



> RETOURADRES Postbus 1992, 6201 BZ Maastricht

BEZOEKADRES
Mosae Forum 10
6211 DW

Aan de dames en heren,
leden van de gemeenteraad

POSTADRES
Postbus 1992
6201 BZ Maastricht

ONDERWERP
Actualisatie marktruimte hotelsector Maastricht
- 2025
BEHANDELD DOOR
SH (Sam) Janssen

DATUM
15 april 2025
Verz. 15 april 2025
TELEFOONNUMMER
06 251 381 63

BIJLAGEN
1
ONZE REFERENTIE
2025.01310

E-MAILADRES
Sam.janssen@maastricht.nl

FAXNUMMER
-

UW REFERENTIE
--

Geachte raadsleden,

Conform het gemeentelijke hotelbeleid vindt de actualisatie van de marktruimte voor de hotelmarkt in de gemeente Maastricht tweejaarlijks plaats. Het opgeleverde rapport deel ik hierbij met u. Het conceptrapport is reeds gedeeld met de Stichting Samenwerkende Hotels Maastricht en de Koninklijke Horeca Nederland. Het onderzoeksbureau Ginder heeft op verzoek van de gemeente Maastricht het onderzoek naar de beschikbare marktruimte uitgevoerd.

Marktruimte rapport 2025

De marktruimte van hotelkamers is het verschil tussen het huidige aanbod aan hotelkamers in Maastricht en de verwachte vraag naar hotelkamers in de toekomst (nu berekend tot 2034). Door uw de gemeenteraad is gekozen om uit te gaan van het realistisch scenario.

Uit het rapport blijkt dat de huidige beschikbare marktruimte in het realistische scenario berekend tot 2034 een aantal van 431 kamers bedraagt. Hiervan zijn 339 kamers toebedeeld aan 'harde plannen'. Dit zijn hotelinitiatieven die middels een haalbaarheidsstudie hebben aangetoond dat zij voor voldoende vernieuwing in de hotelmarkt zorgen. Uitgaande van het realistische scenario en de harde planvoorraad is er een resterende marktruimte van 92 kamers.

	Aantal hotelkamers
Marktruimte realistisch scenario	431
Harde plan voorraad	339
Resterende marktruimte	92

Conclusies uit het rapport samengevat:

- Er is een groot verschil tussen de ontwikkeling van de toeristische en de zakelijke markt in Maastricht. De toeristische vraag is sinds 2012 meer dan verdubbeld, terwijl de vraag naar zakelijke overnachtingen tussen 2023 en 2024 daalde en nog niet terug is op het niveau van vóór de coronapandemie. Het aandeel van de congresmarkt is wel iets toegenomen.
- De groei van de totale hotelvraag in Maastricht, gecombineerd met een stabiel aanbod, leidt tot een toename van de gemiddelde kamerbezetting, in 2024 was deze kamerbezetting gemiddeld 72%.



DATUM
15 april 2025

- De gemiddelde kamerprijs steeg naar € 119 in 2024, maar deze stijging blijft achter bij de inflatie. Hierdoor kunnen kostenstijgingen niet altijd volledig worden doorberekend, wat de ruimte voor noodzakelijke (her)investeringen beperkt.
- De verwachtingen voor de toeristische markt in Maastricht zijn overwegend positief, hoewel vernieuwing en kwaliteit voortdurend belangrijk blijven. Er is echter onzekerheid over de termijn waarop de stad kan blijven steunen op de grotere evenementen.
- Voor de congresmarkt zijn de verwachtingen positiever, gezien de uitbreiding van het MECC, vergroting van de (acquisitie-)inzet van het MCB. Ook speelt mee dat het MCB een provincie brede samenwerking met de 4 Brightlands campussen heeft opgezet.
- Hoewel de economie de komende jaren naar verwachting licht groeit, zijn de verwachtingen op de individuele zakelijke markt bescheiden.

Aanbevelingen uit het rapport samengevat:

- Voor een toekomstbestendige hotelmarkt moet de focus liggen op alle onderdelen van het toeristisch-recreatieve product. De komende jaren moeten vooral gericht zijn op het aantrekken van bezoekers verspreid over het jaar, in plaats van meer bedden. De gemeente streeft ernaar bezoekers langer vast te houden, wat betekent dat er voldoende recreatief aanbod moet zijn om verblijfsgasten naar de stad te trekken en langer te laten blijven.
- Om stevig bij te dragen aan de hotelsector zijn (ook) jaarronde, structurele invullingen van belang. Ten aanzien van de zakelijke markt betekent dit de acquisitie van nieuw bedrijfsaanbod (bij voorkeur hoofdkantoren).
- Er moet gekeken worden naar kansen voor logies in de volle breedte, aangezien de grenzen tussen logiestypen steeds meer vervagen. Vanuit deze branchevervaging is het raadzaam om naar de kansen voor andere logiesvormen te kijken en een visie te vormen voor de integrale logiessector.

Hotelbeleid

Het hotelbeleid van Maastricht is gericht, op vernieuwing waarbij nieuwe hotelinitiatieven dienen te passen binnen de beschikbare marktruimte in Maastricht.

Een haalbaarheidsstudie moet bij nieuwe hotelinitiatieven (8 kamers of meer) aantonen dat door dit nieuwe hotel nieuwe doelgroepen naar Maastricht komen die zorgen voor extra overnachtingen (aandeel van 15% of meer) in de stad. Het aandeel van de overige nieuwe kamers (85% of minder) moet passen binnen de beschikbare marktruimte. Voor bestaande hotels geldt enkel bij een uitbreiding van meer dan 7 kamers dat deze uitbreiding binnen de beschikbare marktruimte moet passen.

In 2027 wordt opnieuw de marktruimte voor hotelkamers in kaart gebracht.

Hoogachtend,

John Aarts,
Wethouder Mobiliteit, Stadsbeheer, Vastgoed, Duurzaamheid en Hospitality

ACTUALISATIE MARKTRUIMTE HOTELS EN KWALITATIEVE ANALYSE LOGIESAANBOD MAASTRICHT

EINDRAPPORT

April 2025 | 's-Hertogenbosch
Project: G-VT-24129

Opdrachtgever:



Gemeente Maastricht



INHOUD

1. Inleiding	3
2. Huidige stand van zaken	8
3. Marktruimte	19
4. Conclusies en aanbevelingen	32
 Bijlage	 37

1 Inleiding



1.1 AANLEIDING EN VRAAGSTELLING

Aanleiding

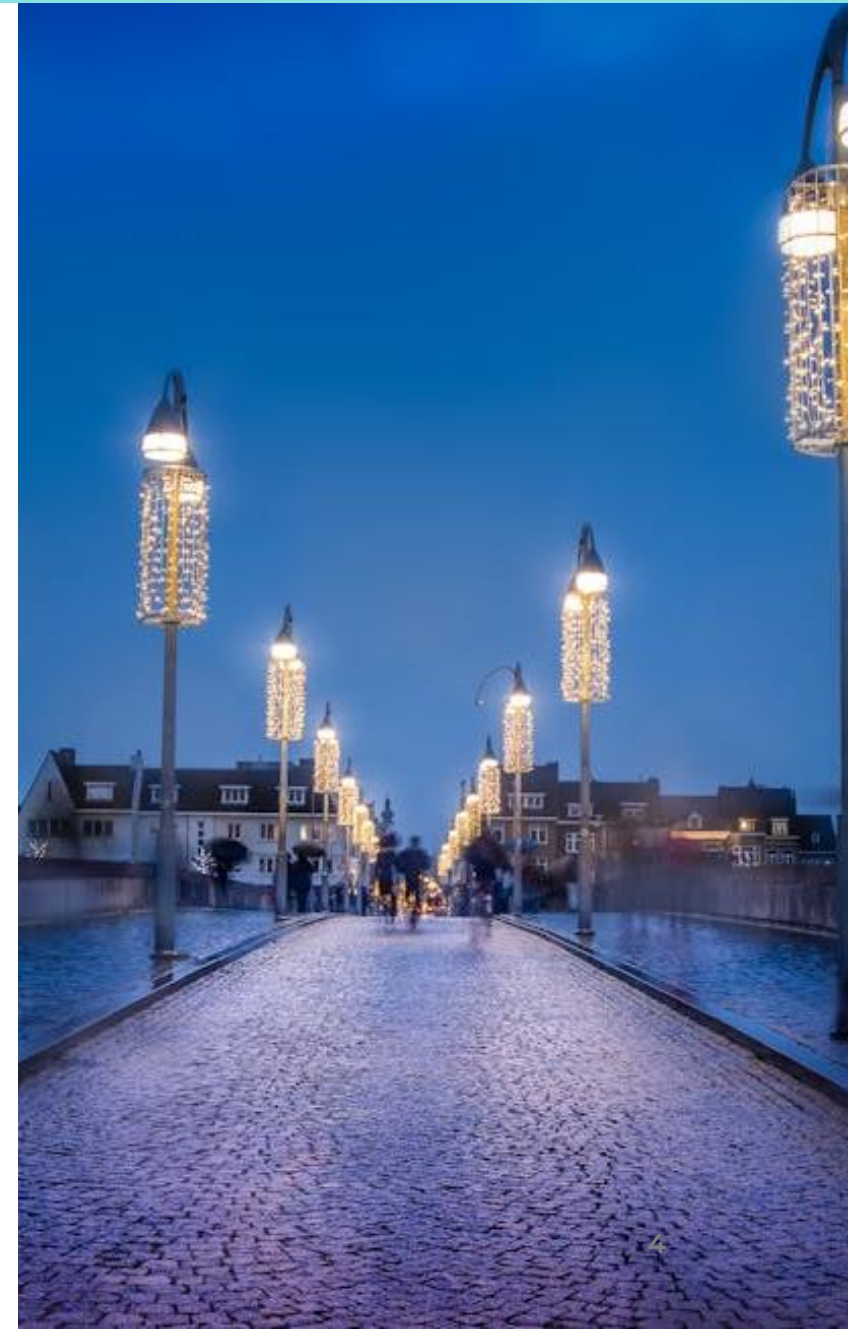
In 2023 heeft Ginder (voorheen: ZKA Leisure Consultants) de marktruimte voor de hotelmarkt in de gemeente Maastricht in kaart gebracht, aan de hand van gegevens over het jaar 2022. Conform het gemeentelijke hotelbeleid vindt de actualisatie van de marktruimte voor de gemeente Maastricht tweejaarlijks plaats.

Deze actualisatie, met gegevens over het jaar 2024, moet plaatsvinden in het licht van de marktontwikkeling, het huidige marktfunctioneren, trends en ontwikkelingen in de sector, in de verschillende marktsegmenten en lokale, regionale en (inter)nationale ontwikkelingen.

Vraagstelling

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

- › Welke structuur heeft de hotelmarkt in Maastricht op dit moment en op welke manier heeft deze zich in de afgelopen jaren ontwikkeld (zowel op het vlak van vraag als aanbod)?
- › Over welke marktruimte voor verdere groei van het aantal hotelkamers beschikt de gemeente Maastricht tot en met 2034?



1.2 METHODIEK

Afbakening hotelmarkt

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

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

Andersoortig verblijf, zoals vakantiewoningen (zoals bij Dormio Resort Maastricht), Bed & Breakfasts of aanbod aan reguliere woningen dat via particuliere verhuursites als airbnb wordt aangeboden maakt geen deel van de definitie. In hoofdstuk 2 gaan we in op de invloed van dit andersoortig aanbod op de hotelmarkt in de gemeente Maastricht en de wijze waarop dit is verwerkt in de marktruimtebepaling.

Methodiek voor huidige marktfunctioneren

Om de huidige stand van zaken van de hotelmarkt kwantitatief in kaart te brengen is in overleg met de gemeente en het kernteam (naast de gemeente Maastricht bestaande uit vertegenwoordigers van de Samenwerkende Hotels Maastricht (SAHOT), Koninklijke Horeca Nederland (KHN), Maastricht Convention Bureau (MCB) en Maastricht

Marketing) gebruik gemaakt van twee elkaar aanvullende bronnen/methodieken:

- › **Ondernemersenquête Ginder.** Alle hotels in Maastricht (wel of geen lid van de SAHOT) zijn gevraagd naar de resultaten over het jaar 2024. Denk hierbij aan vragen over de gemiddelde kamerbezetting, aantal persoonsovernachtingen, marktsegmentatie, gemiddelde gerealiseerde kamerprijs, RevPAR (gemiddelde gerealiseerde logiesopbrengst per beschikbare kamer), herkomst gasten. Dit heeft geleid tot een respons van 39% van de hotels, die samen 63% van alle hotelkamers in Maastricht vertegenwoordigen. Op basis van deze cijfers kunnen representatieve uitspraken worden gedaan over het functioneren van de Maastrichtse hotelmarkt.
- › **Benchmark SAHOT.** De ondernemersenquête is verrijkt met data uit de benchmark van STR. 24 hotels in de gemeente Maastricht participeren in een benchmark van STR waarin bezettingsgraden, gerealiseerde kamerprijzen en de RevPAR worden geregistreerd. De gegevens uit de benchmark van Maastricht zijn door SAHOT beschikbaar gesteld. Met STR is een ‘validatiegesprek’ gevoerd waarin gesproken is over de opbouw, samenstelling en interpretatie van de STR-data.

De combinatie van beide bronnen geeft een compleet en betrouwbaar beeld van het functioneren van de hotelsector in de gemeente Maastricht in het jaar 2024. In aanvulling is een beroep gedaan op openbare bronnen en andere onderzoeken (zoals de gemeentelijke toeristenbelasting, CBS, Hosta HTL en Invast).

Methodiek toekomstperspectief

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

- › **Sessie met SAHOT, KHN, Maastricht Convention Bureau, MECC en Maastricht Marketing.** Ginder heeft een sessie belegd met de belangrijkste stakeholders in het toeristisch-recreatieve ecosysteem om uitgebreid door te praten over de huidige stand van zaken en de verwachtingen voor de komende jaren.
- › **Ambtelijke sessie Gemeente Maastricht.** Ginder heeft tevens een ambtelijk overleg begeleid waarbij ambtenaren aanwezig waren die zich bezig houden met onderwerpen als projectontwikkeling/vastgoed, economie, congressen, cultuur, binnenstad, evenementen, toeristische woningverhuur en toerisme. Met hen is gesproken over de kansen, uitdagingen en ontwikkelingen die in de stad spelen en potentiële effecten hebben op de hotelvraag.
- › **Diepte-interviews met 'key players'** over de regionale en sectorale afbakening. Er is gesproken met de volgende bedrijven: Dormio Resort Maastricht, Van Oys Maastricht Retreat, La Butte Aux Bois en Landal Kasteeldomein De Cauberg. Aanvullend is dit besproken met La Bergère Group.
- › **Diepte-interviews met Visit Zuid-Limburg en de Programma Manager VTE Zuid-Limburg.** Ginder heeft tevens diepte-interviews uitgevoerd met Visit Zuid-Limburg en de Programma Manager VTE Zuid-Limburg over de toeristisch-recreatieve ontwikkelingen op regionaal niveau. Hiertoe heeft gemeente Maastricht input ontvangen

van de regiogemeenten. Verder is door de gemeente en/of Ginder gesproken met Maastricht Undergrond en de Muziekgieterij.

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

Vier scenario's voor marktruimtebepaling

Alle input per marktsegment (toeristisch, zakelijk, MICE¹⁾) heeft, net als in de vorige editie van het marktruimteonderzoek, geleid tot een viertal scenario's. Dit zijn de scenario's **pessimistisch, realistisch, realistisch+** en **optimistisch**. Het scenario **realistisch+** heeft betrekking op de situatie waarin de Einsteintelecoop aan Zuid-Limburg wordt toegekend.

1. MICE = Meetings, Incentives, Conferences en Exhibitions

1.3 LEESWIJZER

De rapportage is als volgt opgebouwd:

- › In **hoofdstuk 2** wordt inzicht gegeven in de huidige stand van zaken. Er is aandacht voor (de ontwikkeling van) het aanbod, de (ontwikkeling van de) hotelvraag, de omvang van de marktsegmenten en overige kenmerken die het functioneren van de hotelsector typeren (zoals bezetting, gerealiseerde kamerprijs en gerealiseerde logiesopbrengst per beschikbare kamer);
- › In **hoofdstuk 3** wordt de marktruimte voor de Maastrichtse hotelmarkt op de middellange termijn (t/m 2034) geraamd. Hierbij worden ontwikkelingen op lokaal en regionaal niveau gekoppeld aan markttrends (toeristisch, economisch) op (inter-)nationaal niveau. De marktruimte wordt uitgedrukt in vier scenario's (realistisch, pessimistisch, optimistisch, optimistisch+);
- › In **hoofdstuk 4** worden conclusies getrokken uit de voorgaande hoofdstukken en worden aanbevelingen geformuleerd voor de Maastrichtse hotelmarkt.

In deze rapportage worden verschillende afkortingen en termen uit de hotellerie gebruikt. Deze worden toegelicht in de begrippenlijst in bijlage 1.



2 Huidige stand van zaken

2.1 AANBOD

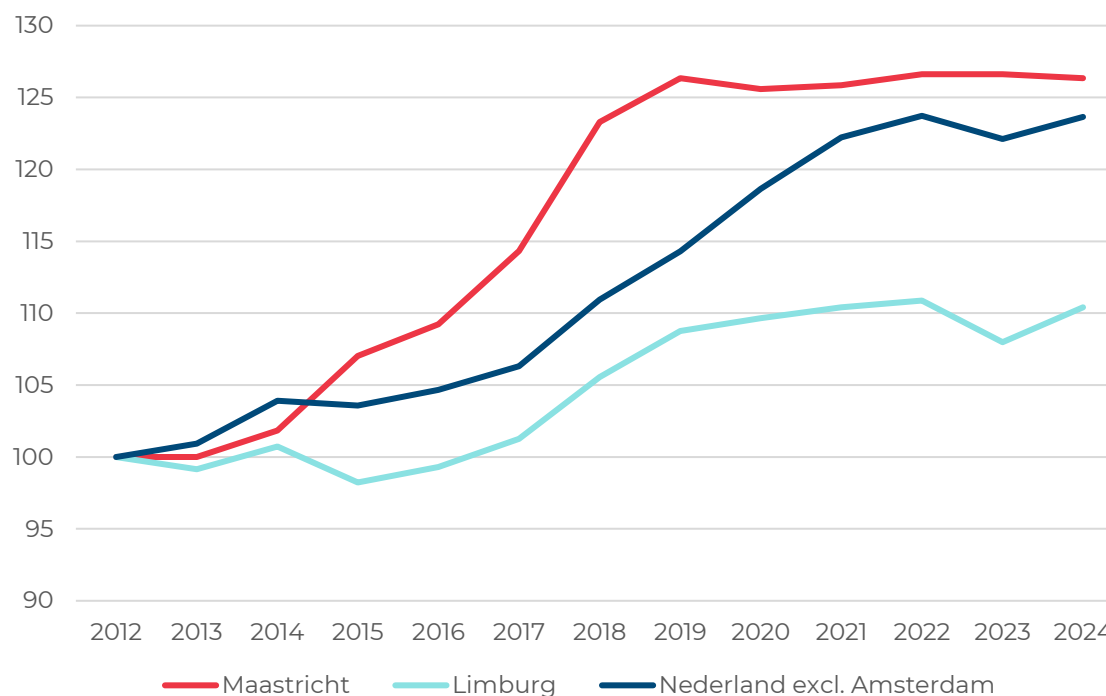
Aanbodontwikkeling stabiel t.o.v. 2022

De gemeente Maastricht beschikte in het jaar 2024 over 61 hotels met een **capaciteit van 2.805 kamers en 6.040 bedden**. De gemiddelde capaciteit per Maastrichts hotel was daarmee circa 46 kamers en 99 slaapplaatsen, ofwel 2,15 slaapplaatsen per kamer. Landelijk is het gemiddelde aantal kamers en slaapplaatsen per hotel lager, namelijk 35 kamers en 76 slaapplaatsen (bron: CBS). De Maastrichtse hotels zijn gemiddeld gezien dus wat groter dan het landelijke beeld, met de kanttekening dat de andere hotelgemeenten die door het CBS worden gemonitord (Amsterdam, Rotterdam, Haarlemmermeer, Utrecht, Den Haag) sterker van het landelijke beeld (met meer capaciteit per hotel) afwijken.¹⁾

Ten opzichte van de situatie van het jaar 2022 is het hotelaanbod stabiel gebleven. Destijds bedroeg het aanbod 2.811 kamers. Desondanks hebben er wel een paar kleine ontwikkelingen plaatsgevonden in het aanbod:

- › Hotel d'Orangerie (22 kamers) is gesloten;
- › Enkele kleinschalige hotels (tot 8 kamers) zijn geopend in 2024 (bv. Chateau Neercanne, Boutique Hotel Darq en Wyck-End Boutique hotel);
- › Daarnaast hebben bij enkele hotels (kleinschalige) uitbreidingen of afnamen van het aantal kamers plaatsgevonden.
- › Hotel Novotel heeft gedurende 2024 een deel van de capaciteit beschikbaar gesteld voor de opvang van statushouders
- › Enkele hotels hebben wegens een verbouwing een deel van de capaciteit niet jaarrond beschikbaar gehad.

Het hotelaanbod in Maastricht is sinds 2019 stabiel. Een stabilisatie is iets wat de Limburgse hotelmarkt in het algemeen kenmerkt, terwijl landelijk gezien het aantal kamers wel gestaag doorgroeit.



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

Bronnen:

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

1. In termen van hotelcapaciteit zijn steden als Eindhoven en Utrecht het meest vergelijkbaar met Maastricht (ca. 2.500-3.000 kamers). Rotterdam en Den Haag hebben ongeveer het dubbele aantal hotelkamers (ca. 7.000). Amsterdam steekt daar ver bovenuit met ca. 42.000 hotelkamers (bron: CBS).

Harde planvoorraad is toegenomen, met name in 5*-segment

De harde planvoorraad (peildatum: voorjaar 2025) omvat vijf plannen met in totaal 405 eenheden (opgave gemeente Maastricht, deskresearch Ginder). Het gaat hierbij zowel om nieuwvestiging als uitbreiding van bestaande hotels. In alle gevallen is de haalbaarheidsstudie definitief, en in de meeste gevallen is de vergunning verleend. Vergunning technisch kunnen deze plannen dus doorgang vinden, al is het niet zeker of dit in alle gevallen ook gaat gebeuren en op welke termijn. Het gaat om de volgende plannen:

- › Boschstraat Grand Hotel (50 kamers);
- › Villa Kanjel: vergunning voor 46 kamers (deels kamers, deels slaapzaal);
- › Palace: 105 hotelkamers en 33 hotelappartementen;
- › Uitbreiding Kruisherhotel in De Stuers en nieuwbouw 52 kamers, 1 kamer vervalt in bestaand gebouw;
- › Van der Valk hotel, positieve haalbaarheidsstudie 2023 (omgevingsvergunning akkoord 113 kamers).

Conform het vigerende toetsingskader voor nieuwe hotelinitiatieven moeten initiatiefnemers aantonen dat een deel van het aantal overnachtingen afkomstig is vanuit eigen hotelvraag. Voor dit deel van de toekomstige vraag is dus geen sprake van verschuiving van de vraag. Per initiatief is naar verwachting ten minste 15% van de hotelvraag afkomstig vanuit eigen vraag. Hiervoor wordt een correctie doorgevoerd in de berekening van de marktruimte, later in dit rapport. In vergelijking met het onderzoek uit 2022 is de planvoorraad toegenomen. Destijds bedroeg de harde planvoorraad ca. 290 kamers.

	Totaal kamers	Kamers regulier	Kamers additioneel
Boschstraat Grand Hotel	56	45	11
Villa Kanjel	46	34	12
Palace	105 + 33	89 + 28	16 + 5
Kruisherhotel	52	52	-
Van der Valk	113	91	22
TOTAAL	405	339	66

Tabel 2.1. Overzicht harde planvoorraad in gemeente Maastricht (bron: gemeente Maastricht)

Naast de harde planvoorraad is er ook nog een (beperkte) zachte planvoorraad. Deze bestaat uit plannen die nog in de ideeënfase verkeren. Doorgang van deze plannen is nog hoogst onzeker, aangezien er nog geen planologische toetsen uitgevoerd zijn. Deze plannen maken geen onderdeel uit van de marktruimteberekening.

2.2 VRAAG

Aantal persoonsovernachtingen in hotels was ca. 1,19 miljoen in 2024

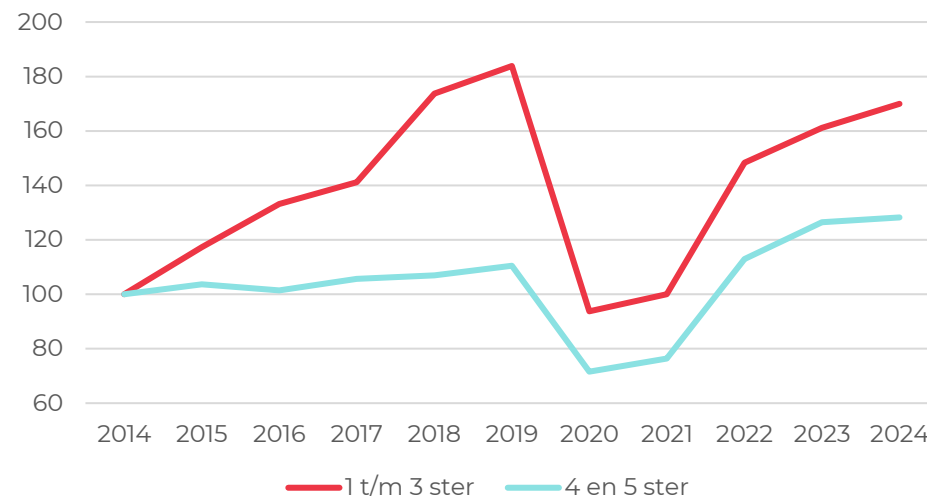
Op basis van de marktsegmenten die de Maastrichtse hotelsector trekt, is het aantal persoonsovernachtingen te ramen. In 2024 was het aantal persoonsovernachtingen in Maastrichtse hotels ca. 1.190.000. Dit betekent een hele lichte stijging van het aantal persoonsovernachtingen ten opzichte van 2022 (bron: vragenlijst Ginder).

Weinig groei in recente jaren in hotels in 4-5*-segment

De figuur rechts laat de ontwikkeling van de toeristenbelasting (op basis van verblijf in hotels 1 t/m 5 sterren) zien. Op totaalniveau bedraagt de jaarlijkse groei van het aantal overnachtingen ca. 3,2% (over de periode 2014-2024). De groei was sterker in de periode 2014-2019 dan in de periode na 2019. De sterkste groei is zichtbaar binnen de categorie '1 t/m 3 ster'. De groei van de categorie '4 en 5' is het minst sterk, met een jaarlijkse gemiddelde groei van 2,5% over de periode 2014-2024. In 2024 vond ca. 75% van alle overnachtingen plaats in de deze categorie (bron: toeristenbelasting gemeente Maastricht, bewerking Ginder).

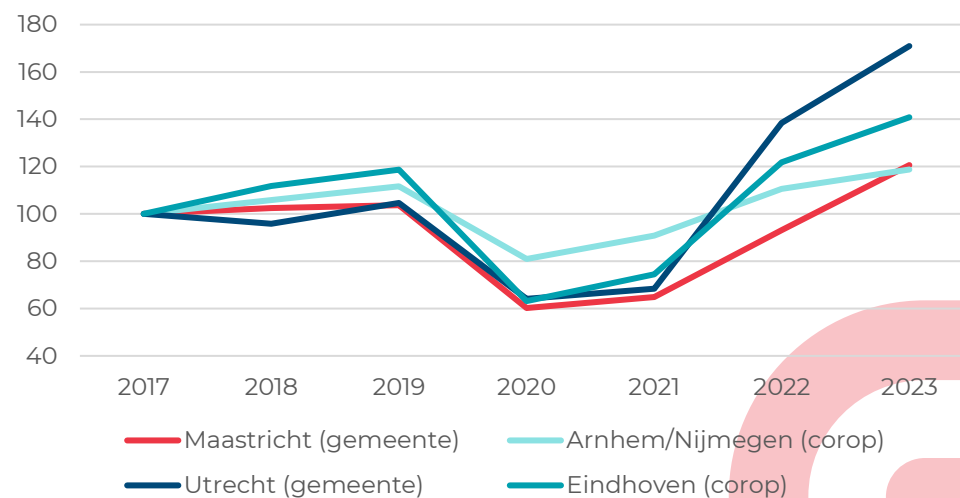
Groei in vergelijkbare steden sterker dan in Maastricht

In vergelijking met een aantal andere Nederlandse steden en/of COROP-regio's met ca. 3.000 hotelkamers valt op dat de groei van het aantal overnachtingen in Maastricht uit de pas loopt met regio's en gemeenten als Utrecht en Eindhoven. Zeker in recente jaren was de vraaggroei in deze steden sterker dan in Maastricht. In beide steden is de afgelopen jaren sterk ingezet op de versterking van het volledige toeristisch product, wat terug te zien is in de vraagontwikkeling (zowel zakelijk als toeristisch). Dit terwijl Maastricht al sinds decennia over een volwassen toeristische markt beschikt. De vraaggroei in Arnhem/ Nijmegen is wel goed vergelijkbaar met Maastricht (bron: CBS en NBTC).



Figuur 2.2. Ontwikkeling aantal persoonsovernachtingen in hotels in Maastricht, in indexcijfers en o.b.v. toeristenbelasting (2014=100)

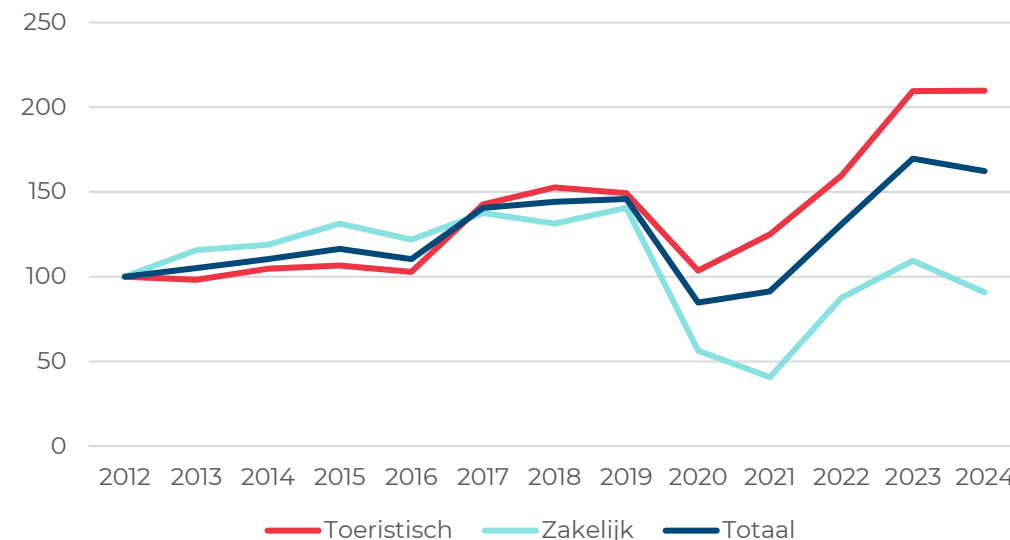
Bron: Gemeente Maastricht, bewerking Ginder.



Figuur 2.3. Benchmark ontwikkeling aantal persoonsovernachtingen in hotels, in indexcijfers en o.b.v. cijfers CBS en NBTC (2017=100)

Nauwelijks groei zakelijke vraag, groei komt volledig vanuit toerisme

Hoewel het totaal aantal overnachtingen in Maastricht tussen 2012 en 2024 met ruim 60% is gegroeid, is er sprake van een sterke splitsing tussen de ontwikkeling van de toeristische en zakelijke vraag naar hotelovernachtingen. De groei van toeristische vraag was zeer sterk met meer dan een verdubbeling in vergelijking met 2012. De vraag naar zakelijke overnachtingen is in deze periode met ca. 10% gedaald. Het aantal zakelijke overnachtingen is vooralsnog niet terug op het niveau van voor de coronapandemie. Het is ook opvallend dat het aantal zakelijke overnachtingen in 2024 is gedaald ten opzichte van 2023, waardoor het onwaarschijnlijk is dat de aantallen zakelijke overnachtingen van voor de coronapandemie de komende jaren weer behaald gaan worden. Dit betekent dat de toeristische markt steeds dominanter wordt in Maastricht (bron: CBS).



Figuur 2.4. Ontwikkeling marktsegmentatie hotelmarkt Maastricht (index ; 2012 = 100)

Bron: Centraal Bureau voor de Statistiek (CBS)

Toeristische segment steeds dominanter

In 2018 was nog ongeveer de helft van de vraag afkomstig uit de toeristische markt. In de 2024 is dit aandeel gegroeid naar 64%. Ook de vraag naar MICE neemt langzaam weer toe na een aantal magere jaren als gevolg van de coronapandemie. De cijfers die Ginder heeft verzameld met de ondernemersenquête zijn in lijn met de cijfers van het CBS.

Steeds groter marktaandeel binnenlandse markt

Tijdens de coronapandemie was reizen naar het buitenland lastiger en om die reden nam het aandeel Nederlandse gasten fors toe, tot meer dan 80%. In 2022 en 2024 ontvingen de Maastrichtse hotels ook nog relatief meer Nederlandse gasten dan in 2019. Met name het aandeel Duitse gasten is lager dan in eerdere jaren. Dit terwijl het marktaandeel van gasten van verder weg juist wel iets toeneemt. Van de gasten uit de categorie ‘overig wereld’ is twee derde afkomstig uit de Verenigde Staten en Canada.

Daarnaast is aan hoteliers gevraagd naar de marktsegmentatie voor specifiek de zakelijke vraag. Hier valt op dat 80% van de zakelijke vraag afkomstig is uit Nederland. Duitsland en België zijn beide goed voor 6% van de zakelijke vraag en de overige 8% zakelijke vraag komt van verder weg.

	2024	2022	2020	2019	2018
Toeristisch	64%	62%	76%	58%	52%
Zakelijk	21%	25%	16%	24%	26%
MICE	15%	13%	8%	18%	22%

Tabel 2.2. Aandeel marktsegmenten in hotelvraag in gemeente Maastricht

Bron: Vragenlijst Ginder

	2024	2022	2020	2019	2018
Nederland	68%	62%	82%	54%	55%
Duitsland	9%	14%	5%	17%	13%
België	11%	14%	8%	15%	15%
Groot-Brittannië	2%	2%	2%	6%	5%
Overig Europa	8%	6%	2%	5%	8%
Overig wereld	6%	2%	1%	5%	4%

Tabel 2.3. Aandeel herkomstmarkten in hotelvraag in gemeente Maastricht

Bron: Vragenlijst Ginder

2.3 MARKTFUNCTIONEREN

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

Kamerbezetting marktconform, groei van de gemiddelde ADR

Op jaarniveau komt de bezetting in 2024 uit op ca. 72% (bron: vragenlijst Ginder). Dit is marktconform, en vergelijkbaar met bezettingscijfers die ook terug te vinden zijn in andere grote steden in Nederland. Het CBS rapporteert voor 2024 een vergelijkbaar percentage. HOSTA HTL en INVAST rapporteren voor 2023 eveneens bezettingscijfers tussen de 70-75% in Maastricht.

Het samenspel met de gemiddelde gerealiseerde kamerprijs bepaalt mede hoe dit bezettingsniveau doorwerkt op de exploitaties van de hotels. Deze was met bijna € 119,- (excl. BTW en ontbijt) hoger dan in 2022 (toen € 113,-) en 2019 (toen € 103,-). De bezetting op jaarniveau wordt dus gekoppeld aan een hogere kamerprijs. Op drukke momenten, zoals tijdens grote evenementen en beurzen, zijn de hotels in staat een hoge kamerprijs te vragen, maar deze is niet altijd volledig in lijn met de kwaliteit van het product. Zeker op minder gunstige locaties is hier sprake van, en dat zorgt automatisch ook voor prijsconcurrentie voor de hotels op betere locaties. Er is te weinig zakelijke vraag om prijsconcurrentie te voorkomen.

De inflatie is de afgelopen jaren hard gestegen. Tussen 2019 en 2024 is de inflatie (gemeten op basis van de Consumenten Prijs Index van het CBS)

toegenomen met 23%, terwijl de ADR van Maastrichtse hotels in deze periode is steeg met 16%. De groei van de ADR blijft dus achter ten opzichte van de inflatie. Gestegen kosten voor arbeid, energie en inkoop zorgen ervoor dat hotels tegenwoordig een hogere bezetting en ADR nodig hebben om voldoende financiële middelen over te houden voor de noodzakelijke herinvesteringen.

RevPAR licht gestegen, maar voor veel hoteliers te laag

De gemiddelde gerealiseerde logiesopbrengst per beschikbare kamer (RevPAR) komt, gegeven deze cijfers, op bijna € 86,- uit. In 2019 was de RevPAR € 72,-. De RevPAR is dus aanzienlijk hoger dan in de jaren voor de pandemie. Aan hoteliers is gevraagd naar de RevPAR die ze minimaal nodig hebben voor een voor een duurzame en rendabele exploitatie. Het merendeel van de hoteliers had in 2024 een RevPAR die lager ligt dan de zelf aangegeven minimum RevPAR. Gezien de mogelijke verhoging van het BTW tarief en de afhankelijkheid van de evenementen van André Rieu zijn zowel een groei van de bezetting als de ADR onzeker.

Bezetting	2023	2024
CBS	74%	71%
HOSTA HTL	71%	-
INVAST	75%	-
STR	64%	66%
GINDER	-	72%

Tabel 2.4. Bezettingscijfers hotelmarkt gemeente Maastricht

Bron: Verschillende bronnen

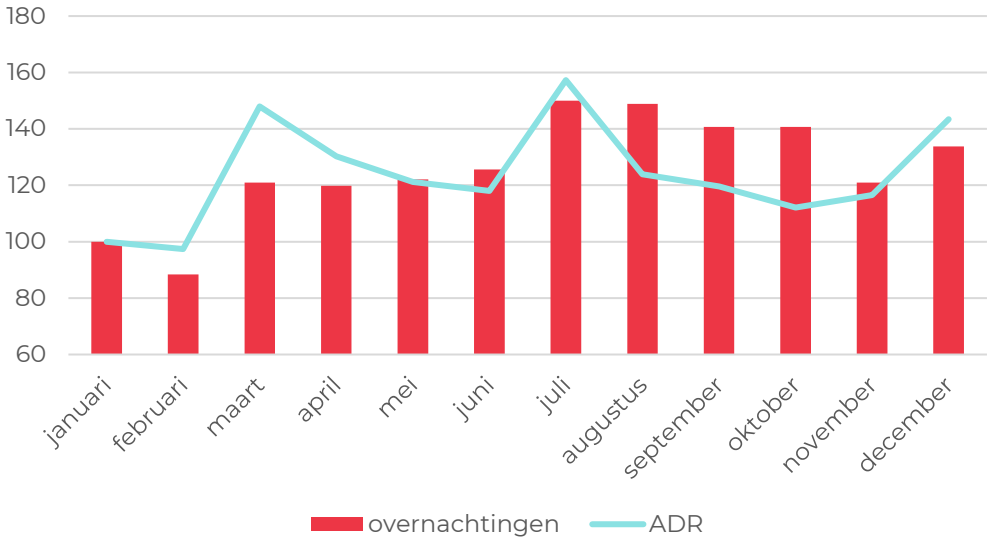
ADR met name hoog tijdens grote evenementen

Tijdens enkele weken over het jaar is de ADR in Maastricht zeer hoog. Dit is het geval tijdens:

- › TEFAF in maart;
- › De concerten van Andre Rieu in juli;
- › Magisch Maastricht in december.

In deze maanden is dan ook direct een flinke sprong van enkele tientallen procenten te zien in het aantal overnachtingen en de ADR in vergelijking met de maand daarvoor. Dit toont het belang aan van de evenementen voor Maastrichtse hotelmarkt, maar ook de kwetsbaarheid daarvan.

In vergelijking met andere grote hotelsteden in Nederland stijgt de ADR in Maastricht het minst hard in de periode 2012-2023 (bron: Hosta HTL). In hotelsteden als Amsterdam en Den Haag zijn in staat hun ADR het hardst te laten stijgen, mede doordat in deze steden een goede basis is voor zowel toeristische, zakelijke en MICE gerelateerde vraag.



Figuur 2.5. Ontwikkeling overnachtingen en ADR 2024 op maandbasis in Maastricht
Bron: Centraal Bureau voor de Statistiek (CBS) en STR

	2012	2019	2023	Jaarlijkse groei ADR 2012-2023
Amsterdam	€ 118	€ 151	€ 205	5,1%
Rotterdam	€ 87	€ 106	€ 131	3,8%
Den Haag	€ 91	€ 96	€ 143	4,2%
Utrecht	€ 93	€ 101	€ 134	3,4%
Eindhoven	€ 80	€ 92	€ 118	3,6%
Maastricht	€ 93	€ 105	€ 133	3,3%

Tabel 2.5. Groei ADR in verschillende grote hotelsteden
Bron: Verschillende jaargangen HOSTA, van Horwath HTL

2.4 ZORGEN EN AMBITIES

Veel zorgen over nieuwe hotelplannen en belastingdruk

Aan hoteliers is in de enquête gevraagd waar ze zich het meeste zorgen over maken met betrekking tot hun hotel¹⁾. Nieuwe hotelplannen in Maastricht werden het vaakst genoemd door hoteliers als grootste zorgpunt (28%), gevolgd door toenemende belastingdruk (21%) en de ontwikkeling van de vraag en prijzen (17%). Overige zorgpunten werden minder vaak genoemd. Slechts een enkele hotelier maakt zich helemaal geen zorgen over de toekomst.

Daarnaast is aan hoteliers gevraagd of ze de afgelopen jaren of de komende jaren diepte-investeringen hebben gedaan of van plan zijn te doen om de kwaliteit van hun hotel te verbeteren. Zo'n 60% van de hoteliers geeft aan dit te hebben gedaan of te gaan doen. De investeringen hebben betrekking op o.a. renovatie van de hotelkamers, badkamers, openbare ruimte, complete FF&E en OSE, nieuwe warmtepomp en zonnepanelen. Dit betekent echter ook dat 40% van de hoteliers geen diepte investeringen heeft gedaan of van plan is te gaan doen.

Gevraagd is naar de ambities van de hoteliers met hun hotel. Ondanks de zorgen die verschillende hoteliers hebben over nieuwe hotelplannen, geeft circa 20% van de respondenten aan het hotel uit te willen breiden. 44% van de respondenten ambieert een kwaliteitsverbetering. Zo'n 20% wil weinig veranderen. Een kleine minderheid heeft de wens zijn of haar hotel binnen 5 jaar te verkopen of te beëindigen.

1. Hoteliers konden een top-3 zorgpunten aangeven uit een voorgeprogrammeerde lijst met mogelijke zorgen. Ook konden ze in een open-antwoord andere zorgpunten aandragen.

Zorg	Percentage
Nieuwe hotelplannen in de gemeente Maastricht	28%
Toenemende belastingdruk (bv. mogelijke verhoging BTW, toeristenbelasting)	21%
Ontwikkeling van de vraag en prijzen	17%
Ontwikkeling van andere vormen van logies in de gemeente Maastricht (zoals Airbnb, B&B's, vakantiewonigen etc)	13%
Personeelsgebonden aangelegenheden	11%
Concurrentie van logiesaanbod in naburige gemeenten	4%
Bedrijfsopvolging/verkoop bij naderend pensioen	2%
Ik maak mij geen zorgen om de toekomst	2%
Anders	2%
Concurrentie uit het buitenland (bijv. goedkope reizen met budgetvliegmaatschappijen)	0%
Financieringsmogelijkheden bij de bank	0%
De kwaliteit van de directe fysieke omgeving rondom mijn hotel	0%
Wet- en regelgeving	0%

Tabel 2.6. Zorgpunten van hoteliers in gemeente Maastricht

Bron: Vragenlijst Ginder

Ambitie	percentage
Ik wil de kwaliteit verbeteren	44%
Ik wil het hotel uitbreiden	19%
Ik wil weinig veranderen	19%
Ik wil de kwaliteit verbeteren en het hotel uitbreiden	13%
Ik wil het hotel binnen 5 jaar verkopen of beëindigen	6%

Tabel 2.7. Ambities van hoteliers in gemeente Maastricht

Bron: Vragenlijst Ginder

2.5 IMPACT REGIO EN ANDERE LOGIESTYPEN

De antwoorden van de hoteliers op de ondernemersenquête en de gesprekken met 'key players' geven inzicht in de invloed van het regionale logiesaanbod op de hotelmarkt in de gemeente Maastricht. In essentie gaat het om de vraag of hotels en andersoortige accommodaties in Maastricht en directe omgeving gasten accommoderen die Maastricht als primaire verblijfsmotief hebben.

Grote evenementen zorgen voor piekvraag

De grote evenementen zorgen voor een piekvraag en een prijsopdrijvend effect. Gedurende deze piekmomenten vormt andersoortig aanbod een aanvulling en alternatief op het verblijf in Maastricht of daarbuiten. Een deel van de reguliere vraag naar hotelovernachtingen wordt op deze momenten opgevangen door ander aanbod in Maastricht of daarbuiten. Zo verblijft een deel van de standhouders tijdens beurzen in de woningen en appartementen van Dormio Resort Maastricht (en op vakantieparken buiten Maastricht) en wordt MICE-vraag naar verwachting belangrijk en groot voor Vanoys Maastricht Retreat gezien de korte afstand tot het MECC. Ook in andere gemeenten in Zuid-Limburg wordt geprofiteerd van de piekvraag tijdens de grote evenementen (bron: ervaringen Ginder bij eerdere marktanalyses in de regio Maastricht en interviews Landal Kasteeldomein de Cauberg en La Butte aux Bois).

Andere logiesvormen in de gemeente Maastricht

13% van de respondenten gaf in de ondernemersenquête aan dat 'ontwikkeling van andere logiesvormen in de gemeente Maastricht, zoals airbnb, B&B, vakantiewoningen, etc.' een belangrijk zorgpunt is. B&B's en reguliere woningen die via platforms als airbnb worden verhuurd is vaak tijdsafhankelijk en kan ook op piekmomenten voor extra verblijfs-capaciteit zorgen. Dit aanbod biedt ook mogelijkheden om andere

markten aan te spreken. Op 1 oktober 2022 is gemeente Maastricht gestart met de registratieplicht voor B&B en reguliere woningen. Tussen oktober 2023 (299 registraties) en februari 2025 (348 registraties) zijn per saldo 49 extra locaties (+16%) geregistreerd als guesthouse (verhuur van maximaal 2 kamers, wat gedurende het hele jaar is toegestaan) of als hele woning (wat maximaal 60 dagen per jaar is toegestaan) (bron: opgave gemeente Maastricht). Het afgelopen jaar stabiliseerde het aantal registraties. Rekenend met 2 kamers per registratie en een jaarronde bezetting van 15-30% (bron: ervaringscijfers Ginder) heeft dit aanbod een aandeel van 5-10% in de totale vraag naar hotels, B&B en particulier aanbod. Dit aandeel is herkenbaar met en conform onze ervaringscijfers elders (bron: ervaringscijfers Ginder).

Korte afstand en een marketing met een focus op Maastricht

Buiten de momenten met piekvraag heeft het andersoortig en regionaal aanbod impact op de Maastrichtse hotelmarkt als sprake is van een korte afstand tot Maastricht (circa 10-15 autominuten) en een professionele marketing met een duidelijke focus op de bestemming Maastricht. In dat geval is de kans groter dat een gast specifiek komt voor de stad Maastricht, maar net buiten de gemeente of in andersoortig aanbod verblijft. Dormio Resort Maastricht en Vanoys Maastricht Retreat voldoen hieraan. Maastricht is opgenomen in de naam van beide bedrijven. Vanoys ligt op circa 10 autominuten van het MECC en op circa 15 autominuten van de Maastrichtse binnenstad. Dormio ligt in de gemeente en is, zoals gezegd, een alternatief tijdens beurzen en richt zich buiten deze momenten als city resort onder andere op citytripper of de groepsmarkt. Dormio heeft zo'n 80 2- en 4-persoons woningen die concurrerend zijn met de Maastrichtse hotelmarkt.

In de interviews met Landal Kasteeldomein de Cauberg en La Butte aux Bois kwam duidelijk naar voren dat zij andere (niet stedelijke) kwaliteiten bieden; groen, heuvels, rust, privacy. Een deel van de gasten die verblijven bij Landal Kasteeldomein de Cauberg en La Butte aux Bois bezoekt Maastricht voor een dag(deel). Maar Maastricht is niet de hoofdaanleiding tot verblijf en gasten gaan ook naar Belgisch-Limburg, stedenbezoeken Aken en Luik, attracties in Parkstad-Limburg, fietsen en wandelen in het Heuvelland, etc. Beoordeling van websites van logiesaccommodaties in Zuid-Limburg bevestigt dit beeld. Op deze websites zijn vaak uiteenlopende dagrecreatieve mogelijkheden in de Euregio getoond, waaronder de stad Maastricht.

Beperkte invloed van campings en groepsaccommodaties

Hotels en vakantieparken met 2- en 4-persoonswoningen/-appartementen, indien op korte afstand van Maastricht gelegen en een marketing gericht op stad, hebben enige invloed op de hotelmarkt in Maastricht. Dit komt voort uit de gesprekken met de 'key players', en is bovendien in lijn met ondernemersenquête waar 4% van de respondenten aangaf 'concurrentie van logiesaanbod in naburige gemeente' als groot zorgpunt te zien.

Campings, camperplaatsen en groepsaccommodaties hebben daarentegen geen of een zeer beperkte invloed op de hotelmarkt in Maastricht. Zij hanteren lagere prijzen, richten zich op grotere groepen en zijn vaak ruimtelijk opgezet gericht op de groene en glooiende omgeving. Ook hotels in andere delen van Zuid-Limburg bieden andere kwaliteiten en positioneren zich anders dan stedelijke hotels in Maastricht.

Conclusie; enige mate van 'weglek-effect', maar impact op bezetting is beperkt

Ondanks de aanwezigheid van alternatieve logies in en buiten Maastricht is de gemiddelde bezetting van de Maastrichtse hotelmarkt marktconform. Hoewel er in enige mate een 'weglek-effect' optreedt, leidt dit niet tot een bezettingsgraad die onder het marktgemiddelde zakt. Desondanks blijft regionale afstemming wel noodzakelijk om ervoor te zorgen dat mogelijke nieuwe hotelinitiatieven over de gemeentegrens een eigen doelgroep aanspreken en niet voor grote en ongewenste concurrentie zorgen voor de hotellerie in Maastricht.



Effecten impact regio en andere logiestypen op de marktruimtebepaling

Een deel van de reguliere vraaggroei komt niet bij de hotels in Maastricht terecht, maar lekt weg naar ander aanbod in Maastricht (zoals Dormio Resorts, het stijgende aanbod aan B&B's en particulier toeristisch verhuur) of net buiten de gemeente zoals het nieuwe Vanoy's Maastricht Retreat. Dit zijn, vergeleken met de marktanalyse en marktruimtebepaling in 2023, voortschrijdende inzichten. In het volgende hoofdstuk (berekening marktruimte) zijn deze voortschrijdende inzichten verwerkt in de groeiverwachtingen. Ten opzichte van 2023 zijn deze groeiverwachtingen iets naar beneden bijgesteld. Dit betekent derhalve dat een deel van de reguliere vraaggroei naar Maastrichtse hotels in ander aanbod terecht komt en niet bij hotels in Maastricht.

3 Marktruimte



3.1. INLEIDING

In dit hoofdstuk is aandacht voor de marktruimte op de Maastrichtse hotelmarkt. De raming heeft betrekking op de periode tot en met 2034. Als basis voor de raming geldt het huidige marktfunctioneren en de verwachtingen per marktsegment voor de komende jaren.

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

Vervolgens wordt het ontwikkelperspectief per marktsegment beredeneerd (3.3.) en de marktruimte geraamd (3.4.). Bij de marktruimtebepaling wordt rekening gehouden met het marktfunctioneren van het aanbod en recente concurrerende aanbodtoevoegingen in Maastricht en directe omgeving.

Viertal scenario's voor marktruimte

In dit rapport worden vier scenario's uitgewerkt:

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



3.2. ONTWIKKELINGEN KOMENDE JAREN

Toeristisch marktsegment

Sectoraal

- › NBTC actualiseerde onlangs de toekomstige vraagverwachtingen. De verwachting in de Forecast 2035 van het NBTC is dat het aantal verblijfs gasten in Limburg groeit met 8% (binnenlands toerisme) en 25% (inkomend toerisme). Daarmee komt de totale vraaggroei (gemiddelde binnenlands en inkomend toerisme) uit op ca. 1,5%. Deze verwachtingen voor Limburg zijn lager dan de landelijke prognoses van het NBTC
- › Ook de Wereld Toerisme Organisatie van de Verenigde Naties (UNWTO) is positief, met een verwachte groei van het internationale toerisme 3 tot 5% voor 2025 ten opzichte van 2024. Daarmee verwacht het UNWTO dat het toerisme in Europa in 2024/2025 terugkeert op het niveau van vóór de coronapandemie, en dat het internationale toerisme de komende jaren gestaag doorgroeit. Wel verwacht het UNWTO dat gasten onder invloed van economische ontwikkelingen op de prijzen zullen letten en vaker dicht bij huis zullen blijven. Deze ontwikkeling blijft naar verwachting ook voor de eerstvolgende jaren relevant, gezien de ontwikkeling op belangrijke economische indicatoren (o.m. hoge inflatie, teruglopende groei BBP).

Regionaal en lokaal

- › Op lokaal niveau wordt een campagne gevoerd door Maastricht Marketing gericht op bezoekers die passen bij het profiel van Maastricht; het goede leven verkopen (horeca, winkels, cultuur) met als doel de verblijfsduur te verlengen en ook regio te bezoeken. De Michelin Gids Ceremonie, een evenement dat in oktober plaatsvindt in het MECC (ook de komende jaren) past goed bij dit profiel en de culinaire

signatuur van Maastricht.

- › Hoewel door de gemeente en partners wordt gewerkt aan het verbeteren van de disbalans tussen toeristisch bezoek in het weekend en doordeweeks, blijft deze naar verwachting de komende jaren bestaan. De hotelsector ziet wel steeds meer *digital nomads* doordeweeks komen, die werk met ontspanning combineren. Dit kwam ook terug in gesprek met het kernteam. Bleisure, de mix van 'business' en 'leisure' wordt gezien als kansrijke markt. Het gaat om zakelijke gasten die hun bezoek aan de stad combineren met een privébezoek. Extra geld is beschikbaar gesteld voor Maastricht Marketing om deze nieuwe doelgroep aan te boren.
- › Er is een uitdaging voor het aantrekken van grote, terugkerende evenementen. Naast André Rieu en Magisch Maastricht kent Maastricht meer beeldbepalende evenementen, zoals Amstel Gold Race en Tefaf (contract loopt tot en met 2028). Het is zaak om voldoende vernieuwing te blijven bieden, zoals de theaterproducties van Lucas & Arthur Jussen.
- › In de gemeente Maastricht zijn een aantal ontwikkelingen actueel die de komende jaren naar verwachting zorgen voor meer bezoekers en overnachtingen. Het Natuurhistorisch museum krijgt een grondige make over. Hiermee moet het museum op een duurzame manier doorgroeien als enige echte familiemuseum in Maastricht. Doel is een verdubbeling van het aantal bezoeken. Op dit moment komt meer dan 80% van de bezoeken van buiten Maastricht. De Muziekgieterij, het grootste poppodium in de Euregio, gaat ook uit van stijging van het bezoekersaantal. Veel bezoek komt van verder dan 1 uur rijden van Maastricht en veel bezoekers blijven overnachten. Ook heeft de Muziekgieterij aangegeven een goede camping te missen.

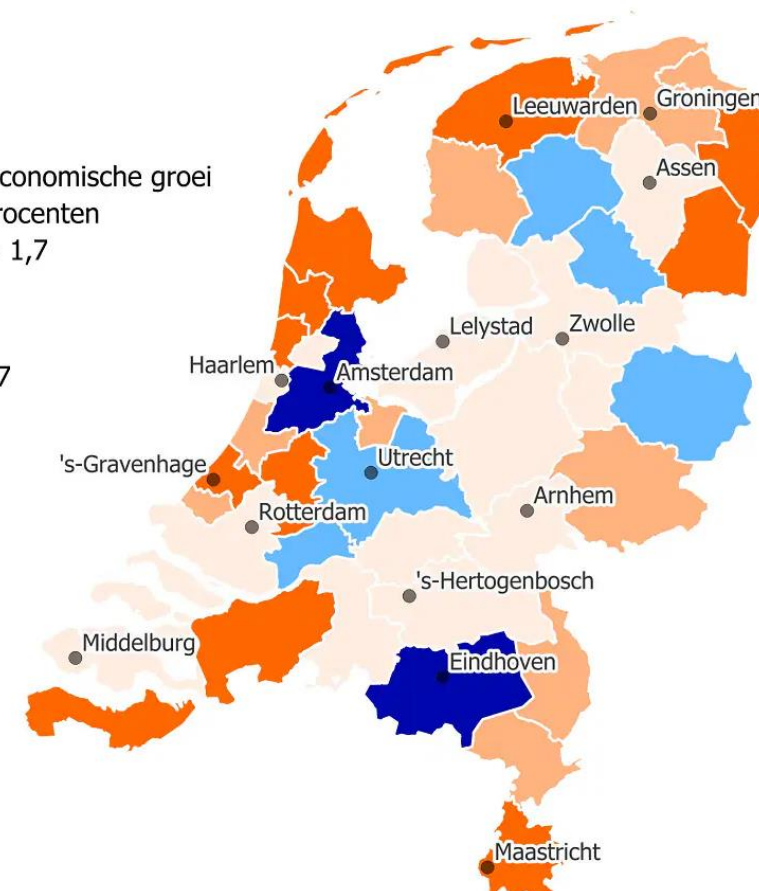
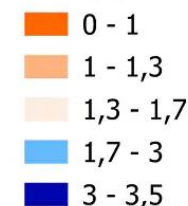
- Op regionaal niveau zijn er diverse ontwikkelingen, zoals Grenspark Jeker & Maas en RivierPark Maasvallei. Grenspark Jeker & Maas bestaat uit verschillende toeristische initiatieven met onder andere wandelhangbrug Vialta, fietstunnel Jeker – Maasvallei als onderdeel van de grensoverschrijdende hoogkwalitatieve fietsroute met verschillende belevingselementen (tunnel, onder de grond), de herontwikkeling van de ENCI Groeve met onder ander beleefpad Levend Krijt. Maastricht neemt deel aan deze regionale initiatieven, die het dagrecreatieve product in de regio versterken. Naar verwachting zijn de directe effecten op de hotelsector in Maastricht beperkt, daar de verschillende gebieden in Zuid-Limburg hun eigen gast hebben die in lokale accommodaties verblijven. Indirect profiteren het toerisme in Maastricht van dergelijke regionale en grensoverschrijdende initiatieven. Dit komt de verblijfsduur ten goede.

Zakelijk marktsegment

Sectoraal

- De ontwikkeling van de zakelijke hotelvraag is sterk afhankelijk van de ontwikkeling op de belangrijkste economische indicatoren. In de meest recente actualisatie van de verkenning op middellange termijn (CEP 2025, februari 2025) heeft het Centraal Planbureau (CPB) voorspeld dat de groei van het bruto binnenlands product in de periode 2026-2029 (groei van 1,4%) en de periode 2030-2033 (groei van 0,9%) terugvalt ten opzichte van de periode 2022-2025 (groei van 2,0%). Prognoses voor 2025 van RaboResearch tonen dat de verwachtingen voor Zuid-Limburg lager zijn dan de landelijke voorspellingen.
- De hoge inflatie leidt tot gedragsveranderingen bij consumenten en bedrijven. De verwachting is wel dat de inflatie in de komende jaren terugzakt naar een niveau rond 2% (bron: Centraal Planbureau,

Verwachte economische groei
in 2025 in procenten
Nederland = 1,7



Figuur 3.1. Verwachte economische groei in procenten

Bron: RaboResearch

Regionaal en lokaal

- › Digitaal en op afstand werken is bij steeds meer bedrijven gemeengoed geworden. Het aantal werknemers dat voor een zakelijke afspraak het vliegtuig, auto of OV neemt en blijft overnachten, is daarom gedaald ten opzichte van de jaren voor de coronapandemie.
- › Bedrijven kiezen vaker voor een (hoofd-)kantoor als ontmoetingsplek, vlakbij hotels, stations, restaurants en bij voorkeur in een historische omgeving. De komst van DSM naar Maastricht is ook in dat licht te bezien en meer (kleinere) bedrijven zijn hier mee bezig. Dit zal voor iets meer zakelijke vraag gaan zorgen. Het effect op het aantal overnachtingen zal voorlopig nog beperkt zijn.
- › Voor Maastricht Health Campus is een business case in ontwikkeling. Verwacht wordt een toename van 2.500 (buitenlandse) werknemers tot en met 2035, een groei van 8% per jaar, bijvoorbeeld voor onderzoeksinstituten. Vanwege de kandidaatstelling van de Einstein Telescope (zie onder) zijn al onderzoeksinstituten gevestigd in Maastricht.
- › In 2026 valt het besluit waar de Einstein Telescope gebouwd wordt. Het grensgebied van Duitsland, Nederland en België is samen in de race. Indien dit gebied wordt gekozen, vestigen grote aantallen wetenschappers en hun gezinnen zich in de regio. Dat heeft ook automatisch gevolgen voor de zakelijke vraag in Maastricht. Dit effect speelt meer op de middellange termijn, al is er ook in de huidige voorfase een bescheiden impuls plaats voor de zakelijke vraag. Deze impuls blijft naar verwachting aanwezig in Maastricht ongeacht de Einstein-telescoop uiteindelijk wel/niet naar Zuid-Limburg komt.

MICE-marktsegment

Sectoraal

- › Wereldwijd zijn de verwachtingen voor de congresmarkt verbeterd. In de Verenigde Staten werd in 2023 een groei van de congresmarkt ten opzichte van 2019 van 6% verwacht, in 2024 zelfs 29% (bron: U.S. Meetings Recovery Forecast).
- › In Europa is de sector positiever dan in het afgelopen jaar. Uit de Meeting en Event Forecast, gebaseerd op input van sales- en eventcoördinatoren, revenue managers van hotels, congres- en evenement locaties komt dat 65% van de respondenten in Europa verwacht dat de vergaderuitgaven stijgen in 2025 tegenover 57% in 2024.

Regionaal en lokaal

- › In de afgelopen jaren is het MECC Maastricht verbouwd. De capaciteit is toegenomen van 3.000 naar 5.000 bezoekers. Het MECC heeft door deze capaciteitsuitbreiding mogelijkheden om grotere congressen te plannen en meerdere congressen gelijktijdig. Het doel is om, samen met Maastricht Convention Bureau (MCB), meerdaagse internationale midweekse congressen aan te trekken.
- › Er is een positieve ontwikkeling zichtbaar van het aantal congressen in Maastricht. In februari 2025 wordt gerekend op de komst van 28 congressen en symposia in 2025 (de helft daarvan in Q2), waar dit aantal in 2024 op 22 lag (bron: MCB). Voor 2026 is de congresagenda ook goed gevuld. Voor 2025, 2026 en verder staan diverse bids uit en kunnen er nieuwe congressen bijgeboekt worden. Gezien de lange leadtimes wordt al geworven voor de langere termijn met een scope tot 2032.

- › Het acquisitiebudget voor het MCB is structureel gestegen. Ook ontvangt het MCB aanvullend budget van Provincie Limburg en de gemeenten Venlo, Sittard-Geleen en Heerlen voor het aanhaken van hun sterke kennisclusters van de Brightlands Campussen aan congressen.
- › De MICE markt gaat gepaard met (internationale) concurrentie en lange leadtimes. Er wordt door het MCB een sectorgebaseerde benadering gevolgd vanuit de specifieke thema's van de Brightlands Campussen: health (Maastricht), chemie (Sittard-Geleen), data science (Heerlen) en food, nutrition en agribusiness (Venlo). De kracht van Brightlands als samenhangend en samenwerkend geheel van bedrijven, onderwijs- en onderzoeksinstituten en overheden wordt benut om meer congressen naar Limburg te halen. Dit wordt ook door Provincie Limburg als kans gezien en is genoemd in het provinciale beleidskader 2024-2027, werken aan een toekomstbestendige economie.
- › Gezien deze provinciebrede samenwerking is de transitie ingezet om MCB op te schalen naar een regionaal convention bureau. Doel is de aantrekkingskracht voor internationale congressen te vergroten met meer omzetkansen, een sterkere kenniseconomie en een grotere economische impact.
- › Grotere congressen die niet passen in Sittard-Geleen, Heerlen of Venlo vinden in Maastricht plaats vanwege de capaciteit van het MECC. Dit gaat een belangrijke impuls geven aan de overnachtingen in het MICE segment in Maastricht. Overigens kunnen bij dergelijke grotere congressen ook de andere campussen en gemeenten profiteren,

bijvoorbeeld als gevolg van site events gekoppeld aan het hoofdonderdeel.

- › De eerste resultaten van deze sectorgebaseerde benadering zijn zichtbaar door het binnenhalen van specialistische congressen gekoppeld aan de genoemde thema's.
- › Vanuit de congresmarkt zijn kritische geluiden over de omvang en het niveau van de Maastrichtse hotels te horen. Bij grote aanvragen blokt het MECC een aantal hotelkamers. Een deel van de vraag spitst zich toe op het hoogwaardige hotelaanbod. De nieuwe en lopende hotelontwikkelingen leveren hier een bijdrage aan.
- › Tegelijkertijd zijn de randvoorwaarden in Maastricht in principe in orde. Restaurants zijn op loopafstand van hotels, daarbij beschikt de stad over drie sterrenrestaurants en vijf restaurants met een Bib Gourmand.
- › De beslissing over de toekenning van de Einsteintelescope is ook voor de Maastrichtse MICE-markt zeer belangrijk. De verwachting is dat bij toekenning Maastricht op diverse extra congressen kan rekenen.

3.3. PERSPECTIEF PER MARKTSEGMENT

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

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

In deze groeicijfers is rekening gehouden met de effecten van andersoortig aanbod en hotelaanbod over de gemeentegrens. In hoofdstuk 2 is toegelicht dat een deel van de reguliere vraaggroei weglekt naar ander aanbod in Maastricht of daarbuiten, zeker op piekmomenten zoals tijdens evenementen. Het is niet mogelijk om dit 'weglek-effect' volledig te kwantificeren. Hiermee is wel rekening gehouden door de groeipercentages – vergeleken met de vorige doorrekening – naar beneden bij te stellen voor toerisme en de zakelijk individuele vraag. Op deze wijze wordt rekening gehouden dat een deel van de reguliere vraaggroei naar Maastrichtse hotels in ander aanbod en niet bij hotels in Maastricht terechtkomt.

Hoewel het nog niet bevestigd is, is de kans groot dat het komende jaar het Btw-tarief op logies wordt verhoogd naar 21%. Dat raakt hotels in de Euregio. De concurrentiepositie wordt negatief beïnvloed, doordat hotels over de grens (bv. in Aken of Luik) relatief aantrekkelijker worden in termen van prijs. Hoteliers zullen proberen de Btw-verhoging te verwerken in de prijzen, met als gevolg lagere marges op de korte termijn. De mogelijkheid van de Btw-verhoging is niet gerelateerd aan een enkel scenario, maar werkt door in de groeicijfers van alle scenario's. Dit is een belangrijke reden dat de groeiverwachtingen lager uitvallen dan in het vorige onderzoek.



Scenario	Toeristisch	Zakelijk	MICE
Pessimistisch	1%	-0,5%	1,5%
Realistisch	1,4%	0%	2,5%
Realistisch+	1,4%	3%	2,5%
Optimistisch	1,8%	,5%	3,5%

Tabel 3.1. Prognose gemiddelde groei per marktsegment en scenario t/m 2034 in gemeente Maastricht

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

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

Pessimistisch scenario

In het pessimistische scenario hanteren we de volgende uitgangspunten:

- › De **toeristische markt** blijft zeer belangrijk voor Maastricht in de komende jaren. Het is nog onzeker of alle beeldbepalende evenementen, die een grote invloed hebben op het functioneren van de hotelmarkt, gedurende deze periode behouden blijven en/of met vergelijkbare evenementen worden vervangen. Bovendien zijn er geen grootschalige ontwikkelingen actueel die zorgen voor een substantiële toeristische vraaggroei. De groeimogelijkheden schatten we hierdoor beperkt in (onder het provinciale gemiddelde).
- › Wat betreft de **zakelijke markt** verwachten we in het pessimistische scenario een lichte daling, onder invloed van de licht terugvallende economische groei en de geopolitieke onrust. Ook is dit gebaseerd op het ontbreken van concrete en actuele nieuwe bedrijven/hoofdkantoren (anders dan bedrijven vooral ingezet als ontmoetingsplaats voor werknemers) die hotelvraag met zich mee brengen (gasten, relaties, werknemers)
- › Op de **MICE-markt** verwachten we in dit scenario een lichte groei. Langzaam maar zeker slaagt MECC Maastricht erin om meer congressen, beurzen en evenementen aan zich te binden, met name in latere fases.

Realistisch scenario

Het realistische scenario is gestoeld op de volgende uitgangspunten:

- › In het realistische scenario gaan we ervan uit dat de **toeristische markt** blijft groeien. De huidige beeldbepalende evenementen blijven nog zeker enkele jaren bijdragen aan de hotelvraag in Maastricht. Tegelijkertijd komen er nieuwe (theater)evenementen, bestaand en nieuw aanbod wordt (door)ontwikkeld in Maastricht en directe (groene) omgeving en nieuwe markten als 'bleisure' worden aangesproken.
- › Voor de **zakelijke markt** is een stabilisatie van het aantal zakelijke overnachtingen (groei van 0%) per jaar het uitgangspunt. Er komt een einde aan de daling van de zakelijke vraag. Enerzijds is een groei van de Health Campus voorzien en is er een kleine spin off zichtbaar in de huidige (kandidaats)fase voor de Einstein Telescope. Er is tegelijkertijd weinig nieuwe (bedrijfs)aanbod in beeld en digitaal vergaderen blijft plaatsvinden. Het is reëel dat deze ontwikkelingen (positief versus negatief) elkaar in evenwicht houden.
- › Op de **MICE-markt** verwachten we in dit scenario dat congressen, beurzen en evenementen zich zullen herstellen en onder invloed van de uitbreiding van het MECC (en reeds zichtbare effecten van aantal bijeenkomsten en bids), de (acquisitie-)inspanningen van het MCB en provinciebrede samenwerking en impulsen.

Realistisch+ scenario

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

Optimistisch scenario

In het optimistische scenario gaan we uit van deze uitgangspunten:

- › Op de **toeristische markt** verwachten we in dit scenario een groei van 1,8% per jaar. Dit is onder voorwaarde dat in Maastricht op termijn een structurele (dagtoeristische) trekker wordt toegevoegd die het in zich heeft om 100.000 of meer bezoekers per jaar te trekken, en die aansluit op de andere bezoekmotieven in de stad. Deze vernieuwing zorgt ervoor dat zowel Nederlandse als buitenlandse toeristen de stad (weer) vaker weten te vinden.
- › Voor de **zakelijke markt** gaan we ervan uit dat fysiek ontmoeten van zakelijke relaties weer vaker gaat plaatsvinden. Bovendien is een belangrijke voorwaarde voor dit scenario dat Maastricht enkele nieuwe bedrijven/hoofdkantoren aan zich te binden die het gehele jaar zorgen voor (inter-)nationale bezoekers.

- › Op de **MICE-markt** verwachten we in dit scenario een verdere doorgroei. Er komen meer grootschalige en middelgrote congressen, onder invloed van de uitbreiding van het MECC, de inzet van het MCB en provinciale samenwerking tussen de campussen. Dit zorgt structureel voor meer hotelvraag op doordeweekse dagen in Maastricht en voor een hogere RevPAR.

3.4. MARKTRUIMTE T/M 2034

Uitgangssituatie

In de tabel rechts is het aantal kamernachten in 2024 opgenomen. Deze zijn geraamd op basis van 2.805 kamers met een bezetting van 72%. Het aantal kamernachten in 2024 bedraagt ca. 726.000.¹⁾ De kamernachten zijn vervolgens opgesplitst op basis van de marktsegmentatie. Het aantal kamernachten in het toeristische marktsegment is het grootst.

Norm kamerbezetting minimaal 70%

De marktruimte voor hotelkamers in Maastricht wordt geraamd door het aantal kamernachten van afgelopen jaar naar het niveau van 2034 te vertalen, op basis van de groeiprognoses uit de vorige paragraaf. Het resulterende aantal kamernachten wordt vervolgens vertaald naar het aantal benodigde kamers aan de hand van een normatieve kamerbezetting.

In tegenstelling tot de vorige metingen hanteren we een normatieve kamerbezetting van minimaal 70%. Door de sterk gestegen kosten van hotels, is een hogere bezetting nodig ter compensatie. Bezetting en prijs zijn twee aspecten die samen bepalen of hotels in staat zijn te blijven vernieuwen en dus een duurzame, toekomstbestendige exploitatie te voeren. Per hotel is de uitgangssituatie anders. Ook geldt dat de coronapandemie de reserves van alle bedrijven heeft aangetast, waardoor deze normatieve kamerbezetting nodig zal zijn om het hotelproduct vitaal te houden. In de vragenlijst gaven hoteliers ook aan dat ze 70% bezetting zien als de gemiddelde normbezetting. Uiteraard kan de normbezetting verschillen per individueel hotel. De enquête is derhalve

een belangrijke bron voor de normbezetting. Tevens is een stijging van de normbezetting als gevolg van oplopende kosten (die veelal niet volledig doorbelast kunnen worden in kamerprijzen) herkenbaar vanuit gesprekken die wij voeren met vele hoteliers verspreid over het land.

Marktsegment	Aantal kamernachten
Toeristisch	465.000
Zakelijk	152.000
MICE	109.000
Totaal	726.000

Tabel 3.2. Gecorrigeerd aantal kamernachten in gemeente Maastricht

1. Voor de berekening van het aantal kamernachten is nog een kleine correctie doorgevoerd op basis van een klein aantal hotelkamers dat in 2024 niet jaarrond open was wegens bijvoorbeeld een verbouwing of opvang van statushouders.

Marktruimte t/m 2034 92 kamers in realistisch scenario

In de tabel rechts is de marktruimte tot en met 2034 voor de Maastrichtse hotelmarkt geraamd (zie bijlage 2 voor een stapsgewijze visualisatie van de berekening van de marktruimte). In het realistische scenario gaan wij uit van een marktruimte van 92 kamers. Dit is na aftrek van de volledige harde plancapaciteit van 339 kamers. Dit houdt in dat naast de harde planvoorraad nog enige marktruimte bestaat om in de verwachte groei van de vraag in de periode tot en met 2034 te voorzien. In het pessimistische scenario is de ruimte negatief, en zijn er, na toevoeging van de harde planvoorraad, dus eigenlijk te veel kamers. In het optimistische scenario is nog wel sprake van een behoorlijke marktruimte (namelijk 263 kamers).

De marktruimte in het realistisch+-scenario is geraamd op 298 kamers. Dat is ruim 200 kamers meer dan in het realistische scenario. De extra ruimte die ontstaat kan pas op het moment dat de Einsteintelecoop wordt toegewezen, mede omdat het enkele jaren zal duren de potentiële effecten als gevolg van de Einsteintelecoop daadwerkelijk optreden.

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

	Pessimistisch	Realistisch	Realistisch+	Optimistisch
Kamernachten 2024	726.000	726.000	726.000	726.000
Kamernachten 2034	785.000	825.000	878.000	869.00
Benodigd aantal kamers	3.075	3.236	3.442	3.407
Huidig aantal kamers	2.805	2.805	2.805	2.805
Marktruimte t/m 2034	270	431	637	602
Harde planvoorraad	-339	-339	-339	-339
Resterende marktruimte t/m 2034	-69	92	298	263

Tabel 3.3. Marktruimte per scenario t/m 2034 in gemeente Maastricht

Ook met deze marktruimte blijft het noodzakelijk om te werken aan de factoren die voor nieuwe hotelvraag zorgen. De marktruimte is gebaseerd op een gecorrigeerd aantal kamernachten. De afgelopen jaren is het aantal kamers vrijwel stabiel gebleven, maar voor de komende jaren wordt wel weer een forse aanbodimpuls verwacht. Het is noodzakelijk om daarom de voorwaarden van het bestaande hotelbeleid strikt toe te passen bij aanvragen voor toe te voegen hotelkamers. Dit geldt ook voor kleinschalige uitbreidingen bij bestaande hotels. Het is ook mogelijk dat er marktruimte beschikbaar komt indien bestaande hotels sluiten of verleende vergunningen niet worden uitgevoerd. Wanneer deze hotels of initiatieven (planologisch) verdwijnen komt marktruimte beschikbaar voor andere hotelinitiatieven. Ditzelfde geldt voor het moment dat bestaande hotels besluiten om permanent te transformeren naar andere vormen van verblijf, zoals short stay of opvang van statushouders.

Zet in op kwaliteit en gerichte vernieuwing

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

- › **Inspelen op een unieke locatie.** De kwaliteiten van een locatie kunnen inspelen op een bepaalde verblijfsbehoefte en daarmee een fundament creëren voor een onderscheidend concept. Dit stelt wel hoge vereisten aan de locatie: deze moet één van de belangrijkste redenen zijn om in Maastricht te overnachten. In de praktijk gaat het vaak om kleinschalige tot middelgrote hotels.

- › **Nieuw hotel als aanjager van toekomstige gebiedsontwikkeling buiten het centrum.** Door de strategische locatie van het hotel binnen een gebiedsontwikkeling met een duidelijk leisure-profiel, kan het fungeren als katalysator om traffic te realiseren voor zowel zakelijke als recreatieve bezoekers aan een nieuw te ontwikkelen gebied, wat de algehele (economische) aantrekkelijkheid en functionaliteit van het gebied versterkt.
- › **Inspelen op een ontbrekende, internationale keten.** Met name op de MICE-markt zoeken organisatoren van congressen, beurzen en evenementen samenwerking met grote, internationale ketens. Ketens die nog ontbreken in Maastricht kunnen daarom kansen bieden om meer congressen naar de stad te trekken. Deze keten zou wel haar track record moeten kunnen aantonen om daadwerkelijk aanspraak hierop te kunnen maken.

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

Draagvlak voor nieuwe initiatieven blijft een aandachtspunt

Maastricht blijft populair onder Nederlanders. In een recent onderzoek naar de merkkracht van steden en streken behield Maastricht de tweede plaats in Nederland, achter Amsterdam. Maastricht blijft daarbij een stad met relatief veel hotelkamers in relatie tot het aantal inwoners. Na Amsterdam beschikt Maastricht over de meeste hotelkamers per 1.000 inwoners van de grote steden in Nederland (zie tabel). Dat heeft voordelen, want bezoekers zorgen voor werkgelegenheid en dragen bij aan het voorzieningenniveau (meer horeca, meer winkels). In andere steden is wel te zien dat áls de balans in de richting van toerisme doorslaat, de ontevredenheid onder inwoners toeneemt. Het blijft dus belangrijk hier in de toekomst voldoende aandacht aan te schenken. Ook heeft de coronapandemie laten zien dat een stad met een dominante toeristische sector kwetsbaar is voor economische schommelingen en onverwachte reisbeperkingen.

Focus naast bezetting ook op ADR en RevPAR

Bezetting is slechts één van de KPI's waar het presteren van een hotel (alsmede ook de gehele hotelmarkt) aan wordt afgemeten. Dit zegt echter nog weinig over de hotelexploitaties. De RevPAR is hiervoor een beter sturingsmechanisme aangezien hier ook de kamerprijzen (ADR) in zijn verwerkt. Gezien de oplopende kosten moet de RevPAR zoveel mogelijk in gelijke mate meegroeien. Het is van belang dit zorgvuldig te monitoren. Zeker met de mogelijke aanstaande verhoging van het BTW-tarief voor hotelovernachtingen is dit zeer actueel. Zeker in de Euregio hebben gasten de mogelijkheid om uit te wijken naar steden over de grens, waardoor de concurrentiepositie van de Maastrichtse hotelmarkt mogelijk verder onder druk komt te staan.

Druk op de hotelmarkt kan zorgen dat hoteliers gaan kiezen voor andere doelgroepen

In 2024 kozen een klein aantal hotels in Maastricht ervoor zich (tijdelijk) te richten op alternatieve doelgroepen, zoals short stay of huisvesting van statushouders. Dit is dus aanbod dat tijdelijk of permanent uit de markt gehaald wordt. Dit zien we ook terug in andere grote hotelsteden in Nederland. Met name hotels gelegen op toeristisch gezien minder sterke locaties kiezen er in toenemende mate voor zich te gaan richten op alternatieve doelgroepen (mits dit uiteraard planologisch mogelijk is). De druk op de huizenmarkt draagt hier uiteraard aan bij. Deels gaat dit om aanbod dat permanent uit de markt gehaald wordt, deels kan dit gaan om een tijdelijk alternatief verdienmodel. Dit betekent dat het aantal hotelkamers de komende jaren waarschijnlijk meer zal gaan fluctueren.

Gemeente	Kamers	Inwoners	Kamers per 1.000 inwoners
Amsterdam	42.000	931.000	45
Maastricht	2.800	125.000	22
Den Haag	6.700	566.000	12
Rotterdam	7.100	671.000	11
Eindhoven	2.500	246.000	10
Utrecht	2.700	374.000	7
Nijmegen	1.300	187.000	7
Groningen	1.600	244.000	6
Breda	1.000	188.000	5
Zwolle	650	133.000	5
Den Bosch	800	161.000	5
Tilburg	650	230.000	3

Tabel 3.4. Aantal hotelkamers Amsterdam, Den Haag, Rotterdam en Utrecht op basis van gegevens CBS (2024). Overige steden op basis van eerdere recente onderzoeken Ginder of andere onderzoeksbureaus. Sommige onderzoeken zijn enkele jaren oud waardoor het genoemde aantal kamers iets kan afwijken t.o.v. het feitelijk aantal kamers in 2024. Inwoneraantal op basis van gegevens CBS.

4 Conclusies en aanbevelingen



4.1. CONCLUSIES

Uit het voorgaande kan worden geconcludeerd:

- › Het hotelaanbod bestond eind 2024 uit 61 hotels met 2.805 kamers en 6.040 bedden. Het hotelaanbod in Maastricht is sinds 2019 stabiel. Landelijk groeit het aantal kamers gestaag door.
- › Het aantal geboekte kamernachten was in 2024 ongeveer 726.000. Dit is een lichte stijging ten opzichte van 2022.
- › Er is een groot verschil tussen de ontwikkeling van de toeristische en de zakelijke markt in Maastricht. De groei van de toeristische vraag was zeer sterk. Op een langere termijn (vanaf 2012) is deze meer dan verdubbeld. De vraag naar zakelijke overnachtingen daalde tussen 2023 en 2024 en is nog niet op het pre-coronaniveau. Het aandeel van de MICE-markt nam wel iets toe.
- › Deze groei van de totale hotelvraag in Maastricht resulteert, gezien de aanbodstabilisatie, in een toename van de gemiddelde kamerbezetting. Deze kamerbezetting komt voor 2024 gemiddeld uit op 72%. De gemiddelde kamerbezetting is gebaseerd op de ondernemersenquête en is bovendien in lijn met andere bronnen en onderzoeken.
- › De gemiddelde kamerprijs steeg naar € 119 (€ 113 in 2022). Deze prijsstijging blijft echter achter bij de inflatie. Kostenstijgingen worden derhalve niet altijd volledig doorbelast in de prijzen. Zeker als dit voor een langere termijn het geval is, raakt dit de ruimte voor noodzakelijke (her)investeringen. Indien landelijk besloten wordt de BTW te verhogen wordt de druk op de hoteloperaties verder vergroot. In de Euregio is de impact van deze BTW verhoging naar verwachting groter dan in de rest van Nederland.
- › Een ander aandachtspunt hierbij is dat de prijzen niet altijd volledig in lijn zijn met de kwaliteit van het hotelproduct. Hier is vooral sprake van op minder goede locaties, maar in enkele gevallen is ook het product verouderd op gunstige locaties. Prijsconcurrentie met hotels van betere kwaliteit en meer voorzieningen is het gevolg. Op doordeweekse dagen is er te weinig (zakelijke) vraag om prijsconcurrentie te voorkomen.
- › De stijging van de bezetting en prijs betekent een stijging van de RevPAR. De RevPAR is echter niet op het niveau dat veel hoteliers minimaal nodig hebben voor een toekomstbestendige en rendabele exploitatie.
- › De verwachtingen voor de toeristische markt zijn – op sectoraal niveau – overwegend positief, al is vernieuwing en kwaliteit voortdurend belangrijk. Maastricht heeft ook te maken met onzekerheid, bijvoorbeeld over de termijn waarop de stad kan steunen op de evenementen van André Rieu.
- › Hoewel de economie de komende jaren naar verwachting licht groeit, zijn de verwachtingen op de zakelijke markt bescheiden. Voor de MICE-markt zijn de verwachtingen positiever, gezien de uitbreiding van het MECC, (acquisitie-)inzet van het MCB en de provinciebrede samenwerking en impulsen.

- › De toekenning van de Einsteintelecoop aan Zuid-Limburg zou een zakelijke impuls betekenen en is in een apart scenario voor de marktruimte belicht, met hogere groeiprognozes voor zowel de regulier zakelijke als MICE-markt.
- › De huidige harde planvoorraad voorziet reeds in de toevoeging van 339 'reguliere' kamers aan het hotelaanbod. Deze planvoorraad bestaat overwegend uit initiatieven in het hoogwaardige segment. Realisatie van deze initiatieven zorgt voor een verdere vergroting van de aanboddiversiteit in Maastricht.
- › Rekenend met een normbezetting van 70% is het groeipotentieel voor de Maastrichtse hotelmarkt tot en met 2034 in het realistische scenario 431 kamers. Indien de harde planvoorraad in mindering worden gebracht op de marktruimte resteert in het realistische scenario een marktruimte van 92 kamers tot en met 2034. Deze ruimte staat nog los van marktverruimende concepten: deze kunnen extra vraag voor Maastricht opleveren, die anders niet in de stad terecht was gekomen. Ook een marktverruimend concept zal echter (deels) gebruik (moeten) maken van de marktruimte. Het is onwaarschijnlijk dat de bezetting van een nieuw concept voor een zeer aanzienlijk deel uit eigen vraag bestaat.
- › In het pessimistische en optimistische scenario bedraagt de marktruimte resp. 270 en 602 kamers. Na aftrek van de harde planvoorraad resteert een marktruimte van resp. -69 en 263

hotelkamers. In het pessimistische scenario is de marktruimte negatief en zijn er, als alle harde plannen worden gerealiseerd, te veel kamers. De toekenning van de Einsteintelecoop kan een impuls van circa 206 hotelkamers hieraan toevoegen (ten opzichte van het realistische scenario).

4.2. AANBEVELINGEN

Uit het voorgaande formuleren we de volgende aanbevelingen:

- › Na aftrek van de harde planvoorraad is er voor de komende tien jaar (tot en met 2034) een beperkte marktruimte voor nieuw hotelaanbod. De verhouding tussen hotelprijs en -kwaliteit is in Maastricht niet altijd in balans. Het gevaar ligt op de loer dat deze disbalans groter wordt. De inflatie (wordt nu al niet volledig doorbelast), de dreigende BTW-verhoging (met een verwachte grote impact in de Euregio) en de stevige prijsconcurrentie op doordeweekse dagen kunnen voor een verdere disbalans zorgen en de investeringsruimte van hotels verder onder druk zetten. Wij adviseren derhalve voor de korte termijn (komende 2-3 jaar) het huidige beleid zeer streng toe te passen.
- › Punt van aandacht hierbij zijn (uitbreidings-)plannen tot en met 7 kamers die geen beoordeling vereisen op het vigerende toetsingskader. Ook in 2024 zijn er drie hotels bijgekomen die het toetsingskader niet hebben doorlopen doordat ze minder dan 8 kamers aanbieden. Aandachtspunt is derhalve nieuw aanbod tussen 3 en 7 kamers en de afstemming met het hotelbeleid. Overwogen kan worden om accommodatiebeleid op te stellen, waarin het totale logiesaanbod in de gemeente wordt meegenomen.
- › In navolging op de marktanalyse in 2023 waren ook dit keer handmatige correcties nodig voor de STR databank. We raden gemeente Maastricht en Sahot aan dit met STR te bespreken en de inzetbaarheid van eventuele alternatieven (zoals een digitaal nachtregistratie systeem) te beoordelen.
- › Voor een toekomstbestendige hotelmarkt dient aandacht te zijn voor alle onderdelen in het samengestelde toeristisch-recreatieve product. Hier moet voor de komende jaren vooral de focus liggen: verspreid over het jaar meer bezoekers in plaats van meer bedden. De gemeente heeft zich tot doel gesteld om bezoekers langer vast te houden. Dat betekent dat er voldoende trekkers moeten zijn om verblijfgasten naar de stad te trekken en (langer) vast te houden. Dit moeten dus trekkers zijn met een bovenregionale aantrekkingskracht, bijvoorbeeld in de culturele en entertainment sector. Om stevig bij te dragen aan de hotelsector zijn (ook) jaarronde, structurele invullingen van belang. Ten aanzien van de zakelijke markt betekent dit de acquisitie van nieuw bedrijfsaanbod (bij voorkeur hoofdkantoren).
- › Kijk naar kansen voor logies in de volle breedte. De grenzen tussen logiestypen vervagen meer. In Maastricht is deze branchevervaging zichtbaar bij een aantal bedrijven. Denk aan de familiekamers bij Kaboom, kleinere accommodaties bij Dormio Resort Maastricht of het moderne hostel The Green Elephant. Vanuit deze branchevervaging is het ook raadzaam naar de kansen voor andere logiesvormen te kijken en een visie te vormen voor de integrale logiessector.

4.2. AANBEVELINGEN

- › Het blijft de komende jaren belangrijk om zicht te houden op het functioneren en de perspectieven van de bestaande hotels. Indien deze niet op peil blijven, gaat de kwaliteit van deze hotels achteruit. Deze hotels hebben dan mogelijk te weinig ruimte voor de vereiste investeringen en kunnen dan (nog meer) focussen op de kamerprijzen om de bezetting overeind te houden. Dit marktmechanisme is slecht voor de stad als geheel. Ook is een markttrend zichtbaar dat hotels zich richten op andere doelgroepen (short stay, vluchtelingen) en op termijn niet langer actief zijn op de hotelmarkt. Als dergelijke andere markten resulteren in een andere planologische bestemming is dit goed voor het functioneren voor de markt als geheel en kan op den duur marktruimte creëren.
- › Een goede regionale afstemming is tevens wenselijk voor nieuw logiesaanbod over de gemeentegrens. Een goede regionale afweging dient gemaakt te worden die in lijn is met de belangrijkste criteria uit het Maastrichtse hotelbeleid, namelijk dat nieuw aanbod (deels) aantoonbaar in een eigen vraag moet voorzien. Verschuiving van de hotelvraag van bezoekers met als primair verblijfsmotief Maastricht over de gemeente grens is zeer onwenselijk. Goede (fysieke en digitale) verbindingen met het Heuvelland kunnen overigens ook zorgen voor een langere verblijfsduur in de Maastrichtse hotels.

Bijlage



BIJLAGE 1. BEGRIPPENLIJST

SAHOT. Samenwerkende Hotels Maastricht

KHN. Koninklijke Horeca Nederland

MCB. Maastricht Convention Bureau

MICE-vraag. MICE staat voor meetings, incentives, conventions en exhibitions. Dit is vraag als gevolg van meerdaagse bijeenkomsten variërend van enkele tientallen personen (cursussen, vergaderingen, e.d.) tot enkele honderden personen (congressen, e.d.).

Kamernachten. Het aantal nachten dat een hotelkamer bezet is door gasten.

Persoonsnachten. Het aantal nachten dat een persoon in een kamer verblijft. Bijvoorbeeld, als twee personen één nacht in een hotelkamer verblijven, telt dat als twee persoonsnachten en één kamernacht.

Kamerbezetting. Het aantal bezette kamernachten gedeeld door het aantal jaarrond beschikbare kamernachten.

ADR. Average Daily Rate (gemiddelde dagtarief). De logiesomzet gedeeld door het aantal kamernachten.

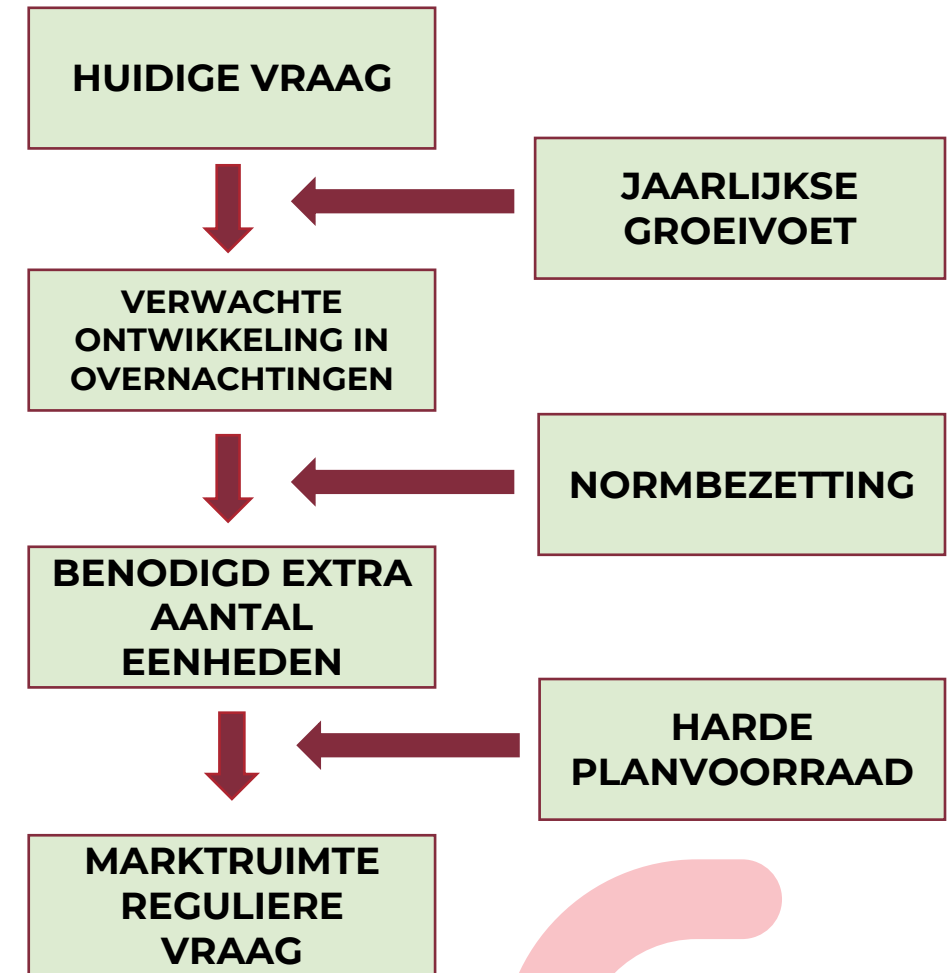
RevPAR. Revenues per Available Room. De gerealiseerde logiesopbrengst per beschikbare kamer.

BIJLAGE 2. BEREKENING MARKTRUIMTE T/M 2034

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 hoofdstuk 3 van dit rapport. Vervolgens wordt de raming van de marktruimte afgezet tegen de harde planvoorraad. In nevenstaande figuur wordt de berekening van de marktruimte gevisualiseerd.

Figuur. Stappenplan raming marktruimte reguliere vraag





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

GINDER
Brugstraat 1a
5211 VS 's-Hertogenbosch
T: 088 210 02 00
E: info@wijzijnginder.nl
I: wijzijnginder.nl

