

Rapport

Projectnummer: 365380

Referentienummer.

Datum: 24-07-2023

Haalbaarheidsstudie uitbreiding Hotel Chariot

Verantwoording

Titel Haalbaarheidsstudie Uitbreiding Hotel Chariot Oosteinderweg 243 Aalsmeer

Subtitel Eindrapport
Projectnummer 10061957
Referentienummer Referentienummer
Datum 2407-2023

Auteur(s) Jan Koster, Sander Star en Joey Koster

E-mailadres jkoster@hotelchariot.nl

Inhoud

Samenvatting.....	4
1. Inleiding.....	5
2. Locatie- en omgevingsanalyse.....	6
2.1 Inleiding.....	7
2.2 Bestaande situatie.....	7
2.3 Bereikbaarheid.....	8
2.4 Zakelijke en toeristische voorzieningen rondom locatie.....	8
2.5 Omgevingsanalyse.....	9
2.6 Conclusie.....	10
3 Marktverkenning.....	11
3.1 Inleiding.....	11
3.2 Aanbod van hotels.....	12
3.3 Vraag naar hotels.....	13
3.4 Bezettingsgraad, kameropbrengst en resultaat.....	16
3.5 Concurrentieanalyse.....	18
3.6 Toekomstverwachtingen Aalsmeer.....	20
3.7 Trends.....	20
3.8 Conclusie.....	22
4. Omschrijving van het concept.....	23
4.1 Inleiding.....	23
4.3 Concept Hotel Chariot.....	23
4.4 Indeling, design en ambitieniveau.....	24
5. Parkeervoorziening.....	26
6. Conclusie naar regionale behoefte.....	27
7. Conclusie.....	28

Samenvatting

Inleiding

Hotel Chariot heeft de wens om een nieuwe invulling te geven aan de Rijksmonumenten Oosteinderweg 245 en 245A de voormalige portierswoningen. In dit plangebied moet een nieuw complex verrijzen: het Boetiekhôtel Hotel Chariot. Het hotelconcept gaat uit van een formule met 69 hotelkamers (waarvan 12 familyrooms, 18 Juniorsuites), en 39 standaardkamers. Dit totale concept van hotelkamers, familyrooms, juniorsuites en standaardkamers gaat worden geëxploiteerd door Hotel Chariot en wordt ondergebracht onder naam Hotel Chariot. In dit rapport is onderzocht in hoeverre het concept een eigen aanvullende vraag genereert en is de financiële haalbaarheid van het initiatief bepaald.

Eerdere aanvraag en uitbreiding

Het plan voor de ontwikkeling van een hotel op deze locatie dateert al uit 1998. In 1998 is er ook al een verzoek bij Gemeente Aalsmeer ingediend voor de realisatie van een hotel met, toen nog alleen 28 hotelkamers logies ontbijt. Het College van B&W heeft in 1998 op de plek van de oude voormalige Immanuelschool een bouwvergunning verleend voor de realisatie van deze 28 hotelkamers. In 2008 is de formule aangepast en worden er, naast 41 hotelkamers, ook een restaurant gerealiseerd. De 41 hotelkamers en restaurant vallen binnen de verleende omgevingsvergunning en zijn al sinds 1998 levensvatbaar. Hiertoe is dus feitelijk geen expliciete onderbouwing voor de haalbaarheid nodig. Desondanks is ervoor gekozen om in deze studie de haalbaarheid van het gehele concept te toetsen, omdat het een totaalconcept betreft en sprake is van onderlinge versterking en samenhang tussen de onderdelen.

Hotelmarkt Aalsmeer/Schiphol

Het hotelaanbod in Aalsmeer/Schiphol lijkt zich eenzijdig te ontwikkelen, met een zwaartepunt naar extreem grote hotels met meer dan 500 kamers. Het echte topsegment, internationale ketens en onderscheidende formules ontbreken. In de afgelopen jaren is het aantal hotels weliswaar gestegen en het aantal kamers uitgebreid met meer dan 10000 kamers.

Het aantal overnachtingen in Aalsmeer/Schiphol is groeiende. In de afgelopen tien jaar is een jaarlijkse groei van 3,5% bereikt. En voor de toekomst wordt een jaarlijkse groei van 3,3% verwacht in de concurrerende markt voor Hotel Chariot. Voornamelijk de internationale markt is hierin kansrijk. Economische ontwikkeling en groei van het internationale toerisme liggen ten grondslag aan de verwachte groei.

Trends in de sector laten zien dat in toenemende mate sprake is van schaalvergroting en professionalisering. Internationale ketens zetten, naast een standaardproduct, in op het aanbieden van niet grote onderscheidende concepten en beleving. Bijvoorbeeld een boutiquehotel als hotel Chariot is in de weide omgeving niet te vinden. Het unieke, het persoonlijke en exclusieve wordt belangrijker bij de gast. Ook het hotelaanbod van Aalsmeer moet hier op inspelen, wil het aansluiting blijven houden met de markt die gedomineerd wordt door schaalvergroting.

Zo wordt een nieuwe vraag gegenereerd in stedelijke gebieden, waaronder Aalsmeer, die anders nog niet door die hotelgast in overweging waren genomen.

Het boutiquehotel aanbod in Aalsmeer/Schiphol is beperkt aanwezig. De partijen bieden veelal een massaal of niet geclusterd aanbod aan. Een aantal hotels zet hun kamers in om ook dit marktsegment te bedienen. Echter, dit aanbod is niet te vergelijken met Hotel Chariot. Een tweetal accommodaties komen met hun aanbod nog het meest in de buurt van hotel Hotel Chariot. Maar beide hebben niet

het service en dienstverleningsniveau van Hotel Chariot met een uitstekend restaurant. Geconcludeerd mag worden dat op het zakelijke en hogere segment van de short-stay markt in Aalsmeer sprake is van een beperkt aanbod. Het concept boutiquehotel heeft daarin een unieke positie.

Gelet op de verwachte ontwikkelingen van de economie in de regio wordt verwacht dat de markt voor hotelkamers blijft groeien. Op andere plekken in Nederland zien wij dat die ontwikkeling zich ook al heeft ingezet. Bezoekers in het boutiquehotel segment kunnen nu niet of in onvoldoende mate terecht in het kameraanbod van Aalsmeer/Schiphol. Het is aannemelijk dat de gasten waarmee de kamers bezet worden, voor een groot deel nu niet op een andere locatie dan in Aalsmeer/Schiphol terecht kunnen. Hier is dus sprake van een aanvullend gegenereerde vraag.

Concept Boutique hotel

Het hotel Chariot is een privé beheerd Hotel. Het hotel gaat een unieke positie innemen in de Schiphol/Aalsmeer hotelmarkt. De combinatie van hotelkamers wordt in deze vorm nog niet in de omgeving aangeboden. Door deze combinatie van een uitstekend restaurant en boutiquehotel is het hotel In staat extra voorzieningen voor de gast aan te bieden, die een totaal nieuwe bezoekersstroom naar de gemeente gaat genereren.

Ook de samenwerking tussen Hotel Chariot en de KLM die hun stranded passengiers vaak laten overnachten bij hotel Chariot staat daarvoor garant. In het Hotel wordt de sfeer en kwaliteit van een boutiquehotel gekoppeld aan de voordelen van een internationale hotel. Het hotel positioneert zich daarmee nadrukkelijk aan de absolute bovenkant van het viersterrensegment in Aalsmeer/Schiphol. Een boutiquehotel als hotel Chariot biedt de volgende onderscheidende punten:

- “Sence of place” het hotel heeft zijn eigen locatie, verhaal en historie wat tot in detail is uitgewerkt in het ontwerp, voorzieningen en kamers.
- Uniek design (zowel van exterieur als interieur, met veel aandacht voor kunst, design en cultuur)
- Human touch (opzet met behoud van de menselijke maat en persoonlijke aandacht)
- Smeltkroes van guests en locals (hotel en voorzieningen zijn uitnodigend naar de omgeving waarin het is gelegen, entameert ontmoetingen tussen gasten en lokale trendsetters)
- Food (restaurant en bar serveren een keur aan gezond eten en drinken, hoge standaard en lokaal geproduceerd)

Hotel Chariot heeft wereldwijd klanten, met een concentratie in Duitsland en België. Het hotel is onder andere met haar uitstekende kamers en restaurant als geen ander in staat nieuwe bezoekers te trekken naar Aalsmeer. Gemiddeld wordt bij Hotel Chariot 50% van de overnachtingen vanuit het buitenland geboekt. Omdat Aalsmeer een internationaal georiënteerde plaats is, is het aandeel overnachtingen van buitenlandse gasten boven het Nederlands gemiddelde. Buitenlands toeristen zijn ook de motor achter de groei van het toerisme in Nederland.

Daarnaast is sprake van autonome additionele vraag naar hotelkamers in Aalsmeer in verband met onder meer de economische ontwikkeling. Om die vraag te accommoderen is extra kameraanbod gewenst.

1. Inleiding

Aanleiding

De investeerder en ontwikkelaar Hotel Chariot C.V. heeft de wens om een nieuwe invulling te geven aan de Rijksmonumenten de voormalige portierswoningen Oosteinderweg 245 en 245 A. In de achterzijde van de monumenten moet een nieuw logiesgebouw met vergaderzalen verrijzen: het Hotel Chariot. Voor het hotel zijn in de afgelopen jaren diverse concepten opgesteld, veelal om markttechnische redenen zijn deze steeds bijgesteld. Het definitieve hotelconcept dat voor ligt gaat uit van een formule met 69 hotelkamers (waarvan 12 familierooms, 20 junior suites en 37 standaardkamers). Dit totale concept gaat worden geëxploiteerd door Hotel Chariot. Jan Koster en Sander Star zullen een markttechnische en economische onderbouwing geven voor de ontwikkeling van deze nieuwe uitbreiding van het hotel. In het onderzoek is gebruik gemaakt van de data zoals beschikbaar gesteld door CBS en de HOSTA 2022. Deze data zijn aangewend met een internet recherche naar hotels in Aalsmeer/Schiphol. Voor een analyse van de omgeving en de economische ontwikkeling is gebruik gemaakt van relevante regionale en gemeentelijke beleidsstukken.

Omschrijving van het initiatief

Ten oosten van Schiphol, ter hoogte van de verkeerstoren van Schiphol, ligt hotel Chariot. Vanwege de ligging ten opzichte van de Luchthaven Schiphol komen veel bezoekers aan Aalsmeer en omgeving via de luchthaven binnen. Tevens worden er veel overnachtingen geboekt van de bedrijven op Greenpark of de direct omgeving. Centraal binnen dit gebied ligt de Hotel Chariot. De ambitie is om op deze locatie een hoogwaardig hotelcomplex te realiseren. Dit complex bestaat uit 69 luxe hotelkamers, waarvan 12 luxe Family rooms, 20 junior suites en 37 standaard kamers met een 4-sterren classificatie in het boven-segment. Het hotel krijgt een lobby annex bar, een restaurant en vergaderzalen.

2. Locatie- en omgevingsanalyse

2.1 Inleiding

De locatieanalyse beschrijft de beoogde locatie voor de ontwikkeling. Het betreft het gebouw zelf, de bereikbaarheid en de ligging ten opzichte van interessante toeristische en zakelijke voorzieningen en Schiphol, inclusief een kaart van de omgeving. De omgevingsanalyse gaat in op de economische structuur van Aalsmeer en de regio en beschrijft de relevante ontwikkelingen in de omgeving.

2.2 Bestaande situatie

De projectlocatie is gelegen in Aalsmeer Oost vlakbij Greenpark en bestaat nu uit bebouwing en een parkeerterrein. Aalsmeer Oost/Greenpark is een dynamisch gebied met groeiende aantrekkingskracht van economische activiteiten en dynamiek. Op de hoek van de Machineweg Oosteinderweg staan zijn twee hotels ontwikkeld en in het voormalige veiling gebouw is sportcentrum de Beach en indoorspeelruimte FunZone. De rest van het voormalige veilinggebouw wordt in gevuld door Aktie Sport.

De projectlocatie ligt in het oostelijke deel van het centrum van Aalsmeer vlakbij Greenpark. Via de Aalsmeerderweg ga je betrekkelijk eenvoudig naar de historische binnenstad van Amsterdam. Ook ligt Schiphol ook op steenworpafstand van de projectlocatie en is binnen 11 minuten met de shuttlebus bereikbaar.



Afbeelding 2.1 Ligging projectlocatie (bron: Google Maps)



Afbeelding 2.2 Ontwikkelingsgebied projectlocatie (bron: Google Maps)

2.3 Bereikbaarheid

De bereikbaarheid van Aalsmeer met de auto is goed te noemen. De plaats is gelegen vlakbij de A4 en de A9. Binnen de regio zijn de steden Haarlem en Amsterdam met een half uur bereikbaar. Met de uitvoering van het plan zal de economische activiteit Aalsmeer in nog verder toenemen, de openstelling van de nieuwe N201 is positief. De weg en de omliggende wegenstructuur hebben voldoende capaciteit om de verkeersstroom af te handelen.

Op het hotelterrein zijn 10 parkeerplaatsen aanwezig en op 160 meter afstand is een parkeerlocatie met 32 parkeerplaatsen gesitueerd. Hier is nog uitbreiding mogelijk van parkeerplaatsen.

Ook met het openbaar vervoer is Hotel Chariot Aalsmeer goed bereikbaar. Het heeft een bushalte op 200 meter afstand.

Met het vliegtuig is Aalsmeer bereikbaar via luchthaven Schiphol. Deze luchthaven biedt de inwoners en bedrijven in de regio een grote keuze aan diensten. Hotel Chariot onderhoudt een 24/7 shuttleservice van en naar de luchthaven.

2.4 Zakelijke en toeristische voorzieningen rondom locatie

Aalsmeer is een gastvrije, bruisende bloemenstad met een internationaal karakter waar de kwaliteit van wonen en leven hoog is. In het centrum is het allemaal te vinden: cultuurhistorie, terrasjes, uit eten, winkelen, uitgaan en is gesitueerd ten zuiden van Amsterdam. De waardering van bezoekers is zeer hoog en ook de intentie voor herhaal bezoek is bij veel bezoekers aanwezig.

Aalsmeer heeft een internationaal imago, dat wordt gevoed door de aanwezigheid van de bloemenveiling Flora Holland.

Ook kan er eenvoudig een bezoek gebracht worden aan Amsterdam. Waar de historische binnenstad en musea een trekpleister vormen voor veel toeristen.

Naast het enorme aanbod aan bedrijven en horeca beschikt Aalsmeer over een groot en divers aantal toeristische attracties en bezienswaardigheden. Een aantal bezienswaardigheden in en rondom Aalsmeer zijn:

- Flora Holland
- Aalsmeer Rondvaart
- De Historische tuin
- De Westeinderplassen
- De wekelijkse dinsdag Markt
- Bezoek aan Amsterdam en de Keukenhof

Voor de zakelijke markt zijn voorgaande attracties, de gastronomie, afstand tot Amsterdam, cultuurhistorie en de prettige sfeer en woonomgeving van Aalsmeer belangrijke randvoorwaarden om een aantrekkelijk totaal verblijf te ervaren voor kort of middellange periode.

2.5 Omgevingsanalyse

Demografie en werkgelegenheid

Aalsmeer telt ruim 33000 inwoners en ligt goed gesitueerd ten opzichte van Luchthaven Schiphol en Amsterdam. Voor de toekomst is de verwachting dat de bevolking in aantal licht toeneemt naar ongeveer 35000 vanaf 2023. Er is geen sprake van vergrijzing maar relatief sterke vergroening door de aanwas van arbeidsmigranten. Hieruit blijkt dat er nog steeds een tekort aan werknemers is en er geen extra druk ontstaat op de potentiële beroepsbevolking. Er is nog steeds een toename van het aantal banen. Door de toename van het aantal banen is de gemiddelde werkloosheid in Aalsmeer (1,6 %) veel lager dan in de rest van Nederland. Dit wordt voornamelijk gecompenseerd door een toestroom van werknemers uit de omliggend omgeving.

Internationale economische focus

Aalsmeer kent inmiddels een breed gedifferentieerde economie met een relatief grote invloed van de Sierteeltsector. Door haar ligging nabij Schiphol en Amsterdam, maar ook door de aanwezigheid van Feadship en vele internationale bedrijven, heeft de economische structuur van Aalsmeer een sterk internationaal karakter.

Aalsmeer maakt deel uit van het stedelijk netwerk de Randstad. Binnen dit netwerk vormen de plaatsen Amsterdam, Schiphol samen met de Haarlemmermeer en Amstelveen, het kerngebied.

Economische structuur

In Aalsmeer is de sector bloemenhandel nog steeds verantwoordelijk voor de meeste werkgelegenheid. Maar ook Schiphol waar 60000 banen zijn heeft invloed op de totale werkgelegenheid. Daarnaast vormen de sectoren 'handel' scheepsbouw grote leveranciers van werk. Zowel wat betreft het zakelijk bezoek, als wat betreft het toeristisch bezoek en de overloop van vraag naar hotelkamers van uit Schiphol

De economische structuur van Aalsmeer kenmerkt zich voornamelijk door kleinschalige bedrijven. Het overgrote merendeel van de in totaal 4000 economisch actieve bedrijfsvestigingen behoort tot het midden- en kleinbedrijf (MKB). Het aantal bedrijfsvestigingen in Aalsmeer is de afgelopen 4 jaar iets toegenomen, even sterk als het landelijk gemiddelde.

(Inter)nationale zakelijke groepsmarkt

Op het gebied van de internationale en nationale zakelijke (groeps)markt is er sprake van groeiende concurrentie, voornamelijk vanuit de Randstad. Aalsmeer stond een aantal jaar geleden nog bovenaan in de ranglijst van Nederlandse zakensteden. Heden dag staat Aalsmeer nog steeds in de

top 5, namelijk op plaats 4. Er worden nog steeds veel zakelijke externe bijeenkomsten (congressen, symposia) georganiseerd in Amsterdam en omgeving. Congrescentrum de RAI speelt hierin een belangrijke rol. Er vinden meer dan 500 evenementen en congressen plaats, waarvan 50 internationale congressen en 70 beurzen veelal in de RAI. Vooral op het gebied van meerdaagse internationale congressen laat de agenda van het RAI een flinke stijging zien ten opzichte van de periode voor corona. Het congresstoerisme is daarmee een belangrijke economische motor van de stad en heeft uitstraling naar de omliggende gemeenten. De aanwezigheid de RAI biedt ook grote kansen voor voornamelijk het zakelijke bezoek aan Aalsmeer.

Kantorenmarkt stabiliseert

De kantorenmarkt op Schiphol-Rijk scoort bovengemiddeld goed als het gaat om de kwaliteit. Aalsmeer is echter niet een echte 'kantorenstad'. De kantorenmarkt op Schiphol-Rijk is redelijk gestabiliseerd en er komen ook nieuwbouwprojecten bij. Er zijn veel bedrijven die op zoek zijn naar een boutiquehotel waarvan er niet veel zijn rondom Schiphol.

Vrijetijdseconomie

Flora Holland trekt jaarlijks 100.000 bezoekers naar Aalsmeer. De naamsbekendheid en het imago van Aalsmeer als bezoekplaats is goed. Dat is vooral te danken aan de geografische positionering. Aalsmeer ligt vlakbij de binnenstad van Amsterdam, de Keukenhof, een aantal grote zomerse evenementen in het Amsterdamse Bos en de Haarlemmermeer, het kwalitatief hoogwaardige hotel-aanbod en de congressen en beursfaciliteiten in de RAI. Aalsmeer vervult een geen centrumfunctie als het gaat om het regionaal kooptoeisme. De historische binnenstad van Amsterdam heeft hierin een belangrijke trekkersrol.

Er zijn jaarlijks veel zakelijke en niet-zakelijke evenementen in Aalsmeer zoals: The IBC, Hortifair, de Pramenrace, Mysteryland en diverse evenementen in het Amsterdamse Bos gedurende de maanden juni t/m september. Daarnaast is er een zeer uitgebreide culturele agenda in Amsterdam. Steeds meer evenementen zijn verspreid over het jaar.

In de nota recreatie en toerisme van januari 2017 zijn toerisme en recreatie in Aalsmeer (waar hotelbeleid een belangrijk onderdeel van uit maakt) en sierteelt belangrijke speerpunten. Het hotelbeleid is gericht op een toename van het toeristisch en zakelijk verblijf met als effect een hogere besteding, toename van investeringen en daaraan gekoppelde werkgelegenheid. De gemeente voert een terughoudend beleid ten aanzien van de ontwikkeling van nieuwe hotelkamers. Voorkomen moet worden dat meer van hetzelfde wordt ontwikkeld. De gemeente Aalsmeer geeft daarmee mogelijkheden voor kwalitatieve, vernieuwende concepten waardoor zowel de marktruimte vergroot wordt én de kwaliteit van de omgeving behouden c.q. verbeterd wordt.

2.6 Conclusie

Samenvattend kan op basis van voorgaande de volgende sterke en zwakke punten en kansen en bedreigingen worden geformuleerd waar het hotelconcept op in kan spelen:

Sterke punten:

- Monumentale gevel onder hoogstaande architectuur her ontwikkeld
- Ruime eenheden met de inrichting en sfeer van een woonhuis
- Rustige ligging van het pand (met een eigen binnenruimte) nabij de luchthaven
- Goede (en verbeterende) bereikbaarheid van Aalsmeer zowel regionaal als (inter)nationaal
- Bus Station op loopafstand en 24/7 shuttleservice naar de luchthaven Schiphol
- Kleinschalig Boutiquehotel dat zich al jaren staande houdt in omgeving van Schiphol waar bijna 13.000 bedden aanwezig zijn

Zwakke punten:

- Ligging van het hotel net buiten het centrum van Aalsmeer

Kansen:

- Aalsmeer is een internationaal georiënteerde plaats, dit profiel zal in de komende jaren alleen nog maar verder worden versterkt.
- De internationale oriëntatie vertaalt zich in een toenemend aantal (kennis)werkers die van buiten de regio (tijdelijk) in Aalsmeer (en omgeving) komen werken en wonen.
- De economische ontwikkeling van Aalsmeer is gericht op sierteelt, handel, cultuur en Schiphol. Dit biedt kansen voor een concept gericht op het zakelijke en toeristische segment.
- De ontwikkellocatie is gelegen bij Greenpark met veel dynamiek, upgradering van deze locatie geeft een spin-off naar de directe omgeving wat weer zijn weerslag heeft op het succes van het hotel.
- In Aalsmeer is ruimte voor een kwalitatief, onderscheidend hotelconcept als een boutiquehotel met kleine conferentiezalen.

Bedreigingen:

- Afname van het aantal vluchten van en naar Schiphol in het personeelsvervoer.

3 Marktverkenning

3.1 Inleiding

In de marktverkenning kijken we naar een kwantitatieve en kwalitatieve analyse van de hotelmarkt in Aalsmeer/Schiphol. Achtereenvolgend komen in deze verkenning aan de orde: het aanbod van hotels, de vraag naar hotels, de bezettingsgraad en kameropbrengst. Vervolgens voeren wij een kwalitatieve concurrentieanalyse uit naar accommodaties in Aalsmeer en omstreken die een vergelijkbaar concept aanbieden als Hotel Chariot. Aansluitend beschrijven we de verwachte ontwikkelingen in de markt. Op basis van deze analyses trekken we conclusies ten aanzien van de marktmogelijkheden voor het nieuwe hotel.

3.2 Aanbod van hotels

Deze paragraaf geeft Inzicht in (de ontwikkeling van) het hotelaanbod in Aalsmeer/Schiphol. Ook plaatsen we deze ontwikkeling in perspectief door deze af te zetten tegen ontwikkelingen in de regio Amsterdam en tegen landelijke ontwikkelingen.

Afbeelding 3.1 geeft de ontwikkeling van het aantal kamers en bedden in Nederland, Amsterdam, Haarlemmermeer en overig MRA weer in de afgelopen vier jaar.

	2018		2019		2020		2021	
	kamers	bedden	kamers	bedden	kamers	bedden	kamers	bedden
Nederland totaal	131903	286069	138216	302748	142674	312246	147047	321933
MRA totaal	49611	108802	53239	116402	57030	124499	58424	127335
Amsterdam	34758	76815	36860	81257	39913	87917	40583	89256
Haarlemmermeer	7306	15185	7872	15972	8194	16423	8640	17325
overig MRA	7547	16802	8507	19173	8923	20159	9201	20754

	2018-2019%		2019-2020%		2020-2021%		2018-2021%	
	kamers	bedden	kamers	bedden	kamers	bedden	kamers	bedden
Nederland totaal	5%	6%	3%	3%	3%	3%	11%	13%
MRA totaal	7%	7%	7%	7%	2%	2%	18%	17%
Amsterdam	6%	6%	8%	8%	2%	2%	17%	16%
Haarlemmermeer	8%	5%	4%	3%	5%	5%	18%	14%
overig MRA	13%	14%	5%	5%	3%	3%	22%	24%

Afbeelding 3.1 Capaciteit hotels en vergelijkbare accommodaties (bron: CBS/O&S)

In de afgelopen jaren (2018-2021), op basis van cijfers van het CBS en het OIS, zijn het aantal hotelkamers en bedden in de MRA in de afgelopen vier jaar gemiddeld gestegen met 23%. Het aantal kamers en bedden groeit hiermee gemiddeld 12% sneller dan het landelijk gemiddelde.

Een gemiddeld Aalsmeers hotel (65 kamers) is aanzienlijk groter dan een gemiddeld hotel in Nederland (34 kamers). Wel is de afgelopen jaren de omvang van een gemiddeld hotel in Nederland toegenomen.

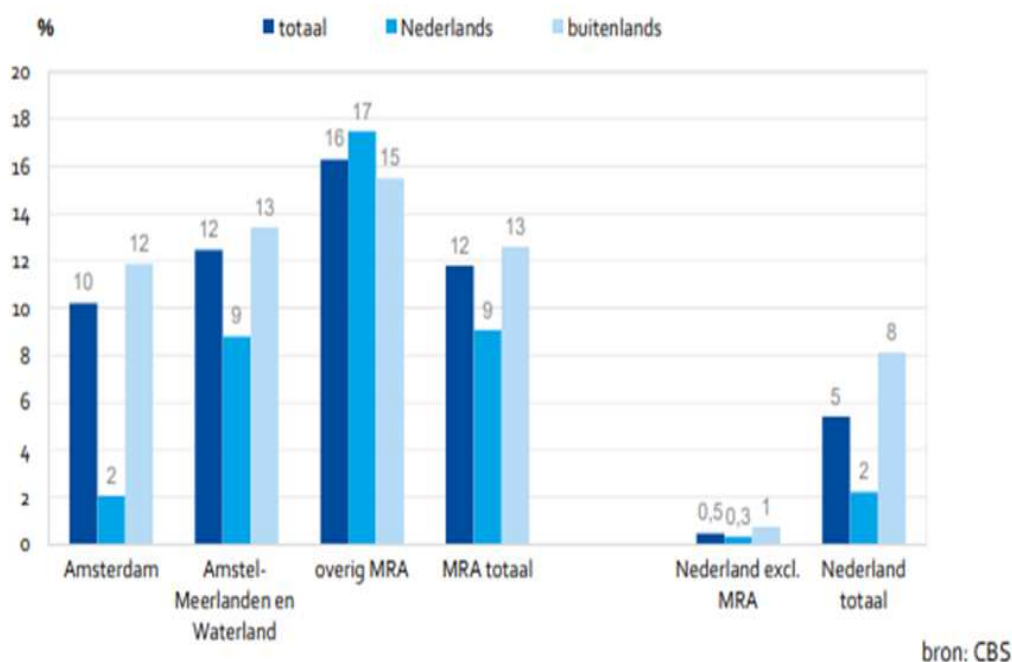
Bijna 50% van de hotels (zo'n 68% van de kamers) is buiten het centrum gevestigd. De overige hotels (en 32% van de kamers) liggen binnen het centrum van Aalsmeer. De hotels buiten het centrum zijn dus relatief grootschalig.

Het hotelaanbod van Aalsmeer kenmerkt zich door een enorme vertegenwoordiging van hotels in het 4-sterrensegment. Ongeveer 80% van alle hotelkamers in Aalsmeer heeft een 4-sterrenclassificatie. Maar kwaliteit van kamers, diensten en faciliteiten en de prijsstelling van een aantal viersterrenhotels ligt dicht bij wat je van een driesterrenhotel zou mogen verwachten. Aalsmeer telt ruim 10 Airbnb-adressen.

3.3 Vraag naar hotels

De ontwikkeling van de vraag naar hotelovernachtingen beschrijven we in deze paragraaf aan de hand van de overnachtingcijfers over de afgelopen jaren, de ontwikkeling naar herkomstland en de verdeling over de bezoekersgroepen op basis van reismotief.

Het aantal hotelovernachtingen in Aalsmeer bedroeg in 2018 in totaal 88.000 bijna een verdubbeling ten opzichte van de 46.000 in 2017. Na de corona periode is de vraag naar hotelkamers weer groeiende. Gezien de toenemende vraag is het kansrijk om nieuw aanbod van verblijfsaccommodatie toe te voegen. Dit gebeurt al op verschillende plekken in Aalsmeer; onder meer op Green Park Aalsmeer voorziet de structuurvisie binnen het Green Square ruimte voor hotels met congresfaciliteiten. Hotel Chariot ligt op een steenworp afstand van Green Park. *(bron: Agenda Economie en Recreatie & Toerisme Aalsmeer: voor een bloeiende economie, gemeente Aalsmeer)*



Afbeelding 3.2 Ontwikkeling hotelovernachtingen Amsterdam en MRA in procenten 2019 (bron: CBS)

Met een forse groei van het aantal overnachtingen welke bijna meer dan twee keer zo sterk gestegen is dan in de rest van Nederland. De ontwikkeling is in lijn met het gemiddelde voor Nederland van de afgelopen jaren.

	overnachtingen 2019 (abs.)				mutatie t.o.v. 2018 (%)			verblijfsduur 2019 (nachten)		
	totaal	Neder- landers	buiten- landers	buiten- landers%	totaal	Neder- landers	buiten- landers	totaal	Neder- landers	buiten- landers
Amsterdam	18.375.000	2.886.000	15.489.000	84	10	2	12	2,00	1,76	2,05
Totaal Amstel-Meerlanden / Waterland+, waarvan	4.631.000	1.670.000	2.961.000	64	12	9	13	1,62	1,48	1,71
Haarlemmermeer	3.157.000	1.154.000	2.003.000	63	6	11	3	1,53	1,43	1,59
overig Amstel-Meerlanden*	1.073.000	x	x	x	85	x	x	1,85	x	x
Waterland+*	401.000	x	x	x	85	x	x	1,85	x	x
Agglomeratie Haarlem	756.000	333.000	423.000	56	4	15	-4	1,91	1,69	2,12
IJmond	381.000	238.000	143.000	38	-8	-13	1	1,80	1,61	2,22
Het Gooi en Vechtstreek	271.000	155.000	116.000	43	1	6	-5	1,77	1,64	1,98
Flevoland	425.000	262.000	163.000	38	22	27	15	1,73	1,59	2,02
Zaanstreek	338.000	103.000	235.000	70	10	37	1	2,20	1,97	2,32
Metropool	25.178.000	5.648.000	19.530.000	78	12	9	13	1,90	1,65	1,99
Nederland	54.403.000	24.272.000	30.131.000	55	5	2	8	1,78	1,61	1,94

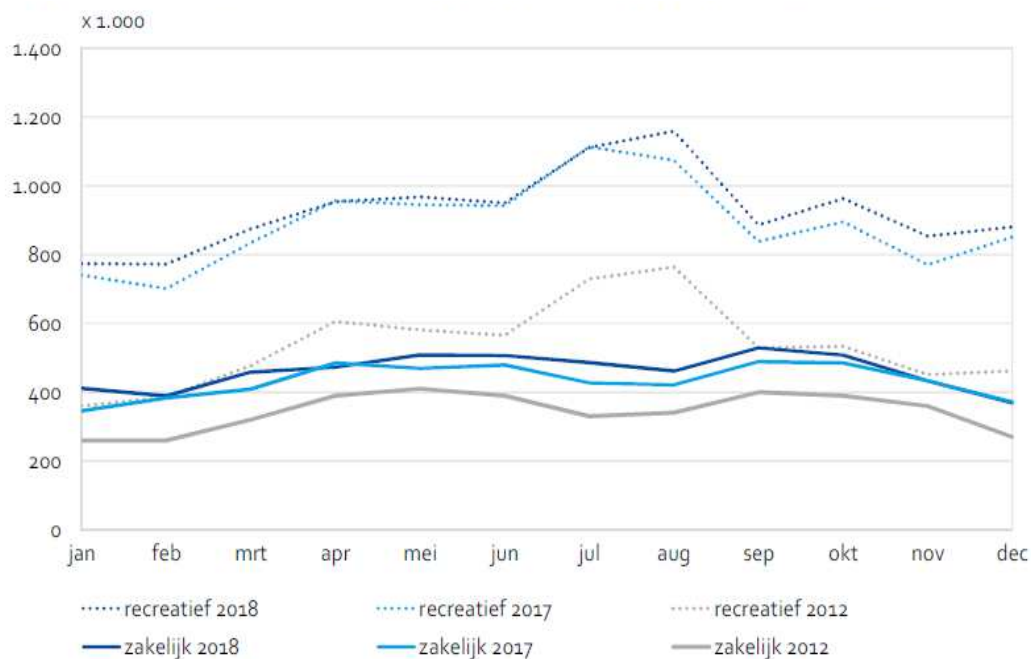
* schatting x data niet beschikbaar

bron: CBS/bewerking OIS

Afbeelding 3.3 Gemiddelde verblijfsduur gasten in 2019 (bron: CBS)

De gemiddelde verblijfsduur in Aalsmeer is 1,85 nacht. De verblijfsduur ligt in lijn met die van de regio en ligt iets onder dat van Amsterdam zelf. Opvallend is dat de verblijfsduur van de Nederlandse gast achterblijft bij de verblijfsduur van de buitenlandse gast in Nederland. Dit geldt voor alle herkomstlanden. Mogelijk ligt in verlenging van de verblijfsduur een potentieel voor de Aalsmeerse hotelmarkt.

Afbeelding 3.4 geeft inzicht in de verdeling over de verschillende doelgroepen van hotels. Net als in 2017 was een derde van de Amsterdamse hotelovernachtingen in 2018 zakelijk van aard. De rest van de overnachtingen had een recreatief motief. In afbeelding 3.4 is te zien dat in een aantal maanden van 2018 de zakelijke overnachtingen het niveau van de recreatieve overnachtingen in 2012 evenaarde. De meeste zakelijke overnachtingen vonden plaats in september, in totaal ruim een half miljoen. De zakelijke markt kent van oudsher twee piekmomenten: in april/mei en september. In de afgelopen jaren is de piek rond mei verlengd. In 2018 zette de piek al in maart in en liep door tot en met juni.



Afbeelding 3.4 Aantal hotelovernachtingen naar bezoekmotief per maand, Amsterdam en MRA (bron: CBS)

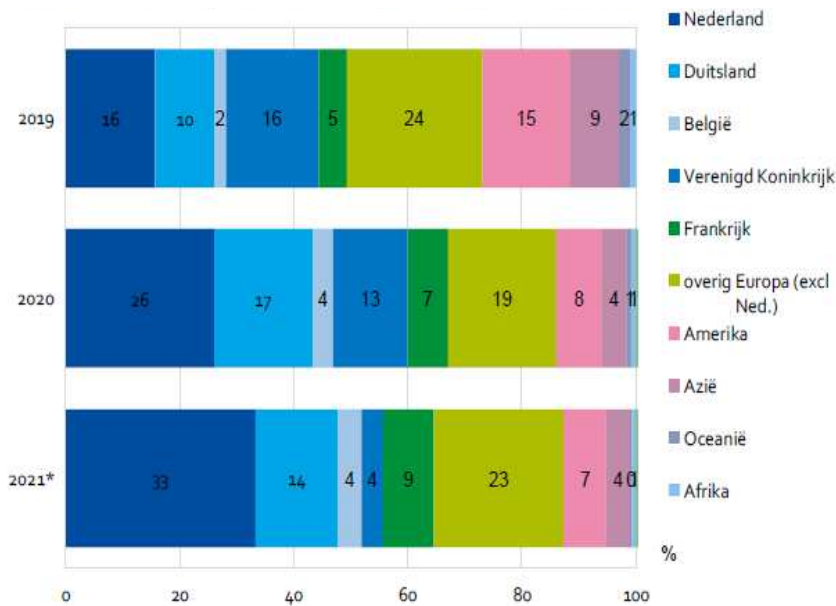
In vergelijking met Nederland is een relatief groot aandeel van de overnachtingen van zakelijke aard. Zo'n 58% van de overnachtingen heeft een zakelijk motief. Voornamelijk het individuele toeristische bezoek zijn er nog mogelijkheden voor groei in Aalsmeer. Het zakelijke bezoek in Aalsmeer heeft een vergelijkbaar aandeel ten opzichte van het landelijke gemiddelde. Toeristische groepen zijn relatief minder goed vertegenwoordigd. Specifiek vergeleken met de concurrerende markt voor Aalsmeer zien we dat ook hiervoor geldt dat in Aalsmeer een sterkere focus op het individuele toeristische bezoek.

Spreiding in tijd

De spreiding van de overnachtingen over het jaar heen laat een redelijk evenwichtige opbouw zien met een hoogseizoen wat loopt van 1 april tot 20 november. Landelijk gezien kent het aantal overnachtingen een grotere variatie over de tijd heen. Bij de spreiding binnen de week geven hotels in Aalsmeer aan dat het voornamelijk van maandag t/m zaterdag voor komt dat zij volledig bezet zijn. Alleen zondag is nog een uitdaging. Een versterking van de zakelijke markt is hiervoor wenselijk.

Herkomst

Tabel 3.5 geeft een overzicht van het land van herkomst van de gasten in de periode 2019 – 2021 in Amsterdam en MRA regio weer.



* voorlopige cijfers 2021

bron: CBS

Afbeelding 3.5 Hotelovernachtingen naar land van herkomst, Amsterdam 2019 – 2021 in procenten (bron: CBS)

In Aalsmeer heeft één op de twee overnachtingen betrekking op een buitenlandse gast. Dit komt overeen met het gemiddelde voor Nederland, waar meer dan de helft van het aantal overnachtingen op naam komt van buitenlandse gasten. Binnen belangrijke buitenlandse markten heeft Aalsmeer voornamelijk een laag marktaandeel op de Aziatische en Amerikaanse markt (respectievelijk 4% en 7% tegen een landelijk gemiddelde van 7% en 10%) (bron: NBTC)

3.4 Bezettingsgraad, kameropbrengst en resultaat

Bezettingsgraad

De gemiddelde kamerbezetting in Aalsmeer is in de periode 2011-2013 stabiel gebleven rond de 65%. Vanaf 2013 zien we een toename van de gemiddelde bezettingsgraad naar 69% in 2014 en 70% in 2016. De bezettingsgraad van hotels in het centrum is hoger dan buiten het centrum. Echter, de hotels in het centrum hadden in de afgelopen jaren wel te maken met een dalende bezetting, terwijl buiten het centrum de bezettingsgraad steeg. Vergeleken met de rest van Noord-Holland en Nederland (exclusief Amsterdam en MRA) ligt de bezettingsgraad in Aalsmeer hoger.

	kamerbezetting %				prijs 2-pers. kamer €/nacht			
	2010	2017	2018	2019	2010	2017	2018	2019
Amsterdam								
gemiddeld	72	84	84	84	104	138	150	135
laag segment** (0-2 sterren)	71	81	81	81	83	111	121	115
midden segment (3 sterren)	75	88	88	89	104	122	132	115
luxe segment (4-5 sterren)	72	85	84	84	159	199	207	186
regio								
gemiddeld	56	69	68	69	92	95	95	107
laag segment* (0-2 sterren)	53	64	63	64	77	93	93	114
midden segment (3 sterren)	51	73	72	69	87	93	94	95
luxe segment (4 sterren)	65	74	73	74	114	99	100	108

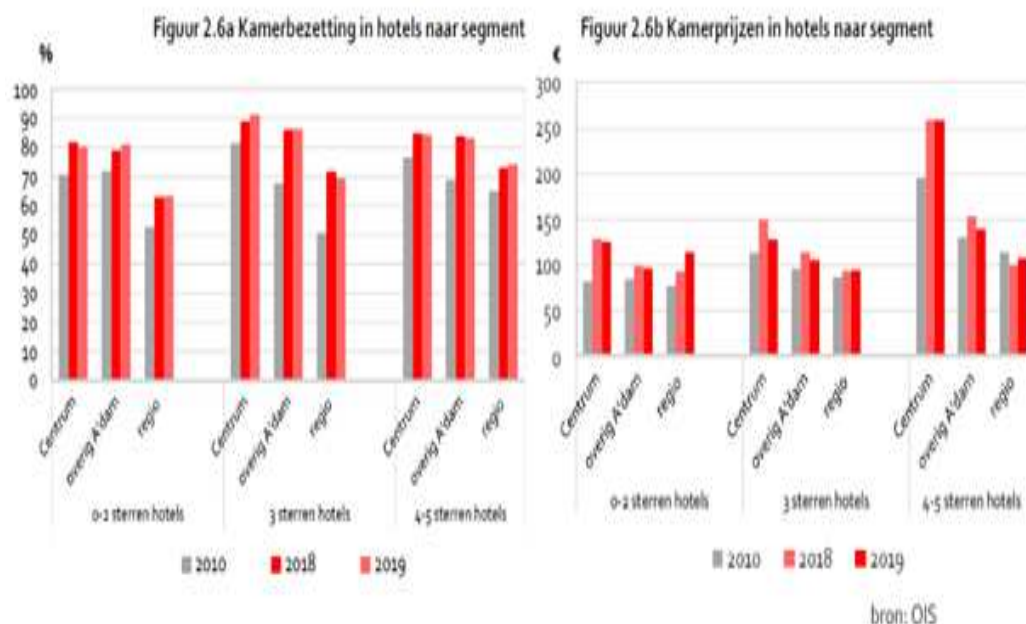
* Kamerprijzen incl. 9% btw en excl. gemeentelijke toeristenbelasting

** De sterclassificatie is vrijwillig; accommodaties zonder sterklasse worden ingedeeld in het laagste segment

bron: OIS

Afbeelding 3.6 Kamerbezetting en kamerprijs* in hotel naar segment (bron: OIS)

Kijken we naar de gemiddelde kamerprijs in de Haarlemmermeer en Aalsmeer voor een 3-, 4- en 5-sterrenhotel, dan zien we dat deze redelijk stabiel ligt rond gemiddeld 105 euro per kamer, met een kleine stijging in 2019. Voor hotels in het centrum van Amsterdam en Schiphol ligt de gemiddelde kamerprijs overigens hoger dan voor de andere accommodaties in de regio. De bezettingsgraad is de afgelopen jaren gestegen naar 74%. Gevolg is dat de kameropbrengst in Aalsmeer een stijging laat zien sinds 2017 tot 2019 van € 99,- per kamer tot € 108,- per kamer.



Afbeelding 3.7 Kamerbezetting en kamerprijs in hotel naar segment (bron: OIS)

Bezettingsgraad

De gemiddelde bezettingsgraad in Aalsmeer ligt boven het gemiddelde van Nederland (exclusief Amsterdam/Schiphol).

Kamerprijs

De gemiddelde kamerprijs in Aalsmeer over de afgelopen 5 jaren is hoger dan gemiddeld in Noord Holland over deze periode en ook hoger dan in Nederland (exclusief Amsterdam en MRA). Onderzoek van boeking websites laat zien dat de MRA regio tot de duurdere hotelsteden van Nederland behoort. Over het algemeen hebben de hotels in het stadscentrum van Amsterdam een hogere kamerprijs en bezettingsgraad dan in de periferie.

Kameropbrengst

Ook hier zien we dat Aalsmeer over de afgelopen 5 jaar gemiddeld een hogere kameropbrengst heeft dan Noord Holland en Nederland over dezelfde periode.

3.5 Concurrentieanalyse

Hotelsector

Voor een vergelijking van het concept van de hotelkamers van hotel Chariot met concurrerend aanbod, hanteren we de volgende uitgangspunten:

- een 4-sterren niveau
- meer dan 50 kamers
- associatie met boutiquehotel
- bij voorkeur gelegen in of nabij het centrum Aalsmeer/Schiphol

Naam	Locatie	Capaciteit	Kwaliteit	Marktsegment	Bijzonderheden
Ramada by Wyndham Amsterdam Airport Schiphol	Badhoevedorp	222	Gemiddeld	Zakelijk, Individueel Toeristisch	Wellnesscentrum
NH Amsterdam Schiphol Airport	Hoofddorp	419	Hoog	Zakelijk, Individueel Toeristisch	Wellnesscentrum Gratis luchthavenshuttle
IBIS Schiphol Amsterdam Airport	Badhoevedorp	644	Gemiddeld	Zakelijk, Individueel Toeristisch	Gratis luchthavenshuttle Gratis fitnessruimte
Radisson Blu Hotel Amsterdam Airport, Schiphol	Schiphol	281	Hoog	Zakelijk, Individueel Toeristisch	Gratis luchthavenshuttle
Van der Valk Hotel A4 Schiphol	Hoofddorp	435	Hoog	Zakelijk, Individueel Toeristisch	Gratis luchthavenshuttle Gratis parkeren
Park Plaza Amsterdam Airport	Lijnden	342	Hoog	Zakelijk, Individueel Toeristisch	Gratis luchthavenshuttle
IBIS Budget Amsterdam Airport	Badhoevedorp	200	Gemiddeld	Zakelijk, Individueel Toeristisch	Gratis luchthavenshuttle
Park Inn by Radisson Amsterdam Airport Schiphol	Schiphol	150	Hoog	Zakelijk, Individueel Toeristisch	Fitnesscentrum Gratis luchthavenshuttle
Blue Mansion Hotel	Aalsmeer	41	Gemiddeld	Zakelijk, Individueel Toeristisch	Milieuvriendelijk
Hyatt Place Amsterdam Airport	Hoofddorp	330	Hoog	Zakelijk, Individueel Toeristisch	Fitnesscentrum Gratis luchthavenshuttle

Afbeelding 3.8 Overzicht concurrerende hotels (selectie)

In totaal worden vier concurrerende hotels in Aalsmeeresignaleerd, de zogenaamde primaire concurrenten. Ondanks de overeenkomsten, zijn er ook veel verschillen tussen deze hotels. Binnen het centrum zijn de accommodaties gemiddeld genomen kleiner qua capaciteit dan buiten het centrum. De omvang van de kamers varieert van 14m² tot 52m². Ook wat betreft faciliteiten zijn er grote verschillen tussen de primaire concurrenten. De driekwart beschikt over een bar en een restaurant. Een hotel heeft alleen een ontbijtzaal. De hotels hebben gemeen dat er gratis Wi-Fi en parkeren aanwezig.

Gesteld kan worden dat het hotel Chariot een sterk onderscheidend vermogen heeft ten opzichte van de primaire concurrenten: zij biedt een hoger voorzieningenniveau aan. Hotel Chariot is niet gebonden aan een franchise formule of een keten.

Hotel Chariot wordt over het algemeen hoog gewaardeerd. Wel is de ligging ten opzichte van de belangrijkste toeristische attracties in de Amsterdam iets ongunstiger.

3.6 Toekomstverwachtingen Aalsmeer

Hotelsector

Wat betreft de verwachting van de toekomstige ontwikkelingen van de hotelsector in Aalsmeer/Schiphol volgens de agenda Economie en Recreatie & Toerisme voor een Bloeiende economie waarin de gemeente de verwachting uitspreekt dat er een toenemende vraag is naar hotelkamers is in Aalsmeer kunnen wij tot de conclusie gekomen dat er nog ruimte is voor 30 extra kamers in Aalsmeer. De groei wordt vooral verwacht in de toeristische markt in de behoefte aan hotelkamers. Vanuit de zakelijke markt wordt een groei (van de vraag) verwacht door de verdere uitbreiding van Greenpark en Schiphol-Rijk. De studie geeft voorstellen voor de wijze waarop deze marktruimte kan worden ingevuld:

- Uitbreiding van bestaande hotels: in verband met de gewenste schaalgrootte en productiviteit". (voorkeur naar uitgaan). Dit kan wel leiden tot beperking van de gewenste variatie, waar dus rekening mee moet worden gehouden.
- Uitbreiding met tophotels (vijfsterrensegment) of budgethotels: Aalsmeer heeft nu al een beperkt aanbod in het drie- en (voornamelijk) viersterrensegment.
- Hotels met bij voorkeur met onderscheidend aanbod qua sfeer, ambiance, schaalgrootte, service en prijs zoals een boutiquehotel.
- Uitbreiding met concept: een hotel met onderscheidende formule. Dit aanbod valt buiten de berekende marktruimte omdat het een eigen markt creëert.

De ontwikkeling van de hotelsector hangt sterk samen met de economische conjunctuur. Voornamelijk de hotels die zijn gericht op de zakelijke markt laten een sterke relatie zien met de economische ontwikkelingen. De economische groei van Schiphol/Rijk en Aalsmeer was de afgelopen decennia hoger dan het landelijke gemiddelde. Veel van deze ontwikkelingen hebben een positieve impact op de ontwikkeling van de vraag naar hotelovernachtingen in de regio, zowel toeristisch als zakelijk. De doorontwikkeling van Schiphol-Rijk, Schiphol-Oost en Greenpark, in combinatie met de ambities van de regio om zich te profileren als internationale top-business regio en de infrastructurele aanwezigheid van Schiphol de N201 en (A4/A9) hebben naar verwachting de grootste impact.

Voor de komende jaren wordt door ABN-AMRO en Rabobank verwacht, in lijn met het Nederlands Bureau voor Toerisme & Congressen (NBTC), dat de vraag naar overnachtingen zal groeien in Nederland tot 2030. Gelet op de positieve impact van onder meer voorgaande ontwikkelingen en het herhaalbezoek aan Nederland, waar naast of in plaats van Amsterdam ook een bezoek wordt gebracht aan andere steden zoals Aalsmeer. De afgelopen jaren constateerden we al dat het aantal overnachtingen door buitenlandse gasten sterker toeneemt dan het aantal overnachtingen van Nederlandse gasten. Uit cijfers van het CBS blijkt dat het aandeel buitenlandse overnachtingen in 2019 al de 50% gepasseerd is, ten opzichte van het totaal aantal overnachtingen, en zal dit de komende jaren verder toenemen.

Hotel Chariot Aalsmeer kan zich positief onderscheiden in de markt. De 30 extra hotelkamers zijn van een gemiddeld grootte en het hotel kan door de combinatie kleine vergaderzalen meer aanvullende faciliteiten en dienstverlening aanbieden dan wat gewoon is in deze markt. Ook de ligging van Schiphol en Greenpark ten opzichte van hotel Chariot en de nieuwe N201 is de bereikbaarheid goed te noemen.

De vraag naar hotelkamers is groot, deze wordt gegenereerd door de grotere (internationale) bedrijven die in Aalsmeer/Schiphol en omgeving zijn gevestigd.

3.7 Trends

In de vorige paragraaf is kwantitatief aangegeven welke verwachtingen er zijn ten aanzien van de hotelmarkt. In deze paragraaf focussen wij op meer kwalitatieve ontwikkelingen en trends die zich in in het algemeen aan de vraag- en aanbodzijde van de hotelmarkt voordoen. Het concept voor het boutique hotel speelt in op deze ontwikkelingen (zie hoofdstuk 4).

Concept is the word

Concepten en thema's worden steeds belangrijker. We zien dit duidelijk terug in het aanbod van hotels. Boutiquehotels zijn hier een mooi voorbeeld van. Het zijn hotels die duidelijk worden bezocht door een bepaalde groep mensen, op zoek naar een hotel met een eigen, luxueuze sfeer en waar niet het gevoel ontstaat onderdeel van een keten te zijn. Sleutelwoorden zijn onderscheidend vermogen, exclusiviteit en inspelen op authenticiteit en beleving: 'het creatieve aanbod' wint het van de massa.

Toevoeging nieuw type hotels

Nieuwe type hotels weten een nieuwe additionele vraag naar hotels te bewerkstelligen. Voorbeelden van nieuwe hoteltypen zijn boutique/design hotels, affordable luxury hotels (bijzondere concepten op 3-sterren plus niveau zoals CitizenM). Deze concepten trekken allen (deels) een eigen, nieuwe vraagmarkt aan.

Deeleconomie leidt tot toetreding nieuwe concurrenten

Online platforms als Airbnb bieden een sterk stijgend aanbod aan (nieuwe) hotelkamers. In toenemende mate weet de consument deze ook te boeken. Om relevant te blijven voor de gast moeten hotels hun aanbod verbreden. Loyaltyprogramma's zijn effectief in het binden van de gast aan de hotelketen. Hotels met veel zakelijke gasten en groepsboekingen zijn minder gevoelig voor deze ontwikkeling en trekken hun eigen plan, indirect kunnen zij hier wel negatieve invloed van ondervinden door een grotere concurrentie om de 'echte' hotelgast.

Hotelmerken fuseren

Ketenvorming (internationaal) in de hotelsector neemt verder toe. Steeds meer aanbod maakt onderdeel uit van een hotelketen dan wel hotelmerk.

Toetreding van buitenlandse ketens

Internationale ketens op economy en budgetniveau treden steeds meer toe op de Nederlandse markt. Grote steden zijn hierbij het primaire aandachtsgebied.

Schaalvergroting hotels

Door het verdwijnen van veel kleinschalige (familie)hotels, die niet met hun tijd zijn meegegaan en die zowel door (nieuwe) grotere hotels als door B&B's worden weggeconcentreerd, is het afgelopen decennium de gemiddelde omvang van hotels in Nederland gegroeid.

Online zichtbaarheid

Online goed vindbaar zijn heeft grote invloed op de toestroom van bezoekers. Bijna 80% van de consumenten oriënteert zich online op het boeken van een vakantie. De grotere hotelketens kunnen de datastroom in beeld brengen om die vervolgens om te zetten in voor de consument relevante

Online Travel Agents (OTA's) worden steeds machtiger

Terwijl de gemiddelde kameropbrengst op veel plaatsen onder druk staat, neemt de commissie per verkochte hotelkamer via een OTA over het algemeen aanzienlijk toe. Dit zet de uiteindelijke kameropbrengst c.q. de marge (verder) onder druk.

Gezondheid en wellness

Gezond leven wordt steeds belangrijker en heeft ook zijn effect op het verblijf in een hotel. De 'healthytraveler' is een serieuze doelgroep. We zien steeds meer hotels die wellness hebben omarmd met de beste fitnessappartementen, binnen- en buitenbaden zijn in deze hotels vanzelfsprekend aanwezig. Het menu van het hotel restaurant heeft ook een impuls gekregen van biologisch voedsel, glutenvrij etc.

Eco wordt serieus

De eco-standaarden in hotels worden steeds hoger. Wereldwijd is dit een belangrijk thema. Hotels gaan zich steeds meer onderscheiden op het vlak van duurzaamheid.

Persoonlijke ervaring staat voorop

Doordat er steeds duidelijkere eigen keuzes worden gemaakt en mensen zich via bijvoorbeeld social media hebben verdiept in het hoe en waarom van hun keuze is dit direct van invloed op de verwachting. Aan het hotel om deze verwachting waar te maken. Slaagt men hierin dan is het verblijf voor de hotelgast geslaagd en is er bovendien de kans op een positieve online review.

WTO verwacht groei van internationaal toerisme

De groei van het aantal buitenlandse hotelgasten in Nederland bedroeg de afgelopen tien jaar 35%. Kijkend naar de toekomst, verwacht de World Tourism Organisation (WTO) een groei van het wereldwijde aantal internationale toeristische aankomsten tot 1,6 miljard in 2020. Daarbinnen zal het relatieve marktaandeel van West-Europa/Nederland wel dalen, maar wordt in absolute cijfers gezien wel een groei van de markt verwacht.

Sterke groeistedentrips

Mede door toegenomen welvaart, low cost carriers en toegenomen transparantie van de markt, verwacht het NBTC voor hotel overnachtingen in steden gemiddeld een groei van 4% per jaar in de komende jaren. Op de zakelijke markt wordt door ABN-AMRO in de komende jaren een omzet groei verwacht van 3%.

Kortere boekingstijden

Zowel de leisure als de zakelijke toerist boekt het verblijf op steeds kortere termijn voor het bezoek.

3.8 Conclusie

Hotellkamers

Het hotelaanbod in Aalsmeer lijkt zich eenzijdig te ontwikkelen: een zwaartepunt in het viersterrensegment. Het echte topsegment, Internationale ketens en onderscheidende formules ontbreken. De oorzaak hiervan is dat Aalsmeer aan de rand van Amsterdam ligt waar 28 vijf sterren hotels aanwezig zijn. In de afgelopen jaren is het aantal hotels weliswaar gestegen, maar de groei van hotels in Amsterdam zal voorlopig niet uitgebreid worden.

Het aantal overnachtingen in Aalsmeer is weer groeiende, na de) een trendbreuk in 2020-2021 door de covid periode. Zowel terugkijkend (in de afgelopen zes jaar is een jaarlijkse groei van 3,5% bereikt), als vooruitkijkend: voor de toekomst wordt een jaarlijkse groei van 3,3% verwacht in de concurrerende markt. Voornamelijk de toeristische markt is hierin kansrijk. Economische ontwikkeling en groei van het internationaal toerisme liggen ten grondslag aan de verwachte groei.

De toeristische markt is, vergeleken met het landelijk gemiddelde, ondervertegenwoordigd in Aalsmeer. Het aandeel is slechts 1/4, landelijk is dat de helft. Binnen de toeristische markt is, ten

opzichte van Nederland het aandeel Amerikaanse gasten gering. Hier lijkt potentie te zijn om dit aandeel te vergroten. De toeristische markt verblijft nu relatief kort in Aalsmeer. Indien het, met verbeterd aanbod, lukt het verblijf te verlengen, kan op deze wijze een additionele vraag worden gecreëerd.

Trends in de sector laten zien dat in toenemende mate sprake is van schaalvergroting en professionalisering. Internationale ketens zetten, naast een standaardproduct, in op het aanbieden van onderscheidende concepten en beleving, bijvoorbeeld in de vorm van boutiquehotels. Het unieke, het persoonlijke en exclusieve wordt belangrijker. Ook het hotelaanbod van Aalsmeer moet hier op inspelen, wil het aansluiting blijven houden met de markt.

Samenvatting

Het concept Hotel Chariot omvat 65 hotelkamers, waarvan 12 familierooms. Markttechnisch past daarmee het concept met haar hotelkamers binnen de reeds afgegeven toestemming van 97 eenheden. Inhoudelijk is het concept wel bijgesteld om te kunnen voldoen aan de ontwikkelingen in de markt.

De 45 hotelappartementen zijn aanvullend aan de eerdere toezegging van 97 eenheden. Uit de marktverkenning wordt duidelijk dat het aanbod in Maastricht in dit segment nog maar zeer beperkt aanwezig is. Zeker in het kwaliteits- en serviceniveau wat Cineme Palace voorstaat. Dit niveau kan worden aangeboden door het benutten van synergievoordelen die de combinatie met de hotelkamers met zich meebrengt. De vraag naar hotelappartementen is aanwezig en gelet op de economische ontwikkeling van de regio mag worden verwacht dat deze nog verder in omvang gaat groeien.

4. Omschrijving van het concept

4.1 Inleiding

Op basis van de omgevingsanalyse en de marktverkenning kan gesteld worden dat de hotelmarkt in Aalsmeer kansen biedt, maar dat een onderscheidend concept noodzakelijk is deze kansen te verzilveren. Dit geldt in het bijzonder voor het viersterrensegment, dat in Aalsmeer goed vertegenwoordigd is.

Wij gaan het Hotel Chariot zelf verder exploiteren. Hotel Chariot combineert twee sterke punten: de beleving van een boutiquehotel met een uitstekend restaurant, maar de uitstraling van een internationaal hotel.

Naast de onderscheidende punten van dit concept, die hieronder verder worden aangeduid, biedt Chariot de mogelijkheid nieuwe (en winstgevende) bezoekers te trekken naar Aalsmeer vanuit hun. Voornamelijk voor een hotel dat sterk inzet op de internationale (zakelijke) markt en toerisme is dit een belangrijk unique selling point om gasten te trekken.

4.3 Concept Hotel Chariot

Een boutique hotel zoals hotel Chariot biedt de volgende onderscheidende punten:

- Het hotel heeft zijn eigen locatie, verhaal en historie wat tot in detail is uitgewerkt in de ontwerp, voorzieningen en kamers)
- Uniek design (zowel van exterieur als interieur, met aandacht voor kunst, design en cultuur)
- Human touch (grootschalige opzet met behoud van de menselijke maat en persoonlijke aandacht)

- Smeltkroes van guests en locals (het hotel en restaurant en voorzieningen zijn uitnodigend naar de gehele gemeente waarin het is gelegen, entameert ontmoetingen tussen gasten en lokale trendsetters)
- Food (restaurant en bar serveren een keur aan gezond, vers eten en drinken, hoge standaard en veel lokaal geproduceerd)



Afbeelding 4.1 Sfeerimpressie Hotel Chariot (bron: www.hotelchariot.nl)

4.4 Indeling, design en ambitieniveau

In grote lijnen bestaat de geplande hotellocatie uit 66 luxe hotelkamers (huidige 41 + 25 uitbreiding). Gezamenlijke faciliteiten behelzen een lounge/receptie, bar en restaurant. Voor het hotel is een programma van eisen opgesteld dat vervolgens door dhr. Pannekoek is uitgewerkt in een voorlopig ontwerp. Dit voorlopige ontwerp, is opgenomen in de bijlage.

Uitbreiden Hotel Chariot aan de achterkant van het hotel

De bedoeling is om de monumenten aan Oosteinderweg 245 en 245a te betrekken bij Hotel Chariot, waardoor het hotel de levensvatbaarheid voor de komende 15 jaar veiligstelt. Dit door middel van een uitbreiding van ongeveer 25 kamers en vergaderruimtes, waarbij Hotel Chariot een schaalvergroting weet te behalen.

Waarom is het belangrijk voor ons hotelbedrijf?

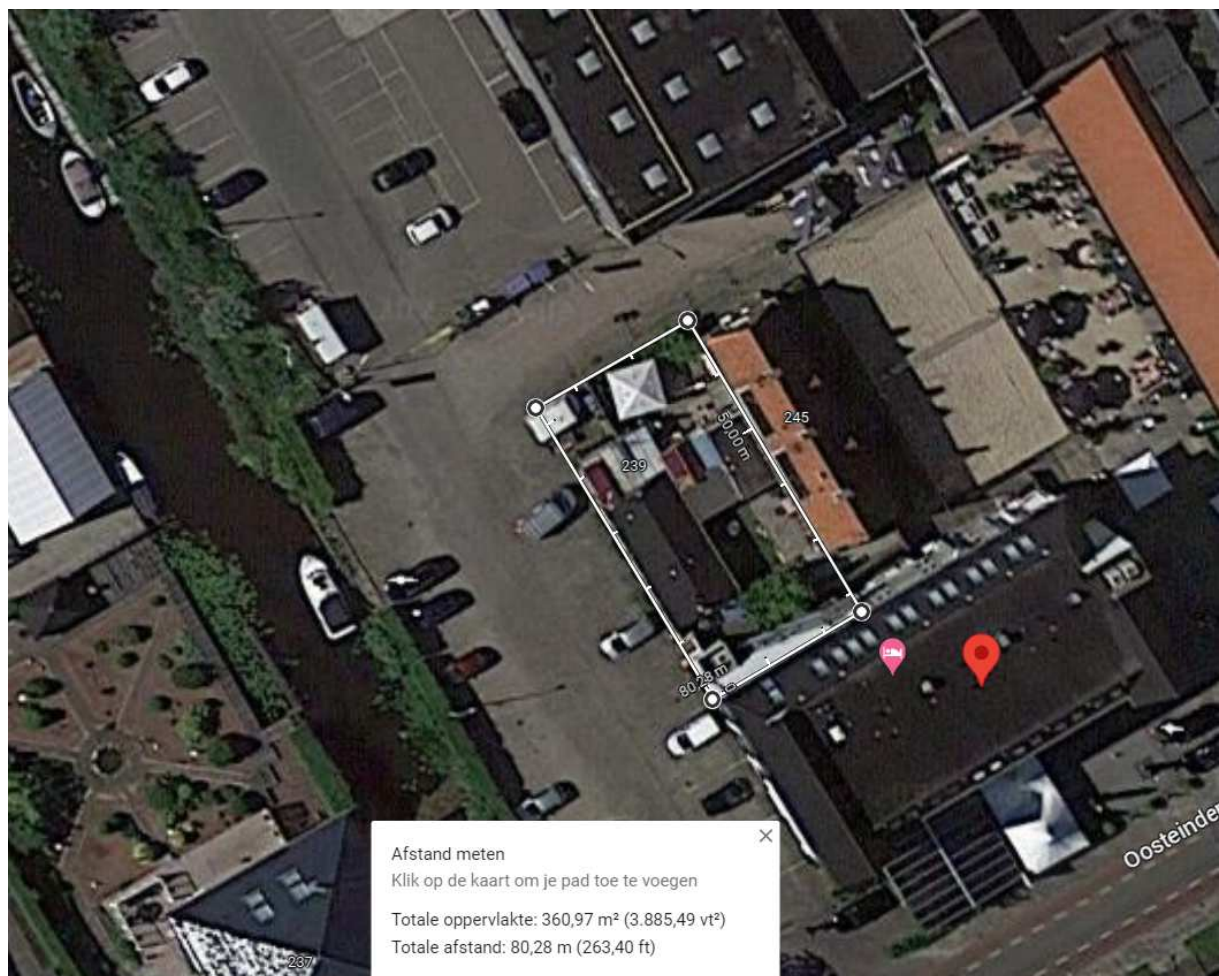
Hoe ziet de bestaande markt er voor ons idee uit

Zoals bij de marktverkenning is beschreven, is de markt voor kleinere hotels, ook wel Boetiek hotels genoemd, goed.

Bij de eerdere verbouwing van Hotel Chariot in 2009 waar de uitbreiding van 28 naar 41 kamers werd gerealiseerd waren er in de eerste en tweede ring rondom Schiphol 2800 hotelkamers. Tot op heden zijn er ongeveer 10.000 kamers bijgekomen. (bron: CBS) Deze uitbreiding van het aantal kamers is

geen bedreiging voor Hotel Chariot gebleken. De toename van het aantal kamers bestond zowel uit het bij bouwen van nieuwe hotels en enorme uitbreidingen van bestaande hotels waarbij verdubbelingen met 500 kamers geen uitzonderingen zijn geweest. Er zijn dus voornamelijk grote hotels rondom Schiphol en Aalsmeer gekomen waardoor het aanbod van kamers exceptioneel toenam. Het aanbod van kleinere hotels is niet toegenomen maar de vraag naar boetiek hotels zoals Hotel Chariot

Afbeelding 4.2 laat een ruimtelijke weergave en invulling van de te bebouwen oppervlakte zien. In totaal is er een bouwoppervlakte 390 m² met 2 etages ingetekend voor het realiseren van de 'uitbreiding van Hotel Chariot.



Afbeelding 4.2 Oppervlakte uitbreiding Hotel Chariot

De Hotel locatie' bestaat uit een totaal bruto oppervlak van 3600 m²• Hiervan is 2.000 m² voor de hotelkamers bestemd. In het plan is voorzien in bovengrondse parkeren van 62 parkeerplaatsen, hiervan zijn er reeds 42 aanwezig 10 bij het hotel en 32 op 160 meter afstand bij Oosteinderweg 223. Op deze locatie is ruimte voor uitbreiding van 20 parkeerplaatsen. Dit moet worden aangevraagd

De afmetingen van de drie verschillende typen accommodatie zijn als volgt:

Type	aantal m ²	aantal personen
Standaard hotelkamer	18-25	2
Executive hotelkamer	22-30	2



Juniorsuite	22-30	2-4
Familyroom	25-30	2-4

Afbeelding 4.3 vooraanzicht Hotel Chariot

De hotelkamers zijn homogeen met elk een grootte 18 - 25 m² en zijn geschikt voor 2 personen. De executive rooms, junior suites en familyrooms zijn met 22 - 30 m² een stuk groter en geschikt voor maximaal 4 personen.

Design

Pannekoek Architecten is de architect die verantwoordelijk is voor het ontwerp van de Chariot locatie. Hij staat garant voor een ontwerp waarin optimaal de kansen voor een upgrading van het bouwblok worden benut. Het design van het hotel geeft een stevige bijdrage in de upgrading van het stadsdeel Aalsmeer Oost en vlakbij Greenpark. Deze upgrading werkt indirect weer door in een aantrekkelijkere vestigingslocatie en betere exploitatie van het hotel. Afbeelding 4.5 geeft twee impressies van het hotel en als illustratie van zijn werk. De kamers en voorzieningen worden stijlvol en luxueus ingericht.

Afbeelding 4.5 Impressies Hotel Chariot

Het hotel krijgt een uniek karakteristieke eigenschap door de toepassing van kunstprojecties en kunstinstallaties. Er wordt gebruik gemaakt van videokunst, spatial augmentaties en projection mapping. Deze projecties kunnen zowel op de binnenzijde als op de buitenzijde van de gebouwen worden toegepast.

Openbare ruimte

Met de realisering van het plan wordt nieuwe openbare ruimte gecreëerd. Ook deze wordt stijlvol ingericht. Tussen de bouwblokken van het bestaande en nieuwe hotel ontstaat een hoogwaardige wandelverbinding die de levendigheid van de locatie verder versterkt.

Ambitieniveau

Op basis van het aanbod aan faciliteiten (waaronder de omvang van de kamers, het moderne ontwerp en de unieke toepassing van moderne kunst) wordt bereikt dat de hotelkamers van hotel Chariot op een ruimviersterren niveau zit. Daarnaast wordt verwacht dat de ruime hotelkamers in de top van de hotelmarkt markt zitten. Onder meer door de omvang en kwaliteit van hotelkamers, maar ook door het moderne ex- en interieur ontwerp.

5. Parkeervoorziening

De gemeente Aalsmeer hanteert voor een dergelijke ontwikkeling de norm van 0,6 parkeerplaats per hotelkamer. Wij hebben een benchmark onderzoek uitgevoerd naar de richtlijnen die het CROW en andere gemeenten hanteren. Nagegaan is welke argumenten gehanteerd worden om tot een parkeernorm te komen, en wat dat voor dit hotel kan betekenen.

Het CROW hanteert in publicatie 317 "Verkeersgeneratie woningen en voorzieningen" voor een viersterren hotel in het centrum van een stad, of in de omgeving hiervan, de parkeernorm van minimaal 7,8 parkeerplaatsen en maximaal 10,7 parkeerplaatsen per 10 kamers. In onderstaande tabel staan de parkeernormen die vergelijkbare steden hanteren.

Stad	Parkeernorm (per kamer)	Opmerking
Utrecht	0,83 tot max 3,7	Met voorw: Parkeren lie
Amsterdam	0,11 tot max 1,01	
Groningen	1,1	
Rotterdam	0,5	
Nijmegen	0,75	
Den Bosch	0,32 tot 0,37	

Afbeelding 5.1 Parkeernormen in vergelijkbare steden

De benchmark laat zien dat de parkeernormen voor hotels in grote steden flink uiteen lopen. De hoge norm in Utrecht heeft wellicht te maken met de conferentiehôtels, die ook voor zakelijke dag bezoekers parkeervoorzieningen moeten treffen. Uit de tabel is te concluderen dat een norm van 1,0 of hoger niet veel voorkomt. Eigenlijk hanteert alleen de gemeente Groningen die norm. Uit de benchmark komt als gemiddelde een minimale norm van 0,7 parkeerplaats per kamer.

De ligging van dit hotel aan de rand van Greenpark in Aalsmeer-Oost, direct aan de Oosteinderweg, legitimeert ons inzien het hanteren van de minimale CROW-norm van 0,6 parkeerplaatsen per 1 kamer. Als gekeken wordt naar de verwachte gebruikers van het hotel, dan geldt dat voornamelijk de hotelkamers veelal verhuurd worden aan bezoekers van bedrijven en toeristen die via Schiphol komen. Zij komen veelal met het vliegtuig naar Nederland en Aalsmeer en hebben in mindere mate de beschikking over eigen (gemotoriseerd) vervoer. Ook dit is een reden om een normale norm te hanteren voor de hotelkamers.

Uitgaande van de opgenomen informatie is het niet reëel een parkeernorm van 1 plaats per hotelkamer/hotelappartement in te moeten zetten. Een norm tussen de 0,6 en 0,8 parkeerplaats per kamer is reëel ervan uitgaande dat ook een groot deel van de bezoekers via het gebruik van de shuttlebus het hotel kan bezoeken. Daarnaast kan er op het terrein van het Hotel bij Oosteinderweg 223a nog met gemak 15-20 parkeerplaatsen in gebruik genomen worden. Het hotel beschikt dan over 10 + (15-20) + 32 op Oosteinderweg 243 en de extra 15 parkeerplaatsen over in totaal 57-62 parkeerplaatsen

Het plan is voorzien van 57-62 parkeerplaatsen waarvan 10 bestemd bij het hotel. Uitgaande van de norm van de gemeente betekent dit dat er voldoende parkeerplaatsen aanwezig zijn. Het aantal voldoet hiermee aan de norm van het CROW.

6. Conclusies naar de regionale behoefte van het hotel

Voor de haalbaarheid analyse verwijzen wij naar het bijgesloten rapportage in opdracht van Gemeente Aalsmeer van 2017 over Hotel de Zwerm projectnummer 17.032 door ZKA Consultants pagina 15.

Op pagina 19 van de Conclusies Regionale Behoeftte Hotel wordt aangegeven dat er op basis van de top down benadering genoeg ruimte is voor de uitbreiding met 22 hotelkamers en vergaderzalen van Hotel Chariot.

De netto marktruimte voor een hotel in de marktregio is, op basis van de door ons gekozen groeivoet van 4%-5% groei van de vraag per jaar, ongeveer 1.300 kamers (1.200-1.500 kamers, totaal tot en met 2025). Hotel Chariot zou met ongeveer 22 extra kamers dan op termijn ongeveer een 4 % van deze resterende marktruimte innemen.

Een wat meer gedetailleerder beeld geeft de bottom-up-benadering, die vanuit marktsegmenten die in deze regio kansrijk zijn de omvang van deze segmenten en het verwachte marktaandeel van Hotel Chariot hierin berekent. Bij het geraamde marktaandeel moet rekeningen worden gehouden met forse concurrentie in de regio, voornamelijk de grote hotels met 200 +kamers. In 2009 waren er 2800 hotelkamers in de regio Schiphol. Inmiddels zijn dit bijna 13000 hotelkamers. Er zijn weinig boutique hotels bijgekomen waardoor Hotel Chariot zijn unieke positie in de markt goed kan handhaven

7. Conclusie

Hotel Chariot gaat zijn unieke positie in de hotelmarkt rondom Schiphol/Aalsmeer verstevigen. De combinatie van boetiek hotelkamers wordt in deze vorm nog niet veel in de gemeente en rondom Schiphol aangeboden. Door deze combinatie is het hotel in staat extra voorzieningen en meer marktaandeel te verkrijgen, die een nieuwe bezoekersstroom naar de gemeente gaat trekken.

De sfeer en kwaliteit van een boutiquehotel met als Unique selling point het grillrestaurant wordt versterkt door de vele internationale reizigers. Hotel Chariot heeft wereldwijd klanten, met een concentratie in de Benelux en Duitsland. Hotel Chariot is als geen ander in staat nieuwe bezoekers te trekken naar het hotel. Deze ervaring heeft ook het Hotel van Oranje in Noordwijk. Ondanks dat Aalsmeer een internationale plaats is, is het aandeel overnachtingen van buitenlandse gasten iets onder het Nederlands gemiddelde. Op het terrein van de buitenlandse toerist valt voor Aalsmeer nog veel te winnen. Buitenlands toerisme is ook de motor achter de groei van het toerisme in Nederland.

Op basis van de uitgevoerde berekeningen kan worden geconcludeerd dat de uitbreiding van Hotel Chariot Aalsmeer voldoende draagvlak heeft.