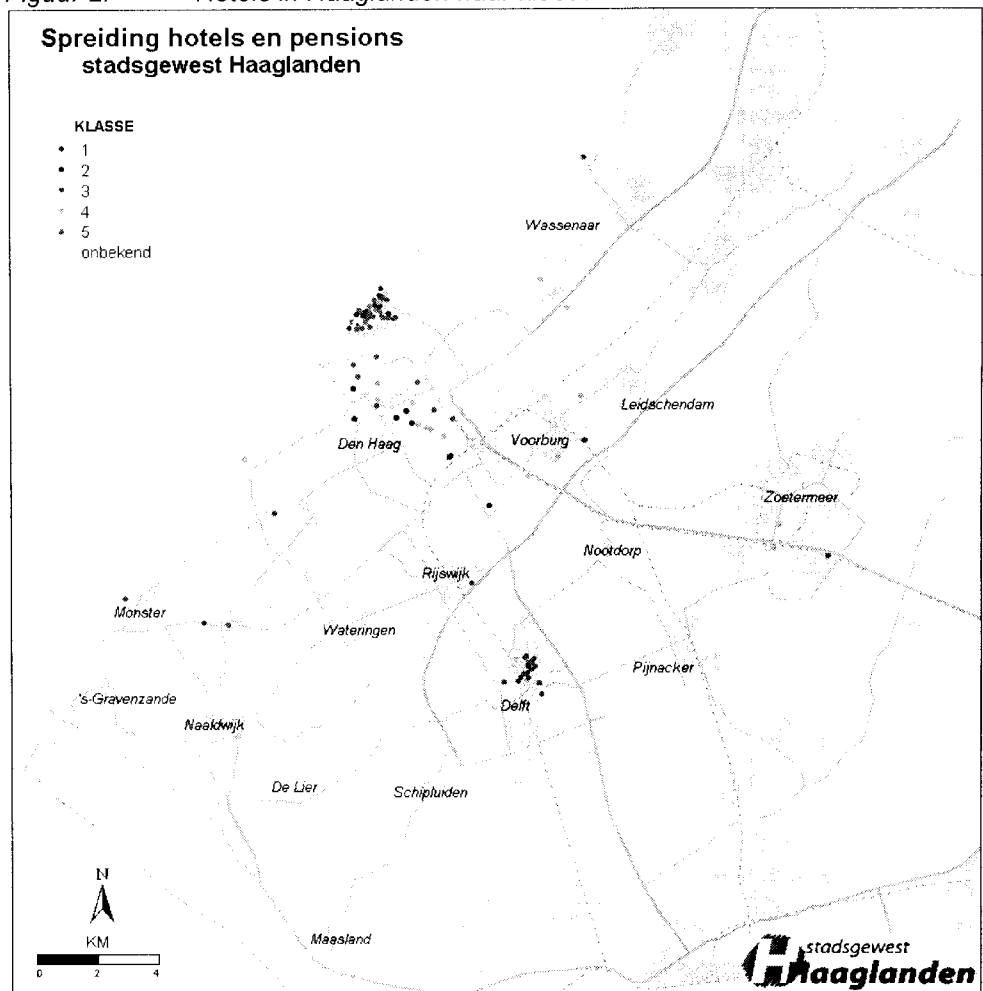
- 5*-aanbod: 586 kamers versus 588 kamers, stabiel;
- 4*-aanbod: 2.240 kamers versus 1.770 kamers, + 27%;
- 3*-aanbod: 903 kamers versus 761 kamers, + 19%;
- 1- en 2*-aanbod: 340 kamers versus 466 kamers, - 24%;

⁸ Tussen 1986 en 1993 trad er daarentegen een verschuiving op van capaciteit van de kust naar de binnenstad (in 1986 hadden de badplaatsen een aandeel van 60% in het Haagse aanbod). Deze relatieve verschuiving van de kust naar de binnenstad van Den Haag is enerzijds veroorzaakt doordat het aantal hotels in de binnenstad minder is gedaald dan aan de kust (-25% versus -31%, mede omdat aan de kust veel kleine familiehotels waren gevestigd). Anderzijds doordat in de binnenstad van Den Haag en rond het NCC grote nieuwe hotels zijn gerealiseerd terwijl er aan de kust nauwelijks locaties bestonden voor grootschalige nieuwbouw. (Bron 1986: "De Haagse Hotelmarkt", Bureau Kappelhoff (nu ZKA), oktober 1987.

⁹ Bron: bewerking cijfers 1993 en 1998 Horeca in Cijfers (HINC). Het aantal hotels is in deze periode niet gestegen in Den Haag, het aantal hotelkamers wel (circa 14%). In de rest van de regio is het aantal hotels wel gestegen en steeg het aantal kamers ook met circa 11,6%.

¹⁰ Bron: Horeca in Cijfers (HINC) 1999.

Figuur 2. Hotels in Haaglanden naar klasse



Bron: Stadsgewest Haaglanden

Ketenvorming

Een groot deel van het aanbod in handen van hotelketens¹¹. Dit geldt met name voor de binnenstad van Den Haag en de gemeenten in de agglomeratie. In Delft en het Westland, maar ook in Scheveningen, treft men wel meer (kleinere) familiehotels en pensions aan.

Hotelplannen

Om een goed beeld te verkrijgen van de marktsituatie zijn de regionale hotelplannen (uitbreiding, nieuwbouw, upgrading, etc) van belang. Op basis van gesprekken met de gemeenten in Haaglanden en de hotellerie zijn deze plannen in kaart gebracht. Voor een uitgebreid overzicht van deze plannen wordt verwezen naar bijlage IV. Op basis van deze plannen kan geconcludeerd worden dat uitbreiding van hotelaanbod met name zal plaatsvinden in Den Haag¹² en Delft (ca. 150 kamers op korte termijn).

¹¹ De meest voorkomende hotelketens in Nederland hebben ook hotels in Haaglanden. Wel ontbreken een aantal internationale hotelketens (bijvoorbeeld Hilton, Radisson SAS), maar deze hebben doorgaans maar één of een aantal vestigingen in Nederland.

¹² Deze inschatting is gebaseerd op de plannen zoals vermeld in de notitie "Room Service" van de gemeente Den Haag. De "plannen" in Den Haag variëren van concrete plannen (exploitant, omvang, niveau bekend) en initiatieven tot plannen in de ideestatus en door de gemeente

2.3.2. Aanbod overige verblijfsaccommodaties¹³

Capaciteit

Volgens het CBS waren in 1996 circa 11.000 (toeristische) slaapplekken gevestigd buiten de hotellerie. Deze logiesplaatsen zijn met name gevestigd op campings en bungalowparken. Ten opzichte van begin jaren negentig (1993) betekent dit een daling van het aantal slaapplekken in "overige verblijfsaccommodaties" van 17%.

Volgens eigen inventarisatie van het aanbod in 2000 op basis van gegevens van VVV, gemeenten, Recron, ANWB, etc. beslaat het huidige aanbod ruim 15.500 slaapplekken (zie tabel 2.4.), waarvan circa 12.100 toeristisch (dus excl. vaste staanplaatsen op campings). Verklaring voor het verschil tussen de huidige toeristische capaciteit en de capaciteit in 1996 is de omvorming en uitbreiding van Kijkduinpark (voorheen camping Ockenburg) tot een park met 440 toeristische standplaatsen, 200 vaste standplaatsen en 303 bungalows.

Tabel 2.4. Aanbod "overige verblijfsaccommodaties" (2000)

	aantal	eenheden	slaapplekken
Campings	3.039	staanplaatsen	12.156
Bungalows	584	bungalows	2.336
Appartementen	190	appartementen	760
Groepsaccommodaties	318	bedden	318
Totaal	4.131		15.570

Spreiding

In Haaglanden zijn 10 campings gevestigd met in totaal circa 3.000 standplaatsen. De twee grootste campings - Duinrell en Kijkduinpark - zorgen voor ruim 60% van het aanbod. In tegenstelling tot de rest van Nederland, hebben de campings in Haaglanden een overwegend toeristisch karakter; ruim 70% van de standplaatsen is toeristisch.

Zowel Kijkduinpark als Duinrell hebben naast de campingplaatsen ook bungalows. Beide parken hebben samen een capaciteit van bijna 600 bungalows. Het grootste deel van de overige toeristische logiesaccommodaties (excl. hotels en pensions) bevindt zich hiermee in Den Haag/Kijkduin en Wassenaar.

Ontwikkelingen aanbod

In de regio spelen momenteel diverse plannen om te komen tot uitbreiding van het verblijfsrecreatief aanbod (excl. hotels). Hierbij bestaan met name plannen voor nieuw bungalowaanbod. Een groot deel van de plannen bestaat in het kader van het plan Westhoek. Het betreft dan onder meer omvorming van camping Vluchtenburg in 's-Gravenzande tot een bungalowpark, realisering van een "duinpark" (bungalows) in 's-Gravenzande, verplaatsing en upgrading van de camping in Monster en realisatie van een nieuw bungalowpark in Monster. Naast deze plannen bestaan er plannen voor bungalows in recreatiegebied Vlietland (Leidschendam). Voor een uitgebreider overzicht van de plannen, zie bijlage IV.

gewenste ontwikkelingen. Het gaat in totaal om ruim 1.500 kamers. Het aantal (vrij) concrete plannen en initiatieven hierin bedraagt 450 - 500 kamers.

¹³ Bungalows, campings, appartementen en groepsaccommodaties.

2.4. Vraag

2.4.1. Hotelvraag

Omvang vraag en verdeling over marktsegmenten

In 1998 vonden in Haaglanden bijna 1,4 miljoen hotelovernachtingen plaats (Bron: CBS). Het merendeel van deze overnachtingen - bijna 1 miljoen, ofwel circa 70% - vindt plaats in Den Haag. De gemeenten in de regio "overig agglomeratie Den Haag" zorgen voor 20% van de hotelvraag in Haaglanden. In Delft vinden ongeveer 7% van de overnachtingen plaats en in het Westland circa 3%.

Op basis van gesprekken met een twintigtal hotels in de regio Haaglanden, aangevuld met gesprekken met brancheorganisaties, is de verdeling naar de diverse segmenten geraamd. In tabel 2.5. is deze procentuele verdeling weergegeven.

Tabel 2.5. Verdeling hotelvraag Haaglanden

	zakelijk	toerisme	congres¹⁴
Den Haag "stad"	70-75%	10-20%	10-15%
Den Haag "kust"	45-50%	35-40%	10-15%
Delft	60-70%	20-25%	10-15%
Haaglanden	80-85%	15-20%	0-5%

Uit bovenstaande tabel en tabel 2.6. kan geconcludeerd worden dat de zakelijke vraag het belangrijkste marktsegment is voor de Haaglandse hotelmarkt. Dit geldt voor de hele regio. Het zakelijke segment zorgt binnen Haaglanden voor ongeveer 890.000 overnachtingen (bijna 65%). De toeristische markt is een goede tweede en zorgt voor circa 25% van de overnachtingen (circa 355.000). Dit wordt met name veroorzaakt door de sterke positie van het toeristische segment in Scheveningen en Kijkduin (35-40%). De congresmarkt zorgt voor circa 10% van de overnachtingen. Deze overnachtingen vinden met name plaats in Den Haag en Delft. Buiten deze steden komt nauwelijks congresvraag voor.

Tabel 2.6. Verdeling regionale hotelvraag (1998)

	Den Haag "stad"	Den Haag "kust"	Delft	Regio	Totaal
Zakelijke markt	285.400	278.900	62.600	261.000	887.900 (64%)
Congresmarkt	42.400	81.300	11.600	3.400	138.700 (10%)
Toerisme	57.900	220.700	22.100	54.000	354.700 (26%)
Totaal	385.700	580.900	96.300	318.400	1.384.900

Type gasten

Door het grote aandeel van de zakelijke vraag en de congresvraag, komt een groot deel van de gasten alleen. De toeristische hotelgasten komen doorgaans met twee personen (relatief veel stelletjes en senioren). Gedurende de zomer hebben de hotels meer gezinsgasten, met name aan de kust.

Het merendeel van de gasten (circa 57%) is afkomstig uit het buitenland. De badplaatsen in Den Haag (Scheveningen en Kijkduin) vormen hierbij een uitzondering met "slechts" ongeveer 37% buitenlandse gasten. Met name de binnenstad van Den Haag en Delft trekken relatief veel (circa 75%) buitenlandse gasten.

¹⁴ Inclusief meerdaagse cursussen.

Overflow

Naast de "reguliere vraag" vanuit bovenstaande segmenten, heeft de regio ook (enigszins) te maken met overflow van met name Amsterdam. Het betreft met name de periode tijdens (grote) congressen. Tot 2003 heeft de Amsterdamse hotelmarkt een capaciteitstekort van circa 5.000 hotelkamers (Bron: Hotelbeleid 1999-2003, Gemeente Amsterdam). De bestaande plannen voorzien niet in voldoende extra capaciteit om deze krapte weg te werken. Bovendien groeit de Amsterdamse hotelvraag zo hard, dat het nieuwe aanbod onmiddellijk wordt geabsorbeerd en nauwelijks kan worden gebruikt om bestaande tekorten weg te werken. Hieruit kan geconcludeerd worden dat de Amsterdamse hotelmarkt momenteel nog steeds krappert, waardoor Den Haag / Haaglanden ook de komende jaren te maken heeft met overflow uit Amsterdam.

De hotels buiten Den Haag, met name de gemeenten in de regio "overig agglomeratie Den Haag", hebben te kennen te geven dat de zakelijke vraag voor een groot deel wordt ingevuld door bedrijven uit Den Haag.

Spreiding in tijd

Op basis van statistische gegevens van het CBS, aangevuld met gesprekken met de hotels en de bedrijfsinterviews is tabel 2.7. samengesteld. Deze tabel geeft een (globaal) overzicht van de verdeling van de overnachtingen in de regio Haaglanden over het jaar.

Tabel 2.7. Spreiding hotelvraag in tijd

	Jan	Feb	Mrt	Apr	Mei	Jun	Jul	Aug	Sept	Okt	Nov	Dec
Regio	6%	6%	7%	10%	10%	9%	10%	11%	10%	8%	7%	6%

Hieruit blijkt dat de pieken in de vraag met name van april tot en met september/ oktober liggen. In het voorjaar treden deze pieken met name gedurende de midweek (maandag tot en met donderdagnacht) op. De bezettingen zijn dan zeer hoog en er treedt regelmatig krapte op. Dit door de opeenstapeling van de zakelijke, congres én toeristische vraag in deze periode. Augustus is een zeer goede maand vanwege de hoge bezetting aan de kust (11,6% van alle overnachtingen in Kijkduin en Scheveningen vindt plaats in augustus), maar ook voor de hotels in de binnenstad van Den Haag en de regio is dit een goede maand (circa 10 à 11% van de jaarlijkse overnachtingen).

Verblijfsduur

De gemiddelde verblijfsduur in Den Haag bedroeg in 1998 bijna 2 nachten, hetgeen een normaal beeld is voor een grote stad. Het merendeel van de gasten overnacht één nacht, daarentegen zijn er ook gasten die meerdere nachten of zelfs een langere periode (bijvoorbeeld een maand) blijven (zgn. longstayers).

Prijsniveau

Het daadwerkelijk gerealiseerde prijsniveau is afhankelijk van de kortingen die gegeven worden ten opzichte van de rack-rate (gepubliceerde kamerprijs). Deze kortingen verschillen per hotel en per marktsegment; bepaalde hotels verlenen geen/weinig kortingen (met name de kleinere en lager gekwalificeerde hotels) bij anderen kunnen de kortingen fors oplopen. Doorgaans zijn de kortingen het kleinst bij de congresmarkt en de zakelijke markt; de kortingen variëren hier van een paar procent tot (meestal) hooguit circa 20%. De gemiddelde gerealiseerde prijs per overnachting voor het zakelijk segment bedraagt:

- f 125,- à f 150,- bij een rack-rate van f 125,- à f 175,- (3-sterren);
- f 250,- à f 275,- bij een rack-rate van f 250,- à f 350,- (4-sterren);
- f 350,- à f 375,- bij een rack-rate van f 425,- à f 475,- (5-sterren).

De toeristische markt wordt sterk bewerkt met arrangementen, zowel door de hotelketens zelf als door de Stichting Promotie Den Haag. Daarnaast bestaan er diverse acties, zoals bijvoorbeeld de Hotelbon. Deze kortingen beginnen vanaf circa 20% en kunnen oplopen tot veel meer dan de helft van de officiële kamerprijs.

Ontwikkelingen vraag

In 1998 werden in Haaglanden (tabel 2.8) bijna 1,4 miljoen hotelovernachtingen gerealiseerd. Dit betekent een stijging van bijna 60% ten opzichte van 1993. De groei van het aantal overnachtingen was het sterkst in de regio "overig agglomeratie Den Haag" (ca. 60%); in Den Haag zelf steeg de vraag met ruim 50%, terwijl in de rest van de agglomeratie zelfs bijna een verdubbeling van het aantal overnachtingen werd genoteerd. De rest van de regio lijkt te profiteren van de krapte in Den Haag (dit wordt ook onderschreven door de interviews met de hotels die te kennen hebben gegeven dat een groot deel van hun vraag zakelijke gasten uit Den Haag betreft).

Tabel 2.8. Ontwikkeling hotelvraag Haaglanden 1993-1998

	1993	1996	1998	Groei '93-'98
Den Haag stad	313.000	414.500	385.700	23,2%
Den Haag badplaatsen	330.900	350.250	580.900	75,6%
Totaal Den Haag	643.900	764.700	970.200 ¹⁵	50,7%
Overig agglomeratie Den Haag	141.700	193.700	279.300	97,1%
Agglomeratie Den Haag	785.600	985.400	1.249.500	59,1%
Delft	62.000	66.500	96.300	55,3%
Westland	26.400	34.000	39.100 ¹⁶	48,2%
Delft en Westland	88.400	100.500	135.400	53,1%
Haaglanden	874.000	1.058.900	1.384.900	58,5%

Bron: CBS

Uit bovenstaande tabel blijkt dat de groei van de overnachtingen in Den Haag met name veroorzaakt worden door de sterke groei in de badplaatsen Kijkduin en Scheveningen (ruim 75%), terwijl de groei in de binnenstad daarbij sterk achterblijft (ca. 23%). Hiervoor kan een aantal oorzaken worden aangegeven:

- In 1998 was men bezig met verbeteringswerkzaamheden in de binnenstad, waardoor de binnenstad slecht bereikbaar en rommelig was. Hierdoor zullen gasten zijn uitgeweken van hotels in de binnenstad naar hotels aan de kust;
- Sinds 1993 is met name nieuw aanbod gerealiseerd in de badplaatsen (+30% slaapplekken) en minder in de binnenstad van Den Haag (+13%). Tussen 1996 en 1998 is het aantal slaapplekken aan de kust van Den Haag zelfs met bijna 35% gestegen terwijl deze groei in de binnenstad slechts 6% bedroeg;
- In 1996 trad een piek op in het aantal overnachtingen in de binnenstad van Den Haag. Deze kan verklaard worden door de Vermeer Tentoonstelling in het Mauritshuis die voor extra (internationale) hotelovernachtingen in de binnenstad zorgde. Indien deze piek uit de cijfers van de binnenstad wordt gedestilleerd, ontstaat voor de binnenstad een beeld van gelijkmatige groei in de periode 1993-1998. De indruk bestaat momenteel dat de groei van de hotelvraag in Den Haag stad sinds 1998 sterk is aangetrokken.

¹⁵ De overnachtingen in 1998 in Den Haag stad en Den Haag badplaatsen tellen op tot 966.600. Volgens opgaaf van het CBS werden in 1998 970.200 overnachtingen gerealiseerd. De ontbrekende 3.600 overnachtingen konden door het CBS niet ingedeeld worden in een van de twee deelgebieden.

¹⁶ Het CBS heeft geen cijfers beschikbaar betreffende hotelovernachtingen in het Westland in 1998. Cijfer gebaseerd op extrapolatie van de groei tussen 1993 en 1996.

2.4.2. Vraag overige verblijfsaccommodaties

Omvang vraag

Volgens gegevens van het CBS (1996) bedraagt het aantal overnachtingen in bungalows, groepsaccommodaties en op toeristische campingplaatsen in Haaglanden jaarlijks circa 700.000. Interviews met Kijkduinpark en Duinrell wijzen erop dat deze overnachtingen sinds 1996 verder gestegen zijn¹⁷. Dit blijkt ook uit de cijfers van 1997; in dat jaar realiseerde deze twee parken gezamenlijk ca. 700.000 overnachtingen (Jaarverslag SPDH 1997). Bij een ongewijzigd aantal overnachtingen bij de overige accommodaties zou dit in totaal ca. 800.000 overnachtingen in de regio Haaglanden betekenen.

Soort vraag

De vraag bij de overige verblijfsaccommodaties is bijna volledig toeristisch. Ongeveer de helft van de gasten is afkomstig uit Nederland en ongeveer de helft uit het buitenland. Het betreft met name gezinnen met kinderen en 55-plussers. De gemiddelde verblijfsduur van de toeristen bedraagt bijna 4 nachten, hetgeen overeenkomt met gemiddeld een midweek.

Prijsniveau

Het prijsniveau van de campings is over het algemeen marktconform, alleen de plaatsen bij Kijkduinpark en Duinrell zijn duurder dan het marktgemiddelde, maar daar worden dan (door de combinatie met de bungalows) ook veel meer voorzieningen geboden, zoals bijvoorbeeld een overdekt zwembad. De prijzen voor de bungalows in Kijkduinpark en Duinrell zijn gemiddeld iets hoger dan de gemiddelde tarieven voor bungalows in de badplaatsen elders aan de Noordzee¹⁸.

2.5. Huidige marktverhoudingen

2.5.1. Huidige verhoudingen hotelmarkt

De gemiddelde bedbezetting in de regio Haaglanden bedroeg in 1998 ruim 41%. Hiermee blijft de bedbezetting achter bij het landelijk gemiddelde (46,1%) en het provinciaal gemiddelde (42,7%). De bedbezetting verschilt echter binnen de regio en is het hoogst in de badplaatsen van Den Haag (50,3%) en in de regio overig agglomeratie Den Haag (44,6%) en het laagst in Delft (33,8%).

Tabel 2.9. Ontwikkeling bedbezetting hotels Haaglanden 1993-1998

	1993	1996	1998	Groei '93-'98
Den Haag stad	29,5%	36,4%	32,0%	8,5%
Den Haag badplaatsen	37,4%	40,4%	50,3%	34,5%
Den Haag totaal	33,1%	38,1%	41,1%	24,2%
Overig agglomeratie Den Haag	30,7%	36,8%	44,6%	45,3%
Agglomeratie Den Haag	32,6%	37,8%	41,7%	27,9%
Delft	31,5%	36,6%	33,8%	7,3%
Westland	22,4%	33,4%	38,5%	71,9%
Delft en Westland	28,1%	35,5%	35,0%	24,6%
Haaglanden	32,1%	37,5%	41,1%	28,0%

Bron: CBS

¹⁷ Zo is het aantal overnachtingen van Kijkduinpark tussen 1997 en 1999 gestegen van 214.000 overnachtingen tot 440.000 overnachtingen, een verdubbeling van de overnachtingen.

¹⁸ Bronnen: prijzen parken o.b.v. opgave Informatiegids Den Haag Scheveningen en Kijkduin 2000. Cijfers vergelijkbare accommodaties o.b.v. Tariefstelling en -ontwikkeling in de kampeer- en bungalowsector 1999, NRIT.

De situatie met betrekking tot de bezetting is echter genuanceerder. De volgende factoren spelen hierbij een rol:

- Seizoenspreiding: de toeristische vraag is met name geconcentreerd in de zomermaanden en de weekends in het voor- en najaar. De behoefte aan hotelaccommodatie van zowel de zakelijke markt als de markt voor meerdaagse bijeenkomsten concentreert zich daarentegen in de midweekperioden in voor- en najaar;
- Weekspreiding: deze verdeling is heel belangrijk voor de totale capaciteit, aangezien een gelijkmatige verdeling over de week zowel een tekort aan capaciteit door een te grote vraag (bijvoorbeeld in de midweekperiode in voor- en najaar door aanzienlijke vraag van zowel de zakelijke als congres- en cursusmarkt) als een capaciteitsoverschot voorkomt. Het zal duidelijk zijn dat dit in de praktijk echter moeilijk te sturen is;
- Kamerbezetting: statistieken gaan meestal uit van het aantal overnachtingen en de bedbezetting. Voor de hotelier en de hotelgast is echter de kamerbezetting van (groter) belang. Derhalve is de bedbezetting omgerekend naar kamerbezetting. De formule voor deze omrekening is gebaseerd op het aantal bedden per kamer (gemiddeld twee) en de gemiddelde bezetting per kamer. Deze laatste varieert per marktsegment. Voor de zakelijke markt en congres- en cursusmarkt is deze bepaald op 1,1 respectievelijk 1,2 personen per kamer, voor de toeristische markt ligt deze met gemiddeld 1,8 personen per kamer hoger.

Middels gegevens van de hotelsector in Den Haag zijn cijfers betreffende de gemiddelde kamerbezetting in de 3-, 4- en 5-sterrenhotels in Den Haag bekend. De gemiddelde kamerbezetting voor heel Den Haag en de rest van de regio is ingeschat op basis van een omrekeningsformule¹⁹. In tabel 2.10 staat de kamerbezetting in de regio in 1998 vermeld.

Tabel 2.10 Kamerbezetting hotels Haaglanden 1998

	Kamerbezetting 1998
Den Haag stad	54,0%
Den Haag badplaatsen	75,2%
Den Haag	66,6%
Overig agglomeratie Den Haag	75,8%
Delft	54,9%
Westland	64,9%
Haaglanden	65,9%

Bron: eigen bewerking cijfers CBS

De kamerbezetting bedroeg in 1998 in Haaglanden ruim 65%. Deze bezetting was het hoogst in de badplaatsen van Den Haag (75%) en in de regio "overig agglomeratie Den Haag" (bijna 76%) en het laagst in Delft (circa 55%).

Tabel 2.11 geeft inzicht in de bezettingscijfers van de middenklasse en luxe hotels in Den Haag. In 1998 bedroeg deze kamerbezetting circa 70%. In 1999 was de gemiddelde kamerbezetting gestegen tot circa 73,7%²⁰. De 3-sterrenhotels noteerden op jaarbasis zelfs een kamerbezetting van ruim 80%.

¹⁹ Aandeel zakelijke x (2/1,1) + aandeel congresvraag x (2/1,2) + aandeel toeristische vraag x (2/1,9). Hierbij staat de noemer in de breuken voor het gemiddeld aantal personen per kamer (gemiddeld 2 bedden) per kamerovernachting.

²⁰ Dit is hoger dan de gemiddelde kamerbezetting in Rotterdam in 1999; deze bedroeg circa 65%. De middenklasse en luxe hotels in Rotterdam realiseren – in tegenstelling tot Den Haag – een iets lagere kamerbezetting dan de budgethotels die een kamerbezetting van circa 70% realiseren.

Tabel 2.11. Ontwikkeling kamerbezetting Den Haag 1996-1999

	1996	1997	1998	1999	Groei '96-'99
3 sterren	67,2	69,1	79,4	80,1	+ 19,1%
4 sterren	60,9	60,9	69,0	72,6	+ 19,2%
5 sterren	61,1	62,5	68,0	74,0	+ 20,9%
Totaal	91,8	62,2	70,0²¹	73,7	+ 19,3%

Bron: Hoteloverleg Den Haag, 2000

Sinds 1996 is de kamerbezetting in Haaglanden met circa 20% gestegen. Reden voor de gestegen kamerbezetting is dat de stijging van de hotelvraag (bijna 60%) in Haaglanden de stijging van het aanbod (bijna 25%) ruim overtreft.

Rekening houdend met de seizoensspreiding en de weekspreiding betekent de kamerbezetting in Haaglanden dit dat er zeer regelmatig – 75 à 100 dagen per jaar – capaciteitstekorten optreden. Deze capaciteitsproblemen komen met name voor gedurende de midweek in het voorjaar en najaar, wanneer het zakelijke segment en de congresvraag samenkomen en er ook een stuk toeristische vraag bestaat.

2.5.2. Huidige verhoudingen overige verblijfsaccommodaties

Tussen 1993 en 1996 is de vraag (aantal overnachtingen) bij de overige verblijfsaccommodaties zoals campings en bungalowparken redelijk stabiel gebleken. Het aanbod is daarentegen gedaald²². Hierdoor is de slaappleats-bezettingsgraad in deze periode gestegen van 13,5% tot 17,2% (een stijging van + 27,4%).

Deze slaappleatsbezetting op basis van gegevens van het CBS, zijn niet verder uitgesplitst naar soort verblijfsaccommodatie, zoals bungalowparken en campings. Op basis van de gegevens van de parken (Kijkduinpark en Duinrell) blijkt dat de bezetting bij deze twee parken ongeveer gemiddeld 25% bedraagt. Hierbij dient opgemerkt te worden dat de bezetting voor de bungalows beduidend hoger is dan voor de campingplaatsen. De bezetting van de bungalows bedraagt 30-35 weken per jaar. De bezetting van de campingplaatsen bedraagt circa 50-60 nachten per jaar. Deze bezettingen zijn (iets) beter dan het landelijk gemiddelde voor vergelijkbare parken. Met name de bezetting bij de bungalows is hoger dan landelijk.

De overige campings in Haaglanden realiseren een bezetting die beduidend lager ligt met circa 30 dagen bezetting op de toeristische standplaatsen, hetgeen beneden het marktgemiddelde ligt.

Op basis van de gesprekken met Kijkduinpark en Duinrell kan geconcludeerd worden dat hun bezetting sinds 1996 verder is gestegen; het aanbod is immers vrijwel gelijk gebleven terwijl de overnachtingen zijn gestegen. De bestaande aanbieders hebben te kennen gegeven (voorlopig) voldoende capaciteit te hebben om aan de verwachte vraagstijging te kunnen beantwoorden.

²¹ De gemiddelde kamerbezetting voor Den Haag bedroeg in 1998 circa 66,6% (zie tabel 2.10), terwijl de kamerbezetting voor de 3-, 4- en 5-sterrenhotels circa 70% bedroeg. Hieruit kan worden afgeleid dat de bezetting in het lagere segment (2 of minder sterren) lager is dan 65%.

²² Van dit segment gaat dus een drukkend effect uit op de gemiddelde Haagse kamerbezetting. Deze daling van het aanbod is met name veroorzaakt door een daling van de toeristische capaciteit op een aantal campings. Zoals reeds gesteld is het aanbod na 1996 weer gestegen.

3. Potenties verblijfsaccommodaties Haaglanden

3.1. Inleiding

Er bestaan diverse randvoorwaarden voor de ontwikkeling van extra verblijfsaccommodatie. De belangrijkste voorwaarde is uiteraard voldoende vraag vanuit de markt. Om een inschatting te kunnen maken van de toekomstige behoefte aan de verschillende verblijfsaccommodaties in Haaglanden, is het van belang om inzicht te hebben in de potenties van de verschillende deelmarkten in de regio. Het gaat hierbij om:

- De zakelijke markt (3.2.);
- De congresvraag (3.3.);
- De toeristische vraag (3.4.).

De vraag naar hotelaanbod is een afgeleide van andere economische activiteiten zoals bedrijvigheid, congressen, toerisme en dergelijke. De eerste drie segmenten hebben dus betrekking op de hotelmarkt. Daarnaast is de toeristische vraag mede van invloed op de andere soorten verblijfsaccommodaties.

De resultaten van de analyse van deze deelmarkten zijn zoveel mogelijk uitgedrukt in potentiële groeivoeten per deelsector. De nadruk zal hierbij liggen op de hotelsector.

3.2. Zakelijke markt

Doorgaans vormt de zakelijke vraag voor de hotellerie de basis voor een goede bezetting en een goede prijs. Achterliggende oorzaken hierbij zijn:

- De vraag binnen dit marktsegment is redelijk stabiel door het locatiegebonden karakter. Dit in tegenstelling tot de vraag vanuit de congresmarkt en het toeristische segment die tevens op andere (concurrerende) locaties kan worden ingevuld;
- De relatieve prijsongevoeligheid binnen dit marktsegment (kosten zijn immers doorgaans declarabel) waardoor de rack-rate en gerealiseerde prijs hier het minst ver uiteen liggen.

De zakelijke vraag naar hotelaccommodatie wordt grotendeels bepaald door de volgende factoren:

- Regionaal-economische structuur;
- Bestuurlijke betekenis;
- Verkeerstechnische betekenis.

Regionaal-economische structuur

Vooraf de aanwezigheid van internationale bedrijven is van belang; met name hoofdvestigingen en een sterk op commercie gerichte contactenstructuur hebben een gunstige invloed op het genereren van hotelvraag. Dergelijke bedrijvigheid is in de regio Haaglanden ruimschoots aanwezig met (kennisintensieve) bedrijven als Shell, Siemens, DSM, TNO, IKEA, etc. Uit de bedrijfsenquête blijkt dat de grotere bedrijven een groei van de hotelvraag verwachten.

Deze verwachting komt in grote lijnen overeen met de (verwachte) economische groei in de regio volgens de ERBO (Enquête Regionale BedrijfsOntwikkeling). Uit de ERBO van 1999 blijkt dat de groei in Haaglanden in de toekomst nog sterker lijkt te worden, dit in tegenstelling tot de landelijke groei die iets begint af te vlakken.

De verwachting is dat de groei (ca. 4,2% in 1999) in Haaglanden de komende jaren zal doorzetten, hetgeen mede blijkt uit de investeringsgroei (8,8% in 1999) en de positieve verwachtingen van de bedrijven in 1999: 96% van de bedrijven verwacht winst te maken in 2000 en circa 55% verwacht in 2000 meer te investeren dan in 1999.

Uit de ERBO enquête blijkt dat met name de (zakelijke) dienstverlening en de horeca (incl. hotels/pensions) het goed doen: 97% van de bedrijven maakt winst, 24% van de bedrijven investeert en 12% van de bedrijven laten een toenemende werkgelegenheid zien.

De regionale ontwikkelingen en verwachtingen laten een positiever beeld zien dan de landelijke. Volgens het Centraal Plan Bureau (CPB) zal de economische groei in 2000 en 2001 respectievelijk 4 en 3½ procent bedragen.

Naast de bestaande bedrijven kan ook hotelvraag gegenereerd worden door vestiging van nieuwe bedrijven. Volgens de Economist Intelligence Unit (EIU) heeft Nederland de komende vijf jaar (tot en met 2005) het beste zakenklimaat ter wereld²³. Dit zal naar verwachting een positief effect hebben op het zakenleven in Nederland en nieuwvestiging van internationale bedrijven. Als maatstaf voor de mogelijkheid voor nieuwe bedrijven in Haaglanden kan gekeken worden naar de verwachte groei van de kantoomarkt en de markt voor bedrijfsterreinen op middellange termijn.

Voor de kantorenmarkt wordt een groei van bijna 1,5 miljoen m² verwacht binnen 10 jaar, ofwel een jaarlijkse groei van ca. 150.000 m². Dit betekent een groei van circa 2,5% per jaar. De belangrijkste locaties voor nieuwe kantoren binnen Haaglanden liggen in Den Haag (Hoog Hage, ca. 400.000 m²), Delft (ca. 120.000 m²), Leidschendam (ruim 85.000 m²) en in Zoetermeer, Rijswijk en Nootdorp (Ypenburg).

Op de markt voor bedrijfsruimten doet zich een zelfde trend voor als op de kantorenmarkt. Momenteel beschikt Haaglanden over circa 1.435 ha bezet bedrijventerreinen. Verwacht wordt dat de komende jaren ca. 425 ha bedrijventerrein beschikbaar komt (met name door nieuwe ontwikkeling en deels door het momenteel beschikbare aanbod). Uitgaande van opname binnen 5 à 10 jaar betekent dit een jaarlijkse groei van 60 hectare, ofwel circa 4 procent. De belangrijkste nieuwe bedrijventerreinen worden ontwikkeld in Zoetermeer, Delft, Ypenburg (Nootdorp / Rijswijk) en Naaldwijk.

Bestuurlijke betekenis

Voor het genereren van hotelovernachtingen is vooral openbaar bestuur op rijks- en internationaal niveau van belang. Dit is in de regio Haaglanden ruimschoots aanwezig met de functie van Den Haag als regeringsstad met zijn vele ministeries en ambassades en vele internationale overheidsinstellingen. Daarnaast is Den Haag de "Capital of Peace and Justice" met onder andere het Internationaal Gerechtshof, Vredestribunaal en het OPCW.

Verkeerstechnische betekenis

²³ Bron: NRC Handelsblad, 11 mei 2000.

Internationale knooppunten, gelegen tussen belangrijke economische centra, hebben doorgaans goede kansen voor het aantrekken van hotelvraag. Haaglanden ligt zeer centraal in de Randstad. De bereikbaarheid, met name per auto, laat door de toenemende fileproblematiek echter te wensen over. Haaglanden is momenteel goed bereikbaar per openbaar vervoer. Wel is het jammer dat Haaglanden geen HSL-station krijgt. De verbinding per trein met Amsterdam en Rotterdam vanuit Den Haag, Zoetermeer en Delft wordt echter in de toekomst verbeterd door extra (shuttle)treinen aansluitend op de HSL. Daarnaast neemt het plan voor realisering van de Randstadrail steeds concretere vormen aan. Hierdoor zullen naar verwachting tussen 2005 en 2010 onder meer verbindingen tussen Rotterdam en Den Haag en Zoetermeer en Den Haag gerealiseerd worden.

Resumé zakelijk segment

De toekomstverwachtingen voor de zakelijke vraag zijn zeer goed; Haaglanden heeft een geschikte bedrijfsstructuur voor hotelovernachtingen en is het bestuurlijk centrum van Nederland. Per saldo lijkt een jaarlijkse groei van de zakelijke hotelvraag van 2½ à 4½ procent realistisch. Voorwaarden om deze vraag te verzilveren is uiteraard wel een voldoende uitgebreid en kwalitatief goed hotelaanbod.

3.3. Congresmarkt

De congresmarkt in Nederland is de laatste jaren sterk groeiend. Wereldwijd neemt Nederland al jaren een top-tien positie in (6^e plaats in 1998). Vooral de ligging, bereikbaarheid, (politieke) stabiliteit, de infrastructuur en internationale oriëntatie hebben hier voor gezorgd

In 1998 is het aantal in Nederland georganiseerde internationale congressen ten opzichte van 1997 gestegen met 48,7% tot 1.022 (zie tabel 3.1.). Het gemiddeld aantal deelnemersdagen is gestegen met 28,6%. Trend is echter dat de gemiddelde duur van internationale congressen en het gemiddeld aantal deelnemers per congres daalt.

Tabel 3.1. Congresmarkt Nederland en Den Haag

	1994	1995	1996	1997	1998
Aantal internationale congressen NL	399	509	542	687	1.022
Aantal internationale congressen DH	68	79	68	88	85
Positie Den Haag	2	2	3	3	5
Congresdeelnemersdagen NL	573.425	829.288	788.645	912.825	1.174.254
Congresdeelnemersdagen DH	136.987	124.241	171.706	122.383	144.313
Positie Den Haag	2	3	2	2	3
Gemiddelde duur congressen NL	4,1	4,0	4,2	4,1	3,8 dagen
Gemiddeld aantal deelnemers NL	309	332	313	334	253

Bron: NCB

Het Nederlands Congres Bureau (NCB) verwacht de komende jaren (tot 2003) - uitgaande van een gelijkblijvend conjunctureel klimaat - een stijging van het aantal meerdaagse internationale congressen van 7 à 10% per jaar. Landelijk daalt het gemiddeld aantal deelnemers per congres echter sterk (ca. 4,5% per jaar), waardoor de groei van het aantal deelnemersdagen minder sterk zal stijgen. Voor Den Haag (NCC) wordt echter een stabilisering van het aantal deelnemers per congres verwacht.

Den Haag neemt een hoge positie in op de Nederlandse ranglijst van internationale congressen. Dit mede door de aanwezigheid van het Nederlands Congres Centrum (NCC). Naast internationale congressen worden bij het NCC ook veel nationale congressen georganiseerd. Circa 60% van de congressen is internationaal en circa 40% nationaal. De meeste congressen zijn middelgroot (500 à 1.000) maar er vinden ook zeer grote congressen plaats zoals het Wereld Water Forum en de Klimaatconferentie.

Uit tabel 3.1. blijkt dat de groei van de congresmarkt in Den Haag achterblijft bij de landelijke groei en de groei in andere steden, waardoor Den Haag is gezakt van een tweede naar een derde positie in de top tien van internationale congresdeelnemersdagen. Dit heeft een aantal redenen:

- Het betreft uitsluitend internationale congressen, waarbij een ondergrens geldt van bijeenkomsten met minimaal 40 deelnemers, waarvan meer dan de helft uit het buitenland. Sommige regionale congresbureaus nemen echter ook kleinere bijeenkomsten mee²⁴;
- Andere steden gaan strategische allianties met elkaar aan zoals Amsterdam (RAI), Utrecht (Jaarbeurs) en Maastricht (MECC). Den Haag bewerkt de markt op eigen kracht;
- De sterke opkomst van congresaccommodaties en -steden elders in Nederland (Maastricht, Twente, etc);
- De kwaliteit van het aanbod. Het NCC is reeds enigszins verouderd. Investerings in (nieuwe) technologieën is noodzakelijk;
- Daarnaast is verdere groei in Den Haag deels moeilijk vanwege de hotelcapaciteit.

De toekomstpotenties voor de markt voor meerdaagse bijeenkomsten zijn in regionaal perspectief over het algemeen (redelijk) goed te noemen. Op een aantal belangrijke factoren voor het succesvol genereren van meerdaagse (inter)nationale bijeenkomsten scoort de regio goed:

Congresaccommodatie

Het aanbod van accommodaties is omvangrijk²⁵ (zie bijlage VII), met name in Den Haag (ruim 200 zalen en capaciteit voor ruim 16.000 personen). Tevens is er een grote diversiteit; er zijn grote accommodaties (NCC, Muziek Centrum, Prins Willem Alexandercentrum, TU Delft, etc) en kleine accommodaties (zalen in hotels, etc) alsmede bijzondere settings (zowel moderne als historische accommodaties, bijv. Museon, VSB Circustheater, Het "Oude Stadhuis", etc)

Structuur "bedrijfsleven"

In Haaglanden zijn veel internationale bedrijven en instellingen gevestigd. Daarnaast is Den Haag een bestuurlijk centrum (ministeries en ambassades). Tevens zijn er in de regio kennisinstituten (TU, TNO) gevestigd, welke mede actief zijn in het binnenhalen en organiseren van congressen.

²⁴ In 1998 is de rapportage van een aantal regionale congresbureaus aanzienlijk verbeterd. Dit heeft er toe geleid dat het aantal congressen in Nederland dat jaar sterk is gestegen ten opzichte van 1997 (bijna 50%). Deze regionale bureaus nemen echter ook kleinere bijeenkomsten mee, hetgeen een van de redenen is van de sterke daling van het gemiddeld aantal deelnemers per congres (bijna 25% gedaald tussen 1997 en 1998).

²⁵ Volgens een interview met het Accommodatie Bureau lukt het over het algemeen goed om in Den Haag accommodaties te boeken. Alleen in beursperiodes is het moeilijk om accommodaties voor groepen vanaf 50 personen te boeken. Een groter probleem is het boeken van arrangementen met zowel zaalhuur als overnachting. Meestal zijn er nog wel beschikbare zalen, maar zijn er geen kamers meer beschikbaar.

PCO (Professionele Congres Organisatie)

in de regio Haaglanden zijn een aantal professionele congres organisaties gevestigd, met name in Den Haag en in Delft.

Aantrekkelijke regio

Haaglanden is een aantrekkelijke regio voor meerdaagse bijeenkomsten, omdat een veelzijdig nevenprogramma mogelijk is. De regio heeft historische steden, kust, cultuur en is geschikt voor uitstapjes in het kader van het Holland-toerisme (bloemen, kaas, klompen, etc).

Het grootste probleem voor groei binnen de congresmarkt lijkt voorlopig de omvang en diversiteit van het hotelaanbod²⁶:

- De vraag ligt op dezelfde piekmomenten als de zakelijke vraag (midweek in met name voor- en najaar) waardoor de capaciteit te beperkt is;
- Er is te weinig diversiteit in hotelaanbod: met name aanbod in het 3-sterren segment en de lagere klassen ontbreken. Dit is wel van belang voor wetenschappelijke congressen (waar ook veel studenten komen).

Resumé congresmarkt

De vraag vanuit de markt voor meerdaagse bijeenkomsten kan de komende jaren naar verwachting met circa 3 procent per jaar toenemen.

De regio (met name Den Haag) moet dan wel investeren en samenwerken om de huidige congrespositie te behouden of versterken. In dit kader is het verstandig dat Den Haag (en Delft) sterke partners zoekt. Daarnaast is er behoefte aan samenwerking tussen de hotels en de congresbranche.

Uiteraard zijn investeringen in de capaciteit en diversiteit van de hotelserie ook randvoorwaarde voor een groei van de congresvraag.

3.4. Toeristische markt

De toeristische potenties voor de regio Haaglanden zijn goed. Er wordt een aantrekkelijk product geboden met de kust, de steden, de cultuur, de attracties, etc. Voor toeristische overnachtingen is en blijft de kust zeer geliefd, met name door buitenlanders (vooral Duitsers) maar ook door Nederlanders. Voor buitenlanders zijn naast de kust ook de grote steden favoriet (met name voor hotelovernachtingen). Het toeristische aanbod voor de internationale toerist (inter-continentaal) lijkt echter nog niet concurrerend genoeg (met uitzondering van bijzondere tentoonstellingen, zoals de Vermeer tentoonstelling in 1996).

Door de gerichte marktwerking van het toeristisch segment door zowel Stichting Promotie Den Haag (die ook de buitenland promotie van Delft op zich gaat nemen), NBT als door accommodatieverstrekkers, zijn het aantal toeristische overnachtingen in Haaglanden de laatste paar jaren dan ook gestegen.

²⁶ Dit wordt onderschreven door het gesprek met mevrouw. M. Veugelers van het Accommodatie Bureau. Rotterdam scoort in dit opzicht beter omdat hier de capaciteit aan (vergader)-accommodaties groot is maar de kamerbezetting (circa 65%) lager is dan in Den Haag waardoor er minder vaak problemen optreden. Bovendien is in Rotterdam een behoorlijke uitbreiding van het hotelaanbod gepland (minimaal 700 hotelkamers binnen drie jaar volgens de heer L. van Veen van het Ontwikkelingsbedrijf Rotterdam).

Hotelmarkt

Voor de hotelmarkt wordt de komende jaren met name een verdere stijging van de korte hotelvakanties verwacht. De groei van de toeristische overnachtingen die hiermee gepaard gaan, wordt geraamd op circa 3 procent.

Bij de huidige marktverhoudingen en bezettingen zal een grotere groei van het toeristisch segment moeilijk zijn omdat buiten het hoogseizoen nauwelijks opvangcapaciteit bestaat, met name gedurende de midweek, terwijl het juist een tendens is dat in het voorjaar een week vakantie wordt gepland.

Bungalowmarkt

De bungalowmarkt vertoonde de laatste jaren tekenen van verzadiging. Het aantal overnachtingen vertoonde een wisselend beeld: het ene jaar stijgen de overnachtingen, het volgende jaar dalen ze weer en vice versa. De laatste jaren (1996 tot en met 1998) is het aantal bungalowovernachtingen van Nederlanders in eigen land licht gestegen (met name door een stijging van de lange bungalowvakanties). Momenteel lijkt de vraag naar bungalowvakanties weer aan te trekken.

De kust blijft echter een populaire locatie voor een bungalowvakantie, hetgeen ook blijkt uit de stijgende overnachtingen in deze sector in de regio Haaglanden. De bungalowparken in Haaglanden verwachten voor de komende jaren een stijging van het aantal overnachtingen van 3 à 5%, met name door een toename van de korte vakanties.

Kamperen

Het aantal binnenlandse overnachtingen op vaste en toeristische standplaatsen is de laatste jaren (1998-1996) gedaald. De bezetting op vaste standplaatsen blijft daarentegen constant hoog. Voor toeristisch kamperen blijft de kust trekken. Dit blijkt ook uit de toekomstverwachtingen van de grote campings in Haaglanden; deze verwachten de komende jaren een groei van 2 à 3%.

Resumé toeristische markt

Voor de toeristische markt wordt een jaarlijkse groei van ongeveer 3% verwacht. Voor de groei van de toeristische hotelovernachtingen in de zomer en in de weekends is geen extra hotelcapaciteit nodig. Om te kunnen inspelen op toeristisch hotelbezoek in de midweken in het voor- en najaar is wel extra capaciteit nodig omdat in deze periodes de toeristische vraag samenvalt met de zakelijke vraag en de congresvraag waardoor met name in deze periodes capaciteitstekorten voor komen.

Voor een verdere groei van de toeristische overnachtingen op campings en bungalowparken is ons inziens geen extra capaciteit benodigd²⁷. De grote aanbieders hebben te kennen gegeven voldoende capaciteit te hebben om een toenemend aantal gasten te kunnen accommoderen en de overige bedrijven hebben gezien de huidige bezettingen ook voldoende capaciteit. Derhalve is in hoofdstuk 4 dan ook uitsluitend een raming gemaakt voor de extra capaciteitsbehoefte bij hotels.

²⁷ Hiermee is niet gezegd dat er geen ruimte is voor nieuwe bungalowparken of campings in Haaglanden. Een nieuw en goed product kan zorgen voor een markimpuls (zie bijvoorbeeld ook Kijkduinpark) waardoor de stijging van het aantal toeristische overnachtingen niet perse ten koste hoeft te gaan van de bestaande aanbieders. Om de haalbaarheid en effecten (markimpuls en gevolgen voor bestaande aanbieders) van de bestaande plannen voor uitbreiding van het toeristisch verblijfsrecreatief aanbod te beoordelen is een nader haalbaarheidsonderzoek vereist.

4. Toekomstbeeld verblijfsaccommodaties Haaglanden

4.1. Inleiding

In dit hoofdstuk zijn de uitkomsten van de voorgaande stappen (huidige omvang segmenten en omvang groeivoeten per segment) vertaald naar een toekomstbeeld voor de hotelmarkt op de middellange termijn (5-7 jaar).

Hierbij zijn aangegeven:

- Het toekomstige volume (4.2.);
- Locaties waar deze volumes het beste ingevuld kunnen worden en een indicatief beeld van het type aanbieders voor deze invulling (4.3. en 4.4.).

Het toekomstbeeld voor de overige verblijfsaccommodaties zoals campings en bungalowparken is meer kwalitatief weergegeven.

4.2. Raming capaciteitsbehoefte middellange termijn

Om de toekomstige capaciteitsbehoefte aan hotelkamers te bepalen, zijn de overnachtingen in Haaglanden uitgedrukt in kamernachten (de kamerbezetting is immers belangrijker dan de bedbezetting). De groeicijfers uit hoofdstuk 3 zijn vervolgens geprojecteerd op de omvang van de verschillende vraagsegmenten, hetgeen resulteert in een raming van het toekomstig aantal kamernachten (in totaal en per segment). Hierbij is een drietal scenario's doorgerekend: een pessimistisch, een realistisch en een optimistisch scenario (zie bijlage VIII).

Om een groei te bewerkstelligen op het niveau van de optimistische variant, dienen impulsen te worden gegeven aan de sectoren die hotelvraag genereren (zie hoofdstuk 3). Dit betekent dat met name zakelijke vraag gestimuleerd dient te worden door het stimuleren van internationale bedrijfsvestigingen in de regio. Daarnaast moeten ook de congresmarkt en het toerisme impulsen krijgen. Randvoorwaarde voor de groei is echter ook voldoende en divers hotelaanbod. Hiertoe dient nieuw aanbod bevorderd te worden (bijvoorbeeld door het actief zoeken van locaties en het bespoedigen van de planologische procedures). In hoofdstuk 5 is nader ingegaan op deze stimuleringsmaatregelen.

In tabel 4.1. is de huidige marktomvang per segment, de groeivoet voor de komende (5 à 7 jaar) en de geraamde additionele marktruimte per marktsegment (in 2005) voor het realistische scenario weergegeven. De huidige omvang en de verwachte extra vraag zijn hierbij uitgedrukt in kamernachten.

Tabel 4.1. *Marktgroei en marktruimte hotelvraag Haaglanden*

Segment	Huidig aantal kamernachten ²⁸	Groei-percentage (%)	Verwacht aantal kamernachten (2005)	Geraamd stijging kamernachten
Zakelijk	807.200	2½ à 4½	1.027.000	219.800
Congres	115.600	2 à 4	142.200	26.600
Toeristisch	186.700	2 à 4	229.600	43.000
Totaal	1.109.500		1.398.700	289.400

²⁸ Hierbij is het aantal overnachtingen per segment gedeeld door het gemiddeld aantal personen per kamer per overnachting. Voor het toeristische segment is hierbij uitgegaan van 1,9 personen per kamer, voor het zakelijke segment van 1,1 en voor de congresmarkt van 1,2 personen per kamer per overnachting.

Tabel 4.2. geeft een overzicht van het geraamde aantal extra kamernachten en het benodigde aantal kamers om in deze vraagstijging te voorzien voor de drie varianten. Hierbij is uitgegaan van een normatieve kamerbezetting van 70%.

De totale toename voor Haaglanden in de komende 5-7 jaar wordt in de realistische variant op ca. 290.000 kamernachten geraamd. Ten opzichte van het huidige aantal kamernachten in Haaglanden (circa 1.110.000) betekent dit een groei van ruim 25%.

Tabel 4.2. Benodigde groei hotelcapaciteit Haaglanden

Segment	Geraamde stijging kamernachten en benodigde hotelkamers		
	pessimistisch	realistisch	optimistisch
Den Haag	134.100 kamernachten 525 kamers	197.200 kamernachten 770 kamers	264.200 kamernachten 1.035 kamers
Delft	14.100 kamernachten 55 kamers	20.500 kamernachten 80 kamers	27.400 kamernachten 105 kamernachten
Rest regio	49.600 kamernachten 195 kamers	72.000 kamernachten 280 kamers	95.600 kamernachten 375 kamers
Haaglanden	197.900 kamernachten 775 kamers	290.000 kamernachten 1.135 kamers	387.300 kamernachten 1.515 kamers

Uitgaande van een normatieve kamerbezetting van minimaal 70% op jaarbasis, is er in Haaglanden dus ruimte voor 775 à 1.500 extra hotelkamers²⁹.

Voor Den Haag is de groei van het aantal kamernachten geraamd op 135.000 à 265.000 kamernachten, hetgeen correspondeert met een behoefte aan 525 à 1.035 extra hotelkamers. Voor Delft is de extra capaciteitsbehoefte geraamd op ongeveer 80 kamers en voor de rest van de regio Haaglanden op bijna 300 kamers.

De behoefte aan extra hotelkamers is in Den Haag en Delft in zekere zin autonoom. In de rest van de regio vloeit de extra kamerbehoefte mede voort uit de overflow uit Den Haag. Gezien de momenteel bestaande plannen in Den Haag achten wij het niet reëel dat Den Haag binnen vijf jaar de huidige krapte weet weg te werken³⁰. Door het voeren van een actief stimuleringsbeleid voor nieuwe hotelvestigingen (zie hoofdstuk 5) zou Den Haag meer kunnen groeien en een deel van de vraag die momenteel wegvloeit naar de regio naar zich toetrekken. Doordat een deel van de vraag in de regio zijn oorsprong heeft in de capaciteits tekorten in Den Haag dient voorzichtig te worden omgesprongen met de uitbreiding van het hotelaanbod in de regio (m.n. overig agglomeratie Den Haag). Extra capaciteit in deze regio dient derhalve bijvoorkeur gesitueerd te worden in gemeenten met een eigen stuk (zakelijke en congres-) vraag.

²⁹ Extra kamernachten : (70% normatieve gemiddelde kamerbezetting x 365 dagen per jaar).

³⁰ Van de huidige plannen is slechts een deel concreet. De meest concrete plannen voorzien in een uitbreiding van het aanbod met 450 à 500 kamers.

4.3. Aspecten uitbreiding aanbod

Inleiding

De extra capaciteitsbehoefte in Haaglanden kan op verschillende manieren worden ingevuld. In dit verband is ingegaan op de volgende aspecten:

- Uitbreiding en/of nieuwbouw;
- Niveau;
- Omvang;
- Afweging locaties (zie ook paragraaf 4.4.).

Uitbreiding en/of nieuwbouw

Capaciteitsuitbreiding kan in de eerste plaats worden ingevuld middels uitbreiding. Dit in verband met het toenemend belang van schaalgroottes. Er dient dus serieus gekeken te worden naar de mogelijkheden die zich voordoen om bestaande ondernemers te laten uitbreiden. Indien er op het bestaande terrein slechts beperkt ruimte beschikbaar is, kan eventueel overwogen worden om de hoogte in te bouwen. Gesprekken met de diverse gemeenten en hotels wijzen er op dat er weinig concrete uitbreidingsplannen³¹ bestaan waardoor uitbreiding slechts voor een deel van de extra capaciteit zal zorgen.

De resterende capaciteitsbehoefte dient ingevuld te worden middels nieuwbouw. Bij de ontwikkeling van nieuwe hotels, kan gezocht worden naar combinaties met andere functies zoals bijvoorbeeld een winkelcentrum of kantoren (de plannen in het kader van Hoog Hage spelen hier goed op in).

Niveau

Het accent bij de invulling van de extra capaciteit dient, gezien de voorkeuren vanuit de vraag en mede rekening houdend met landelijke tendensen, te liggen op het middenklasse en luxe segment. Hiermee kan het beste worden ingespeeld op de zakelijke en congresvraag. Daarnaast wordt de toeristische vraag in toenemende mate kritischer. Binnen Den Haag bestaan er met name mogelijkheden voor het 3- tot en met 5-sterrensegment.

Hierbij dient opgemerkt te worden dat het doorgaans erg moeilijk is om voor een 5-sterrenhotel een geschikt locatie (en geschikt gebouw) te vinden met de juiste ambiance en tegelijkertijd voldoende capaciteit om de hoge lasten terug te verdienen. Bovendien blijkt het vanuit de markt³² moeilijk om een 5-sterrenhotel in Den Haag te realiseren gezien de bezetting en gerealiseerde prijzen³³.

Naast nieuwe capaciteit in het middenklasse en luxe segment kan een klein deel van de uitbreiding van het aanbod worden ingevuld met een 2-sterrenhotel (maar bij voorkeur wel met 3-sterren kwaliteit). Hiermee kan worden voorkomen dat er in de toekomst in deze categorie geen aanbod meer is terwijl vanuit de toeristische markt, de onderkant van de congresmarkt (bijvoorbeeld studenten bij wetenschappelijke congressen) en de minder hoge segmenten van de zakelijke markt zeker vraag naar deze categorie aanwezig is.

³¹ Volgens de inventarisatie van de plannen hebben de volgende hotels in Haaglanden uitbreidingsplannen: Crown Plaza Promenade Den Haag, Mercure, Corona Buitenhof, Badhotel Scheveningen en Atlantic in Den Haag, Dish Hotel Delft en Bastion Rijswijk en Zoetermeer. Het merendeel van deze plannen is nog niet concreet en vertrouwelijk.

³² Uit onze marktcontacten (beleggers, ketens, etc) blijkt dat het moeilijk is om in Den Haag een 5-sterrenhotel te realiseren. Voor dit segment liggen er met name goede mogelijkheden in Amsterdam en op Schiphol (sterk internationaal en grote omvang vraag) en eventueel in Rotterdam (momenteel slechts 126 bedden in dit segment).

³³ In 1999 realiseerde de vijfsterrenhotel in Den Haag een gemiddelde kamerbezetting van 74%, hetgeen goed is. Wel is de korting ten opzichte van de rack-rate in dit segment met gemiddeld 20% vrij hoog. Doorgaans merken 5-sterrenhotels het als eerste wanneer de economie omslaat.

Wel dient voorzichtig te worden omgesprongen met de uitbreiding van het aanbod door budgethotels. De vraag is namelijk niet zo heel groot en de hoger geclassificeerde hotels hanteren tijdens "slappe" periodes vaak hoge kortingen³⁴ waardoor de behoefte aan goedkopere accommodaties van toeristen voor een deel wordt opgevangen³⁵. Bovendien zou de behoefte aan budgetaccommodaties van de zakelijke en de congresmarkt voor een deel kunnen worden opgevangen door de bungalowmarkt omdat deze gedurende de midweken in voor- en najaar doorgaans voldoende capaciteit ter beschikking hebben.

Omvang

De (recente) ontwikkelingen op het gebied van schaalvergroting zijn ingegeven door de stijging van de bedrijfseconomische drempel voor exploitatie van een hotel. De minimumeis van (veel) hotelketens voor een nieuw hotel is een omvang van 80 kamers.

Type hotels

Op de hotelmarkt is in toenemende mate sprake van segmentering en thematisering. Zo komen er nieuwe hotelconcepten op de markt zoals bijv. stadionhotels, zorghotels, casinohotels, etc. Binnen Haaglanden lijken er met name aanknopingspunten te bestaan voor een accommodatie voor longstayers³⁶ op het grensvlak tussen hotel en appartement (zoals bijvoorbeeld ook Radisson SAS in Amsterdam wil realiseren³⁷). Daarnaast zou een Chinees hotel of een buitenlandse keten³⁸ die nog geen vestiging heeft in Haaglanden een aanvulling kunnen zijn voor de Haaglandse hotelmarkt.

Locaties

Rekening houdend met het voorgaande, dienen dus locaties gezocht te worden waar een dergelijke omvang (80 kamers of meer) inpasbaar is. In de binnenstad is vaak beperkte ruimte beschikbaar. Daarnaast spelen er vaak aanvullende voorwaarden (hoogte, historisch pand). Hotels komen hierdoor in de binnenstad moeizaam van de grond (naast de hogere grondprijs, die vaak moeilijk op te brengen is). In paragraaf 4.4. is nader ingegaan op de locaties waar de extra capaciteit ingevuld kan worden.

³⁴ Zo hanteert het Crown Plaza Promenade Hotel in Den Haag gedurende bepaalde weekends een prijs van f 94,-- voor een 2-persoonskamer inclusief ontbijt.

³⁵ Dit is niet uniek voor Den Haag, ook in andere steden vangen de middenklasse en luxe hotels deze behoefte voor een deel op. Bovendien blijkt het moeilijk om een budgethotel van de grond te krijgen, ook in de regio Rotterdam waar de hotels bij realisatie toch steeds blijken te opteren voor 3-sterrenhotel in plaats van 2 sterren omdat dat toch betere perspectieven biedt.

³⁶ Met name binnen Den Haag blijkt er behoefte aan een accommodatie voor longstayers. Dit wordt geïllustreerd door het feit dat de Chinese ambassade begin dit jaar een twintigtal appartementen heeft gekocht voor medewerkers (Bron: NRC Handelsblad).

³⁷ Radisson SAS wil in de binnenstad van Amsterdam aanpalende panden bij het hotel verwerven om hier appartementen in te realiseren voor longstayers die gebruik kunnen maken van alle faciliteiten van het hotel.

³⁸ Doorgaans creëren buitenlandse hotelketens een stuk eigen vraag door onder andere hun naamsbekendheid. Gesprekken met een aantal Amerikaanse ketenhotels in Amsterdam illustreren dit; deze hotels hebben ongeveer 30% gasten uit de VS terwijl dit elders in Amsterdam ongeveer 15% is.

4.4. Locatieanalyse

Hotels

Voor de verschillende partijen die bij de ontwikkeling van een hotel betrokken zijn, verschillen de aspecten die van belang zijn:

- Exploitant: voor de hotelexploitant staat de klant/vraag centraal (op welke locatie is de vraag het grootst) en is de omgeving belangrijk. Daarnaast is het uiteraard van belang dat locaties gezocht worden die bedrijfseconomisch “uit kunnen” (met andere woorden niet te duur zijn);
- Belegger: de belangen van de belegger lopen op korte termijn parallel aan de belangen van het hotel (vraag), op lange termijn is met name de waarde van de locatie c.q. het onroerend goed van belang. Aspecten als alternatieve aanwendbaarheid spelen hierbij (mede) een rol.
- Overheid: de overheid is steeds meer geïnteresseerd in een duurzame gebiedsontwikkeling in plaats van de ontwikkeling van een hotel sec.

Voorgaande aspecten kunnen worden vertaald in de volgende criteria:

- Voorkeuren vanuit de verschillende marktsegmenten (zakelijke markt, markt voor meerdaagse bijeenkomsten en de toeristische markt) naar verschillende typen locaties;
- Ruimtelijk-functionele overwegingen (ruimtebeslag, parkeren, ontsluiting, bereikbaarheid met auto en trein);
- Impuls vanuit omgeving op hotel (ambiance, sfeer, aanwezigheid voorzieningen) en andersom (upgrading omgeving door komst hotel);
- Mogelijkheden voor een goede basisbezetting op de betreffende locatie zonder een te grote afhankelijkheid van één marktsegment. Doorgaans betekent dit dat de locatie naast de geschiktheid voor het aantrekken van de zakelijke vraag minimaal nog één ander segment goed kan bedienen.

Binnen Den Haag pleiten deze criteria met name voor het centrum:

De gemeente legt prioriteit bij de verdere ontwikkeling van de binnenstad (bijv. project Hoog Hage). De vraag (zowel zakelijk, congres als toeristisch) is groot in het centrum, waardoor er goede mogelijkheden zijn voor een goede basisbezetting. De belegger heeft belang bij een hoog rendement bij een verantwoord risico. Vanwege de grondprijs³⁹ is het centrum minder interessant, maar de alternatieve aanwendbaarheid is daar beduidend groter (hotel kan bijv. omgevormd worden tot appartementencomplex of kantoor). Bij de bouw kan hier rekening mee worden gehouden, zoals bijv. ook in Rotterdam (Weena Tower, opening juli 2000) is gedaan.

Indien de behoefte aan extra hotelcapaciteit wordt afgezet tegen de huidige plannen in Den Haag, kan geconcludeerd worden dat:

- Het plan om in het voormalige VSB gebouw in de Jan Hendrikstraat een 3*-hotel met ongeveer 170 kamers te realiseren in combinatie met andere functies een goede mogelijkheid biedt om op korte termijn extra capaciteit in de binnenstad te realiseren;
- Het initiatief voor een 3- of viersterrenhotel (incl. vergaderfaciliteiten) met ongeveer 25 kamers in de Boomsluiterskade (binnenstad) een mogelijkheid biedt om extra capaciteit (zowel voor overnachtingen als voor bijeenkomsten) te realiseren;

³⁹ De grondprijs is in het centrum duurder omdat er geconcurrereerd wordt met veel alternatieve functies, zoals appartementen, kantoren, etc. die vaak een hogere grondprijs verdragen.

- Er goede kansen liggen bij het Centraal Station in het kader van het plan Hoog Hage. Hier is ruimte voor twee nieuwe hotels (met circa 200 à 300 kamers). De realisatietermijn is vanaf 2003;
- Het plan voor een 4-sterren Golden Tulip hotel (100 à 200 kamers) bij het WTC (Beatrixkwartier) een goede ontwikkeling is;
- In Scheveningen liggen ook mogelijkheden voor nieuw hotelaanbod, bijv. door een Van der Valk hotel aan de Pier en eventueel ook hotels van andere exploitanten (totaal circa 100 à 200 kamers);
- Kijkduin beschikt met Ockenburgh over een geschikte locatie voor een "resorthotel" (4 à 5 sterren, ca. 100 kamers) gericht op het luxe segment en de conferentiemarkt (à la Bilderberg). Daarnaast is een hotel (4 sterren, 50 kamers) in het kader van het "Chinese Tuin" project een mogelijkheid;
- Ontwikkeling van een hotel bij het Hollands Spoor (zuidzijde) is wellicht mogelijk, maar vanuit aspecten belegger en hotel misschien minder interessant.

Deze plannen voorzien in een capaciteitsuitbreiding binnen Den Haag van circa 550 tot 850 kamers, waarvan ca. 400 kamers in de binnenstad en ca. 300 aan de kust (Scheveningen én Kijkduin). Naast deze initiatieven resteert waarschijnlijk nog enige ruimte voor één of twee aanvullende hotelontwikkelingen. De overige plannen in Den Haag zijn nog weinig concreet of ontberen ons inziens de vereiste ruimte om een hotel van enige omvang te realiseren. Daarnaast spelen op diverse locaties aanvullende problemen op het gebied van ruimtelijk-functionele overwegingen (parkeren, ontsluiting, bereikbaarheid, etc) en behoefte vanuit de markt.

Delft en de regio heeft deels een eigen functie en deels een van Den Haag afgeleide functie. De uitbreidingscapaciteit voor hotels elders in Haaglanden, is geraamd op 200 à 400 kamers. Deze dienen bij voorkeur te worden ingevuld door middenklasse hotels op locaties met een zekere mate van eigen vraag, zoals Delft en Zoetermeer, maar ook Leidschendam, Rijswijk en Nootdorp.

Overige verblijfsaccommodaties

Bungalows en kampeergelegenheid kunnen in de regio Haaglanden het best worden ingevuld buiten het stedelijk gebied, zoals in 's-Gravenzande, Monster en recreatiegebied Vlietland (Leidschendam). Deze locaties hebben een bijzonder, natuurlijk karakter (kust, groen, water, etc) gecombineerd met de nabijheid van de grote stad.

4.5. Strategie voor de middellange termijn

4.5.1. Inhoudelijk

Hotels

De nadruk bij nieuwe hotelvestigingen (naast de uitbreiding van bestaande hotels) dient binnen Haaglanden te liggen op Den Haag. Binnen Den Haag dienen met name hotelontwikkelingen betreffende middenklasse en luxe hotels in de binnenstad en in Scheveningen gestimuleerd te worden. Bij voorkeur zijn de nieuwe hotels onderdeel van een gerenommeerde (internationale) keten en van een omvang die vanuit bedrijfseconomische (rendements)overwegingen minimaal noodzakelijk is (circa 80 kamers). Kijkduin is geschikt voor de ontwikkeling van een resort- en conferentiehotel en/of thematisch hotel (in het kader van de Chinese Tuin).

Indien vanuit de markt onvoldoende impulsen komen om aan de extra capaciteitsbehoefte (circa 800 kamers) te voldoen, dient actief gezocht te worden naar mogelijkheden.

Zoals reeds gesteld is heeft een deel van de hotelvraag in de regio (excl. Den Haag en Delft) zijn oorsprong in de capaciteitstekorten in Den Haag. Daarom dient voorzichtig te worden omgesprongen met de uitbreiding van het hotelaanbod in met name overig agglomeratie Den Haag. Bij voorkeur worden nieuwe hotels in de regio derhalve gesitueerd in gemeenten met een eigen stuk (zakelijke en congres-) vraag, zoals Delft, Zoetermeer, Rijswijk, Leidschendam.

Overige verblijfsaccommodaties

Voor een verdere groei van de toeristische overnachtingen op campings en bungalowparken is ons inziens geen extra capaciteit benodigd. Er hoeft dus niet actief gezocht te worden naar mogelijkheden om dit aanbod uit te breiden. Op goede initiatieven om nieuw aanbod te creëren kan evenwel worden ingesprongen. Dergelijke nieuwe ontwikkelingen dienen, mede gezien de ruimtebehoefte, bij voorkeur gesitueerd te worden aan de randen van de regio Haaglanden” waar deze ruimte nog beschikbaar is.

4.5.2. Ruimtelijk-functioneel

Ruimtelijk-functioneel gezien ontstaat dan binnen de regio Haaglanden het volgende beeld (vanuit het centrum van Den Haag naar de randen van de regio):

- Den Haag centrum en Scheveningen: hotelontwikkelingen gericht op de zakelijke en congresmarkt (en mede op toeristen);
- Kijkduin (en evt. Wassenaar): ontwikkeling resort-/conferentiehotel en/of thematisch hotel;
- Steden in de regio (Delft, Zoetermeer, Rijswijk, etc): hotelontwikkelingen in het middensegment, ten behoeve van de lokale zakelijke markt en overflow uit Den Haag;
- Buitengebied in de regio: ontwikkelingen bungalowparken en campings (bijv. 's-Gravenzande).

5. Stimuleringsmaatregelen hotelontwikkeling

Tot slot zijn in dit hoofdstuk aanbevelingen gedaan omtrent de inzet van verschillende instrumenten om de sector zoveel mogelijk te stimuleren in volume én kwaliteit. Hierbij kan worden gedacht aan ruimtelijke ordening, acquisitie/werving, accountmanagement, marketing.

Ruimtelijke ordening (taak gemeente)

- Er dienen planologische mogelijkheden te worden geschapen voor een hotel met een vereiste minimumomvang vanaf circa 80 kamers (met name in het centrum van Den Haag);
- Gewenste ontwikkelingen dienen bestemmingsplantechnisch mogelijk te worden gemaakt;
- Bestaande hotels moeten de mogelijkheid krijgen om uit te breiden (in verband met belang schaafeffecten);
- Bij de ontwikkeling van gebieden waar een hotel wenselijk geacht wordt, kan opname van een hotel in het totaalplan als randvoorwaarde worden gesteld. Gebiedsontwikkelingen dienen echter aan te sluiten bij bepaalde economische activiteiten. Het hotel moet niet gebruikt worden om de (eerste) ontwikkelingen te activeren, hotels hebben economisch gezien immers een volgend karakter.

Acquisitie/werving (taak gemeente en evt. KvK/Stadsgewest)

- Activiteiten die overnachtingen genereren, zoals congressen, internationaal toerisme en (internationale) bedrijvigheid dienen actief te worden gestimuleerd. Bijvoorbeeld door te investeren in congresfaciliteiten, het aantrekken van internationale bedrijven en het organiseren van internationale evenementen (bijv. Vermeer tentoonstelling);
- Nieuwe impulsen in de hotelsector zelf moeten worden gezocht zoals bijvoorbeeld een thematisch hotel of een hotel met een eigen markt (bijv. Chinees hotel of een Amerikaanse keten), die bovendien kunnen inspelen op de lokale zakelijke vraag;
- Gerichte locatiescan (met name in Den Haag) van oude panden met een bepaald volume die vrij zijn of vrijkomen op de mogelijkheid om deze om te zetten in een hotel of een geïntegreerd project (combi met kantoor);
- Nieuwe hotels dienen bij voorkeur te worden gekoppeld aan (integrale) gebiedsontwikkeling;
- Actieve acquisitie indien bepaalde ketens of type hotels zich niet zelf aandienen.

Monitoring/overleg (taak KvK/Stadsgewest)

- Jaarlijks dient binnen de sector (m.n. de hotelsector) aandacht te worden besteed aan monitoring: aanbod, bezettingen, plannen, diversiteit, spreiding, locaties, ontwikkelingen dienen in kaart te worden gebracht. Dit dient te geschieden op het niveau van Haaglanden. De resultaten moeten in een sectoroverleg besproken worden, waaruit beleidsconclusies getrokken moeten worden (zodat sturing ontstaat). Momenteel bestaat eigenlijk uitsluitend "sectoroverleg" binnen de middenklasse en luxe hotels in Den Haag en sectoroverleg in Delft. Dit moet worden doorgetrokken tot regio niveau en dient ook het lagere segment te vertegenwoordigen;
- Overleg tussen gemeente en bedrijfsleven en branche is hierbij cruciaal.

"Accountmanagement" (taak gemeente)

- De sector (bedrijven binnen de toeristische sector) zou bij de gemeente(n) een aanspreekpunt in de vorm van een bedrijfsbalie (met voldoende kennis van zaken betreffende de sector om gericht te kunnen helpen) kunnen krijgen. Bij nieuwe zaken – die wellicht in strijd zijn met het vigerend beleid – waar diverse gemeentelijke disciplines bij betrokken zijn (bijv. milieu, ruimtelijke ordening, openbare orde, verkeer, etc) zou dan een coördinator in beeld kunnen komen;
- Het aanspreekpunt dient bij voorkeur te worden gesitueerd bij de afdeling Economische Zaken (bedrijfsmatig denken!).

Marketing (taak SPDH)

De SPDH is momenteel belast met de marketing van toerisme en congressen (via Convention Bureau) in Den Haag en sinds kort ook met het bewerken van de internationale toeristische markt voor Delft. Verdere verbeterpunten voor de marketing van Haaglanden kunnen zijn:

- Samenwerking met het Nederlands Bureau voor Toerisme (Holland toerisme) en/of Amsterdam verder uitbouwen om met name inkomend toerisme te bevorderen;
- Opzetten van regionaal marketingbeleid voor geheel Haaglanden om zo een breed product – zowel thematisch (historie, winkelen, kust, golfen, kuren, etc) als ook geografisch (Den Haag stad, Delft, Leidschendam, Wassenaar, Scheveningen, Kijkduin, etc) – in de markt te zetten (dit biedt mede voordelen op het gebied van draagvlak, financiering, etc).

Bijlage I Gebiedsafbakening Haaglanden

De regio Haaglanden bestaat uit de volgende gemeenten:

- Delft;
- Den Haag;
- 's-Gravenzande;
- Leidschendam
- De Lier;
- Maasland
- Monster;
- Naaldwijk;
- Nootdorp;
- Pijnacker;
- Rijswijk;
- Schipluiden
- Voorburg;
- Wassenaar;
- Wateringen;
- Zoetermeer.

Deze gemeenten in de regio Haaglanden kunnen worden ingedeeld in de volgende twee Corop-gebieden⁴⁰:

- **Agglomeratie Den Haag:**
 - 's-Gravenhage;
 - Leidschendam;
 - Nootdorp;
 - Pijnacker⁴¹;
 - Rijswijk;
 - Voorburg;
 - Wassenaar;
 - Zoetermeer;
- **Delft en Westland:**
 - Delft;
 - 's-Gravenzande;
 - De Lier;
 - Maasland;
 - Monster;
 - Naaldwijk;
 - Schipluiden;
 - Wateringen.

⁴⁰ In deze studie is zoveel mogelijk gewerkt met de indeling in Corop-gebieden. Dit mede gezien het feit dat het CBS momenteel bezig is met een omschakeling van de dataverzameling en weergave per gemeente – hetgeen vaak op problemen stuit betreffende vertrouwelijkheid in verband met een klein aantal waarnemingen – naar verzameling en weergave naar Corop-gebieden.

⁴¹ Volgens de indeling van het CBS behoort de gemeente Pijnacker tot Corop-gebied Delft en Westland. Volgens Stadsgewest Haaglanden en de Kamer van Koophandel Haaglanden behoort Pijnacker echter tot Corop-gebied "overig agglomeratie Den Haag". Bij de overnachtingcijfers van het CBS wordt Pijnacker ook meegenomen bij de overige gemeenten in de agglomeratie Den Haag. Aangezien Pijnacker momenteel geen verblijfsrecreatief aanbod heeft, heeft de indeling van Pijnacker bij één van de twee Corop-gebieden geen invloed op de gebruikte data.

Bijlage II Literatuurlijst

Ten behoeve van deze studie is gebruik gemaakt van onderstaande documentatie:

- De Haagse Hotelmarkt, Bureau Kappelhoff, oktober 1987;
- Jaarverslag 1997, Stichting Promotie Den Haag;
- The Benelux Hotel Industry 1999, Hosta '99, Horwath Consulting, september 1999;
- Hospitality Technology in the New Millennium, International Hotel & Restaurant Association, juli 1999;
- Den Haag: Meetings, Conventions, Incentives 1998-2000, Convention Bureau Den Haag;
- Nationale Accommodatiegids 1998, Congresvisie;
- Hotelbouwplannen, Bedrijfschap Horeca en Catering;
- Room Service, Hotels in Den Haag, beleid en ontwikkelingsmogelijkheden 2000-2005, Gemeente Den Haag, juni 2000;
- Ontwikkelingsplan Het Nieuwe Westland, IOPW, november 1999;
- Fantastische Locaties, Het Accommodatie Buro, januari 1999;
- Hotelbeleid 1999-2003, Gemeente Amsterdam;
- Inventarisatie Hotellocaties in Amsterdam, Gemeente Amsterdam, september 1999;
- Kuststrook Monster/'s-Gravenzande: een eigentijds toeristisch/recreatief product!, Hopman Andres Consultants B.V., 16 februari 1999;
- Veelzijdigheid Troef, Toeristisch-recreatief Marktonwikkelingsplan Haaglanden, Marktplan Adviesgroep, Amsterdam, 10 september 1996;
- Kerncijfers Regio Haaglanden, april 1998;
- Regio Haaglanden, waar kennis werkt;
- Bedrijfseconomische ontwikkelingen Haaglanden 1999, ERBO rapport, Kamer van Koophandel Haaglanden,
- NRC Handelsblad, 17 april 2000 en 11 mei 2000;
- Multinationale horeca- en cateringorganisaties in Nederland 1998, Bedrijfschap Horeca en Catering, juli 1998;
- De Accommodatiewijzer, editie Noord- en Zuid-Holland 1999, Het accommodatie Buro;
- Den Haag, Scheveningen & Kijkduin, Informatiegids 2000, Stichting Promotie Den Haag;
- VVV gids Zuid-Holland 2000.

Bijlage III Interviews

In het kader van deze studie zijn (telefonische) interviews verricht met vertegenwoordigers van hotellerie, brancheorganisaties, bedrijfsleven, overheid, et cetera. Onderstaand is aangegeven met welke organisaties/bedrijven en contactpersonen deze interviews hebben plaatsgevonden.

Hotellerie:

- Crown Plaza Promenade Den Haag, de heer Henssen;
- Accor Business en Leisure hotels Den Haag, (Sofitel, Novotel en Mercure), de heer R. Vullings;
- Golden Tulip Corona (Buitenhof), mevrouw Mandesloot;
- Dorint Hotel Den Haag Scheveningen, mevrouw I. Godevroy;
- Ibis Den Haag / Scheveningen, de heer H. Breukers;
- Carlton Beach Hotel, mevrouw A. Langelaan;
- Badhotel Scheveningen, salesafdeling;
- Atlantic Hotel, mevrouw De Koning;
- Aquarius, mevrouw A. Truit;
- Kurhaus, de heer Marselink;
- Deltahotel, Den Haag;
- Hotel Petit, Den Haag, mevrouw E. Dijkstra;
- Dish Hotel Delft, de heer Witteveen (voorzitter sector hotels KHN Delft);
- Delft Museumhotel & Résidence, mevrouw van der Nolt;
- Golden Tulip Green Park (Leidschendam);
- Golden Tulip Zoetermeer, salesafdeling;
- Bastion (Rijswijk);
- Saint Vincent (Poeldijk/Monster), de heer van de Kruk.

Congresmarkt:

- Nederlands Congres Centrum (NCC), mevrouw M. van As;
- Nederlands Congres Bureau, mevrouw A. v.d. Sloot;
- Convention Bureau Den Haag, mevrouw T. Hutting;
- Accommodatie Buro, mevrouw M. Veugelers.

Toeristische markt:

- Stichting Promotie Den Haag, de heer A. Nieuwdorp;
- Kijkduinpark, mevrouw M. Oud;
- Duinrell, de heer R. de Lange.

Branche- en koepel- en samenwerkingsorganisaties:

- Koninklijke Horeca Nederland (KHN), de heer D. Vollenga, landelijke voorzitter sectie hotels;
- RECRON, mevrouw M. Kroonen, regiomanager Zuid-Holland en Utrecht;
- Stadsgewest Haaglanden, de heer G. Scholtens.

Regionaal "bedrijfsleven":

- Alcatel, mevrouw S. Ramsingh;
- IKEA, de heer Y. Galimidi;
- Internationaal Gerechtshof, de heer Vriot;
- KPN, J. Stardieu;
- Kvaerner, mevrouw K. Morgan;
- Shell, mevrouw A. Bruyniks;
- Siemens, mevrouw K. van Elderen;
- TNO.

*Gemeenten*⁴²:

- Delft, de heer W. Eijckelenburg;
- Den Haag, mevrouw L. Dalerup;
- 's-Gravenzande, de heer van Blanken;
- Leidschendam, de heer M. Schutgens;
- De Lier, de heer Klaverveld;
- Maasland, de heer A. Vos;
- Monster, mevrouw E. van Dijk en de heer R. de Roo;
- Naaldwijk;
- Nootdorp, mevrouw van Elst;
- Pijnacker, mevrouw C. Bokhoven;
- Rijswijk, de heer J. Brugman (en Darling Market);
- Schipluiden, de heer Koster;
- Voorburg;
- Wassenaar;
- Wateringen;
- Zoetermeer, de heer Beffers.

Buiten de gemeenten in Haaglanden heeft nog een (telefonisch) gesprek plaatsgevonden met mevrouw M. de Waal van de afdeling Economische Zaken van de Gemeente Amsterdam en de heer L. van Veen van het Ontwikkelings-Bedrijf Rotterdam.

⁴² Bij een aantal gemeenten is geen contactpersoon vermeld. Deze gemeenten zijn wel gesproken maar er is geen contactpersoon vermeld omdat de afdeling voorlichting heeft aangegeven dat er geen plannen bestaan om te komen tot uitbreiding van het verblijfsrecreatieve aanbod.

Bijlage IV Checklisten

Onderstaand zijn de checklisten⁴³ opgenomen zoals deze zijn gebruikt bij de interviews met de hotels, de interviews met het bedrijfsleven en voor de locatieanalyse.

Checklist interviews hotels:

- Verdeling van de vraag (overnachtingen) over de marktsegmenten: zakelijk, congres/cursus en toerisme;
- Vraagontwikkeling van bovenstaande segmenten (groei, stabiel, daling en in welke mate);
- Spreiding over het jaar (piekmaanden en minder drukke maanden) en over de week;
- Ondercapaciteit;
- Overflow;
- Gerealiseerde prijsniveaus (kortingen ten opzichte van de rack-rate per segment);
- Plannen hotel (bijv. uitbreidingsplannen).

Checklist interviews bedrijven:

- Mate van gebruik hotels in Haaglanden;
- Welke hotels en keuzefactoren voor die hotels;
- Perioden gebruik (maanden en midweek/weekend);
- Frequentie boekingsproblemen, welke perioden en welke hotels;
- Keuzefactoren hotelkeuze (locatie, prijs, niveau, faciliteiten, et cetera);
- Tekortkomingen hotelaanbod Haaglanden? (capaciteit, diversiteit, faciliteiten, locaties);
- Ontwikkeling boekingen en toekomstverwachting.

Checklist locatieanalyse:

- Exploitant:
 - vraag (meerdere segmenten);
 - bedrijfseconomisch (niet te duur);
 - ruimtelijk-functionele overwegingen (ruimtebeslag, parkeren, ontsluiting, bereikbaarheid);
- Belegger:
 - korte termijn: vraag;
 - lange termijn: waarde locatie/onroerend goed en alternatieve aanwendbaarheid;
- Overheid:
 - duurzame gebiedsontwikkeling

⁴³ Het betreft nadrukkelijk checklisten. Tijdens de interviews is gewerkt met bovenstaande aandachtspunten (in de vorm van open vragen) en is op sommige punten dieper ingegaan.

Bijlage V Hotelaanbod Haaglanden

Onderstaande tabellen geven een overzicht van het hotelaanbod in Haaglanden.
Per gemeente is aangegeven:

1. het aantal hotels naar klasse;
2. het aantal hotelbedden naar klasse;
3. het gemiddeld aantal bedden per hotel per klasse

Tabel V.1. Aanbod hotels in Haaglanden (2000)

Bedrijven	-	1*	2*	3*	4*	5*	Totaal
Delft		1	2	12	3		18
Den Haag	8	9	13	24	11	4	69
s-Gravenzande							0
Leidschendam		1			1		2
De Lier							0
Maasland							0
Monster				3			3
Naaldwijk					1		1
Nootdorp							0
Pijnacker							0
Rijswijk			1	1			2
Schippluiden							0
Voorburg					2		2
Wassenaar				2	2		4
Zoetermeer				1	2		3
Totaal	8	11	16	43	22	4	104

Tabel V.2. Aanbod hotelbedden in Haaglanden (2000)

Bedden	-	1*	2*	3*	4*	5*	Totaal
Delft		28	56	531	226		841
Den Haag	309	170	336	1.223	2.938	977	5.953
s-Gravenzande							0
Leidschendam		18			169		187
De Lier							0
Maasland							0
Monster				122			122
Naaldwijk					160		160
Nootdorp							0
Pijnacker							0
Rijswijk			17	90			107
Schippluiden							0
Voorburg					264		264
Wassenaar				66	247		313
Zoetermeer				328	90		418
Totaal	309	216	409	2.360	4.094	977	8.365

Tabel V.3. *Schaalgrootte hotels Haaglanden (2000)*

Bedden/hotel	-	1*	2*	3*	4*	5*	Totaal
Delft		28	28	44	75		47
Den Haag	39	19	26	51	267	244	86
s-Gravenzande							
Leidschendam		18			169		94
De Lier							
Maasland							
Monster				41			41
Naaldwijk					160		160
Nootdorp							
Pijnacker							
Rijswijk			17	90			54
Schippluiden							
Voorburg					132		132
Wassenaar				33	124		78
Zoetermeer				90	164		139
Totaal	39	20	26	55	186	244	80

Uit bovenstaande tabel blijkt dat de gemiddelde omvang van de hotels in Haaglanden 80 kamers bedraagt. De schaalgrootte per hotel loopt over het algemeen op per klasse: 1-sterren hotels zijn het kleinst met gemiddeld 20 bedden en 5-sterren hotels zijn het grootst met gemiddeld 244 bedden per hotel.

Bijlage VI Plannen op het gebied van verblijfsaccommodaties

Middels interviews met de gemeenten binnen Haaglanden, zijn de plannen op het gebied van verblijfsaccommodaties geïnventariseerd. Onderstaand is een overzicht opgenomen van deze plannen (niet uitputtend). Deze plannen kunnen variëren van zeer concreet tot plannen in de ideefase.

Delft:

- Langs de A13, aan de rand van Delft wordt een hotel gerealiseerd van Campanile (3*+-niveau) met 200 bedden (gericht op zakelijke markt). De opening wordt eind 2001 verwacht;
- Dit jaar (2000) worden in de binnenstad centrum 70 à 100 extra hotelbedden gecreëerd. Het betreft een combinatie van nieuwbouw en uitbreiding. Nieuwbouw: Hotel Vermeer (3*), ca. 50 bedden;

Den Haag⁴⁴:

- Plan om in het voormalige VSB gebouw in de Jan Hendrikstraat (binnenstad) een 3*-hotel met ongeveer 170 kamers te realiseren in combinatie met andere functies. Momenteel wordt onderhandeld met een mogelijke exploitant;
- Plan voor de ontwikkeling van een Golden Tulip hotel (4*) met circa 100 (max. 200) kamers in het Beatrixkwartier nabij het te ontwikkelen WTC;
- Uitbreiding Sofitel met 25 kamers/suites;
- Plan voor uitbreiding met 10 kamers (gepland in 2000) van hotel Corona aan het Buitenhof;
- Plannen in het kader van Masterplan Hoog Hage (mogelijk vanaf 2005) om bij het CS een 3*-hotel met 100-150 kamers te bouwen en eventueel tevens een nieuw 5-sterrenhotel;
- Plan voor luxueus hotel in Kijkduin op landgoed Ockenburgh. Het zou gaan om een 4*/5*-hotel (combinatie conferentie- en gezondheidscentrum) met circa 100 kamers;
- Initiatief voor een hotel (incl. vergaderfaciliteiten) met ongeveer 25 kamers in de Boomsluiterskade (binnenstad). Niveau 3 of 4 sterren;
- Plan om op de locatie van voormalig hotel Zeerust (Scheveningen) de hotelfunctie (kleinschalig 3*-hotel) terug te brengen. Momenteel zijn er gesprekken gaande met een geïnteresseerde marktpartij;
- Initiatief om voormalig woonhotel Zeezicht te herontwikkelen tot een 3-sterrenhotel;
- Plan van Badhotel Scheveningen (3 sterren) om het aantal kamers uit te breiden (eventueel in combinatie met appartementen);
- Plan voor een hotel van Van der Valk aan het eind van de Scheveningse Pier. Omvang ca. 100 kamers. Niveau: 3*. Status: studie;
- Plan voor een 4-sterrenhotel met 50 kamers in de Chinese Tuin in Kijkduin (status: studie). Daarnaast zijn er Chinese investeerders die elders in Den Haag een Chinees hotel zouden willen vestigen.

's-Gravenzande:

- In het bestemmingsplan Vluchtenburg past het plan van camping/park Vluchtenburg (park met 438 verblijfseenheden, ca. 7 hectare) om het park om te bouwen tot een luxer geheel met ca. 200 eenheden (met toeristisch karakter). Verwacht wordt dat vanaf de loop van volgend jaar (2001) de omvorming (gefaseerd) gerealiseerd zal worden;
- Plan voor een Duinpark (aangrenzend aan locatie bovenstaand) van ca. 11 hectare en circa 200 recreatiewoningen (toeristisch gebruik).

⁴⁴ Bron: Room Service; Hotels in Den Haag, beleid en ontwikkelingsmogelijkheden 2000-20005, Gemeente Den Haag, juni 2000 Voor een meer compleet overzicht van de plannen inclusief status (plan, studie, idee, etc) en realisatietermijn verwijzen wij naar deze notitie.

Leidschendam:

- In het kader van het plan voor de verdere ontwikkeling van recreatiegebied Vlietland bestaan plannen voor een hotel (3/4*, met 120 "appartementen") aan een plas en een 9-holes golfbaan met 102 "hotelbungalows". Het plan is vertaald in een bestemmingsplan dat momenteel de procedure doorloopt. Het is nu afwachten op alle goedkeuringen en uitvoering van het plan (verwacht circa 2002/2003).

Monster:

- Plan Westhoek: gebied (achter de Slapersdijk) aangewezen als gebied voor toeristische en recreatieve ontwikkelingen. Op het gebied van verblijfsaccommodatie denkt de gemeente aan een tweetal accommodaties:
 - Camping: door verplaatsing van de bestaande camping (m.n. tentplaatsen) naar het grotere gebied, kan de camping uitbreiden en hoogwaardiger worden. Gedacht wordt aan meer caravanplaatsen, eventueel bungalowtjes en eventueel trekkershutten;
 - Bungalowpark: park voor recreatiebungalows voor de verhuur. Er heeft zich nog geen geïnteresseerde ontwikkelaar gemeld bij de gemeente. Het plan is nog niet concreet. De daadwerkelijke invulling zal mede afhankelijk zijn van de uitkomsten van dit onderzoek en de wil van eventuele exploitanten.

Nootdorp:

- Plan voor ontwikkeling hotel bij nieuw bedrijventerrein Nieuweveen aan de A12. Bestemmingsplan technisch mogelijk. Ontwikkelaar heeft gesprekken met een aantal serieuze kandidaten. Het bedrijventerrein is deze zomer bouwrijp.

Rijswijk:

- Plan voor een 3-sterrenhotel met 120 kamers bij het Generaal Eisenhowerplein (plan bestaat ruim 5 jaar);
- Daarnaast heeft de Darling Market plannen om te komen tot een combinatie van een hotel (80 à 100 kamers, 4 sterren) met een business- en evenementencomplex van ongeveer 10.000 m².

Zoetermeer:

- Plan voor een hotel (incl. congresfaciliteiten) naast Chinees themapark Sweet Lake China. Beoogde locatie: Driemanspolder. Eventueel zou in het kader van het themapark ook een bungalowpark kunnen worden ontwikkeld;
- De bestaande hotels hebben meermaals bij de gemeente aangegeven wel in te zijn voor een uitbreiding. Zo wil Bastion graag uitbreiden, maar dat is op de bestaande locatie lastig.

In de gemeenten De Lier, Maasland, Naaldwijk, Pijnacker, Schipluiden, Voorburg, Wassenaar en Wateringen spelen geen (concrete) initiatieven.

Bijlage VII Aanbod congres-, cursus- en vergadermarkt

Onderstaande tabel geeft een overzicht van het aanbod op de congres-, cursus en vergadermarkt in Haaglanden⁴⁵. Hierbij is een onderscheid gemaakt tussen het aanbod in hotels en het overige aanbod (congrescentra, conferentiecentra, etc).

Tabel VII. *Aanbod congres-, cursus- en vergadermarkt Haaglanden*

	Hotels		Overig		Totaal	
	zalen	personen	zalen	personen	zalen	personen
Den Haag	136	5.385	67	10.830	203	16.215
Overig agglomeratie Den Haag	47	1.272	55	8.452	102	9.724
<i>Agglomeratie Den Haag</i>	<i>183</i>	<i>6.657</i>	<i>122</i>	<i>19.282</i>	<i>305</i>	<i>25.939</i>
Delft	14	461	23	1.350	37	1.811
Westland	6	177			6	177
<i>Delft en Westland</i>	<i>20</i>	<i>638</i>	<i>23</i>	<i>1.350</i>	<i>43</i>	<i>1.988</i>
Haaglanden	203	7295	145	20.632	348	27.927

Uit bovenstaande tabel kan worden afgeleid dat het grootste aantal zalen in Haaglanden gevestigd is in hotels. De grootste capaciteit is echter beschikbaar bij de overige accommodaties. Hieruit kan worden afgeleid dat de zalen in de hotels doorgaans kleiner zijn (gemiddeld ca. 35 personen per zaal), dan bij de overige accommodaties (gemiddeld ca. 142 personen per zaal). Dit wordt veroorzaakt door de grote zalen bij congres- en conferentiecentra, zoals bijvoorbeeld de grote zaal van het Nederlands Congres Centrum in Den Haag en bij het Prins Willem Alexandercentrum in Zoetermeer.

Het zalenaanbod binnen Haaglanden is met name geconcentreerd in de agglomeratie Den Haag (m.n. Den Haag, Zoetermeer en Wassenaar). Ook Delft heeft een redelijke capaciteit.

⁴⁵ Bronnen:

Bijlage VIII Raming capaciteitsbehoefte hotelmarkt

Onderstaand is de toename van het aantal kamernachten tussen 1998 en 2005 geraamd middels een spreadsheet⁴⁶. Er is een drietal scenario doorgerekend: een pessimistisch, een realistisch en een optimistisch scenario. De basis voor deze raming is gevormd door de groeivoeten uit hoofdstuk 3 en de huidige vraag (overnachtingen). Er is onderscheid gemaakt tussen Den Haag, Delft en de rest van de regio.

Den Haag	Overnachtingen 1998	Kamernachten 1998	Groei potenties			Toename kamernachten (2005-1998)		
			pessimistisch	realistisch	optimistisch	pessimistisch	realistisch	optimistisch
Zakelijke markt	564.300	513.000	2,50%	3,50%	4,50%	96.800	139.700	185.200
Congresmarkt	123.700	103.083	2,00%	3,00%	4,00%	15.400	23.700	32.600
Toerisme	278.600	146.632	2,00%	3,00%	4,00%	21.900	33.800	46.400
Totaal	966.600	762.715				134.100	197.200	264.200

Delft	Overnachtingen 1998	Kamernachten 1998	Groei potenties			Toename kamernachten (2005-1998)		
			pessimistisch	realistisch	optimistisch	pessimistisch	realistisch	optimistisch
Congresmarkt	62.600	56.909	2,50%	3,50%	4,50%	10.800	15.500	20.600
Toerisme	11.600	9.667	2,00%	3,00%	4,00%	1.500	2.300	3.100
Totaal	22.100	11.632	2,00%	3,00%	4,00%	1.800	2.700	3.700
	96.300	78.207				14.100	20.500	27.400

Regio	Overnachtingen 1998	Kamernachten 1998	Groei potenties			Toename kamernachten (2005-1998)		
			pessimistisch	realistisch	optimistisch	pessimistisch	realistisch	optimistisch
Zakelijke markt	261.000	237.273	2,50%	3,50%	4,50%	44.800	64.700	85.700
Congresmarkt	3.400	2.833	2,00%	3,00%	4,00%	500	700	900
Toerisme	54.000	28.421	2,00%	3,00%	4,00%	4.300	6.600	9.000
Totaal	318.400	268.527				49.600	72.000	95.600

Haaglanden	Overnachtingen 1998	Kamernachten 1998	Groei potenties			Toename kamernachten (2005-1998)		
			pessimistisch	realistisch	optimistisch	pessimistisch	realistisch	optimistisch
Zakelijke markt	887.900	807.182	2,50%	3,50%	4,50%	152.400	219.800	291.300
Congresmarkt	138.700	115.583	2,00%	3,00%	4,00%	17.200	26.600	36.600
Toerisme	354.700	186.684	2,00%	3,00%	4,00%	27.800	43.000	59.000
Totaal	1.381.300	1.109.449				197.400	289.400	386.900

⁴⁶ In het spreadsheet zijn de geraamde kamernachten in 2005 afgerond op hele cijfers, hierdoor kunnen optellingen op het eerste oog licht afwijken, maar dit is veroorzaakt door de afronding. De toename van de kamernachten tussen 1998 en 2005 is afgerond op honderdtallen.