

## Hotelbeleid Rotterdam: wakker worden in een wereldstad

De Raad van de gemeente Rotterdam,

gelezen het voorstel van het burgemeester en wethouders van 25 mei 2021 (raadsvoorstel nr. 21bb005973); raadsstuk 21bb007482;

gelet op:

- artikel 147 van de Gemeentewet;
- de ambities van goede groei in de omgevingsvisie en de gewenste balans tussen rust en reuring en spreiding toeristen in de Visie Toerisme;

overwegende, dat de sterke groei van toeristen in de afgelopen jaren vragen heeft opgeroepen ten aanzien van de balans tussen rust en reuring, Rotterdam een gastvrije stad wil blijven én een prettig leefklimaat voor de Rotterdammer wil bieden, hotels met een sterke match tussen concept en locatie verspreid over de stad een bijdrage kunnen leveren aan wijken en gebieden;

besluit:

- het hierbij behorende “Hotelbeleid Rotterdam: wakker worden in een wereldstad” vast te stellen, waarin de volgende ambities worden verwoord:
  - o Er wordt ingezet op spreiding van nieuwe hotels over de stad.
  - o Vestiging van nieuwe hotels wordt in grote delen van het centrum beperkt.
  - o Inzetten op het juiste type hotel op de juiste plek, waarbij rekening wordt gehouden met de impact op het gebied evenals aantoonbaar draagvlak.
  - o Het hotelbeleid dient als voorzienbaar kader en wordt gebruikt om nieuwe bestemmings- en omgevingsplannen ten aanzien van de hotelfunctie te toetsen.
  - o Nieuwe hotelinitiatieven worden getoetst aan dit hotelbeleid.

### 0. SAMENVATTING

Rotterdam is gegroeid en heeft zich steeds meer ontwikkeld als aantrekkelijke plek om te wonen, werken en recreëren. Niet alleen het inwonertal van Rotterdam nam toe, ook het aantal banen en het aantal bezoekers steeg. De stad trok jaar na jaar meer gasten uit binnen- en buitenland, die per saldo ook meer overnachtingen boekten. Waar Rotterdam voorheen vooral zakelijk gasten aantrok, heeft de stad de afgelopen jaren steeds meer toeristen mogen verwelkomen. Tot het moment dat we te maken kregen met Covid-19, was de verwachting dat de groei van het aantal gasten ononderbroken zou doorzetten en dat het benodigde aantal kamers richting 2028 tot ruim 10.000 kamer zou toenemen. De crisis als gevolg van de pandemie heeft echter grote effecten op de economie in zijn algemeenheid en het functioneren van de toeristische en hotelsector in het bijzonder. De hotelsector staat sinds maart 2020 in de overlevingsstand en er is nog veel onzekerheid. Waar rond de zomer van 2020 een gematigd positieve verwachting ontstond ten aanzien van herstel vanaf 2022, heeft de tweede golf van het najaar van 2020 en een lockdown in de eerste helft van 2021 gezorgd voor minder optimisme. Herstel zal naar verwachting de komende jaren het centrale thema zijn in de sector.

‘Goede groei’ is de centrale opgave waar Rotterdam met de omgevingsvisie op inzet. In de Visie Toerisme (2020), het Horecabeleid en de Horecagebiedsplannen ligt niet voor niets nadruk op een goede balans tussen rust en reuring. In navolging hiervan, en vanwege de veranderingen in de maatschappij, is de ontwikkeling van beleid voor de hotelsector óók in deze tijd van onzekerheid belangrijk voor de stad. Een passend hotelaanbod dat bijdraagt aan de economische en toeristische uitdagingen voor de stad, vraagt om concrete ambities en sturing. Juist daarom is het nu voor de hotelsector in Rotterdam belangrijk dat de balans tussen rust en reuring centraal wordt gesteld en dat kansen worden benut om de uniciteit van gebieden in de stad te etaleren.

#### Spreiding

Tot nu toe verblijven gasten in Rotterdam vooral in hotels in de binnenstad. Ter bevordering van de levendigheid zijn nieuwe hotels in het verleden namelijk vooral in het centrum ontwikkeld. De binnenstad is immers voor meerdere doelgroepen interessant. De aanhoudende groei van gasten was aanleiding om deze strategie te herzien. Om een gastvrije stad te blijven is een passend en over Rotterdam verspreid hotelaanbod met een sterke match tussen concept en locatie nodig. Anders gezegd: een gedifferentieerd

aanbod zodat gasten een verblijf kunnen kiezen dat past bij het doel van hun bezoek. Bijkomend voordeel van die spreiding over de stad is dat hotels op die manier ook als versneller werken voor de ontwikkeling van specifieke wijken of gebieden. Zo dragen nieuwe hotels bij aan een goed vestigingsklimaat voor bedrijven in Rotterdam, alsook aan de lokale leefbaarheid en lokale economie.

### **Ambities en uitgangspunten**

Het hotelbeleid kent vier ambities:

- A. Een gecontroleerde groei van de hotelsector verspreid over de stad. De focus verschuift van de Binnenstad naar andere delen van de stad. Hotelontwikkelingen in de Binnenstad zijn onder voorwaarden (rond Centraal station, Coolsingel, Blaak) alleen nog wenselijk in het gedefinieerde business district en het Rijnhavenkwartier.
- B. Spreiding van hotels en vestiging van specifieke typen hotels passen bij het karakter van de omgeving. In 2030 is het aantal hotels in en buiten de binnenstad meer met elkaar in balans.
- C. Nieuwe hotels dragen bij aan de ambities van Rotterdam.
- D. Aan nieuwe initiatieven wordt pas medewerking verleend als aangetoond is dat er sprake is van draagvlak (economisch en maatschappelijk) en daarmee aannemelijk is dat de impact op gebieden aanvaardbaar is.

Een nieuw hotel is kansrijk als de locatie positief scoort op de volgende onderdelen:

1. Is de locatie onderdeel van een gebied zoals opgenomen in de Strategische erkenning Verstedelijking voor Rotterdam?<sup>1</sup>
2. Is de locatie gelegen in een aangewezen business district?
3. Is de locatie, afhankelijk van het type hotel, goed bereikbaar (voornamelijk) met hoogwaardig openbaar vervoer?
4. Past het hoteltype in de (woon)omgeving? Sluit het goed aan op de buitenruimte? Is er een (openbaar toegankelijke) horecavoorziening?
5. Is de locatie gelegen in een zone met recreatief perspectief?

Daarnaast is een nieuw hotel kansrijk als het pand en de exploitatie positief scoren op de bijdrage aan werkgelegenheid voor Rotterdammers (sociaal ondernemen) en op leefbaarheids- en duurzaamheidsaspecten (certificaten, energielabels).

### **Samen**

De gemeente kan dit beleid niet alleen tot een succes maken. De kennis, ervaring, ondernemingszin en creativiteit uit de markt is van essentieel belang. De gemeente vraagt het MKB om kansen te ontdekken en te innoveren. Samen zorgen we voor een levendige en leefbare stad vol economische kansen voor alle Rotterdammers. Van historisch Delfshaven tot Feijenoord en van de rivieroever tot Hoek van Holland.

## **1. INLEIDING**

### **1.1 AANLEIDING**

In de afgelopen jaren is Rotterdam gegroeid en heeft zich steeds meer ontwikkeld als een aantrekkelijke plek om te wonen, werken en recreëren. De (internationale) toeristische aantrekkingskracht van Rotterdam is daardoor versterkt. Dit, samen met de van oudsher aanwezige zakelijk georiënteerde hotelmarkt, leidde de afgelopen jaren tot een forse groei van de hotelsector in Rotterdam. Zowel het aanbod van hotels als de kamerprijs en de bezettingsgraad steeg. Rotterdam trok jaar na jaar meer gasten naar de stad die per saldo ook meer overnachtingen boekten. De groeiende vraag naar logies in Rotterdam leidde tot een lichte stijging van de bezettingsgraad van hotels. Om een gastvrije stad te blijven, is een passend en gespreid hotelaanbod in Rotterdam nodig. Dit beleidskader dient om deze ontwikkelingen richting te geven en is een bouwsteen voor de Omgevingsvisie Rotterdam.

### **1.2 HISTORIE**

In het verleden heeft de gemeente niet actief gestuurd op de komst van nieuwe hotels. Nieuwe initiatieven voor hotels werden getoetst op basis van een Hotel Toetsingskader (2016). In dit kader werden hotelinitiatieven zowel op ruimtelijke als kwalitatieve aspecten beoordeeld. Concentratie van hotels in de binnenstad, en in mindere mate op de Kop van Zuid, rond Ahoy en in Hoek van Holland, was uitgangspunt van het hotelkader. Tot nu toe was de hotelmarkt in Rotterdam in balans. De bezettingsgraad van hotels steeg licht zonder dat er sprake was van een tekort aan hotelkamers. Alleen tijdens piekperiodes van (inter)nationale congressen en evenementen in Ahoy en in Den Haag was er een tekort aan hotelkamers in Rotterdam.

1 ) <https://www.rotterdam.nl/wonen-leven/goede-en-slimme-groei/>; [https://rotterdam.raadsinformatie.nl/document/7827160/1/s19bb017999\\_3\\_50801\\_tds](https://rotterdam.raadsinformatie.nl/document/7827160/1/s19bb017999_3_50801_tds)

Voorheen zijn met name in het centrum veel hotels ontwikkeld. De gedachte was dat hotels in de binnenstad voor meerdere doelgroepen interessant zijn en dat ze de levendigheid in de binnenstad zouden bevorderen. De ontwikkeling die Rotterdam recent heeft doorgemaakt als stad om te wonen, werken, verblijven en recreëren is aanleiding voor nieuw hotelbeleid. Dit hotelbeleid hangt samen met de ambities van de Visie Toerisme (2020). De spreiding van bezoekers en activiteiten over de stad is hierin één van de uitgangspunten, evenals de ontwikkelingen in de Rotterdamse economie, de verdichting van de binnenstad en het horecabeleid voor Rotterdam. Het hotelbeleid richt zich alleen op hotels en short stay appartementen die gebruikt worden als hotel, niet op particuliere vakantieverblijf van woningen of andere vormen van verblijf in de stad.

### 1.3 ACTUALITEIT COVID-19

De situatie in de hotelsector wordt momenteel overschaduwd door de effecten van de Covid-19 pandemie. Contactbeperkende maatregelen en sluiting van voorzieningen zijn de oorzaken van een fors dalende bezettingsgraad en omzet in de hotelsector. Dit heeft grote gevolgen voor de hotelsector en de ambities voor de komende jaren. Waar de marktontwikkelingen van de afgelopen jaren de verwachting hebben gevoed dat het aantal hotelovernachtingen in Rotterdam de komende jaren verder zou toenemen, is dat door Covid-19 onzeker. Voor de korte tot middellange termijn ligt de uitdaging op herstel. Mogelijke groei van het aantal bezoekers ten opzichte van de situatie in 2019 is komende jaren naar verwachting nog niet aan de orde.

Tot 2020 was de verwachting dat het aantal hotelovernachtingen de komende jaren verder zou toenemen en dat daarmee potentie zou ontstaan om door te groeien naar ruim 10.000 hotelkamers (2028) in de stad. De Covid-19 pandemie heeft de hotelmarkt stevig geraakt en daarom is de verwachting voor de toekomst minder zeker dan in 2019 werd voorzien. Veel is afhankelijk van hoe het virus zich de komende periode ontwikkelt en welke effecten vaccinatieprogramma's hebben op toeristische en zakelijke reizen. Om marktpotentie voor de hotelsector in Rotterdam te benaderen, zijn drie ontwikkelscenario's opgesteld (Bijlage C). Elk scenario gaat uit van eenzelfde patroon: eerst een (zeer) sterke daling, gevolgd door een periode van herstel en uiteindelijk van groei.

De ontwikkeling van de Covid-19 pandemie, met een tweede golf in het najaar van 2020 en een lockdown in de eerste helft van 2021, is van grote invloed op de scenario's voor herstel van de sector. Hoewel de toekomst onzeker is, worden er voor de lange termijn toch kansen voor groei van de hotelmarkt in Rotterdam voorzien. De gemeente gaat er, mede op basis van input vanuit de hotelmarkt, echter wel vanuit dat de effecten op korte tot middellange termijn groot zijn en dat vlot herstel niet de realiteit lijkt. Hoe snel de toeristische en de zakelijke markt zich herstellen vanaf het moment dat het virus in kracht afneemt en vaccinatieprogramma's worden uitgerold, is nog onzeker. Duidelijk is wel dat 2021 en 2022 vermoedelijk nog in het teken staan van daling. Het verloop is nog niet zeker en daarom is het voor de ontwikkeling van de sector in de nabije toekomst belangrijk de vraagontwikkeling te blijven monitoren en eventuele uitbreiding van de sector in dat licht te bezien.

### 1.3 RELATIE MET TOERISTISCHE EN ECONOMISCHE ONTWIKKELING

#### Toerisme

Toerisme is in Rotterdam geen doel op zich, maar een middel om ambities ten aanzien van leefbaarheid, lokale economie, duurzaamheid en authenticiteit te realiseren. Rotterdam wil een gastvrije stad blijven en zo de hele stad laten profiteren van het groeiende toerisme. De Visie Toerisme (2020) onderscheidt veertien handelingsperspectieven (Bijlage A). Het gaat daarbij om zaken als verduurzaming, innovatieve concepten, balans tussen rust en reuring, nieuwe werkgelegenheid en een aantrekkelijk vestigingsklimaat. Dit betekent concreet dat 'nieuwe' hotels in dienst staan van de ontwikkeling van de stad en moeten bijdragen aan de toeristische doelstellingen. Nieuwe hotels zijn net als toerisme dus geen doel op zich, maar een middel om gewenste doelgroepen naar Rotterdam te trekken en/of bij te dragen aan economische versterking van de stad.

#### Horeca

Voorheen hadden hotels in Rotterdam geen horeca-exploatievergunning nodig, omdat zij zich met horecafuncties vooral op de interne hotelgast richtten. Met lounges, bars en restaurants bedienen zij echter steeds meer niet-hotelgasten. Dit thema wordt daarom meegenomen in het horecabeleid. Concreet betekent het dat de categorie vergunningsvrij niet meer mogelijk is op locaties waar de levendigheid en leefbaarheid onder druk staan. Eventueel benodigde exploitatievergunningen worden dus in het horecabeleid ondervangen en om die reden verder niet in het hotelbeleid behandeld.

#### Economie

De economie van Rotterdam heeft een brede basis, van havenactiviteiten tot diensten in de ICT en het MKB. Met het oog op de toekomst liggen de economische kansen in Rotterdam op het terrein van digitaal, duurzaam en circulair (Roadmap Next Economy). De voorspelling is dat het inwonertal van Rotterdam groeit van 640.000 nu naar 700.000 inwoners in 2030. Om ervoor te zorgen dat Rotterdamers aan het

werk kunnen, investeert de gemeente in een goed vestigingsklimaat voor bedrijven en in het ontwikkelen van Rotterdams talent. Zo biedt Rotterdam werkgelegenheid op alle niveaus.

Rotterdam wil bedrijven aantrekken die de ecosystemen versterken of aanvullen en een belangrijke bijdrage kunnen leveren aan de ontwikkeling van nieuwe economie. In relatie tot de nieuwe economie verandert ook deels de rol van de stad, onder andere doordat steeds meer internationale werknemers (tijdelijk) in de stad verblijven. De verwachting van de Erasmus Universiteit is dat er tot 2035 gemiddeld 70.000 extra banen op middelbaar en hoger niveau bij komen in de stad. Een onderscheidend hotelaanbod kan in aard en omvang bijdragen aan de economische doelstellingen om bedrijven en congressen aan te trekken. Voorzieningen als hotels zijn deels randvoorwaardelijk voor andere economische activiteiten. De nieuwe economie brengt bovendien ook maatschappelijke veranderingen met zich mee. We willen een inclusieve samenleving. Deze 'Next Society' wordt gestimuleerd via de Rotterdamse wijkaanpak. De hotelsector kan hier een verbindende positie innemen, omdat deze werk biedt aan veel lagen van de beroepsbevolking.

De MICE-markt (de zakelijke en congresmarkt voor Meetings, Incentives, Conventions & Exhibitions) is in Rotterdam een belangrijk onderdeel geweest. De ontwikkelingen, ook ten aanzien van deze sector, staan niet stil. Identiteit en focus op de bezoekerservaring worden steeds belangrijker. Anders dan in het verleden zal de MICE markt steeds meer gebruik maken van hybride concepten voor ontmoeten; zowel fysiek als digitaal. (IAB 2021) Een goed en passend hotelaanbod is nodig om de MICE markt optimaal te bedienen.

## 2. AMBITIES

### 2.1 DOELSTELLING EN UITGANGSPUNTEN

Een goede balans tussen levendigheid (economische en toeristische ontwikkeling) en leefbaarheid (mogelijke overlast voor Rotterdammers / druk op de openbare ruimte) is belangrijk. De aanwezigheid van een hotel zorgt voor een zelfstandige stroom van bezoekers op verschillende momenten van de dag. Dit kan zowel een positief als een negatief effect hebben op de leefbaarheid in de (woon)omgeving van het hotel. Bewoners in het centrum, onder andere rondom de Witte de Withstraat, ervaren deze druk bijvoorbeeld door stapeling van functies voor bezoekers.

Voor een goede balans tussen levendigheid en leefbaarheid is het nodig om de groei van de hotelmarkt te reguleren: enerzijds door de verdeling over de stad te optimaliseren en anderzijds door een maximum te stellen aan het aantal (nieuwe) hotelkamers in het centrum van de stad. Uitgangspunt bij het spreiden van hotels over de stad is dat een hotel moet passen bij het karakter, de schaal en identiteit van de directe omgeving. Het type hotel moet van toegevoegde waarde zijn voor een gebied. Zo past in het Business District (rond centraal station, Coolingsingel, Blaak)<sup>2</sup> een ander type hotel dan in het hart van Feijenoord of Hoek van Holland. Gebiedsgerichte uitwerking en maatwerk is daarom het uitgangspunt.

Het hotelbeleid zet concreet in op:

- A. Een gecontroleerde groei van de hotelsector over de stad, met de ambitie voor spreiding van hotelaanbod ook buiten het centrum. In het centrum is toevoeging van hotelaanbod op de meeste plekken niet gewenst, met uitzondering voor het gedefinieerde Business District en het Rijnhavenkwartier (zie beleidskaart). Gerekend vanaf 1 januari 2021 geldt daarbij een maximale toevoeging van 1.500 kamers in het Business District in het centrum van de stad en maximaal 500 extra hotelkamers in het Rijnhavenkwartier.
- B. Een betere spreiding van hotels passend bij het karakter van gebieden. In 2030 is de verhouding van hotels binnen en buiten het centrum beter met elkaar in balans;
- C. Een bijdrage van nieuwe hotels aan de ambities van Rotterdam.
- D. Het mogelijk maken van nieuwe hotels indien er aantoonbaar draagvlak is (economisch en maatschappelijk) en de impact op de directe omgeving aanvaardbaar is.

#### A. GECONTROLEERDE GROEI

De hotelmarkt heeft door de Covid-19 pandemie een flinke tegenslag te verwerken gekregen. De scenario's gaan voor de korte termijn uit van een daling. De verwachting is echter wel dat dit op termijn kantelt naar herstel en vanaf dan weer groei. De toeristische ambities van Rotterdam zijn ondanks de huidige situatie niet veranderd, dus wil de stad wanneer dit weer mogelijk is graag (inter)nationale gasten verwelkomen. Wanneer dit moment precies komt is ongewis, maar Rotterdam wil klaar staan met een kwalitatief passend hotelaanbod. Tot 2022/ 2023 zal de hotelmarkt de gevolgen van de crisis voelen en zal een pas op de plaats nodig zijn. Essentieel is dan ook om de ontwikkeling van de markt vraag te monitoren en de feitelijke vraagontwikkelingen als randvoorwaarde te stellen bij concretisering van de ontwikkelpotentie. Nieuwe initiatieven moeten kortweg aantonen dat zij voorzien in een specifieke

2) Zie beleidskaart in paragraaf 2.3 voor afbakening van de genoemde gebieden.

behoefte! De gemeente gaat daarom kritisch het gesprek aan met partijen die met hotelontwikkeling bezig zijn.

Groei is alleen wenselijk op specifieke locaties, die bijdragen aan de stedelijke doelen. Een verdere intensivering van hotels in het centrum is vanaf 1 januari 2021 bijvoorbeeld alleen wenselijk in het gedefinieerde Business District en op de Kop van Zuid in het Rijnhavenkwartier. Dit is in lijn met het horecabeleid en de horecagebiedsplannen, waar voor bepaalde gebieden specifiek wordt aangegeven dat verdere toename van horecaexploitatievergunningen niet is gewenst. Door concentratie van horeca en hotels dreigt anders toeristische druk, een monocultuur en daarmee overlast voor bewoners. Concreet is groei van hotelaanbod met maximaal 1.500 extra kamers onder voorwaarden mogelijk in het Business district van het centrum (zie beleidskaart); en is groei met maximaal 500 kamers in het Rijnhavenkwartier mogelijk, als onderdeel van de “Binnenstad op twee oevers”.

De toeristische visie is gericht op spreiding over de stad. Daarom zijn buiten het centrum, diverse typen hotels onder voorwaarden mogelijk. Het aantal hotelkamers buiten het centrum is niet gemaximeerd, maar moet logischerwijs voorzien in een aangetoonde behoefte vanuit vraagontwikkeling.

Eerder ingediende plannen en hotels in aanbouw kunnen desalniettemin zorgen voor toename van het aanbod ook op plekken waar dit vanuit dit beleid niet meer wenselijk is. Deze regeling geldt niet voor die gevallen waarin uit schriftelijke stappen richting de gemeente blijkt dat een hotelontwikkeling al voorafgaand aan de inwerkingtreding van deze beleidsregeling is ingezet. Belangrijk blijft dat de groei een bijdrage levert aan de kwaliteit en diversiteit van het aanbod en gefaseerd plaatsvindt. Rotterdam zal daarover met de ontwikkelende partijen in gesprek gaan om planvoorraad te heroverwegen en overaanbod te voorkomen. Daarbij zal recht gedaan moeten worden aan juridische uitgangspunten.

## B. SPREIDING VAN HOTELS OVER HET GEBIED NAAR TYPE

Hotels kunnen een positieve impuls geven aan een wijk of gebied. Daarom is de ambitie voor 2030 om het aantal hotels buiten het centrum meer in balans te brengen met het aanbod in het centrum. Dit betekent concreet een toename van het aantal hotels verspreid over de stad buiten het centrum. De komst van een hotel kan de functiemix verrijken, waardoor de wijk aantrekkelijker en levendiger wordt voor bewoners én bezoekers. Als de balans in het gebied nieuwe functies in de plint toelaat, biedt dit nieuwe kansen voor detailhandel, leegstaand vastgoed en bijzonder aanbod. In Rotterdam is het dus belangrijk dat hotelontwikkelingen passen bij het karakter van de betreffende stadswijk en aansluiten op de stedelijke doelstellingen en uitgangspunten. Anders gezegd: het ene type hotel past in het ene gebied beter dan in het andere.

Belangrijk is dat een nieuw concept écht meerwaarde moet hebben voor Rotterdam en het gebied van vestiging, dat het nieuwe gasten voor de gemeente Rotterdam aantrekt en een bijdrage levert aan de gemeentelijke ambities. Bestaande hotelexploitanten of initiatiefnemers voor nieuwe hotelcapaciteit worden aangemoedigd om met innovatieve en onderscheidende concepten te komen en overtuigend aan te tonen dat deze de markt vergroten en daarnaast uiteraard ook op de juiste en gewenste type locaties liggen.

Dit hotelbeleid onderscheidt diverse typen hotels op basis van functie, omvang en faciliteiten. Op basis van de specifieke kenmerken koppelen we deze typen hotels aan passende gebieden. De ambitie is om nieuw hotelaanbod te spreiden over de stad, aansluitend op aantrekkelijke toeristische of zakelijk interessante plekken. Zo zijn specifieke congreshotels alleen mogelijk in directe nabijheid van congreslocaties Ahoy, Doelen en Van Nellefabriek en versterken zij aantoonbaar de Rotterdamse ambities voor de MICE-markt. Nieuwe hotels zijn daarnaast onder voorwaarden mogelijk op verstedelijkingslocaties van Rotterdam en aan de rivieroevers van de Nieuwe Maas, de Rotte en de Schie. In de binnenstad zijn nieuwe hotels nog mogelijk in het Central Business District, aan de Coolsingel en aan de Blaak. In gebieden met grote druk op de openbare orde in andere delen van de binnenstad is toevoeging niet gewenst.

### Overzicht typen hotels op basis van functie, omvang en faciliteiten

TYPE A – KLEINSCHALIG EN AUTHENTIEK	TYPE B – ZAKELIJKE EN TOERISTISCHE MERKEN
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Het hotel heeft een omvang tot ca. 40 kamers</li> <li>• Hotelkamers zijn nooit kleiner dan 17m<sup>2</sup></li> <li>• Maximaal 5 personen per kamer</li> <li>• Minimaal 8 m<sup>2</sup> per persoon inclusief sanitair</li> <li>• Positionering op één- tot vijfsterrenniveau</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Het hotel heeft een omvang vanaf 100 kamers</li> <li>• Positionering op drie- tot vijfsterrenniveau</li> <li>• Ligging max 300 meter van OV: trein, metro</li> <li>• Het concept en de omvang sluiten optimaal aan bij het karakter van het gebied</li> </ul>

<ul style="list-style-type: none"> <li>Het concept en de omvang sluiten optimaal aan bij het karakter van het gebied (dit wordt mede aangetoond door participatie)</li> <li>Ligging maximaal 250 meter van OV: trein, metro, tram</li> <li>Mogelijkheden voor restaurant/bar afhankelijk van het gebied</li> </ul> <p><i>Hotel Type A wordt veelal onafhankelijk gepositioneerd, of indien aangesloten bij een keten onder een 'karakteristiek' of 'boetiek' positionering.</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Hotelkamers zijn nooit kleiner dan 18m<sup>2</sup></li> <li>Minimaal 10m<sup>2</sup> per persoon inclusief sanitair</li> </ul> <p><i>Hotel Type B is veelal aangesloten bij een (inter)nationale hotelketen, of wordt als een vergelijkbaar concept gepositioneerd.</i></p>
<p><b>TYPE C – SNELWEG, AIRPORT EN BUSINESS</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Het hotel heeft een omvang vanaf 50 kamers</li> <li>Positionering op één- tot viersterrenniveau</li> <li>Het concept en de omvang sluiten optimaal aan bij het karakter van het gebied</li> <li>Hotelkamers zijn nooit kleiner dan 17 m<sup>2</sup></li> <li>Maximaal 5 personen per kamer</li> <li>Minimaal 8 m<sup>2</sup> per persoon inclusief sanitair</li> <li>Locaties die in aanmerking komen zijn Airport, Kralingse Zoom/Brainpark, Alexanderknoop.</li> </ul> <p><i>Hotel Type C heeft veelal een locatie aan de snelweg, bij de luchthaven of bij een kantoor- of bedrijvenpark.</i></p>	<p><b>TYPE D – MEETING, INCENTIVES, CONVENTIONS, EXHIBITIONS</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Het hotel heeft een omvang van minimaal 150 kamers</li> <li>Positionering op drie- tot vijfsterrenniveau</li> <li>Het concept sluit optimaal aan en werkt samen met bestaande congresfaciliteiten zoals Ahoy, Doelen, Spaanse Polder Zuid (Van Nelle).</li> <li>Interne vergader- en congresfaciliteiten alleen wanneer marktruimte wordt aange-toond.</li> <li>Sluit aan op de MICE ambities voor de stad</li> <li>Hotelkamers zijn nooit kleiner dan 18 m<sup>2</sup></li> <li>Minimaal 9 m<sup>2</sup> per persoon inclusief sanitair</li> </ul> <p><i>Hotel Type D wordt primair gepositioneerd op de MICE-markt (Meetings, Incentives, Conventions, Exhibitions).</i></p>
<p><b>TYPE E – SHORT STAY EN APPARTEMENTENHOTEL</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Het hotel heeft zelfvoorzienende (incl. koken) kamers vanaf 20 m<sup>2</sup></li> <li>Maximaal 5 personen per kamer</li> <li>Minimaal 8 m<sup>2</sup> per persoon inclusief sanitair</li> <li>Aantal eenheden is afhankelijk van het type vestigingslocatie.</li> <li>Concept en omvang sluiten optimaal aan bij het karakter van het gebied</li> <li>Kamers zijn te huur vanaf 3 nachten</li> <li>Ligging maximaal 250 meter van OV: Trein, metro, tram</li> <li>Gasten kunnen een kamer niet langer dan 6-12 maanden huren</li> </ul> <p><i>Hotel Type E is primair gericht op gasten voor een langer verblijf, vanaf 3 nachten.</i></p>	<p><b>TYPE F – HOSTELS EN PODHOTELS</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Het hostel of podhotel heeft een omvang van maximaal 200 bedden</li> <li>Een hostel biedt slaapruidtes met meerdere (stapel)bedden; een podhotel biedt ruimtes met afgezonderde bedden conform het 'pod' of bedstee-principe</li> <li>Positionering op budgetniveau, in relatie tot de kwaliteit</li> <li>Ligging maximaal 250 meter van OV: trein, metro, tram</li> </ul> <p><i>Hotel Type F is primair gericht op een jonger, budget-bewust publiek.</i></p>

### C. BIJDRAGE AAN DE ECONOMISCHE EN DUURZAAMHEIDSAMBITIES

Nieuwe hotels moeten een bijdrage leveren aan de Rotterdamse ambities ten aanzien van o.a. duurzaamheid, circulariteit, mobiliteit en werkgelegenheid:

- *Passend bij DNA van Rotterdam*  
Nieuwe hotels passen qua type, aard en omvang bij de 'woonsfeer' (DNA) van het gebied waarin ze zich vestigen. Ze moeten van toegevoegde waarde zijn voor het betreffende gebied. Dit betekent bijvoorbeeld dat nieuwe hotels worden gekoppeld aan toeristisch kansrijke gebieden (zoals de rivieroever) gebieden met zakelijke importantie en/of rondom hoogwaardige OV-knooppunten.
- *Arbeidsmarkt en onderwijs*  
Met de verwachte groei van het hotelaanbod is groei van het aantal banen voorstelbaar. Het onderwijs in Rotterdam kan hierop inspelen met toeristische opleidingen, waarbij studenten praktijkervaring opdoen in hotels. Daarnaast biedt de hotelmarkt kansen voor mensen met een afstand tot de arbeidsmarkt. De hotels zetten zich in voor een goede match.

- *Duurzaamheid*

Hotelontwikkelingen sluiten aan op de duurzaamheidsdoelstellingen van Rotterdam. Ligging ten opzichte van hoogwaardig OV is een belangrijk uitgangspunt voor nieuwe hotels. Het inpassen van deze doelstellingen kan tijdens de ontwikkeling van nieuwe hotels, maar zeker ook bij hotels die al in gebruik zijn. Bijvoorbeeld door stimulering van OV met kortingsregelingen, fietsverhuur, duurzaamheidslabels, groene daken, alternatieve energiebronnen en milieuvriendelijke verpakkingen van verzorgingsartikelen.

**D. AANTOONBAAR DRAAGVLAK EN EEN AANVAARDBARE IMPACT VOOR DE DIRECTE OMGEVING**

‘Goede groei’, verspreid over de stad is een belangrijk uitgangspunt van het hotelbeleid. Onder voorwaarden (per type zoals gesteld bij ambitie B; en algemene kwaliteitseisen zoals gesteld onder 2.4) zijn hotels in dit hotelbeleid op diverse plekken als wenselijk getypeerd. Een juiste balans tussen rust en reuring is echter een essentieel uitgangspunt voor Rotterdam. Daarom zet Rotterdam in op het juiste type hotel op de juiste plek, waarbij rekening wordt gehouden met de impact op het gebied evenals aantoonbaar draagvlak.

**2.3 VESTIGINGSLOCATIES VOOR NIEUWE HOTELS**

Of een locatie geschikt is voor een hotelontwikkeling, is afhankelijk van meerdere aspecten. Op basis van een optelsom van de antwoorden op de volgende vragen is te bepalen welke hotelontwikkeling waar wenselijk is. Deze uitgangspunten zijn gevisualiseerd in de kaart ‘Hotelvestiging’. Dit geeft op hoofdlijnen aan waar welk type hotel in de stad wenselijk is.

Specifieke initiatieven die hier niet aan voldoen, maar wel van bijzondere waarde zijn voor de stad, kunnen op voorspraak van het college worden voorgelegd aan de gebiedscommissie. Als het initiatief positief wordt beoordeeld, is afwijking van onderstaande aspecten mogelijk.

**1. *Maakt de locatie onderdeel uit van verstedelijkingsgebieden?***

In gebieden als Merwe- Vierhavens, Kralingse Zoom, Stadionpark (in combinatie met een toekomstige oeververbinding) en nabij OV-voorzieningen als Alexanderknoop vindt verstedelijking plaats. In deze gebieden zijn nieuwe hotels onder voorwaarde van typering en fasering wenselijk. Het moment waarop deze plekken in ontwikkeling zijn, is nog niet in beton gegoten. Voor mogelijke hotelvestiging is het daarom belangrijk dat deze aansluit bij de fasering. Op de kaart zijn de locaties met toekomstige ontwikkelingen gestippeld weer gegeven.

**2. *Is de locatie gelegen in een business district?***

In het centrum van Rotterdam komen alleen het Central Business District, Coolsingel en Blaak onder voorwaarden in aanmerking voor nieuwe hotels. Dit sluit aan bij de concentratielocaties uit het kantorenbeleid. Ook in het binnenstadsmilieu op de zuidoever van de Nieuwe Maas is in het Rijnhavenkwartier onder voorwaarden nieuw hotelaanbod mogelijk.

**3. *Is de locatie, afhankelijk van het type hotel, goed bereikbaar (voornamelijk) met hoogwaardig openbaar vervoer?***

Een goede bereikbaarheid van de hotels per trein, metro en tram is belangrijk. Deze bereikbaarheid bepaalt het type hotel dat wenselijk is. Specifieke locaties vragen om maatwerk. Bijvoorbeeld Rotterdam Airport, Kralingse Zoom en de Alexanderknoop komen in aanmerking voor snelweg-, Airport- en Business hotels. Specifiek voor congreshotels komen de locaties Hart van Zuid (Ahoy) en het Central Business District nabij de Doelen in aanmerking.

**4. *Past het hotel bij de identiteit en woonsfeer van de stadswijk?***

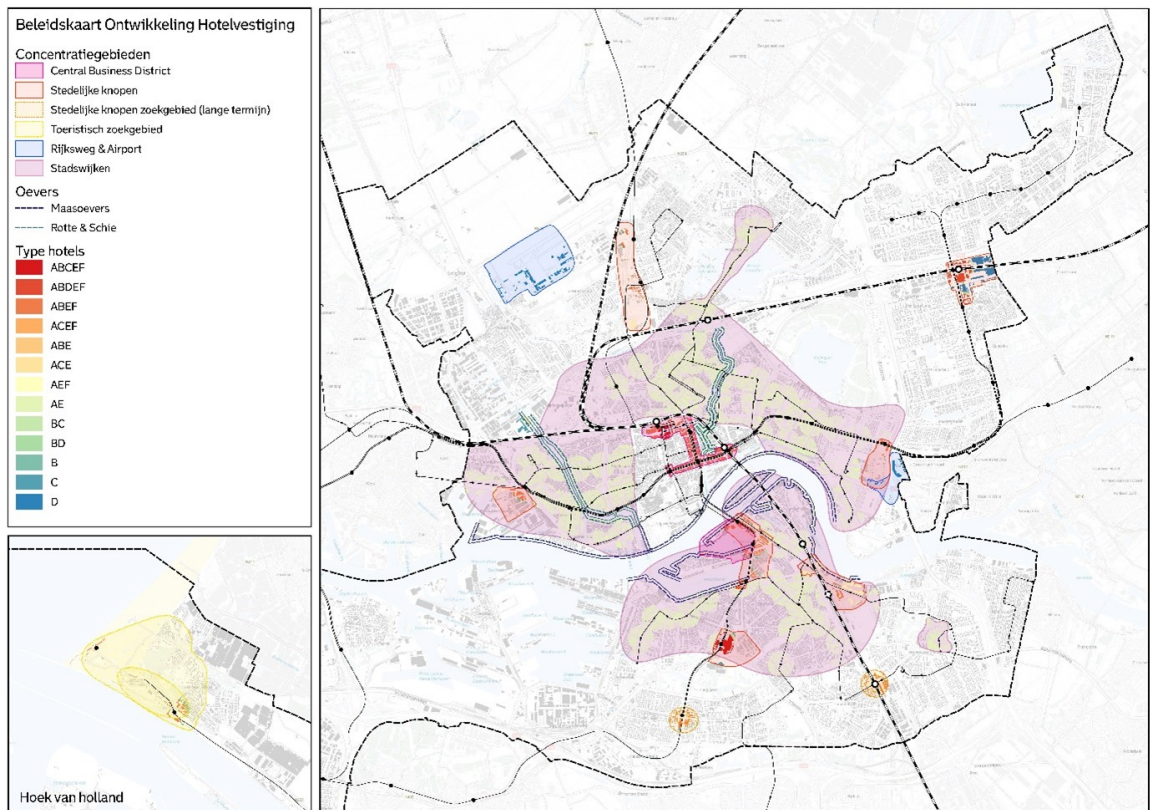
De stadswijken van Rotterdam komen in aanmerking voor vestiging van hotels. De bereikbaarheid met het openbaar vervoer is bepalend voor het hoteltype. Een stadswijk stelt meer eisen aan de inpassing van een hotel dan een hoog stedelijk gebied. Het hoteltype moet passend zijn bij de (woon)omgeving. In de blauwe gebieden van de beleidskaart zijn onder voorwaarden type A en E hotels mogelijk.

**5. *Is de locatie gelegen in een zone met recreatief perspectief?***

Met het programma Rivieroever zet Rotterdam in op het levendiger, aantrekkelijker en natuurlijker maken van de Nieuwe Maas, de Rotte en de Schie. Hotels op deze locaties dragen bij aan de ambitie om deze rivieren meer als recreatieve bestemming te ervaren. Langs de Rotte en de Schie zijn Boetiek-hotels mogelijk. Deze zijn niet afhankelijk van de afstand tot OV. Voor de Maasoevers geldt dat hotels van type A en E mogelijk zijn (waarbij de afstand tot OV eveneens komt te vervallen). Als een locatie aan de Maasoevers wel in de buurt van OV ligt (300 meter tot metro en trein) behoort een type B hotel ook tot de mogelijkheden.

De ontwikkeling van Hoek van Holland als vierseizoenenbadplaats en de komst van de metro Hoekse Lijn bieden tot slot kansen voor de doorontwikkeling van de hotelmarkt in Hoek van Holland.

**Beleidskaart ontwikkeling hotelvestiging**



**LINK: Digitale beleidskaart Hotelvestiging**

**2.4 KWALITEITSEISEN VOOR BESTAANDE EN NIEUWE HOTELS**

De kwaliteit van de Rotterdamse hotelmarkt wordt uiteindelijk bepaald door ondernemers die hotels exploiteren en de gasten herbergen. Goed gastheerschap en betrokkenheid bij het gebied waar het hotel is gevestigd zorgen voor meerwaarde voor de stad. De hotelmarkt is gebaat bij heldere afspraken en commitment van markt en overheid. Rotterdam ontwikkelt daarom de 'Rotterdamse Hotel Code', waarin wederzijdse intenties worden onderschreven die nodig zijn om tot een kwalitatief hoogstaande hotelmarkt te komen. Op basis daarvan mogen partijen elkaar aanspreken op de verantwoordelijkheid om bij te dragen aan de algemene kwaliteit.

Ook veiligheidsaspecten dienen in de te ontwikkelen Rotterdamse Hotel Code aan bod te komen. Hotel-ondernemers hebben een verantwoordelijkheid om de veiligheid van hun gasten te waarborgen én om eventuele overlast en misstanden te voorkomen. De gemeente stelt voor bijeenkomsten te organiseren in samenwerking met de Rotterdamse hotelcombinatie, om bij ondernemers van hotels meer awareness te creëren als het gaat om risico's in de branche.

Nieuwe hotels in Rotterdam zijn onder voorwaarden (zoals in dit hotelbeleid zijn benoemd) mogelijk, mits zij zich scharen achter de ambities en opgaven van de 'Rotterdamse Hotel Code'. Daarnaast geldt nadrukkelijk dat zij moeten voldoen aan specifieke kwaliteitseisen. De initiatiefnemer ondertekent de 'Rotterdamse Hotel Code' en toont daarnaast bij aanvraag aan dat het hotelconcept bijdraagt aan meerdere maatschappelijke doelstellingen.

Minimale te stellen voorwaarden:

- De ontwikkeling beschikt over een BREEAM-certificaat of equivalent daarvan.
- Het pand beschikt over minimaal energielabel C.
- Het hotel beschikt over een Green Key label.
- Het hotel voldoet aan eisen voor sociaal ondernemen, bijvoorbeeld volgens de Prestatieladder Sociaal Ondernemen (PSO) van TNO.
- Het hotel sluit optimaal aan op de openbare buitenruimte.
- Het hotel biedt publiekstoegankelijke functies die de interactie tussen hotel en omgeving bevorderen. Afhankelijk van het gebied bijvoorbeeld wellness, fitness, co-working, winkel, podium of – onder voorwaarden van het horecabeleid – horeca.



- Invulling van (fiets)parkeren, bijvoorbeeld inpandig of op eigen terrein.
- Het initiatief biedt werkgelegenheid op diverse niveaus voor Rotterdammers, waaronder voor mensen met een afstand tot de arbeidsmarkt.
- De aanwezigheid van een openbaar toegankelijk restaurant/bar is gebaseerd op de mogelijkheden in het horecabeleid en de horecagebiedsplannen.

Voor de veiligheid betekent dit:

- Volledig bijhouden van het nachtregister en dit op verzoek ter beschikking stellen aan toezichthouders.
- Het hotel heeft beleid ten aanzien van voorkomen, signaleren en melden van prostitutie en mensenhandel.
- Sociale controle en persoonlijke aandacht en gastvrijheid zijn van groot belang. Om voldoende toezicht te kunnen houden in het hotel wordt de opkomst van hotels zonder lobby, met name in drukke gebieden als het centrum, ontmoedigd.

### 3. SLOTWOORD

De toenemende aantrekkingskracht van Rotterdam biedt, ook na Corona, kansen voor de toeristische sector en de hotelbranche in het bijzonder. De gemeente wil ruimte bieden aan die groeimogelijkheden. Om te zorgen dat Rotterdam een gastvrije, levendige en vooral ook leefbare stad blijft, zijn er echter wel grenzen aan die groei. Door te toetsen en sturen op de locaties van die groei, streeft de gemeente naar het aantrekken van de juiste doelgroepen, met het juiste aanbod op de juiste plaats. Spreiding over de stad en ontwikkeling in specifieke gebieden zijn daarbij de belangrijkste uitgangspunten. Op die manier biedt de stad een gedifferentieerd aanbod dat past bij verschillende doelen van bezoek.

Dat kan de gemeente niet alleen. De kennis, ervaring, ondernemingszin en creativiteit uit de markt is van essentieel belang. Deze beleidsnotitie sluit daarom af met een oproep aan het MKB uit de sector. Help bij het ontdekken van kansen, denk mee over de werkbaarheid en omschrijving van de verschillende hoteltypen en blijf vooral innoveren. Samen zorgen we voor een levendige en leefbare stad vol economische kansen en voldoende werkgelegenheid voor alle Rotterdammers. Van historisch Delfshaven tot Feijenoord en van de rivieroever tot Hoek van Holland.

*Aldus vastgesteld in de openbare vergadering van 8 juli 2021.*

*De griffier,  
I.C.M. Broeders*

*De voorzitter,  
A. Aboutaleb*

Dit gemeenteblad is uitgegeven op 27 januari 2022 en ligt op dins-, woens- en donderdagen van 9.00 tot 13.00 uur ter inzage bij het Bestuurlijk Informatiecentrum Rotterdam (BIR), locatie Wachtruimte Timmerhuis, Halvemaanpassage 1 (trap op, melden bij Informatiebalie)  
(Zie ook: [www.bis.rotterdam.nl](http://www.bis.rotterdam.nl) – Regelgeving of Gemeentebladen chronologisch)

## Bijlage A. RAAKVLAKKEN MET VISIE TOERISME (2020)

De Visie Toerisme van Rotterdam heeft als uitgangspunt: "Zoveel mogelijk Rotterdammers plukken de vruchten van toerisme en realiseren zich dat ook." Dit gaat veel verder dan geld verdienen aan de bezoeker van de stad. Het gaat over banen voor (jonge) Rotterdammers die nu langs de kant staan, over waardevolle ontmoetingen, over net dat extra steuntje in de rug voor die ene bakker om overeind te blijven, over inkomsten investeren in de wijk et cetera. Voorkomen moet worden dat toerisme in Rotterdam een negatieve lading krijgt. Rotterdam wil de gastvrije stad blijven die ze is en de hele stad laten profiteren van het groeiende toerisme.

De Visie Toerisme onderscheidt 14 handelingsperspectieven:



Voor de hotelsector zijn de volgende handelingsperspectieven uit de Visie Toerisme belangrijk:

- *Ruimte voor authentieke plekken*

Authentieke plekken bieden kansen voor de hotelmarkt. Als Rotterdam gasten wil verleiden om de wijken in te trekken en ongebaande paden te ervaren, is een aantrekkelijk en passend hotelaanbod belangrijk. Dit moet niet betekenen dat wijken en authentieke plekken worden overlopen met nieuw hotelaanbod. Maatwerk in schaal en verschijningsvorm is essentieel.

3. Ruimte voor authentieke plekken	Rotterdam is een rauwe havenstad. Wie buiten de gebaande paden gaat ontdekt bijzondere plekken, gecreëerd door lokale kunstenaars, makers en ondernemers. Zij laten het Rotterdam zien met de rauwe randjes. Deze vele authentieke plekken willen we koesteren en stimuleren door ze in de etalage te zetten. We verleiden onze gasten om de wijken in te trekken en die ene sociaal ondernemer of galerie te verrassen met een bezoek. Zo dragen onze gasten bij aan de lokale wijk economieën.
---------------------------------------	--

- *Groene innovaties in de etalage*

Hotels in binnen- en buitenland verduurzamen. De groei van de hotelmarkt biedt kansen om de duurzaamheidsambities van Rotterdam uitvoering te geven en te etaleren. Nieuwe hotels moeten bijdragen aan de vergroenings- en duurzaamheidsambities van de gemeente, bijvoorbeeld door duurzaamheidslabels, groene daken, energievoorziening, etc.

5.  
Groene  
innovaties in  
de etalage

Rotterdam is de proeftuin van de wereld voor innovaties die bijdragen aan een duurzame leefomgeving. Groene daken, waterpleinen, getijddeparken, drijvende bomen en zonneparken. Stuk voor stuk projecten die te bezoeken zijn en die je nu al een concreet beeld geven van hoe de oplossingen van de toekomst zorgen voor droge voeten, schone lucht en een beter klimaat. Met deze groene innovaties willen we onze gasten inspireren om samen met de stad vorm te geven aan onze duurzaamheidsambities.

- *Rotterdam is meer dan de binnenstad*

De hotelmarkt in Rotterdam is nu geconcentreerd in de Binnenstad en de Kop van Zuid. Spreiding van hotels kan bijdragen aan versterking van de identiteit van bijzondere plekken. Dit kunnen kleinschalige boetiekhotels zijn in de Afrikaanderwijk of Historisch Delfshaven, grotere zakelijke en leisure hotels bij Brainpark/Erasmus en/of een groot congreshotel bij Ahoy.

6.  
Rotterdam is  
meer dan de  
binnenstad

Rotterdam is een verzameling van dorpen en bijzondere plekken met ieder z'n eigen identiteit. We gaan onze gasten verleiden om naast de binnenstad ook de wijken in te trekken. Spreiding, niet omdat het al nodig is maar omdat het zowel voor de gast als de Rotterdammer veel interessanter is. Meer wijken profiteren zo van toerisme. Er ontstaan nieuwe kansen voor lokale ondernemers, de bakker op de hoek is blij met z'n extra klanten, de extra ogen op straat (in de avonduren) zijn goed voor het veiligheidsgevoel en gasten krijgen een authentieke Rotterdamse ervaring.

- *Aantrekkelijk vestigingsklimaat*

De hotelmarkt draagt bij aan de aantrekkelijkheid van het vestigingsklimaat in Rotterdam. Een bij de stad passend hotelaanbod zorgt ervoor dat er voor bedrijven de juiste voorzieningen zijn. Daarmee kan de sector zelfs een voorwaarde zijn voor bedrijven om voor Rotterdam te kiezen als vestigingslocatie. De hotelmarkt verwelkomt naast toeristen veel zakelijke bezoekers en congresgangers die kennis maken met de lokale economie.

7.  
Aantrekkelijk  
vestigings-  
klimaat

Het groeiend toerisme in Rotterdam biedt ruimte voor (lokale) ondernemingen om nieuwe initiatieven te ontplooiën, te groeien en zich te vestigen. Daarnaast nodigen we actief zakelijke bezoekers uit met kennis en expertise van thema's waar we in Rotterdam koploper in zijn, zoals: maritiem, logistiek en innovatie. Met toonaangevende congressen op deze thema's inspireren we experts en ondernemers van over de hele wereld met het grensverleggende karakter van Rotterdam. Iedereen die de stad bezoekt willen we laten zien waar we goed in zijn; een vrijetijdsbezoeker kan namelijk ook eigenaar zijn van een veelbelovende start-up of CEO van een bedrijf dat zoekt naar een fijne plek om een nieuw kantoor te openen.

- *Goede balans tussen rust en reuring*

Rotterdam kent een grote diversiteit aan woonmilieus met eigen karakters (fysiek en sociaal). Nieuwe hotels moeten bij het woonmilieu passen.

8.  
Goede balans  
tussen rust  
en reuring

De dynamiek in Rotterdam verschilt per gebied, wijk en soms zelfs per straat. De een woont graag midden in de reuring, een ander liever in een rustige woonwijk. We gaan onze gasten daarom niet lukraak spreiden over de stad. Samen met gebieden kijken we naar de behoefte van de buurt en streven we naar een goede balans tussen rust en reuring. We benutten de kansen van toerisme, maar de bewoner bepaalt de mate en het tempo.

- *Werk voor Rotterdammers*

De hotelmarkt is een belangrijke werkgever in Rotterdam. De hotelmarkt telde in 2018 bijna 2.500 arbeidsplaatsen (*Lisa, SBI-afdeling logiesverstrekking*). In de periode 2010-2018 is het aantal arbeidsplaatsen gegroeid met ruim 45%, met werk voor mensen met verschillende opleidingsniveaus. Als de hotelmarkt verder groeit, groeit ook het aantal arbeidsplaatsen in Rotterdam.

11.  
Werk voor  
Rotterdammers

De vrijetijdssector zorgt voor veel banen en dat worden er alleen maar meer. Het is nu al een uitdaging om voldoende gekwalificeerd personeel te vinden in deze sector. We gaan ons inzetten voor een betere match tussen enerzijds (jonge) Rotterdammers die van school komen, weer aan het werk willen of aangeven in een andere sector te willen werken en anderzijds de banen die ontstaan door toerisme. Hiervoor willen we een leerwerkakkoord sluiten met de vrijetijdssector.

- *Slapen op z'n Rotterdams*

Een passend aanbod van verblijfsaccommodaties per woonmilieu betekent een gedifferentieerd aanbod van hotels. Dit vraagt om vernieuwing van hotelconcepten en toevoeging van 'kwaliteit'.

14.  
Slapen op z'n  
Rotterdams

Rotterdam is niet in een paar uur te vangen. We nodigen onze gasten uit om wat langer te blijven en in de stad te blijven slapen. Er is voor ieder wat wils. Hotels en hostels in alle soorten en maten, slapen bij Rotterdammers thuis op de bank (vakantieverhuur eigen woning) en plekken voor je tent of camper. Nieuwe verblijfsaccommodaties moeten passen bij de unieke kwaliteiten van gebieden met een zo groot mogelijke spin off voor de Rotterdammer. Ook stimuleren we verrassende initiatieven die een onvergetelijke Rotterdamse slaapervaring bieden (denk aan kamperen op het dak, tiny houses, etc.).

## Bijlage B. HOTELMARKT IN CIJFERS (PEILJAAR 2020)

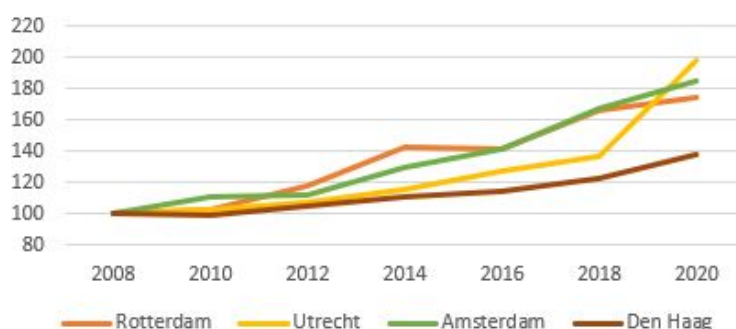
### AANBOD, VRAAG EN FUNCTIONEREN HOTELMARKT ROTTERDAM TOT 2020

#### 1. Hotelaanbod Rotterdam

##### Omvang en ontwikkeling aanbod

Sinds 2008 is het aantal hotelkamers in Rotterdam flink gegroeid (figuur 1). Deze groei zien we ook terug in de andere grote steden. Hierbij valt vooral de recente forse groei in Utrecht op. Het aantal hotelkamers is in Utrecht bijna verdubbeld sinds 2008. In Amsterdam en Rotterdam is het aantal kamers gegroeid met respectievelijk 85% en 74%. Den Haag blijft hierbij iets achter met een groei van 38%. Het totale hotelaanbod in Rotterdam bestaat medio 2020 uit 88 hotels met gezamenlijk 6.256 kamers. In 2017, het peiljaar van de vorige studie van Horwath HTL bedroeg het aanbod nog 81 hotels met 5.559 kamers. In de tussentijd is het aantal hotels gegroeid met 9% en het aantal hotelkamers met 13%. De gemiddelde grootte van een hotel in Rotterdam bedraagt 71 kamers in 2020, ten opzichte van 69 in 2017.

**Figuur 1: Jaarlijkse groei aantal hotelkamers grote steden 2008 – 2020 (index 2008 = 100)**



Bron: CBS statline, bewerking ZKA. Cijfers van 2020 zijn voorlopige cijfers en worden mogelijk nog aangescherpt.

##### Verdeling hotelaanbod over stad

Ongeveer 48% van het alle hotels en 51% van alle hotelkamers is gevestigd in het centrum van Rotterdam. Dit is eenzelfde orde van grootte ten opzichte van 2017. Wanneer de Kop van Zuid bij het centrum wordt meegeteld is dit zelfs 55% van het aantal en 65% van het aantal kamers. Daarnaast bevindt 10% van alle hotels zich in Delfshaven, 7% in Charlois en 7% in Hoek van Holland. In de overige stadswijken is 5% of minder van het totale hotelaanbod gevestigd.

Ten opzichte van 2017 zijn er (stand augustus 2020) acht hotels bijgekomen en is er één gesloten. Per saldo zijn er dan een kleine 700 kamers bijgekomen. Vanwege Covid-19 zijn een paar hotels medio 2020 tijdelijk gesloten. Het is nog onduidelijk wanneer deze hotels weer opengaan. De helft van de nieuwe hotels zijn gevestigd in het centrum, de overige vier hotels bevinden zich in de stadsdelen Noord, Feijenoord, Kralingen-Crooswijk en Charlois.

##### Classificatie van het aanbod

In 2018 en 2019 zijn er zowel in het hogere als in het lagere segment nieuwe hotels bij gekomen. Het vier- en vijfsterrensegment heeft, net als in 2017, het grootste marktaandeel (58% van het totale kamer-aanbod).

Dit hangt samen met het zakelijke karakter van de hotelvraag in Rotterdam. Toch is zichtbaar dat recent geopende hotels zich ook richten op het midden- en lagere segment. Dit hangt waarschijnlijk samen met de sterke groei van het aantal toeristische overnachtingen, die procentueel gezien groter is dan de zakelijke groei. Later in deze notitie komt dit uitvoeriger aan bod. Het driesterrensegment is het op één na grootste segment, maar het marktaandeel is aanzienlijk kleiner (27%). Het budgetsegment, één- en tweesterren hotels en de niet-geclassificeerde hotels zijn goed voor 15% van het kameraanbod. Grote wijzigingen ten opzichte van 2017 zijn er op het gebied van sterrenclassificaties dus niet. Desondanks is het nog wel noemenswaardig dat de grootste hotels vooral in het vier- en vijf-sterren segment te vinden zijn. 29% van het alle Rotterdamse hotels behoort tot deze categorie, en gezamenlijk beschikken ze over liefst 58% van het kameraanbod.

#### 2. Hotelvraag Rotterdam

##### Omvang en ontwikkeling van de vraag

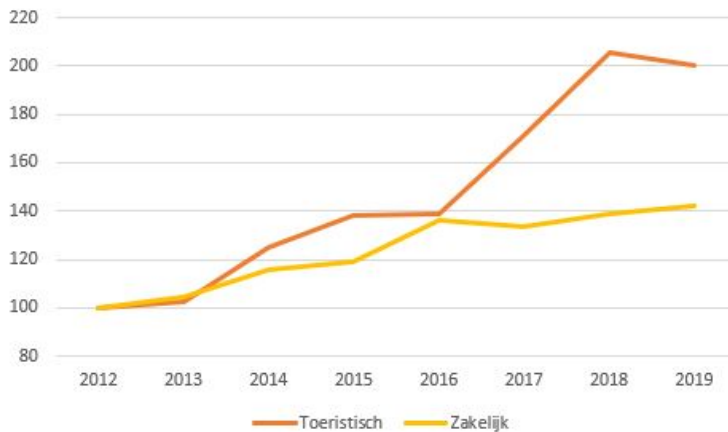
De vraag naar hotels in Rotterdam ontwikkelt zich zeer voorspoedig sinds 2012. In 2018 en 2019 vonden er meer dan 2 miljoen persoonsovernachtingen plaats (bron: CBS Statline, figuur 2).

De groeiende vraag naar verblijfsaccommodaties komt vooral voort uit de groeiende toeristische markt. In 2019, ten opzichte van 2017, groeide het totale aantal persoonsovernachtingen met 12%. Het aantal toeristische overnachtingen groeide met 17%, het aantal zakelijke overnachtingen met 7%. Dit heeft tot gevolg dat vanaf 2018 de toeristische vraag, uitgedrukt in persoonsovernachtingen, groter is dan de zakelijke vraag (figuur 3).

De sterke groei van de toeristische vraag heeft zich vooral ingezet vanaf 2016. In de periode 2012-2016 liepen de toeristische en zakelijke groei ongeveer gelijk op.

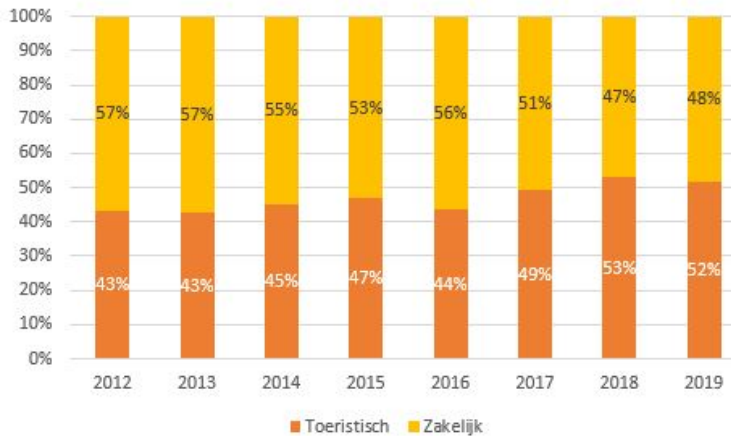
De zakelijke vraag kan onderverdeeld worden in individuele zakelijke vraag en MICE-gerelateerde vraag. Vanuit het eerdere Onderzoek Hotelmarkt Gemeente Rotterdam (Horwath HTL, 2018) is bekend dat deze verdeling ongeveer tweederde individueel zakelijk is en éénderde MICE-gerelateerd.

**Figuur 2: Ontwikkeling marktsegmentatie in aantal persoonsovernachtingen (index; 2012 = 100)**



Bron: CBS Statline, bewerking ZKA

**Figuur 3: Marktsegmentatie toeristische en zakelijke overnachtingen**

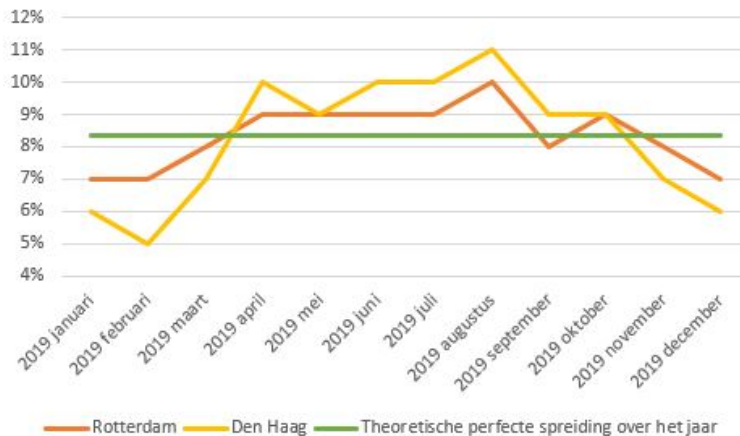


Bron: CBS Statline, bewerking ZKA

**Spreiding hotelvraag over het jaar**

Door de (bij benadering) evenredige verdeling tussen zakelijke en toeristische overnachtingen is het aantal hotelovernachtingen relatief goed verspreid over het jaar. Zeker in vergelijking met Den Haag, waar een duidelijke piek in overnachtingen plaatsvindt in de zomermaanden (figuur 4). Desondanks wordt er op sommige momenten ook in Rotterdam een tekort aan kamers ervaren. Dit gebeurt vooral op het moment dat de congresaccommodaties (Ahoy, Doelen en WTC) aansprekende (inter)nationale congressen organiseren (bron: interviews stakeholders Rotterdam). Naar verwachting kunnen ook evenementen leiden tot een dergelijke piekvraag.

**Figuur 4: Relatieve spreiding overnachtingen 2019 Rotterdam en Den Haag**



Bron: CBS Statline, bewerking ZKA

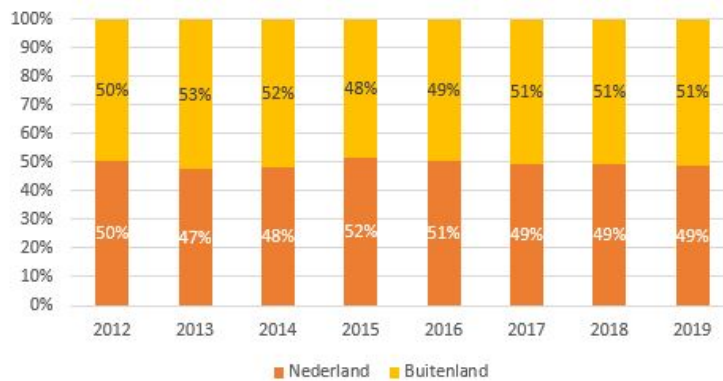
### Aantal boekingen per gast

Per saldo zijn gasten meer overnachtingen gaan boeken. Dit geldt met name voor de buitenlandse gasten. In 2012 verbleef de buitenlandse gast gemiddeld 1,63 nachten in Rotterdam, en in 2019 groeide dit gemiddelde naar 1,79 nachten. Het gemiddeld aantal nachten per Nederlandse bezoeker bleef in dezelfde periode stabiel met ca. 1,5 overnachtingen per gast (bron: CBS Statline).

### Herkomst hotelgasten

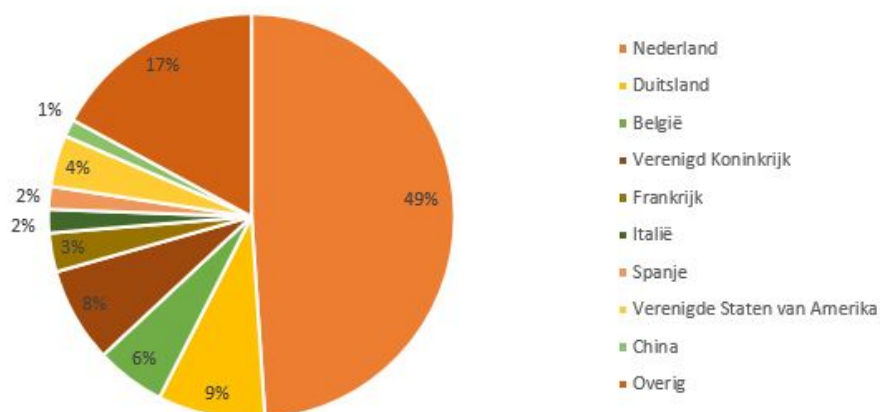
De verhouding van het aantal binnenlandse en buitenlandse overnachtingen is redelijk stabiel sinds 2012: ongeveer de helft komt uit Nederland, de andere helft is van buitenlandse komaf. Van de buitenlandse gasten komt het grootste deel uit Duitsland (9%), gevolgd door het Verenigd Koninkrijk (8%) en België (6%). Ongeveer 14% van alle hotelovernachtingen in Rotterdam komt op naam van gasten van buiten Europa (figuren 5 en 6).

**Figuur 5: verhouding binnenlandse en buitenlandse overnachtingen**



Bron: CBS Statline, bewerking ZKA

**Figuur 6: Herkomst Rotterdamse gasten 2019**



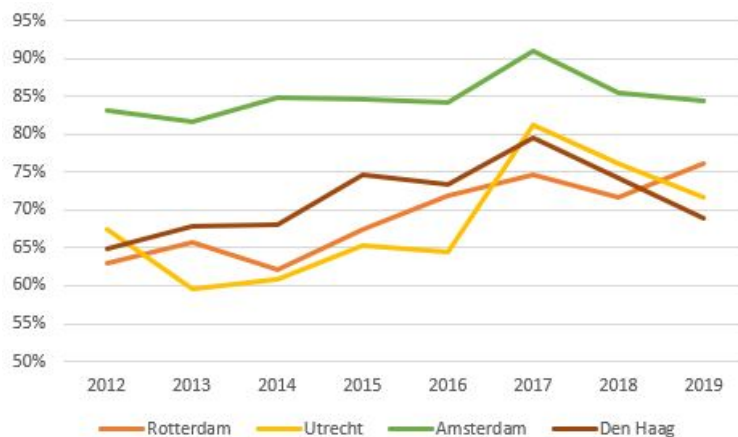
Bron: CBS Statline, bewerking ZKA

### Functioneren hotelmarkt Rotterdam

#### Functioneren Rotterdamse hotelmarkt

De gemiddelde kamerbezettingsgraad, ofwel de vraag in relatie tot het aanbod, van de hotels in Rotterdam steeg van 63% in 2012 naar 76% in 2019. Dit betekent dat de vraag harder groeide dan het aanbod. Na Amsterdam had de Rotterdamse hotelsector de hoogste bezetting van de vier grote steden (figuur 7). In de periode 2012-2019 groeide de bezetting in Rotterdam gemiddeld met zo'n 2 procentpunten per jaar. Dit is de sterkste groei in bezetting van alle vier de grote steden.

**Figuur 7: Benchmark kamerbezettingen**



Bron: CBS Statline, bewerking ZKA

### 3. Andere vormen van verhuur verblijfsaccommodaties

In de logiesmarkt zijn er in de afgelopen jaren naast hotels andere vormen van verblijfsaccommodaties gekomen in de vorm van short stay appartementen en particuliere vakantieverhuur. In sommige gevallen worden short stay voorzieningen geëxploiteerd als hotel inclusief receptie en services, maar zij worden ook als tijdelijke woningen voor expats aangeboden. De categorie van short stay is daarmee niet eenduidig; exploitatie vindt ofwel plaats als woonbestemming ofwel als hotel.

Het aanbod is diffuus en lastig te kwantificeren. Per 2019 wordt het aanbod geschat op ca. 5 locaties (> 8 appartementen) met in totaal 110 appartementen met bijna 300 bedden.

Het aanbod van particuliere verblijven op verschillende deelplatforms, zoals bijvoorbeeld Airbnb, Wimdu, Homeaway, Expedia en Booking, is in de laatste 5 jaar explosief gegroeid. Het aanbod en het gebruik van dit type blijkt lastig vast te stellen. Volgens opgave van Airbnb werden er in 2019 ca. 2.000 accommodaties aangeboden in Rotterdam. Uit de analyse "Airbnb in Nederland, de belangrijkste cijfers over 2018", van Colliers International blijkt dat dit in 2018 resulteerde in 188.000 overnachtingen. Ondanks een sterke groei in aanbod en aantal overnachtingen tussen 2017 en 2018, bleef de verhouding ten opzichte van de hotelmarkt gelijk.



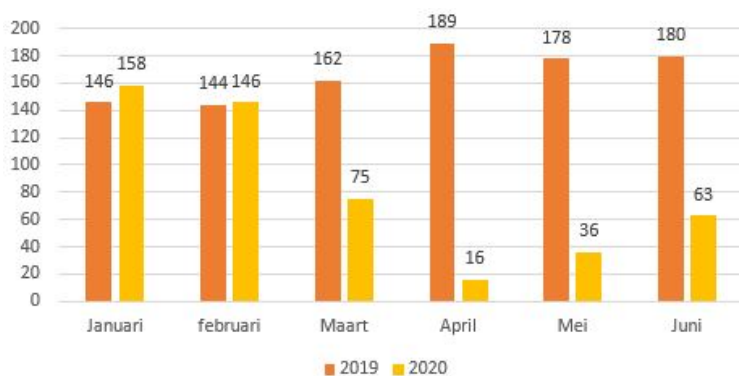
Met betrekking tot het aanbod van particuliere verblijven gelden landelijke regels, aangevuld met lokale beperkingen. Bij verhuur van woningen voor toeristisch verblijf is het uitgangspunt dat de woning het hoofdverblijf van de verhuurder betreft. Wanneer dit niet het geval is dan beschouwt de gemeente verhuur niet als Bed & Breakfast (B&B) of vakantieverhuur van woningen, maar valt de woning onder "logies". In dat geval geldt het hotelbeleid. Voor Rotterdam zijn deze voorwaarden in bijlage C opgenomen.

### DE ROTTERDAMSE HOTELMARKT IN 2020

De vraag naar hotelkamers in de eerste helft van 2020 laat een totaal ander beeld zien dan in de voorgaande jaren (figuur 8). De eerste twee maanden begonnen positief. Het aantal overnachtingen lag hoger dan in dezelfde maanden een jaar eerder (+5% ten opzichte van januari en februari 2019). De maanden daarop laten een sterke daling van het aantal overnachtingen zien. Vooral de maand april was dramatisch, met ca. 85% minder overnachtingen dan een jaar daarvoor. Desondanks nam het aantal overnachtingen vanaf april tot en met juni wel iedere maand toe (bron: CBS Statline). Op basis van de STR-data is bekend dat deze trend zich ook in juli heeft doorgezet. Hierbij herstelt de toeristische vraag zich sneller dan de zakelijke vraag (figuur 9).

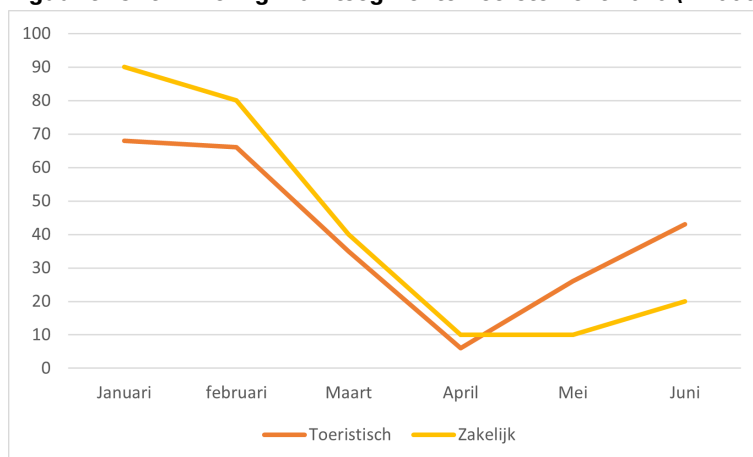
De dramatische afname van de vraag heeft ook geleid tot lagere gemiddelde kamerprijzen. In vergelijking met 2019 lagen de kamerprijzen in de periode april tot en met juli van dit jaar zo'n 20% tot 40% lager dan het jaar daarvoor. De RevPAR (Revenue per Available Room), ofwel de gemiddeld gerealiseerde logiesomzet per beschikbare kamer, was in april nog maar een fractie in vergelijking met dezelfde maand in 2019. In de maanden daaropvolgend is een verbetering zichtbaar, maar het verschil met 2019 blijft enorm.

**Figuur 8: Aantal persoonsovernachtingen eerste helft 2020 (x 1.000 overnachtingen)**



Bron: CBS Statline, bewerking ZKA

**Figuur 9: Ontwikkeling marktsegmenten eerste helft 2020 (x1.000)**



Bron: CBS Statline, bewerking ZKA

### ACTUALISATIE GROEIPOTENTIES

#### Drie ontwikkelscenario's

Het opstellen van groeiprognoses tot en met 2028 is geen eenvoudige opgave. Veel is afhankelijk van hoe Covid-19 zich de komende tijd verder zal ontwikkelen (o.a. ten aanzien van meerdere besmettingsgolven, mutaties van het virus, vaccinatiesnelheid en -bereidheid, etc.). Om praktisch bruikbare prognoses te presenteren is (september 2020) daarom gebruik gemaakt van drie ontwikkelscenario's. Aan de hand hiervan is de marktruimte voor nieuwe hotelkamers geprognoteerd.

Het jaar 2019 geldt als basisjaar. Voor de doorrekening is gekozen voor een bezetting van 74%. Dit is lager dan het gemiddelde dat het CBS rapporteert. Voor de correcte vergelijking met de bezetting in andere steden is gebruik gemaakt van de bezetting van het CBS (zie figuur 7), maar op basis van andere bronnen (STR, Horwath Hosta) wordt een lagere bezetting voor de marktruimteberekening reëel geacht. Op basis van brede ervaring en gesprekken met hoteliers verspreid over het land gaat adviesbureau ZKA voor de berekening van de marktruimte uit van een normbezetting van 65-70%, en wordt hier gerekend met 67,5%. Dit is de minimale bezetting die hotels in Rotterdam moeten halen om een gezonde exploitatie te kunnen draaien waarbij voldoende ruimte is voor noodzakelijke investeringen. In een stedelijke omgeving ligt deze normbezetting als gevolg van hogere kosten- en investeringsniveaus relatief hoog.

De hieronder gepresenteerde groei is de gemiddelde verwachte groei van het aantal kamernachten in Rotterdam in de periode 2019-2028, uitgaande van data van september 2020. Bij de berekening is uitgegaan van drie scenario's, namelijk:

- Basisscenario
- Vlot herstel scenario
- Recessie scenario

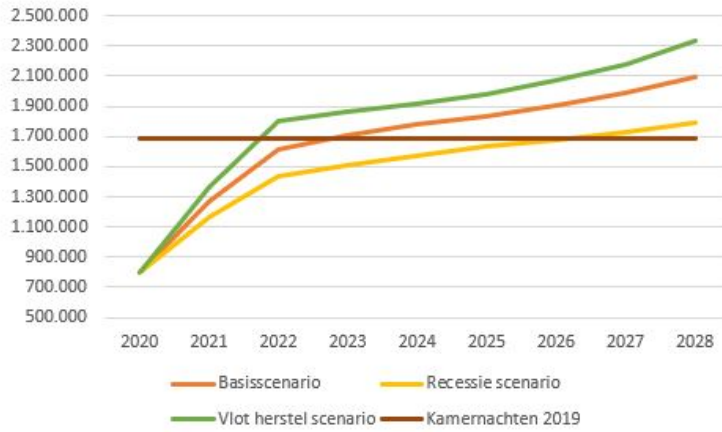
Voor ieder scenario is geen jaarlijks algemeen groeicijfer gehanteerd.

De ontwikkeling kent voor ieder scenario een patroon van 1) een (zeer) sterke daling, 2) een periode van herstel en 3) uiteindelijk gevolgd door een periode van groei. Dit verloop is voor ieder scenario anders en wordt mede bepaald door verschillende prognoses voor de ontwikkeling van de toeristische, de zakelijke en de MICE-markt. De precieze verhouding tussen deze drie fasen verschilt per scenario. Hierbij is het uitgangspunt dat de toeristische markt sneller herstelt dan de zakelijke en de MICE-markt. In het 'vlot herstel' scenario is het aantal overnachtingen bijvoorbeeld eind volgend jaar weer op het niveau van voor Covid-19, in dit scenario is de effectiviteit van de ingezette maatregelen positief en beschikken we over voldoende vaccin(s). In het meest negatieve scenario (recessie) heeft de hotelmarkt een langere tijd nodig om weer op het oude niveau terug te keren. Het basisscenario zit hier tussenin.

Nadere toelichting voor de drie scenario's (figuur 10):

- **Basisscenario: jaarlijks gemiddelde/samengestelde groei van 2,4% (volume uit 2019 wordt geëvenaard in de loop van 2022)**  
In dit scenario is het aantal kamernachten in de loop van 2022 weer gelijk aan het niveau van 2019. Vanaf dan begint de hotelmarkt weer te groeien, maar in een minder hard tempo dan in de periode 2012-2019. Vooral de zakelijke en MICE-markt is structureel veranderd en het hoge gemiddelde jaarlijkse groeipercentage van voor de Covid-19 crisis zal tot en met 2028 niet meer worden geëvenaard. Ook de groei van het aantal toeristische kamernachten vlakt iets af ten opzichte van de periode 2012-2019, maar blijft desondanks relatief hoog. Tot en met 2028 is er in dit scenario ruimte voor ca. 8.500 kamers.
- **Vlot herstel scenario: jaarlijks gemiddelde/samengestelde groei van 3,7% (volume 2019 wordt geëvenaard in de loop van 2021)**  
De insteek voor dit scenario is dat in de loop van 2021 het aantal hotelovernachtingen hoger ligt dan voor de Covid-19 crisis en dat vanaf dat moment weer toegewerkt wordt naar de hoge gemiddelde groei van het aantal overnachtingen in de periode 2012-2019. In 2028 zou de groei van het aantal kamerovernachtingen dan weer gelijk zijn aan deze groei, namelijk ca. 7% per jaar. Tot en met 2028 is er marktruimte voor ca. 9.500 hotelkamers;
- **Recessie scenario: jaarlijks gemiddelde/samengestelde groei van 0,7% (volume 2019 wordt geëvenaard eind 2025/begin 2026)**
- In het meest negatieve scenario, als er bijvoorbeeld meerdere besmettingsgolven worden vastgesteld met bijbehorende restricties, dan gaat het tot eind 2025 duren voordat de hotelmarkt weer volledig is hersteld en terug is op het niveau van 2019. (ZKA: deskresearch en expertinterviews). Vanaf dat moment zal het aantal hotelovernachtingen weer toenemen ten opzichte van voor de Covid-19 crisis. De sterke jaarlijkse groei van het aantal hotelovernachtingen zal echter niet meer gehaald worden. Naast de zakelijke markt, zal ook de groei van het aantal toeristische overnachtingen flink afnemen ten opzichte van voor Covid-19. Tot en met 2028 is er dan ruimte voor ca. 7.250 hotelkamers.

**Figuur 10: Geprognoteerde groei kamernachten tot en met 2028**



De gemiddelde/samengestelde groeivoet (combinatie toerisme, zakelijk en MICE) varieert van 0,7% (recessie scenario) tot 3,7% (vlot herstel scenario) voor de periode 2020-2028. Dit is lager dan de gemiddelde groei van het aantal kamernachten over de periode 2008-2019. Deze bedraagt 4,2% per jaar. Een voortzetting van deze gemiddelde groei voor de periode 2020-2028 achten we vanwege de Covid-19 crisis niet reëel.

## Bijlage C. REGELS TOERISTISCHE VERHUUR VAN WOONRUIMTE

Met betrekking tot het aanbod van particuliere verblijven gelden landelijke regels, aangevuld met lokale beperkingen. Bij verhuur van woningen voor toeristisch verblijf is het uitgangspunt dat de woning het hoofdverblijf van de verhuurder betreft. Wanneer dit niet het geval is dan beschouwt de gemeente verhuur niet als Bed & Breakfast (B&B) of vakantieverhuur van woningen, maar valt de woning onder "logies". In dat geval geldt het hotelbeleid.

Er wordt bij toeristische verhuur van woonruimte onderscheid gemaakt tussen vakantieverhuur en Bed & Breakfast. Bij een B&B blijft de bewoner aanwezig, bij vakantieverhuur is de bewoner zelf afwezig tijdens de verhuur.

De belangrijkste voorwaarden voor B&B zijn:

- Het oppervlak van de B&B is niet groter dan 30% van het woonoppervlak, tot een maximum van 70 m<sup>2</sup>.
- De woning heeft de bestemming "wonen".
- Er zijn geen beperkingen aan de duur: het betreffende deel van de woning mag het hele jaar verhuurd worden.
- Verhuurder is verplicht logiesbelasting af te dragen.
- De verhuurder is verantwoordelijk voor het voorkomen van overlast voor omwonenden.
- De verhuurder is altijd verantwoordelijk voor zijn gasten in geval van brand.
- Bij een tot vier personen is gebruiksmelding brandveiligheid bij het omgevingsloket van de gemeente Rotterdam niet nodig. Wel gelden er aanbevelingen ten aanzien van brandmelders op de kamer, duidelijk zichtbare huisregels, bordjes wat te doen bij brand, een bij te houden nachtregister, duidelijke aanduiding van de uitgang naar buiten.
- Bij meer dan vier personen heeft de verhuurder een meldingsplicht bij het omgevingsloket. Er gelden dan bepaalde eisen voor brandveilig gebruik van de woning.

De voorwaarden voor vakantieverhuur van woonruimte zullen in 2021 opnieuw worden vastgesteld door de Rotterdamse gemeenteraad, vanwege de nieuwe Wet toeristische verhuur van woonruimte die per 1 januari 2021 in werking is getreden.

Tot die tijd zijn de richtlijnen voor vakantieverhuur van woonruimte in Rotterdam:

- Vakantieverhuur mag geen overlast voor omwonenden veroorzaken
- Vakantieverhuur mag niet bedrijfsmatig/structureel van aard zijn. Onder bedrijfsmatige/structurele vakantieverhuur verstaan we:
  - o Meer dan 60 overnachtingen in een woning per kalenderjaar en/of
  - o Het verhuren van een woning die niet uw hoofdverblijf is en waar u niet als zodanig staat ingeschreven in de Basisregistratie personen (BRP)
- De verhuurder is verplicht logiesbelasting af te dragen.

## Bijlage D. VEREISTE PLANINFORMATIE ONDERBOUWING VAN AANTOONBAAR DRAAGVLAK HOTELINITIATIEVEN

Algemene informatie:

- Adres;
- Type initiatief: nieuw hotel of uitbreiding;
- Type hotel (Hotelbeleid)
- Aantal kamers;
- Aantal sterren;
- Naam initiatiefnemer;
- Naam exploitant én contract/intentieverklaring met deze exploitant.

Het initiatief wordt toegelicht en er wordt aangetoond in hoeverre het initiatief past binnen de kaders van het hotelbeleid. Of een locatie geschikt is voor een hotelontwikkeling, is afhankelijk van meerdere aspecten. Bij de toelichting op het initiatief wordt ten minste ingegaan op de volgende vragen:

- Maakt de locatie onderdeel uit van een verstedelijkingsgebieden?
- Is de locatie gelegen in een business district?
- Is de hotellocatie goed bereikbaar (voornamelijk) met hoogwaardig openbaar vervoer?
- Past het hotel bij de identiteit en woonsfeer van de stadswijk?
- Is de locatie gelegen in een zone met recreatief perspectief?

Bij te toelichting van het initiatief wordt duidelijk gemaakt of en in hoeverre aan de minimale kwaliteitseisen van het hotelbeleid wordt voldaan, te weten:

- Beschikt het initiatief over een BREEAM-certificaat of equivalent daarvan.
- Heeft het pand minimaal energielabel C.
- Beschikt het hotel over een Green Key label.
- Voldoet het hotel aan eisen voor sociaal ondernemen, bijvoorbeeld volgens de Prestatieladder Socialer Ondernemen (PSO) van TNO.
- Sluit het hotel optimaal aan op de openbare buitenruimte.
- Biedt het hotel publiekstoegankelijke functies die de interactie tussen hotel en omgeving bevorderen. Afhankelijk van het gebied bijvoorbeeld wellness, fitness, co-working, winkel, podium of – onder voorwaarden van het horecabeleid – horeca.
- Invulling van (fiets)parkeren, bijvoorbeeld in pandig of op eigen terrein.
- Biedt het initiatief werkgelegenheid op diverse niveaus voor Rotterdammers, waaronder voor mensen met een afstand tot de arbeidsmarkt.

Is een openbaar toegankelijk restaurant/bar mogelijk in het horecabeleid en horecagebiedsplan

Ambitie D van het hotelbeleid stelt dat er alleen aan een initiatief meegewerkt kan worden indien er aantoonbaar draagvlak is (economisch en maatschappelijk) en de impact op de directe omgeving aanvaardbaar is. Om dit te beoordelen is navolgende informatie nodig.

### **Economisch draagvlak: Businessplan/haalbaarheidsstudie:**

- De initiatiefnemer overlegt een businessplan/haalbaarheidsstudie die onderbouwd aantoont:
  - o Op welke wijze deze extra hotelvraag creëert en/of het vestigingsklimaat versterkt. Dit kan worden aangetoond op de volgende manieren:
  - o Met een onderbouwing dat het een nieuw internationaal merk is voor Rotterdam en dat een substantieel deel van de boekingen deelnemers van het loyaltyprogramma betreft (bij voorkeur voor vergelijkbare steden);
  - o Een onderbouwing dat een substantieel deel van de verwachte bezetting direct voortkomt uit een specifieke voorziening waarover het hotel beschikt;
  - o Met een concurrentieanalyse die onderbouwt dat de prijs-kwaliteitverhouding uniek is in Rotterdam én met marktonderzoek dat aantoont dat er (latente) vraag is naar het concept;
  - o Met een concurrentieanalyse die aantoont dat het hotel over een voor Rotterdam bijzonder concept beschikt én een duidelijke beschrijving met welke marketinginspanningen de specifieke doelgroep(en) wordt aangesproken;
  - o Met een beschrijving van de specifieke doelgroep met een afwijkend primair verblijfsmotief waar het hotel zich op richt.
- Dat het hotel financieel haalbaar is. Met een meerjaren exploitatieraming wordt aangetoond dat de EBITDA volstaat voor rente, belasting, afschrijvingen en aflossingen en dat de eerste exploitatiejaren per saldo een positief rendement gerealiseerd wordt. Elementen die businessplan/haal-

baarheidsstudie moeten staan om het realiteitsgehalte van de financiële haalbaarheid te toetsen zijn in ieder geval:

- o Verwachte kamerbezetting;
- o Verwachte kamerprijs;
- o Logiesomzet en totale omzet;
- o Exploitatiekosten (minimaal verdeeld in inkoopkosten, personeelskosten, overige directe kosten en indirecte kosten);
- o Bruto bedrijfsresultaat;
- o Kapitaallasten (huur en/of afschrijving en rente);
- o Kasstroom en EBITDA.

***Maatschappelijk draagvlak: impact op de omgeving***

Goede groei is voor Rotterdam belangrijk om ook in te toekomst en aantrekkelijke leefomgeving te behouden. Nieuwe functies kunnen een positieve, maar ook een negatieve impact hebben op de omgeving.

Het is daarom belangrijk dat initiatiefnemers aantonen dat er maatschappelijk draagvlak is en wat de impact op de omgeving is en/of hoe men voornemens is de negatieve impact te beperken en bijdraagt aan de gewenste balans.

Om dit te bepalen overlegt de initiatiefnemer:

- Een analyse van de impact van het hotel op de omgeving.
- Inzicht in de wijze waarop bewoners en bedrijven uit de directe omgeving betrokken zijn/worden bij de planvorming
- Een plan van aanpak op welke wijze de initiatiefnemer negatieve impact op de omgeving zo klein mogelijk zal maken en wil waarborgen.