

# Hotelmartanalyse gemeente Deventer



**Verdiepend onderzoek naar het aanbod, vraag, marktfunctioneren en marktruimte in de gemeente Deventer**

26-10-2021 | 's Hertogenbosch



# Inhoud

<b>Hoofdstuk 1. Introductie</b>	<b>3</b>
1.1 Aanleiding en vraagstelling	4
1.2 Onderzoeksverantwoording en leeswijzer	5
<b>Hoofdstuk 2. Huidige hotelmarkt</b>	<b>6</b>
2.1 Inleiding	7
2.2 Huidig hotelaanbod	8
2.3 Gepland hotelaanbod	15
2.4 Huidige hotelvraag	17
2.5 Marktfunctioneren	19
<b>Hoofdstuk 3. Marktruimte</b>	<b>22</b>
3.1 Inleiding	23
3.2 Uitgangssituatie (2019)	24
3.3 Raming marktruimte	26
3.4 Alternatieve berekeningen (gevoeligheidsanalyse)	27
3.5 Alternatief scenario marktruimte	28
<b>Hoofdstuk 4. Conclusies en aanbevelingen</b>	<b>33</b>
4.1 Conclusies en aanbevelingen	34
<b>Bijlagen</b>	<b>36</b>



01

# Introductie



# 1.1 Aanleiding en vraagstelling

*ZKA Leisure Consultants (ZKA)* voert op dit moment onderzoek uit naar de hotelmarkt in de provincie Overijssel met een verdiepingsslag voor de zakelijke- en bijeenkomstenmarkt. Dit onderzoek vindt plaats in opdracht van Marketing Oost, in nauwe samenwerking met de provincie, gemeenten, KHN, de Congresregio's en Gastvrij Overijssel. De resultaten van dit onderzoek worden gerapporteerd op deelregionaal niveau met aandacht voor opvallende resultaten en nuances op gemeentenniveau.

Voor de gemeente Deventer voeren we in onderhavig een verdiepend onderzoek uit naar het functioneren van de gemeentelijke hotelmarkt, met als doel om meer houvast te creëren in de omgang met binnenkomende aanvragen en initiatieven voor nieuwe hotelkamers in de gemeente Deventer. Dit leidt tot meer inzicht in de marktkansen voor hotels in de gemeente Deventer, uiteraard zodanig dat dit correspondeert met de resultaten van het provinciale onderzoek op deelregionaal niveau.

Dit onderzoek bestaat uit twee delen:

- We kwantificeren de ontwikkelkansen voor de hotelmarkt in de gemeente Deventer. Dit doen we door een analyse van de huidige marktopbouw, het functioneren daarvan en een doorvertaling naar de toekomstpotenties.
- Richtinggevend gaan we in op kansrijke concepten en type locaties. We beoordelen hierbij tevens op welke wijze nieuw aanbod vraag kan creëren en de bestaande markt als het ware kan vergroten.





## 1.2 Onderzoeksverantwoording en leeswijzer

De analyses en aanbevelingen zijn gebaseerd op de volgende werkzaamheden en bronnen:

- Analyse en deskresearch relevante beleidsstukken over het functioneren en ontwikkeling van de Deventerse hotelmarkt en het doornemen van verschillende beleidsvisies met betrekking op recreatie en toerisme;
- Analyse en uitwerking verschillende bronnen over de Deventerse hotelmarkt (o.a. CBS, toeristenbelasting toegespitst op de hotels);
- Vaststellen planvoorraad, in samenwerking met gemeente;
- Gesprekken met gemeente en aanvullende interviews met experts/stakeholders over de hotelmarkt (toerisme, bijeenkomsten, evenementen, grote bedrijven);
- Het analyseren van de respons vanuit het provinciale hotelmarktonderzoek gericht op de gemeente Deventer;
- Deskresearch publicaties (lokaal/regionaal, sectoraal) voor vaststellen groeivoeten;
- Het uitwerken van bovenstaande stappen in deze rapportage.

Het rapport is als volgt opgebouwd:

- In **hoofdstuk 2** worden zowel het huidige hotelaanbod als de vraag naar hotelovernachtingen geanalyseerd. Tevens wordt ingegaan op het geplande aanbod. Dit hoofdstuk sluit af met een analyse van het functioneren van de hotels. Er wordt als het ware een 'foto' van de huidige markt gemaakt met als peiljaar 2019. Hierbij wordt ook naar de achter ons liggende periode gekeken, historische ontwikkelingen van vraag en aanbod zijn immers essentieel om uiteindelijk de juiste conclusies te trekken.
- De resultaten uit hoofdstuk 2 vormen de uitgangspunten voor het daaropvolgende **hoofdstuk 3**. In dit hoofdstuk wordt de marktruimte voor hotels geraamd. Allereerst wordt ingegaan op groeipotenties per marktsegment (toeristisch en zakelijk/MICE). Dit leidt tot de marktruimte voor extra hotels/hotelkamers voor de middellange termijn. Deze marktruimte is gekwantificeerd en wordt ook op kwalitatieve wijze uitgedrukt in termen van type locaties en concepten.
- De rapportage wordt afgesloten met conclusies en aanbevelingen (**hoofdstuk 4**).



02

# Huidige hotelmarkt





## 2.1 Inleiding

In dit hoofdstuk wordt ingegaan op de hotelmarkt in de gemeente Deventer. Peiljaar is 2019. Niet alleen wordt de huidige situatie in beschouwing genomen, ook wordt ingegaan op ontwikkelingen gedurende de afgelopen jaren.

Dit hoofdstuk is als volgt opgebouwd:

- Het huidige hotelaanbod (2.2.);
- Het geplande aanbod (2.3.);
- De omvang, samenstelling en ontwikkeling van de hotelvraag (2.4.);
- Het huidige marktfunctioneren (2.5.).



## 2.2 Huidig hotelaanbod

### Huidige aanbod gemeente Deventer

In deze paragraaf wordt ingegaan op het huidige hotelaanbod in de gemeente Deventer. In 2020 telde de gemeente 11 hotels die samen beschikken over ca. 400 kamers. In de tabel hiernaast is het huidige aanbod op bedrijfsniveau opgesomd. Hotel Van der Valk is ook opgenomen in het overzicht, deze is geopend per januari 2021. Dit zorgde voor forse aanbodgroei (+54% van aantal kamers). Het B&B aanbod is, evenals de toeristische verhuur van woningen (waaronder Airbnb), niet inbegrepen in de tabel. Om deze markt goed te beoordelen hebben we aanvullend een quick scan verricht van de B&B markt (pag. 10).

De gemiddelde schaal van een hotel in de gemeente Deventer is ruim 36 kamers. Dit gemiddelde is relatief groot. Een gemiddeld hotel in de gemeente Deventer is daarmee groter dan het gemiddelde in Overijssel (circa 29 kamers).<sup>1</sup> Het aanbod wordt gekenmerkt door de aanwezigheid van twee grootschalige hotels. Van der Valk is het enige hotel met meer dan 100 kamers. Voor de opening van Van der Valk was Postillion Hotel Deventer lange tijd het grootste hotel binnen de gemeente met 96 kamers. Daarnaast zijn er 9 hotels met minder dan 50 kamers. Voor de opening van Van der Valk Deventer bedroeg de gemiddelde hotelgrootte in Deventer ca. 26 kamers per hotel, en lag de gemiddelde schaal dus iets onder het provinciale gemiddelde.

<sup>1</sup> Bron: Provinciaal Hotelmarktonderzoek (2021)

Tabel 1: Overzicht hotels gemeente Deventer (2021)

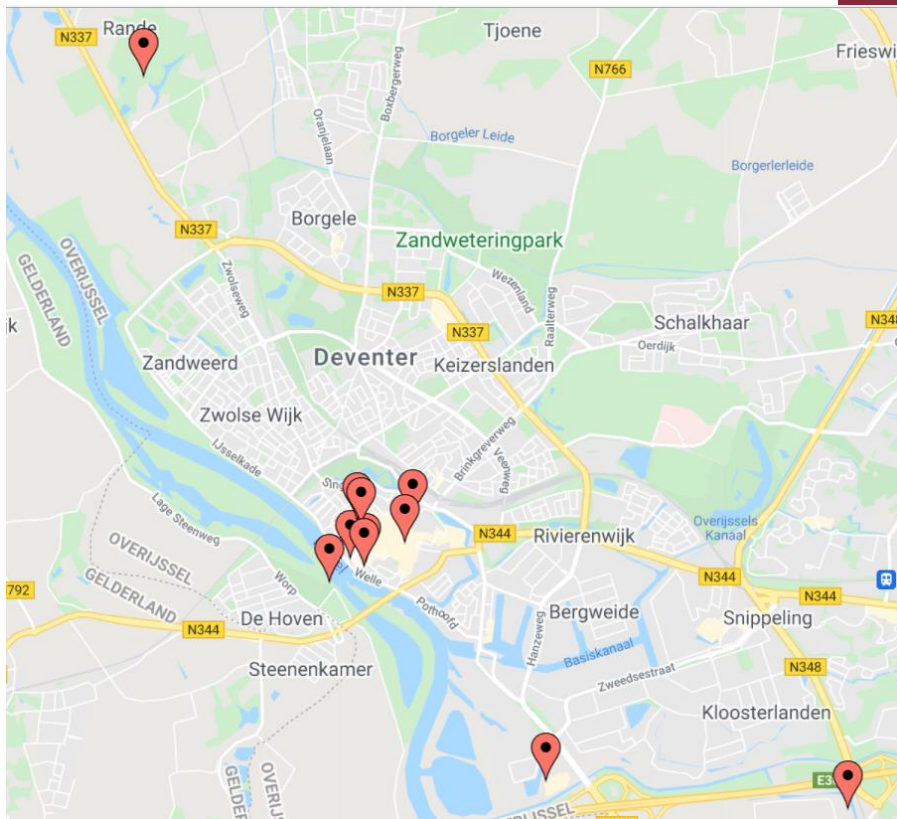
NAAM	PLAATS	KAMERS	GOOGLE REVIEW SCORE
HOTEL RESTAURANT ROYAL DEVENTER	DEVENTER	20	4,1
HOTEL FINCH	DEVENTER	24	4,8
GRAND BOUTIQUE HOTEL HUIS VERMEER	DEVENTER	11	4,5
HOTEL HANZESTEDENLOGEMENT "DE LEEUW"	DEVENTER	9	4,2
FLETCHER HOTEL GILDE	DEVENTER	37	3,8
HOTEL DE VISCHPOORTE	DEVENTER	12	4,2
POSTILLION HOTEL DEVENTER	DEVENTER	96	4,0
PILLOWS LUXURY BOUTIQUE HOTEL AAN DE IJSSEL	DEVENTER	29	4,4
HOTEL GAIA	DIEPENVEEN	12	4,1
HOTEL VAN DER VALK	DEVENTER	140	4,5
HOTEL HUIS VAN DEVENTER	DEVENTER	11	4,9
<b>TOTAAL</b>	-	<b>401</b>	<b>4,3</b>



# Kaart hotelaanbod

Er is een driedeling zichtbaar in de geografische spreiding van de hotels over de gemeente:

Kaart 1: Locatie hotels gemeente Deventer (2021)



- Ten zuiden van Deventer aan de A1 liggen Van der Valk en Postillion. Dit zijn de twee grootste hotels binnen de gemeente en herbergen gezamenlijk ca. 60% van het kameraanbod. Beide hotels genereren vooral veel zakelijke vraag (bron: Provinciaal Hotelmarktonderzoek).
- In het centrum van Deventer is sprake van een clustering van aanbod. Dit zijn vooral hotels die veel toeristische vraag genereren (bron: Provinciaal Hotelmarktonderzoek). De acht centrumhotels zijn in totaal goed voor ca. 150 kamers. Fletcher Hotel Gilde is het grootste hotel in het centrum met 37 kamers. Naast Fletcher is ook Pillows Luxury Boutique Hotel Aan De IJssel onderdeel van een keten. De overige hotels worden zelfstandig geëxploiteerd.
- Daarnaast is er nog een hotel in de kern Diepenveen, ten noorden van de stad Deventer. Dit betreft het kleinschalige hotel Gaia met 11 kamers. Verspreid over de verschillende kleine kernen, zoals in Lettele en Bathmen, zijn nog een aantal grotere B&B's te vinden, zonder dat er sprake is van een clustering van aanbod.

Andere relevante zaken om de 'foto' van de huidige markt scherp te stellen:

- **Veel ketenbinding:** Vier van de huidige 11 hotels zijn aangesloten bij een keten. Het gaat om Van der Valk, Postillion, Fletcher en Pillows. Deze hotels zijn direct de vier grootste hotels in de gemeente en zijn gezamenlijk goed voor 75% van het kameraanbod. Dit verklaart mede de bovengemiddeld grote schaal van een gemiddeld hotel in Deventer. In grote steden zien we vaak dat een groot aandeel van de aanwezige hotels is aangesloten bij een keten. Een goede doelgroepen spreiding is vaak belangrijk voor ketens (toerisme en zakelijk);
- **Voldoende variatie in het centrum:** De hotels in het centrum van Deventer zijn relatief kleinschalig, maar wel van goede kwaliteit. Zeven van de acht hotels scoren hoger dan een 4 op Google Reviews, en Hotel Huis van Deventer, Hotel Finch en Grand Boutique Hotel Huis Vermeer scoren zelf een 4,5 of hoger. Een score van 5 is het hoogst haalbaar op Google-reviews.
- **Weinig hotelaanbod in Salland:** Buiten de stad Deventer is het hotelaanbod beperkt. Ook in de aangrenzende Overijsselse gemeenten Raalte en Olst-Wijhe is het hotelaanbod beperkt tot ca. 90 kamers (vier bedrijven). De hotels in deze gemeenten zijn fraai gelegen en hebben vooral een toeristisch profiel.
- **Veel hotelaanbod over de provinciegrens.** In Apeldoorn en Zutphen zijn de nodige hotels gevestigd die deels in dezelfde vijver vissen als de grote hotels in Deventer. In Apeldoorn zijn bijvoorbeeld vestigingen van Van der Valk (2x), Bilderberg, Bastion en Fletcher (2x) en in Zutphen zijn Hampshire en Fletcher gevestigd. Op korte rijafstand is de nodige concurrentie aanwezig, veelal van ketenhotels die de zakelijke markt bedienen. Een aantal van deze hotels is gevestigd langs de A1, en daardoor op zeer korte rijafstand van Deventer gelegen,



- **Zorgen over hotelaanbod.** In de bedrijfsenquêtes is o.a. gevraagd naar de zorgen die hoteliers hebben ten opzichte van de nabije toekomst. Het is opvallend dat hoteliers in Deventer vaak aangeven zich zorgen te maken over de ontwikkeling van nieuwe hotelplannen, zowel binnen als buiten de provincie Overijssel. Elders in de provincie Overijssel komen deze zorgen minder vaak voor.
- **Kleinschalig aanbod:** Naast het hotelaanbod zijn er in de gemeenten Deventer ca. 42 B&B's te vinden (bron: opgave gemeente Deventer). Net iets meer dan de helft hiervan is gesitueerd in de stad Deventer, de rest in de kleine kernen rondom de stad. Gezamenlijk beschikken ze over ten minste 53 kamers.<sup>1</sup> Dat betekent dat het aantal B&B-kamers ongeveer 16% van het kameraanbod in de gemeente bepaalt ((53+22)/(75+401)) Daarnaast zijn er ook nog AirBnB, vakantiewoningen, studio's etc. beschikbaar voor toeristische verhuur, Het gaat om ten minste 30 aanbieders (bron: opgave gemeente Deventer).

<sup>1</sup> Van 11 B&B's is het aantal kamers niet bekend. Voor de berekening van de verhouding B&B-kamers en hotelkamers ramen we het aantal ontbrekende B&B-kamers op 22 (twee kamers per B&B).



### Aangepaste openstelling tijdens coronajaar 2020 (Deventer)

Afgelaste congressen en evenementen, thuiswerken en restricties aan (internationale) reizen voor plezier hebben ervoor gezorgd dat de vraag naar hotelovernachtingen in grote delen van het jaar 2020 stil viel. Om die reden zijn diverse hotels ook in bepaalde perioden van het jaar gesloten geweest.

Het beeld onder de hotels die inzicht hebben gegeven in hun openstelling/sluiting in het jaar 2020 geeft de indruk dat met name kleinere hotels en hotels met veel zakelijke vraag langere perioden in het jaar gesloten zijn geweest. Sommige van deze hotels zijn zelfs 150 tot 200 dagen gesloten geweest. De grotere hotels zijn wel grotendeels opengebleven, met uitzondering van de eerste lockdown in maart en april 2020. 2020 was daarmee een moeilijk jaar voor veel hoteliers. Toch hebben ze op verschillende manieren gepoogd gasten te bereiken/overtuigen tot een verblijf in hun hotel. Geregeld zijn hoteliers andere services en/of arrangementen gaan aanbieden, hebben ze op minder gunstige momenten op prijs geconcurrereerd via kanalen als Booking.com of hebben ze hun marketing op andere doelgroepen gericht (bron: ZKA bedrijfsenquête).

Voor het huidige jaar (2021) blijven beperkingen als gevolg van coronamaatregelen en daarmee de beperkingen voor de hotelexploitaties uiteraard actueel. De analyse in dit hoofdstuk en de beoordeling van de ontwikkelkansen in het volgende hoofdstuk hebben echter betrekking op de achter ons liggende jaren (2019 en 2020), uiteraard houden we rekening met het verloop van 2021.

De gemiddelde bezetting per hotelkamer in de volgende paragraaf wordt wél berekend op basis van 365 dagen per jaar, om een goede vergelijking met normale jaren te kunnen maken.



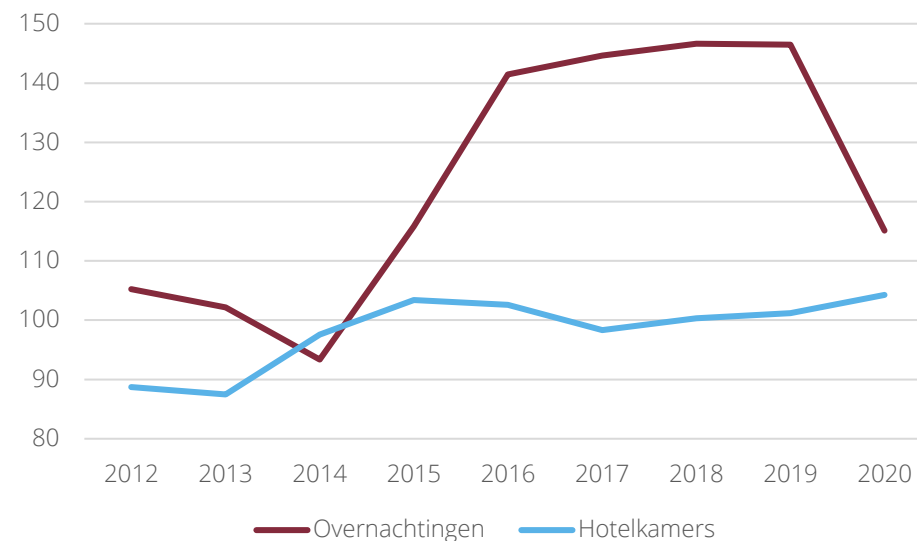
### Huidige hotelaanbod provinciaal

De provincie Overijssel telt 223 hotels die samen beschikken over 5.317 kamers (bron: CBS). Ten opzichte van 2012 is zowel het aantal bedrijven als het aantal kamers toegenomen. De toename van het aantal kamers (+17%) was groter dan de toename van het aantal bedrijven (+9%). Dit betekent een vergroting van de gemiddelde schaal.

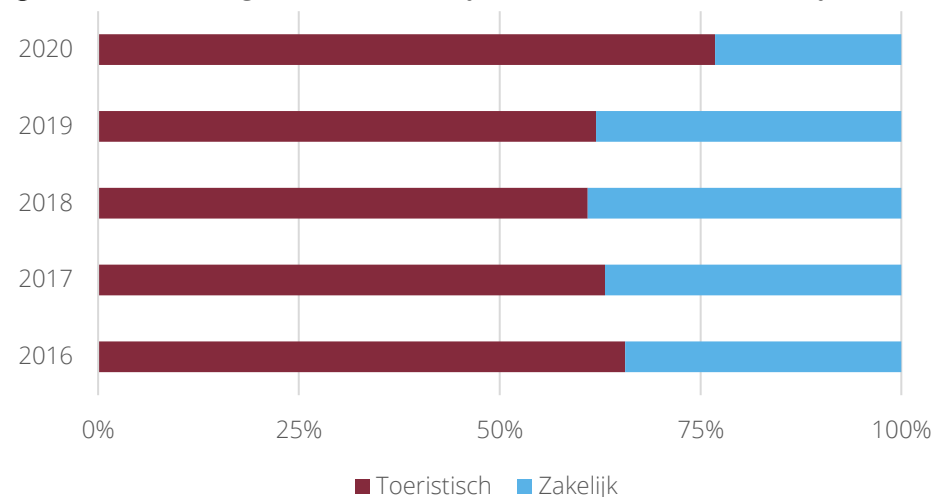
De groei van het aantal kamers is redelijk geleidelijk verlopen. Het aantal hotelovernachtingen is dat niet: deze zijn sterk gestegen vanaf 2014. Dit is een landelijke trend, waarin een periode van hoogconjunctuur heeft gezorgd voor een toenemende vraag naar hotelkamers, zowel door toeristen als zakelijke gasten.

In 2020 is de vraag vanwege de coronamaatregelen sterk teruggezakt. Wel zien we dat de terugval op landelijke niveau sterker is geweest dan in Overijssel. Een verklaring hiervoor is dat toeristisch hotelbezoek dominant is in Overijssel. Circa 60% van het aantal hotelovernachtingen is toeristisch. Het zijn vooral de provincies/regio's met veel zakelijke vraag en intercontinentaal toerisme die het hardst zijn getroffen door de coronamaatregelen. De Overijsselse hotelsector is dus iets minder hard getroffen door de coronacrisis dan andere provincies. Desondanks kunnen voor individuele hotels de gevolgen zeer groot zijn geweest.

**Figuur 1:** Ontwikkeling vraag en aanbod Overijssel (index; 2012 = 100)



**Figuur 2:** Marktsegmentatie Overijssel toeristisch en zakelijk



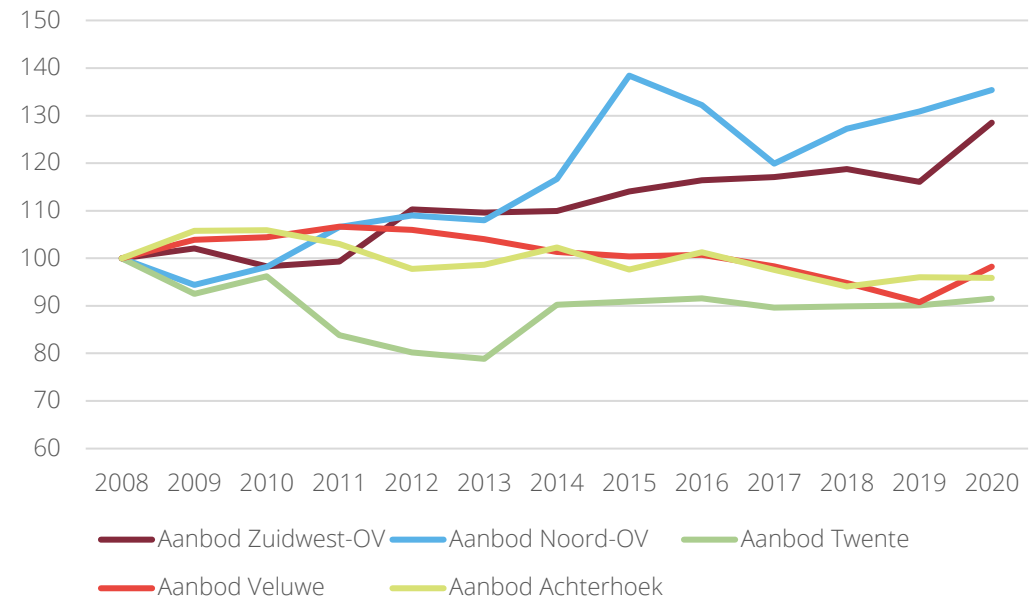
### Huidig hotelaanbod regionaal

De gemeente Deventer maakt onderdeel uit van de COROP-regio Zuidwest-Overijssel.<sup>2</sup> Dit is het laagste schaalniveau waarop het CBS aanbod-cijfers publiceert. Vanaf 2008 zien we een geleidelijke groei van het aantal kamers, gemiddeld met 2,1% per jaar. De aanbodgroei was sterker na 2014 dan voor 2014.

In de omringende COROP-regio's zien we een ander beeld. In Twente, Veluwe en Achterhoek is het aantal kamers in de periode 2008-2020 namelijk gedaald. In deze drie regio's betreft het een daling van minder dan 1% per jaar. Het gaat waarschijnlijk om veel kleinschalige (familie)hotels die de afgelopen decennia hun deuren hebben gesloten. Desondanks lijkt het erop dat de laatste jaren wel weer een lichte groei heeft plaatsgevonden van het aantal hotelkamers in de drie regio's.

In Noord-Overijssel is weer een ander patroon zichtbaar. Hier is het aantal hotelkamers jarenlang gegroeid. Vooral vanaf 2014 is er een zeer sterke groei van het aanbod zichtbaar. De populariteit en de groei van Zwolle is duidelijk terug te zien in de cijfers.

Figuur 3: Ontwikkeling aanbod COROP-regio's (index; 2012 = 100)



Voor Deventer betekent dit dat er over de gemeentegrenzen de nodige ontwikkelingen hebben plaatsgevonden, en dan vooral in de omgeving van Zwolle en Apeldoorn. Dit is belangrijk om in het achterhoofd te houden, aangezien hotelgasten niet naar gemeente- en/of provinciegrenzen kijken. Hoteliers in Salland geven in de enquête aan zich zorgen te maken over nieuwe hotelplannen in Overijssel of over de gemeentegrens.

<sup>2</sup> De COROP-regio Zuidwest Overijssel is gelijk aan Salland, en bestaat dus uit de gemeenten Deventer, Raalte en Olst-Wijhe.



## 2.3 Gepland hotelaanbod

### Gepland aanbod gemeente Deventer

De gemeente Deventer heeft de planvoorraad geïnventariseerd en gekwalificeerd. We onderscheiden vijf typen gepland aanbod:

1. Harde plannen;
2. Zachte plannen;
3. Plannen overige vormen van verblijfsaanbod;
4. Verborgene planologische ruimte;
5. Plannen over de gemeentegrens.

#### 1. Harde plannen

Momenteel speelt er een hard plan voor nieuw hotelaanbod in Deventer. Het betreft een nieuwvesting van Holiday Inn Express & Suites op bedrijventerrein De Weteringen. Het plan behelst 83 hotelkamers en 16 lodges voor langer verblijf. De bouwvergunning is reeds verleend.

#### 2. Zachte plannen

Er zijn enkele plannen voor nieuwvestiging (2x) en plan voor een uitbreiding van een bestaand hotel (1x). Deze zijn allen gesitueerd in het centrum van Deventer. In totaal gaat het om ca. 30 kamers. Realisatie van de zachte plannen is doorgaans verre van zeker. Zo moet er in twee gevallen nog een omgevingsvergunning worden aangevraagd of is er nog geen exploitant in beeld.



### 3. Plannen overige vormen verblijfsaanbod

In de gemeente Deventer zijn geen grote vakantieparken gevestigd. Vlak over de provinciegrens is De Vlinderhoeve gevestigd (gemeente Lochem Gld.), dat in 2019 is overgenomen door Landal. Gefaseerd wordt dit park ontwikkeld tot circa 150 bungalows en centrale faciliteiten waaronder een binnenzwembad, restaurant en indoorspeelplaats. Over het algemeen trekken hotels en vakantieparken een andere doelgroep, al kan er soms wat overlap zitten tussen aanbieders van longstay, zeker indien hotels beschikken over schakelbare/familiekamers.

### 4. Verborgene planologische ruimte

In grote delen van de binnenstad, vooral in het zogenaamde dwaalmilieu, is voor een ruime bestemming gekozen waaronder Horeca, vanaf categorie 2b. Hotels vallen hieronder. Hier kunnen zich dus hotels vestigen zonder beperkingen met dien verstande dat horeca alleen toegestaan is op de begane grond en de kelder. Als men ook de verdiepingen wil gebruiken voor hotelkamers, dient hiervoor een ruimtelijke procedure te worden doorlopen (als de gemeente akkoord is). Voor nieuwvesting van hotelkamers zal dit in de praktijk, gezien het ruimtebeslag, nagenoeg altijd het geval zijn.

### 5. Plannen over de gemeentegrens

In de gemeenten Raalte en Olst-Wijhe zijn momenteel geen plannen bekend voor nieuwe hotelkamers (opgave: gemeenten). Ten zuiden van Deventer, in de gemeente Lochem speelt een zacht hotelplan voor een mogelijke hotelontwikkeling in Epse. Het gaat om een plan van circa tachtig kamers, een congresruimte, restaurant en sport- en wellness-activiteiten. Een bestemmingsplanwijziging is nodig voor de realisatie. In Apeldoorn is recentelijk de vestiging van een hotel aan de rand van het Marktpllein in Apeldoorn afgeblazen. Desondanks heeft de gemeente Apeldoorn nog wel de wens voor een grootschalig nieuw hotel in het centrum.<sup>3</sup> In Zutphen is recentelijk Hotel-Restaurant Het Broederklooster geopend (15 kamers) en zijn er plannen voor een hotel in het huidige HEMA-pand. In dit laatste geval lijkt het vooralsnog niet om een hard plan te gaan.<sup>4</sup>

<sup>3</sup> <https://www.ad.nl/apeldoorn/nieuw-hotel-in-hartje-apeldoorn-gaat-niet-door-wat-nu-met-het-kantoorpand~ad413b81/>

<sup>4</sup> <https://www.destentor.nl/zutphen/hotelkamers-in-de-hema-plannen-voor-vijfde-hotel-in-zutphen~a6f46c23/>



## 2.4 Huidige hotelvraag

### Response enquêtes

Om inzicht te krijgen in de omvang van de hotelvraag zijn de hotels in de gemeente Deventer benaderd om een bedrijfsenquête in te vullen. Vier hotels participeerden in deze enquêtes.<sup>5</sup> Deze hotels beschikken samen over ca. 56% van het totaal aantal kamers in de gemeente Deventer. Daarmee is het onderzoek een goede afspiegeling van het gemeentelijke marktfunctioneren.

### Omvang hotelvraag

Op basis van de bezettingsgraden en het totaal aantal kamers zijn er **circa 68.000 kamernachten** geweest in 2019 (bron: enquête ZKA).<sup>3</sup> In 2020 daalde dit met 40% tot circa 40.000 kamernachten. Deze daling is groter dan de gemiddelde daling in Overijssel. Deze bedroeg namelijk 28% van het aantal kamernachten (bron: CBS). Een verklaring hiervoor is het relatief grote aandeel zakelijke overnachtingen dat Deventer genereert. De coronacrisis heeft dit marktsegment harder geraakt dan het toeristische marktsegment.

<sup>5</sup> Hotel Van der Valk is niet benaderd, aangezien het een onderzoek is met als peiljaar 2019 en 2020.



### Zakelijk en Nederlands marktsegment dominant

In 2019 was nog ongeveer 38% van de vraag afkomstig uit de toeristische markt, 62% was afkomstig uit de zakelijke en MICE-markt. De zakelijke markt is dus dominant ten opzichte van de toeristische markt. Ter vergelijking, in 2019 had respectievelijk 38% en 42% van alle hotelovernachtingen in Overijssel en Nederland (excl. Amsterdam en Schiphol) een zakelijk karakter.

In 2020 zorgde de coronacrisis voor een forse verschuiving naar de toeristische markt. Deze was in 2020 goed voor circa 74% van de totale vraag. De zakelijke vraag was circa 26%, waarbij het overgrote deel op naam komt van individuele zakelijke bezoekers. Deze ontwikkeling zien we ook terug elders in Nederland. Zo daalde het aantal zakelijke overnachtingen in Overijssel naar 24%, en in Nederland (excl. Amsterdam/Schiphol) naar 28% van het totaal aantal hotelovernachtingen.

Aan hoteliers is tijdens het veldwerk ook gevraagd naar de herkomst van hun gasten. In Deventer was zowel in 2019 als 2020 het aantal Nederlandse gasten dominant.

### Toeristenbelasting

De cijfers vanuit de enquête komen goed overeen met de cijfers vanuit de toeristenbelasting. Aan de hand van het aantal kamernachten en de marktsegmentatie komt het aantal persoonsovernachtingen uit op ca. 93.800 in 2019 en ca. 67.300 in 2020. De toeristenbelastingdata rapporteert ongeveer dezelfde cijfers.

Tabel 2: Overzicht hotelovernachtingen gemeente Deventer

PERSOONSOVERNACHTINGEN	ENQUÊTE	TOERISTENBELASTING
2019	93.800	94.600
2020	67.300	69.800

Op basis van de toeristenbelastingcijfers kunnen we nog iets verder terug in de tijd kijken. In 2015 bedroeg het aantal persoonsovernachtingen in hotels in Deventer ca. 72.800. Dit staat gelijk aan een groei van ca. 30% in 4 jaar tijd, ofwel een gemiddelde groei van het aantal persoonsovernachtingen van 6,8% per jaar in de periode 2015-2019.

## 2.5 Marktfunctioneren

Op grond van de voorgaande paragrafen wordt de verhouding tussen het hotelaanbod en de hotelvraag duidelijk, ofwel het marktfunctioneren. Een goede balans tussen vraag en aanbod komt tot uitdrukking in de marktverhoudingen. Belangrijke parameters zijn de gemiddelde kamerbezetting, de gemiddeld gerealiseerde kamerprijzen en de gemiddeld gerealiseerde logiesopbrengst per beschikbare kamer (ofwel de RevPAR, Revenue per Available Room). Dit laatste gegeven zegt iets over de interactie tussen de bezettingsgraad en de prijs en dus over het resultaat dat een hotel heeft geboekt.

### Gemiddelde kamerbezetting

De gemiddelde kamerbezetting in de gemeente Deventer in 2019 komt uit op circa 71%, op basis van jaarronde openstelling van alle hotels (bron: bedrijfsenquêtes ZKA). Dit percentage is echter een gemiddelde. Enkele hotels hebben aangegeven een bezetting te realiseren dat boven dit gemiddelde ligt. Om de betrouwbaarheid van de gegevens van de individuele bedrijven te waarborgen, is het niet mogelijk de bezettingscijfers op bedrijfsniveau te rapporteren.

In 2020 is deze gemiddelde kamerbezetting gedaald naar 42%. Met deze percentages zit de gemeente Deventer lager dan de landelijke en provinciale gemiddelden. Hiervoor zijn de volgende redenen aan te wijzen:

- Op landelijk niveau is de terugval in zakelijk bezoek groter dan de terugval van het toeristisch bezoek. In Deventer geldt dat veel hotelovernachtingen op naam komen van zakelijke gasten (62%), het aandeel toeristisch bezoek is minder groot (38%), waardoor ook de terugval groter was. De bezetting in Overijssel viel bijvoorbeeld terug van 68% naar 45% (bron: Provinciaal hotelmarktonderzoek).
- Uit gesprekken met hoteliers bleek dat in de zomermaanden van 2020 de bezetting nog op orde was. In deze maanden kon het verlies aan zakelijk bezoek worden opgevangen met toeristische gasten die door de coronacrisis vaker besloten in eigen land op vakantie te gaan. In de overige maanden was deze compensatie met toeristische vraag niet of in mindere mate mogelijk. Hotels die afhankelijk zijn van zakelijke gasten besloten een deel van het jaar dicht te gaan, zelfs toen dit niet wettelijk verplicht was.
- Naast de zomermaanden zijn er ook de nodige evenementen en festivals die voor een piek in de vraag kunnen zorgen. Denk bijvoorbeeld aan het Dickens festival in december en de boekenmarkt in augustus. Deze konden in 2020 geen doorgang vinden, wat uiteraard een negatief effect heeft gehad op het aantal hotelovernachtingen.



**65% tot 70% kamerbezetting nodig voor duurzame exploitatie.** Aan hotelondernemers is in de enquête tevens gevraagd naar de bezettingsgraad die nodig is voor een duurzame exploitatie op de langere termijn. Tussen hotels bestaan grote verschillen in concept en serviceniveau en als gevolg daarvan wijkt per hotel ook de kostenstructuur af. De loonkosten en de BTW zijn in de afgelopen jaren (sterk) gestegen, waardoor het rendement van hotels wordt aangetast. Ditzelfde geldt voor de toenemende invloed van Online Travel Agencies (OTA's), andere boekingsplatforms en kortingsacties die prijs- en bestedingsniveaus beïnvloeden. Samenwerking met dergelijke intermediairs beïnvloeden de prijzen nadelig.

Uit de enquête komt naar voren dat veelal een gemiddelde kamerbezettingsgraad van ruim 65% tot 70% nodig is om ook op de lange termijn blijvend te kunnen herinvesteren. Deze norm vinden we ook vaak in andere regio's. Hierbij geldt dat ketenhotels en hotels met veel voorzieningen een hogere norm hebben dan kleinere hotels. Op gemeenteniveau werd de bezettingsnorm in 2019 gehaald, in 2020 zat de gemeentelijke hotelsector daar ruim onder.



### Gemiddeld gerealiseerde kamerprijs

De gemiddeld gerealiseerde kamerprijs (excl. BTW en ontbijt) was in de gemeente Deventer in 2019 circa € 82. Dit gemiddelde prijsniveau bleef constant in 2020. Er is dus niet gestunt met prijzen om bezoekers te verleiden tot een hotelbezoek. Desondanks zijn de gerealiseerde kamerprijzen in Deventer relatief hoog, zeker in vergelijking met enkele andere regio's.

### Gemiddeld gerealiseerde logiesopbrengst per kamer (RevPAR)

De enquêtes die ZKA uitvoerde bieden informatie om de gemiddelde gerealiseerde logiesopbrengst per beschikbare kamer (RevPAR) in kaart te brengen. Dit gebeurt aan de hand van de gemiddelde gerealiseerde kamerprijs en de kamerbezetting. In 2019 realiseerden de hotels in de gemeente Deventer een RevPAR van ongeveer € 58. In 2020 liep dit terug naar circa € 34. De terugloop kan vooral verklaard worden door een dalende bezetting, niet door dalende kamerprijzen.

In vergelijking met andere gemeenten in Overijssel is de RevPAR Deventer relatief hoog. In Enschede is deze ongeveer hetzelfde. In Hardenberg en Steenwijkerland is de RevPAR lager, vooral door de kleinschaligheid en het seizoensgebonden karakter van de hotelsector in deze gemeenten.

Tabel 3: Benchmark hotelfunctioneren

	BEZETTING	PRIJS	REVPAR
ENSCHEDA (2018)	70%	€ 77	€ 57
HARDENBERG (2018)	50%	€ 74	€ 35
STEENWIJKERLAND (2019)	67%	€ 70	€ 47
LEEWARDEN (2018) <sup>6</sup>	75%	€ 85	€ 64
ROERMOND (2018)	72%	€ 82	€ 58
MAASTRICHT (2019)	64%	€ 103	€ 66
<b>DEVENTER (2019)</b>	<b>71%</b>	<b>€ 82</b>	<b>€ 58</b>

<sup>6</sup> 2018 was het jaar van Leeuwarden Culturele Hoofdstad van Europa. Dit evenement heeft een sterke impact gehad op de hotelvraag.



03

# Marktruimte





## 3.1 Inleiding

In dit hoofdstuk is de marktruimte voor extra hotelaanbod in de gemeente Deventer bepaald. Dit heeft betrekking op de komende zeven jaar en heeft derhalve betrekking op het jaar 2027, uitgaande van 2019 als peiljaar. Dit is ook conform de marktruimtebepaling in het provinciale hotelmarktonderzoek.

De berekende marktruimte gaat in op de 'reguliere' hotelvraag. Dit moet derhalve worden geïnterpreteerd als de potentie om regulier te kunnen groeien met het aanbod als gevolg van marktgroei. Wanneer een bijzonder, onderscheidend hotelinitiatief zorgt voor marktverruimende effecten dan komt dit nieuwe/additionele aanbod bovenop de berekende marktruimte.

De opbouw en omvang van de huidige hotelmarkt vormt het uitgangspunt voor de raming van de marktruimte. Deze uitgangssituatie is beschreven in 3.2. Vervolgens wordt voor ieder marktsegment (zakelijk locatiegebonden, meerdaagse bijeenkomsten en toeristisch) de groeipercentages per jaar toegelicht. Deze percentages zijn in lijn met de percentages in het provinciale hotelmarktonderzoek, evenals de andere randvoorwaarden zoals de normbezetting. Dit hoofdstuk wordt afgesloten met de raming van de marktruimte, wat wordt afgezet tegen de harde planvoorraad (3.4.).



## 3.2 Uitgangssituatie (2019)

### Aantal kamernachten

Het startpunt voor de marktruimtebepaling is het huidige aantal kamernachten. Dit aantal is berekend in hoofdstuk 2, namelijk circa 68.000 kamernachten in 2019. In de tabel hiernaast zijn deze kamernachten verdeeld over de verschillende marktsegmenten (bron: enquêtes ZKA onder hotelondernemers). We houden hierbij de verhouding aan overeenkomstig met het resultaat uit de enquête: 38% toeristisch en 62% zakelijk. De categorie 'zakelijk' bestaat zowel uit individueel zakelijk toerisme en meerdaags zakelijk bezoek (tabel 1). Een nauwkeurig onderscheid tussen individueel en meerdaags zakelijk bezoek is niet altijd duidelijk vast te stellen voor de hotelier of receptioniste. Dit heeft geen invloed op de berekening van het groeipotentieel, omdat voor de zakelijke en het MICE segment wordt uitgegaan van eenzelfde groeipercentage (zie volgende pagina).

### Berekening marktruimte

Vervolgens wordt op basis van de trendontwikkeling en marktvooruitzichten de groeivoet per marktsegment vastgesteld. Deze groeivoet gebruiken we om de toekomstige vraag te ramen. Als de toekomstige vraag (in 2027) berekend is kan aan de hand van een normbezetting de ruimte voor nieuwe initiatieven vastgesteld worden. De normbezetting is hierbij bepaald aan de hand van gegevens uit de enquête en onze kennis van de huidige markt (vele gevoerde gesprekken met hoteliers en brancheorganisaties als onderdeel van hotelmarktprojecten elders). Van de berekende ruimte wordt de harde planvoorraad afgehaald, deze zijn in hoofdstuk 2 reeds opgesomd. De ruimte die resteert betreft ruimte voor nieuwe plannen en ontwikkelingen.

Tabel 4: Marktsegmentatie en groeiprognoses hotelmarkt

MARKTSEGMENT	KAMERNACHTEN 2019	JAARLIJKS GROEI PROGNOSES TOT EN MET 2027
TOERISTISCH	26.000	2,50%
ZAKELIJK/MICE	42.000	1,25%
<b>TOTAAL</b>	<b>68.000</b>	<b>1,7%</b>

## Groeiprognoses

Voor de berekening van de benodigde toekomstige hotelkamer capaciteit is de verwachte groei voor de komende jaren geraamd. Omdat de uiteindelijke mate van groei sterk afhankelijk is van factoren die op dit moment nog niet zeker zijn, presenteren we de marktruimte in een bandbreedte. De gemeente kan vervolgens periodiek (laten) monitoren of de onderkant of de bovenkant van bandbreedte de juiste onderlegger biedt. Op deze manier kan de gemeente goede actuele besluiten nemen over de marktpotentie en omgang met hotelplannen. De groeicijfers zijn vastgesteld op basis van bestaande economische groeiprognoses en overleg met de gemeente over lokale ontwikkelingen per marktsegment. Een uitwerking en onderbouwing van de groeiprognoses is te vinden in de bijlagen.

### Norm kamerbezetting 65 tot 70%

Om het groeipotentieel voor hotelkamers te bepalen, zijn de huidige kamernachten vertaald naar het jaar 2027. De groeiprognoses per marktsegment zijn reeds vermeld. Het aantal kamernachten in 2027 wordt vertaald naar het aantal benodigde kamers aan de hand van een normatieve kamerbezetting. Ervaringscijfers en de resultaten uit de enquête hebben tot een normatieve kamerbezetting van 65% tot 70% geleid. In het vervolg wordt gerekend met het gemiddelde van 67,5%. In het vorige hoofdstuk werden deze percentages verder toegelicht.

## Additionele vraag harde plannen

Het is de verwachting dat beide plannen in de harde planvoorraad de nodige eigen vraag met zich mee brengen. Voor Van der Valk geldt bijvoorbeeld dat ze in de regel een eigen publiek aantrekken, vanwege hun naamsbekendheid en sterke positie in de markt. Met Van der Valk wordt het aantrekkelijker om in Deventer te overnachten voor niet-locatie gebonden bezoek. Denk bijvoorbeeld aan individueel zakelijk bezoek op doorreis, die kiezen voor een overnachting centraal in het land. Voor Holiday Inn geldt dat ze naast reguliere logies zich ook op de short-stay markt begeven. Dit laatste is eveneens een eigen publiek, die naar verwachting slechts in beperkte mate concurrerend is met het huidige reguliere hotelbezoek in Deventer.

Als vuistregel geldt vaak dat een hotel ca. 20% eigen vraag kan genereren, mits het concept in enige mate afwijkt van het huidige aanbod of beschikt over eigen onderscheidende locatiekwaliteiten. Van der Valk en Holiday Inn vertegenwoordigen gezamenlijk 223 kamers. Uitgaande van een kamerbezetting van 70% en een eigen vraag van 20%, dan betekent dit dat ca. 32 kamers zich vullen met gasten die anders niet in Deventer zouden overnachten. Deze 32 kamers zijn dus aanvullend, en kunnen worden verminderd op de plancapaciteit.



### 3.3 Raming marktruimte

#### Marktruimte tot en met 2027: negatief saldo - 115 tot - 135 kamers

Uitgaande van de normbezetting van 65-70% en de groeiprognoses is de marktruimte voor de hotelsector in de gemeente Deventer geraamd. Uit de tabel hiernaast blijkt dat de marktruimte tot en met 2027 voor de hotelmarkt ca. - 115 tot - 135 kamers bedraagt .

Het betreft het potentieel om het hotelaanbod op basis van reguliere vraag te kunnen laten groeien. De marktruimte wordt echter (meer dan) volledig ingevuld door de aanwezige planvoorraad. Hoewel beide plannen ook de nodige eigen vraag genereren, blijft de resterende marktgroei negatief.

Dit betekent niet dat er geen ruimte meer zou zijn voor nieuwe hotelplannen. Het is belangrijk dat de markt in beweging blijft en dat er niet een te beschermde omgeving wordt gecreëerd. Bij de interpretatie van de marktruimte moet daarom onder meer rekening gehouden worden met:

- **Vanuit de zachte planvoorraad kunnen plannen inspelen op een nieuw concept en/of doelgroep die tot op heden niet of onvoldoende bediend wordt in Deventer.** Per plan moet dus een afweging worden gemaakt of het plan voldoende toegevoegde waarde heeft voor de stad.
- **Het is mogelijk dat een deel van het huidige aanbod minder vitaal is en op termijn gaat stoppen met verhuur van kamers.** Dit aanbod kan dan worden toegevoegd aan de resterende marktruimte.

Tabel 5: Raming marktruimte hotelsector 2027

UITGANGSJAAR 2019	REGULIERE GROEI
KAMERNACHTEN 2027	77.500
BENODIGD AANTAL KAMERS	328
HUIDIG AANTAL KAMERS	261
MARKTRUIMTE	60 - 80 KAMERS
HARDE PLANVOORRAAD	140 + 83 = 223
ADDITIONELE VRAAG NIEUW AANBOD	32
<b>RESTERENDE MARKTRUIMTE</b>	<b>- 115 TOT - 135 KAMERS</b>

- **Deventer zet sterk in op nieuwe vraagimpulsen, die kunnen leiden tot additioneel bezoek aan de stad.** Dit kan gepaard gaan met extra hotelvraag, die vooralsnog niet in de groeiprognoses is meegenomen. In het volgende paragraaf gaan we hier dieper op in.

## 3.4 Alternatieve berekeningen (gevoeligheidsanalyse)

Vanuit de reguliere vraaggroei blijkt de resterende marktruimte negatief is. Dit kan gevolgen hebben voor de toekomstige hotelsector. Door middel van twee alternatieve scenario's maken we dit inzichtelijk:

### Scenario 1: Vraagimpulsen zijn nodig

We verwachten dat de zakelijke markt de komende jaren slechts zeer beperkt groeit als gevolg van de Covid-19 pandemie en de daaraan gekoppelde overheidsmaatregelen. Zoals gezegd ramen we de vraaggroei voor de komende jaren op gemiddeld 1,7% per jaar. Om de volledige plancapaciteit te kunnen absorberen dient de vraaggroei echter navenant hoger te zijn, namelijk ca. 6,% per jaar. In dat geval zou het aantal benodigde hotelkamers in 2027 uitkomen op ca. 450, voldoende om de beide harde plannen te kunnen absorberen op basis van reguliere marktgroei. Een groei van 6% is onder de huidige marktomstandigheden niet reëel, maar desondanks is het niet uitgesloten dat zulke hoge groeiprognozes in de toekomst weer binnen bereik komen. In de periode 2015-2019, een periode van hoogconjunctuur, bedroeg de vraaggroei immers 6,8% per jaar. Met dergelijk hoge groeicijfers was het niet onlogisch om een nieuw aanbod toe te laten op de hotelmarkt, maar in de huidige markt-omstandigheden is voorzichtigheid het devies, zeker voor de korte termijn, ook om bestaande hoteliers tijd te gunnen om te kunnen herstellen van de Covid-19 maatregelen.

### Scenario 2: Lagere bezetting hotels in Deventer

Een ander mogelijk gevolg van de toevoeging kan zijn dat de gemiddelde bezetting gaat dalen. We gaan er dan vanuit dat de groeiprognozes zoals eerder in dit hoofdstuk uiteengezet reëel zijn, en dat de nieuwe hotelcapaciteit zich voor een deel op de reguliere markt richt (naast de 20% eigen vraag). In dat geval moet het aantal kamerovernachtingen in 2027:

- Verdeeld worden over  $261 + 223 = 484$  kamers.
- Het aantal kamernachten bedraagt dan  $77.500 + 11.500$  additionele vraag vanuit Van der Valk en Holiday Inn.is dan ca. 89.000 kamernachten.
- Dat komt neer op een gemiddelde kamerbezetting van ca. 50%, als de vraag evenredig wordt verdeeld over alle hotelkamers.

Dit is nadrukkelijk een gemiddelde. In onze optiek heeft een dalende kamerbezetting consequenties voor het bestaande aanbod. Deze realiseren momenteel een goede kamerbezetting. Wanneer deze echter daalt, kan op termijn het probleem ontstaan dat er te weinig wordt geïnvesteerd en achteruitgang van de kwaliteit ligt op de loer. Extra impulsen aan de vraagzijde zijn dus noodzakelijk om ook in de toekomst een goede kwaliteit van de logiesector te kunnen garanderen. Nieuw hotelaanbod dient daarom van toegevoegde waarde te zijn voor de stad, zoals een nieuwe doelgroep en/of als onderdeel van een gebiedsontwikkeling. In de volgende paragraaf lichten we dit verder toe.

## 3.5 Alternatief scenario marktruimte

Zoals in de vorige paragrafen is aangetoond, is er vanuit de reguliere marktruimte weinig ruimte voor nieuwe aanbodimpuls. Dit betekent echter niet dat de markt op slot moet. Veel hotelaanbod is bijvoorbeeld buiten het centrum aan de A1 gelegen. Het is echter wel essentieel dat nieuw aanbod van toegevoegde waarde is ten opzichte van het huidige aanbod. Afhankelijk van locatie, concept en beoogde doelgroepen kan een eigen markt worden aangetrokken door nieuwe hotels, uitgaande van groei van bestaande hotelvraag. Ofwel, nieuwe hotelconcepten (of producten) ontwikkelen die nieuwe additionele vraag creëren.

Op de volgende pagina's beschrijven we een aantal kansrijke denkrichtingen die grotendeels bovenop de berekende marktruimte in het vorige scenario komen. Let op: dit is geen uitputtende opsomming, maar betreft wel voorbeelden toegespitst op de gemeente Deventer. Alvorens we dieper ingaan op type hotels die van meerwaarde kunnen zijn voor de stad (zowel conceptueel als naar locatie), bespreken we een aantal actuele lokale ontwikkelingen waar dit nieuwe aanbod aansluiting bij kan vinden.





Conform het Uitvoeringsprogramma Vrijtijdseconomie heeft Deventer als ambitie om in 2030 de meest aantrekkelijke woonstad te zijn voor de creatieve stedeling (Deventer 2030 bidbook). Om de creatieve stedeling te binden wordt niet alleen ingezet op aantrekkelijk en voldoende woningaanbod. Ook wordt ingezet op een divers aanbod op het gebied van vrije tijd, dat zowel aantrekkelijk is voor inwoners als bezoekers. Hieronder staan een aantal ontwikkelingen opgesomd die bijdragen aan deze ambitie. Deze zijn afkomstig uit het Uitvoeringsprogramma en komen voort uit overleg met de gemeente:

- Museum Eicas (open 2022 is de verwachting);
- Mogelijke komst Nationaal Voetbalmuseum;
- Pilot zakelijk congresbureau (2021 t/m 2023);
- Ontwikkeling gehele leisurezone Holterweg;
- Ontwikkeling Havenkwartier (mogelijkheden voor leisure-ontwikkelingen, aanvullend op Holterwegzone);
- Gebiedsontwikkeling Sluiskwartier;
- Ontwikkeling tiny experience in de binnenstad van Deventer;
- Upgrading internationale Hanzestedenfietsroute via Interregsubsidie;
- Hanzejaar 2023: Met extra investeringen in toeristische voorzieningen, evenementen en marketing hopen de Hanzesteden extra bezoekers uit binnen- en buitenland te trekken.



### **Bijzondere concepten, kleinschalig maar hoge service**

Om de marktkansen te concretiseren, vormen de leefstijlen het vertrekpunt. Voor verdere informatie over de leefstijlen verwijzen wij naar bijlage 3. Een belangrijke uitdaging voor de stad Deventer is om het dagbezoek om te zetten in verblijfsbezoek (bron: Uitvoeringsprogramma Vrijetijdseconomie, p. 11). Het huidige aanbod in de gemeente Deventer richt zich primair op de harmoniezoeker en verbindingszoeker (bron: Idem, p. 10). Qua sfeer, entourage en retailconcepten sluit de binnenstad van Deventer goed aan bij stijl- en avontuurzoekers (bron: Leisurenota). Echter, het verblijfsaanbod sluit minder goed aan bij hun wensen en behoeften. Ze prefereren vaak kleinschaligheid, exclusiviteit, de verbinding met het lokale leven en een compleet en goed servicepakket.

Met name hoogwaardige concepten als een boutique hotel spreekt de avontuur- en stijlzoeker aan. Dergelijke hotels zijn veelal onafhankelijk gepositioneerd en sluiten aan bij de markttrend van storytelling: het bieden van een persoonlijk verhaal en sfeer, in een luxe en kleinschalige omgeving. Ketens hebben ook 'karakteristieke' of 'boutique' brands in portefeuille. Vaak zijn deze hotels ook zeer actief op social media, en weten ze vaak een geheel eigen publiek aan te spreken. Vanwege de zeer beperkte marktruimte is dit laatste een essentiële randvoorwaarde voor nieuwe hotelaanbod.

Daarnaast is het aanbieden van goede services belangrijk. Denk aan (elektrisch) fietsverhuur of een combinatie met gastronomie en cultuur. Feitelijk de kwaliteiten waar de gemeente Deventer over beschikt, en daarmee een logische leefstijlfocus, welke door de hotellerie nog meer omarmd zou kunnen worden. De lokale 'touch' is hierbij van meerwaarde, dit wordt al sneller gecreëerd door de focus op een kleine schaal in combinatie met lokale producten en arrangementen met activiteiten in de omgeving. Dit moet wel echter tot in de puntjes verzorgd zijn om de juiste doelgroepen aan te spreken.

### **Locaties waar toeristische vraag aanwezig is of gecreëerd wordt**

Belangrijk is om te sturen op de vestigingslocatie. De locatie bepaalt grotendeels de marktkansen. Of vice versa, op een minder gunstige locatie zijn de kansen kleiner en wordt minder aansluiting op het vigerend toeristisch beleid bereikt. De locatie moet toeristisch aantrekkelijk zijn of er moeten concrete ontwikkelingen spelen die resulteren in een toeristische doorontwikkeling. Zo heeft nieuw hotelaanbod meerwaarde voor een gebiedsontwikkeling, aangezien het zorgt voor meer dynamiek en bestedingen door de aanwezigheid van logiesgasten in het gebied. We zien kansen op de volgende locaties (na een interne brainstorm, overleg met de gemeente en op basis van de toeristische visie):

## Binnenstad en Sluiskwartier

De kansen voor nieuw hotelaanbod dat zich op de reguliere markt concentreert zijn op dit moment klein, zie de analyse in het voorgaande hoofdstuk. Nieuw hotelaanbod dient daarom echt iets toe te voegen, en een nieuw publiek aan te spreken. Hier geldt dus een verhaal van 'nee, tenzij'.

Een denkrichting voor nieuw logiesaanbod kan zijn om de samenwerking op te zoeken met nieuw dagrecreatief aanbod. Met de toevoeging van het Eicas, en eventueel het voetbalmuseum, krijgt de binnenstad een impuls van dagaanbod met een sterke autonome trekkracht. Ook maakt dit Deventer meer onderscheidend ten opzichte van de overige Hanze- en oudhollandse steden, en wordt de stad interessanter voor jaarrond bezoek. Door Deventer steviger te promoten als cultuurstad, kan ingezet worden over de toevoeging van een kleinschalig boutique hotel dat op deze thematisering aansluit. Denk bijvoorbeeld aan een concept met art, moderne kunst, hoog service niveau in dezelfde stijl als de kunst in het Eicas museum. Eventueel in combinatie met gastronomie van bovengemiddelde kwaliteit.

Hierbij moet aan de voorkant worden aangetoond dat nieuw aanbod niet in hetzelfde vaarwater komt als het bestaande aanbod.

Bijvoorbeeld Hotel Finch, Huis Vermeer en Pillows richten zich ook op het 4\*-segment. Een kleinschalig boutique-hotel kan toegevoegde waarde hebben, mits deze niet in hetzelfde vaarwater zit als deze hotels, zowel qua look & feel als doelgroep.

Het Sluiskwartier kan een locatie zijn waar een dergelijke ontwikkeling plaats kan vinden. Hierbij zijn wel een aantal harde randvoorwaarden op te sommen:

- Een hotelontwikkeling moet van toegevoegde waarde zijn, en **doelgroep aantrekken die nu niet of in mindere mate naar de binnenstad van Deventer komt**. Dit moet aan de voorkant duidelijk beargumenteerd worden door een ontwikkelaar. Het hotel mag niet zich niet of slechts in zeer beperkte mate in hetzelfde vaarwater begeven als de huidige hotels.
- Een hotel dient onderdeel uit te maken van een bredere gebiedsontwikkeling, en integraal benaderd te worden in combinatie met de andere nieuwe voorzieningen die min of meer dezelfde doelgroep aanspreken.



- **Het moet aansluiten bij actuele trends en ontwikkelingen in de hotelbranche.** Denk aan storytelling, klimaatneutraal opereren en bijzondere voorzieningen om zodoende aanbod te creëren dat echt onderscheidend is. Door dit tot in de puntjes door te voeren kan een geheel eigen publiek worden aangesproken.
- **Een sterk punt voor hotelontwikkeling buiten het centrum is als deze voorzieningen aanbieden die ook eigen inwoners kunnen aanspreken.** Dit gezien het woonkarakter van het gebied. Denk aan een restaurant, werkruimte, cultuur, fitness etc. Dit vergroot het draagvlak aanzienlijk en geeft het hotel een brede basis voor een toekomstbestendige exploitatie.

### **Leisurestrook Holterwegzone**

Goed bereikbare spoorzone aan de rand van de stad waar momenteel één grote leisure aanbieder is gevestigd, namelijk De Scheg, beleving in beweging (qua aantal bezoeken de grootste leisure aanbieder van de gemeente Deventer). De Scheg heeft in de basis een lokaal tot regionaal marktbereik, maar trekt ook dagjesmensen die bijvoorbeeld op vakantieparken in de regio verblijven. Omdat de locatie verder geen directe verbinding heeft met de binnenstad of andere leisure gebieden, is de Holterwegzone als deelgebied een autonome leisure bestemming binnen Deventer, die primair gericht bezoek genereert.

Hotelontwikkelingen zijn in beperkte mate te verwachten. Alleen als De Scheg uitbreidingsplannen heeft en een bovenregionaal publiek wil aanspreken kan logies een behoefte vervullen, mits deze ook thematisch wordt ingepast in het profiel van de Holterwegzone. Denk daarbij aan een relatie met sport en leisure. Het bezoekmotief van bezoekers dient vooral georiënteerd te zijn op ontwikkelingen in de Holterwegzone.

### **Havenkwartier:**

Een voormalig industrieel gebied waar de gemeente Deventer het 'kloppend hart' wil versterken met publieks- en consumentgerichte voorzieningen rondom de Noordzeestraat en de kade. Hier worden kansen gezien voor meer leisure-invullingen, voornamelijk voor eigen inwoners en de wat hippere bezoeker van de stad. Een logiesconcept dat zich richt op jong, urban, ontmoeten, tech en betaalbaar zou hier kunnen passen. Andere hotels in Deventer spelen slechts in beperkte mate in op deze doelgroep. Een marktonderzoek is wel van belang om aan te kunnen tonen dat er daadwerkelijk voldoende vraag is vanuit de doelgroep naar hotelovernachtingen in deze wijk. Ook de draagkracht van de wijk mag niet over het hoofd worden gezien, zeker als wordt ingezet op een jongere doelgroep.

# 04

## Conclusies en aanbevelingen



## 4.1 Conclusies en aanbevelingen

Op grond van het voorgaande concluderen wij het volgende:

- In 2019 telde de gemeente Deventer 261 kamers. Met de toevoeging van Van der Valk (opening 2021) en de toekomstige opening van Holiday Inn gaat het aantal kamers toenemen naar 484 hotelkamers. Dit is een forse groei. Echter, veel kameraanbod is gelegen buiten de binnenstad van Deventer.
- De kamerbezetting in 2019 bedroeg ruim 70%. In de jaren daarvoor nam het aantal hotelovernachtingen jaarlijks met ca. 6-7% toe.
- Het is niet reëel dat de groeipercentages van voor Covid-19 op korte termijn weer behaald gaan worden. Gekoppeld aan de grote planvoorraad en de recente forse aanbodsimpulsen heeft dit als gevolg dat de marktruimte voor nieuwe hotelkamers tot en met 2027 negatief is. Dit betekent dat er op korte termijn voorzichtig moeten worden omgegaan met nieuwe hotelinitiatieven. Ook moet het huidig aanbod de kans worden gegund te herstellen na de zware jaren gedurende de Covid-19 pandemie.
- Desondanks hoeft de hotelmarkt niet op slot. Nieuw aanbod kan nog steeds worden toegelaten op de markt, mits aan een aantal harde randvoorwaarden wordt voldaan. De belangrijkste is dat nieuw aanbod een smaak moet toevoegen ten opzichte van het huidige aanbod. Het moet een toegevoegde waarde bieden en daardoor een (grotendeels) een nieuwe markt bedienen die anders niet of in beperkte mate in Deventer zou overnachten.
- Het centrum/Sluiskwartier en het Havenkwartier bieden potentie om ondervertegenwoordigde concepten of minder aanwezige doelgroepen aan te boren.



Wij bevelen het volgende aan:

- Ten aanzien van Sluiskwartier is het in onze optiek logisch de locatie breed te bestemmen. Op deze wijze is een hotel mogelijk in dit gebied, waarbij het initiatief ligt bij de marktpartijen.
- Het is goed deze marktpartijen te wijzen op de ontwikkelrichting die de gemeente voor ogen heeft voor het Sluiskwartier (en eventuele andere ontwikkellocaties). Dit kan aan de voorkant mondeling gecommuniceerd worden aan geïnteresseerde marktpartijen (zie de opgesomde randvoorwaarden in deze rapportage), op deze wijze kunnen de verwachtingen in het beginstadium goed gemanaged worden en zo eventuele teleurstellingen worden voorkomen bij marktpartijen.
- Ook kan gedacht worden om deze ontwikkelrichting formeel uit te werken in de vorm van een ontwikkelkader. Op deze wijze wordt voor ontwikkelaars direct aan de voorkant duidelijk welke concepten geprefereerd worden en kansrijk zijn. Bovendien vindt vanuit de gemeente een eenduidige beoordeling plaats, waarbij aangehaakt kan worden op de speerpunten uit het Uitvoeringsprogramma Vrijtijdseconomie.
- Daarnaast blijft het belangrijk om in te zetten op nieuwe vraagimpulsen. Impulsen die zorgen voor meer gasten in de stad, waar hotels profijt van hebben en daarmee dus zorgen voor meer marktruimte. Met de museale ontwikkelingen, ontwikkelingen rondom de Hanze en de pilot voor een congresbureau worden hier goede stappen in gezet. Mochten deze ontwikkelingen meer hotelovernachtingen genereren dan geprognostiseerd, dan is het denkbaar dat op termijn mogelijk gekozen kan worden voor een liberaler hotelbeleid.



# 05



## Bijlagen

# Bijlage 1: perspectief marktsegment 'toerisme'

## Perspectief toeristische markt

De toeristische markt kent de volgende relevante ontwikkelingen op (inter-)nationaal en regionaal niveau:

- Vóór de uitbraak van de coronacrisis waren branche-vertegenwoordigers en instanties als NBTC Holland Marketing en de United Nations World Tourism Organization (UNWTO) positief over de groei van het toerisme. Het UNWTO voorspelde dat het aantal inkomende toeristen in Europa in de komende jaren jaarlijks met 3 tot 4% zou blijven groeien (UNWTO 2019). De impact van de coronacrisis is echter fors, en het UNWTO verwacht dat het internationaal toerisme, zeker bij grote afhankelijkheid van (inter-)continentaal vliegverkeer, pas vanaf de tweede helft van 2021 gaat herstellen en 2,5 tot 4 jaar nodig gaat hebben om op het niveau van 2019 terug te keren.
- NBTC Holland Marketing ging in haar perspectief op het jaar 2030 nog uit van een binnenlandse groei van het toerisme van gemiddeld 1,9% per jaar en een buitenlandse groei van gemiddeld 3,7% per jaar. Ook het NBTC gaat ervan uit dat het volledige herstel van de toeristische markt in Nederland nog tot 2024 gaat duren.
- Deventer is minder dan bijvoorbeeld Amsterdam afhankelijk van (inter-)continentaal vliegverkeer, het buitenlands toerisme dat Deventer aantrekt is zoals gesteld in hoofdstuk 2 met name uit onze buurlanden afkomstig. Voor Deventer verwachten we daarom een relatief voorspoedig herstel van de toeristische vraag (2023).
- In deze verwachting speelt mee dat Deventer ook door Nederlanders als een aantrekkelijke bestemming voor een weekendje weg wordt gezien. Met het fraaie historische centrum, een aantal grote jaarlijks terugkerende evenementen en de plannen voor de realisatie van een aantal nieuwe musea heeft de gemeente veel te bieden. Er is wel enige onzekerheid over het consumentengedrag in de komende jaren: blijven binnenlandse vakanties in trek, of gaan Nederlanders toch weer relatief snel in het buitenland op vakantie?

## Conclusie

We gaan uit van een iets lagere voorspelling dan van het NBTC, namelijk dat het toerisme de komende jaren met ca. 2,5% per jaar zal groeien. Dit komt vooral door de positieve vooruitzichten voor de binnenlandse markt. Het kan echter nog wel enkele jaren duren voordat de continentale markt volledig is hersteld. Dit heeft een dempend effect op de groeiprognoze.



# Bijlage 2: perspectief marktsegment 'zakelijk' en MICE

## Perspectief zakelijke en MICE markt

- Vóór de coronacrisis was de economische groeiverwachting op de middellange termijn altijd een goede indicator voor de ontwikkeling van de hotelvraag, omdat zakelijke hotelvraag sterk gecorreleerd is met economische activiteit. Het Centraal Planbureau verwacht voor de jaren 2022-2025 een gemiddelde jaarlijkse groei van het Bruto Binnenlands Product van 1,5%. Daarbij gaan de meeste economen ervan uit dat in 2021 al een behoorlijk herstel van de schade door de coronacrisis wordt gerealiseerd.
- Belangrijk voor de zakelijke hotelvraag is in hoeverre het gedrag van de zakelijke markt terugkeert naar de oude routines. De meeste bedrijven hebben belangrijke en positieve ervaringen opgedaan met digitaal werken en digitaal ontmoeten, waardoor naar verwachting een deel van de meetings in de toekomst een andere vorm gaat krijgen. Dit wordt niet alleen onderschreven door banken als de Rabobank en ING en vastgoed-experts als Colliers International. Hierin speelt mee dat hotels niet alleen omzet mis zullen lopen vanuit hotelovernachtingen, maar ook aan F&B. Het wegblijven van een deel van de zakelijke vraag remt bovendien de RevPAR, de zakelijke gast was namelijk bereid meer te betalen voor een kamer.
- Hoteliers geven in de bedrijfsenquête aan dat ze zich de komende jaren niet specifiek gaan richten op het aantrekken van meer zakelijke gasten.
- De MICE Markt is eveneens sterk gelieerd aan de algehele groei van de economie. Sinds de uitbraak van de coronacrisis is de MICE Markt fysiek grotendeels stil komen te liggen. Sommige congressen zijn afgelast, andere congressen zijn doorgeschoven naar een ander jaar. Omdat nog onduidelijk is hoe de crisis zich op de korte termijn zal ontwikkelen blijft zeker voor 2021 nog veel onduidelijkheid bestaan.
- Vast staat wel dat de markt in de tussentijd versneld is omgevormd met meer nadruk op digitale evenementen. Het is de verwachting van experts in de sector dat hybride modellen met deels een fysieke en deels een digitale component ook in de komende jaren de boventoon blijven voeren.
- Het business model van veel congressen zit in de schaal van het evenement. Dat, gekoppeld aan de voorkeur in sectoren om elkaar op gerichte momenten te ontmoeten, maakt dat op termijn een terugkeer naar meer fysieke bijeenkomsten te verwachten is.

## Conclusie

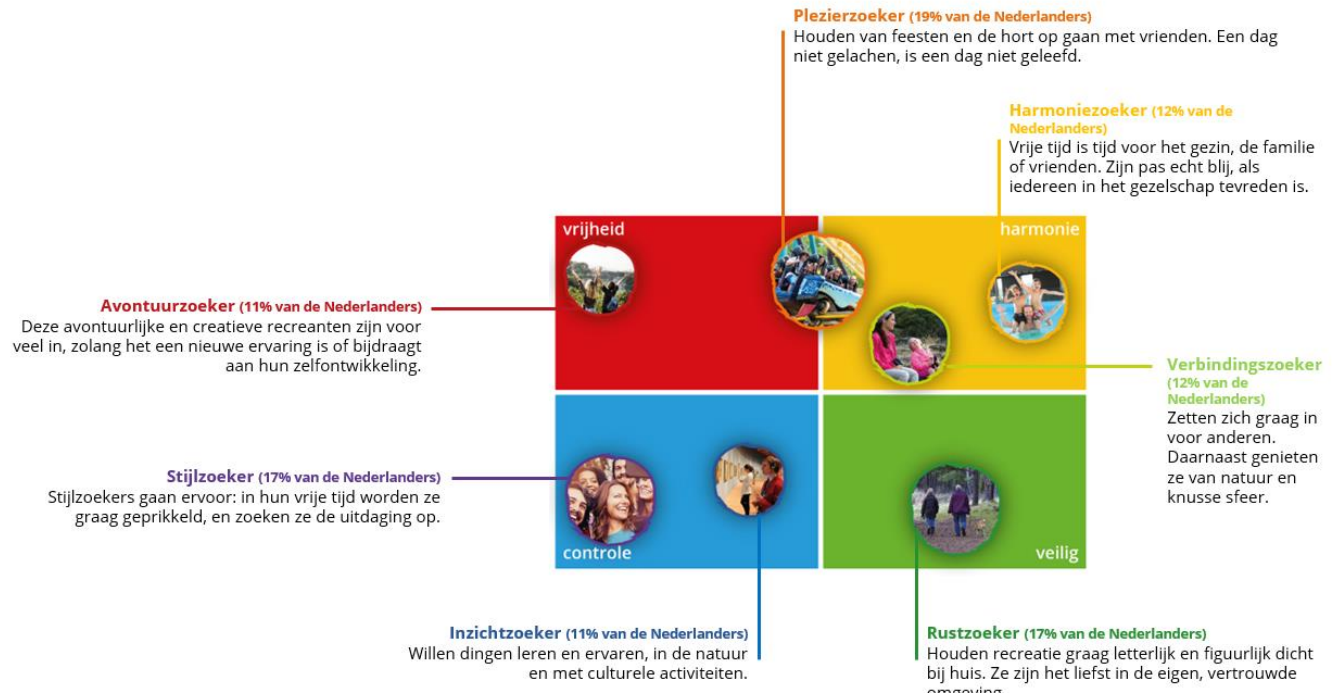
De verwachting is dat de economie de komende jaren gaat herstellen. Dit komt de zakelijke en uiteindelijk ook de MICE-vraag ten goede. We verwachten een groei voor beide markten met 1,25%. Dit is iets lager dan de groei van het BBP voor de komende jaren, hierin verdisconteren we namelijk de afkoeling van de economie in de jaren 2020 en 2021.

# Bijlage 3: Toelichting leefstijlen

Het 'Leefstijlvinder-model' bestaat uit zeven leefstijlen die de Nederlandse recreant beschrijven. Elke leefstijlkleur representeert bepaalde kernwaarden, motieven en drijfveren die bepalend zijn voor het gedrag in de vrije tijd.

Want waar de ene recreant graag actief is in zijn/haar vrije tijd, zoekt een ander juist ontspanning en rust – dit komt terug in de verticale as van het model. En waarbij voor de één het gezelschap centraal staat (iets doen met familie, vrienden), staat voor een ander juist de activiteit centraal (dus niet met wie je iets gaat doen, maar wat je gaat doen).

Hieronder is een korte toelichting uitgewerkt van de zeven leefstijlen volgens het 'Leefstijlvinder-model'.



### Plezierzoekers

Spontane, gezellige, impulsieve en eigenwijze mensen. Waarden die ze belangrijk vinden zijn uitdaging, uniek zijn en succes in het leven. Ze hebben het liefst veel mensen om zich heen, en trekken er dan ook graag op uit met familie, vrienden en kennissen. Plezier hebben in het leven staat op nummer één - een dag niet gelachen, is een dag niet geleefd!

### Harmoniezoekers

Hartelijke, gezellige mensen, met veel interesse in anderen. In het leven hechten ze veel belang aan geborgenheid, gastvrijheid en vriendschap. Ze nemen de tijd voor het gezin, trekken er graag op uit met (of naar) familie, vrienden en kennissen. Het hoeft voor hen allemaal niet zo vreemd - doe maar normaal, dan doe je al gek genoeg.

### Verbindingszoekers

Behulpzame, evenwichtige mensen die, bovenal, geïnteresseerd zijn in anderen. Gastvrijheid, sociale verbondenheid en 'doe maar gewoon' belangrijke waarden. Ze vinden het dan ook belangrijk om een goede relatie te onderhouden met burens en familie, met harmonie en gezelligheid. Er voor elkaar zijn, dat is toch hartstikke normaal?

### Rustzoekers

Kalme, behulpzame, zachtaardige, gewone mensen. Ze houden van rust en regelmaat, en voelen zich het meest op hun gemak in hun eigen, vertrouwde omgeving. Ze vinden het fijn als ze lekker hun eigen gang kunnen gaan, en vinden het dan ook niet erg om alleen te zijn. Doe maar gewoon, dan doe je al gek genoeg.

### Inzichtzoekers

Bedachtzame, serieuze, evenwichtige, zakelijke mensen. Ze vinden het niet erg om alleen te zijn, want dan kunnen ze mooi hun eigen gang gaan. Belangrijke waarden zijn rationaliteit, daadkracht, privacy/rust. Maar ook vrijheid om te doen wat ze willen is erg belangrijk en ze houden van informatie - 'meten is weten'!



### Stijlzoekers

Zelfverzekerde, doelgericht, ondernemende mensen met een sterk karakter. Zijn graag onder gelijkgestemden, die waarden als ambitie, uitdaging en daadkracht met hen delen. Zowel in hun werk, als in hun vrije tijd worden ze graag geprikkeld, en zoeken ze de uitdaging op. Verveling is niet aan hen besteed. Liever besteden ze hun tijd aan sporten en feesten. Gáán!

### Avontuurzoekers

Creatief, avontuurlijk, eigenwijs en geïnteresseerd in anderen. Intelligent en ondernemend en ze vinden het lekker om hun eigen gang te gaan. Als ze met anderen optrekken, dan zijn dat het liefst creatieve en vernieuwende denkers, of mensen die weten wat ze willen. Ze hechten veel waarde aan vrijheid, uniek zijn en genieten van het leven.

ZKA LEISURE CONSULTANTS  
Brugstraat 1A  
5211 VS 's Hertogenbosch

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

Bennie Roelands  
Joost Gieling

