

The background image shows the Maastricht Cathedral (St. Servatiuskerk) with its distinctive red brick towers and blue-tiled roofs. In the foreground, a person is running across a cobblestone square. Large green trees are on the right side of the frame.

Presentatie Hotelbeleid Maastricht

Domeinvergadering Economie en Cultuur

10 juni 2025

Sam Janssen



Gemeente Maastricht

Vrijetijdseconomie Maastricht 2024

- 1.560.000 totaal aantal overnachtingen
- 3.8 miljoen Nederlandse en circa 2 miljoen buitenlandse toeristische bezoekers
- Levert €800 miljoen op voor de lokale economie
- 6.500 banen, 8.5% van werkgelegenheid in Maastricht



Vrijetijdseconomie Maastricht 2024

- Maastricht sterkste merk van Nederlandse gemeenten
- Maastricht heeft een bovengemiddelde merkkracht onder de eigen inwoners
- Maar liefst 38 procent van de Nederlanders overweegt Maastricht in de komende twee jaar te bezoeken

* bron strategische merkanalyse Hendrik Beerda



Beleidsopties Hotelbeleid

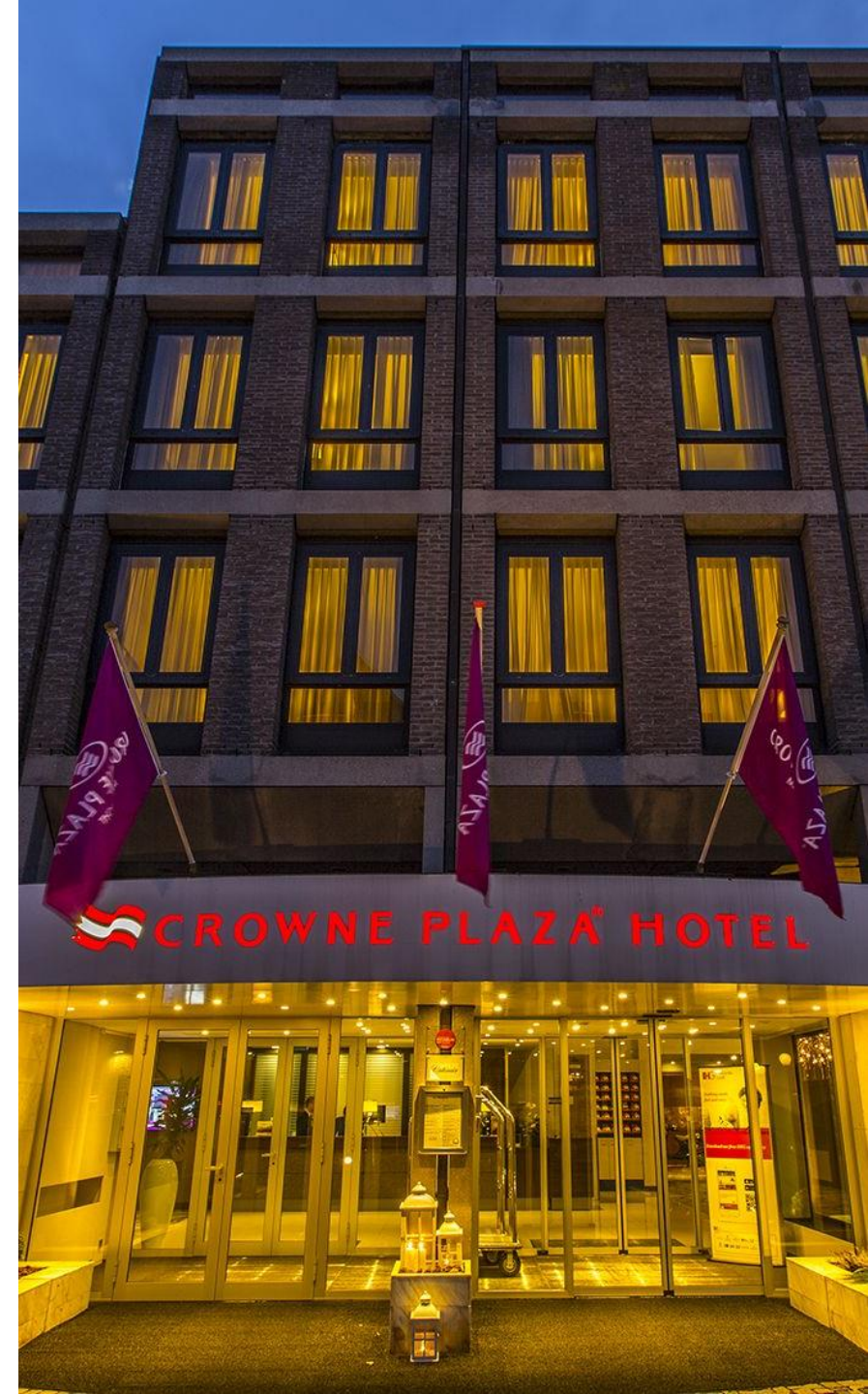
Drie beleidsopties voor toevoegen van hotels:

- Geen (hotel)kamers toevoegen = Hotelstop
- Restrictief beleid = Strikte voorwaarde
- Stimulerend beleid = Gemakkelijk toevoegen



Hotelbeleid Maastricht 2009

- Restrictief hotelbeleid
- Doel: vernieuwende initiatieven toelaten
- In 2015 en 2018 geactualiseerd
 - Kleinschalige hotelontwikkeling, maximaal 7 kamers/ 21 bedden, hoeven geen haalbaarheidsstudie
 - Elke twee jaar de marktruimte in kaart te brengen, het uitgangspunt is het realistische scenario
- Conclusie: stabiele hotelmarkt met divers aanbod



Hotelmarkt Maastricht cijfers 2024

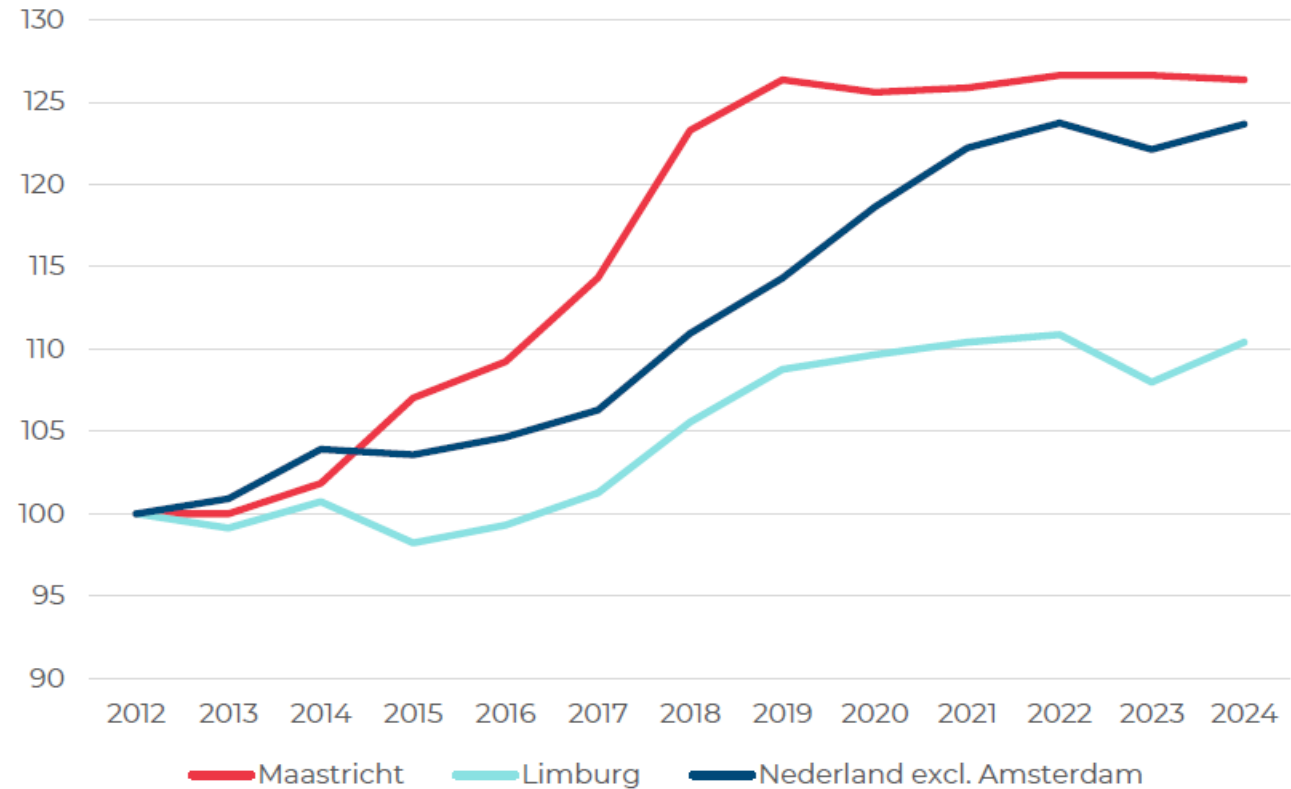
- 61 hotels
- 2.805 kamers
- 6.040 bedden
- Bezetting van 72% p.j.
- Gemiddeld kamerprijs €133,-
- 726.000 kamernachten
- 1.200.000 hotelovernachtingen



Hotelmarkt Maastricht

Aanbod

- Aanbod variërend van luxe tot basic hotels, ook thematische boetiekhotels en vernieuwende hostels
- Ontwikkeling aanbod van hotelkamers nagenoeg stabiel na 2018 (2018; 2.731 kamers – 2024; 2.805 kamers)
- Groei van de vraag (circa +70%) is vanaf 2014 harder gestegen dan de groei in aanbod (circa +20%)



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

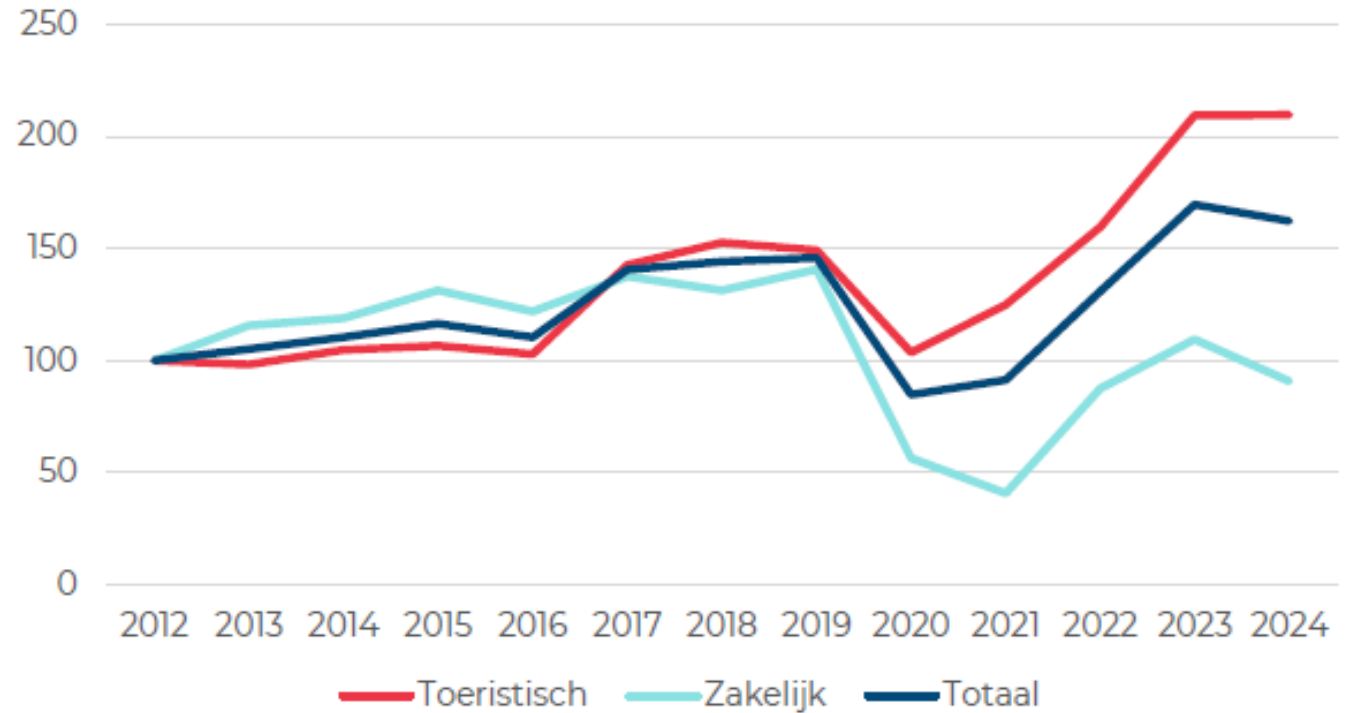
Bronnen:

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

Hotelmarkt Maastricht

Vraag

- Toeristisch motief is de belangrijkste reden om voor een verblijf in Maastricht te kiezen
- De verwachtingen op de zakelijke-markt zijn bescheiden. Voor de congres markt zijn de verwachtingen positiever



Figuur 2.4. Ontwikkeling marktsegmentatie hotelmarkt Maastricht (index ; 2012 = 100)
Bron: Centraal Bureau voor de Statistiek (CBS)

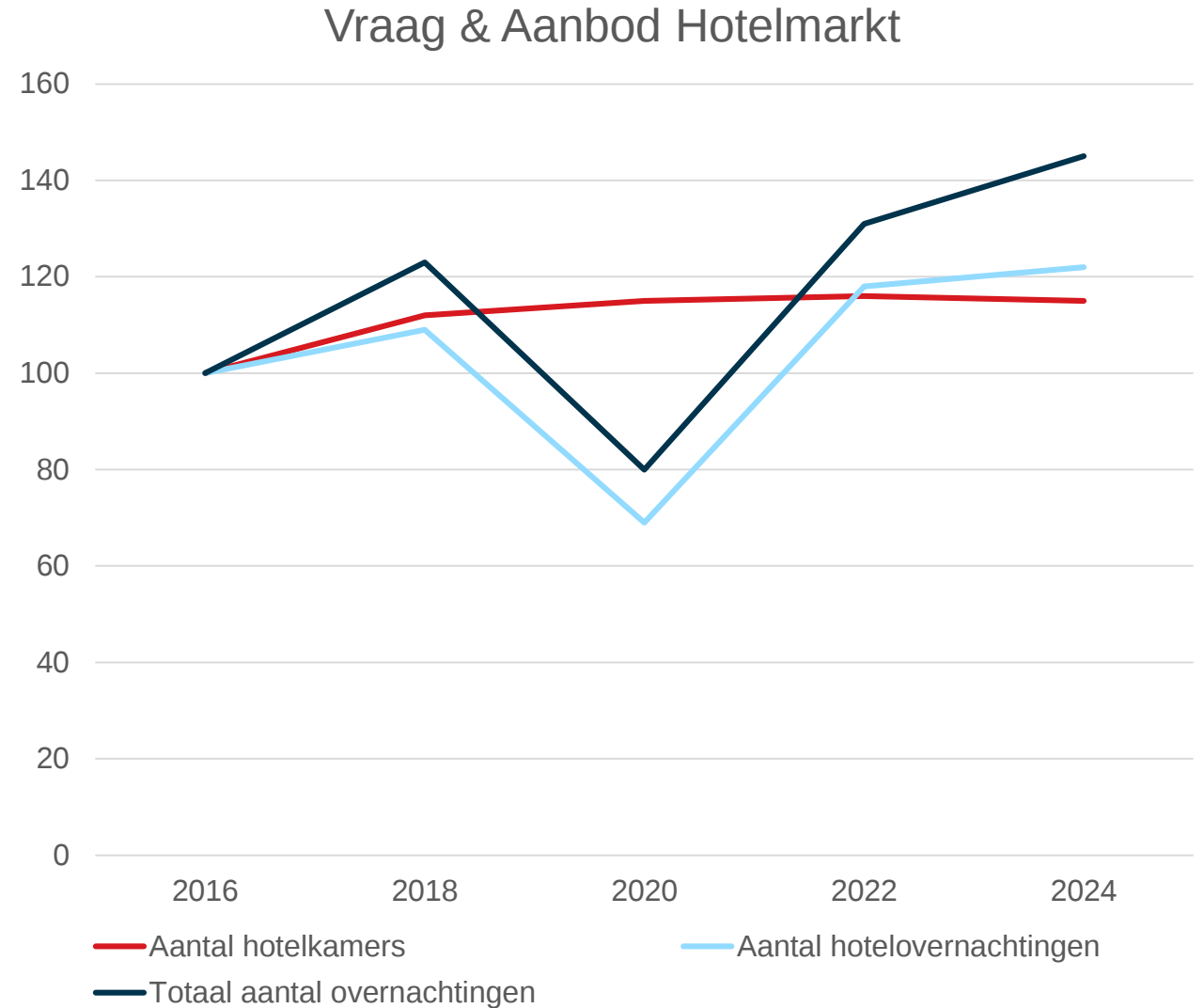
* De beperkende corona maatregelen heeft een forse dip in de vraag veroorzaakt



Hotelmkt Maastricht

Vraag & Aanbod

- Vraag aantal hotelovernachtingen is harder gegroeid dan het aanbod van aantal hotelkamers
- Procentuele groei aantal hotelovernachtingen lager dan de groei totaal aantal overnachtingen (inclusief camping, B&B en recreatiewoning)



Ontwikkeling Vraag en Aanbod (index: 2016 =100)
Dip door de beperkende corona maatregelen

Marktruimte hotelkamers

- 2 jaarlijks geactualiseerd
- Het verschil tussen het huidige aanbod aan hotelkamers en de verwachte vraag naar hotelkamers in de toekomst
- Marktruimte is in 2025 voor het realistische scenario berekend tot 2034, ruimte voor 431 hotelkamers
- De harde planvoorraad is 339 hotelkamers
- Er is dus een resterende marktruimte t/m 2034 van 92 hotelkamers



Ambities van hoteliers in gemeente Maastricht

- 44% van de hoteliers streeft naar een verbetering van de kwaliteit.
- 19% wil het hotel uitbreiden.
- 13% wil zowel de kwaliteit verbeteren als uitbreiden.
- 20% wil weinig tot geen veranderingen doorvoeren.
- 6% van de hoteliers overweegt het hotel binnen vijf jaar te verkopen of te sluiten.



Proces nieuw hotel

Toetsingskader hotels Maastricht

Dit toetsingskader is verplicht voor:

1. Een nieuw initiatief vanaf 8 kamers, waarbij geen onttrekking van de woonfunctie plaatsvindt;
2. Bestaande hotels < 140 kamers in geval van een uitbreiding vanaf 8 kamers;
3. Bestaande hotels > 140 kamers bij een uitbreiding vanaf 5% van het bestaande aantal kamers.

Procedureel wordt geadviseerd:

1. Eerst een principe verzoek in te dienen voor het initiatief. Het plan wordt, voor zover mogelijk, integraal beoordeeld op ruimtelijke ordening, verkeer, welstand, wonen e.a.;
2. Indien dit positief is, kan de haalbaarheidsstudie verder uitgewerkt worden;
3. Indien dit ook positief is, dient u een formele omgevingsvergunning aan te vragen.



Markt functioneren

- Op jaarniveau komt de bezetting in 2024 uit op ca. 72%. Dit is marktconform, en vergelijkbaar met bezettingscijfers in andere grote (hotel)steden in Nederland
- De gemiddelde gerealiseerde kamerprijs (ADR) is gegroeid van €105 in 2019 naar €133 in 2023
- RevPAR (gemiddelde gerealiseerde logiesopbrengst per beschikbare kamer) is gegroeid van €72 in 2019 naar €86 in 2024



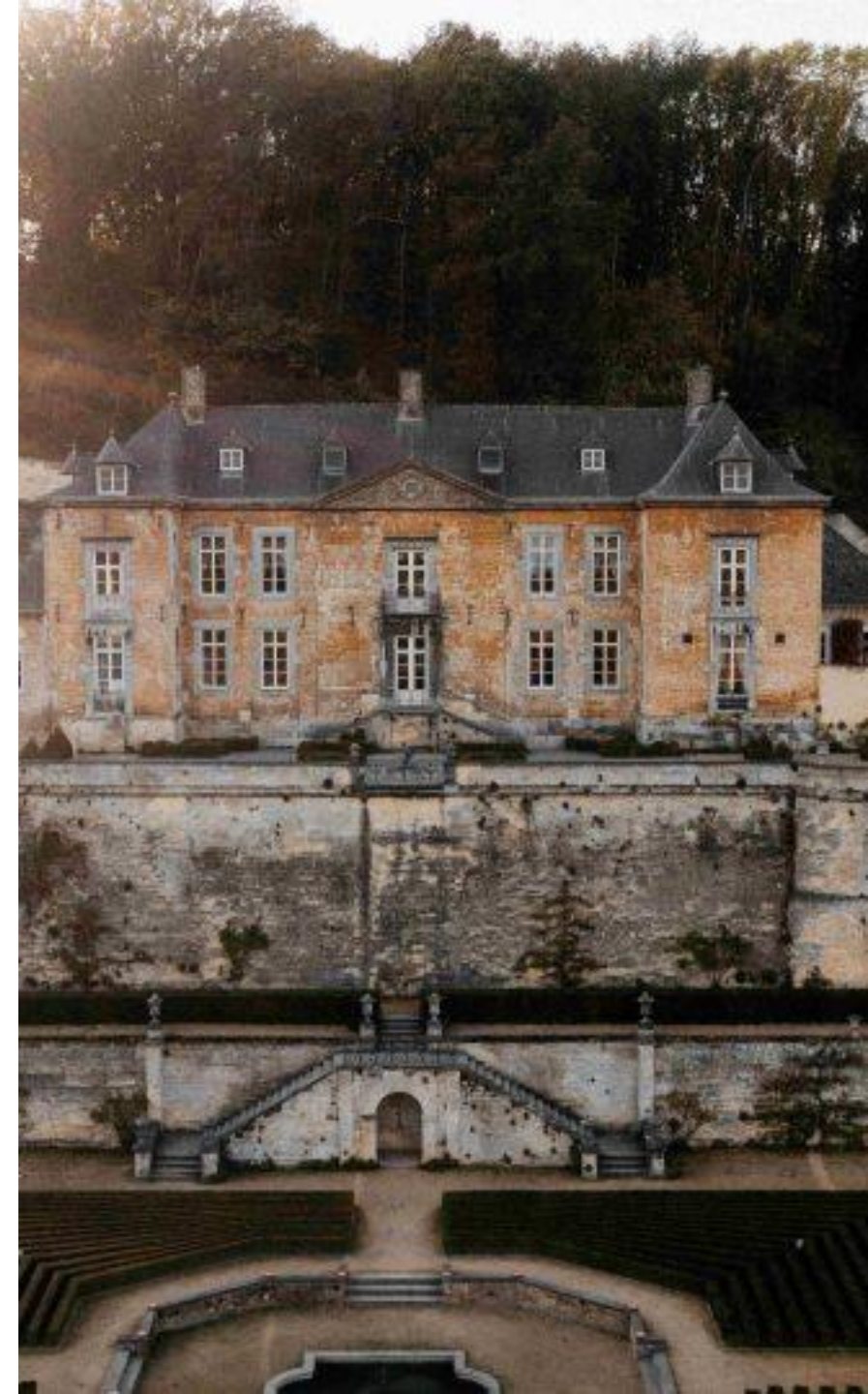
Markt functioneren

- ADR (gemiddelde gerealiseerde kamerprijs) vergelijkbaar met Rotterdam en Utrecht

	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



Concluderend

Het ingezette restrictieve beleid gericht op vernieuwing werkt goed.

- Sinds 2018 is het hotelaanbod in Maastricht relatief stabiel gebleven
- De vraag naar hotelovernachtingen is echter sneller gegroeid dan het aantal beschikbare hotelkamers
- Toekomstige uitbreidingen (harde planvoorraad) zullen de diversiteit en kwaliteit verder vergroten
- Het hotelaanbod van Maastricht is divers en biedt een breed scala aan accommodaties, van luxe hotels tot budgetvriendelijke opties en unieke verblijven



Concluderend

- De gemiddelde bezetting van 72% en een ADR (gemiddelde gerealiseerde kamerprijs) van €133 komt overeen met die van andere hotelsteden, wat de competitieve positie van Maastricht bevestigt.
- Maar liefst 76% van de hoteliers heeft de ambitie om de kwaliteit te verbeteren en/of uit te breiden, wat wijst op een sterke focus op vernieuwing en innovatie binnen de sector.
- De prijs/kwaliteitsverhouding staat onder druk door kostenstijgingen die niet volledig worden doorberekend, wat de ruimte voor (her)investeringen mogelijk beperkt.



Concluderend

- Gedurende het jaar en de week zijn er luwe periodes. Door de versterking van het MCB en de subsidieregeling toeristische stimulering wordt hier actief op ingespeeld, wat bijdraagt aan een stabielere bezetting.
- Hoewel er enige mate van 'weglek-effect' naar de regio en andere logiestypes is, blijft de impact op de hotelbezetting beperkt, wat de veerkracht van de hotelmarkt aantoont.
- Het 'op slot' zetten van de hotelmarkt zou het innovatie- en vernieuwingsvermogen van hoteliers beperken. Hiervoor is namelijk uitbreiding soms noodzakelijk.





Bedankt voor
uw aandacht

Zijn er nog vragen?