

Ruimtelijk-functionele effectenanalyse hotelontwikkeling Ringbaan-Noord/A2

Gemeente Weert



Ruimtelijk-functionele effectenanalyse hotelontwikkeling Ringbaan-Noord/A2

Gemeente Weert

Rapportnummer:	211X08077_19
Datum:	20 mei 2020
Projectteam BRO:	Jan Carel Jansen Venneboer, Wanda Blommensteijn, Reinder Osinga
Trefwoorden:	Hotel, leisure, restaurant, congresfaciliteiten, casino, gebiedsontwikkeling, toerisme, economie, Ladder voor Duurzame Verstedelijking
Bron foto kaft:	BRO, horeca
Beknopte inhoud:	Toetsing van de plannen voor een nieuwe hotelontwikkeling inclusief restaurant, vergader/congresfaciliteiten en casino aan de Ladder voor duurzame verstedelijking. Geconcludeerd wordt dat de ontwikkeling voorziet in de behoefte vanuit de zakelijke en toeristische markt. In die behoefte wordt niet (in voldoende mate) elders binnen het verzorgingsgebied voorzien. Verder zal de ontwikkeling geen onaanvaardbare effecten hebben voor het woon-, leef- en werkklimaat of de leegstand.

BRO
Vestiging Tegelen
Industriestraat 94
5931 PK Tegelen
T +31 (0)77 373 06 01
E info@bro.nl

SAMENVATTING	3
1. INLEIDING	10
1.1 Aanleiding en vraagstelling	10
1.2 Ladder voor duurzame verstedelijking	10
1.3 Kwaliteit boven kwantiteit	11
2. ONTWIKKELINGSKADER	13
2.1 Bepalen relevant verzorgingsgebied	13
2.2 Beleid	17
2.3 Onderzoek en trends in toerisme Limburg	21
2.4 Relatie hotelconcept met regionaal beleid en trends	24
3. ANALYSE AANBODSTRUCTUUR EN PLANCAPACITEIT	26
3.1 Analyse aanbod hotels	26
3.2 Analyse aanbod restaurants	28
3.3 Analyse aanbod amusementscentra	29
3.4 Afweging plancapaciteit regio	30
4. ANALYSE BEHOEFTE	34
4.1 Behoeft hotel	34
4.1.1 Provinciaal perspectief	34
4.1.2 Perspectief verzorgingsgebied	35
4.1.3 Analyse behoefte	39
4.1.4 Effectanalyse hotelontwikkeling	40
4.2 Behoeft restaurant	43
4.3 Behoeft vergaderzalen	45
4.4 Behoeft amusementscentra	46
5. TOETSING LADDER VOOR DUURZAME VERSTEDELIJING	47
5.1 Behoeft aan de ontwikkeling	47
5.2 Aanvaardbaarheid van de effecten	49

BIJLAGEN

Bijlage 1: Algemene trends in de hotelsector	1
Bijlage 2: Trends in de restauratieve horeca	7
Bijlage 3: Ontwikkelingen in amusementscentra	10
Bijlage 4: Relatie hotelontwikkeling Ringbaan-Noord/A2 met binnenstad	11
Bijlage 5: Motivering verzorgingsgebied	13
Bijlage 6: Plancapaciteit functieaanduiding 'Hotel' in de primaire regio Weert	14

SAMENVATTING

Introductie

In dit rapport is het plan voor de vestiging van de hotelontwikkeling Van der Valk op de locatie Ringbaan-Noord/A2 te Weert getoetst aan de ladder voor duurzame verstedelijking (art. 3.1.6. lid 2 Bro, hierna: 'de ladder'). De beoogde ontwikkeling betreft een combinatie van een hotel, restaurant, vergaderzalen en casino en is dus een nieuwe stedelijke ontwikkeling. De ontwikkeling vindt plaats binnen bestaand stedelijk gebied.

Conform uitgebreide jurisprudentie is deze ladderonderbouwing primair gericht op enerzijds de kwalitatieve behoefte en meerwaarde van de ontwikkeling in brede zin (met het specifieke karakter van de ontwikkeling als uitgangspunt) en anderzijds de kwantitatieve behoefte (marktruimte cijfermatig). Op basis hiervan moet inzicht worden gegeven in de mogelijke effecten op de leegstand en het woon-, leef- en werkklimaat in de regio. Het is dus nadrukkelijk geen 'traditioneel', uitgebreid marktonderzoek. Het onderzoek is tot stand gekomen in nauw overleg met gemeente, regio en provincie.

Deze samenvatting beschrijft de belangrijkste conclusies van het onderzoek. Voor de nadere motivering en afweging (cijfermatig, kwalitatief) verwijzen we naar de overige rapportage inclusief bijlagen.

Beoogde ontwikkeling: een onderscheidend concept, dat nieuwe doelgroepen aantrekt

Voor de toets aan de ladder is het volgende programma relevant:

- hotel met circa 135 ruime kamers (veelal 30-35 m² en 5 grote suites/longstay), incl. reguliere hotelfaciliteiten, zoals een bar en een ontbijtzaal;
- restaurant (circa 250 zitplaatsen);
- vergader-/congresfaciliteiten (10 zalen, totaal ruim 600 m² netto, dus ook geschikt voor grotere groepen);
- amusementscentrum/casino (circa 1.300 m²).

Met deze ontwikkeling wordt planologische capaciteit in de sector Kantoren 'uit de markt gehaald'. Dit is immers de vigerende bestemming van de planlocatie.

De exploitatie van het complex wordt verricht door het bedrijf Van der Valk. De ontwikkeling kan worden omschreven als een hoogwaardig en modern stads- en businesshotel annex zakelijk meeting-point, met vele faciliteiten, een hoog serviceniveau en een 'warme en familiale uitstraling'. De ontwikkeling wordt gerealiseerd binnen één stedenbouwkundige opzet. De belangrijkste primaire doelgroepen zijn:

- zakelijke markt: lokaal en regionaal, (accent werkdagen);
- toeristische markt: particulier (families, 55+-ers, toeristen), tourgroepen, etc. (accent weekenden).

Het bedrijf heeft als strategie om vooral nieuwe doelgroepen naar de regio te trekken en het vraagpotentieel voor hotelovernachtingen te vergroten. Men wil bij de ontwikkeling, realisatie en exploitatie nadrukkelijk samenwerken met andere (horeca)bedrijven en instellingen in de regio, zoals men dat elders ook doet. De Van der Valk hotels bieden ruime werkgelegenheid en worden alom beschouwd als één van de beste leerbedrijven in de horeca. De economische en maatschappelijke meerwaarde voor de regio is dus groot, zoals in dit rapport wordt toegelicht. Op de zakelijke markt speelt het concept nauw in op 'Het Nieuwe Werken': het flexibiliseren van het werk naar tijd en plaats, gebruik makend van digitale netwerken (ICT). Een laagdrempelig, goed gefaciliteerd en per auto optimaal bereikbaar hotel als Van der Valk voldoet uitstekend aan deze behoefte. Er worden zowel een pendelbus richting centrum als leenfietsen aangeboden aan de gasten en het hotel verschaft toeristische en zakelijke informatie over de binnenstad en de overige gemeente en regio.

Het concept biedt de regio een geheel nieuw marktsegment en is in hoge mate complementair aan het bestaande hotelaanbod. Het 'merk' Van der Valk is hierin sterk bepalend. In praktijk trekken nieuwe hotels van deze keten veel extra bezoekers naar een regio, uit binnen- en buitenland. Dit komt vooral door de goede reputatie, naamsbekendheid, klantentrouw, het hoge serviceniveau en de proactieve marktbenadering (par. 4.1). Het bedrijf kreeg in 2019 de hoogste score in een breed landelijk onderzoek naar klantbeleving onder de bekendste in Nederland aangeboden 'merken' (dus niet alleen hotels) van KPMG.¹ Op vijf van de zes thema's² werd de hoogste score behaald. Overigens staat er in de Top 100 geen enkele andere hotelformule. In dat opzicht is Van der Valk dus uniek.

Voldoende behoefte vanuit zakelijke markt

De zakelijke markt is de belangrijkste doelgroep voor de beoogde ontwikkeling, met naar verwachting ca. 60% van de gasten. Door de beschreven kernkwaliteiten van Van der Valk zal deze veel additionele vraag genereren. Uitgaande van interne en externe cijfers over het bedrijf en het sterk achterblijvende aanbod van hotelkamers in Weert en omgeving (kwalitatief en kwantitatief, zie rapport) kan de additionele vraag oplopen tot 60% à 70%.

Middels het overkoepelende Van der Valk Business wordt de zakelijke markt actief benaderd. Er bestaan langlopende contracten met zowel regionale bedrijven als landelijke spelers (beursgenoteerde bedrijven, sportbonden, opleidingsinstellingen, netwerkorganisaties). Deze contractpartners beoordelen de locatie Weert als waardevol, zo blijkt uit een interne rondvraag van Van der Valk. Het beoogde hotel kent bovendien goede verbindingen met Brabant, Limburg en België en kan in principe een deel van de 'overloop' van de economisch zeer expansieve regio Eindhoven (Brainport, buiten het verzorgingsgebied) meepakken. Van der Valk hotels verwijzen bij volbezetting vaak door naar nabijgelegen 'eigen' hotels.

Weert heeft een belangrijke economische functie en biedt veel werkgelegenheid, ook t.b.v. de omliggende regio. Het onderzoek concludeert dat de hotelcapaciteit in de regio zeer bescheiden is in relatie tot de economische functie en het inwonertal. Deze economische functie groeit bovendien nog steeds,

¹ KPMG; A Digital Walk to Remember/ 2019 NL Customer Experience Excellence Analysis (oktober 2019). Respondenten moesten daadwerkelijk ervaring hebben met de beoordeelde merken.

² Personalisation, Integrity, Expectations, Resolution, Time and Effort, Empathy

met diverse structuurversterkende plannen. Diverse ondernemersplatforms en grote bedrijven in Weert en omgeving ervaren momenteel een fors tekort aan geschikte, goed bereikbare hotelaccommodaties met eigen overlegruimten en vergaderzalen. Dit wordt dit als een wezenlijke omissie beschouwd in de lokale en regionale economische structuur. De beoogde ontwikkeling van het hotel met restaurant en vergaderfaciliteiten versterkt de economische functie van Weert, ook door de goede bereikbaarheid en de hoge kwaliteitsstandaard. Het is bovendien de meest geschikte locatie voor het onderhavige concept.

Voldoende behoefte vanuit toeristische markt

Naast de zakelijke markt heeft ook de toeristische sector in de regio versterking. De kleinschalige, gevarieerde landschapsstructuur met veel kleine dorpen in de regio en het Belgische achterland bieden volop potenties. Daarbij beschikt centrumstad Weert over veel aantrekkelijke horeca, detailhandel en cultureel erfgoed. Er zijn weliswaar verschillende vakantieparken en campings, maar slechts 6% van de overnachtingen in Midden-Limburg vindt plaats in een hotel. Een belangrijke verklaring is het zeer bescheiden hotelaanbod in het westelijk deel van de regio, waaronder Weert.

De beoogde ontwikkeling kan voor Weert en omgeving kortom een belangrijke toeristisch inhaalslag betekenen, zowel vanuit kwalitatief als kwantitatief perspectief. Dit mede door het positieve economische en toeristische toekomstperspectief landelijk. De toeristische aantrekkingskracht van Limburg is groot, maar kwaliteitsverbetering is een belangrijke voorwaarde, aldus het provinciaal beleid. Met het beoogde Van der Valk-hotel wordt de toeristische structuur van Midden-Limburg in het algemeen en Weert en omgeving in het bijzonder versterkt. Bovendien hanteert Van der Valk ook voor deze markt een actieve benadering met arrangementen en vaste contractpartners gericht op groepsbezoek. Door het bedrijf wordt de locatie Weert bijvoorbeeld beschouwd als een zeer geschikte tussenstop voor busgroepen vanuit Frankrijk en België richting Amsterdam.

De economische effecten van het Coronavirus zijn vooralsnog ongewis, al zal de komende jaren vrijwel zeker een recessie optreden. De hotel- en horecasector zijn in het algemeen nogal conjunctuurgevoelig, waardoor zich op kortere termijnen vaak grote omzetfluctuaties kunnen voordoen. Op de langere termijn (> 2-4 jaar) stijgen bestedingen evenwel in historisch perspectief vrijwel altijd, zoals bijvoorbeeld bleek na 2008. Ook voor de komende 10 jaar verwachten we een dergelijke ontwikkeling.

Relatie met het provinciale hotelmarktonderzoek

Het recente Hotelmarktonderzoek in opdracht van de provincie Limburg (ZKA, februari 2018) concludeert dat in Midden-Limburg als geheel het (geplande) kameraanbod de vraag naar kamers overstijgt. Dit hoeft aldus dit onderzoek op zich geen probleem te zijn, mits nieuwe hotels of uitbreidingsplannen de markt vergroten/ontwikkelen en nieuwe bezoekaanleidingen creëren. Qua locatie moet vooral worden gekeken naar plaatsen waar vraag aanwezig is of gecreëerd kan worden. Naast Roermond, zo stelt het onderzoek, kunnen ook plaatsen langs de snelweg hierin voorzien, mits het hotels betreft die middels eigen (vrijtijds)voorzieningen additionele vraag genereren. Als referenties worden daarbij o.a. vermeld de Van der Valk hotels in Hoorn en Tiel. Wel is het aanbod van leisure in beide plaatsen groter dan in Weert.

De beoogde ontwikkeling voldoet aan de randvoorwaarden uit het Hotelmarktonderzoek (zie voor de letterlijke formuleringen uit dat onderzoek par. 2.3):

- Het nieuwe hotel vergroot de toeristische en zakelijke markt en ontwikkelt nieuwe bezoekaanleidingen op de onderhavige locatie. Het is immers een bewezen succesformule, is uitstekend bereikbaar en vervult een 'scharnierfunctie' tussen Brainport/Eindhoven en Zuid-Limburg. Over een afstand van bijna 60 kilometer (tussen de hotels Jagershorst te Leende en Van der Valk Stein-Urmond) zijn nu namelijk geen moderne zakenhotels direct bij een snelwegafrit gevestigd. In en rond Roermond ontbreekt dit hoteltype zelfs geheel langs de A73.
- De hotelformule heeft een zeer actieve, bovenregionale marktwerking, die zowel de toeristische markt als de zakelijke, MICE en meerdaagse bijeenkomstenmarkt stimuleert.
- De ontwikkeling geeft een impuls aan het toeristische en zakelijk verblijfstoerisme gericht op het aantrekken van nieuwe, beter bestedende doelgroepen, kwaliteitsversterking in algemene zin en vernieuwing binnen het hotelaanbod in het bijzonder.
- Hierdoor creëert de ontwikkeling grotendeels een additionele vraag (zie ook hierboven).

We benadrukken dat het verzorgingsgebied van de ontwikkeling in onderhavige laddertoets een andere begrenzing heeft dan de relatief grote regio Midden-Limburg. Zie voor de motivering paragraaf 2.1. Dit is van belang, omdat de huidige en geplande hotelcapaciteit zich grotendeels buiten het onderhavige verzorgingsgebied bevindt, namelijk in het oostelijke deel van de regio. De beoogde ontwikkeling richt zich juist op het westelijke deel van Midden-Limburg. Hier is het hotelkamaanbod juist zeer beperkt, terwijl het gebied geografisch groter is dan het oostelijk deel en het eveneens een belangrijke zakelijke en toeristische functie heeft, met Weert als onmiskenbare centrumstad.

Plan capaciteit onvoldoende voor onderhavige ontwikkeling

In het kader van dit onderzoek is de relevante plan capaciteit in de primaire regio systematisch en uitgebreid (namelijk op pandniveau) geanalyseerd, middels een zogenaamde PlanCapaciteitsMonitor³. Binnen alle vigerende bestemmingsplannen zijn middels diverse trefwoorden de rechtstreekse planologische mogelijkheden voor hotel functies binnen het primaire verzorgingsgebied digitaal geanalyseerd.⁴ Dit is inclusief de mogelijkheden voor hotels binnen bredere verblijfsrecreatieve bestemmingen in de regio (vakantiewoningen, kamperen, etc.). Vervolgens zijn de voor de onderhavige hotelontwikkeling geldende minimale omvangsmaten (m² bvo bebouwd oppervlak) toegepast als selectie criterium, in het kader van de kwalitatieve behoefte.

We concluderen uit de PlanCapaciteitsMonitor, dat binnen het belangrijkste deel van het verzorgingsgebied de planologische mogelijkheden voor hotels vooral in en rond de hoofdcentra liggen, met een nogal versnipperde structuur. Bovendien betreft het vooral kleinschalig vastgoed, met de functie Hotel veelal als een van de mogelijke functies. In vrijwel alle gevallen is het vastgoed reeds ingevuld, soms door een hotel (verwerkt in de aanbodanalyse), maar meestal door andere functies. Daarbij komt dat

³ Een samenwerkingsproject tussen BRO en Viewpoint, dat in diverse regio's reeds is toegepast. Zie ook par. 3.4.

⁴ Als definitie van een 'hotel' is gehanteerd: "een accommodatie van enige omvang (minimaal 10 kamers) voor logiesverstreking, met eigen opgang en bijbehorende ondersteunende faciliteiten zoals een receptie." Ondergeschikte voorzieningen (kleinschalige B&B, gastenkamers, etc.) en overige verblijfsrecreatie (zoals campings) zijn niet meegenomen in de analyse.

bij vrijwel alle locaties het bereikbaarheidsprofiel (per auto) en de mogelijkheden voor eigen parkeer-voorzieningen onvoldoende aansluiten op de kritische (minimale) eisen van het onderhavige hotelconcept. Specifiek in de Weertse binnenstad geldt dat het hier een beschermd stads- en dorpsgezicht betreft met deels kleinschalige panden (beperkte frontbreedte, versnipperd eigendom). Ook bij samenvoeging zijn deze ongeschikt voor een modern, relatief grootschalig zakenhotel van de formule Van der Valk.

Er blijkt slechts één locatie geschikt qua planologische ruimte (min. 10.000 m² bvo bebouwd vloeroppervlak), footprint (eveneens min. 10.000 m²) en bereikbaarheidsprofiel. Dit betreft het Leisurekwadrant in Nederweert, gelegen langs dezelfde snelwegafrit als het onderhavige concept. Reeds jaren geleden is dit plan vergund, maar het is nog steeds niet gerealiseerd. Overigens verschilt het plan duidelijk van de beoogde ontwikkeling in Weert qua ruimtelijke opzet, functiepatroon en in praktijk waarschijnlijk ook qua doelgroepen (meer midden-, minder hogere segment), waardoor beide complementair aan elkaar kunnen zijn. De beschreven behoefte aan het concept Van der Valk richt zich vooral op het hogere marktsegment van de zakelijke (vergaderen en overnachten) en toeristische markt, met in algemene zin een grotere ruimtebehoefte dan hotels in het middensegment.

Het bestemmingsplan voor het Leisurekwadrant te Nederweert voorziet kortom niet in de beschreven behoefte van het concept Van der Valk. Het hoeft de ontwikkeling in Nederweert bovendien niet te belemmeren en vice versa. In ieder geval kunnen beide hotels profiteren van dezelfde locati kwaliteiten. In Nederland bevinden zich op diverse locaties meerdere (complementaire) hotels en leisurevoorzieningen nabij afslagen van snelwegen. Dit illustreert de kracht en meerwaarde van dit locatietype.

Voldoende behoefte aan overige voorzieningen (restaurant, vergaderen, casino)

De toeristische en zakelijke consument verlangt keuze, kwaliteit en service. De aanvullende voorzieningen binnen het concept (restaurant, vergaderen, casino) spelen in op deze behoeften, met veel wisselwerking. Bijvoorbeeld een overleg of congres met borrel, eten in het restaurant en overnachting. De exploitatie binnen één samenhangend concept optimaliseert deze wisselwerking. Daarmee voorzien ze in behoeftes die niet gedekt worden door de bestaande voorzieningen:

- Restaurant: Kwantitatief is deze markt in het primaire verzorgingsgebied in evenwicht, maar in het totale verzorgingsgebied bestaat enige marktruimte. In kwalitatieve zin is het aanbod in het verzorgingsgebied over het algemeen goed, maar nogal traditioneel. De beoogde ontwikkeling van het restaurant kan hierin vernieuwing brengen, waarmee ingespeeld wordt op de hedendaagse behoefte van de consument. Bovendien betreft het grotendeels additionele gasten.
- Vergaderen: In het verzorgingsgebied is een uiteenlopend aanbod aan vergaderfaciliteiten aanwezig, veelal ondersteunend aan een andere hoofdfunctie. Qua bereikbaarheid vanaf de snelweg scoren ze veelal matig. De vergaderfaciliteiten van de beoogde ontwikkeling vormen derhalve een kwalitatieve toevoeging, zeker in de combinatie met het hotel en restaurant.
- Casino: In kwalitatieve zin speelt het amusementscentrum binnen de beoogde ontwikkeling in op de behoefte van de consument aan keuze en kwaliteit. De ontwikkeling heeft vanwege de hoge belevingswaarde en de samenhang met het hotel een relatief groot bezoekpotentieel en reikwijdte. Het bedient een ander marktsegment en andere doelgroepen dan de reguliere, 'stand alone' speelhallen in het verzorgingsgebied.

Geen wezenlijke leegstandseffecten en vooral positief voor de binnenstad van Weert

Uit de jurisprudentie rond de ladder volgt dat getoetst moet worden of de eventuele leegstandseffecten aanvaardbaar zijn in relatie tot het woon-, leef- en ondernemersklimaat. Voor de beoogde ontwikkeling zijn de conclusies in dat opzicht als volgt:

- Het hotel wordt binnen bestaand stedelijk gebied gerealiseerd, maar ligt wel op enige afstand van de centra van Weert en Nederweert. Hierdoor kan de ontwikkeling in enige mate concurreren met centrumvoorzieningen, maar tegelijkertijd kunnen deze ook profiteren van de vele (additionele) hotelgasten. Dit blijkt ook uit vergelijkbare hotels elders in Nederland (o.a. Hoorn). In het POL2014 wordt door de provincie ingezet op concentratie van voorzieningen in steden, maar om de volgende redenen is de gekozen locatie het meest passend voor de beoogde ontwikkeling.
 - De locatiekeuze komt primair voort uit de noodzakelijke autobereikbaarheid van het concept, voor alle doelgroepen. Juist op deze vanaf de A2 zichtbare en snel bereikbare locatie kunnen (nieuwe) bezoekers bereikt worden die minder bereid zijn dergelijke functies in de binnenstad te bezoeken. Dit vanwege daar aanwezige 'drempels' als reistijd, zichtbaarheid/vindbaarheid, betaald parkeren en de afstand tussen parkeerlocatie en bestemming. Andere doelgroepen kiezen overigens juist wel nadrukkelijk voor een verblijf in een centrumgebied (sfeer, functiemix, historische setting, etc.).
 - Zeker de zakelijke bezoekers aan het hotelcomplex hebben een sterke voorkeur voor een locatie langs de snelweg. Zakelijke meetings hebben vaak gasten uit geheel Nederland.
 - Onder andere vanwege de drie verschillende op- en afritten richting Weert aan de A2 is er nu reeds relatief veel autoverkeer op de toevoerwegen en rond het centrum. Bij vestiging van het onderhavige hoteltype nabij het centrum wordt deze verkeersdruk nog groter, wat leidt tot ongewenste ruimtelijke effecten. Overigens is nabij het centrum geen locatie voorhanden met voldoende fysieke ruimte, ook niet nabij de Stadsbrug.
 - De gemeenten Weert en Nederweert zetten samen vol in op het benutten van de (economische) dynamiek rond de betreffende op- en afrit van de snelweg. De gemeente Weert acht het een uitstekende locatie voor Van der Valk.
- Door de ontwikkeling kan de concurrentie voor andere bedrijven iets toenemen, maar uit de distributieve analyses (gericht op behoefte en marktruimte) volgt dat dit in geen enkele sector leidt tot een onaanvaardbare toename van de leegstand. De ontwikkeling is aanvaardbaar voor het woon-, leef- en ondernemersklimaat in de regio. Van belang hierbij is dat het verzorgingsgebied een sterk achterblijvende hotelcapaciteit en relatief kleinschalig aanbod van restaurants, vergaderaccommodaties en amusementscentra omvat. Het casino richt zich in hoge mate op de 'eigen' hotelgasten. Bovendien betreft het zeer dynamische sectoren, met landelijk (sterk) toenemende bestedingen en een groeiende kwaliteitsbehoefte van gasten. Bij dergelijke marktomstandigheden is er vanuit kwalitatief oogpunt ruimte voor nieuwe toetreders.
- Van belang is verder vooral dat het complex en zeker het hotel vooral nieuwe (additionele) bezoekers naar de regio trekt. Deze klanten gebruiken niet alleen de faciliteiten van het hotel, maar zullen ook de omgeving verkennen, waarbij zij horeca, detailhandel en andere voorzieningen bezoeken. Een aantrekkelijke en gevarieerde binnenstad als Weert zal hier zeker van profiteren en Van der Valk zal dit bezoek stimuleren. Ervaringen elders in Nederland (bijv. in Hoorn) bevestigen deze meerwaarde.

- Het nieuwe hotel heeft als vermeld een bredere economische functie voor Weert en de regio. Een goede samenwerking tussen Van der Valk, gemeente, lokale ondernemers (ook in de binnenstad) is essentieel, waarbij de partijen elkaar gezamenlijk en in wederzijds belang een podium bieden. In praktijk neemt Van der Valk hierin veelal het voortouw.
- De beoogde hotelontwikkeling geeft Weert en de regio een sterke impuls op zowel economisch, toeristisch als maatschappelijk gebied.
- Met de ontwikkeling wordt plancapaciteit in de sector Kantoren 'uit de markt gehaald'. Dit is immers de vigerende bestemming van de planlocatie.

Ten slotte

BRO heeft in het onderzoek zoveel mogelijk gebruik gemaakt van objectieve, openbare en actuele bronnen, ook t.a.v. groeiverwachtingen en bezettingscijfers. Deze bronnen zijn vermeld in het rapport. Bij toekomstprognoses zijn aannames evenwel soms onontkoombaar. Er bestaan hiervoor t.a.v. hotels geen 'vaste' onderzoeksmethodieken, parameters of cijfers. Bovendien ligt het accent in dit onderzoek als vermeld op de ruimtelijke en kwalitatieve effecten van de ontwikkeling. De Nederlandse overheid mag in principe niet treden in concurrentieverhoudingen tussen bedrijven, maar moet toezien op een goede ruimtelijke ordening.

1. INLEIDING

1.1 Aanleiding en vraagstelling

Beoogde ontwikkeling: concept en doelgroepen

Er bestaan plannen voor de vestiging van een hotel-restaurant (Van der Valk) met casino op de locatie Ringbaan-Noord/A2 te Weert. Voor de toets aan de ladder is het volgende programma relevant:

- hotel met circa 135 ruime kamers (veelal 30-35 m² en 5 grote suites/longstay), incl. reguliere hotelfaciliteiten als een bar en een ontbijtzaal;
- restaurant (circa 250 zitplaatsen);
- vergader-/congresfaciliteiten (10 zalen, totaal ruim 600 m² netto, dus ook geschikt voor grotere groepen);
- amusementscentrum/casino (circa 1.300 m²).

De exploitatie van het geheel wordt verricht door het bedrijf Van der Valk. De ontwikkeling kan worden omschreven als een hoogwaardig en modern stads- en businesshotel (zakelijk meetingpoint), met vele faciliteiten, een hoog serviceniveau en een 'warme en familiale uitstraling'. De ontwikkeling wordt gerealiseerd in een integrale stedenbouwkundige opzet. De belangrijkste doelgroepen zijn:

- zakelijke markt: lokaal en regionaal, (accent werkdagen);
- toeristische markt: particulier (families, 55+-ers, toeristen), tourgroepen, etc. (accent weekenden).

1.2 Ladder voor duurzame verstedelijking

De 'ladder voor duurzame verstedelijking' (art 3.1.6. Bro) is een wettelijk verplicht motiveringsinstrument, waaraan iedere 'nieuwe stedelijke ontwikkeling' (art. 1.1.1. Bro) moet worden getoetst. De beoogde hotelontwikkeling betreft een nieuwe stedelijke ontwikkeling. Deze laddertoets richt zich primair op de behoefte aan de ontwikkeling binnen het relevante verzorgingsgebied.

De huidige bestemmingen van de locatie zijn "Bedrijventerrein" (bestemmingsplan 'Kampershoek-Noord 2010') en Kantoor (bestemmingsplan 'Kampershoek-Noord 2010, 1e partiële herziening'). De beoogde ontwikkeling wordt gerealiseerd binnen bestaand stedelijk gebied in de zin van artikel 3.1.6, tweede lid, Bro in samenhang met artikel 1.1.1, eerste lid, onder h, Bro. Er hoeven voor de onderhavige ontwikkeling dan ook geen alternatieve locaties te worden verkend binnen het stedelijk gebied. Herstructurering of herbestemming van bestaand vastgoed is niet noodzakelijk. Met de ontwikkeling wordt plancapaciteit in de sector Kantoren 'uit de markt gehaald'.

Per 1 juli 2017 is een nieuwe versie van de Ladder geïntroduceerd, met de intentie deze korter en duidelijker te maken. Het toetsingskader is nu (conform tweede lid van art. 3.1.6) als volgt geformuleerd:

“De toelichting bij een bestemmingsplan dat een nieuwe stedelijke ontwikkeling mogelijk maakt, bevat een beschrijving van de behoefte aan die ontwikkeling, en, indien het bestemmingsplan die ontwikkeling mogelijk maakt buiten het bestaand stedelijk gebied, een motivering waarom niet binnen het bestaand stedelijk gebied in die behoefte kan worden voorzien.”

Verder omvat het vierde lid per 1 juli 2017 het volgende:

“Een onderzoek naar de behoefte als bedoeld in het tweede lid, heeft, in het geval dat een bestemmingsplan als bedoeld in het tweede lid, ziet op de vestiging van een dienst als bedoeld in artikel 1 van de Dienstenwet en dit onderzoek betrekking heeft op de economische behoefte, de marktvraag of de beoordeling van de mogelijke of actuele economische gevolgen van die vestiging, slechts tot doel na te gaan of de vestiging van een dienst in overeenstemming is met een goede ruimtelijke ordening.”

Conform uitgebreide jurisprudentie is deze ladderonderbouwing primair gericht op enerzijds de kwalitatieve behoefte en meerwaarde van de ontwikkeling in brede zin (met het specifieke karakter van de ontwikkeling als uitgangspunt) en anderzijds de kwantitatieve behoefte (marktruimte cijfermatig). Op basis hiervan moet inzicht worden gegeven in de mogelijke ruimtelijke effecten op de leegstand en het woon-, leef- en werkklimaat in de regio. Het is dus nadrukkelijk geen ‘traditioneel’, uitgebreid marktonderzoek. Extra concurrentie voor bestaande aanbieders en/of overschrijding van de marktruimte is bij een laddertoetsing in principe niet relevant, tenzij het leidt tot structurele leegstand elders in de regio, met duidelijke effecten op het woon-, werk- en leefklimaat. De gebruikelijke eisen qua behoefte en uitvoerbaarheid in het kader van een ‘goede ruimtelijke ordening’ blijven wel van kracht. Regionale afstemming over plannen met bovenlokale effecten (leegstand, woon-, werk- en leefklimaat) is eveneens belangrijk.

Aan BRO is verzocht om in dit kader de behoefte en (leegstands)effecten van de ontwikkeling te onderzoeken. Dit rapport beschrijft het onderzoek en de toetsing aan de ladder. Hierbij wordt aangesloten bij de meest actuele jurisprudentie omtrent de ladder. In verband hiermee wordt tevens de aanvaardbaarheid van de ontwikkeling ten aanzien van het woon-, leef- en ondernemersklimaat inzichtelijk gemaakt.

1.3 Kwaliteit boven kwantiteit

De kwantitatieve marktruimte voor de verschillende onderdelen van het planconcept is het resultaat van berekeningen gebaseerd op aannames. Het gaat immers om toekomstige ontwikkelingen en die kunnen nooit exact worden voorspeld. De uitkomsten van de ramingen moeten daarom als *indicatief* worden beschouwd. Het gaat bij de ladder voor duurzame verstedelijking in essentie om de kwalitatieve en ruimtelijke effecten. Een nieuwe ontwikkeling kan de voorzieningenstructuur een kwaliteits- en vernieuwingsimpuls geven door het bieden van een ontbrekend marktsegment, productformule of oriëntatie op nieuwe doelgroepen. Met name in leisure en horeca creëert sterk, marktgericht aanbod in

praktijk vrijwel altijd extra behoefte. Het succesvolle bedrijfsconcept van Van der Valk bewijst dit elke dag opnieuw, op vele locaties in Nederland en omliggende landen.

In de ruimtelijke ordening moet op basis van ruimtelijk relevante argumenten worden beoordeeld of de *verzorgingsstructuur* op langere termijn wordt gediend. Als nieuwe ontwikkelingen, op een geschikte locatie, als resultaat hebben dat verouderd aanbod op minder geschikte locaties verdwijnt, dan versterkt dit per saldo de verzorgingsstructuur. De consument heeft daar immers baat bij. Een overschrijding van de marktruimte hoeft dan in principe geen beletsel te zijn, vooropgesteld dat de effecten op het woon-, werk- en leefklimaat en de leegstand per saldo positief zijn.

2. ONTWIKKELINGSKADER

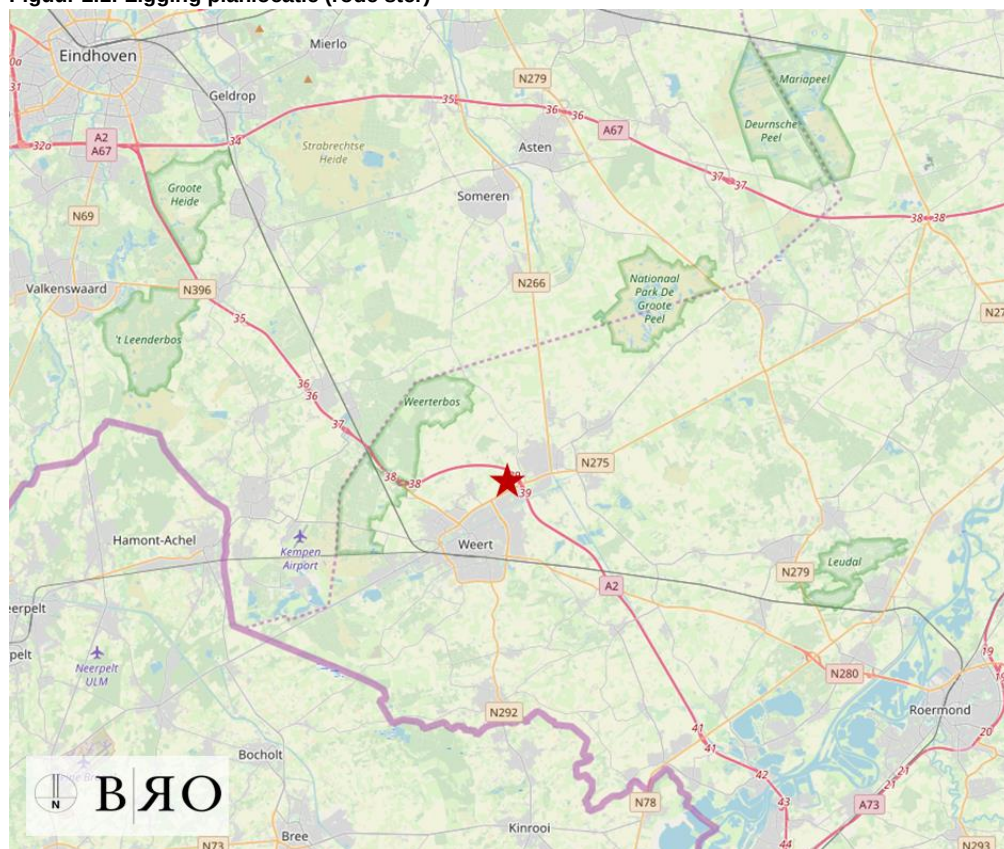
Dit hoofdstuk beschrijft de ruimtelijk-functionele structuur van het plangebied en haar omgeving. Op basis daarvan wordt het relevante verzorgingsgebied bepaald. Verder wordt aangegeven welke kaders er bestaan vanuit het provinciale, regionale en gemeentelijke beleid.

2.1 Bepalen relevant verzorgingsgebied

Ligging plangebied

Het plangebied ligt in de noordwestelijke hoek van de kruising Ringbaan-Noord en de A2 te Weert en maakt momenteel deel uit van het in ontwikkeling zijnde bedrijventerrein Kampershoek. De A2 vormt tevens de grens met de gemeente Nederweert. De omgeving heeft vooral een functie en uitstraling als bedrijventerrein, met primair een zakelijke functie maar ook enig aanbod van autodealers en -garages. Aan de overzijde van de A2 is McDonald's een belangrijke publiekstrekker van een leisurelocatie bestaande uit onder meer een Wereldrestaurant, casino en een bowlingcenter. Het centrum van Weert ligt op circa 3,5 kilometer afstand, het kleinere centrum van Nederweert op circa 2,5 km afstand.

Figuur 2.1: Ligging planlocatie (rode ster)



De planlocatie is zeer goed bereikbaar per auto, ook vanuit de regio. Door de afrit van de A2 is de locatie ook van grotere afstand goed bereikbaar. De OV-bereikbaarheid is redelijk, want op circa 700 meter afstand ligt bushalte Marconilaan (buslijn 74). De dichtstbijzijnde grotere stad is Roermond, op bijna 25 km afstand. Eindhoven ligt op circa 30 kilometer afstand. Mede door deze relatief grote afstanden heeft Weert (ruim 50.000 inwoners, bijna 25.000 banen) van oudsher een belangrijke regionaal verzorgende functie, op vele vlakken.

Begrenzing verzorgingsgebied

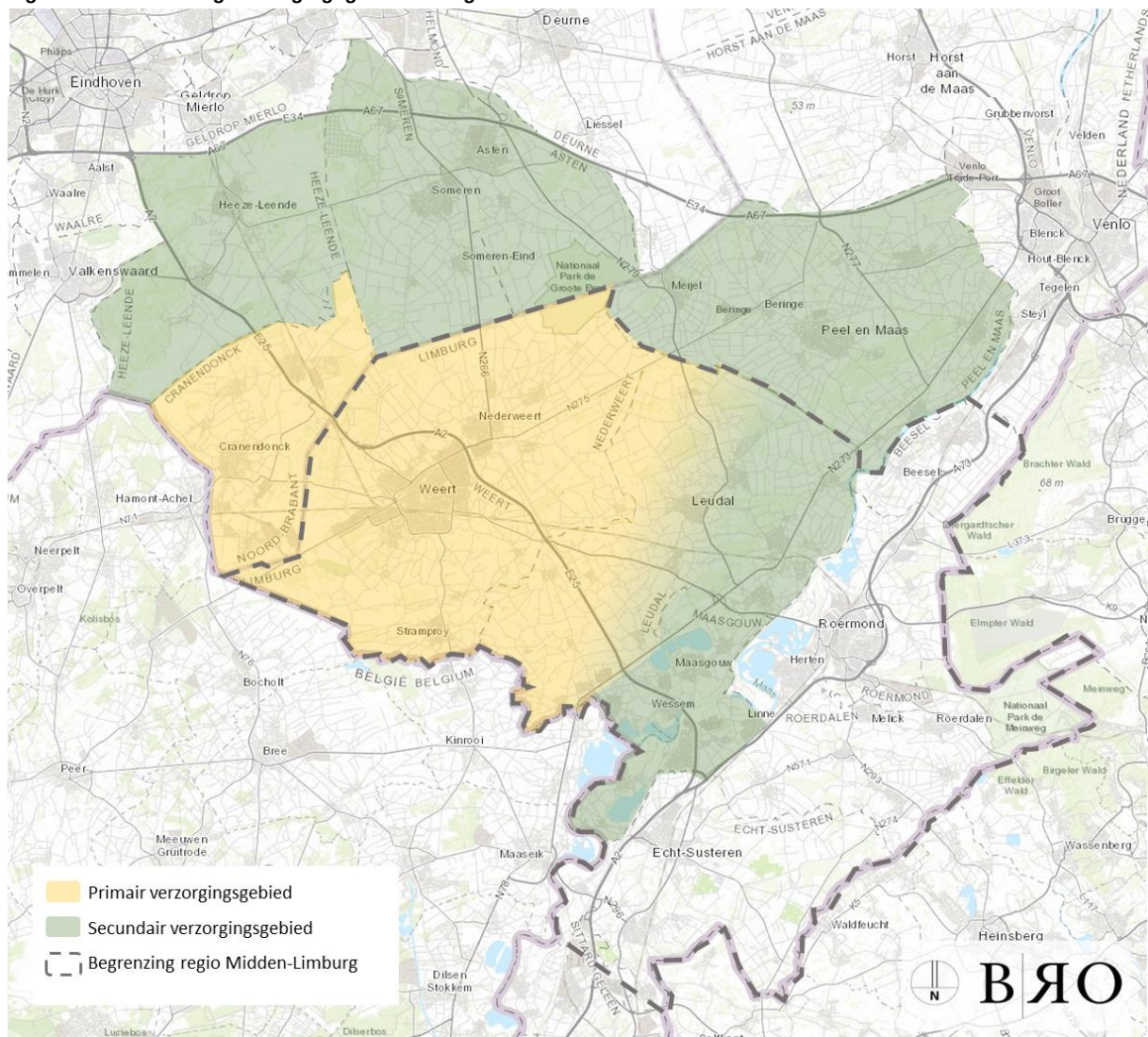
De handreiking voor de ladder stelt dat de behoeftetoets moet worden uitgevoerd op basis van het ruimtelijk verzorgingsgebied van de stedelijke ontwikkeling. De aard en omvang van de ontwikkeling is bepalend op welk niveau de afweging moet worden gemaakt. De gemeente Weert is onderdeel is van de bestuurlijke regio Midden-Limburg. Hoewel uit de Omgevingsverordening Limburg 2014 (versie 23-02-2018) volgt dat plannen afgestemd moeten worden met de regionale gemeenten, betekent dit niet dat behoefte-onderzoeken in dit kader ook per definitie op het schaalniveau van Midden-Limburg uitgevoerd behoeven te worden.

De afbakening van het verzorgingsgebied voor de betrokken functies is als volgt:

- Ten aanzien van de hotelfunctie is van belang dat de vraag naar hotelkamers per definitie vooral van grotere afstand (i.c. de gehele wereld) komt en juist minder uit het verzorgingsgebied zelf. Wel kan het oriëntatie- c.q. zoekgebied van potentiële hotelgasten worden gehanteerd. In dit geval de regio rond Weert. Veelal wordt daarbij voor locaties als de onderhavige een afstand van maximaal 15-20 minuten per auto (daluren) gehanteerd. In bijlage 5 is deze 'actieradius' nader gemotiveerd, op basis van landelijk onderzoek. Het totale verzorgingsgebied voor dit hotel wordt derhalve ruwweg begrensd door de zuidoostgrens van de gemeente Eindhoven, de A67, de Maas en de grens met België (figuur 2.2).
- Uit het bovenstaande volgt dat steden als Roermond, Eindhoven en Venlo niet behoren tot het primaire of secundaire verzorgingsgebied van de beoogde ontwikkeling. Deze steden hebben immers hun eigen voorzieningenaanbod en verzorgingsgebieden; toeristische en zakelijke bezoekers kiezen bewust voor deze steden en hun omgeving. Wel kan een modern hotel in Weert in bepaalde perioden een overloophandicap hebben voor deze steden (of vice versa), wanneer bijvoorbeeld onvoldoende hotelcapaciteit beschikbaar is voor groepen.
- Deels bestaat wel enige overlap van laatstgenoemde verzorgingsgebieden met dat van Weert, daarom onderscheiden we hier een primair en een secundair verzorgingsgebied (figuur 2.2). Een dergelijke overlap is overigens gebruikelijk bij hotelregio's.
 - Primair verzorgingsgebied: het gebied waarvoor Weert de onmiskenbare centrumstad is, ook t.a.v. winkelen, marktbezoek, stedelijke recreatie en zakelijke activiteiten. Dit betreft de gemeenten Weert, Nederweert, Cranendonck en het westelijk deel van de gemeente Leudal. Dit primaire verzorgingsgebied sluit overigens vrijwel naadloos aan op de begrenzing van de Cebucoregio Weert. Een Cebucoregio is een geografisch gebied, bestaande uit gemeenten geconcentreerd rondom één of meer economische verzorgingscentra voor bijvoorbeeld winkelen, werk, hoger onderwijs en gespecialiseerde medische voorzieningen. Jurisprudentie beschouwt Cebucoregio's als een goede basis voor hotelladders.

- Secundair verzorgingsgebied: het gebied waaruit de voorzieningen binnen de ontwikkeling eveneens bezoekers zullen aantrekken, maar waarbij tevens overlap bestaat met het verzorgingsbereik van andere 'centrumsteden' (Eindhoven, Venlo, Roermond). Het betreft de gemeenten Heeze-Leende, Someren, Asten, Peel en Maas, Maasgouw en het oostelijk deel van Leudal. Met de genoemde overlap wordt rekening gehouden in de analyses.

Figuur 2.2: Afbakening verzorgingsgebied beoogde restaurant en amusementscentrum



- Weert heeft van oudsher een belangrijke regionale verzorgingsfunctie voor detailhandel, horeca, cultuur, leisure en het zakenleven. Veel regionale hoofdwegen zijn dan ook op Weert georiënteerd. Door deze centrumfunctie zullen veel gasten bewust kiezen voor een hotel in Weert. Voor de zakelijke bezoekers is het gebied relevant als verzorgingsgebied vanwege de relatie met de economische bedrijvigheid. Behoeft en effecten spelen zich daarom vooral binnen deze regio af.

- Voor de andere (niet-hotel)functies is de regio identiek afgebakend, omdat ze goed aansluiten op het gebruikelijke verzorgingsgebied van zowel grotere restaurants als amusementscentra. Ook hier is een primair en secundair verzorgingsgebied van toepassing.
- De (bestuurlijke) regio Midden-Limburg beschikt over twee, qua omvang en werkgelegenheid min of meer vergelijkbare, 'centrumsteden': Roermond en Weert. Hun verzorgingsgebieden overlappen elkaar als vermeld deels, bijvoorbeeld in de gemeente Leudal. Voor de analyse is deze gemeente modelmatig gesplitst.

Inwoners verzorgingsgebied

In tabel 2.1 zijn de inwonertallen van de gemeenten binnen het verzorgingsgebied weergegeven.

Tabel 2.1: Bevolkingsprognose regio

	2019 (CBS, 2019)	Prognose (ETIL/Progneff, 2017 en Primos, 2017)		
		2020	2025	2030
Cranendonck	20.440	21.057	21.243	21.315
Nederweert	17.001	16.965	16.960	16.882
Leudal (westelijk deel)*	17.616	17.678	17.451	17.421
Weert	49.842	50.059	50.171	50.061
totaal primair verzorgingsgebied	104.899	105.759	105.825	105.680
Asten	16.710	16.815	16.748	16.810
Heeze-Leende	15.964	15.953	15.977	15.929
Leudal (oostelijk deel)**	18.065	17.703	17.475	17.446
Maasgouw	23.716	23.614	23.065	22.403
Peel en Maas	43.311	43.511	43.425	43.145
Someren	19.322	19.559	20.022	20.292
totaal secundair verzorgingsgebied	137.088	137.155	136.713	136.025
totaal gehele verzorgingsgebied	241.987	242.914	242.538	241.705

* Zijnde de CBS-wijken Heythuysen, Baexem, Kelpen-Oler, Grathem, Ell, Haler, Hunsel, Neeritter en Ittervoort

** Zijnde de CBS-wijken Heibloem, Roggel, Neer, Nunhem, Haelen, Buggenum en Horn

De gemeente Weert heeft 49.842 inwoners (per 01-01-2019). De prognoses geven voor Weert tot 2025 een bevolkingstoename te zien tot circa 50.171 inwoners (ETIL/Progneff, 2017). De gehele regio heeft bijna 242.000 inwoners (exclusief de Belgische grensregio). Volgens de bevolkingsprognoses wordt op regioniveau een bescheiden bevolkingsgroei verwacht tot circa 242.538 in 2025. Deze mensen bezoeken veelvuldig restaurants, andere horecagelegenheden en leisurevoorzieningen (waaronder amusementscentra) en maken soms gebruik van hotelfaciliteiten.

De Belgische markt is hier overigens niet meegenomen, omdat deze in hoge mate haar eigen dynamiek en doelgroepen heeft (zie ook par. 3.1). In de Belgische grensgemeenten Hamont-Achel, Neerpelt, Bocholt, Bree en Kinrooi wonen in totaal circa 73.000 mensen en werken er ca. 25.560.

2.2 Beleid

Provincie Limburg

Over de **vrijtijdseconomie (leisure)**, waaronder hotels, stelt de provincie in het Provinciaal Omgevingsplan Limburg (POL) dat het één van de Limburgse topsectoren is. Dit dankzij het grote economische belang van de sector zelf en vanwege de bijdrage die voorzieningen en evenementen leveren aan de kwaliteit van het Limburgse woon- en leefklimaat. De sector is, aldus de provincie, evenwel nogal versnipperd en er is onvoldoende synergie tussen individuele ondernemers en overheden. De provinciale opgave ligt in het versterken van de identiteit van de Limburgse vrijetijdseconomie en het verbinden van de kwaliteiten van deelgebieden. Meer regionale slagkracht is nodig om tegemoet te komen aan de veranderende consumentenwensen en Limburg aantrekkelijk te maken c.q. te houden voor (nieuwe) doelgroepen. In het POL wordt door de provincie in principe ingezet op concentratie van voorzieningen in steden,

In de **Omgevingsverordening Limburg 2014** is beleid ten aanzien van de vrijetijdseconomie vooral gericht op een kwaliteitsslag in het aanbod aan campings en bungalowparken. Ten aanzien van hotels zijn geen specifieke beleidsopgaven opgenomen, maar in algemene zin streeft de provincie naar dynamisch voorraadbeheer, d.w.z. ruimte creëren voor nieuwe innovatieve plannen in combinatie met verbeteren van de kwaliteit van bestaande voorraad, terugdringen van leegstand en schrappen van plannen die niet aansluiten op de vraag.

Goede initiatieven binnen de vrijetijdseconomie moeten van de provincie de ruimte krijgen. In Limburg bestaan al veel locaties met een ruimtelijke bestemming die vrijetijdseconomie (verblijfs- en/of dagrecreatie) toestaat. Toch lijkt er ook behoefte te bestaan aan nieuwe locaties. Een focus op kwaliteit is nodig om te voorkomen dat er teveel van hetzelfde is. Een belangrijk instrument daarbij is de ladder van duurzame verstedelijking. Door middel van daarin opgenomen eisen over onderbouwing, wordt de economische meerwaarde van initiatieven inzichtelijk. De gemeenten moeten, aldus de Omgevingsverordening, de ladder van duurzame verstedelijking toepassen op initiatieven voor verblijfsrecreatieve voorzieningen. De onderhavige laddertoets voldoet hieraan.

In het **Investeringsprogramma Toerisme & Recreatie 2016 – 2019 (provincie Limburg, maart 2016)** heeft de provincie opgenomen dat zij actief blijft investeren in de toeristisch-recreatieve sector. Daarbij wordt ingezet op investeringen die duurzame banen opleveren en die de sector van een structuurversterkende impuls voorzien. Er is daarbij gekozen voor drie investeringslijnen:

1. versterken van ondernemerschap: triple helix aanpak met ondernemers, kennisinstellingen en overheid voor innovaties, (bij)scholing on the job en meer vitaliteit in de sector;
2. versterken van de Limburgse kracht en infrastructuur: versterken van de toeristische infrastructuur, grensoverschrijdende verbindingen en crossovers met o.a. cultuur, sport, stedelijke ontwikkelingen, natuur en landschap en erfgoed/monumenten;
3. versterken van één Limburg: innovatie in de toeristische marketing & promotie, 'Taste of Limburg' (streekproducten) en evenementen (free publicity).

De beoogde ontwikkeling draagt bij aan deze doelen, omdat het een kwaliteitsimpuls levert en de diversiteit in de toeristische infrastructuur vergroot.

Midden-Limburg

De gemeente Weert ligt in Midden-Limburg. In de Toerisme- en Recreatievisie (juli 2013) heeft de **regio Midden-Limburg** vastgesteld dat de regio wordt gekenmerkt door de volgende waarden: Kleinschaligheid, gebiedseigen, bourgondisch, rust en toegankelijkheid/laagdrempeligheid ('ook voor beginners'). Deze combinatie van karakteristieken zorgt voor de toeristisch-recreatieve potentie van de regio. Daarbij is het gebied uitermate geschikt om te *zappen*: 'Iedere dag iets anders': de ene dag watersporten, en de volgende ochtend wandelen in de natuur, om 's middags sfeervol te gaan shoppen. Die combinatie maakt Midden-Limburg onderscheidend van andere toeristische gebieden zoals de Friese meren en de Veluwe, en complementair aan Noord- en Zuid-Limburg.

De beschreven uitdagingen en doelstellingen worden ingezet op de volgende mix van ingrepen:

- Versterken en vernieuwen van de bestaande kwaliteiten. Waaronder het bevorderen van innovatie in de sector.
- Verlengen. Het verlengen van het seizoen door, onder ander, het toevoegen van elk-weer voorzieningen.
- Verbinden. Het gaat om de realisatie van verbindingen die fysiek zijn, maar minstens zo belangrijk zijn de niet-fysieke verbindingen.
- Ruimte bieden. De provincie wil meer duidelijkheid bieden, en bij voorkeur ook meer planologische ruimte voor de toeristisch-recreatieve sector.
- Promoten. Door meer mensen naar de regio te trekken, wordt een basis gelegd voor het vergroten van het toeristisch rendement.

In de Toerisme- en Recreatievisie worden verschillende kansrijke clusters onderscheiden. De beoogde ontwikkeling haakt aan op de gewenste vernieuwing in de sector en het is onderdeel van de gewenste uitbreiding van "elk-weer voorzieningen". De faciliteiten bij de beoogde ontwikkeling (casino, restaurant/bar, vergader/congresruimten) bieden ruimte voor het verlengen van het seizoen en uitbreiding van de evenementen in de regio.

De gemeente Weert vormt het hart van **Keyport 2020**; één van de zes regio's binnen Brainport 2020. Dit is het netwerk van zes triple helix regio's in Zuidoost-Nederland en de provincies Noord-Brabant en Limburg. Dit zijn Brainport Eindhoven, Midpoint Brabant, AgriFood Capital, Greenport en Limburg Economic Development (LED).

De ambitie van de regionale netwerk- en uitvoeringsorganisatie Keyport 2020 is versterking van de regionale economische structuur en het verbeteren van het vestigingsklimaat. Om dit te realiseren werkt Keyport o.a. aan het creëren van nieuwe werkgelegenheid, samen met het regionale bedrijfsleven, de regionale gemeenten en opleidingen.

Gemeente Weert

In de **Structuurvisie Weert 2025** (vastgesteld 11 december 2013) worden de gewenste ruimtelijke ontwikkelingen in de gemeente (op hoofdlijnen) vastgelegd tot 2025. De visie is opgebouwd rond de thema's:

- prettige woongemeente voor jong en oud;
- groenste stad met een grote toeristisch-recreatieve aantrekkingskracht;
- uitnodigend, bruisend centrum;
- hoogwaardige bedrijvigheid, dienstverlening en innovatie.

Om Weert aantrekkelijk te houden, moet duurzaam worden geïnvesteerd in de toekomst, zo stelt de visie. Deels betekent dit het behouden van het goede, deels inzetten op verandering en verbetering. De opgave richt zich op kwantitatieve en kwalitatieve groei. Vanuit toeristisch-recreatief perspectief is het GrensPark Kempen-Broek een belangrijk speerpunt in het beleid. Dit wordt een belangrijk grensoverschrijdende landschapspark met struinnatuur, routestructuren voor fietsers, mountainbikers, wandelaars, ruiters en menners. Het gebied rond de IJzeren Man is binnen Weert het concentratiegebied voor uiteenlopende toeristisch-recreatieve activiteiten, aangevuld met het gebied Weert-West (De Lichtenberg, KMS en aangrenzende gebieden).

Weert maakt de 'groene' en cultuurhistorische ambities helemaal waar. In 2012 is Weert uitgeroepen tot Groenste stad van Nederland en in 2013 zelfs van Europa. In 2014 kreeg de gemeente zelfs het predicaat 'Groenste regio van de wereld'. Tegelijkertijd behaalde Weert in 2014 een tweede plaats in het thema Cultureel Erfgoed.

Volgens het **Economisch Profiel** (november 2015) formuleert gemeente Weert als belangrijke ambitie: "Een economisch gezonde en groene stad, waar iedereen op een duurzame wijze kan wonen, werken, leren en recreëren."

Als belangrijke kwaliteiten van Weert worden o.a. vermeld (voor zover relevant in het kader van dit onderzoek):

- uitstekende bereikbaarheid door de ligging aan belangrijke weg- water- en spooraders met diverse luchthavens binnen handbereik;
- ligging tussen krachtige economische regio's;
- toeristisch recreatieve voorzieningen als een fraaie historische binnenstad en een uitgebreid aanbod in Weert-West;
- faciliteiten voor topsport, onder andere paardensport;
- regionale arbeidsmarktfunctie met een sterk aandeel van groothandel, (maak)industrie en zorg;
- breed en kwalitatief hoogwaardig aanbod van werklocaties;
- export naar m.n. Duitsland en België en een belangrijke binnenlandse oriëntatie op de regio.

Essentiële basisvoorwaarden en opgaven voor de gemeente zijn volgens het Economisch Profiel o.a.:

- blijven werken aan de bereikbaarheid van de stad en van stedelijke werklocaties (verbreding A2, spoorverbinding België);
- meer profijt halen uit de ligging nabij Zuidoost-Brabant;

- inspelen op het belang van duurzaamheid als vestigingsplaatsfactor;
- realiseren van de enorme potentie van de vrijetijdseconomie zoals uitbreiding van het toeristisch recreatief aanbod;
- samenwerking tussen maakindustrie, agrarische toelevering/verwerking en primaire sector.

Het maatschappelijke en economische belang van recreatie, toerisme en vrije tijd is groot en groeit nog steeds, zo stelt het profiel. Weert heeft op dit gebied grote potenties en ontwikkelingskansen, zowel op het vlak van dag- als verblijfsrecreatie. Er is een uitgebreid netwerk van grensoverschrijdende, bewegwijzerde recreatieve routestructuren. In Weert-West ligt een uitgestrekt gebied met grote potenties voor verdere completering van het toeristisch-recreatieve aanbod, o.a. van topsport, cultuur en leisure. Het onderscheidende karakter binnen Midden-Limburg wordt met name bepaald door het gevarieerde aanbod van toeristisch-recreatieve voorzieningen op relatief korte afstand van elkaar. Het aantal overnachtingen in Weert kan daardoor nog flink oplopen, zo stelt het profiel.

De **Nota Verblijfsrecreatie in Weert** (maart 2009) doet een aantal aanbevelingen, waarvan in dit kader met name de volgende relevant zijn:

- De kansen om de verblijfsrecreant naar Weert te krijgen kunnen door de ondernemers beter benut worden.
- Er liggen kansen voor ondernemers die inspelen op de grotere vraag naar luxe en comfort in de voorzieningen.
- Ondernemers kunnen meer rendement halen uit de dalperiode door het aantrekken van andere doelgroepen en het promoten van de verblijfsaccommodatie als wintervaste accommodatie.
- Aanbevolen wordt om arrangementen samen te stellen in allerlei soorten en maten.
- Van belang is goede samenwerking met andere bedrijven, overheid en regionale organisaties om de hele regio op de kaart te zetten.
- Het beleid vanuit de gemeente moet nadrukkelijk gericht zijn op het stimuleren van gewenste ontwikkelingen.

Hotels en pensions zijn, aldus de Nota Verblijfsrecreatie, accommodaties waarin logies wordt verstrekt en waar eventueel afzonderlijke maaltijden en drank worden verstrekt aan de gasten. In de huidige bestemmingsplannen in de gemeente Weert liggen de bestemde locaties voor hotels en pensions vast. Bij nieuwe vestigingen moet een apart bestemmingsplan opgesteld worden, zodat de inrichting toegespitst kan worden op de specifieke situatie, met inachtneming van de gestelde regels en voorwaarden.

In de **Visie Hart Voor de stad; een ruimtelijke en functionele Visie op de toekomst van het centrum Van Weert** (december 2013) wordt als doelstelling geformuleerd om Weert als sterke stad, met al zijn eigenheden en karakteristieken, te behouden en verder te ontwikkelen. De versterking van de binnenstad is daarbij een van de belangrijkste ambities. Zij vormt immers het kloppend hart van de gemeente en het ommeland. De visie geeft de toekomstrichting aan voor de ruimtelijke en functionele ontwikkelingen in het stadshart van Weert, maar is niet juridisch bindend voor externen.

De binnenstad heeft, aldus de visie, als belangrijke kwaliteiten de historische straten, pleinen en bebouwing, sterke winkelformules, uitstekende bereikbaarheid, kleinschalig en overzichtelijk (dorpse sfeer) met een compleet pakket aan voorzieningen. Aandachtspunten zijn o.a. de toenemende winkel-leegstand en de entrees. De gemeente wil concentratie bevorderen t.b.v. een vitale en toekomstbestendige kern, met qua functies een accent op het gebied binnen de singels. Ontmoeten en beleven zijn de twee sleutelwoorden voor de toekomst. Functies die daarop inspelen worden als kansrijk bestempeld. Pas als in het centrum de ruimte ontbreekt, zou elders een plek gezocht moeten worden.

2.3 Onderzoek en trends in toerisme Limburg

Toeristische Trendrapportage 2016-2017 (provincie Limburg, februari 2017)

Uit de actuele Toeristische Trendrapportage volgt dat Limburg al decennialang een toeristische top-provincie is. De provincie Limburg is met 13,6 miljoen overnachtingen de derde provincie in aantal toeristische overnachtingen. Limburg is derde provincie op het gebied van hotelovernachtingen (3 miljoen per jaar) en hoeft wat betreft het aantal hotelgasten alleen de provincie Noord-Holland (met Amsterdam en Schiphol) en Zuid-Holland voor te laten gaan.

Om de topositie te behouden en te versterken ziet de Toeristische Trendrapportage drie grote kansen voor Limburg. De kansen zijn gericht op het aantrekken van nieuwe, beter bestedende doelgroepen, waarbij Limburg een duurzaam concurrentievoordeel heeft ten opzichte van andere provincies:

1. Limburg = buitenlandgevoel
 - Inzetten op bezoek uit de grenslanden door de grensligging te benutten om Belgisch en Duits dag- en verblijfstoerisme (short-break) te bevorderen. Blijf investeren in voldoende krachtige en onderscheidende motieven voor inwoners uit buurlanden om Limburg te bezoeken.
 - Benut het krachtige imago van 'bourgondisch buitenlandgevoel' om Nederlanders aan te trekken met daarbij een focus op de sectoren bungalows en hotels. Ook focus op dagrecreatie, zoals recreatief winkelen, cultureel aanbod, attracties, evenementen en uitgaansfaciliteiten.
2. Demareren in de regio
 - Inzetten op de uitvoering van ondernemersgedreven ontwikkelagenda's van de vrijetijdseconomie in de regio's. Een ontwikkelagenda is een actielijst met projecten die ondernemers helpen samenwerken en innoveren. Samenwerking tussen regionale overheid en ondernemers is hierbij essentieel. De agenda's moeten opgesteld worden vanuit het regionale DNA en inspelen op kansrijke doelgroepen, motieven en trends.
 - Stel (aangescherpte) economische groei doelstellingen vast met elkaar en stuur op de voortgang via het provinciale vrijetijd dashboard.
 - Stimuleer de regio's om tot uitvoering van ambitieuze ontwikkelagenda's te komen. Voorzie in uitvoeringskracht.
3. Ontwikkel gastvrije zakenclusters
 - Ontwikkel de zakelijke clusters in Limburg door en verbindt de gastvrijheidseconomie daar op een slimme en expliciete manier aan. Daarmee wordt zakelijk Limburg onderscheidend: in Limburg is het gastvrij zakendoen in een bourgondische ambiance. Werken is onderdeel van

het leven; de kwaliteit van leven en werken in Limburg is uitzonderlijk hoog. Om deze propositie te verzilveren is het nodig om:

- doelen te stellen die kwantitatief meetbaar zijn, zoals groeidoelstellingen (en deze te monitoren/op te volgen);
- een zakelijke gastvrijheidsstrategie uit te stippelen;
- kansrijke cross-overs te benutten (bijvoorbeeld tussen voedselinnovatie en gastvrijheid);
- langjarige structuurversterkende investeringen te doen in bijvoorbeeld (inter)nationale bereikbaarheid, congressen, evenementen en ondersteunend aanbod.

Specifiek voor Midden-Limburg is het, aldus het trendrapport, van belang dat nu vooral toeristische slaapplekken in hotels en op kampeerterreinen worden aangeboden. Daarbij zijn veel regionale (familie)hotels kleinschalig, kwalitatief gedateerd en overwegend gericht op het lagere marktsegment binnen de toeristische markt en nauwelijks op de zakelijke markt. Bovendien is het autonome toekomstperspectief voor dit aanbod negatief, zo blijkt uit de trendrapportage. Hun product sluit onvoldoende aan op de verwachtingen van de hedendaagse, kritische consument. Zo zijn de kamers vaak klein en hebben ze een gedateerde inrichting en uitstraling. Vaak beschikken ze nog over gedeeld sanitair en is er sprake van achterstallig onderhoud.

Hotelmarktonderzoek provincie Limburg (ZKA, februari 2018)

In opdracht van de provincie Limburg is een hotelmarktonderzoek uitgevoerd. In het hotelmarktonderzoek is Limburg opgedeeld in verschillende deelregio's. De gemeente Weert behoort hierin tot de regio Midden-Limburg⁵. Hoewel dit niet hetzelfde verzorgingsgebied als voor deze laddertoets (zie paragraaf 2.1), zijn de volgende conclusies uit het hotelmarktonderzoek (dat overigens niet bestuurlijk is vastgesteld) deels wel relevant voor de beoogde ontwikkeling.

- In algemene zin worden de potenties van de hotelmarkt vrij gunstig beoordeeld in het hotelmarktonderzoek. In tegenstelling tot sommige andere verblijfsvormen (zoals kamperen) groeit de hotelvraag – ook op de langere termijn.
- Landelijk is vooral de vraag uit het buitenland een groeimarkt (de zogenaamde inkomende vraag). Vooral A-locaties kunnen hiervan profiteren, steden en gebieden die ook een sterke aantrekkingskracht hebben buiten Nederland. Limburg beschikt over diverse destinaties die deze potenties hebben, mede gezien de ligging binnen de EU-regio.
- In het hotelmarktonderzoek is geconstateerd dat demografische ontwikkelingen voordelen bieden voor de hotelmarkt op de langere termijn. De trend van vergrijzing kan extra vraagpotentieel opleveren. Dit is gekoppeld aan de trend van meer behoefte aan convenience en comfort, een ontwikkeling waar veel hotels op inspelen. Van belang bij deze trend is wel dat in het provinciale hotelmarktonderzoek relatief veel hotels in Midden-Limburg als minder vitaal worden beoordeeld in termen van 'vergane glorie' en 'stuck in the middle'.
- Door de ligging en goede bereikbaarheid van Midden-Limburg vanaf de A2, de scharnierfunctie tussen Brainport/Eindhoven en Zuid-Limburg en impact van de campussen in de Westelijke Mijnstreek wordt, vergeleken met Noord-Limburg, een grotere groei van de zakelijke vraag verwacht in het hotelmarktonderzoek. Voor het toerisme wordt eveneens meer groei verwacht in Midden-Limburg. Dit komt primair door de potentie van Roermond e.o. (DOC, Maasplassen). Als gevolg van

⁵ Bestaande uit de gemeenten: Beesel, Echt-Susteren, Leudal, Maasgouw, Nederweert, Roerdalen, Roermond, Weert

deze kenmerken wordt in de regio Midden-Limburg als geheel een groei verwacht van de zakelijke overnachtingen met 1,75% en de toeristische overnachtingen met 2,0% per jaar tot 2022, waarmee de groei uitkomt rond het landelijke gemiddelde van 2,0% per jaar tot 2022.

- In het hotelmarktonderzoek wordt in par. 4.7 geconstateerd dat voor Midden-Limburg de capaciteit in ontwikkeling/aanbouw de marktruimte door marktgroei overstijgt. Het onderzoek stelt: “Van groot belang is dat nieuwe hotels of uitbreidingsplannen de markt vergroten/ontwikkelen en nieuwe bezoekaanleidingen creëren”. Er worden door ZKA in dat kader de volgende aanknopingspunten genoemd voor toekomstig hotelaanbod in Midden-Limburg, inclusief de vermelding dat het uiteindelijk aan initiatiefnemers is om een plan te onderbouwen vanuit de markt en aan te tonen op welke wijze de markt wordt verruimd. Het betreft de volgende aanknopingspunten, die letterlijk zijn overgenomen uit het hotelmarktonderzoek:
 - Wenselijkheid “nieuwe prijs-kwaliteitsniveaus, met samenhang tussen product, locatie en omgeving.” In de bijlage noemt ZKA als voorbeelden hotelconcepten die nog niet aanwezig of ondervertegenwoordigd zijn in een regio, “zoals een tophotel, budgethotel en/of hotel met gescheiden en familiekamers.”
 - “Hotels met eigen specifieke grootschalige voorzieningen die een twee-eenheid vormen met het hotel (denk aan grootschalige wellness, koppeling met golf, hotel met diverse vrijetijdsvoorzieningen, zoals SnowWorld Hotel, thermenhotels, Preston Palace, Van der Valk Hoorn, Bonte Wever Assen of Hotel Figi Zeist).”
 - “Extra vraagimpulsen door middel van acquisitie van grote bedrijvigheid met (inter)nationale contacten of nieuwe toeristische voorzieningen die inspelen op publiek van verder weg.”
 - “Het is niet uit te sluiten dat er na verloop van tijd ruimte ontstaat voor nieuwe ‘reguliere’ hotels zonder veel aanvullende vraag. Qua locatie moet vooral gekeken worden naar plaatsen waar vraag aanwezig is c.q. gecreëerd wordt. Binnen Midden-Limburg kan Roermond hier prima in voorzien. Ook zijn andere concepten, ook gelegen buiten de stedelijke omgeving, zeker kansrijk (bij kastelen, op landgoederen, etc.).”
 - In Midden-Limburg zijn, aldus ZKA, “locaties pal aan de snelweg niet de beste vestigingslocatie (of eerste keuze). Dat wil niet zeggen dat dergelijke plannen geen kansen hebben. Dit moet wel gepaard gaan met duidelijke randvoorwaarden. Het kan interessant zijn als een keten zich aan het hotelplan committeert (met bijv. een ‘loyalty systeem’) of wanneer het plan beschikt over eigen (in pandige) vrijetijdsvoorzieningen en daarmee de potentie heeft om eigen en nieuwe vraag aan te trekken. Hierbij is het van belang dat het aanbod langs de snelweg bij voorkeur ligt op korte afstand van stedelijk gebied en geografisch verspreid is om te voorkomen dat hotels worden gevestigd bij meerdere afslagen op korte afstand van elkaar.”
 - In de bijlage van het hotelmarktonderzoek wordt verder gesteld dat “de markt zich ook verder kan ontwikkelen door initiatieven die de zakelijke, MICE of toeristische markt stimuleren”, waaronder “nieuwe bedrijven met (inter)nationale contacten, nieuw dagrecreatief aanbod met een bovenregionaal marktbereik of een impuls voor de meerdaagse bijeenkomstenmarkt. Dit betekent dat de marktruimte door de marktgroei groter wordt en verder opschuift naar de bovenkant van de bandbreedte (of mogelijk nog hoger).”

2.4 Relatie hotelconcept met regionaal beleid en trends

Uit het hotelmarktonderzoek volgt dat in de regio Midden-Limburg (waar Weert deel van uitmaakt) een 'gezonde' groei van de zakelijke en toeristische vraag naar hotelovernachtingen wordt verwacht. Tegelijk blijkt uit het onderzoek dat in Midden-Limburg als geheel de plancapaciteit voor hotels deze marktgroei overstijgt. In paragraaf 3.4 wordt dieper ingegaan op de plancapaciteit in het verzorgingsgebied van de beoogde ontwikkeling, mede in relatie tot heel Midden-Limburg.

Door de beoogde ontwikkeling wordt de hotelmarkt in de omgeving van Weert verder ontwikkeld en verruimd in kwalitatieve en kwantitatieve zin en worden nieuwe bezoekaanleidingen gecreëerd, ook door de beoogde combinatie met de restaurant- en leisurfuncties. Het volgende is hierbij van belang:

- Het concept biedt de regio een geheel nieuw marktsegment en is in hoge mate complementair aan het bestaande hotelaanbod. Het 'merk' Van der Valk is hierin sterk bepalend. In praktijk trekken nieuwe hotels van deze keten veel extra bezoekers naar een regio, uit binnen- en buitenland. Dit komt vooral door de goede reputatie, naamsbekendheid, klantentrouw, het hoge serviceniveau en de proactieve marktbenadering. Het bedrijf kreeg in 2019 de hoogste score in een breed landelijk onderzoek naar klantbeleving onder de bekendste in Nederland aangeboden 'merken' (dus niet alleen hotels) van KPMG.⁶ Op vijf van de zes thema's⁷ werd de hoogste score behaald. Overigens staat er in de Top 100 geen enkele andere hotel formule.
- Van der Valk heeft als strategie om vooral nieuwe doelgroepen naar de regio te trekken en het vraagpotentieel voor hotelovernachtingen te vergroten. Door het bedrijf wordt de locatie Weert onder meer beschouwd als een zeer geschikte tussenstop voor busgroepen vanuit Frankrijk en België richting Amsterdam.
- De zakelijke markt in Weert en omgeving ervaart momenteel een fors tekort aan geschikte, goed bereikbare hotelaccommodaties met eigen overleg ruimten en vergaderzalen.⁸
- Op de zakelijke markt speelt het concept nauw in op 'Het Nieuwe Werken': het flexibiliseren van het werk naar tijd en plaats, gebruik makend van digitale netwerken (ICT). Hierdoor hebben veel beroepen geen vaste werkplekken meer, maar kan men (net)werken op een zelf gekozen locatie; thuis, in het 'eigen' kantoor of elders. Een laagdrempelig, goed gefaciliteerd en per auto optimaal bereikbaar hotel als Van der Valk voldoet uitstekend aan deze behoefte.
- Het verzorgingsgebied van de hotelontwikkeling inclusief casino waarop onderhavige laddertoets betrekking heeft een andere begrenzing dan de regio Midden-Limburg (zie par. 2.1). Dit is van belang, omdat de huidige en geplande hotelcapaciteit zich grotendeels buiten dit verzorgingsgebied bevindt, namelijk in het oostelijke deel van de regio. De beoogde ontwikkeling richt zich juist op het westelijke deel van Midden-Limburg. Hier is het hotelkameraanbod juist zeer beperkt, terwijl het gebied geografisch groter is dan het oostelijk deel en het eveneens een belangrijke zakelijke en toeristische functie heeft.

⁶ KPMG; A Digital Walk to Remember/ 2019 NL Customer Experience Excellence Analysis (oktober 2019). Respondenten moesten daadwerkelijk ervaring hebben met de beoordeelde merken.

⁷ Personalisation, Integrity, Expectations, Resolution, Time and Effort, Empathy

⁸ Bron: Informatie gemeente Weert en diverse mediaberichten.

- Het nieuwe hotel vergroot de markt en ontwikkelt nieuwe bezoekaanleidingen op de onderhavige locatie. Het is immers uitstekend bereikbaar en vervult een 'scharnierfunctie' tussen Brainport/Eindhoven en Zuid-Limburg. Over een afstand van bijna 60 kilometer (tussen de hotels Jagershorst te Leende en Van der Valk Stein-Urmond) zijn nu namelijk geen moderne zakenhotels direct bij een snelwegafrit gevestigd. In en rond Roermond ontbreekt dit hoteltype zelfs geheel langs de A73.
- De ontwikkeling geeft een impuls aan het toeristische en zakelijk verblijfstoerisme gericht op het aantrekken van nieuwe, beter bestedende doelgroepen, kwaliteitsversterking in algemene zin en vernieuwing binnen het hotelaanbod in het bijzonder. Hierdoor creëert de ontwikkeling grotendeels een additionele vraag (zie ook hierboven).
- Op deze wijze geeft de beoogde ontwikkeling ook een structuurversterkende investering in hoogwaardige ruimte voor congressen, evenementen en in ondersteunend aanbod, maar tegelijk creëert de ontwikkeling deels haar eigen vraag door de koppeling met (vrijetijds)voorzieningen.
- Van der Valk wil bij de ontwikkeling, realisatie en exploitatie nadrukkelijk samenwerken met andere (horeca)bedrijven en instellingen in de regio, zoals men dat elders ook doet. De hotels bieden ruime werkgelegenheid en worden alom beschouwd als één van de beste leerbedrijven in de horeca. De economische en maatschappelijke meerwaarde voor de regio is dus groot.
- De ontwikkeling draagt dan ook bij aan de versterking van de Limburgse gastvrijheid in de zakelijke markt door de beoogde kwaliteitsversterking in algemene zin en vernieuwing binnen het hotelaanbod in het bijzonder.

3. ANALYSE AANBODSTRUCTUUR EN PLANCAPACITEIT

Dit hoofdstuk beschrijft de lokale en regionale aanbodstructuur van de beoogde deelfuncties binnen de beoogde ontwikkeling van het Van der Valk-project in Weert. Op basis hiervan wordt de kwalitatieve en kwantitatieve behoefte aan de beoogde ontwikkeling beoordeeld. Aangezien de vergaderzalen ondergeschikt zijn aan de hotelfunctie en dit aanbod een zeer diffuse structuur heeft (ook elders overwegend ondergeschikt aan andere hoofdfuncties), wordt deze functie alleen in het hoofdstuk Behoeft geanalyseerd.

3.1 Analyse aanbod hotels

Gemeente Weert

De gemeente Weert beschikt over vier als zodanig geregistreerde hotels met samen 108 hotelkamers⁹. Sinds 2004 is er in de gemeente per saldo één hotel bijgekomen. Het hotelaanbod in de gemeente is met gemiddeld circa 27 kamers opvallend kleinschalig (landelijk gemiddeld 38 kamers).

- Het grootste hotel is Fletcher Hotel Weert aan de Driesveldlaan. Het is een middenklasse stads-hotel met circa 69 kamers, drie vergaderruimten (max. 300 personen) en een verzorgde uitstraling. Het richt zich zowel op de toeristische als de zakelijke markt op zoek naar een locatie in de (binnen)stad, maar in een wat lager marktsegment dan Van der Valk. Met name voor wat betreft het aspect ruimte (een belangrijk kwaliteitsaspect en keuzecriterium voor hotelgasten in het hogere marktsegment) scoort het hotel lager. Zo zijn bij dit Fletcher hotel de kamers maar ook de overige ruimtes (lobby, vergaderzalen, etc.) aanzienlijk kleiner en minder hoog dan bij Van der Valk.¹⁰ Door de ligging in de binnenstad is bovendien de bereikbaarheid per auto beduidend minder dan op de onderhavige planlocatie.
- Hostellerie Munten, eveneens in de binnenstad, biedt naast een hoogwaardig restaurant een bescheiden hotelfunctie in de vorm van 14 hotelkamers aan in het hogere marktsegment.
- Hotel-brasserie Antje van de Statie is gevestigd tegenover het station. Het heeft met 10 moderne kamers in het midden-hoge segment een bescheiden hotelfunctie.

Elders in de gemeente bevinden zich twee hotels.

- Golfbaan Crossmoor heeft 15 hotelkamers, met name gericht op golfers. Deze locatie ligt zuid-westelijk van Weert, op 10 kilometer van de planlocatie van Van der Valk en is per auto matig te bereiken.
- In het dorp Laar biedt hotel-brasserie Novo zes hotelkamers aan in 'Edwardiaanse stijl' (midden-segment). Deze accommodatie is overigens niet als hotel geregistreerd in onze databestanden.

⁹ Bron alle cijfers aanbod hotel(kamer)s: CBS / HorecaDNA 2019. Alle cijfers zijn exclusief pensions.

¹⁰ De kamers van Fletcher Hotel Weert zijn veelal ca. 25 m² (Van der Valk ca. 30-35 m²), enige iets groter.

Relatie met beoogde hotelontwikkeling

In algemene zin is het hotelaanbod in Weert relatief kleinschalig, ligt het accent op het middensegment en is het gevestigd in de binnenstad. De beoogde ontwikkeling betreft daarentegen een ruim opgezet 4-sterren zakenhotel met relatief ruime kamers (zoals aangegeven een belangrijk kwaliteitsaspect), een veelzijdig en ruim opgezet aanbod aan ondersteunende faciliteiten zoals een restaurant en congresfaciliteiten. De ontwikkeling behoort daarmee tot het hogere segment en is daarom in beginsel een aanvulling op de bestaande segmentering.

Verzorgingsgebied (primair en secundair)

In het gehele verzorgingsgebied zijn in totaal 54 hotels (zowel geclassificeerd als niet-geclassificeerd) gevestigd, met samen 840 kamers. Met gemiddeld 16 kamers zijn de regionale hotels opvallend klein in verhouding tot het provinciale gemiddelde (24 kamers per hotel), maar zeker t.o.v. het landelijke gemiddelde (38 kamers).

- De gemeente Heeze-Leende heeft met 196 kamers (verdeeld over vijf hotels) de grootste capaciteit. Het moderne en hoogwaardige Fletcher hotel Jagershorst te Leende is hier met 89 kamers de belangrijkste aanbieder.
- De gemeente Asten biedt 143 kamers en vier hotels. Hier bevindt zich ook het grootste hotel in de regio: het Best Western Nobis Hotel (118 kamers), vooral gericht op het middensegment.
- De gemeente Maasgouw biedt 127 kamers, verdeeld over elf hotels. Fletcher La Ville Blanche in Thorn is hier met 23 kamers het grootste hotel.
- Het hotelaanbod in de gemeente Peel en Maas is met 107 kamers (9 hotels) cijfermatig ongeveer gelijk aan de gemeente Weert, maar de hotels zijn er nog kleinschaliger.
- De overige gemeenten in het verzorgingsgebied hebben minder dan 100 hotelkamers.

Opvallend is de grote variatie in de gemiddelde hotelomvang naar gemeente. Slechts zeven hotels in het verzorgingsgebied zijn geclassificeerd conform de Europese hotelclassificatie (EHC). Deze classificatie is gebaseerd op de aangeboden voorzieningen, faciliteiten en gemiddelde omvang van de kamers. Deelname van hotels is vrijwillig.

Grotere zakenhotels aan de A2 (in dat opzicht dus vergelijkbaar met Van der Valk) zijn, gerangschikt op afstand:

- het vermelde Hotel Jagershorst te Leende (19 km van de planlocatie, 89 kamers);
- Van der Valk Eindhoven (27 km, 263 kamers) – gelegen buiten het verzorgingsgebied;
- Van der Valk Stein (40 km, 161 kamers) – gelegen buiten het verzorgingsgebied.

Relatie met beoogde hotelontwikkeling

Hotel Van der Valk onderscheidt zich nadrukkelijk van het bestaande regionale aanbod door haar ruime opzet en kamers, gevarieerde zakelijke functies, gevarieerde faciliteiten, sterke restaurantformule, uitstekende bereikbaarheid en eigen parkeergelegenheid. Bijzonder is de hoogwaardige maar toch laagdrempelige uitstraling. Bovendien heeft de hotelketen een grote naamsbekendheid en veel vaste klanten, mede door de actieve marktwerking richting zowel de zakelijke als toeristische markt.

Regio-aangrenzend België (secundair verzorgingsgebied)

In tabel 3.1 wordt het hotelaanbod in de Belgische grensstreek zuidelijk van Weert cijfermatig weergegeven.¹¹ De beschikbaarheid van cijfers is beperkt. Overigens kent het hotelaanbod hier een geheel eigen dynamiek en doelgroepen.

Tabel 3.1: Overzicht hotels naar classificatie Maasland en Limburgse Kempen

	Maasland	Limburgse Kempen	Grensstreek België Totaal
Hotels totaal	24	53	77
5 sterren	0	0	0
4 "	5	6	11
3 "	8	24	32
2 "	8	14	22
1 "	3	9	12
Hotelkamers totaal	444	1.126	1.570
5 sterren	0	0	0
4 "	245	266	511
3 "	68	579	647
2 "	103	177	280
1 "	28	104	132
Hotelbedden	913	2.304	3.217
Hotelkamers per hotel gemiddeld	19	21	20

Relatie met beoogde hotelontwikkeling

Het hotelaanbod in de Belgische grensstreek is relatief beperkt, zeker gegeven de grote geografische omvang van de vermelde regio's. Tevens zijn de hotels ook hier opvallend kleinschalig: gemiddeld 20 kamers. In kwalitatieve zin bestaat er in de Belgische grensregio een groot accent op 'midden-klasse' hotels met 3 sterren. Het hogere marktsegment (vanaf 4 sterren) is duidelijk minder aanwezig. Juist in dit segment bevindt de beoogde hotelontwikkeling in Weert zich, waarmee geconcludeerd wordt dat de ontwikkeling aanvullend is aan het aanbod in de Belgische grensstreek.

3.2 Analyse aanbod restaurants

Weert

In de gemeente Weert zijn 41 restaurants gevestigd. Het restaurantaanbod bevindt zich voor het grootste deel in de binnenstad van Weert. De restaurants Marrees, OH30, Flavours en Hostellerie Munten koken in het hogere marktsegment. Hoewel het aanbod in Weert vrij breed is, zijn er (voor een plaats van deze omvang) nauwelijks uitgesproken bijzondere of innovatieve zaken gevestigd. Het aanbod is, kortom, wat traditioneel qua menukeuze, inrichting en presentatie.

¹¹ Bron: Toerisme Vlaanderen; Te gast in Vlaanderen 2011-2015

Verzorgingsgebied (primair en secundair)

Het verzorgingsgebied biedt in totaal (incl. Weert) 160 restaurants met een relatief sterk accent op de Nederlands-Franse en Chinees-Indische keukens. Het aanbod van moderne, relatief grote restaurants met een sterk bereikbaarheidsprofiel, zoals beoogd met het onderhavige initiatief, is matig vertegenwoordigd in de regio. Alleen Brasserie Jagershorst bij het gelijknamige hotel in Leende is qua bereikbaarheid en relatie met een hotelfunctie vergelijkbaar met het beoogde restaurant.

Relatie met beoogde ontwikkeling

Van der Valk biedt een modern, relatief grootschalig en uitstekend bereikbaar restaurant met een hoogwaardige inrichting en vormgeving. Voor een regio als hier afgebakend is het huidige relevante aanbod bescheiden. Het betreft hier bovendien een marktsegment met landelijk een opvallende dynamiek en schaalvergroting (zie bijlage 2). Voor een stad met de omvang en regiofunctie van Weert bestaat er zeker kwalitatieve behoefte aan een restaurantformule als beoogd door Van der Valk.

3.3 Analyse aanbod amusementscentra

De trends en ontwikkelingen in amusementscentra zijn opgenomen in bijlage 3. Belangrijk daarbij is dat de consument steeds meer zoekt naar kwaliteit en 'beleving', waardoor er amusementscentra opkomen die in kwalitatieve zin het 'gat' opvullen tussen monopolist Holland Casino en de reguliere 'automatenhallen'.

Analyse aanbod

In het verzorgingsgebied zijn vier amusementscentra gevestigd. De veelgebruikte term 'casino' is hier feitelijk niet van toepassing, omdat in Nederland, behalve bij Holland Casino, croupiers niet zijn toegestaan. Overigens gaat dit binnen enige jaren waarschijnlijk wel veranderen.

- In het markante oude postkantoor in de Weertse binnenstad (Wilhelminasingel) is een relatief grootschalig amusementscentrum van Fair Play gevestigd. Deze zaak verving enige jaren geleden twee bestaande centra in Weert.
- Juist noordelijk van de A2 bevindt zich in Nederweert het moderne en relatief grootschalige Amusementscentrum Win Casino. Deze zaak is goed bereikbaar per auto vanuit de regio.
- In Ommel, iets noordelijk van Asten ligt in het buitengebied eveneens een vestiging van Fair Play.
- In het dorp Meijel heeft Flash Casino een vestiging.

Naar onze inschatting worden de genoemde casino's vooral doelgericht bezocht en is er nauwelijks sprake van synergie met andere voorzieningen.

Van der Valk onderscheidt zich door synergie, belevingswaarde en bereikbaarheid

Het beoogde amusementscentrum bij Van der Valk heeft een relatief groot bezoekpotentieel en reikwijdte, in grote lijnen identiek aan vestigingen van Holland Casino. Dit mede vanwege de goed bereikbare locatie, de relatief hoge belevingswaarde en de samenhang met een hoogwaardig hotel en andere vrijetijdsfuncties, waardoor marktgerichte arrangementen kunnen worden ontwikkeld. Voor een belangrijk deel worden hiermee een ander marktsegment en andere doelgroepen bediend dan door

de reguliere, 'stand alone' speelhallen in de regio. De bestaande casino's worden naar onze inschatting vooral doelgericht bezocht en nauwelijks in combinatie met andere vrijetijdsvoorzieningen. De hotelgasten van Van der Valk (die overwegend van buiten de regio komen) zijn eveneens een belangrijke doelgroep voor het casino.

De aanwezigheid van een casino binnen de (hotel)ontwikkeling draagt kortom bij aan de aantrekkingskracht van het geheel. Hiermee ontstaat een unieke concentratie in de regio, waarvan ook andere voorzieningen in Weert kunnen profiteren, ook in de binnenstad. In bijlage 3 wordt hier dieper op ingegaan.

3.4 Afweging plancapaciteit regio

Inventarisatie plancapaciteit regio

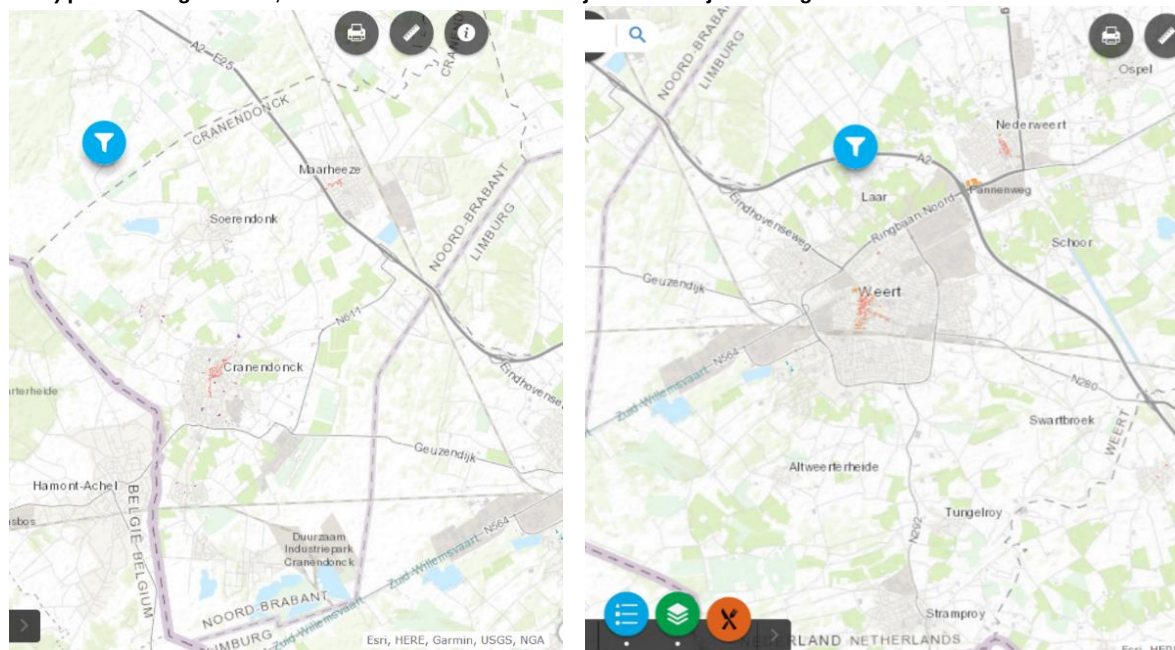
In het kader van dit onderzoek is de relevante plancapaciteit in het belangrijkste deel van het verzorgingsgebied systematisch en diepgaand (namelijk op pandniveau) geanalyseerd. Dit middels een zogenaamde PlanCapaciteitsMonitor¹² (verder genoemd Planviewer), waarvoor een afzonderlijke online planviewer is opgebouwd. Binnen alle vigerende bestemmingsplannen (vastgestelde plannen op www.ruimtelijkeplannen.nl) zijn middels diverse trefwoorden de rechtstreekse planologische mogelijkheden voor hotelfuncties binnen het primaire verzorgingsgebied digitaal geanalyseerd.¹³ Dit is inclusief de mogelijkheden voor hotels binnen bredere verblijfsrecreatieve bestemmingen in de regio (vakantiewoningen, kamperen, etc.).

Het volledige geografische overzicht van de totale plancapaciteit (inclusief de reeds ingevulde capaciteit; het overgrote deel) is afgebeeld middels twee 'screenshots' in figuur 3.1. In bijlage 6 zijn deze uitsneden vergroot weergegeven inclusief de gevestigde hotels. Er is voor de analyse van de plancapaciteit bewust gekozen voor de drie gemeenten Weert, Nederweert, Cranendonck. Dit vanwege de economische, toeristische en maatschappelijke binding van de ontwikkeling aan dit kerngebied.

¹² Een samenwerkingsproject tussen BRO en Viewpoint, dat in diverse regio's reeds is toegepast.

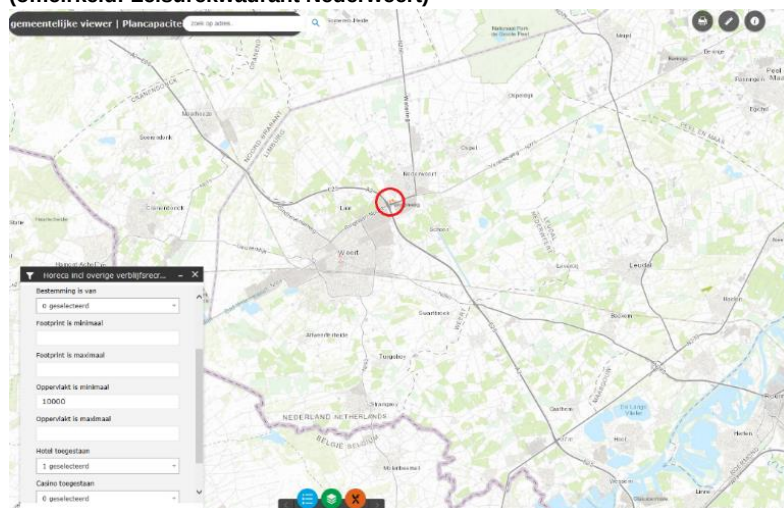
¹³ Als definitie van een 'hotel' is gehanteerd: "een accommodatie van enige omvang (minimaal 10 kamers) voor logiesverstrekking, met eigen opgang en bijbehorende ondersteunende faciliteiten zoals een receptie." Ondergeschikte voorzieningen (kleinschalige B&B, gastenkamers, etc.) en overige verblijfsrecreatie (zoals campings) zijn niet meegenomen in de analyse.

Figuur 3.1: Output Plancapaciteitsmonitor ALLE plancapaciteit (mede)bestemd als Hotel (beschikbaar en niet-beschikbaar) primaire regio Weert, verdeeld in uitsneden westelijk en oostelijk deel regio



De volgende figuur toont de enige beschikbare plancapaciteit in de regio, die qua vloeroppervlak en beschikbaarheid in theorie zou kunnen aansluiten op het programma van eisen van de ontwikkeling Van der Valk. Het betreft het Leisurekwadrant te Nederweert. Zoals vermeld heeft Van der Valk deze locatie afgewezen, om diverse redenen.

Figuur 3.2: Output Plancapaciteitsmonitor Hotels (> 10.000 m² bvo aaneengesloten, beschikbaar) primaire regio Weert (omcirkeld: Leisurekwadrant Nederweert)



We concluderen uit de PlanCapaciteitsMonitor, dat binnen het belangrijkste deel van het verzorgingsgebied de planologische mogelijkheden voor hotels vooral in en rond de hoofdcentra liggen, met een nogal versnipperde structuur. Bovendien betreft het vooral kleinschalig vastgoed, met de functie Hotel veelal als een van de mogelijkheden. In vrijwel alle gevallen is het vastgoed reeds ingevuld, soms door een hotel (verwerkt in de aanbodanalyse), maar meestal door andere functies. Daarbij komt dat bij vrijwel alle locaties de beschikbare ruimte, het bereikbaarheidsprofiel (per auto) en de mogelijkheden voor eigen parkeervoorzieningen onvoldoende aansluiten op de kritische (minimale) eisen van het onderhavige hotelconcept. Specifiek in de Weertse binnenstad geldt dat het hier een beschermd stads- en dorpsgezicht betreft met deels kleinschalige panden (beperkte frontbreedte, versnipperd eigendom). Ook bij samenvoeging zijn deze ongeschikt voor een modern, relatief grootschalig zakenhotel van de formule Van der Valk inclusief bijbehorende voorzieningen.

Er blijkt in de regio slechts één locatie geschikt qua planologische ruimte (min. 10.000 m² bvo bebouwd vloeroppervlak), footprint (eveneens min. 10.000 m²) en bereikbaarheidsprofiel. Dit betreft het Leisurekwadrant in Nederweert, gelegen langs dezelfde snelwegafrit als het onderhavige concept. Reeds jaren geleden is dit plan (max. 170 hotelkamers), vergund, maar het is nog steeds niet gerealiseerd. Vertegenwoordigers van Van der Valk hebben met initiatiefnemer Rosvelt Onroerende Zaken B.V. gesproken over een eventuele gezamenlijke hotelinvulling in het gebied. Partijen zijn daar niet uitgekomen. Overigens verschilt dit plan duidelijk van de beoogde ontwikkeling in Weert qua ruimtelijke opzet, functiepatroon (verschillende horeca- en leisurezaken, accent fastservice en fast casual) en in praktijk waarschijnlijk ook qua doelgroepen (meer midden-, minder hogere segment), waardoor beide complementair aan elkaar kunnen zijn. De beschreven behoefte aan het concept Van der Valk richt zich immers vooral op het hogere marktsegment van de zakelijke (vergaderen en overnachten) en toeristische markt. Het bestemmingsplan voor het Leisurekwadrant te Nederweert voorziet kortom niet in de beschreven behoefte van het concept Van der Valk, primair gericht op het hogere segment en de zakelijke markt. Van der Valk hoeft de ontwikkeling in Nederweert bovendien niet te belemmeren en vice versa. In ieder geval kunnen beide hotels profiteren van dezelfde locatielkwaliteiten. In Nederland bevinden zich op diverse locaties meerdere (complementaire) hotels en leisurevoorzieningen nabij afslagen van snelwegen. Dit illustreert de kracht en meerwaarde van dit locatietype.

Beoordeling plancapaciteit Midden-Limburg in relatie tot beoogde ontwikkeling

In het provinciale hotelmarktonderzoek (ZKA, februari 2018, bijlage 8) is de planvoorraad per regio vermeld. Deze inventarisatie bevestigt dat in de primaire regio van de ontwikkeling Van der Valk Weert alleen het hotelplan te Nederweert relevant is. Het enige andere vermelde plan in deze regio (Golfhotel Leudal) is veel kleiner en minder gefaciliteerd, gerelateerd aan een nog aan te leggen golfbaan (waarvan de realisatie zeer onzeker is) en veel minder goed bereikbaar voor de zakelijke markt.

Overigens levert de inventarisatie van de plancapaciteit door BRO een aanzienlijke verdiepingsslag in dit opzicht, gericht op alle bestemmingsplannen in de drie belangrijkste gemeenten en gebaseerd op actuele gegevens (stand oktober 2019). Hierbij is ook nadrukkelijk uitgegaan van de ruimtebehoefte van de onderhavige ontwikkeling. De inventarisatie binnen het Hotelmarktonderzoek Limburg was, aansluitend op de vraagstelling, meer gericht op het totaalbeeld.

Relatie met beoogde hotelontwikkeling

Op zichzelf zijn de analyses in het provinciale hotelmarktonderzoek duidelijk, maar met betrekking tot de regio Midden-Limburg is er wel een belangrijke kanttekening bij te plaatsen. De plancapaciteit en ook de in aanbouw zijnde hotels uit het hotelmarktonderzoek bevinden zich namelijk bijna volledig in en om het primaire verzorgingsgebied van Roermond. In het primaire verzorgingsgebied van Weert is zoals vermeld uitsluitend het plan voor het hotel in Nederweert relevant, zo blijkt uit de uitgebreide inventarisatie in dit kader middels een speciaal opgezette planviewer (zie boven). De plancapaciteit in de gemeente Leudal betreft een veel kleinere omvang en is hier dus niet relevant.

In het hotelmarktonderzoek wordt gesteld, dat de marktruimte in Midden-Limburg beperkt is en er moet worden gezocht naar nieuwe hotelconcepten met eigen bezoekaanleidingen, bijvoorbeeld middels aanvullende leisure of wellness. Qua locatie moet vooral worden gekeken naar plaatsen waar vraag aanwezig is of gecreëerd kan worden. Naast Roermond, zo stelt het onderzoek, kunnen ook plaatsen langs de snelweg hierin voorzien, mits het hotels betreft die middels eigen (vrijtijds)voorzieningen additionele vraag genereren. Als voorbeelden worden daarbij vermeld de Van der Valk hotels in Hoorn en Tiel en Mitland Utrecht. De ontwikkeling van het Van der Valk-hotel in Weert sluit aan op deze conclusie: het versterkt de verzorgingsstructuur door de combinatie van een hoogwaardig 4-sterren hotel, restaurant, vergaderruimten en een casino, binnen één samenhangend concept.

In het provinciale hotelmarktonderzoek wordt t.a.v. Midden-Limburg verder aangegeven dat het wenselijk is dat initiatieven die weliswaar zijn bestemd en vergund, maar al lange tijd niet gerealiseerd zijn, eveneens 'opgeschoond' dienen te worden (omgevingsvergunning intrekken en locatie wegbestemen). Op deze wijze kan de noodzakelijke vernieuwing van de markt plaatsvinden op de juiste, markttechnisch passende locaties en wordt een op zichzelf wenselijke ontwikkeling niet 'gegijzeld' door 'slappende' plancapaciteit, die wellicht (waarschijnlijk) nooit zal worden gerealiseerd. Door de gemeenten in de onderhavige regio wordt inmiddels door gemeenten gezamenlijk onderzocht hoe dit kan worden uitgevoerd, vanuit de Werkgroep Dynamisch Voorraadbeheer.

4. ANALYSE BEHOEFTE

In dit hoofdstuk wordt de kwantitatieve behoefte aan het beoogde hotel met bijbehorende functies geanalyseerd. Dit op basis van de actuele en toekomstige verhouding tussen vraag en aanbod in het relevante verzorgingsgebied. In de analyse worden tevens de effecten op de ruimtelijke kwaliteit en het woon-, leef- en ondernemersklimaat meegenomen.

4.1 Behoeft hotel

De vraag naar hotelkamers komt per definitie vooral van grotere afstand en juist minder uit de gemeente of regio zelf, met uitzondering van zakelijke gasten. Daarom is in paragraaf 2.1 de relevante regio afgebakend op de centrumstad Weert met het omliggende verzorgingsgebied.

4.1.1 Provinciaal perspectief

Op regionaal niveau bestaan specifiek voor de hotelsector alleen vraagcijfers (overnachtingen, bezettingsgraad, doelgroepen, etc.) voor geheel Limburg¹⁴. Op een lager schaalniveau (het verzorgingsgebied / gemeente Weert) zijn geen betrouwbare, actuele cijfers beschikbaar.

Tabel 4.1: Aandeel hotelovernachtingen naar marktsegment Limburg en Nederland 2018

	Zakelijk individueel	Zakelijk groepen	Toerist individueel	Toerist groepen	Anders	Totaal
Limburg	24%	16%	52%	4%	5%	100%
Nederland	22%	13%	50%	7%	7%	100%

De zakelijke markt is voor hotelaccommodaties in Limburg duidelijk belangrijker dan landelijk (+ 5 procentpunt), zowel in groepsverband als individueel. De toeristische markt is gemiddeld ongeveer even belangrijk als landelijk, al komen ze wat minder vaak in groepsverband. Een verklaring is het verhoudingsgewijs beperkte aantal topbestemmingen voor internationale (vaak Aziatische) toeristengroepen. In het hotelmarktonderzoek voor Limburg (zie paragraaf 2.3) wordt een positieve ontwikkeling van de zakelijke markt verwacht in de steden aan de A2, zoals Weert.

¹⁴ Horwarth HTL, HOSTA 2019. De Hosta-cijfers betreffen alleen hotels met de NHC-classificatie 3 sterren en hoger.

De bezettingsgraad en gemiddelde kamerprijs is in Limburg volgens Hosta als volgt. Vanwege de relatief hoge kamerprijs en -bezetting in Amsterdam/Schiphol (veel vraag, weinig aanbod) is deze regio in het landelijk gemiddelde buiten beschouwing gelaten.

Tabel 4.2: Bezettingsgraad en gemiddelde kamerprijs Limburg en Nederland 2018

	Bezettingsgraad			Gemiddelde kamerprijs		
	2018	2017	2016	2018	2017	2016
Limburg	72,4%	73,5%	68,2%	€ 104	€ 99	€ 96
Nederland excl. Amsterdam	72,9%	72,0%	68,4%	€ 95	€ 91	€ 88

De hotellerie in Limburg (3-5 sterren) scoorde in 2018 qua bezettingsgraad (72,4%) rond het landelijk gemiddelde excl. Amsterdam. Sinds 2016 is de bezetting in de provincie gestegen met 4,2 procentpunt. De gemiddelde kamerprijs ligt met € 104,- evenwel aanzienlijk hoger dan landelijk (€ 95,-) en stijgt nog steeds. De relatief hoge kamerprijs in Limburg geldt zowel voor de verhuurde kamers (ARR: Average Room Rate) als voor alle beschikbare kamers (de zgn. RevPAR). Dit duidt op marktruimte voor uitbreiding van het aanbod, in elk geval op provinciaal niveau.

4.1.2 Perspectief verzorgingsgebied

In het verzorgingsgebied is zowel het zakelijke als het toeristische perspectief van belang.

Zakelijke markt verzorgingsgebied

De zakelijke markt is van groot belang voor een hoogwaardig hotel-restaurantconcept als hier beoogd. Zakenreizigers hechten daarbij aan de volgende aspecten:

- Zakenreizigers maken over het algemeen vooral gebruik van accommodaties met comfort, luxe, service en aanvullende faciliteiten als een restaurant.
- Snelheid en gemak zijn essentieel voor de zakelijke gast, waardoor een goed bereikbare locatie met eigen parkeergelegenheid vaak doorslaggevend is bij de hotelkeuze.
- Vaak komen deze gasten in grotere groepen (congressen, cursussen); alleen grotere hotels kunnen hier goed op inspelen.
- Zakenreizigers zijn bij het boeken van hotels erg merktrouw. Ongeveer 70% boekt veelvuldig bij dezelfde hotelketen.

De zakelijke markt biedt een omvangrijk draagvlak voor de lokale en regionale hotellerie en restaurants, omdat het bedrijfsleven veel vraag kan genereren naar overnachtingsmogelijkheden voor zakelijke bezoekers en externe voorzieningen voor overleg, conferenties, productpresentaties, lunches en diners. De zakelijke markt is in de gemeente Weert goed vertegenwoordigd, met in totaal 4.470 bedrijven en 24.390 arbeidsplaatsen (Lisa, 2019). In het primaire verzorgingsgebied zijn 11.930 bedrijven en 54.400 banen aanwezig (tabel 4.3).

Tabel 4.3: Aantal banen en aantal hotelkamers in drie centrumsteden (bron: Lisa, 2018 en HorecaDNA, 2018)

	inwoners	bedrijven	banen	hotelkamers	hotelkamers per 10.000 banen
primair verzorgingsgebied Weert*	104.899	11.930	54.500	197	36
primair verzorgingsgebied Roermond**	134.124	10.070	52.290	764	146
Eindhoven	231.642	22.260	164.110	2.422	148

* Betreft gemeenten Weert, Nederweert, Cranendonck en het westelijk deel van de gemeente Leudal

** Betreft gemeenten Roermond, Roerdalen, Maasgouw, Beesel en het oostelijk deel van de gemeente Leudal

In het Belgische deel van het verzorgingsgebied (de gemeenten: Hamont-Achel, Neerpelt, Bocholt, Bree en Kinrooi) zijn overigens nog eens 25.560 banen aanwezig. Ook deze bedrijven zullen voor een deel van hun (grensoverschrijdende) zakelijke contacten gebruikmaken van voorzieningen in 'centrumstad' Weert. Hier kan de beoogde ontwikkeling een duidelijke rol in spelen – mede door de internationale naamsbekendheid van Van der Valk.

De capaciteit in hotelkamers in het primaire verzorgingsgebied blijft t.o.v. het draagvlak enorm achter bij de capaciteit van de andere 'centrumsteden' in de omgeving; Roermond (en omgeving) en Eindhoven. Vooral het verschil met Roermond is zeer opvallend. De werkgelegenheid heeft hier namelijk een vergelijkbare omvang als in Weert en omgeving, terwijl het aantal hotelkamers ruim vier maal zo groot is. Dit kan niet enkel verklaard worden door een grotere toeristische aantrekkingskracht. De vergelijking geeft een duidelijke indicatie voor een behoefte aan uitbreiding van het aantal hotelkamers in Weert, met name om de zakelijke markt beter te kunnen bedienen.

Zelfs als het beoogde Van der Valk hotel in Weert wordt gerealiseerd blijft de hotelcapaciteit in de primaire regio van Weert (dan 61 kamers per 10.000 banen) nog steeds sterk achter bij Roermond. Dit geldt óók nog indien ook het hotelplan in Nederweert wordt gerealiseerd (max. 170 kamers), resulterend in totaal 92 kamers per 10.000 banen.

Ook voor het gehele verzorgingsgebied (primair + secundair) blijkt dat het aantal gerealiseerde hotelkamers (dus exclusief plancapaciteit) in de regio Weert sterk achterblijft bij de verwachting op basis van de gemiddelden (tabel 4.4).

Tabel 4.4: Vergelijking aantal banen en aantal hotelkamers verzorgingsgebied met provincie en Nederland (bron: Lisa en HorecaDNA 2019)

	inwoners	bedrijven	banen	hotelkamers	hotelkamers per 10.000 banen
verzorgingsgebied Weert (primair + secundair)	241.987	23.960	103.290	840	81
Limburg	1.116.137	94.660	525.410	10.608	202
Noord-Brabant	2.544.806	230.990	1.297.560	12.283	95
Nederland	17.282.163	1.630.070	8.651.830	138.489	160

De ontwikkelingen gaan echter verder, waardoor het aantal banen en de zakelijke activiteiten in het verzorgingsgebied nog sterk toenemen. Onder meer zijn van belang:

- Aansluitend aan de planlocatie wordt bedrijventerrein Kampershoek-Noord uitgegeven. Concreet wordt momenteel gewerkt aan de plannen rond het XXL-distributiecentrum van transportbedrijf Heylen. Deze ontwikkeling van meer dan 10 ha zal circa 500 extra werkplaatsen opleveren¹⁵. In het totale plangebied is bijna 60 ha bestemd als bedrijventerrein, waarmee er mogelijk 1.500 tot 3.000 banen bijkomen in de komende periode.
- In Budel bestaan plannen voor realisatie van Metalot (voorheen: Duurzaam industriepark Cranendonck). Naast de zinkfabriek Nyrstar bestaat ruimte voor bedrijven die een bijdrage leveren aan de circulaire economie door het duurzaam gebruik van metalen en energie. Het plan omvat onder meer een bedrijventerrein (Metalot Site), een innovatiecampus (Metalot 3c), een belevingscentrum (Metaluon) en een zonnepark. Er komen 500 tot 1000 directe banen en ook de zakelijke dienstverleners in de omgeving zullen profiteren van de toegenomen bedrijvigheid¹⁶.
- Het aantal internationale zakenvluchten op Vliegveld Kempen Airport bedraagt ongeveer 4.500 per jaar¹⁷. Dit aantal ligt fors hoger dan op Eindhoven Airport, maar betreft wel vooral kleine vliegtuigen. Op Kempen Airport bestaat voor dergelijk 'ongeregeld' vliegverkeer meer ruimte en flexibiliteit. Zakelijke reizigers kiezen vaak voor vliegen vanwege de snelheid. Momenteel wordt gewerkt aan een toekomstbestendiger vliegveld, o.a. door een langere start-/landingsbaan.

Vanwege deze groei van de zakelijke markt is het wenselijk om de ondersteunende voorzieningen in de regio eveneens te versterken, bij voorkeur in centrumstad Weert. Van der Valk biedt in dat opzicht veel meerwaarde, vanwege de zeer professionele hotelformule, bereikbaarheid, luxe, comfort en service. Bedrijventerrein Kampershoek krijgt door de ontwikkeling eveneens een impuls, die vanwege haar aard en omvang ook andere bedrijven kan aantrekken. Bovendien voorziet de ontwikkeling in relatief veel (laaggeschoolde) werkgelegenheid en breed erkende opleidingsplekken.

Zoals vermeld bestaat er landelijk in praktijk een duidelijke relatie tussen enerzijds de hotelcapaciteit en anderzijds het aantal banen lokaal en regionaal. In de provincie Limburg werden in 2018 ca. 1,27 mln. zakelijke overnachtingen doorgebracht (CBS). Uitgaande dat hiervan 90% wordt gerealiseerd in hotels en o.b.v. gemiddeld 1,4 zakelijke gasten per kamer, betekent dit totaal 816.000 kamernachten in de zakelijke markt provinciaal. Uitgaande van een gemiddelde bezettingsgraad van (alle) hotels van 65% en 525.410 banen in Limburg (LISA, 2019) resulteert dit in een behoefte van gemiddeld 65 hotelkamers per 10.000 banen in Limburg.

Indien deze cijfers rechtstreeks worden toegepast op de onderhavige regio (primair en secundair, samen 103.290 banen) betekent dit in theorie een behoefte aan ca. 670 hotelkamers alleen al voor de zakelijke markt. Indicatief is naar onze mening maximaal de helft van de huidige 840 hotelkamers (dus ca. 420 kamers) in de onderhavige regio qua inrichting, kwaliteitsniveau, locatie en bereikbaarheid geschikt voor de zakelijke markt anno 2020 en de toekomst. Op basis van deze indicatieve raming bestaat er dus voor sec de zakelijke markt een tekort van ca. 250 hotelkamers. Volgens de op referentie-

¹⁵ Gemeente Weert, 2018

¹⁶ Provincie Noord-Brabant, 2017

¹⁷ <https://www.deondernemer.nl/nieuwsbericht/42073/de-drukste-zakenluchthaven-van-het-land-is-een-familiebedrijf>, 2015

hotels gebaseerde raming van Van der Valk Weert, zal circa 60% van de overnachtingen (dus omgerekend 80 kamers) een zakelijk karakter hebben. De onderhavige ontwikkeling past dus ruim binnen de behoefte (marktruimte) in de zakelijke markt regionaal. Let wel: uitgangspunt bij deze raming is dat de inkomende overnachtingen van buiten de provincie per saldo gelijk zijn aan de uitgaande overnachtingen. Cijfers hierover ontbreken.

Toeristische markt verzorgingsgebied

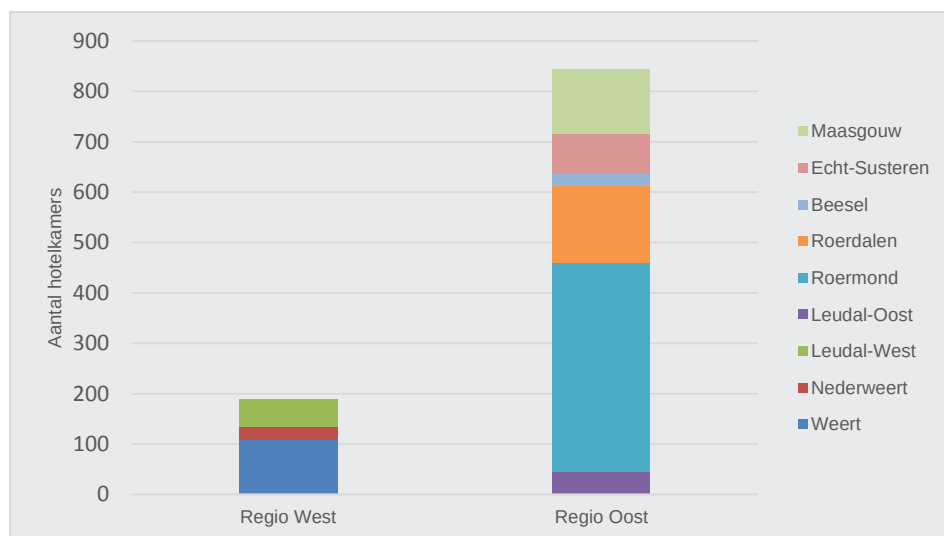
Ook de toeristische markt is van grote betekenis voor de onderhavige ontwikkeling. Uitsluitend op het niveau van Midden-Limburg zijn toeristische vraagcijfers beschikbaar. In Midden-Limburg vindt 6% van de overnachtingen plaats in een hotel, een relatief beperkt aandeel¹⁸. Deels is dit een gevolg van het beperkte hotelaanbod in het hogere segment. De toeristische bestedingen liggen dan ook iets beneden het Limburgse gemiddelde. Uit hoofdstuk 2 volgt dat het beleid erop gericht is ook (nieuwe) doelgroepen met hogere bestedingen aan te trekken.

Het belangrijkste motief voor vakantiegangers in de regio is wandelen, uit eten gaan en zwemmen (resp. 59%, 50% en 32%). Van belang daarbij is dat Weert recent is uitgeroepen tot zowel Groenste stad van Nederland als van Europa en de gemeente werd in 2014 de 'Groenste regio van de wereld'. Binnen Midden-Limburg onderscheidt de regio Weert en het Belgische achterland zich door de kleinschalige, afwisselende landschapsstructuur met veel kleine dorpen. De centrumstad Weert is door de belangrijke, brede verzorgingsfunctie en het ruime aanwezige culturele erfgoed een belangrijke toeristische bestemming. Een drietal relatief grote vakantieparken (Weerterbergen, IJzeren Man, Vosseven) en diverse kleinere vakantieparken en campings ondersteunen deze functie. Dit alles maakt het verzorgingsgebied van de beoogde ontwikkeling in Weert in toeristisch-recreatief opzicht zeer veelzijdig.

De hotelcapaciteit in de omgeving van Weert blijft echter fors achter bij de toeristische functie van het gebied, zo blijkt het voorgaande en uit de vergelijking tussen de regio's Weert en Roermond (zie onderstaande figuur). De omvang en samenstelling van het hotelaanbod in Weert en omgeving ondersteunt de noodzaak (behoefte) van een inhaalslag. De beoogde ontwikkeling in Weert geeft een impuls aan de versterking van de toeristische- en horecastructuur, aansluitend aan de trends en het positieve economische en toeristische perspectief in de komende jaren (zie bijlage 1 en 2). Het beoogde hotelconcept vormt een goede aanvulling op het gevestigde aanbod en versterkt de toeristische structuur van Midden-Limburg in het algemeen en de regio Weert in het bijzonder.

¹⁸ Toeristische Trendrapportage Limburg 2014-2015. Dit is de laatste versie met bezoekmotieven naar regio.

Figuur 4.1: Vergelijking aanbod hotelkamers binnen Midden-Limburg (HorecaDNA, 2019)



* Midden-Limburg West: Weert, Nederweert en westelijk deelgemeente Leudal

** Midden-Limburg Oost: Roermond, Roerdalen, Maasgouw, Beesel, Echt-Susteren en oostelijk deelgemeente Leudal

4.1.3 Analyse behoefte

Door het ontbreken van actuele, eenduidige cijfers over de kamerbezetting en kamerprijzen op lokaal niveau is een vraag-/aanbodanalyse, zoals bijvoorbeeld vaak wordt uitgevoerd bij detailhandelsplannen, voor hotelontwikkelingen niet mogelijk. Uit het recente Hotelmarktonderzoek Limburg volgt dat in de regio Midden-Limburg als geheel het (geplande) kameraanbod de vraag naar kamers overstijgt. Echter, sec binnen het verzorgingsgebied van de beoogde ontwikkeling in Weert wordt in onderhavige rapport geconcludeerd dat er voldoende behoefte bestaat aan de ontwikkeling van een hotel conform de beschreven plannen, zowel vanuit kwalitatieve als kwantitatieve overwegingen:

- Zowel t.o.v. het inwonertal als t.o.v. de zakelijke functie (werkgelegenheid) is het hotelaanbod in Weert en omgeving momenteel zeer beperkt. Daarbij laat de relatief hoge en zelfs stijgende gemiddelde kamerprijs in Limburg als geheel 'druk op de markt' zien, hetgeen een duidelijke indicatie is voor een behoefte aan uitbreiding.
- Verder is het bestaande aanbod in het verzorgingsgebied als geheel opvallend kleinschalig. In de gehele regio zijn de hotels met gemiddeld 16 kamers aanzienlijk kleiner dan provinciaal (24 kamers) en zeker landelijk (38 kamers). Het toekomstperspectief voor kleine hotels is overwegend matig, vanwege de vaak ontbrekende reserves voor noodzakelijke investeringen. Dit wordt in het Hotelmarktonderzoek Limburg onderschreven. Een groter hotel brengt in de onderhavige regio meer evenwicht binnen de verzorgingsstructuur; het verruimt de keuze voor toeristische en zakelijke bezoekers.
- Vanuit kwalitatief perspectief is de conclusie dat de regio nauwelijks hoogwaardige hotels van enige omvang omvat. Er is slechts één hotel in zekere mate vergelijkbaar qua locatietype, bereikbaarheid per auto en eigen parkeercapaciteit (Jagershorst te Leende).

- Het ontwikkelingsperspectief voor hotels is landelijk uitermate positief. Tussen 2008 en 2018 groeide het aantal kamernachtingen in hotels landelijk (exclusief Amsterdam) met totaal +46%, gemiddeld dus 4,6% per jaar. Deze groei zal op enig moment afvlakken, maar ook op de lange termijn is historisch een duidelijk opgaande lijn zichtbaar in de hotelovernachtingen in Nederland: tussen 2000-2018 met gemiddeld ca. 4% per jaar (in dit geval inclusief Amsterdam vanwege ontbreken oudere cijfers over deze gemeente). Op jaarbasis zijn altijd dalingen of stijgingen mogelijk, maar de exploitatie van de beoogde ontwikkeling is gericht op de langere termijnprognoses, en die zijn in principe positief.
- Hotel Van der Valk onderscheidt zich, als vermeld, duidelijk van het bestaande regionale aanbod in zowel het concept (hoogwaardig, veelzijdig, sterk restaurant, uitstekende bereikbaarheid, eigen parkeergelegenheid) als de locatie. Er is in het verzorgingsgebied geen locatie beschikbaar met een betere ligging nabij een snelweg, relatie met andere functies en ligging t.o.v. een regionaal verzorgende binnenstad.
- De economische effecten van het Coronavirus zijn vooralsnog ongewis, al zal de komende jaren vrijwel zeker een recessie optreden. De hotel- en horecasector zijn in het algemeen nogal conjunctuurgevoelig, waardoor zich op kortere termijnen vaak grote fluctuaties in jaaromzetten kunnen voordoen. Dit was bijvoorbeeld zichtbaar na 9/11 en de economische recessie vanaf 2008. Op de langere termijn (> 2-4 jaar) stijgen bestedingen evenwel in historisch perspectief vrijwel altijd, zoals bijvoorbeeld bleek na 2008. Ook voor de komende 10 jaar verwachten we een dergelijke ontwikkeling.

4.1.4 Effectanalyse hotelontwikkeling

Uit het voorgaande volgt dat de beoogde ontwikkeling van het hotel in Weert voorziet in een onmiskenbare kwalitatieve behoefte aan vernieuwing in de hotelsector (zie hoofdstuk 3). Ook volgt uit de analyses van de zakelijke en de toeristische markt dat er duidelijke indicaties zijn voor een kwantitatieve behoefte aan de beoogde ontwikkeling. Het provinciale hotelmarktonderzoek stelt weliswaar dat in de regio Midden-Limburg als geheel het (geplande) kameraanbod de vraag naar kamers overstijgt, maar voor de beoogde hotelontwikkeling is voldoende behoefte aangetoond, vooral vanwege het specifieke concept, de locatie en de doelgroepen.

Onderscheid in westelijk en oostelijk deel Midden-Limburg

Uit bovenstaande analyses en ook uit de beoordeling van de plancapaciteit (paragraaf 3.5) volgt dat het hotelaanbod en de plancapaciteit zich vooral in het oostelijk deel van Midden-Limburg bevindt: in en rond Roermond. Dit gebied kent enige populaire toeristische bestemmingen, maar qua zakelijke functie is het verschil niet groot. Het hotelkameraanbod in het primaire en secundaire verzorgingsgebied van Weert blijft desalniettemin sterk achter bij deze deelregio, maar ook bij de provinciale en landelijke gemiddelden (zie boven en figuur 4.1). Kortom, ook op een hoger schaalniveau speelt de beoogde ontwikkeling in op de kwantitatieve behoefte aan versterking. De invloed op het oostelijk deel van Midden-Limburg zal beperkt zijn, ook vanwege het groeiende draagvlak in de regio Eindhoven. Van dit laatste kan met name het westelijk deel van Midden-Limburg sterk meeprofiteren.

Indien de plancapaciteit in Nederweert (max. 170 kamers) geheel wordt gerealiseerd dan wordt het aanbod in Westelijk Midden-Limburg (dus excl. Cranendonck) 78 kamers per 10.000 banen. Echter, dan blijft het aanbod nog steeds ver achter bij het kameraanbod in Roermond en omgeving (146 kamers/10.000 banen), Eindhoven (148 kamers/10.000 banen) of de provincie Limburg (202 kamers/10.000 banen).

De hotels van Van der Valk spelen nadrukkelijk in op de zakelijke markt. De faciliteiten (restaurant en vergaderfaciliteiten) zijn daarop gericht. Momenteel zijn er in het primaire verzorgingsgebied 33 kamers per 10.000 banen. Extra hotelaanbod is wenselijk ter versterking van de economische structuur. De conclusie is dat met de beoogde ontwikkeling sterk ingespeeld wordt op de behoefte vanuit het lokale bedrijfsleven en de toeristische potenties, waarbij van belang is dat het lokale bedrijfsleven nog sterk groeit door de verdere ontwikkeling van bedrijventerrein Kampershoek-Noord, Metalot en Kempen Airport. De zakelijke voorzieningenstructuur van Weert en het verzorgingsgebied worden door het initiatief versterkt. Er resteert nog voldoende omzetspotentieel voor een economisch duurzaam functioneren van het overige hotelaanbod in het primaire verzorgingsgebied. Leegstand van hotels door de onderhavige ontwikkeling is dan ook niet te verwachten, waarmee de effecten van de beoogde ontwikkeling aanvaardbaar zijn voor het woon-, leef- en ondernemersklimaat in Weert en omgeving.

Eigen aantrekkingskracht concept Van der Valk

De hotelketen of het 'merk' van het specifieke hotel speelt een steeds grotere rol bij de keuze van een reiziger. Volgens het wereldwijde onderzoek Egencia Global Traveler Survey (2015) verblijft 49% van de zakenreizigers altijd in een hotel van dezelfde hotelketen en hetzelfde merk, zelfs als dat niet direct nabij de zakelijke bestemming ligt. Belangrijke redenen zijn de bekendheid met het reserveringssysteem, vertrouwen in en vertrouwdheid met het product en de dienstverlening. Kettenbinding zorgt dus voor een sterke concurrentiepositie van het hotel en, in bredere zin, marktverruiming.

Deze ladderonderbouwing gaat uit van een 'generiek' 4-sterrenhotel, waarbij soms de bijzondere opzet en aantrekkingskracht van Van der Valk is benoemd. Belangrijk hierbij is o.a. de brede opzet, naamsbekendheid, het serviceniveau en hoge gastenwaardering van dit bedrijf. Een nieuwe vestiging zal in praktijk veel additionele vraag genereren. Uit externe, landelijke cijfers (andere hotelonderzoeken, mondelinge informatie Van der Valk) blijkt dat dit 50-65% extra gasten kan inhouden, afhankelijk van de regionale hotelstructuur, zonder dat dit aantoonbaar leidt tot een lagere kamerbezetting van andere hotels van deze keten. Gezien het sterk achterblijvende hotelaanbod in Weert en omgeving is deze bandbreedte ook voor deze ontwikkeling aannemelijk.

Van belang bij deze additionele vraag is verder dat Van der Valk een bekende naam is met veel zakelijke contracten met zowel het regionale bedrijfsleven als landelijke spelers (beursgenoteerde bedrijven, sportbonden, opleidingsinstellingen, netwerkorganisaties). Middels het overkoepelende Van der Valk Business wordt de zakelijke markt actief benaderd. Het beoogde hotel op een goed bereikbare locatie aan de A2 zal hiervan een stevig aandeel kunnen pakken door de verbinding met zowel Zuidoost Brabant, overig Limburg als België. Te meer, omdat Weert in bepaalde perioden een deel van de 'overloop' van de regio Eindhoven kan meepakken. Ook de toeristische markt wordt actief benaderd, o.a. middels arrangementen en afspraken met reisorganisaties.

Effecten Van der Valk hotels in praktijk

Effecten van nieuwe hotels op de bestaande hotelcapaciteit in een gebied zijn in praktijk moeilijk meetbaar. Er spelen immers vele factoren een rol, waaronder de attractiviteit, bedrijfsvoering en productvernieuwing van bestaande hotels, ook in relatie tot de economische conjunctuur en de continu veranderende consumentenvoorkeuren. De consument wenst steeds meer kwaliteit (in brede zin) en zoekt de beste prijs-kwaliteitsverhouding, veelal online. Bovendien zijn eventuele effecten op de aanbodstructuur in praktijk veelal pas na enige jaren zichtbaar. Dit geldt ook voor de onderhavige regio: tussen 2007 en 2014 (het laatste jaar met volledige analyses incl. aantal sterren) stabiliseerde het aantal 1- en 2-sterrenhotels (12) en -kamers (103). De capaciteit in het 3- en 4-sterrensegment steeg in de regio daarentegen met per saldo 2 hotels en 39 kamers¹⁹. Elders in Nederland is sprake van een duidelijke afname in het lagere marktsegment en tegelijkertijd toename in vooral het 4-sterrensegment.

Tussen 2007 en 2014 werden nieuwe hotels van Van der Valk geopend in (o.a.) de middelgrote gemeenten Breda, Houten, Duiven, Harderwijk, Middelburg, Dordrecht, Zwolle, Uden, Hoorn, Veenendaal en Weststellingwerf (Wolvega). In vijf van deze elf gemeenten waren tot 2019 per saldo nauwelijks veranderingen zichtbaar in de totale capaciteit van de overige hotels (slechts -10 tot +9 kamers). In vier gemeenten steeg de capaciteit van de overige hotels met totaal +24 tot +183 kamers (Zwolle, Uden, Middelburg, Breda). In slechts één gemeente (Harderwijk) was sprake van een -bescheiden- afname van de overige hotelcapaciteit, namelijk met -36 kamers (-16% van het totale aanbod).

Conclusie is derhalve dat het effect van een nieuw hotel van Van der Valk op het bestaande hotelaanbod (in aantal kamers) in de omgeving soms neutraal, maar meestal positief is. Een wezenlijke afname van de bestaande (gevestigde) hotelcapaciteit is nergens zichtbaar. De vergelijking betrof in alle gevallen middelgrote gemeenten als Weert.

Conclusies effectanalyse

De hotelplannen en plancapaciteit concentreren zich vooral in het oostelijke deel van Midden-Limburg (omgeving Roermond). In het westelijke deel blijft het hotelkameraanbod momenteel ver achter bij de toeristische en zakelijke potenties. Ook na realisatie van het beoogde hotel is er nog sprake van een relatief zeer beperkte hotelcapaciteit, ook indien de plancapaciteit in Nederweert wordt gerealiseerd. Bij dergelijke omstandigheden is er voor alle hotelaanbieders in het verzorgingsgebied voldoende omzet te behalen voor een economisch duurzaam functioneren, waardoor leegstand van hotels niet te verwachten is. Daar komt nog bij dat Van der Valk een sterke marktpositie heeft in de zakelijke en toeristische markt, waardoor de ontwikkeling vooral veel additioneel bezoek (wat kan oplopen tot 65%) naar de regio zal brengen. Hiervan kunnen ook de andere bedrijven in Weert en omgeving profiteren. In de samenvatting worden deze effecten in samenhang gezien.

¹⁹ Bron: HorecaDNA/CBS

4.2 Behoeft restaurant

Aanbod restaurants

Het aanbod aan restaurants in zowel het primaire verzorgingsgebied als het verzorgingsgebied als geheel (primair + secundair) ligt iets beneden het landelijke gemiddelde, maar duidelijk beneden het gemiddelde van de provincie Limburg (tabel 4.5). Uit de tabel blijkt tevens de duidelijke centrumfunctie van Weert, met 41 restaurants binnen de gemeentegrenzen. Bij een dergelijk 'onderaanbod' is er indicatief ruimte voor investering en ontwikkeling. Zeker als er met de ontwikkeling wordt ingespeeld op de kwalitatieve behoefte, zoals beoogd met de ontwikkeling van het moderne restaurant van Van der Valk.

Tabel 4.5: Restaurantaanbod verzorgingsgebied (bron: HorecaDNA, 2019; betreft uitsluitend de sector 'restaurants')

	inwoners	restaurants	restaurants per 10.000 inwoners
Cranendonck	20.440	10	4,9
Nederweert	17.001	9	5,3
Leudal (westelijk deel)	17.616	12	6,8
Weert	49.842	41	8,2
totaal primair verzorgingsgebied	104.899	72	6,9
Asten	16.710	9	5,4
Heeze-Leende	15.964	12	7,5
Leudal (oostelijk deel)	18.065	11	6,1
Maasgouw	23.716	21	8,9
Peel en Maas	43.311	29	6,7
Someren	19.322	6	3,1
totaal secundair verzorgingsgebied	137.088	88	6,4
totaal gehele verzorgingsgebied	241.987	160	6,6
provincie Limburg	1.116.137	843	7,6
provincie Noord-Brabant	2.544.806	1.524	6,0
Nederland	17.282.163	11.854	6,9

Omzet en bestedingen

Uit de gegevens van HorecaDNA en CBS volgt dat een restaurant in Nederland een gemiddelde jaar-omzet heeft van € 708.370,-²⁰. De gemiddelde besteding per inwoner in restaurants is € 485,- per jaar (alle bedragen incl. BTW). Dit cijfer is nadrukkelijk indicatief en alleen beschikbaar op landelijk en niet op regionaal niveau. De gemiddelde besteding per inwoner houdt geen rekening met inkomende en uitgaande horecabestedingen naar/vanuit Nederland. Cijfers hierover ontbreken. Als een gebied per saldo meer horecabestedingen aantrekt dan dat er afvloeien (zoals toeristische steden of regio's) resulteert dat in een hoger bestedingspotentieel en dus meer ontwikkelingskansen voor horeca.

²⁰ Bron: HorecaDNA, 2019 (omzetten over het jaar 2017)

Tabel 4.6: Indicatieve economische analyse restaurantsector verzorgingsgebied

	primair verzorgingsgebied	gehele verzorgingsgebied
inwoners	104.899	241.987
bestedingen restaurants	€ 50,9 mln.	€ 117,4 mln.
aantal restaurants	72	160
omzet restaurants (normatief)	€ 51,0 mln.	€ 113,3 mln.
verschil (%)	0%	+4%

Op basis van deze cijfers is in tabel 4.6 indicatief de marktruimte geraamd. Hieruit volgt dat er puur cijfermatig sprake is van een evenwichtige markt in het primaire verzorgingsgebied, waarbij de totale omzet van de restaurants min of meer in evenwicht is met de bestedingen van de inwoners van het gebied. Ook bij een dergelijk evenwicht moet evenwel ruimte bestaan voor investeringen en innovatie in de horeca, inspelend op de consumententrends.

Op regionaal niveau zijn de bestedingen ruim € 4 mln. hoger dan normatieve restaurantomzet (€ 117,4 mln. minus € 113,3 mln.), waarmee per saldo dus enige uitstroom van bestedingen uit de regio plaatsvindt. Dit betekent dat er in kwantitatief opzicht marktruimte bestaat voor nieuwe restaurants. Uit paragraaf 3.2 volgt dat het huidige aanbod van restaurants in het verzorgingsgebied vrij traditioneel is. Bovendien heeft slechts één restaurant in het verzorgingsgebied een, enigszins, vergelijkbaar locatieprofiel (goed bereikbaar vanuit de regio, ruime parkeergelegenheid) als het onderhavige initiatief. Met de beoogde ontwikkeling van Van der Valk wordt dus tevens ingespeeld op de kwalitatieve behoefte.

Effectenanalyse horeca

Mede op basis van praktijkcijfers wordt de omzetclaim van de beoogde restaurantomzet bij Van der Valk geraamd op totaal circa € 1,5 mln. per jaar. De regionale herkomst van de omzet kan alleen indicatief worden ingeschat, mede door het naar verwachting relatief grote omzetaandeel van hotelgasten en passerende automobilisten van buiten de regio. Een realistische aanname is dat van de totale restaurantomzet ongeveer de helft uit het verzorgingsgebied komt; circa € 750.000. Omdat de 'omzetclaim' van Van der Valk binnen de geraamde marktruimte (€ 4 mln.) valt, zullen de restaurants in het verzorgingsgebied voldoende omzet behouden voor een economisch duurzaam functioneren. Leegstand van restaurants door het onderhavige initiatief is in beginsel dan ook niet te verwachten en de ontwikkeling is aanvaardbaar voor het woon-, leef- en ondernemersklimaat.

Ook voor de (conjunctuurgevoelige) restauratieve horeca geldt, dat de economische effecten van het Coronavirus onzeker zijn. De komende jaren zal vrijwel zeker een recessie optreden. Op de langere termijn verwachten we geleidelijk weer een positieve trend in de horecabestedingen (zie par. 4.1.3).

4.3 Behoeftte vergaderzalen

Behoeftte algemeen

Uit recent onderzoek van CWT Meetings & Events²¹ blijkt dat de vraag naar (grote) vergaderingen en evenementen in de nabije toekomst wereldwijd 5 à 10% zal toenemen. Tegelijkertijd zal het gemiddeld aantal deelnemers per bijeenkomst stijgen. De vergadermarkt kent ook landelijk een positieve toekomstverwachting. Een opvallende trend in deze markt is dat gebruikers, vooral in het hogere marktsegment, op zoek gaan naar locaties die een bijzondere (authentieke) en inspirerende beleving bieden. Verder van belang is het volgende²²:

- Nabijheid is een belangrijke overweging voor organisatoren van een externe bijeenkomst, daarom bevinden de meeste accommodaties zich in/nabij steden/bevolkingsconcentraties.
- Circa 75% van de bijeenkomsten wordt in combinatie met een arrangement geboekt.
- Circa 60% van de accommodaties bevindt zich in een hotel.
- Circa 75% van de vergaderarrangementen wordt in combinatie met overnachtingsmogelijkheden aangeboden.
- De belangrijkste markt voor vergaderaccommodaties is het bedrijfsleven. Daarnaast bestaan de gebruikers uit trainingsbureaus, onderwijsinstellingen, gezondheidszorg en het verenigingsleven.
- Circa 2 van de 3 gebruikers komt uit de eigen regio.

De aanwezigheid van moderne vergader-/congresfaciliteiten, in combinatie met de overige hotelfaciliteiten, sluit in beginsel aan bij het bovenstaande, waarbij de locatie kan profiteren van de nabijheid van de stad Weert en de uitstekende bereikbaarheid vanuit de regio. Mede daarom zijn de congresfaciliteiten eveneens geschikt voor andere activiteiten uit de zakelijke, maatschappelijke of particuliere markt.

Afweging aanbod vergaderzalen in relatie tot beoogde ontwikkeling

De beoogde ontwikkeling van moderne vergader-/congresfaciliteiten in combinatie met een restaurant en hotel sluit in beginsel goed aan bij de behoefte, waarbij de locatie kan profiteren van de nabijheid van de kernen Weert en Nederweert en de uitstekende bereikbaarheid via de A2. Op deze wijze is de ontwikkeling aanvullend aan het bestaande aanbod in het verzorgingsgebied, met de volgende kenmerken.

- Vergaderzalen worden in het verzorgingsgebied vooral aangeboden door de grotere hotels. In Weert biedt bijvoorbeeld hotel Fletcher in het centrum drie vergaderruimten aan, met samen circa 500 m². Vakantiepark Roompot Weerterbergen beschikt over drie vergaderzalen (samen circa 300 m²). Daarnaast heeft golfbaan Crossmoor eigen vergaderfaciliteiten. Deze aanbieders hebben alle hun specifieke karakteristieken en kwaliteiten, maar door de locatie van de twee laatste bedrijven in het buitengebied zijn ze relatief lastig bereikbaar per auto (reistijd, gemak, vindbaarheid, etc.).
- Restaurant Boschmolenplas te Panheel is een moderne horecazaak met een vergaderruimte aan het water, op circa 4 km vanaf A2. Andere vergaderaccommodaties van enige omvang (maximaal 75-125 personen) in het midden-hoge marktsegment zijn Kasteel Baexem, Kasteelhoeve De Grote Hegge (Thorn) en Proeflokaal Limburg te Neer.

²¹ CWT Meetings & Events (2019). 2019 Meetings & Events Future Trends.

²² NRIT; Kennis van Zalen (2007).

- Daarnaast zijn er in het verzorgingsgebied vele cafés en restaurants die zalen aanbieden. Deze worden echter vooral benut voor particuliere feesten en lokale bijeenkomsten. Hier is nauwelijks sprake van een zakelijke benutting, zoals gebruikelijk bij Van der Valk hotels. De zalen hebben veelal ook een beperkte capaciteit, technische faciliteiten, vaak een matige uitstraling en ze liggen deels midden in dorpen of woonwijken, waardoor de bereikbaarheid per auto lastig is.

De conclusie is dat er in het verzorgingsgebied een uiteenlopend aanbod aan vergaderfaciliteiten aanwezig is, maar veelal ondersteunend aan een andere hoofdfunctie. Qua bereikbaarheid vanaf de snelweg scoren ze veelal matig. Er bestaat dus een kwalitatieve behoefte aan vergaderzalen conform de uitvoering en samenhang bij Van der Valk. Realisatie van vergaderzalen als onderdeel van het totaalconcept en als ondersteuning van de hotelfunctie voorziet dan ook in een behoefte en genereert additionele vraag.

4.4 Behoeftte amusementscentra

Effectanalyse amusementscentra

In Nederland is er gemiddeld één amusementscentrum per 60.000 inwoners. Op basis hiervan is het te verwachten dat het aanbod in het verzorgingsgebied uit vier afzonderlijke zaken bestaat. Dit aantal is momenteel ook aanwezig. Dit betekent dat in kwantitatieve zin niet direct behoefte (marktruimte) is aan uitbreiding, maar in kwalitatieve zin kan wel degelijk ingespeeld worden op de behoefte. Dit wordt hieronder toegelicht (zie ook par. 3.3).

Vestiging van een nieuwe, relatief grootschalige aanbieder inclusief hotel is complementair aan het bestaande regionale aanbod van amusementscentra en zal de structuur in kwalitatieve zin versterken. De ontwikkeling kan theoretisch leiden tot afnemend bezoek aan bestaande amusementscentra in de regio, maar verruimt tegelijkertijd de keuze binnen het aanbod voor de consument. Een vijfde casino binnen een geografisch uitgestrekt gebied als de regio Weert zal geen structuurverstorende gevolgen hebben.

Hierbij is vooral van belang dat dit casino wordt bezocht als onderdeel van het hotelbezoek, terwijl de overige casino's in het verzorgingsgebied hoofdzakelijk doelgericht worden bezocht door inwoners van dit gebied. Door deze verschillen in doelgroep blijft er voor alle ondernemingen in het gebied in beginsel voldoende omzet te behalen. Hierdoor is leegstand van een casino in het verzorgingsgebied door de onderhavige ontwikkeling onwaarschijnlijk en zijn geen onaanvaardbare gevolgen voor het woon-, leef- en ondernemersklimaat te verwachten.

5. TOETSING LADDER VOOR DUURZAME VERSTEDELIJING

In dit hoofdstuk wordt het plan getoetst aan de ladder voor duurzame verstedelijking. Voor de nadere onderbouwing verwijzen we naar de voorgaande hoofdstukken.

In het kader van de ladder moeten de behoefte aan de ontwikkeling en de aanvaardbaarheid van de eventuele effecten op de leegstand en het woon-, leef- en ondernemersklimaat worden getoetst. Ontwikkelingen dienen in beginsel plaats te vinden binnen bestaand stedelijk gebied. De beoogde ontwikkeling voldoet hieraan, omdat het huidige bestemmingsplan binnen het gebied reeds een stedenbouwkundig samenstel van bebouwing ten behoeve van bedrijvigheid mogelijk maakt.

In het navolgende wordt daarom geconcentreerd op de toets van de behoefte en de aanvaardbaarheid van de effecten. In deze laddertoetsing is bewust geen strikte scheiding gemaakt tussen kwalitatieve en kwantitatieve aspecten. Dit omdat de behoefte aan (en marktruimte voor) hotels en leisurefuncties primair worden bepaald door de kwaliteiten van het aangeboden product (in brede zin). Dit neemt niet weg dat bij een overmatig 'overaanbod' de kansen voor een succesvolle exploitatie onder druk kunnen komen te staan. Bij het onderhavige plan is sprake van een kwalitatief hoogwaardig, onderscheidend concept, waarvoor voldoende behoefte (marktruimte) is aangetoond. Het speelt in op de door de consument gewenste vernieuwing, kwaliteitsversterking en productverbreding van hotels.

In het hotelmarktonderzoek wordt aangegeven dat initiatieven die weliswaar zijn bestemd en vergund, maar al lange tijd niet gerealiseerd zijn, 'opgeschoond' dienen te worden (omgevingsvergunning intrekken en locatie wegbestemmen). Op deze wijze kan de noodzakelijke vernieuwing van de markt plaatsvinden op de juiste, markttechnisch passende locaties. Dit is van wezenlijk belang voor de noodzakelijke herstructurering van de hotelmarkt in Midden-Limburg. In de onderhavige regio onderzoeken de gemeenten nu gezamenlijk hoe dit aangepakt kan worden.

5.1 Behoeftte aan de ontwikkeling

Er is in kwantitatieve en kwalitatieve zin behoefte aan de beoogde ontwikkeling conform het beschreven marktsegment, locatieprofiel, omvang, faciliteiten en doelgroepen. Hierbij is per deelfunctie het volgende van belang:

- Hotel: Er wordt ingespeeld op de behoeften vanuit de zakelijke en de toeristische markt:
 - De zakelijke markt is essentieel voor de beoogde ontwikkeling. Van belang hierbij is dat Van der Valk een vooraanstaande positie heeft in de zakelijke markt in Nederland en een actieve marktwerking hanteert richting regionale en (inter)nationale bedrijven en organisaties. Het beoogde hotel ligt aan de A2 en is snel bereikbaar vanuit Brabant, Limburg en België. Weert kan bovendien een deel van de 'overloop' van de economisch zeer expansieve regio Eindhoven accommoderen.

- De zakelijke markt in Weert en omgeving wordt nu onvoldoende bediend door het lokale hotel-aanbod. Het primaire verzorgingsgebied van Weert beschikt over ca. 54.400 banen en slechts 181 kamers in veelal kleinschalige hotels. Het kameraanbod per 10.000 banen blijft sterk achter bij de naburige regio Roermond en gemeente Eindhoven. Dit 'onderaanbod' geldt zelfs nog indien zowel Van der Valk als het hotelplan in Nederweert worden gerealiseerd.
- Naast de zakelijke markt worden ook de toeristische potenties onvoldoende benut. De kleinschalige landschapsstructuur in de regio Weert en het Belgische achterland hebben hoge toeristische potenties, terwijl centrumstad Weert een veelzijdig centrum heeft.
- Toeristen in Midden-Limburg slapen momenteel nauwelijks in hotels. Het achterblijvende hotelaanbod in het westelijk deel van de regio (omgeving Weert) kan slechts deels worden verklaard door de verschillen met het oostelijk deel (Roermond) in toeristisch opzicht. In Weert en omgeving is nog een inhaalslag te maken, waarbij de onderhavige hotelontwikkeling sterk inspeelt op de (veranderende) behoeften. Dit mede door het positieve economische en toeristische toekomstperspectief in de komende jaren.
- Het provinciale hotelmarktonderzoek concludeert dat de plannen en plancapaciteit in Midden-Limburg de vraag naar hotelkamers overstijgen, maar deze bevinden zich vooral in het oostelijke deel van de regio (omgeving Roermond). In het westelijke deel (regio Weert) blijft de hotelcapaciteit ver achter bij de zakelijke en toeristische betekenis en potenties. Met het beoogde hotel wordt een deel van deze achterstand ingehaald, maar de capaciteit blijft relatief beperkt.
- Ook voor hotelaanbieders elders in Midden-Limburg valt nog voldoende omzet te behalen voor een economisch duurzaam functioneren. Extra leegstand wordt niet verwacht.
- Restaurants: Kwantitatief bestaat in de restaurantmarkt in het verzorgingsgebied grosso modo nog enige marktruimte voor uitbreiding. Kwalitatief is het aanbod in het verzorgingsgebied over het algemeen goed, maar nogal traditioneel van aard. Het beoogde restaurant bij Van der Valk kan hierin vernieuwing brengen, waarmee ingespeeld wordt op de actuele behoefte van de consument naar keuze, kwaliteit en service tegen een aantrekkelijke prijs.
- Vergaderen: Het verzorgingsgebied biedt een uiteenlopend aanbod aan vergaderfaciliteiten, veelal ondersteunend aan een andere hoofdfunctie. Qua bereikbaarheid vanaf de snelweg scoren ze veelal matig. De vergaderfaciliteiten van de beoogde ontwikkeling vormen derhalve een kwalitatieve toevoeging en voorzien in een behoefte, zeker door de combinatie met het hotel en restaurant.
- Casino: In kwalitatieve zin speelt het amusementscentrum binnen de beoogde ontwikkeling in op behoefte van de consument aan kwaliteit, 'beleving' en combinaties met gastronomie en overnachting. De ontwikkeling heeft een relatief groot bezoekpotentieel en reikwijdte, in grote lijnen identiek aan vestigingen van Holland Casino. De hotelgasten van Van der Valk (die overwegend van buiten de regio komen) zullen een belangrijke doelgroep vormen, o.a. middels marktgerichte arrangementen. Voor een belangrijk deel worden hiermee andere marktsegmenten en doelgroepen bediend dan door de reguliere, 'stand alone' speelhallen in het verzorgingsgebied.
- Bij de behoeftebepaling is nadrukkelijk ook de plancapaciteit in de regio uitgebreid verkend, middels een speciaal voor dit onderzoek opgezette planviewer. Daaruit blijkt dat de aanwezige plancapaciteit in de regio ongeschikt is voor het onderhavige project, gelet op de beschikbare ruimte,

versnipperdheid/verkaveling, bereikbaarheid vanaf de hoofdroutes, etc. De aanwezige plancapaciteit kan derhalve op geen enkele wijze voorzien in de kwalitatieve behoefte t.a.v. de onderhavige ontwikkeling (zie par. 3.4).

5.2 Aanvaardbaarheid van de effecten

De beoogde, gecombineerde ontwikkeling van een hotel, restaurant, vergaderzalen en casino te Weert wordt vanuit de doelstellingen en kaders van de Ladder voor duurzame verstedelijking positief beoordeeld. De effecten zijn per saldo positief: de ontwikkeling geeft een sterke impuls aan de zakelijke (economische) en toeristische functie van de regio en trekt voor een wezenlijk deel nieuwe doelgroepen (additionele markt) naar het gebied. Het versterkt de positie van Weert als regionale centrumstad in dat opzicht.

Met de hotelontwikkeling wordt bovendien plancapaciteit in de sector Kantoren 'uit de markt gehaald'. Dit is immers de vigerende bestemming van de planlocatie.

Er is voor alle deelfuncties binnen het totaalconcept voldoende behoefte aangetoond. Het complex trekt vooral additionele bezoekers (zakelijk en toeristisch, uit binnen- en buitenland) naar de regio. Een aantrekkelijke binnenstad, zoals in Weert en andere horeca- en leisurebestemmingen in de omgeving kunnen hiervan profiteren. Het is niet aannemelijk dat het leidt tot structurele leegstand en de effecten zijn niet dusdanig dat het woon-, leef- en ondernemersklimaat wordt aangetast. Hierbij is het volgende van belang (zie voor motivering het voorgaande onderzoeksrapport).

- De locatiekeuze is op de eerste plaats ingegeven door de noodzakelijke autobereikbaarheid van het concept, voor alle doelgroepen. Juist op deze vanaf de A2 zichtbare en snel bereikbare locatie kunnen (nieuwe) bezoekers bereikt worden die minder bereid zijn dergelijke functies in de binnenstad te bezoeken. De gemeenten Weert en Nederweert zetten samen vol in op het benutten van de (economische) dynamiek rond deze locatie. De gemeente Weert acht het een uitstekende locatie voor Van der Valk. Ervaringen elders in Nederland leren dat nieuwe hotel- en leisurecomplexen van Van der Valk (o.a. in Hoorn) ook het binnenstadsbezoek kunnen vergroten.
- In of rond de Weerter binnenstad is geen locatie voorhanden met voldoende fysieke ruimte. Bovendien bestaat rond het centrum een relatief hoge verkeersdruk, die de bereikbaarheid van centrumvoorzieningen met hoge bezoekenintensiteiten per auto (zoals een groot zakenhotel) belemmert. Overigens zal Van der Valk zowel een pendelbus richting centrum als leenfietsen aanbieden aan de gasten en wordt in het hotel toeristische informatie aangeboden over de binnenstad en de overige gemeente en regio.
- Zeker de zakelijke bezoekers aan het hotelcomplex hebben een sterke voorkeur voor een locatie langs de snelweg. Vaak worden zakelijke meetings gepland met gasten uit geheel Nederland.
- De beoogde ontwikkeling versterkt de economische en toeristische structuur van de regio Midden-Limburg in het algemeen en het verzorgingsgebied van Weert in het bijzonder, zonder dat structurele leegstand van hotels wordt verwacht. Van der Valk zoekt bovendien altijd samenwerking en afstemming met de lokale horeca en het lokale bedrijfsleven in het kader van events en arrangementen. Partijen profiteren daar wederzijds van.

- Van de totale restaurantomzet komt maximaal de helft uit het verzorgingsgebied, waar enige marktruimte bestaat. Structurele leegstand van restaurants is in beginsel dan ook niet te verwachten, waardoor de ontwikkeling aanvaardbaar is voor het woon-, leef- en ondernemersklimaat.
- De ontwikkeling kan theoretisch leiden tot enig afnemend bezoek aan bestaande amusementscentra (casino's) in de regio, maar verruimt tegelijkertijd de keuze binnen het aanbod voor de consument. Een extra aanbieder van een casino zal geen structuurverstorende gevolgen hebben, ook omdat deze door haar hoogwaardige karakter complementair is aan het huidige aanbod in het verzorgingsgebied. Het bezoek wordt bovendien vaak gecombineerd met een hotelovernachting en/of restaurantbezoek, terwijl de overige casino's in het verzorgingsgebied hoofdzakelijk doelgericht worden bezocht door regionale inwoners. Hierdoor is leegstand van een casino in het verzorgingsgebied onwaarschijnlijk en zijn onaanvaardbare gevolgen voor het woon-, leef- en ondernemersklimaat niet te verwachten.

BIJLAGEN

Bijlage 1: Algemene trends in de hotelsector

Ontwikkeling economie en toerisme landelijk

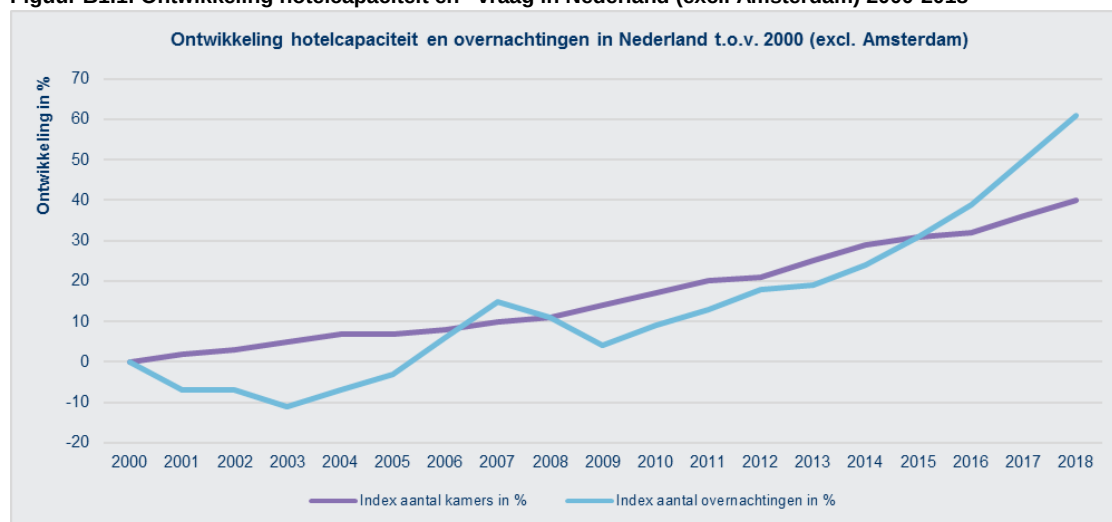
In 2017 bedroeg het Nederlandse bruto binnenlands product (bbp) in ruim 733 miljard euro. Het bbp omvat de totale geldwaarde van alle geproduceerde finale goederen en diensten gedurende een jaar. De ontwikkeling van het bbp (waarde in werkelijke prijzen) vertoonde tussen 2007 en 2017 een groei van 20%, ondanks de economische recessie in die periode. De Nederlandsche Bank verwacht voor de komende jaren landelijk een economische groei van eveneens gemiddeld ca. 2% per jaar. In praktijk kan de nogal conjunctuurgevoelige horeca (hotels, cafés, restaurants, fastfoodzaken) hier sterk van profiteren, zoals de afgelopen jaren wel is gebleken.

Het aantal buitenlandse gasten is in Nederland de afgelopen jaren fors toegenomen. In 2018 werden 19 mln. buitenlandse gasten verwelkomd (toeristisch en zakelijk); een stijging van 56% t.o.v. 2012. Het NBTC (Nederlands Bureau voor Toerisme & Congressen) raamt in haar Perspectief 2030 tussen 2017 en 2030 een groei van het internationaal verblijfstoerisme van +50% landelijk (gemiddeld +3,8% per jaar). Het binnenlands bezoek zal naar verwachting met +27% (+2,1% per jaar) stijgen. In beide markten is sprake van een versnelling t.o.v. de laatste 10 jaar. Ook dit is een positief gegeven voor de horecasector.

Ontwikkeling hotelaanbod

Landelijk zijn er de laatste jaren veel hotelkamers bijgekomen. Onderstaande figuur²³ maakt evenwel duidelijk dat het aantal overnachtingen tegelijk eveneens aanmerkelijk toenam en sinds 2015 de ontwikkeling van het kameraanbod zelfs is voorbijgestreefd. Met andere woorden: de markt absorbeert het groeiende aanbod op landelijk niveau goed en de gemiddelde kamerbezetting stijgt zelfs nog verder, ondanks de opkomst van concurrerende aanbieders als Airbnb.

Figuur B1.1: Ontwikkeling hotelcapaciteit en –vraag in Nederland (excl. Amsterdam) 2000-2018

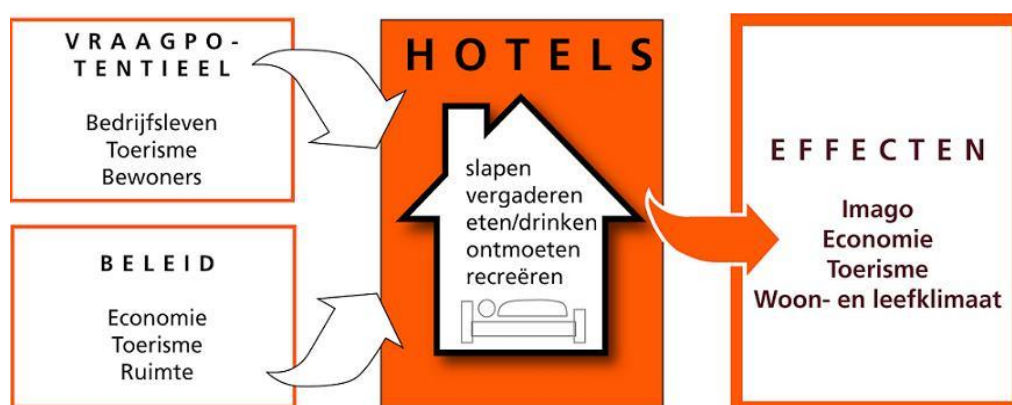


²³ Bron: HorecaDNA / CBS 2019. Deze cijfers betreffen het aanbod van en de overnachtingen in alle hotels, incl. de niet-geclassificeerde. Vanwege de relatief zeer grote dynamiek in de Amsterdamse hotelmarkt is deze analyse exclusief Amsterdam.

Met andere woorden: de markt absorbeert het groeiende aanbod goed en de gemiddelde kamerbezetting blijft ongeveer gelijk. In de hogere marktsegmenten neemt de kamerbezetting landelijk zelfs nog iets toe, ten koste van de minder goed geoutilleerde hotels met 1 of 2 sterren. In diverse onderzoeken is namelijk vastgesteld dat het toekomstperspectief van 'traditionele' kleinschalige hotels matig tot slecht is (zie de bijlagen 1 en 2), ook zonder extra concurrentie. Ter illustratie: tussen 2007 en 2014 daalde het aantal 1- en 2-sterrenhotels in Nederland aanmerkelijk, terwijl in het 4-sterren segment juist een duidelijke groei zichtbaar was.

Een vitale sector met groeipotenties

Hotels richten zich binnen de horeca primair op het aanbieden van overnachtingsmogelijkheden. Daarnaast bieden ze meestal maaltijden, dranken en vaak ook vergaderruimten en flexibele werkplekken aan. Hotels zijn in het algemeen vooral afhankelijk van zakelijke bezoekers, toeristen zijn meestal in de minderheid. De hotelsector in Nederland herstelt zich anno 2016 opvallend sterk en snel na jaren van krimp.



Moderne hotels bieden meer dan een overnachtingsplek

Hotels ontwikkelen zich steeds meer tot (zakelijke) ontmoetingsplek in brede zin, vaak met een prestigieus karakter. Ze hebben ook overdag een belangrijke functie. Steeds vaker worden vergader- of feestzalen aangeboden, een brasserie of restaurant, faciliteiten voor telewerken en hoogwaardige (wellness)voorzieningen. Ook extern presenteren hotels zich steeds opvallender, met een vaak markante architectuur. Door de toenemende ketenvorming en internationalisering van de sector is de professionaliteit enorm toegenomen. Niet voor niets worden hotels vaak ingezet als beeldbepalend element (icoon) in gebiedsontwikkelingen. Voorbeelden zijn Hotel New York op de Rotterdamse Wilhelminapier en Villa Augustus in Dordrecht. Ze leveren daar een wezenlijke bijdrage aan de 'branding' van het gebied.

Schaalvergroting en schaalverkleining

De belangrijkste trend in de hotellerie is schaalvergroting, wat vooral in gang is gezet door grote (inter)nationale hotelketens. Het beoogde initiatief in Weert sluit hier ook op aan. Het aantal kleinschalige pensions en familiehotels neemt geleidelijk af. De schaalvergroting roept echter ook weer een tegenreactie op. Er openen hotels die zich richten op een bepaald thema, zoals kunst, design, romantiek,

een bepaalde ontwerpstyl of op specifieke doelgroepen (fietsers/wandelaars, rustzoekers, levensgenieters, etc.). Deze hotels ('boetiekhotels', 'sfeerhotels') zijn veelal kleinschalig. Zij proberen zich te onderscheiden van de grote, vaak nogal anonieme hotels door een onderscheidend (doch niet per definitie exclusief) product, vormgeving en een persoonlijke benadering van gasten. Een andere vorm van kleinschalige hotellerie bestaat uit kwaliteitsrestaurants die tevens hotelkamers of (luke) appartementen aanbieden. Ook hier is het aantal kamers relatief beperkt.

Landelijk zijn er de afgelopen decennia nogal wat hotelkamers bijgekomen. Paragraaf 4.1 maakt evenwel duidelijk dat het aantal overnachtingen tegelijk eveneens aanmerkelijk toenam en in grote lijnen een identieke trend vertoont als de ontwikkeling van het kameraanbod. Met andere woorden: de markt absorbeert het groeiende aanbod goed en de gemiddelde kamerbezetting blijft ongeveer gelijk. In de hogere marktsegmenten neemt de kamerbezetting landelijk zelfs nog iets toe, ten koste van de minder goed geoutilleerde hotels met 1 of 2 sterren en pensions.

Upgrading

Een andere ontwikkeling is de 'upgrading' van het hotelproduct. Het aantal hotels in de hogere segmenten groeit, terwijl de capaciteit in de 'lagere' marktsegmenten afneemt. De onderstaande figuur²⁴ illustreert deze tendens. Vijfsterrenhotels zijn vooral in de Randstad gevestigd. Ook binnen de marktsegmenten is sprake van upgrading: een drie-sterrenkamer biedt tegenwoordig meer faciliteiten, ruimte en comfort dan vroeger. Mede daardoor bestaat vanuit het zakenleven (vooral het middenmanagement en verkoopfuncties), zeker in tijden van economische laagconjunctuur, ook een vraag naar middenklasse hotels, mits deze moderne kamers bieden met voldoende (doch niet per se luke) faciliteiten. Ook het plan van Van der Valk in Weert kenmerkt zich door upgrading.

Toenemende concurrentie

De kleinere, zelfstandige hotels ondervinden steeds meer concurrentie van internationale ketens en grote franchiseorganisaties. Zij beschikken over uitermate professionele marketingformules en reserveringssystemen. Reserveren via internet heeft een grote vlucht genomen; de klant ziet direct beschikbaarheid en prijs van de kamer voor een bepaalde periode en kan online boeken. Dit heeft tot gevolg dat de prijs-kwaliteitsverhouding steeds belangrijker wordt. Kleinere bedrijven doen in praktijk vaak weinig aan marketing, door onvoldoende financiële of organisatorische capaciteit. Daarom wordt hiervoor vaak samengewerkt met andere zelfstandige hotelbedrijven, bijvoorbeeld in de vorm van marketingovereenkomsten.

Elke formule vraagt eigen vestigingsmilieu

Qua locatiekeuze bestaat er een duidelijk onderscheid tussen 'zakelijke' en 'toeristische' hotels. De eerste groep richt zich doorgaans vooral op 'stedelijke' locaties die snel bereikbaar zijn per auto en (in mindere mate) per trein, representatief zijn en in het zicht liggen. Nieuwe 'toeristische' hotels, meestal kleiner van omvang, kiezen veelal voor monumentale binnensteden of dorpen of juist een landschapspelijk aantrekkelijke locatie in het buitengebied. Monumentale of anderszins markante gebouwen hebben de voorkeur, vanwege het onderscheidende karakter en de uitstraling. Het beoogde hotelconcept

²⁴ Bron: CBS / HorecaDNA 2017; meest recente gegevens betreffen het jaar 2014

in Weert kan zich, gegeven de locatie en de productformule (fullservice), richten op zowel de zakelijke als de toeristische markt.

De grootste hotelketens in Nederland zijn (naar aantal kamers):

- Van der Valk
 - NH Hotels
 - Accor
 - Groupe du Louvre
 - Hampshire
 - Best Western
 - Bastion
 - Intercontinental Hotels Group (HG)
 - Fletcher
 - Bilderberg
-

Een goed toekomstperspectief

Een goed hotel is een gastvrij, comfortabel en rustig toevluchtsoord, vooral voor mensen van buiten de regio. De verwachtingen voor de hotelsector voor de komende jaren zijn positief, mede door het sterk toenemende aantal buitenlandse overnachtingen in Nederland. Korte hotelvakanties ('tussendoortjes') winnen aan populariteit, maar ook het aantal zakelijke overnachtingen en bijeenkomsten zal nog verder stijgen. Voorwaarde is dat hotels ruime kamers aanbieden, met voldoende, goede faciliteiten (ruim sanitair, bureau, zitgelegenheid, Wifi, glasvezel, etc.) en aanvullende voorzieningen (lift, lounge, café-restaurant, telewerkplekken, parkeergelegenheid, etc.). Bijzondere perspectieven bestaan er, zoals vermeld, voor thematische en conceptgerichte hotels. Deze moeten dan wel kiezen voor een marktgericht thema, dat enerzijds uniek en onderscheidend is, maar tegelijkertijd ook niet te stigmatiserend qua doelgroepen.

Nieuwe hotelconcepten groeien en bloeien

Ondanks de ketenvorming in de hotelsector blijken zich ook kleine, onderscheidende formules te kunnen ontwikkelen, gericht op nichemarkten. Opvallend was het afgelopen decennium de opkomst van bijzondere, hoogwaardige hotelconcepten als Design Hotels, Art Hotels en Lounge Hotels. Vaak worden ze gefaciliteerd door grote ketens. Hotels zijn in dat opzicht trendsettend in de vrijetijdsector. Door combinaties met een restaurant of zaalverhuur blijkt ook op dit niveau vaak een succesvolle exploitatie mogelijk.

Ook de toename van de budgetketens is opvallend, met nieuwe spelers als Ibis Budget en B&B Hotels. Bed & Breakfast accommodaties zijn voor Nederland een betrekkelijk nieuw fenomeen. Gasten kunnen er betaalbaar overnachten in een vaak sfeervol huis. Daarnaast is er de opvallende groei van Airbnb, waarbij particulieren hun woning direct verhuren via een online platform. Steeds meer aanbieders richten zich niet alleen op toeristen, maar ook op de zakelijke markt. Ook Couchsurfing is een recente ontwikkeling, waarbij gratis kan worden overnacht bij 'locals'. Dit fenomeen ontwikkelt zich vooral in de Randstad en dan met name in Amsterdam.

Veel interactie met andere functies

Hotels profiteren doorgaans sterk van de wervingskracht van andere economische functies (restaurantie horeca, cultuur, retail, bedrijventerreinen) en vice versa. Met name in binnensteden, maar ook op trafficlocaties en nabij bedrijventerreinen, kan deze interactie groot zijn. Daarnaast zijn hotels belangrijk voor het lokale en regionale zakelijk bedrijfsleven: als ontmoetings-, vergader- en conferentieruimte en als overnachtingsplek voor zakelijke bezoekers.

Vele doelgroepen voor de hotelsector

Elke doelgroep stelt haar eigen eisen aan een verblijf in een hotel, 's nachts dan wel overdag. Hieronder beschrijven we de marktsegmenten/doelgroepen die voor Weert in potentie het meest relevant zijn en hun behoeften. Met name tussen zakelijke gasten en toeristen bestaan in dit opzicht duidelijke verschillen.

Zakelijke bezoekers en conferentiegangers zijn voor Weert vooral interessant vanwege de lokale en regionale economische structuur en de dynamiek daarin en de goede bereikbaarheid per auto. Ook de ligging midden in het landschappelijk fraaie en gevarieerde Midden-Limburg en de toeristische voorzieningen aldaar kan als een sterk punt worden beschouwd. Een nieuw hotel in Weert kan zal zich zowel op de zakelijke-, conferentie- als de leisuremarkt richten.

Marktsegment:	Specifieke eisen en kenmerken:
Zakelijk	• <i>Primaire accenten: stijlvol, comfortabel, functioneel, bereikbaar</i> • Hoogwaardig product, in alle facetten • Locatie nabij zakelijke bestemming • Bereikbaarheid per auto, parkeergelegenheid • Service, klantgerichtheid • Ruime faciliteiten • Efficiënte check-in, lokale informatie • Goed restaurant/bar, nabijheid kwalitatieve horeca • Accent werkdagen buiten grote vakanties • Dominant marktsegment: Luxury-Upscale-Midscale-Economy
Conferentie (congres)	• <i>Primaire accenten: ruim, functioneel, onderscheidend</i> • Hoogwaardig product, in alle facetten • Eigen of nabij ander congres-, conferentiecentrum • Hoge pieken in kamervraag (vereist grote kamercapaciteit) • Bereikbaarheid per auto, parkeergelegenheid • Accent werkdagen buiten grote vakanties • Dominant marktsegment: Luxury-Upscale-Midscale-Economy
Leisure	• <i>Primaire accenten: sfeer, beleving, authenticiteit</i> • Voorkeur prijsvriendelijke accommodatie • Toeristische attracties en horeca nabij • Bereikbaarheid per auto en trein, parkeergelegenheid • Ingesteld op groepen toeristen (touringcars) • In elk geval basisfaciliteiten aanwezig (eigen toilet, badkamer, wifi, etc.) • Accent weekenden, vakanties • Dominant marktsegment: Luxury-Upscale-Midscale-Economy

Wat bepaalt het functioneren van hotels en restaurants?

Het functioneren van hotels wordt in het algemeen vooral bepaald door:

- Productformule, kwaliteitsniveau;
- Beschikbare faciliteiten;
- Locatie, bereikbaarheid per auto vanaf hoofdinfrastructuur;
- Toeristische functie omgeving;
- Representativiteit locatie en gebouw;
- Gastvrijheid, serviceniveau;
- Werkgelegenheid en kantoren in directe omgeving.

We beoordelen vanuit deze randvoorwaarden het initiatief voor een nieuw, modern zakenhotel in Weert conform de beschreven ambities positief. Wel zijn een sterke, professionele bedrijfsvoering en marketing essentieel.

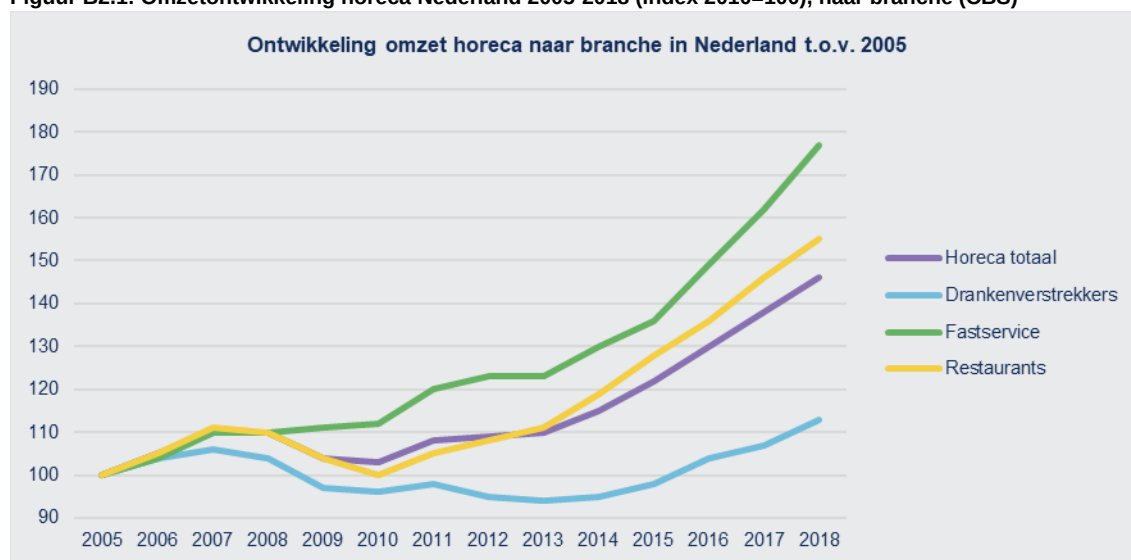
Bijlage 2: Trends in de restauratieve horeca

Er hebben zich de afgelopen jaren veel ontwikkelingen voorgedaan in de (restaurantieve) horeca, zowel aan de vraag-, als de aanbodzijde.

Trends in de horeca: vraagzijde

- Mensen eten en drinken steeds meer 'buiten de deur'. Deze markt is inmiddels al goed voor een derde van de consumentenbestedingen aan eten. Het gaat daarbij niet alleen om 'reguliere' horeca, maar ook om eten binnen nieuwe winkelconcepten, foodfestivals, op het werk, etc.
- Goede horeca is essentieel voor een sterke (toeristisch-recreatieve) gebiedsontwikkeling. Het belichaamt immers de brede toegankelijkheid, gastvrijheid en belevingswaarde. De horecasector vertoont sinds enige jaren landelijk opvallend groeicijfers. Dit geldt met name voor de fastfoodbranche, restaurants en hotels (zie onderstaande grafiek). Alleen in de branche cafés blijft de groei wat achter.
- De consument is in toenemende mate op zoek naar een unieke ervaring: producten en locaties met een bijzondere of emotionele lading. Horeca richt zich daarom steeds meer op vermaak en 'beleving'.
- De belevenis- en betekenis-economie wordt steeds belangrijker. Nederland ontwikkelt zich in toenemende mate tot 'leisureland' waar wonen, werken en winkelen niet meer zonder goede horeca- en vrijetijdsconcepten kunnen.
- De bestedingen in de horecasector groeien sinds enige jaren landelijk weer met opvallende cijfers. Dit geldt met name voor de fastfoodbranche, restaurants (+35% sinds 2010) en hotels. Alleen in de branche cafés blijft de groei wat achter.

Figuur B2.1: Omzetontwikkeling horeca Nederland 2005-2018 (index 2010=100), naar branche (CBS)



Trends in de horeca: aanbodzijde

- De horeca is een veerkrachtige sector. Het feit dat veel zaken desalniettemin matig functioneren, komt voor een belangrijk deel doordat deze zich onvoldoende van elkaar onderscheiden in hun product, doelgroepen en marketing. Er is in sommige gebieden en uitgaanssteden 'teveel van hetzelfde'. Voor onderscheidende horecaformules (in het hogere en lagere segment), die creatief inspelen op de gebiedskwaliteiten en consumententrends bestaat nog steeds veel groeiperspectief. Dit geldt zeker voor een watergebonden vestigingsmilieu zoals op de onderhavige planlocaties, in een regio met opvallend weinig horeca in verhouding tot het inwonertal.
- Nieuwe zaken worden groter omdat om aan de eisen van hedendaagse consumenten te voldoen in veel gevallen meer ruimte benodigd is. Deze schaalvergroting kan enerzijds verbonden worden aan de omzeteisen, maar heeft daarnaast ook een relatie met de gewenste multifunctionaliteit. De horeca beperkt zich niet alleen tot het serveren van drinken of eten, maar de bedrijven organiseren steeds vaker culturele en recreatieve activiteiten en hiervoor is steeds meer ruimte benodigd.
- Horeca wordt steeds meer met andere functies (bijv. detailhandel, cultuur, vermaak) gemixt om meer belevingswaarde te creëren en nieuwe vernieuwende concepten te realiseren. Soms is horeca de hoofdfunctie, soms niet. Andersom wenst de horeca ook producten die zij serveert te verkopen; olie, wijn, receptenboek, etc. Cross-selling, waarbij andere aanvullende producten of diensten worden verkocht aan de klant, heeft de toekomst.
- Op perifere locaties neemt het aantal (grootschalige) horeca- en leisure-concepten toe, omdat exploitanten in de keuze voor de vestigingslocatie waarde hechten aan:
 - een optimale bereikbaarheid met de auto;
 - ruime beschikbaarheid van (eigen) parkeergelegenheid dicht bij de ingang;
 - ruime panden met voldoende hoogte, soms op verdieping;
 - eventueel combinatiebezoek met andere leisure en horeca in de nabijheid;
 - goede herkenbaarheid op een zichtlocatie.
- Horecazaken zijn, evenals hotels, vaak beeldbepalend voor gebieden en worden daarom soms doelbewust ingezet voor gebiedsontwikkelingen en 'placemaking'.
- Het rendement van horecazaken stijgt landelijk niet evenredig met de omzet. Het functioneren van horecazaken met een gedateerde inrichting, uitstraling of menukeuze dan wel gelegen in kleine dorpen (beperkt draagvlak) komt steeds meer onder druk te staan. Vaak worden ze gesloten, maar soms blijven ze ondanks oplopende tekorten toch geopend.

Vrijtijdsbesteding wordt steeds belangrijker

De **vrijtijdseconomie** vertoont een enorme dynamiek en expansie. Vrijwel elke Nederlander bezoekt tegenwoordig wel eens een horecazaak, in welk verband en met welk motief dan ook. Bovenal verwacht men een aantrekkelijke, al dan niet bijzondere '**beleving**' en men is in het algemeen bereid daarvoor een faire prijs te betalen. Daarnaast laten steeds meer mensen zich echter leiden door kortingsacties. De groeiende groep (**koopkrachtige**) **ouderen** wil optimaal genieten van haar ruime vrije tijd. Ook het groeiende aantal kleine huishoudens leidt tot extra consumptie buitenshuis. Het aantal dagelijkse 'eetmomenten' neemt nog steeds toe. Tenslotte leveren de sterk toenemende overnachtingen van **buitenlandse toeristen** veel extra vraagpotentieel voor de horeca.

In toenemende mate wordt het **economisch en sociaal-maatschappelijk belang** van een sterke horecasector erkend, ook door overheden. Horeca richt zich steeds meer op **vermaak en beleving** en moderne zaken zijn actief bezig met productontwikkeling, marketing en organisatie van activiteiten en arrangementen. Sterke horeca zet een gebied op de kaart, ook voor bovenlokale bezoekers. Dit heeft ook effecten op de ruimtelijke eisen en structuur van de sector.



Dit heeft ook effecten op de ruimtelijke eisen en structuur van de sector. De belangrijkste zijn:

- **Multifunctionaliteit:** horecabedrijven bieden een steeds bredere menukeuze, met per dagdeel verschillende doelgroepen. Ook worden vaker culturele en recreatieve activiteiten georganiseerd.
- **Hoofdfunctie vervaagt:** traditioneel baseerden bestemmingsplannen zich primair op hoofdfuncties als verstrekken van alcoholvrije dranken dan wel bereide kleine etenswaren. Mede door de toenemende multifunctionaliteit zien we steeds meer combinatievormen (lunchroom, konditorei, Bagels&Beans).
- **Schaalvergroting:** zaken worden groter, vanwege de gewenste multifunctionaliteit en/of omzetteisen.
- **Vervlechting horeca en detailhandel:** In steeds meer winkels kun je iets eten of drinken. Vooral dagelijkse winkels ontplooiën steeds meer horeca-activiteiten; belegde broodjes, snacks, koffie/thee, verse sappen, etc. Andersom wenst de horeca ook producten die zij serveert te verkopen; olie, wijn, receptenboek, etc. Cross-selling heeft de toekomst.
- **Industrieel erfgoed als vestigingsmilieu:** De robuuste, ongepolijste en 'stoere' uitstraling, beschikbare ruimte en parkeerruimte bieden bijzondere kansen voor horeca en aanverwante activiteiten. Ook wel gekenschetst als 'Nouveau Ruig'.
- **Opkomst specialistische koffieformules:** opvallende ketenvorming, met ook op lokaal niveau veel initiatieven. Bekende spelers zijn Starbucks en Coffeecompany. Voor jongeren en ZZP-ers hebben deze zaken vaak een belangrijke ontmoetingsfunctie.
- **Afname monofunctionele drankverstrekkers:** het traditionele (kleine) café verdwijnt geleidelijk uit het straatbeeld. Het traditionele café wordt eetcafé of brasserie, met ruimere openingstijden. Oorzaak is vooral de combinatie afnemende bestedingen en verhoogde kosten.
- **Sterke afname discotheken,** met als belangrijke oorzaken de groeiende concurrentie van festivals, het rookverbod in de horeca en de verhoogde minimumleeftijd voor alcoholgebruik.
- **De jeugd gaat minder en later uit** dan vroeger; in veel uitgaansgebieden leidt dit tot minder overlast, maar soms wel op latere tijdstippen. Daar staat tegenover dat oudere doelgroepen veel meer dan vroeger de horeca bezoeken, zij het vaak overdag.

Bijlage 3: Ontwikkelingen in amusementscentra

Een markt in transitie

Er zijn in Nederland 276 amusementscentra aangesloten bij de brancheorganisatie VAN. Inclusief de 14 vestigingen van Holland Casino betekent dit dus één aanbieder per 60.000 inwoners. Daarnaast hebben in Nederland ca. 8.600 horecazaken speelautomaten. In het verzorgingsgebied (zie paragraaf 2.1) zou op die basis ruimte zijn voor circa vier afzonderlijke zaken, die er momenteel ook zijn.

Over feitelijke bezoekersaantallen van amusementscentra en speelhallen is weinig informatie beschikbaar. Uit onderzoek naar kansspeldeelname en problematisch speelgedrag²⁵ komt naar voren dat in 2017 82% van alle Nederlanders van 16 jaar of ouder “wel eens” heeft deelgenomen aan een kansspel (dus inclusief loterijen, online weddenschappen, etc.). 80% van hen heeft dit ‘recent’ gedaan (niet langer dan een jaar geleden). Het overgrote deel van de deelnemers valt, aldus het onderzoek, te omschrijven als ‘recreatieve’ speler. Slechts 1% kan worden gekenmerkt als “risico- of probleemspeler”. Veruit de populairste vorm van kansspelen is de loterij; 72% van de Nederlanders doet er wel eens aan mee. Van de Nederlanders zegt 24% wel eens een speelautomaat te hebben bediend en eenzelfde percentage casinospelen gespeeld buitenshuis. Ongeveer een kwart van hen deed dit het afgelopen jaar.

Holland Casino versus amusementscentra

Holland Casino heeft in Nederland altijd het alleenrecht gehad op de exploitatie van ‘echte’ speelcasino's, met gemeenschappelijk beoefende kansspelen. Het is in Nederland dan ook de enige aanbieder met croupiers in dienst. Mede vanuit Europese wetgeving mogen zich in de toekomst ook andere speelcasino's zich (onder voorwaarden) vestigen in Nederland. Het bezoek aan de vestigingen van Holland Casino blijkt nogal conjunctuurgevoelig. Was er tijdens de economische recessie nog sprake van een duidelijke terugval, sinds 2013 stegen de Netto baten met +26% tot € 469 mln. in 2017. Het totale aantal bezoeken nam tussen 2013 en 2017 toe met + 8% tot 5,8 mln. (1,1 mln. unieke bezoekers). Per bezoek wordt bij Holland Casino gemiddeld € 109,- besteed²⁶. Specifiek voor speelautomaatenhallen zijn deze cijfers niet bekend, maar duidelijk is dat de markt voor casino's en speelautomaatenhallen zeer dynamisch is.

Vestigingen van Holland Casino hebben een relatief groot primair verzorgingsgebied van gemiddeld 30-40 km. Veel (toeristische) bezoekers komen zelfs nog van veel verder. Het verzorgingsgebied van de reguliere, kleinere speelautomaatenhallen en amusementscentra is beperkter: maximaal 5 à 10 kilometer. De totale reisafstand bedraagt veelal niet meer dan 10-15 minuten per auto (buiten de spits). De relatief grote amusementscentra gevestigd bij Van der Valk hotels lijken qua verzorgingsgebied op de casino's van Holland Casino.

²⁵ IVO Instituut voor Onderzoek naar Leefwijzen en Verslaving; Kansspeldeelname en problematisch speelgedrag bij Nederlanders met een migratieachtergrond (augustus 2017).

²⁶ Holland Casino; Jaarverslag 2017.

Bijlage 4: Relatie hotelontwikkeling Ringbaan-Noord/A2 met binnenstad

Gemeente Weert heeft de relatie van de beoogde hotelontwikkeling inclusief casino aan de Ringbaan-Noord/A2 met de binnenstad verkend (februari 2018). Daaruit komen de volgende constatering.

- Leisure is een combinatie van allerlei voorzieningen of activiteiten t.b.v. de besteding van vrije tijd, waarbij een grote mate van beleving wordt nagestreefd. Leisure is de snelst groeiende commerciële sector. De sector kan onderverdeeld worden in de segmenten cultuur, horeca, recreatie, shopping, markt en entertainment. Binnensteden hebben behoefte aan aanvullende functies om de leefbaarheid en traffic naar de stedelijke centra te behouden en vergroten. Het 'oude' retail- en horecamodel staat onder druk door digitalisering en de toenemende vraag naar beleving. Bij de ontwikkeling van het concept van Van der Valk wordt hierop ingespeeld. Ten aanzien van dit hotel/leisureconcept is de bereikbaarheid groot voordeel op deze locatie (ligging nabij A2).
- Leisurefuncties hebben een hoge maatschappelijke waarde: het brengt mensen bij elkaar en levert een bijdrage aan de dynamiek van de locatie en directe omgeving. Traffic (bezoekers) naar Van der Valk betekent dan dus ook, traffic naar het centrum van Weert. Het streven is om synergie te realiseren tussen het van der Valk hotel en het centrum van Weert, daarom is een optimale verbinding noodzakelijk om dit te realiseren. Door de verbinding, het parkeren en de aanvullende unieke functies schaaft de Weerter binnenstad op wat veel nieuwe traffic voor de stad betekent. Daarbij wordt bekeken of de volgende middelen kunnen worden ingezet om het bezoek aan de binnenstad door bezoekers van het (brede) hotelconcept te stimuleren:
 - goede pendelverbinding met binnenstad en NS;
 - een combinatieticket: lokale ondernemers betrekken in het hotelconcept Van der Valk.
- Eén van de ten dele vergelijkbare ontwikkelingen met het onderhavige project in Weert bevindt zich in Hoorn (hoewel deze meer leisurefuncties en horeca biedt dan het plan in Weert). Deze Van der Valk beschikt over 155 kamers, een wellnesscentrum met binnenbad en fitness, een casino, diverse vergaderzalen, een Life Cookingrestaurant en een regulier restaurant, een bar en een bioscoop met vijf zalen die eind dit jaar uitgebreid wordt met een zesde zaal. Van der Valk Hoorn is gelegen direct aan de A7 aan de Westfriese Parkweg.
- Hoorn is een stad met een rijk cultuurhistorisch verleden en de grachtenpanden aan het water vormen een belangrijke bezienswaardigheid voor de stad. Het hotel ligt op circa 1,5 kilometer van de binnenstad. De binnenstad is vanaf het hotel goed bereikbaar per auto, per fiets en per bus. Er rijdt een speciale toeristenbus van en naar het hotel. Ook stelt het hotel aan gasten fietsen ter beschikking.
- Het in 2014 geopende complex heeft, voor zover meetbaar, in elk geval niet geleid tot wezenlijke negatieve effecten op de hotellerie en andere horeca in de binnenstad. De gemeente Hoorn geeft in ieder geval aan dat de praktijk heeft uitgewezen dat de komst van Van der Valk niet heeft geleid tot negatieve concurrentie, omdat Van der Valk grotendeels zijn eigen doelgroep heeft meegenomen. Dit heeft direct geleid tot een flinke stijging van het aantal hotelovernachtingen in de stad. Ook heeft de komst van het hotel voor de gemeente geleid tot investeringen in de hotelmarkt. Daarnaast heeft de toeristische markt ook een andere verandering doorstaan. Vroeger logeerden veel toeristen in Amsterdam en brachten een bezoek aan de binnenstad van Hoorn (dagjestoeristen). Nu fungeert Hoorn als uitvalsbasis voor een dagje Amsterdam, West-Friesland of een bezoek aan de zee. Bezoekers aan de stad verblijven nu meerdere dagen aaneengesloten in de

stad. De naamsbekendheid van de concernnaam in Nederland en in West-Europa heeft hier zeker aan bijgedragen.

- Op de locatie Ringbaan-Noord/A2 wordt een ten dele met Van der Valk Hoorn vergelijkbaar hotel-concept beoogd dat een bijdrage levert aan het aantrekken van nieuwe bezoekers en daarmee ook een positieve invloed heeft op de binnenstad. In Hoorn heeft de toename van hotelbezoekers en het feit dat toeristen vaker dan voorheen meerdere aaneengesloten dagen in de stad verblijven ervoor gezorgd dat ook de andere horecaondernemers profiteren van de komst van Van der Valk. Horecagelegenheden in Hoorn trekken meer bezoekers aan, omdat de gasten van Van der Valk naar de binnenstad trekken. Over het algemeen genieten gasten van het hotel namelijk maar één maaltijd bij Van Der Valk. Andere dagen lunchen ze of dineren ze elders.
- Om het succes uit Hoorn ook in Weert mogelijk te maken blijft goede samenwerking tussen de gemeente, Van der Valk en de overige ondernemers (ook in binnenstad) uiteraard wenselijk, waarbij de partijen elkaar gezamenlijk (ook in relatie tot geclusterde leisurefuncties in Nederweert) een podium bieden om maximaal synergie te bereiken. De beoogde hotelontwikkeling is daarbij een stap vooruit voor de stad Weert, die hierdoor haar bezoekers en inwoners een nieuwe combinatie van hospitality en leisure (entertainment) biedt. Het betekent een impuls voor stad en regio, zowel op economisch als maatschappelijk gebied.

Bijlage 5: Motivering verzorgingsgebied

Het verzorgingsgebied van de onderhavige ontwikkeling (voor de hotelfunctie het oriëntatie/zoekgebied van de potentiële gasten) is bepaald op basis van de onderstaande uitgangspunten.

Achtergrondcijfers

De gemiddelde afstand voor sociaal-recreatieve ritten (enkele reis) bedraagt in Nederland circa 9 kilometer. 41% reist niet verder dan 5 kilometer en 63% maximaal 10 kilometer. Slechts 21% van de sociaal-recreatieve ritten gaat verder dan 20 kilometer.²⁷ Voor het specifieke bezoekdoel 'toeren/wandelen' is de gemiddelde afstand zelfs nog lager: 6,7 kilometer.

Het landelijke ContinuVrijeTijdsOnderzoek CVTO '12-'13 (meest recente cijfers) komt ruwweg tot dezelfde conclusies. Gemiddeld maken Nederlanders vanuit de woonplek jaarlijks circa 3,5 miljard dagtochten met totaal 60 miljard reizigerskilometers. Omgerekend naar enkele reis derhalve gemiddeld 8,6 kilometer per trip. We veronderstellen dat dit in grote lijnen ook van toepassing is op recreatieve trips vanaf de vakantiebestemming, zij het dat de gemiddelde reisafstand dan wellicht iets groter is.

Toepassing op verzorgingsgebied hotels

Het 'zoekgebied' van potentiële hotelgasten zal in hoge mate worden bepaald door hun plannen voor de te ondernemen toeristisch-recreatieve activiteiten. Bestuurlijke indelingen van gemeenten, regio's en provincies zijn voor toeristische of zakelijke activiteiten veelal totaal niet relevant: mensen gaan hun eigen weg o.b.v. hun doelen, voorkeuren en (vervoer)middelen.

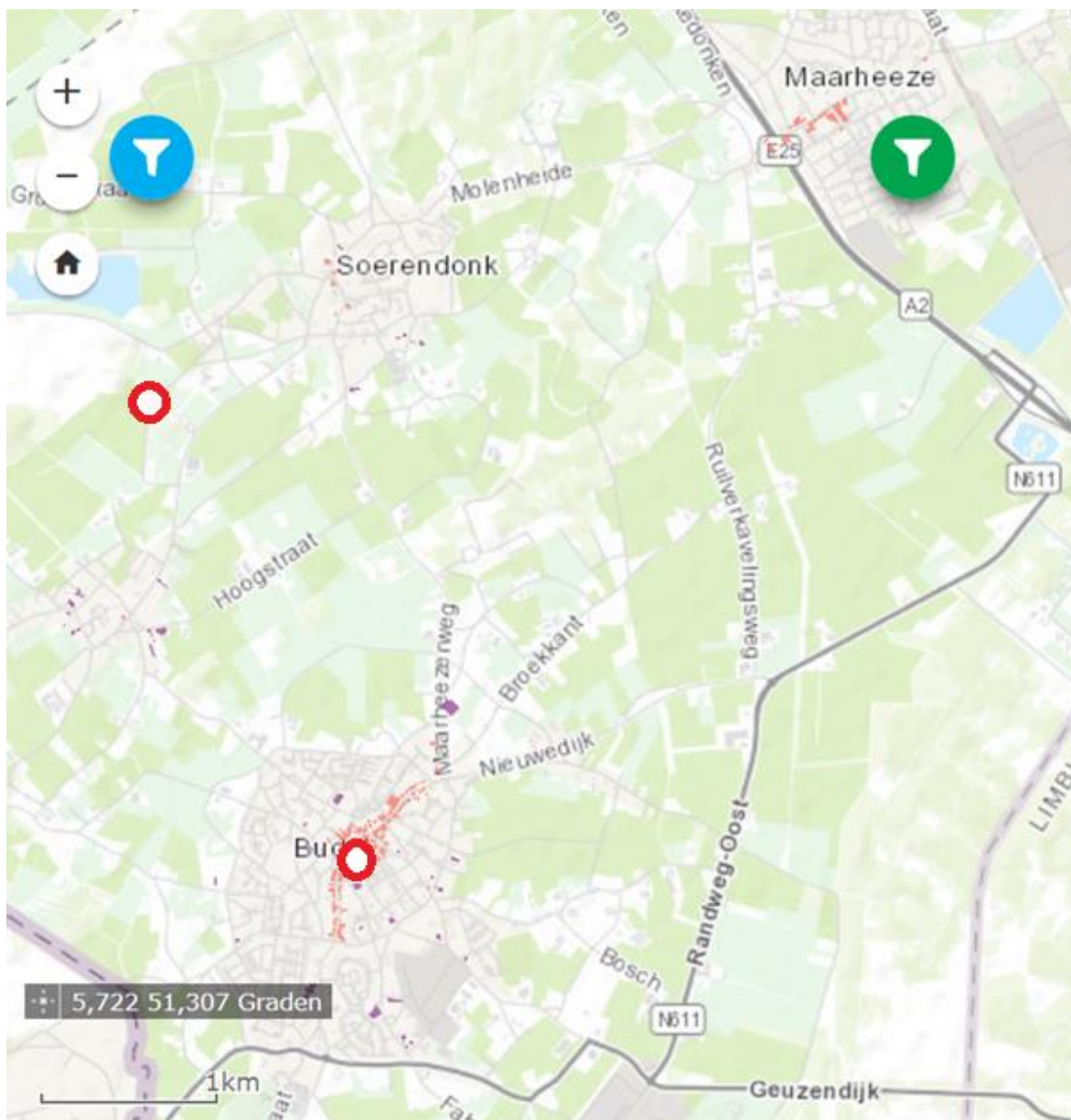
Gegeven de vermelde cijfers en het feit dat het hotel voor velen een vakantiebestemming is, achten wij een maximale actieradius van 15-20 minuten per auto vanaf hun verblijfsplek (daluren) reëel. Op kortere afstanden als deze is de tijdsduur veelal ongeveer gelijk aan de afgelegde afstand, vanwege snelheidsbeperkingen, verkeerslichten, etc. Op basis hiervan is het verzorgingsgebied voor hotelgasten in de onderhavige hotelontwikkeling te Weert bepaald. Dit verzorgingsgebied is overigens iets ruimer dan de Cebuco regio Weert. Een Cebucoregio is een geografisch gebied, bestaande uit gemeenten geconcentreerd rondom één of meer economische verzorgingscentra. De bewoners zijn voor bijvoorbeeld winkelen, werk, hoger onderwijs en gespecialiseerde medische voorzieningen georiënteerd op een centraal verzorgingscentrum, in dit geval Weert. Jurisprudentie beschouwt Cebucoregio's als een goede basis voor hotelladders.

In grote lijnen is dit verzorgingsgebied ook van toepassing op zakelijke bezoekers. Zij zijn meer nog dan de toeristische doelgroepen (die soms het landelijk gebied prefereren) gericht op de hoofdkernen en centrumsteden. Weert behoort daar, met ruim 50.000 inwoners en bijna 25.000 banen, zeker ook toe.

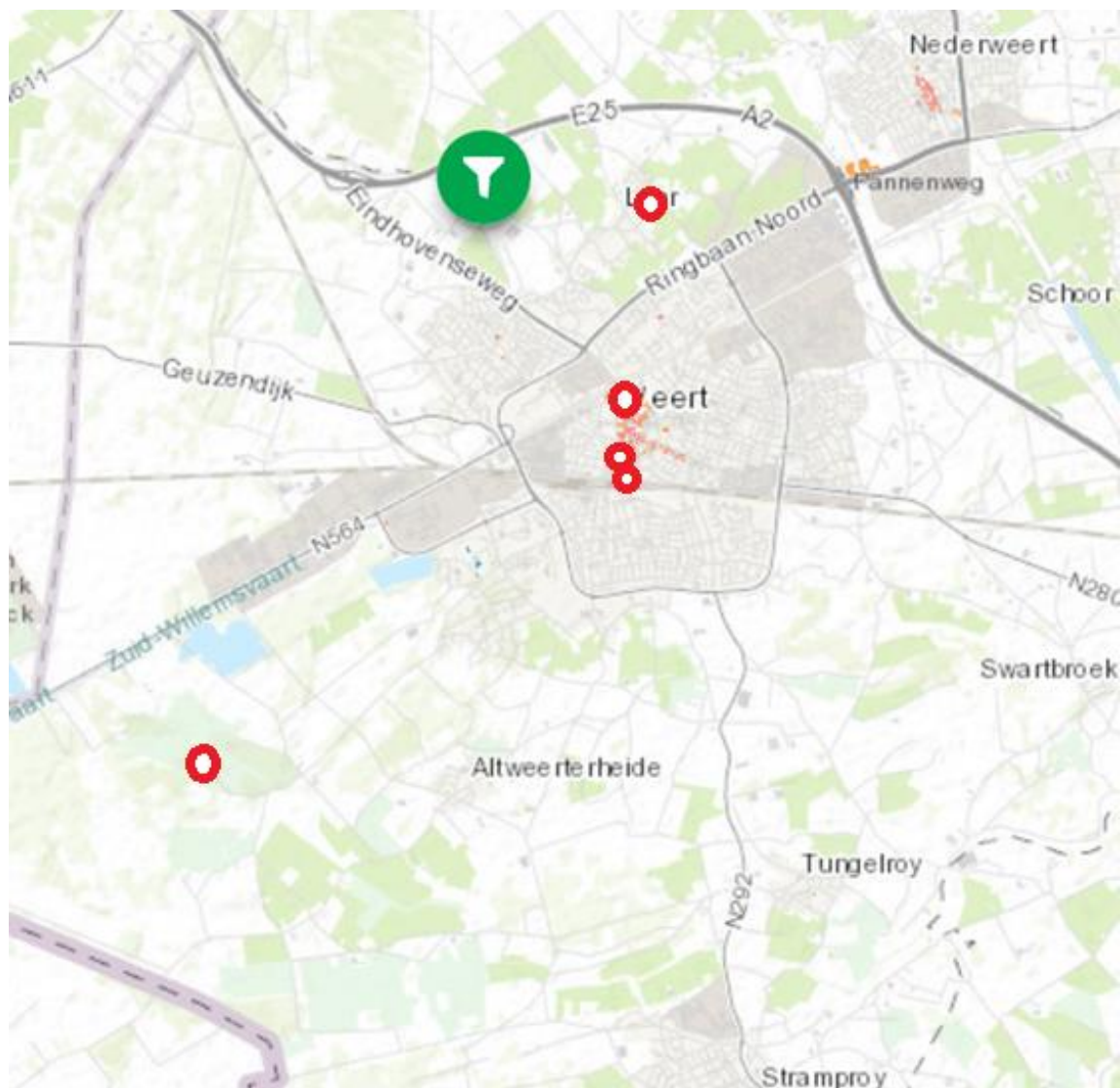
²⁷ Bron: CBS (OVIN '10-'13)

Bijlage 6: Plancapaciteit functieaanduiding 'Hotel' in de primaire regio Weert

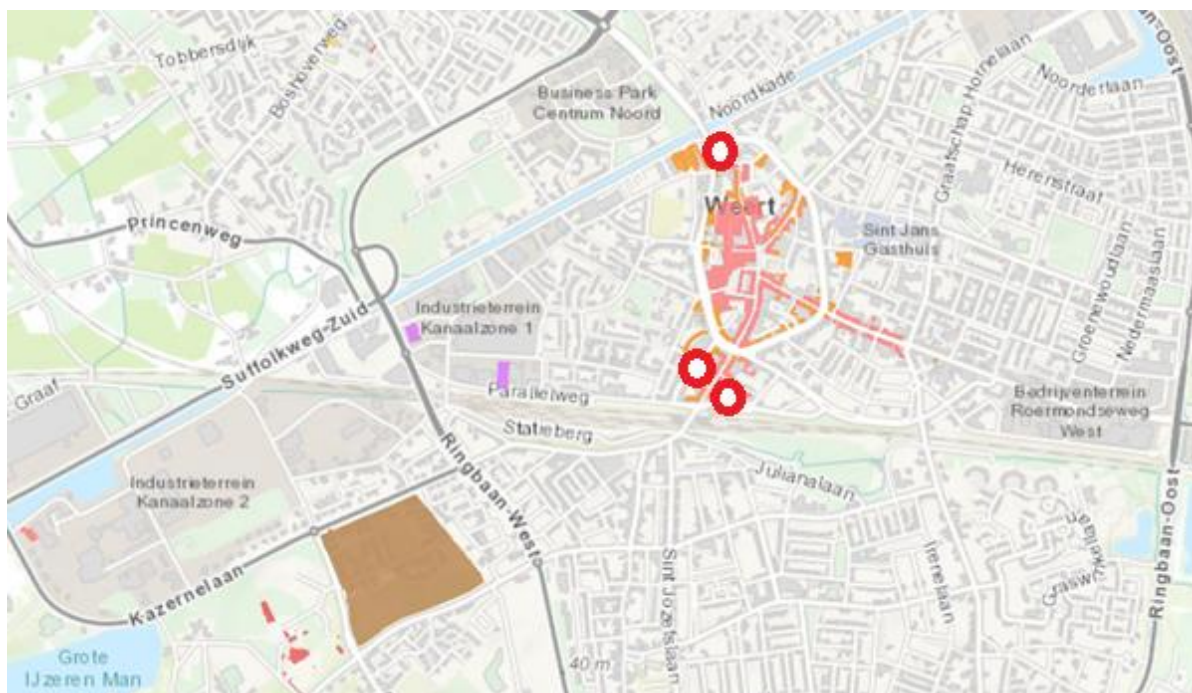
Output plancapaciteit functie Hotel gemeente Cranendonck en gevestigde hotels (screenshot)



Output plancapaciteit functie Hotel gemeenten Weert en gevestigde hotels (screenshot)



Output plancapaciteit functie Hotel Weert centrum en omgeving en gevestigde hotels (screenshot)



Output plancapaciteit functie Hotel gemeente Nederweert en gevestigde hotels (screenshot)

