

## **Inspreken VBM (Vrienden (Binnen)stad Maastricht in kader van Evaluatie en Actualisatie van het hotelbeleid.**

Voorzitter,

Sahot en Horeca Nederland zien v.w.b. de hotelsector vooral het probleem in de onderbezetting door de week. Zij zijn daarom voorstander van stimulering van de doordeweekse vraag naar hotelkamers door het nemen van maatregelen om het (zakelijk) toerisme te bevorderen. Het probleem is volgens deze organisaties, niet de 2 dagen (vrijdag en zaterdag), maar de andere 5 dagen van de week.

VBM is de mening toegedaan dat het probleem niet de 5 maar juist de 2 dagen zijn.

Wanneer men zelf het aanbod creëert dat uitgaat van de piek in de vraag in het weekend, is het logisch dat je door de week een onderbezetting hebt. Daar zal iedere hotelexploitant in zijn businessmodel rekening mee moeten houden.

Stimulering van de vraag zou dan een optie zijn, maar beperking van het aanbod zou dan ook zeker voor de hand liggen.

Verdere stimulering van de vraag komt ons ongewenst voor. Maastricht wordt al overlopen door toeristen. Recent zijn er ook nog nieuwe hotels bijgekomen, zoals Monastère, Haas- en Hustinxhotel, het Theaterhotel, het easyHotel en het Studenthotel. Het overaanbod aan hotelkamers dat er nu al is, nog afgezien van de te verwachten concurrentie van het toeristisch woningverhuur, zal ertoe leiden dat de kamers tegen dump Prijzen worden verhuurd en daardoor zal het goedkope massatoerisme nog meer veld zal winnen in Maastricht. Slecht voor de stad en slecht voor de reguliere bewoners en voor het soort toeristen dat men wil in Maastricht.

Overigens, mijnheer de voorzitter, welk toerisme men wil, moet eens eenduidig worden geformuleerd en dient volgens ons een afgeleide te zijn van het gewenste stadsprofiel. In officiële documenten wordt gesproken over Maastricht als kennis-, cultuur- en woonstad, later ingeruild voor ontmoetingsstad. En nog andere begrippen als verbinding en beleving worden gebruikt. Met wie en tussen wie en van wie blijft onduidelijk. In de praktijk zien we steeds meer nadruk op Maastricht als toeristen-/vermaak-/pret-/studenten- en winkelstad.

De loper wordt uitgelegd voor de toerist en de student, welke groeperingen de (binnen)stad steeds meer vullen. Dit betekent dat de oorspronkelijke bewoners zich verdreven uit en vervreemd voelen van hun eigen (binnen)stad.

VBM vreest dan ook dat overbodig gecreëerd aanbod, o.a. op gebied van horeca , er de facto toe leidt dat er nog meer accent komt te liggen op stimulering van de vraag. Immers: ondernemers zullen, overbodig gecreëerd aanbod, rendabel willen maken. Dus: nog meer hotelkamers, nog meer toeristen, nog meer hotelkamers, nog meer toeristen etc., etc.

Tegen deze achtergrond is het niet verwonderlijk dat VBM tegen een verdere toename van hotelkamers is.

Keuze voor het pessimistisch scenario zou, wat ons betreft, een optimistisch begin kunnen zijn.

VBM wil verder 3 andere zaken aan de orde stellen:

1. Kwantiteit en kwaliteit
2. Maastricht als onderdeel van een grotere regio
3. Maastricht alleen op weg of samen met de regio ?

## Ad 1.

Naast een kwantitatieve - op aantal - gerichte benadering is een kwalitatieve benadering gewenst, waarbij gelet wordt op soort, niveau, karakter, formule, uitstraling, uniciteit en ligging.

Het zou weleens zo kunnen zijn dat kleinschalige hotelinvullingen (met name in bestaande horecapanden met een familie karakter) in de binnenstad beter aansluiten bij de vraag dan grootschalige aan de periferie van de stad. En die mensen die kiezen voor zo'n hotelaccommodatie in het kernwinkelgebied of de centrumpleinen, gun je een ongestoorde nachtrust. Een ongestoorde nachtrust die de binnenstadsbewoner niet alleen verdient, maar dan ook krijgt.

## Ad 2.

Het lijkt erop dat de behoefte aan overnachtingen alleen bekeken is vanuit een strikt lokale optiek. Maastricht is gelegen in Zuid-Limburg en vormt daar het prominente centrum van. Maar hoe zit het met de relatie vraag-aanbod rond Maastricht, zowel op Nederlands als

Belgisch grondgebied? Is dit ook betrokken in de door het college omarmde realistische visie ?

Ad 3. VBM heeft kennis genomen van de standpunten van o.a. VVV Zuid- Limburg m.b.t. de gewenste toeristische ontwikkeling in de regio. Ingezet wordt op verschuiving van het accent van massaal, snel, goedkoop en belastend naar langzaam, groen, duurzaam en kwalitatief hoogwaardig toerisme.

VBM wil graag weten of het college voor Maastricht zich aansluit bij deze accentverschuiving en zo ja, op welke wijze men dat denkt te doen?

VBM

25 september 2018