



## ***Economische onderbouwing***

### ***Verbouwing panden Roerkade 11 en 11 A te Roermond tot hotel aan het water***

Laarakkers  Communicatie

Boscher-ven 41  
6085 DM HORN  
T 06 - 54 68 21 01  
0475 - 58 21 84  
E [marianne@laarakkers.com](mailto:marianne@laarakkers.com)  
I [www.laarakkers.com](http://www.laarakkers.com)

## INHOUD

	Pagina
1. Inleiding	3
1.1 Aanleiding	3
1.2 Historie van de locatie	3
1.3 Doelgroepen	
2. Trends en ontwikkelingen in Toerisme en Recreatie	4
3. Cijfers Toerisme en Recreatie in Limburg	5
4. Ontwikkeling hotelsector in Limburg	6
4.1 Vakantiekeuze van Nederlandse toeristen in Limburg	7
4.2 Binnenlandse vakanties in Limburg in hotels	7
5. Ontwikkeling hotelsector In Roermond	8
5.1 Bezettingscijfers hotels Roermond	8
5.2 Concurrentiepositie tov hotels in de directe omgeving	9
5.3 Nieuwe plannen in Roermond	9
5.4 Groeiprognose hotelsector Roermond	9
6. Huidige en toekomstige economische ontwikkeling van Roermond	10
7. Plan voor nieuw hotel aan Roerkade 11 en 11 A	11
8. Relatie met de directe omgeving - de historische kern	12
9. Inkadering plannen in toeristisch/recreatieve toekomstvisie van Roermond	12
10. Nieuwe hotellocatie speelt in op trends, cijfers en ontwikkelingen	13
11. Slotconclusie	15
12. Aanbevelingen	16

(Foto voorkant: VVV-archief)

## 1. Inleiding

### 1.1 Aanleiding

De eigenaar van de panden Roerkade 11 en 11A, de heer V.N.I. Adams, is voornemens om op deze locatie een hotel te bouwen.

Aan de hand van deskresearch, het bestuderen van relevante nota's en rapporten, alsmede een concurrentieanalyse en bezettingscijfers zal een onderbouwing worden gegeven voor uitbreiding van de hotelcapaciteit van Roermond met een nieuw hotel met 23/24 kamers op de locatie Roerkade 11 en 11A. Dit rapport maakt deel uit van de totaalrapportage aanvraag bestemmingsplanwijziging voor deze locatie.

### 1.2 Historie van de locatie

Als Roermond in 1232 stadsrechten krijgt, is de stad een zg. *castrum*, een versterking op een heuvel. De naam Roermond stamt af van "Mundium ad Rurae", wat vesting aan de Roer betekent. De stad is in die tijd een havenplaats. De handelswegen vanuit het noordoosten kwamen bijeen op de huidige Markt. Hierdoor breidt de bebouwing van het castrum zich uit en ontwikkelt zich de eerste woonbuurt tussen de Roer en de Markt. Dit gebied staat ten dienste van de graven van Gelre. Door hun bescherming groeit de kern en rond 1200 ligt de grens van de bebouwing aan de westkant van de stad bij de huidige Roerkade en Roersingel.

Tot het einde van de 14<sup>e</sup> eeuw breidt middeleeuws Roermond zich uit tot een ommuurde stad van formaat. De omtrek van deze middeleeuwse stadsmuur valt ongeveer samen met de huidige singelring. Roermond heeft in die tijd een stadszegel, zelfbestuur en rechtspraak, beheert zelf haar schatkist en heeft het recht munten te slaan.

De vervaardiging van laken, een wollen stof die vaak een leven lang meeding, is tot de grote stadsbrand van 1554 het voornaamste product van Roermond. Schaapskuddes, rondom de stad leveren de wol. Volmolens in de Roer mechaniseren het productieproces. Daarnaast is de productie van bier en leer belangrijk. De graanoverschotten uit de regio ten zuidoosten van Roermond zorgen voor de grondstof van veel bierbrouwerijen. De handel is omvangrijk, vooral in wijn. Daarnaast is er handel en transport in hout, leer en zout. Rond 1600 weerspiegelt kostbaar zilver de welvaart van de stad.

De Roerkade maakt in die tijd een bewogen geschiedenis mee. Deze geschiedenis zal zich weerspiegelen in de nieuwbouw van een hotel op de locatie Roerkade 11 en 11A.

### 1.3 Doelgroepen

Het nieuw te vestigen hotel aan de Roerkade 11 en 11A gaat zich met name richten op het zakelijk deel van de toeristische markt\*. In mindere mate, met name in de weekends en tijdens vakantieperiodes, zal de leisure kant van de toeristische markt aangesproken worden.

\* *De totale toeristische markt bestaat uit zakelijk toerisme en recreatief toerisme (leisure/ vakantie).*

In de volgende hoofdstukken wordt aan de hand van trends en cijfermateriaal een onderbouwing gegeven, die de vestiging van een nieuw hotel in het centrum van Roermond rechtvaardigt.

## 2. **Trends en ontwikkelingen in Toerisme en Recreatie**

In de *Toeristische Trendrapportage Limburg 2007/2008* zijn de volgende relevante trends aangegeven, die van belang zijn voor de vestiging van een nieuwe accommodatie:

- Jong blijven van lichaam en geest wordt als belangrijke waarde geacht. Bij de consument is steeds meer aandacht voor de lichamelijke gezondheid. In de toeristische sector ziet men een stijgende vraag naar wellness en mogelijkheden tot zelfontplooiing.
- De consument vindt het niet nodig om te besparen op zijn vakantie. Men wil meer luxe en gemak tijdens de vakantie en is bereid hiervoor te betalen.
- De consument wil het goed doen. Groen, duurzaam, eco, biologisch. Termen die vandaag de dag de consument weten te 'triggeren'.
- Inzake vrije tijd is er een tweedeling in de samenleving waar te nemen. Aan de ene kant is er de groep voor wie de vrije tijd fors is toegenomen (de senioren) en aan de andere kant is er dat deel van de bevolking dat juist moet schipperen met zijn tijd. Dit is terug te zien in het vrijetijdsgedrag.
- De veranderende huishoudenssamenstelling in de samenleving heeft invloed op de vraag binnen het toerisme. Het toegenomen aantal alleenstaanden zal binnen het toerisme leiden tot meer activiteiten voor deze doelgroep. Belangrijke (nieuwe) doelgroepen zijn: singles, éénoudergezinnen en vitale senioren.
- Consumenten zoeken elkaar steeds meer op in zogenaamde digitale (vrienden) netwerken, waaronder Hyves. De impact en het belang van deze digitale netwerken, moeten door de toeristische sector niet onderschat worden. Op deze websites kunnen 'users' informatie achterlaten die ook alleen door andere 'users' bekeken kan worden, zoals waarderingssites.
- Vergrijzing; een belangrijke trend  
De feiten: 50-plussers vormen de snelst groeiende en meest vermogende groep consumenten; ze groeien in aantal van 5,3 miljoen naar 7,2 miljoen in 2025 en staan garant voor meer dan de helft van het nationaal inkomen. Voor Limburg zijn de medioren/senioren een belangrijke groep. In Limburg worden jaarlijks 280 miljoen vrijetijdsactiviteiten ondernomen. 17% van deze activiteiten wordt ondernomen door 45 t/m 54 jarigen (landelijk is dat 14%), 25% wordt ondernomen door 55-plussers (landelijk 24%). Bij de vakanties die door Nederlanders in Limburg worden ondernomen, gaat het in 23% van de vakanties om een 55-plusser. Landelijk ligt dat aandeel op 26%.

Desondanks zijn veel bedrijven er nog niet op gericht aan de wensen en behoeftes van deze kapitaalkrachtige groep te voldoen.

Belangrijke aandachtspunten zijn o.a.:

- De 50-plussers voelen zich jonger dan hun biologische leeftijd en willen dan ook niet geconfronteerd worden met het label 50+.
- De 50-plusser heeft al heel wat jaren koopervaring achter zich en is dus een zeer kritische consument. Deze consument weet wat hij wil en heeft hoge verwachtingen. Ze zijn zeer gevoeliger voor de beleving en de geboden service.
- Tussen de 50 en de 70 jaar vinden meer levensfasen (denk aan pensionering, 'empty nesting', verlies van familieleden etc) plaats dan op andere leeftijden. Elke verandering biedt nieuwe kansen.
- Ondanks dat de 50-plusser jong van geest is, heeft hij te kampen met lichamelijke beperkingen. Zicht, gehoor en motorische vaardigheden gaan er op achteruit. Hiermee dient rekening te worden gehouden.

De 50-plussers zijn geen makkelijke doelgroep. Men heeft het allemaal al gezien en wil het onderste uit de kan halen. Verder hebben de niet-werkende 50-plussers veel meer vrijheid wat betreft de indeling van hun tijd, doordat men niet afhankelijk is van vakantiedagen. Ondanks dat de 50-plussers geen homogene groep vormen, is de behoefte aan comfort en luxe een algemeen kenmerk. Men heeft meer te besteden en daarbij heeft men het gevoel 'dat men het verdiend' heeft.

Accommodaties moeten hierop berekend zijn door hoogstaande voorzieningen en service te leveren. Hoe ouder men wordt, hoe meer behoefte aan zekerheid. Men wil niet voor verrassingen komen te staan. (Korte) vakanties in eigen land nemen een deel van de onzekere gevoelens weg.

Hoewel de 50-plussers geen makkelijke doelgroep zijn, is het een groep die veel kansen biedt voor de toeristische sector én voor Limburg.

*(Bron: Toeristische Trendrapportage Limburg 2007/2008 - Kenniscentrum Toerisme en Recreatie).*

### **3. Cijfers Toerisme en Recreatie in Limburg**

Toerisme en recreatie is een belangrijke bedrijfstak in Limburg.

Deze sector scoort op een totale werkgelegenheid van een half miljoen personen een aandeel van 7,2%. Dat betekent dat er meer dan 35.000 mensen werkzaam zijn in deze sector. Hiermee is toerisme & recreatie belangrijker voor de Limburgse werkgelegenheid dan sectoren als de landbouw en de bouwsector.

Er wordt ruim 1 miljard euro aan omzet gegenereerd.

*(Bron: Limburg in Cijfers 2006).*

Het aantal banen in de toeristisch-recreatieve sector is in 2007 met 3% gestegen, deze stijging is groter dan de groei van de totale werkgelegenheid in Limburg.

*(Bron: Toeristische Trendrapportage Limburg 2007/2008 - Kenniscentrum Toerisme en Recreatie).*

De provincie Limburg was in 2007 de op één na (Gelderland) populairste binnenlandse bestemming. Het aantal vakanties alsook het aantal binnenlandse vakantie-overnachtingen steeg in 2007 in Limburg met 4 %.

*(Bron: Toeristische Trendrapportage Limburg 2007/2008 - Kenniscentrum Toerisme en Recreatie).*

In 2007 brachten Nederlandse toeristen 2,24 miljoen vakanties in Limburg door. Daarnaast kwamen er 767.000 buitenlandse gasten naar Limburg, die zorgden voor 2,2 miljoen overnachtingen.

*(Bron: CVO en CBS)*

De regio Noord- en Midden-Limburg werd in 2006 bezocht door 1.2 miljoen Nederlandse en iets meer dan 400.000 buitenlandse toeristen. Binnen Limburg vond 55% van de vakanties van zowel Nederlandse alsook buitenlandse toeristen plaats in Noord- en Midden-Limburg en 45% in Zuid-Limburg. In Noord- en Midden-Limburg nam het aantal vakanties in 2007 ten opzichte van 2006 met 2% toe.

#### Vakantieduur en bestedingen

Qua vakantieduur is in Noord- en Midden-Limburg het aandeel korte vakanties (2-4 dagen) gegroeid van 42% in 2006 naar 47% in 2007.

Limburg heeft de hoogste gemiddelde bestedingen per persoon per dag in Nederland: € 32 (2007). In 2006 was dat nog € 29. Dit is een groei van bijna 8%.

De gemiddelde bestedingen per dag tijdens een hotelverblijf in Limburg bedragen € 55. Landelijk is dit € 54. Dit bedrag omvat alle uitgaven tijdens de vakantie, dus is inclusief de kosten van hun accommodatie en alle andere activiteiten die tijdens een vakantie worden ondernomen.

*(Bron: Toeristische Trendrapportage 2007/2008 Limburg - Kenniscentrum Toerisme en Recreatie).*

Het HOSTA-rapport, dat jaarlijks kerncijfers publiceert van 3, 4, en 5-sterrenhotels meldt dat de samenstelling van de totale hotelmarkt in Limburg er in 2007 als volgt uitziet:

- 42 % zakelijke reizigers
- 35 % toeristische reizigers
- 16% conferentiedeelnemers
- 7% tourgroups en overige

*(Bron: HOSTA-rapport 2008)*

#### **4. Ontwikkeling hotelsector in Limburg**

Het aantal hotels, pensions en jeugdaccommodaties daalde in Limburg in de periode 2000-2007 met 4%, het aantal slaapplekken nam daarentegen toe (7%). Er is dus sprake van schaalvergroting in de Limburgse hotelsector. Sinds 2005 is het gemiddeld aantal bedden per accommodatie in 2007 gestabiliseerd op 48 stuks. Dit is lager dan het landelijke gemiddelde aantal bedden van 63. Overigens steeg het aantal hotels landelijk met 13%, in tegenstelling tot de afname in Limburg.

*(Bron: Toeristische Trendrapportage 2007/2008 - Kenniscentrum Toerisme en Recreatie).*

De bezettingsgraad in Limburg is in 2007 gestegen naar 65,9%. In 2006 bedroeg de bezetting 64,9%. Vanaf 60% bezetting is sprake van een bedrijfseconomisch gezonde exploitatie.

*(Bron: HOSTA-rapport 2008)*

#### 4.1 Vakantiekeuze van Nederlandse toeristen in Limburg

17% van alle vakantieovernachtingen van Nederlanders in Limburg worden doorgebracht in hotels, pensions en bed & breakfast-adressen. Deze sector ziet haar belang in het binnenlands toerisme al enkele jaren gestaag toenemen. In de periode 2003-2007 was er sprake van een continu toenemend aantal toeristische overnachtingen in hotels en pensions in Limburg, al met al een groeicijfer van 44% in 5 jaar. Landelijk was dit 22%.

#### 4.2 Binnenlandse vakanties in Limburg in hotels

Het Limburgse hotelaanbod komt qua omvang op de tweede plaats in Nederland; de provincie telt volgens het CBS ruim 418 hotels, pensions en bed & breakfast-accommodaties met bijna 10.000 kamers. Het hotelproduct wordt vaak zakelijk gebruikt, maar zoals eerder in dit rapport bleek, neemt het toeristisch gebruik van hotels toe. *Kijkend naar het aantal hotelovernachtingen in de provincie, neemt Limburg de eerste positie op de binnenlandse markt in.*

In 2007 werden 592.000 hotelvakanties in Limburg doorgebracht, 5% meer dan in het voorgaande jaar. Het aantal hotelvakanties in Limburg neemt gestaag toe, de groei geldt met name voor de lange vakanties (5 dagen of meer).

##### De profielschets

De profielschets van de Nederlander die overnacht in de Limburgse hotelsector, ziet er als volgt uit:

De belangrijkste herkomstprovincies zijn:

1. Zuid-Holland (27%)
2. Noord-Holland (21%)
3. Brabant (13%)

Bijna de helft van de bezoekers is afkomstig uit de Randstad.

De samenstelling van de reisgezelschappen is als volgt:

1. De 2-Persoonshuishoudens > 35 jaar (62%)
2. De gezinnen met kinderen 13-17 jaar (8%)
3. De 2-Persoonshuishoudens < 35 jaar (5%)

Bij de 2-persoonshuishoudens zal de groep senioren een groeiende plaats innemen.

De belangrijkste activiteiten, die door deze doelgroep ondernomen worden, zijn:

1. Uit eten gaan (in restaurant) 76%
2. Wandelingen maken 56%
3. Tochtjes met de auto 53%
4. Funshopping 48%
5. Bezoek aan bezienswaardige gebouwen 37%

*(Bron: Toeristische Trendrapportage Limburg 2007/2008 - Kenniscentrum Toerisme en Recreatie)*

## 5. Ontwikkeling hotelsector in Roermond

In 2007 is de hotelsector in Roermond ten opzichte van 2006 gegroeid met 6%. Het aantal kamers groeide van 251 naar 266 kamers en het aantal bedden van 489 naar 517.

(Bron: Sociaal-Economische Verkenning Roermond 2008)

Binnen de gemeente Roermond zijn er 4 hotels met meer dan 20 kamers. Dit zijn:

Hotels	Classificatie	Aantal kamers	Aantal bedden	Ligging
Theaterhotel De Oranjerie	****	102	204	Centrum
Golden Tulip Landhotel Cox	****	53	94	Stadsrand
Hotel Roermond	***	45	84	Centrum
Hotel de Oolderhofjes	****	29	60	Stadsdeel Herten
<b>Totaal</b>		<b>229</b>	<b>442</b>	

(Bron: gegevens ANWB Hotelgids / VVV-gids Midden-Limburg 2009)

### 5.1 Bezettingcijfers hotels Roermond

Hotels	2007 Verhuurde kamers	2007 Bezettingspercentage	2008 Verhuurde kamers	2008 Bezettingspercentage
Theaterhotel De Oranjerie	27.500	73,9%	28.000	75,2%
Golden Tulip Landhotel Cox	10.400	53,8%	11.500	60%
Hotel Roermond	9.900	60,3%	10.200	63,9%
Hotel de Oolderhofjes	5.100	48,1%	7.100	67%
<b>Totaal</b>	<b>52.900</b>	<b>63,3% (gem.)</b>	<b>56.800</b>	<b>68% (gem.)</b>

(Bron: Hoteliers Roermond)

Bovenstaande cijfers geven aan dat het aantal verhuurde kamers en ook het bezettingspercentage een duidelijk stijgende lijn vertonen. Oorzaak hiervan waren in 2007 en 2008 met name de bedrijvigheid rondom het Retailpark en de aanleg van de A73.

Voor een rendabele bezetting wordt in het HOSTA-rapport uitgegaan van een bezettingspercentage van 60%. Het aangegeven bezettingspercentage in 2008 van 68% zit ruim daarboven.

## 5.2 **Concurrentiepositie tov hotels in de directe omgeving**

Binnen een straal van 10 km rondom Roermond liggen in de vergelijkbare categorie - drie- en viersterrenhotels - met meer dan 20 kamers:

- Hotel De Abdij\*\*\* Horn
- Boshotel\*\*\*\* Vlodrop
- Kasteel Daelenbroeck\*\*\*\* Herkenbosch (19 kamers)

De zakelijke toerist kiest veelal voor de 4 sterrencategorie in de stedelijke omgeving en de leisure toerist kiest bewust voor een (luke) hotel in de stad of in de natuur.

## 5.3 **Nieuwe plannen in Roermond**

Gemeente Roermond heeft recent vergunning verleend aan Luiten van der Valk Beheer voor de ombouw van de Oude Gevangenissen en het voormalig Bisschoppelijk Paleis in de Pollartstraat (binnen de singelring) tot een 4 sterrenplus hotel met 41 kamers. De opening is eind 2010 gepland.

Verder zijn er nog plannen voor verbouwing van het bestaande Hotel Roermond, alsmede van nieuwbouwplannen aan het Wilhelminaplein en als onderdeel van Jazz City bij de Maashaven. Echter dit zijn enkel prille plannen, zonder verdere nadere uitwerking op dit moment.

## 5.4 **Groeioprognose hotelsector Roermond**

Vanuit de uitbreiding van het Roermondse hotelaanbod met het nieuwe hotel in de Oude Gevangenissen met 41 kamers wordt geen ontwrichting van het bestaande aanbod verwacht.

Vanwege de huidige recessie is het moeilijk om een groeioprognose aan te geven. In het HOSTA-rapport 2008 staat aangegeven dat er in 2009 een groei verwacht wordt van 1% en dat het herstel van de recessie zich in de loop van 2010 zal aftekenen. Elke inschatting van groei in 2010 en 2011 is indicatief.

De neergang van de economie kan ook positief uitpakken voor Limburg, omdat men vakanties dichtbij verkiest en daarmee ook de eigen economie steunt. En ook hier speelt het buitenlands aandoend karakter van Limburg een grote rol.

Het voordeel van de zakelijke markt is dat deze markt, zoals historisch is gebleken, minder afhankelijk blijkt van de economische situatie dan de vakantiemarkt.

*(Bron: NBT Rapport - Destination Holland 2020)*

De verhouding tussen de zakelijke en de leisure markt ligt in Roermond op 60/40.

Door de gunstige ligging van Roermond verblijven er van oudsher ook veel gasten, die zakelijke binding hebben met de Messe Düsseldorf. Bij druk bezochte beurzen is er veel overflow naar de Roermondse hotels in het hogere marktsegment.

De nieuwe hotellocatie aan de Roerkade zal eind 2010 / in 2011 haar deuren openen. Vanwege de beperkte omvang zal de aanvulling van het Roermondse hotelaanbod met 23/24 kamers geen duurzame ontwrichting betekenen voor de bestaande hotels in Roermond.

Belangrijke factor is dat de stad Roermond in de nabije toekomst aanzienlijk in aantrekkingskracht zal groeien, op basis van de huidige en toekomstige sterke economische ontwikkeling, zoals aangegeven in het volgende hoofdstuk. Dit zal leiden tot een grotere aantrekkingskracht en een onevenredig grotere groei in zakelijke/leisure overnachtingen dan nu voorspelbaar.

## **6. Huidige en toekomstige economische ontwikkeling van Roermond**

De stad Roermond is qua economische ontwikkeling momenteel een van de voorlopers in Limburg, waardoor de lokale economie flink wordt gestimuleerd. Op korte en middellange termijn staan de volgende projecten op stapel:

- Bij de Maashaven (nabij Arlo-flat) zal Jazz City ontwikkeld worden. De ombouw van een deel van het bestaande bedrijventerrein Willem-Alexander tot een aantrekkelijk woon-, bezoek- en verblijfsgebied, waarin de aanwezigheid van het water en de haven een belangrijke rol speelt. Voor wat betreft een functionele invulling wordt gedacht aan thematische woonvormen, thematische winkel- en leisurevoorzieningen, parkeervoorzieningen en openbare ruimte met een totale oppervlakte van circa 90.000 m<sup>2</sup>.

De bouw van het Kazernevoortterrein, als schakel tussen het DOC en de Roermondse binnenstad, is in de tweede helft van 2006 van start gegaan.

De oplevering van dit complex, dat ondermeer woningen, kantoren, een megabioscoop, leisure, horeca en een openbare parkeergarage bevat, is in 2009 voorzien.

- De 3e fase van het Roermondse Designer Outlet Centre gaat binnenkort van start. Deze nieuwe fase betekent een verdere uitbreiding van de winkeloppervlakte met 7000 m<sup>2</sup>. Hiermee groeit de totale oppervlakte naar 35.000 m<sup>2</sup> tot 150 winkels. Naar verwachting opent de nieuwe uitbreidingsfase in 2011.

- De regio Midden-Limburg werkt samen met de provincie Limburg aan de versterking van het toeristisch/recreatief potentieel van de Maasplassen.

- De aanleg van een nieuw bedrijventerrein is voorzien in Roermond-Zuid (bij A73). Ook op het industrieterrein Heide-Roerstreek zijn nieuwe vestigingen van (grootschalige) bedrijven voorzien, zoals bv. Edco.

Recent is de A73 geopend, waardoor Roermond veel beter bereikbaar is geworden. Ook de oost-west-verbinding wordt momenteel verbeterd, waardoor Roermond vanuit het Duitse achterland beter bereikbaar wordt. Behalve het Designer Outlet, ontwikkelen zich ook het Retailpark en de Huis- en Tuinboulevard tot bezoektrekkers van formaat.

Al deze activiteiten zullen in eerste instantie zorgen voor extra zakelijke overnachtingen en in een later stadium voor een nieuw potentieel van zowel zakelijke als leisure toeristische overnachtingen.

## **7. Plan voor nieuw hotel aan Roerkade**

De heer V.N.I. Adams heeft duidelijk omliggende plannen om op de locatie Roerkade 11 en 11A te komen tot de oprichting van een hotel, met de naam Hotel Dux.

In de bouwkundige tekeningen is uitgegaan van de realisatie van 23/24 hotelkamers. De kamers hebben elk een oppervlakte van minimaal 32 m<sup>2</sup>, oplopend tot 35 m<sup>2</sup>. De reguliere oppervlakte van een hotelkamer bedraagt 22-24 m<sup>2</sup>. Het aantal bedden zal 46/48 bedragen, waarmee het in de pas loopt met de gemiddelde grootte van een hotel in Limburg.

De accommodatie zal beschikken over de volgende faciliteiten:

- een grand-café
- een fitnessruimte
- vergaderaccommodatie
- parkeergelegenheid

en zal geheel voorzien zijn van airconditioning.

Voor vervoer van de luchthavens in de regio naar het hotel wordt een shuttlebus ingezet. Voor speciale en feestelijke gelegenheden is er een Bentley ter beschikking. Ook wordt nagedacht over de mogelijkheid van een eigen boot in de Roer ten behoeve van de hotelgasten.

Tevens zal de gehele accommodatie toegankelijk en geschikt zijn voor rolstoelgebruikers.

Het voornemen is om de exploitatie van de nieuwe accommodatie op duurzame wijze gestalte te geven.

De accommodatie richt zich met name op de zakelijke kant van de toeristische markt, aangevuld met de leisure zijde. De ondernemer zelf genereert momenteel 500-600 overnachtingen in de zakelijke sfeer.

De verwachting is dat de leisure kant voor een (groot) deel invulling krijgt door de groeiende groep senioren, die een aangepaste accommodatie in 4-sterrensfeer aantreffen.

Qua inrichting zal ingespeeld worden op de historie van de locatie Roerkade rond 1600, de tijd van bloeiende handel in laken, leder, graan en zilver.

De hotelkamers en de algemene ruimtes zullen op basis van deze thematiek ingericht worden. Dit versterkt de belevingswaarde van de gast, die in de historische kern van Roermond verblijft.

De opening van het nieuwe hotel is voorzien eind 2010 / in 2011.

#### 8. **Relatie met de directe omgeving - de historische stadskern**

De locatie voor het nieuwbouwhotel aan de Roerkade ligt op een strategisch punt, aan de rand van de historische kern, aan de singelring en langs de Roer. De elementen "goud" (monumenten), "blauw" (water), "groen" (natuur) en "rood" (shopping) zijn allemaal op loopafstand bereikbaar.

De realisatie van de A73 en de mogelijke verandering van de functie van de Roerkade zorgen ervoor dat de Roerkade meer verkeersluw zal worden. Hierdoor wordt de ligging van de horecabedrijven langs de Roerkade aantrekkelijker en toegankelijker voor het publiek.

Dit gebied is onderdeel van het beschermd stadsgezicht. Vele monumenten liggen 'om de hoek' en de horeca en de winkels zijn ingebed in de historische stadskern. Dit zijn belangrijke keuzefactoren voor zowel de zakelijke markt, alsook de leisure markt.

Voor de leisure markt speelt aanvullend een grote rol dat het Designer Outlet Center en Foroxity Filmarena op 10 minuten loopafstand liggen. Direct voor de deur kan men opstappen op de rondvaartboot (of de eigen boot van het hotel) om de Maasplassen te ontdekken.

Op 10 minuten loopafstand kan er bij het NS-Station een fiets gehuurd worden om de groene omgeving te verkennen van onder andere het Nationaal Park de Meinweg.

Als het ECI-terrein tot ontwikkeling komt en daar een boulevard ontstaat met functies in de culturele sfeer (ateliers, galleries, design, lifestyle etc) is ook de afstand tot dit gebied makkelijk beloopbaar.

#### 9. **Inkadering plannen in toeristisch/recreatieve toekomstvisie van Roermond**

In de *Structuurvisie Roermond* is aangegeven dat wordt ingezet op de verdere ontwikkeling van Roermond tot een dynamische, compacte kwaliteitsstad aan het water. Een stad die haar culturele en natuurlijke waarden koestert en die het zoekt in haar centrumfunctie, innovatieve herstructurering en hoogwaardige voorzieningen op het gebied van toerisme en recreatie.

Als een van de belangrijkste uitgangspunten is genoemd dat de ruimtelijke-functionele relatie tussen waterfront en de binnenstad versterkt moet worden en dat de toeristische potenties van de Roerkade beter moeten worden benut.

(Bron: *Structuurvisie Roermond - 2001*)

In het *Masterplan Toerisme* wordt gesteld dat Roermond één van de betere bewaarde historische binnenstadskernen van Nederland heeft. Structuur en stadsbeeld zijn in hoge mate bepaald door de bijzondere architectuur. De gevels, de kerken en de pleinen, de vele plekjes om te 'verstillen', het monumentale groen en de Roer zijn bijzonder. De vele boten aan de kade en op het water dragen bij aan een dynamisch karakter van de stad en een bijzonder verblijfsklimaat (het vakantiegevoel). Het waterfront heeft een toegevoegde waarde voor bezoekers om te verblijven, te wandelen, gebruik te maken van de horeca, etc. De Roer dient verfraaid te worden om ook in de stad beter tot zijn recht te komen. Op dit moment is de beleefbaarheid en de bruikbaarheid van de rivier in het centrum beperkt. Dit kan worden bereikt door de barrièrewerking van de Roersingel te verminderen ('scenic route') en door kleine voorzieningen aan de oevers: zoals steigers, verlichting, terras, routestructuur, etc. De Roer wordt op deze wijze een sfeerbepalend element en een drager voor het verbinden van de historische kern en het buitengebied.

De grote verscheidenheid aan bijzondere bouwkunst en vele ateliers voor toegepaste vormgeving zouden (her)ontdekt moeten worden als uniek stadsbeeld. Om de attractiewaarde van de historische stadskern te vergroten, zijn belevingen nodig. Bij de ruimtelijke inrichting en functie is aangegeven dat het voornemen om op de Markt en aan de Roersingel belangrijke horecaconcentraties te realiseren, in toeristische zin belangrijk is.

In het *Masterplan Toerisme* staat bij het "Streefbeeld 2015": De verblijfstoerist heeft in Roermond de keuze uit een breed scala hotels, zowel naar kwaliteiten, locaties en thematiek: van viersterren tot woonboot of hoevelogies, centraal in de stad, in het waterfront of perifeer in het groen.

(Bron: *Masterplan Toerisme - gemeente Roermond - 2002*)

In de *Strategische Visie Roermond 2020* is onder 'Roermond, Economisch sterke stad' aangegeven dat de gemeente Roermond investeert in (duurzaam) toerisme en recreatie en investeert in het creëren van een klimaat waarin commerciële organisaties willen investeren in voorzieningen in Roermond.

Het plan voor een hotel aan de Roerkade 11 en 11A past binnen de vastgestelde beleidskaders, zoals weergegeven in bovenstaande rapporten.

## 10. **Nieuwe hotellocatie Roerkade speelt in op trends, cijfers en ontwikkelingen**

Het nieuw te bouwen hotel op de locatie Roerkade 11 en 11A speelt in bouw en voorzieningen duidelijk in op een aantal in hoofdstuk 2 genoemde trends:

- In het kader van stijgende vraag naar wellness en lichamelijke gezondheid wordt een fitnesscentrum ingericht.
- De vraag naar luxe en gemak wordt vertaald in de keuze voor een hotel in het hogere marktsegment.

- De consument vraagt steeds meer om verantwoord ondernemende bedrijven. Het hotel kiest voor een duurzame vorm van ondernemen.
- Voor zowel degenen met veel als met beperkte tijd biedt het hotel en zijn omgeving mogelijkheden.
- Ook met de veranderende gezinssamenstelling is rekening gehouden, met name met de vitale senioren.
- Er zal gebruik worden gemaakt van digitale netwerken voor de promotie/waardering van het bedrijf.
- Inspelend op de toenemende vergrijzing en de groeiende doelgroep senioren zal het hotel rolstoelgeschikt zijn en de kamers ruim van opzet. Tevens is de ligging van belang. Op loopafstand van het horeca- en winkelaanbod en de monumentale binnenstad.

Inspelend op de cijfers voor de hotelsector in Limburg:

- Er zal met het aanbod aan arrangementen e.d. gerefereerd worden aan de ligging in de populaire vakantieprovincie Limburg.
- Er zal voor de leisure markt ingezet worden op de groeiemarkt van korte vakanties in Noord- en Midden-Limburg.
- Qua grootte zal het hotel 46/48 bedden tellen, dat is de gemiddelde bedrijfsgrootte van een hotel in Limburg.
- Qua binnenlandse overnachtingen in hotels staat Limburg op plaats 1. Landelijk was er tussen 2003 en 2007 een totale groei van 44% (landelijk 22%).
- Voor heel Limburg zijn langere hotelvakanties een groeiemarkt. Daar kan met name voor de groep senioren met arrangementen op ingespeeld worden.
- De marketing zal zich met name richten op:
  - de zakelijke zijde van de toeristische markt, zowel in binnen- als buitenland
  - de leisure zijde van de toeristische markt, met name in de Randstad, op de 2-persoonshuishoudens en op de senioren.
- Voor uitoefening van de activiteiten-top 5 is de ligging ideaal:
  1. Uiteten: de horeca is zelfs oververtegenwoordigd in Roermond
  2. Wandelingen maken: zowel de historische kern als het groene buitengebied, met de Maasplassen en het Nationaal Park De Meinweg lenen zich hier prima voor.
  3. Tochtjes maken met de auto: Zuid-Limburg en Maastricht liggen vlakbij, maar ook het buitenland België en Duitsland ligt letterlijk voor de deur.

4. Funshopping: het historische winkelhart van Roermond en het Designer Outlet liggen vlakbij.
5. Bezoek aan bezienswaardige gebouwen: de belangrijkste monumenten van Roermond, de kerken en het Stedelijk Museum liggen op loopafstand

Inspelend op de ontwikkelingen in Roermond:

- Het bezettingspercentage van 68% in 2008 is voldoende hoog om uitbreidingen toe te laten.
- De stad Roermond maakt de komende jaren een sterke economische ontwikkeling door, die uitbreiding van hotelaccommodatie rechtvaardigt, zowel voor de zakelijke als voor de leisure toeristische markt.
- De strategische ligging aan de rand van, in feite binnen de historische kern, met een ruim winkel- en horeca-aanbod op loopafstand, met eigen parkeerfaciliteiten, vormt een extra pré.

## 11. Slotconclusie

Het plan voor nieuwbouw van een hotel aan de Roerkade past binnen de toeristisch/recreatieve toekomstvisie van Roermond. In de *Structuurvisie Roermond* staat dat de ruimtelijke-functionele relatie tussen waterfront en de binnenstad versterkt moet worden en dat de toeristische potenties van de Roerkade beter moeten worden benut.

In het *Masterplan Toerisme* wordt gesproken over de bijzonderheid van de Roer. De vele boten aan de kade en op het water dragen bij aan een dynamisch karakter van de stad en een bijzonder verblijfsklimaat (het vakantiegevoel). Echter de Roer dient verfraaid te worden om ook in de stad beter tot zijn recht te komen.

Tevens past dit nieuwbouwplan aan de Roerkade in het "Streefbeeld 2015": De verblijfstoerist heeft dan in Roermond de keuze uit een breed scala hotels, in elke kwaliteitsklasse, op diverse locaties en divers in thematiek.

De provincie Limburg spreekt in het voorwoord van de *Toeristische Trendrapportage Limburg 2007/2008* over het onlangs onder consumenten gehouden imago-onderzoek. Hieruit bleek dat vakantiegangers die naar Limburg kwamen, deze provincie met een 8,1 als rapportcijfer waardeerden. Men komt vooral voor de mooie natuur en cultuur, waarin Limburg zich sterk onderscheidt van de rest van Nederland. Echter in het kader van de trend globalisering (de hele wereld is toegankelijk ligt voor iedereen) wordt de consument ook kritischer. Er liggen kansen voor vernieuwende en interessante projecten. Door te innoveren en de gast te verrassen met positieve ervaringen, kan Limburg in de toekomst blijven profiteren van haar sterke positie.

Het nieuw te bouwen hotel aan de Roerkade hanteert een **vernieuwend concept**. Er wordt bij de inrichting ingespeeld op de historische thematiek van de locatie Roerkade. De kamers zijn groter dan standaard; het is rolstoelvriendelijk en de exploitatie zal op duurzame wijze geschieden. De bouw van dit hotel zal een bijdrage leveren aan de verfraaiing en verdere verlevendiging van de Roerkade.

Tevens ligt het hotel vlakbij de Maasplassen, door de provincie Limburg aangeduid als een van de zg. totempalen. Dit zijn gebieden waar de vrijetijdseconomie verder uitgebouwd zal worden.

De bouw van een hotel aan de Roerkade past qua functie binnen de huidige bestemmingsplannen van de gemeente Roermond voor dit gebied en de betreffende panden.

Op basis van met name het gestelde in de hoofdstukken 5 en 6 kan geconcludeerd worden dat de bouw van dit nieuwe hotel niet zal leiden tot duurzame ontwrichting van de hotelmarkt in Roermond.

## 12. **Aanbevelingen**

De eigenaar van het nieuw te bouwen hotel heeft aangegeven reeds in een vroegtijdig stadium aandacht te besteden aan:

- het voeren van pro-actieve marketing om de juiste doelgroepen te bereiken, teneinde een goede concurrentiepositie te veroveren.
- het zoeken van aansluiting bij de citybranding van Roermond;
- het zoeken van aansluiting bij toeristisch/recreatieve samenwerkingsverbanden in de eigen regio, zoals de TROM Midden-Limburg en de VVV Midden-Limburg;
- aansluiting zoeken bij Horeca Nederland - afdeling Roermond;
- het aangaan van samenwerking met collega-ondernemers in Roermond e.o. om gezamenlijk arrangementen aan te bieden;
- het laten aanbrengen van bewegwijzering naar de locatie Roerkade 11/11A binnen het bestaande toeristische bewegwijzeringsstelsel van de gemeente Roermond (bruine borden).

=/=/=/=/=/=/=/=/=