

Model ontwikkeld voor locatiekeuze nieuwe hotels

LOCATIES VAN HOTELS IN STEDEN SLUITEN VAAK NIET AAN OP WENSEN VAN GEBRUIKERS

CHANTAL VAN DEN BERKMORTEL EN GRÉ BEEKERS

Een hotelondernemer of -keten moet op de hoogte zijn van de ontwikkelingen die op de hotelmarkt gaande zijn. Dat geldt voor de (veranderende) wensen van de klant ten aanzien van de prijs, kwaliteit, faciliteiten en dergelijke, maar zeker ook voor meer structurele kenmerken van een hotel zoals de locatie. De beslissing om op een bepaalde plaats een hotel te beginnen dient dan ook goed afgewogen te worden. Het blijkt echter dat de locaties van hotels in de Nederlandse steden veelal niet overeenkomen met de voorkeuren van de hotelgebruikers.

Het aantal plannen voor nieuwbouw en uitbreiding van hotels stijgt jaarlijks. Medio 1988 stonden 275 plannen op stapel. Sindsdien is het aantal plannen gestegen van 312 in 1989 tot 344 in 1990. Een groot deel van deze plannen zal niet gerealiseerd worden, maar omdat de vraag niet evenredig met het aanbod meegroeit zal de concurrentie op de hotelmarkt toch steeds verder toenemen.

Eén van de meest succesbepalende factoren voor een hotel is de locatie. Vanuit concurrentie-oogpunt is het dus van groot belang dat de hotelondernemer of -keten die aan nieuwbouw of uitbreiding denkt, op de hoogte is van de locatievoorkeuren van hotelgebruikers. Het probleem is echter dat daar tot dusver slechts weinig over bekend is.

WENSEN

In opdracht van Bureau Kappelhoff is daarom een onderzoek gehouden naar de wensen die hotelgebruikers hebben ten aanzien van de locatie van een hotel. Op basis van de onderzoeksresultaten is tevens een model ontwikkeld, dat als hulpmiddel kan fungeren bij de locatiekeuze voor nieuwe hotels.

Naast de locatievoorkeuren van hotelgebruikers werd onderzocht in welke mate de locatie van bestaande en nieuwe hotels overeenstemmen met deze voorkeuren. De indruk bestaat dat deze wijze van onderzoek, waarbij gedacht wordt vanuit het marketingconcept waarin de wensen en

behoeften van de potentiële klant centraal staat, weinig wordt toegepast. De keuze voor hotellocaties vindt vaak nog productgericht, in plaats van marktgericht plaats. Veelal spelen hierbij toevallige factoren zoals beschikbaarheid van grond, financiële middelen en dergelijke een veel belangrijker rol dan de voorkeur van de consument.

TWAALF STEDEN

Het onderzoek richtte zich op stedelijke hotellocaties, aangezien vraag en aanbod juist daar erg groot zijn. Ook in het licht van de herwaardering van de stad als toeristisch-recreatieve omgeving lijkt deze keuze gerechtvaardigd. Besloten is om in eerste instantie het onderzoek toe te spitsen op stedelijke knooppunten. Op basis van het aantal en de variatie van hotels en nieuwbouw- en uitbreidingsplannen, werden de volgende twaalf steden geselecteerd: Amsterdam, Rotterdam, Den Haag, Utrecht, Eindhoven, Groningen, Nijme-

gen, Enschede, Arnhem, Breda, Maastricht en Heerlen. Tabel 1 geeft een overzicht van de omvang van de hotellerie in deze steden. Voor het verkrijgen van inzicht in de locatievoorkeuren van hotelgebruikers is een grootschalige enquête uitgevoerd, die zich richtte op de vraagzijde van de hotelmarkt. In dit kader zijn met ruim 200 representanten van bedrijven en organisaties uit het zakelijke, congres- en toeristische segment persoonlijke gesprekken gevoerd en telefonische enquêtes afgenomen. De representanten, werkzaam voor grote bedrijven, congresorganisatiebureaus, VVV's en inkomende touroperators, zijn intermediairs die de hotelboekingen voor de hotelgebruikers verrichten.

ENQUÊTE

Op basis van de enquêteresultaten zijn de voorkeuren van de drie segmenten voor stedelijke hotellocaties in kaart gebracht. Hierbij is een tweedeling aangebracht in



Een recent gebouwd hotel in Amsterdam. In Amsterdam, Rotterdam en Den Haag komt de locatie van nieuwe hotels voor een groot deel tegemoet aan de voorkeur van de bezoekers. Foto: Martijn Gallenkamp

Tabel 1: Aantal logiesverstrekkende bedrijven, totaal en per 100.000 inwoners, in geselecteerde steden (tussen haakjes het aantal hotels).

	TOTAAL		PER 100.000 INWONERS	
	aantal bedrijven	aantal bedden	aantal bedrijven	aantal bedden
Amsterdam	312 (270)	24769	44,9	3566
Rotterdam	69 (52)	3529	12,0	612
Den Haag	132 (82)	6453	29,7	1454
Utrecht	36 (17)	1806	15,6	783
Eindhoven	16 (15)	1690	8,4	886
Groningen	10 (6)	613	6,0	365
Nijmegen	12 (7)	517	8,3	356
Enschede	16 (11)	1000	11,0	689
Arnhem	22 (12)	1293	17,1	1003
Breda	17 (14)	978	14,0	806
Maastricht	21 (20)	1755	18,0	1508
Heerlen	16 (14)	996	16,9	1057
Nederland totaal	2990	135957	20,2	918

Bronnen: Bedrijfschap Horeca, 1989 en CBS, 1989

enerzijds de drie grote steden Amsterdam, Rotterdam en Den Haag en anderzijds de overige geselecteerde stedelijke knooppunten. Dit vanwege verschillen in omvang en structuur tussen deze beide onderscheiden clusters. In tabel 2 zijn de voorkeuren schematisch weergegeven. Duidelijk blijkt zowel bij zakelijke als toeristische hotelgasten een sterke voorkeur voor centrumlocaties te bestaan. In de drie grote steden is deze overheersende voorkeur, met name bij zakelijk bezoek, nog sterker dan bij de overige stedelijke knooppunten. De belangrijkste redenen die zakelijke bezoekers voor deze locatievoorkeur noemen zijn uitgaansmogelijkheden, bereikbaarheid en afstand tot het bedrijf. Bij toeristen is vooral van belang: doel van bezoek en vervoerswijze. Congresdeelnemers hebben een voorkeur voor zowel centrumlocaties als congreslocaties (zoals RAI, MECC of Congresgebouw Den Haag). Belangrijke factoren van invloed op deze voorkeur zijn: afstand tot de congresaccommodatie, uitgaansmogelijkheden en bereikbaarheid.

DISCREPANTIE

Ter beantwoording van de tweede onderzoeksvraag is een vergelijking gemaakt tussen de locatievoorkeuren van de potentiële hotelgasten met de huidige hotellocaties. Daarnaast is een vergelijking gemaakt tussen de voorkeuren en de locatie van nieuwbouw- en uitbreidingsprojecten. Daaruit blijkt dat de locaties van bestaande hotels in Amsterdam, Rotterdam en Den Haag in grote lijnen overeenkomen met de locatievoorkeuren. De locatie van nieuwbouwprojecten, gerealiseerd vanaf 1988, wijkt echter enigszins af van de locatievoorkeuren. Met name in Amsterdam en Rotterdam zijn verschillende hotels gerealiseerd op centrumlocaties, maar nieuwe congres- en stationslocaties ontbreken. De locatie van hotels die een uitbreiding hebben ondergaan komt daarentegen weer wel overeen met de locatievoorkeuren. In de overige stedelijke knooppunten wijkt de locatie van zowel bestaande als onlangs gerealiseerde ho-

tels aanmerkelijk af van de locatievoorkeuren van de hotelgebruikers. Het nieuwe aanbod van hotels met een perifere- en uitvalsweglocatie is groter dan de vraag, terwijl het aanbod van hotels met een centrum, stations- of attractiepuntlocatie aanmerkelijk geringer is dan de vraag. Daarnaast lijken de vele nieuwbouw- en uitbreidingsprojecten in de periferie niet tegemoet te komen aan de voorkeur van hotelgebruikers voor centrum- en stationslocaties.

Overigens dienen deze algemene voorkeuren, op specifiek lokaal niveau genuanceerder te worden beschouwd. Ter illustratie: in een stad met circa 300.000 overnachtingen, waar slechts 10% een voorkeur heeft voor een perifere locatie, levert dit toch 30.000 overnachtingen op. Ofwel: (ruim) voldoende draagvlak voor een hotel met ruim 100 kamers!

MODEL

Als afsluiting van de studie is een stedelijk locatiemodel ontwikkeld dat als hulpmiddel kan fungeren bij de locatiekeuze voor nieuwe hotels.

Tabel 2: Voorkeuren van hotelgebruikers, per segment, voor bepaalde locaties in de drie grote steden en de overige onderzochte stedelijke knooppunten

Locatie	Amsterdam, Rotterdam en Den Haag					Locatie	Overige stedelijke knooppunten				
	C	U	A	S	P		C	U	A	S	P
Segmenten:											
ZAKELIJK	***			*	*	ZAKELIJK	**	*		*	*
CONGRES	*		***	*		CONGRES	**		**	*	
TOERISTISCH	***		*		*	TOERISTISCH	***		*	*	

* = lichte voorkeur ** = matige voorkeur *** = sterke voorkeur

Onderscheiden locaties :

C = Centrumlocatie;

U = Uitvalsweglocatie; ligging aan belangrijke uitvals- c.q. doorgangswegen van de stad;

A = Attractiepunt/congreslocatie;

S = Stationslocatie;

P = Perifere locatie; ligging buiten de bovengenoemde locaties (inclusief ringweglocaties).

Bron: Chantal van den Berkmortel en Gré Beekers

Via het model kunnen de mogelijkheden van de verschillende locaties binnen de stad geanalyseerd worden. Hierbij wordt rekening gehouden met het beoogde marktsegment en het kwaliteits-, prijs- en faciliteitenniveau.

In het model is een groot aantal elementen van de vraag- en aanbodzijde van de hotelmarkt opgenomen zoals:

- omvang van de totale vraag;
- verdeling van de vraag over de verschillende segmenten;
- verdeling van de hotelovernachtingen per segment over de onderscheiden locaties;
- concurrerend aanbod (per locatie en/of prijs- en kwaliteitsniveau).

De invulling van het model komt tot stand door kwantitatieve analyse van (bestaand) cijfermateriaal, aangevuld met een kwalitatieve analyse op basis van interviews met representanten van bedrijfsleven, gemeente, VVV en congresbureau(s). Uiteindelijk kan het locatiemodel worden aangewend om te komen tot een hotellocatie die meer in overeenstemming is met de wensen van de beoogde hotelgebruikers.

Uit de onderzoeksresultaten komt duidelijk naar voren dat in een aantal steden een discrepantie bestaat tussen de locatie van bestaande en nieuwe hotels en de locatievoorkeuren van hotelgebruikers. Dit terwijl de locatie van een hotel veelal van doorslaggevend betekenis is voor het succes van het hotel. Een weloverwogen locatiekeuze, voorafgaand aan de realisering van een nieuw hotel, is dan ook een must.

Chantal van den Berkmortel is economisch-geograaf en werkzaam als project-manager bij onderzoeksbureau STEC in Nijmegen; voorheen was zij stagiaire/free-lance medewerker bij Bureau Kappelhoff in Breda. Gré Beekers werkt bij laatstgenoemd bureau als onderzoeksmedewerker/adviseur.

Dit artikel is een bewerking van een studie in opdracht van Bureau Kappelhoff, dat gespecialiseerd is in onderzoek naar recreatieve en publieksgerichte projecten. Het rapport is te bestellen via telefoonnummer 076-221480.