

Toetsingskader hotels Valkenburg aan de Geul

Gebruikshandleiding

17-05-2019 | 's-Hertogenbosch



**VERHEIJDEN
CONCEPTEN**

Inhoud

Hoofdstuk 1. Inleiding	3
Hoofdstuk 2. Werkwijze toetsen	6
Hoofdstuk 3. Uitgangspunten/principes	8
3.1 De uitgangspunten voor het toetsingskader	9
3.2 Indeling in concepten	10
Hoofdstuk 4. Criteria	15
4.1 Opzet van het toetsingskader	16
4.2 Het toetsingskader in één oogopslag	17
4.3 Algemeen	18
4.4 Meerwaarde vanuit marktopzicht	20
4.5 Financieel	24
Hoofdstuk 5. Bijlagen	26

01

Inleiding



Aanleiding en doelstelling

In 2017 deed **ZKA Leisure Consultants** (ZKA) onderzoek naar de hotelmarkt in de provincie Limburg. In dit onderzoek zijn deelregio's binnen Limburg onderscheiden. Het Heuvelland is één van deze deelregio's, waarbij is ingegaan op de gemeente Valkenburg aan de Geul. Dit provinciale hotelmarktonderzoek toonde voor het Heuvelland aan dat de huidige planvoorraad groter is dan de toekomstige marktruimte als gevolg van marktgroei tot en met 2022.

Dit is voor de gemeente Valkenburg aan de Geul aanleiding geweest om een toetsingskader op te laten stellen. Met dit kader worden aanvragen en bijbehorende (markttechnische en financiële) haalbaarheidsstudies voor nieuwe hotelcapaciteit uniform beoordeeld. In onderhavige rapportage is dit toetsingskader uitgewerkt en wordt toegelicht hoe het kader toegepast moet worden.

Noot: Uit het provinciale hotelmarktonderzoek werd tevens duidelijk dat het Heuvelland te maken heeft met een vitaliteitsopgave als gevolg van een lage kwaliteit en weinig perspectief bij een (substantieel) deel van het aanbod. De resultaten van dit provinciale marktonderzoek zijn gebaseerd op een steekproef en worden momenteel door ZKA verrijkt met het doel een zo'n compleet mogelijk beeld van de vitaliteit in de gemeente Valkenburg aan de Geul te krijgen. Dit traject vindt parallel aan de vormgeving van het toetsingskader plaats

Definitie: Conform het hotelmarktonderzoek in de provincie Limburg zijn hotels als volgt gedefinieerd: 'een accommodatie met minimaal vijf slaapplekken voor logiesverstrekking in overwegend één- en tweepersoonskamers tegen boeking per nacht, waar afzonderlijke maaltijden, kleine etenswaren en dranken kunnen worden verstrekt aan gasten en aan passanten. Ook hotelappartementen behoren tot dit aanbod.'

Voor wie is dit toetsingskader opgesteld?

- **Hotelondernemers en ontwikkelaars** met initiatieven voor nieuwe hotels/pensions of uitbreidingsplannen. Het toetsingskader biedt handvatten voor de wijze van onderbouwing. Onderbouwd wordt welke aspecten van belang zijn om toegevoegde waarde te bieden aan de hotelmarkt. Dit moet echter niet te zwart-wit worden geïnterpreteerd. De toelichting in onderhavige rapportage dient vooral ter inspiratie. Het is aan de initiatiefnemers om het plan uit te werken en de meerwaarde van het concept te onderbouwen.
- **Gemeente:** Het kader wordt door de gemeente toegepast bij bestemmingsplanwijziging of andere ruimtelijke besluiten voor nieuwvestiging of uitbreiding van hotels. Het toetsingskader helpt initiatieven uniform te toetsen. Tegelijkertijd geeft het toetsingskader de ontwikkelrichting van de gemeente aan en draagt het bij aan de realisatie van het vigerend (hotel-/toeristisch) beleid.
- **Adviesbureaus** die in opdracht van initiatiefnemers betrokken zijn bij de uitwerking van de initiatieven voor aanpassing, uitbreiding of nieuwvestiging van hotels en pensions.

Welke voordelen heeft het toetsingskader?

- **Ondernemers:** het kader geeft voor de gemeente Valkenburg aan de Geul de gewenste ontwikkelrichting aan en voorkomt teleurstellingen tijdens ontwikkelprocessen; het is direct aan de voorkant van het traject duidelijk met welke vereisten rekening moet worden gehouden.
- **Gemeente:** het kader zorgt voor een uniforme en gedragen toetsing, selectie en prioritering van initiatieven.
- **Hotelsector:** het kader bevordert de kwaliteit van het aanbod, het onderscheidend vermogen en daarmee de aantrekkingskracht van de toekomstige Valkenburgse hotelmarkt

02

Werkwijze
toetsen



Dit toetsingskader is verplicht voor:

- Een nieuw initiatief vanaf 10 bedden (conform de geldende gebruiksvergunning);
- Bestaande hotels met een uitbreiding vanaf 10 bedden (conform de geldende gebruiksvergunning).

Procedureel wordt geadviseerd:

- Eerst een principe verzoek voor het initiatief in te dienen bij de gemeente;
- Indien dit positief beoordeeld wordt, kan de haalbaarheidsstudie verder uitgewerkt worden;
- Indien dit ook positief is, dient u een formele omgevingsvergunning aan te vragen.

Naast algemene criteria bestaat het toetsingskader uit de volgende 'soorten' criteria:

- **Markttechnisch:**
 - Is voor uitbreidingsplannen de noodzaak aangetoond?
 - Sluit een nieuw hotelconcept aan bij de kwaliteiten van de vestigingslocatie en in hoeverre worden nieuwe gasten aangetrokken?
- **Financieel:**
 - Is de financiële haalbaarheid aangetoond met een meerjaren exploitatiebegroting?
 - In hoeverre is een exploitant verbonden aan het hotelinitiatief?

Het toetsingskader is uitgewerkt in Word. Voor een positieve beoordeling op het toetsingskader moeten alle relevante criteria met een voldoende resultaat beoordeeld worden.

03

Uitgangspunten/principes



3.1 De uitgangspunten voor het toetsingskader

Het toetsingskader is opgesteld in overleg met de klankbordgroep, waarin de gemeente, afgevaardigden uit de sector, provincie, VVV Zuid-Limburg en Rabobank zitting hebben. Samen met de klankbordgroep zijn uitgangspunten opgesteld waaraan (toekomstig) hotelbeleid moet voldoen. Dit zijn belangrijke achterliggende doelstellingen bij het toetsen/beoordelen van nieuwe hotelcapaciteit. Centraal staat dat initiatieven de toegevoegde waarde voor de gemeente Valkenburg aan de Geul vergroten. Naar aanleiding van marktontwikkelingen kunnen deze uitgangspunten/principes en - hiermee samenhangend – de criteria naar verloop van tijd aangepast worden:

1. Divers/gedifferentieerd aanbod

Een (gemeentelijk) hotelaanbod, bestaande uit concepten van verschillende kwaliteitsniveaus en daarmee inspelend op verschillende verblijfsmotieven en - hiermee samenhangend – diverse doelgroepen/marktsegmenten.

2. Match concept, locatiekwaliteiten en (Valkenburgs) kwaliteitsbeeld (hotelmanifest)

Het hotelconcept moet in samenhang zijn met de locatie en het (type) pand. Het moet locatieversterkend zijn. Een bepaald plan heeft een potentie en een synergetische werking op de ene locatie, terwijl eenzelfde type concept op een andere locatie minder potentie en kwaliteiten heeft.

Dit uitgangspunt is in samenspraak met de klankbordgroep vertaald in passende hotelconcepten in de Valkenburgse context. Hierbij wordt – conform de toeristische visie – onderscheid gemaakt tussen de (stedelijke) kern Valkenburg en het buitengebied. Dit is op volgende pagina uitgewerkt.

3. Voldoende kritische massa

Een initiatief moet een bepaalde kritische massa hebben om voldoende omzet te genereren. Dit is *in bepaalde mate afhankelijk van het concept en de locatiekwaliteiten en –(on)mogelijkheden*.

Bijvoorbeeld: wanneer een bedrijf beschikt over een aanvullende inkomstenbron zoals een restaurant en terras op een trafficlocatie, dan is het hotel mogelijk niet de core business en kunnen minder kamers volstaan voor een toekomstbestendige exploitatie, terwijl schaal belangrijk is op andere locaties bij een concept waar logies de primaire inkomstenbron vertegenwoordigt. Ook de fysieke, planologische en beleidsmatige (on)mogelijkheden beïnvloeden de schaal van een hotel.

3.2 Indeling in concepten

Het hotel moet in samenhang zijn met de locatie en het (type) pand. Dit is vertaald naar vier hotelconcepten vanuit het gemeentelijk beleid en het (Valkenburgs) kwaliteitsbeeld. Vier concepten worden onderscheiden, gebaseerd op twee assen:

- **Geografisch:**
(Stedelijke) kern Valkenburg versus buitengebied, conform de gemeentelijke toeristische visie
- **Concept:**
Solitair hotel versus resort (hybride vorm van één of meerdere verblijfstypen in combinatie met voorzieningen).

Figuur. Toekomstige hotelconcepten gemeente Valkenburg aan de Geul

	SOLITAIR	RESORT
(STEDELIJKE) KERN VALKENBURG	A	B
HEUVELLAND	C	D

Op grond van deze indeling worden vier concepten onderscheiden:

- Een solitair hotel in de (stedelijke) kern Valkenburg
- Een resort in de (stedelijke) kern Valkenburg
- Een solitair hotel in het Heuvelland
- Een resort in het Heuvelland

Op de volgende pagina's zijn deze concepten nader beschreven. Deze beschrijvingen zijn bedoeld om initiatiefnemers en/of adviseurs handvatten en inspiratie te bieden op welke wijze toegevoegde waarde aan de Valkenburgse hotelmarkt kan worden geboden. Uiteindelijk is het aan de betrokken partijen om dit te onderbouwen en aan te tonen.

Vooraf concept B, C en D hebben de potentie een nieuwe markt aan te boren. Dit zijn hotelproducten die door het concept en/of de locatie nog ondervertegenwoordigd zijn in de (stedelijke) kern Valkenburg of het Heuvelland en daarmee de kwaliteiten hebben de markt te vergroten. Dat wil overigens niet zeggen dat concept A – een solitair hotel in de (stedelijke) kern Valkenburg – per definitie geen nieuwe markten kan genereren. Indien een initiatiefnemer hiertoe aanknopingspunten ziet voor concept A, dan dient hij/zij dit te (laten) onderbouwen.

Daarnaast onderscheiden we nog **een vijfde concept, namelijk nichehotels** welke eveneens in bepaalde mate marktvergroterend zijn. Nichehotels zijn gericht op een kleine (gespecialiseerde) markt gericht op een specifiek publiek. Denk aan een golfhotel, een kloosterhotel of een hotel dat door een bijzondere entourage/setting een specifieke deelmarkt aanspreekt (bijv. slapen in een voormalige gevangenis).

1. Solitair hotel in de (stedelijke) kern Valkenburg

Een hotel in de stad Valkenburg dat zich **vooral naar buiten richt**. Het hotel kan beschikken over eigen faciliteiten, maar gasten worden vooral **gestimuleerd de omgeving in te trekken**. Het **totaalproduct van de stad Valkenburg** met de winkels, horeca, attracties, etc. is het primaire bezoekmotief. Het hotel is een onderdeel van dit totaalproduct en een middel om meerdaags te verblijven in de stad Valkenburg.

De **synergie met de directe omgeving** is derhalve een basisvoorwaarde voor het solitaire hotel in de stad Valkenburg. Gasten vinden het prettig om 'tussen de mensen te zijn'. Ze zoeken de gezellige drukte, vermaak op loopafstand, flaneren graag en worden aangetrokken door de diverse mogelijkheden voor daguitstapjes in de nabijheid. Hotels dragen daarmee bij aan de levendigheid in de stad Valkenburg. Een hotel-garni – uitsluitend logies biedend, wel of niet met ontbijt en geen eigen restaurant – is een voorbeeld. **Sterrenclassificatie is niet doorslaggevend**. Bepalend is wel dat **voldaan wordt aan de basisvoorwaarden/-standaarden**, zoals bijvoorbeeld een frisse en eigentijdse uitstraling en hotelinrichting (badkamers, receptie, etc.) of kwalitatief goede installaties passend bij de huidige standaarden/trends.

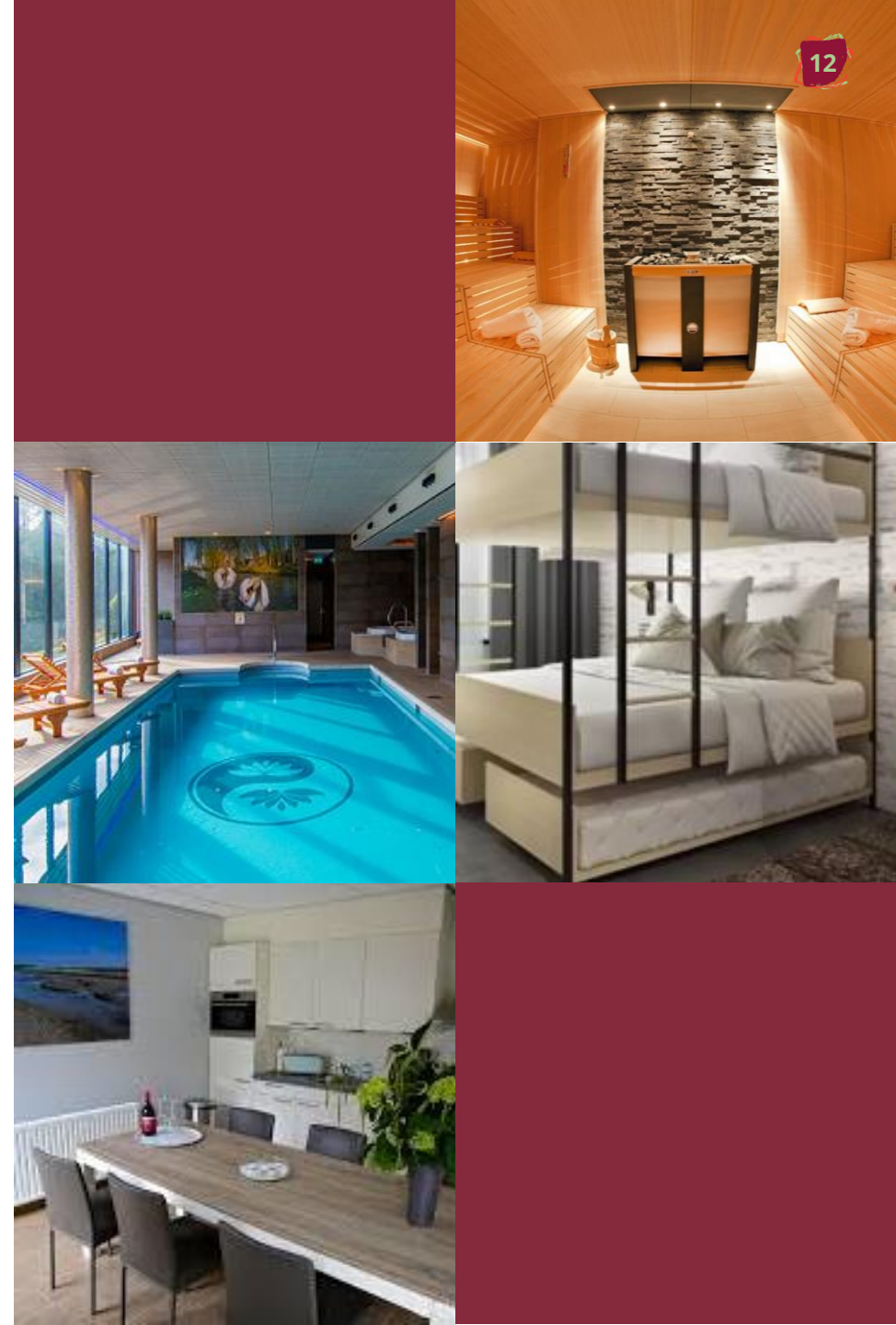


2. Resort in de (stedelijke) kern Valkenburg

Bij een 'resort' kan worden gedacht aan een **(toeristische) verblijfsaccommodatie** (hotelkamers, vakantiewoningen/-appartementen¹; of meerdere type accommodaties gecombineerd) **met mogelijkheden om je te vermaken**. In de stad Valkenburg is geen fysieke ruimte beschikbaar voor grootschalige concepten. Een resort in de stad Valkenburg kan echter wel van meerwaarde zijn en nieuwe gasten aantrekken door bijvoorbeeld grote schakelbare kamers. Gezien de ruimtelijke beperkingen moet het resort **vrij compact zijn en wellicht gestapeld**.

In tegenstelling tot het solitaire hotel (concept 1) behoren faciliteiten met een bepaalde schaal en uitstraling voor autonome gasten tot de mogelijkheden. Het resort is **niet sec op hotelgasten gericht**. Het aanbieden van **(meerdere) horecafaciliteiten en voorzieningen**, zoals een zwembad, speeltuin, wellness of zaalruimten, zien we als een groot pluspunt. De **synergie met de stad** moet duidelijk aanwezig zijn

¹ We bedoelen hiermee geen woningen of woonappartementen



3. Solitair hotel in het Heuvelland

Dit hotel richt zich eveneens op de **synergie met de directe omgeving**, zodat het totaalproduct beter wordt en de spin off wordt geoptimaliseerd. Dit hotel is zichtbaar anders dan een solitair hotel in de (stedelijke) kern Valkenburg. Het is **niet te grootschalig** en **past bij de (toeristische) kwaliteiten van de locatie**, zoals het kleinschalige en 'eeuwenoude' landschap, de cultuurhistorie, de rust en ruimte. Het hotel straalt **hoge kwaliteit** uit, zowel qua **architectuur** als **materiaalgebruik**.

Persoonlijke aandacht en services op maat staan hoog in het vaandel, **topgastvrijheid** wordt geboden. Gasten ervaren de verbinding met het hotel en voelen zich thuis ('mijn hotel'). Door de hoge kwaliteit en de **individuele benadering** wordt veel toegevoegde waarde gecreëerd; daarom zijn **de prijsniveaus relatief hoog**.

Het hotel heet de gast welkom, de receptie straalt de rust uit. Gasten krijgen een **'volwaardig Heuvelland gevoel'** en worden gestimuleerd de omgeving in te trekken en gebruiken het hotel als uitvalsbasis om de vele (toeristische) trekkers in de nabijheid te bezoeken en te beleven. Omdat een hotel in het Heuvelland vaak wat geïsoleerd ligt ten opzichte van horeca- en leisureconcentraties is het mogelijk dat het hotel beschikt over **voorzieningen zoals een bijzonder restaurant, een atelier of galerie**. Dit kan ook **autonoom bezoek** trekken.



4. Resort in het Heuvelland

Een **grootschalig opgezet verblijf** in een **parkachtige en groene omgeving**. Het concept bestaat uit **één of meerdere (toeristische) verblijfstypen** (hotelkamers, vakantiewoningen/-appartementen¹, vakantiebungalows) met **zaalruimten, horeca en vrijetijdsvoorzieningen**. Het is daarmee vooral **naar binnen gericht**. Het centrale doel is mensen een aantal dagen te vermaken door horeca en vermaak aan te bieden.

'**Togetherness**' is het hoofdmotief voor verblijf, samen leuke dagen beleven. Verblijf zal met name een **toeristische achtergrond** hebben. Het resort trekt doelgroepen als senioren, groepen (vrienden, families) of stellen met kleine kinderen. Daarnaast is het resort ook aantrekkelijk voor de **zakelijke markt**. Zaalruimten in combinatie met logies en vrijetijdsvoorzieningen maken het tot een interessante plaats voor presentaties, workshops, teambuilding of 'heisessies'.

² Wij bedoelen hiermee geen woningen of woonappartementen.



04

Criteria



4.1 Opzet van het toetsingskader

De nadruk van het toetsingskader ligt op de meerwaarde van het hotelinitiatief vanuit marktopzicht. De hotelexploitatie wordt eveneens beoordeeld; getoetst wordt in hoeverre de conclusies ten aanzien van de financiële haalbaarheid gedragen worden en duurzaam zijn.

Het toetsingskader bestaat uit 18 criteria, verdeeld over drie onderdelen:

- **Algemene informatie**, waarbij ingegaan wordt op feitelijke informatie.
- Marktonderbouwing, ofwel **de meerwaarde van het concept vanuit marktopzicht** waarbij onderscheid wordt gemaakt tussen nieuwe hotels en uitbreidingsplannen.
- **Financieel**, waarbij beoordeeld wordt of het initiatief economisch haalbaar is en de investering rendeert voor financiers. Ook wordt ingegaan op commitment van de exploitant.

Op de volgende pagina's zijn deze drie onderdelen nader beschreven. Toegelicht wordt hoe deze geïnterpreteerd moeten worden. Tevens is toegelicht op welke wijze initiatieven onderbouwd kunnen worden vanuit financieel en markttechnisch opzicht.

4.2 Het toetsingskader in één oogopslag

ONDERDEEL	CRITERIA VOOR NIEUWE INITIATIEVEN EN UITBREIDINGEN
ALGEMEEN	<ol style="list-style-type: none"> 1. NAAM HOTELPLAN 2. ADRES HOTELPLAN 3. LIGGING HOTELPLAN 4. TYPE HOTELPLAN 5. TYPE UITBREIDINGSPLAN 6. CAPACITEIT HOTELPLAN 7. KWALITEIT EN SERVICE 8. PROGRAMMA VAN EISEN 9. SWOT ANALYSE 10. INITIATIEFNEMER 11. EXPLOITANT 12. ONTWIKKELAAR 13. BELEGGER
MEERWAARDE VANUIT MARKTOPZICHT	<ol style="list-style-type: none"> 14. NOODZAAK UITBREIDINGSPLAN AANGETOOND 15/16. MATCH NIEUW HOTELCONCEPT MET LOCATIEKWALITEITEN
FINANCIËEL	<ol style="list-style-type: none"> 17. VOLLEDIG- EN JUISTHEID FINANCIËLE HAALBAARHEID 18. ERVARING VAN HOTELEXPLOITANT

4.3 Algemeen

Basisgegevens hotelplan

1. De naam van het hotelplan
2. Het adres van het hotelplan
3. De ligging van het hotelplan (type locatie)
Onderscheid tussen (stedelijke) kern Valkenburg of elders/buitengebied
4. Type plan
Nieuw hotel of uitbreidingsplan van een bestaand hotel
5. Type uitbreidingsplan
Het bestaande concept blijft ongewijzigd of de uitbreiding betreft een nieuw concept

Beschrijving/toelichting hotelconcept

6. De capaciteit van het hotelplan
Het aantal eenheden en bedden dat wordt gerealiseerd in een nieuwe hotelvestiging, of: het aantal eenheden dat per saldo wordt toegevoegd bij een uitbreidingsplan
7. Kwaliteit en service
Indien van toepassing moet het sterrenniveau genoemd worden. Dit geeft al een beeld van de beoogde kwaliteit. Aanvullend moet in ieder geval het gemiddeld gerealiseerde prijsniveau worden genoemd. Door deze prijsstelling in combinatie met het voorzieningenniveau (genoemd in het Programma van Eisen, criterium 8), wordt het beoogde kwaliteits- en serviceniveau duidelijk.
In het tweede onderdeel – de meerwaarde vanuit marktopzicht – wordt concreter beoordeeld in hoeverre dit kwaliteits- en serviceniveau van meerwaarde is.

Beschrijving/toelichting hotelconcept (vervolg)

8. Programma van Eisen (PvE)

De opbouw van het hotelplan in onderdelen/functies, zoals kamers, horeca en zaalruimten en weergave van de metrages per onderdeel. Dit kan door bouwvergunningstekeningen of door informatie over functies, indelingen, (referentie)beelden, etc.

9. SWOT-analyse

Een SWOT-analyse staat voor Strengths, Weaknesses, Opportunities en Threats. Ingegaan wordt op kwaliteiten, het onderscheidend vermogen, etc. van het hotelconcept en de locatie, ofwel de interne sterkten en zwakten. Hierbij kan onder andere gedacht worden aan de locatie, beoogd management en branding. Extern wordt ingegaan op actuele (inter)nationale en regionale ontwikkelingen die relevant zijn voor het hotelplan. Dit kunnen ontwikkelingen van uiteenlopende aard zijn, zoals de (hotel)marktsamenstelling/-ontwikkeling, economische ontwikkelingen, op het gebied van toerisme, evenementen, (meerdaagse) bijeenkomsten, bedrijvigheid, infrastructuur, demografie, etc. Deze ontwikkelingen moeten vervolgens vertaald worden naar kansen en bedreigingen voor het hotelplan. Beoordeeld wordt of de opsomming en toelichting van sterkten, zwakten, kansen en bedreigingen in het haalbaarheidsonderzoek juist en volledig zijn.

Betrokken partijen

10. Initiatiefnemer

11. Exploitant

12. Ontwikkelaar

13. Investeerder

Toelichting criteria 10 tot en met 13:

- Naast de namen van de betreffende marktpartijen dient de relatie/onderlinge verhouding uitgelegd te worden voor zowel de korte als de langere termijn. Zo kunnen de verschillende fasen in de ontwikkel/bouw en exploitatie genoemd worden, waarbij per fase aangegeven wordt welke partij betrokken is.
- NB: Het is mogelijk dat één partij op meer dan één van bovengenoemde vier wijzen betrokken is.

4.4 Meerwaarde vanuit marktopzicht

Voor de twee volgende criteria wordt onderscheid gemaakt tussen uitbreidingsplannen van bestaande hotels en nieuwe hotels.

Uitbreiding bestaand hotel

Er is sprake van uitbreiding van een bestaand hotel wanneer de nieuwe kamers:

- Zich in hetzelfde gebouw bevinden, of:
- Op loopafstand (maximaal enkele honderden meters) van het hotel liggen en de gasten aantoonbaar gebruik maken van dezelfde/bestaande basisfaciliteiten en werkzaamheden geïntegreerd zijn met de bestaande hotelexploitatie.

Voor uitbreidingsplannen gelden twee criteria. Slechts één van de twee is van toepassing; criterium 14 of criterium 15 is relevant en moet worden ingevuld. Dit is afhankelijk van de aard van het plan: hotelconcept blijft ongewijzigd (criterium 14) of uitbreiding betreft een andere concept (criterium 15).

14. Hotelconcept blijft ongewijzigd: noodzaak voor uitbreiding is markttechnisch en bedrijfseconomisch aangetoond.

Een 'gezonde onderlinge concurrentie' moet worden nagestreefd, maar de noodzaak voor uitbreidingsplan moet duidelijk onderbouwd zijn.

Deze onderbouwing moet vanuit de markt en vanuit de exploitatie ingestoken zijn:

- **Markttechnisch**

Er kan bijvoorbeeld worden ingegaan op de meerjarige ontwikkeling van de kamerbezetting, boekingsproblemen in het verleden (en wanneer; op welke dagen/in welke maanden), de plaats van het hotel in de concurrerende markt, andere harde plannen of de aanbodontwikkeling gedurende de afgelopen jaren (bijv. zijn hotels verdwenen/weggevallen in het betreffende aanbodsegment).

- **Exploitatie**

Hiermee worden de effecten op de exploitatie als gevolg van het uitbreidingsplan bedoeld. Mogelijkerwijs zorgen meer kamers voor een stevigere basis onder de exploitatie en draagt dit bij aan een gezondere hotelexploitatie.

Wanneer criterium 14 van toepassing is, wordt het haalbaarheidsonderzoek vervolgens getoetst op criterium 17. Criteria 15 en 16 zijn in dat geval niet relevant.

15. Het nieuwe hotelconcept is anders dan het huidige concept en sluit aan bij de kwaliteiten van de vestigingslocatie.

Voor dergelijke plannen moet het concept samenhangen met de locatie en het (type) pand. Achterliggende gedachte is dat gestreefd wordt om de kwaliteit van de (leef)omgeving te verbeteren.

Na dit criterium wordt het nieuwe hotelconcept beoordeeld in relatie tot de vestigingslocatie en wordt het haalbaarheidsonderzoek getoetst op criterium 16. Vervolgens wordt getoetst op criteria 17 en 18.

Nieuw hotel

16. Er is een sterke match tussen het hotelplan en de vestigingslocatie.

Het hotelconcept is te typeren als:

- A. Solitair hotel in de (stedelijke) kern Valkenburg, of
- B. Resort in de (stedelijke) kern Valkenburg, of
- C. Solitair hotel in het Heuvelland, of
- D. Resort in het Heuvelland, of
- E. Nichehotel.

In dit criterium wordt beoordeeld of het beschreven concept te typeren is als één van deze vijf concepten.

Het initiatief wordt beoordeeld op de volgende drie aspecten:

- **De conceptbeschrijving vanuit marktfocus**

Het concept dient compleet en marktgericht beschreven te worden. Op grond van deze beschrijving moet duidelijk worden of indeling in de onderscheiden concepten mogelijk is.

Aangegeven wordt op welke marktbehoefte en -trend wordt ingespeeld en waarom/hoe dit de locatie versterkt in het Heuvelland of de (stedelijke) kern Valkenburg. Dit wordt toegelicht met een marktsegmentatie, ofwel de procentuele verdeling van de verwachte kamernachten naar marktsegment¹.

Tevens motiveert de initiatiefnemer hoe het plan bijdraagt aan duurzaamheidsprincipes, bijvoorbeeld aan de hand van de Green Destinations Standard en het Green Key keurmerk. Daarnaast geeft de initiatiefnemer aan op welke wijze in het plan aandacht wordt besteed aan circulariteit en energieneutraal bouwen.

NB: Mogelijk is een specifieke voorziening onderdeel van het Programma van Eisen (criterium 8). In dat geval moet beschreven worden op welke doelgroepen deze voorziening zich richt (uitsluitend als ondersteunende voorziening voor de hotelgast of ook/grotendeels voor andere (regionale) bezoekers).

³ Voor deze marktsegmentatie kan worden gedacht aan toeristische individuele gasten (stellen, vrienden, e.d.), toeristische groepen en tours, zakelijk locatiegebonden vraag, meerdaagse bijeenkomstenvraag en eventuele overige type verblijfgasten.

Nieuw hotel

16. Er is een sterke match tussen het hotelplan en de vestigingslocatie (vervolg).

- **Type locatie**

Conform het Provinciaal Omgevingsplan Limburg (POL) 2014 vinden nieuwe initiatieven bij voorkeur plaats in bestaande, beeldbepalende en/of historische bebouwing. Wanneer dit van toepassing is op een hotelinitiatief, dan kan dit reden zijn dit initiatief te prioriteren boven een ander initiatief.

Indien sprake is van nieuwbouw, moet onderbouwd worden waarom een hotelvestiging in bestaande bebouwing niet mogelijk/geschikt is.

- **De marktvergrotenende effecten**

Gelet op de druk op de huidige markt en de visie dat een verdere upgrade van het 'totale product Valkenburg' voortgezet wordt, moet onderbouwd worden in welke mate nieuwe gasten worden aangesproken waarvoor nog relatief weinig aanbod is c.q. die nog onvoldoende bediend worden:

- Ingeschat moet worden hoeveel procent van de kamerbezetting bestaat uit nieuwe gasten. Door middel van een marktanalyse wordt aangetoond dat minimaal 25% van de verwachte kamerbezetting bestaat uit nieuwe gasten voor de gemeente Valkenburg aan de Geul. Dit kan bijvoorbeeld door uit te leggen uit welke marktsegmenten de nieuwe vraag bestaat en de omvang door marktanalyses, trends en ontwikkelingen te ramen.
- Ten aanzien van bestaande doelgroepen wordt aannemelijk gemaakt dat het hotelinitiatief niet leidt tot onaanvaardbare effecten op de bezetting van bestaande hotels. Dit kan bijvoorbeeld door aan te tonen dat het beoogde aanbodsegment ondervertegenwoordigd is in de huidige markt.

4.5 Financieel

Financiële haalbaarheid

De haalbaarheid moet niet alleen markttechnisch onderbouwd worden, maar ook moet aangetoond worden dat het initiatief financieel haalbaar is.

17. Volledig- en juistheid van de financiële haalbaarheid

Deze financiële haalbaarheid moet betrekking hebben op het gehele initiatief. Wanneer sprake is van een zogenaamd totaalconcept of 'hybride' concept en het hotel gecombineerd wordt met andere type voorzieningen, faciliteiten en services, dan moeten alle onderdelen zijn inbegrepen in de financiële doorrekening.

Om de financiële haalbaarheid aan te tonen moet zowel een exploitatiebegroting als een investeringsbegroting worden uitgewerkt en de hieraan ten grondslag liggende uitgangspunten worden onderbouwd. Het kan nodig zijn in de financiële analyse onderscheid te maken tussen de eigenaar en de exploitant. Duidelijk moet worden dat voor alle betrokken partijen op de lange termijn een gezonde financiële situatie verwacht wordt.

In een meerjaren exploitatiebegroting (voor de eerste vijf exploitatiejaren) worden de opbrengsten gerelateerd aan de exploitatiekosten, resulterend in een exploitatieresultaat ofwel EBITDA.

In een investeringsbegroting worden de benodigde investeringen begroot of aangetoond door middel van prijsopgaven van marktpartijen. Door de exploitatie- en investeringsbegroting aan elkaar te relateren wordt duidelijk of het exploitatieresultaat volstaat voor de met de investeringen samenhangende kapitaallasten (rente, belasting en afschrijvingen) en dat gedurende de eerste vijf exploitatiejaren per saldo een positief rendement gerealiseerd wordt. Daarnaast moet een 'gevoeligheidsanalyse' uitgevoerd worden. Deze analyse toont aan dat een gezonde exploitatie ook plaatsvindt in een worst-case scenario met een tegenvallend bezetting- en/of prijsniveau of hogere (exploitatie- of investering)kosten. Eveneens wordt beoordeeld in hoeverre er voldoende vervangingsinvesteringen gereserveerd worden zodat het hotelproduct blijft voldoen aan actuele standaarden en blijft inspelen op (veranderende) gastbehoeften.

Ter begeleiding en ondersteuning bij het vormgeven van een exploitatie- en investeringsbegroting is in bijlage 1 uiteengezet welke posten doorgaans moeten terugkomen. Dit zijn elementen die in onze optiek (minimaal) in het haalbaarheidsonderzoek moeten staan om het realiteitsgehalte van de financiële haalbaarheid te kunnen toetsen. In bijlage 1 wordt toegelicht hoe de prognoses tot stand kunnen komen. Een initiatiefnemer is echter vrij om dit naar eigen inzichten en afgestemd op het specifieke hotelconcept in te vullen.

Commitment exploitant

Belangrijk is dat een exploitant verbonden is aan het hotelplan. Voor uitbreidingsplannen is hier vanzelfsprekend sprake van. Voor nieuwe hotelinitiatieven wordt dit in dit laatste criterium beoordeeld.

18. Ervaring van en intentieverklaring of –overeenkomst met hotelexploitant.

Aangegeven moet worden of er sprake is/gaat zijn van een intentieverklaring of –overeenkomst met een hotelexploitant. In deze intentieverklaring of –overeenkomst moet toegelicht worden hoe de exploitant het geformuleerde concept waarmaakt. Dit is een essentiële voorwaarde om het kader uiteindelijk met een positief resultaat te doorlopen. Daarnaast moet de looptijd vermeld zijn in de intentieverklaring/-overeenkomst. Maximaal enkele jaren nadat de vergunning is verstrekt, moet het hotel ook daadwerkelijk zijn gerealiseerd.

Wanneer geen sprake is van een intentieverklaring of -overeenkomst, dan is de beoordeling op het toetsingskader onvoldoende. Het is uiteraard mogelijk dat de initiatiefnemer ook de exploitant wordt. De initiatiefnemer moet deze intentieverklaring of -overeenkomst bijvoegen.

Tevens moet vermeld zijn welke ervaring de exploitant heeft in de hotellerie. Het gaat hierbij om de ervaring van de exploitant, tenzij het hotel eigendom is van een keten. Indien sprake is van een franchise of managementcontract met een keten, dan is de ervaring van de franchisenemer of managementcontractpartner relevant.

05

Bijlagen



Bijlage 1. Exploitatie- en investeringsbegroting

Onderstaande elementen moeten in onze optiek (minimaal) terug komen in de exploitatie- en investeringsbegroting. Hieronder wordt toegelicht hoe deze prognoses tot stand kunnen komen, maar initiatiefnemers zijn vrij dit naar eigen inzicht vorm te geven.

Exploitatiebegroting

Omzet

Ten aanzien van de omzet worden de volgende posten aangedragen:

- *Verwachte kamerbezetting*, met onderscheid naar 'reguliere'/traditionele en additionele/nieuwe hotelgasten. Voor uitbreidingsplannen kan (deels) een beroep gedaan worden op de bezetting gedurende de afgelopen jaren. Voor nieuwe hotelconcepten kan de bezetting geraamd worden met behulp van de beoogde marktsegmentatie (verdeling kamernachten naar marktsegmenten, zie ook criterium 16), de huidige en geplande regionale markt(verhoudingen), de positionering ten opzichte van concurrerende en geplande hotels en/of de bezetting van vergelijkbare formules en concepten;

- *Verwachte gemiddeld gerealiseerde kamerprijzen*, door vergelijking met de prijsniveaus van andere concurrerende aanbieders en de positionering van het hotelplan in de concurrerende markt. Het resultaat van de verwachte kamerbezetting vermenigvuldigd met de verwachte prijsniveaus is de logiesomzet;
- *Overige omzetposten*, zoals de zaalhuur, parkeerinkomsten, entrees voor specifieke voorzieningen, parkeerinkomsten, de omzet uit andere onderdelen ingeval van 'hybride' concepten, etc. Door de verhouding van deze overige omzetposten met de logiesomzet wordt de hoofactiviteit(en) van het hotel duidelijk.

Exploitatiekosten

Ten aanzien van de exploitatiekosten kan gedacht worden aan de volgende posten:

- Inkoopkosten (horeca, logies, etc.)
- Personeelskosten (incl. opbouw personeelsbestand)
- Marketingkosten en commissies OTA's
- Huisvestingskosten en (klein) onderhoud
- Huurkosten
- Schoonmaak en wasserij
- Management/franchisevergoeding
- Kosten voor (huur) parkeercapaciteit elders
- Algemene kosten en overige directe en indirecte kosten.

Voorgaande opsomming van de exploitatiekosten hoeft niet uitputtend te zijn. Initiatiefnemers en/of zijn/haar adviseurs zijn vrij de exploitatiekosten zodanig op te bouwen dat dit een complete en logische weergave is van de toekomstige hotelexploitatie en bedrijfsvoering. Wel wordt voorgesteld om zoveel mogelijk aan te sluiten bij wat gebruikelijk is in de markt en dit te onderbouwen met behulp van welke bronnen, ervaringscijfers en databanken de prognoses zijn opgesteld zodat een efficiënte beoordeling en toetsing mogelijk is.

Investeringsbegroting

Zoals reeds toegelicht wordt door de exploitatie- en investeringsbegroting aan elkaar te relateren duidelijk of het exploitatieresultaat volstaat voor de met de investeringen samenhangende kapitaallasten (rente, belasting en afschrijvingen) en dat gedurende de eerste vijf exploitatiejaren per saldo een positief rendement gerealiseerd wordt.

De investeringsbegroting bestaat doorgaans uit verschillende onderdelen:

- Aankoopkosten voor grond en gebouw
- (Ver)bouwkosten
- Kosten voor inrichting
- Bijkomende/overige kosten.

De investeringsbegroting kan voortvloeien uit prijsopgaven van gespecialiseerde marktpartijen of gebaseerd zijn op ervaringscijfers (bijv. per m² of per kamer). Met de investeringsbegroting als basis worden de kapitaallasten bepaald. In het haalbaarheidsonderzoek moet toegelicht worden met behulp van welke uitgangspunten de kapitaallasten zijn bepaald (zoals de verhouding tussen het eigen en vreemd vermogen, rendement eigen vermogen, rentepercentage vreemd vermogen, afschrijvingstermijnen per investeringspost).

ZKA LEISURE CONSULTANTS
Brugstraat 1A
5211 VS 's-Hertogenbosch

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

Bennie Roelands
Tom Gosens
Han Verheijden



VERHEIJDEN
CONCEPTEN