

Ruimte. Mensen. Toekomst.

Kerkrade, hotel Parkstad Plaza
Ladderonderbouwing

Gemeente Kerkrade

Behoort bij het namens Burgemeester
en Wethouders genomen besluit

Zaaknummer: Z2023-00000437

movares  smart
urban
engineering

colofon

projectnaam
**Kerkrade, hotel Parkstad
Plaza**

datum
17 december 2025

projectnummer
P06897

opdrachtgever
Holding WOK BV

BRO
projectleider
JCJV

bron kapt
BRO

's-Hertogenbosch
Willemsplein 2
5211 AK 's-Hertogenbosch
+31 (0)73 208 91 55
Info.bro@movares.nl
www.movares.com

movares  smart
urban
engineering



Inhoudsopgave

1	Introductie	4
2	Trends, afbakening regio, aanbod en beleid hotels	6
2.1	Trends in de hotelmarkt	6
2.2	Relevante regio	7
2.3	Aanbodstructuur hotels in de regio	7
2.4	Beleidskaders	9
3	Behoeftte hotel	12
3.1	Toerisme in Nederland	12
3.2	Hotelgasten in Limburg	12
3.3	Overig economisch draagvlak regio	12
3.4	Behoeftte hotel	12
3.5	Conclusie behoeftte	14
4	Toets ladder voor duurzame verstedelijking	15
4.1	Behoeftte	15
4.2	Effecten	15
4.3	Meerwaarde hotel voor Parkstad en LeisureDome	15
4.4	Locatie	16
4.5	Conclusie	16

1 Introductie

Achtergrond

Holding WOK B.V. wil een nieuw hotel realiseren bij de LeisureDome in Kerkrade; het Parkstad Plaza Hotel. Het viersterren hotel krijgt totaal 105 kamers en wordt gevestigd tegenover het Parkstad Limburg Stadion, naast de entree van de Rodaboulevard.

Het hotel wordt gerealiseerd als onderdeel van fase 4 van het LeisureDome-complex in Kerkrade. Het hotel bevindt zich direct naast het bestaande restaurant 'Werelds', waarmee het via een loopbrug wordt verbonden. De ontwikkeling beoogt een kwalitatieve versterking van het toeristisch-recreatief aanbod in de regio Parkstad Limburg en draagt bij aan de verbreding van de vrijetijdseconomie, zoals eerder onderschreven door de themagroep Vrijetijdseconomie Zuid-Limburg (zie par. 4.5)

Beschrijving ontwikkeling en bijzondere karakteristieken

Het hotelconcept is gericht op duurzaamheid, innovatie en beleving. Het Parkstad Plaza Hotel profileert zich als een 'Green Destination', waarbij veel aandacht wordt besteed aan thematisering, design en gastvrijheid. De hotelkamers worden ingericht volgens diverse thema's die verwijzen naar sportiviteit, cultuur, bourgondisch leven, kunst en de geschiedenis van Parkstad. Daarnaast worden nieuwe technologieën toegepast om de dienstverlening te optimaliseren, waaronder een shuttle-service voor gasten.

De beoogde doelgroep is breed en omvat zowel traditionele nationale en internationale toeristen als specifieke segmenten zoals families, zakenreizigers, digital nomads en verschillende leefstijlzoekers (plezier-, stijl-, inzicht- en avontuurzoekers). Er wordt bovendien expliciet ingezet op het aantrekken van toeristen uit de Aziatische markt, waarmee het hotel

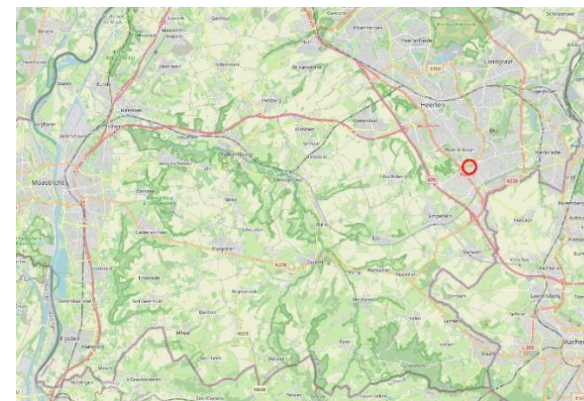
inspeelt op een bijzondere internationale groeipotentie, ook voor de regio Zuid-Limburg.

Het hotel wordt gerealiseerd over meerdere verdiepingen en omvat in totaal 105 hotelkamers, geschikt voor 2, 4 of 6 personen. De maximale verblijfs capaciteit betreft 230 personen, verdeeld over 4x 6-persoonskamers, 2x 4-persoonskamers en 99x 2-persoonskamer. De kamers en voorzieningen worden verspreid over vier bovengrondse bouwlagen en een souterrain. Conform het huidige schetsontwerp bedraagt het totale bruto vloeroppervlak (BVO) circa 9.923 m², inclusief de parkeergarage. De footprint van het gebouw bedraagt circa 1.615 m² en de maximale bouwhoogte is circa 19 meter.

Het hotel voorziet in een breed scala aan aanvullende voorzieningen, waaronder:

- Een lounge en een ontbijt-/lunchruimte;
- Een keuken met afwassectie;
- Een bar met innovatieve technieken (zoals robotica);
- Enkele vergaderruimten;
- Diverse ruimten voor wellness, fitness en vermaak;
- Een parkeergarage in het souterrain met 117 parkeerplaatsen en een afsluitbare fietsenstalling;
- Een receptie die wordt gesitueerd in het naastgelegen restaurant "Werelds".

Op het gebied van food & beverage wordt voorzien in een internationaal buffet met aandacht voor gezonde en lokale streekproducten. Ontbijt en lunch worden aangeboden met herkenbare gerechten en Limburgse specialiteiten. Dinerfaciliteiten worden in eerste instantie aangeboden via "Werelds" restaurant en DADAWAN Kerkrade, met aanvullende mogelijkheden in de regio. Roomservice wordt verzorgd via automaten.



Figuur 1: Planlocatie

Positionering t.o.v. bestaande hotelaanbod in de regio

Met dit plan wordt beoogd een onderscheidend en toekomstbestendig hotelconcept te realiseren dat complementair is aan het bestaande aanbod in de regio. De ontwikkeling draagt bij aan de economische versterking van Parkstad Limburg, sluit aan bij de beleidsmatige ambities op het gebied van duurzaamheid en toerisme, en vormt een logische aanvulling op het LeisureDome-complex.

Vanuit regionaal perspectief is het nieuwe hotel zeer onderscheidend en het verbreedt de doelgroepen in de hotelmarkt. Het bestaande hotelaanbod in de regio is voor een belangrijk deel (maar met uitzonderingen) veel meer gericht op 'traditioneel' aanbod qua concept, inrichting, vormgeving en gastenbenadering. Enige hotels zijn sterk gethematiseerd en gericht op specifieke doelgroepen, anders dan die van het Parkstad Hotel (bijvoorbeeld Snowworld, Rolduc). Zie paragraaf 2.2.

Diverse grote woon-werksteden (Aachen, Maastricht, Sittard-Geleen) en vliegvelden liggen binnen een rijafstand van 30 km. Er komen shuttle services naar de belangrijkste OV-knooppunten en nabijgelegen toeristische bestemmingen.

Introductie Ladder voor duurzame verstedelijking

Om de ontwikkeling formeel mogelijk te maken is een omgevingsvergunning noodzakelijk. Omdat onderhavig initiatief vanwege aard en omvang een 'nieuwe stedelijke ontwikkeling' betreft, is daarbij het doorlopen van de Ladder voor Duurzame Verstedelijking (art. 3.1.6. lid 2 Bro) verplicht, conform art. 1.1.1. van het Bro. De Ladder voor Duurzame Verstedelijking (hierna 'ladder') heeft zorgvuldig ruimtegebruik als doel en geeft invulling aan het zorgvuldig en transparant afwegen van besluitvorming bij ruimtelijke ontwikkelingen. Daarom bevat de toelichting bij een bestemmingsplan, op basis van art. 3.1.6. lid twee, een beschrijving van:

- de behoefte aan de betreffende ontwikkeling binnen het verzorgingsgebied;
- indien het bestemmingsplan die ontwikkeling mogelijk maakt buiten het bestaand stedelijk gebied (wat hier het geval is) een motivering waarom niet binnen het bestaand stedelijk gebied in die behoefte kan worden voorzien.

Belangrijk bij de toepassing van de ladder is dat aandacht besteed wordt aan de effecten op de leegstand van vastgoed in de relevante regio. Relevant is dat het niet gaat om leegstand op zich, maar of die leegstand vanuit ruimtelijk opzicht als onaanvaardbaar mag worden beschouwd. Daarbij zijn de gevolgen voor het woon-, leef- en ondernemersklimaat van belang. De behoefte aan en de aanvaardbaarheid van de ontwikkeling beoordelen wij op kwalitatieve en kwantitatieve gronden.

Vraagstelling

De vraagstelling was in dit kader als volgt:

- In hoeverre bestaat er behoefte (kwalitatief, kwantitatief) aan het hotel in de relevante regio/verzorgingsgebied?
- Sluit het aan op bestaande, relevante beleids- en afsprakenkaders van gemeente, regio en provincie?
- Wat zijn de effecten op de leegstand en het woon-, leef- en werkklimaat in de regio?

- In hoeverre past het initiatief binnen de uitgangspunten van de Ladder voor duurzame verstedelijking?

Opzet van het rapport

In hoofdstuk 2 wordt de ontwikkeling van het hotel gezien in het licht van landelijke trends, de relevante regio, het aanbod van hotels aldaar, de plancapaciteit en het overheidsbeleid. In hoofdstuk 3 spitst de analyse zich toe op de behoefte aan de ontwikkeling, ook gegeven het landelijke en regionale marktperspectief en de trends daarin.

Tot slot worden in hoofdstuk 4 de belangrijkste conclusies geformuleerd t.a.v. de toetsing aan de Ladder van de nieuwe ontwikkeling. Dit aan de hand van de beschreven analyses in dit rapport.

2 Trends, afbakening regio, aanbod en beleid hotels

2.1 Trends in de hotelmarkt

Algemeen

- Er zijn in Nederland momenteel 3.938 hotels en pensions, met samen circa 150.000 kamers. Gemiddeld hebben ze dus 38 kamers. Noord-Holland (Amsterdam) domineert sterk in deze sector, gevolgd door Zuid-Holland en Noord-Brabant. Ongeveer een kwart van het landelijke aanbod betreft pensions, met veelal een wat kleinere omvang en lager kwaliteitsniveau.¹
- Landelijk zijn er de laatste jaren veel hotelkamers bijgekomen. Onderstaande figuur² maakt evenwel duidelijk dat het aantal overnachtingen (blauwe lijn) tegelijk eveneens fors toenam en sinds 2015 de ontwikkeling van het kameraanbod (rode lijn) zelfs is voorbijgestreefd.
- Na de enorme vraagdip tijdens de coronapandemie groeit de vraag sinds 2022 opnieuw aanmerkelijk sterker dan het aanbod.
- De markt absorbeert het groeiende aanbod op landelijk niveau dus goed en de gemiddelde kamerbezetting steeg zelfs nog verder, ondanks de opkomst van particuliere verhuur via digitale platforms (Airbnb, Booking.com) en andere verblijfsvormen. Vanwege de bijzondere dynamiek is Amsterdam hier buiten beschouwing gelaten.

Algemene trends in de hotelsector

De belangrijkste trends in de hotelsector zijn:

- Groeiende vraag, in alle deelmarkten (toeristisch, zakelijk, meetings).
- Schaalvergroting.
- Upgrading en professionalisering bestaande hotels.

- Opkomst kleinschalige, doelgroepgerichte hotelconcepten, (boutique-, wellness-, rusthotels).
- Meer 'hybride hospitality', met extra functies (horeca, vergaderen, werkplekken, recreatie, etc.) die ook overdag mensen aantrekken.
- Groeiende dominantie van grote ketens (vaak internationaal), soms met eigen sublabels.
- Nieuwe (digitale) platforms voor kamerverhuur (Airbnb, Wimdu, booking.com).
- Ruimere kamers t.b.v. extended stay (min. 2 weken), families, etc.
- Geleidelijke opheffing kleinschalige 'familiehotels' met onvoldoende budget voor kwaliteitsverbetering, personeel en marketing.

Toekomstperspectief

- De hotelsector is in het algemeen gevoelig voor mondiale economische (conjuncturele) en maatschappelijke ontwikkelingen. Dit was bijvoorbeeld zichtbaar na 9/11 (2001), tijdens de economische recessie tussen 2008-2012 en zeker tijdens de recente coronapandemie. Momenteel (5 jaar na begin van de pandemie) signaleren we in de Nederlandse hotelmarkt een breed herstel en zelfs weer een opvallende groei groei, uit binnen- in buitenland.
- Geleidelijk trekt ook de internationale zakelijke markt weer aan; fysieke ontmoeting tussen mensen blijft essentieel in het bedrijfsleven. Veel Nederlanders hebben de afgelopen jaren hun eigen land 'herontdekt' en ook milieuaspecten tellen steeds zwaarder mee bij de vakantiekeuze (dichter bij huis).
- Het recente, toonaangevende landelijke onderzoek Hosta 2024 stelt dat de Nederlandse hotelmarkt nagenoeg volledig is hersteld van de

coronapandemie, zeker buiten de Randstad.³ De gemiddelde kamerprijs is in 2023 zelfs tot recordhoogte gestegen, ook t.o.v. 'topjaar' 2019.

- Wel staan de marges van hotels sterk onder druk als gevolg van kostenstijgingen en inflatie. Tabel 2.1 toont de nieuwste cijfers over het functioneren van de Nederlandse en Limburgse hotelmarkt. De prognoses tonen een verdere groei van bezettingsgraad in Nederland. In Limburg lag de gemiddelde bezettingsgraad in 2023 nog 2 procentpunt onder 2019. Voor Limburg zijn overigens alleen recente, uniforme vraagcijfers beschikbaar op provinciaal niveau en voor de gemeente Maastricht afzonderlijk.
- De gemiddelde kamerprijs en RevPAR blijven landelijk en provinciaal eveneens overal stijgen, zelfs tot ruim boven het peil in 2019. Ook weer met de kanttekening, dat de winstmarges van hotels tegelijkertijd sterk onder druk staan door brede kostenstijgingen. Hotels blijven evenwel een populaire verblijfsvorm en de vraag zal waarschijnlijk verder stijgen, ook in Zuid-Limburg.

¹ CBS. Situatie februari 2025 (nieuwste cijfers).

² Bron: CBS. Deze cijfers betreffen het aanbod van en de overnachtingen in alle hotels, incl. de niet-geclassificeerde. Vanwege de relatief zeer grote dynamiek in de Amsterdamse hotelmarkt is deze analyse exclusief Amsterdam.

³ Horwath HTL; Hosta 2024

Locatiekeuze afhankelijk van hotelconcept

Elke hotel formule vraagt om haar eigen vestigingsmilieu. Qua locatiekeuze bestaat er een duidelijk onderscheid tussen zakelijke en toeristische hotels. De eerste groep richt zich doorgaans vooral op functioneel ingerichte hotels op stedelijke locaties die snel bereikbaar zijn per auto en openbaar vervoer. Nieuwe hotels gericht op de toeristische markt (vaak kleiner) kiezen veelal voor binnensteden of andere bijzondere locaties (natuur- of recreatiegebieden, water, etc.). Hotel Parkstad Plaza richt zich op beide doelgroepen en daarvoor is de gekozen locatie zeer geschikt. Het ligt immers op de rand van stad en buitengebied, nabij veel recreatievoorzieningen en is uitstekend bereikbaar per auto.

Hotels profiteren doorgaans sterk van de wervingskracht van andere activiteiten (restaurantie horeca, recreatie, cultuur, retail, stations, bedrijven-

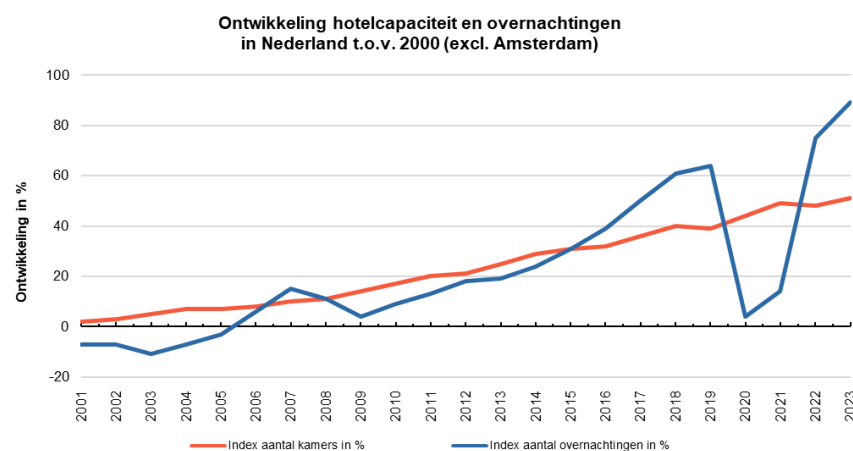
Tabel 2.1: Ontwikkeling Bezettingsgraad, Kamerprijs en RevPAR 2019-2023

	2019	2022	2023
Gemiddelde bezettingsgraad			
Nederland totaal (%)	78,2	65,8	74,8
Nederland excl. Amsterdam/Schiphol (%)	73,5	68,5	72,2
Limburg (%)	72,0	68,4	70,1
Gemiddelde kamerprijs			
Nederland totaal (euro)	120	134	166
Nederland excl. Amsterdam/Schiphol (euro)	96	109	125
Limburg (euro)	102	115	125
RevPAR (opbrengst / kamer)			
Nederland totaal (euro)	94	88	124
Nederland excl. Amsterdam/Schiphol (euro)	71	75	90
Limburg (euro)	74	79	88

terreinen, snelwegen, etc.) en vice versa. Ze zorgen voor een grotere herkenbaarheid en 'placemaking' van gebieden en genereren vaak veel extra levendigheid en een hogere belevingswaarde daggrond. Daardoor dragen

ze ook bij aan de leefbaarheid en sociale veiligheid in de omgeving, ook 's avonds.

Aansluitend op de veranderende consumentenvraag moeten hotels tegenwoordig ruime kamers aanbieden, met voldoende, goede faciliteiten en aanvullende voorzieningen (goede matrassen en sanitair, snelle Wifi, lift, sfeervolle lounge, horeca, werkplekken, eigen parkeergelegenheid, etc.). Bijzondere perspectieven bestaan er voor thematische en conceptgerichte hotels op bijzondere locaties als de onderhavige.



Figuur 2.1: Ontwikkeling hotelcapaciteit en -vraag in Nederland (excl. Amsterdam) 2000-2023

2.2 Relevante regio

De handreiking voor de ladder stelt dat de behoeftetoets moet worden uitgevoerd op basis van het ruimtelijk verzorgingsgebied van de ontwikkeling. De aard en omvang van de ontwikkeling is bepalend op welk niveau de afweging moet worden gemaakt. In dit geval is essentieel dat de behoefte aan hotelaccommodatie per definitie vooral van grotere afstand komt en juist minder uit het verzorgingsgebied zelf. Wel kan het 'zoekgebied' van potentiële gasten worden gehanteerd als uitgangspunt. Veelal

wordt daarbij voor bijzondere ontwikkelingen als de onderhavige (In het gebied Leisuredome, met veel leisurevoorzieningen) een afstand van maximaal 20-25 minuten per auto (daluren) vanaf de verblijfsplek gehanteerd; iets langer dan voor reguliere hotels.

Uit onderzoek blijkt dat 79% van de sociaal-recreatieve trips in Nederland een actieradius van minder dan 20 km heeft. Het ContinuVrijeTijdsOnderzoek CVTO komt tot gemiddeld 8,6 km enkele reis per toeristisch-recreatieve trip. We veronderstellen dat dit in grote lijnen ook van toepassing is op recreatieve trips vanaf de vakantiebestemming en dus de keuze voor een hotellocatie, zij het dat de gemiddelde reisafstand dan wat groter zal zijn dan vanuit de woonomgeving.

Het 'zoekgebied' voor mensen op zoek naar een hotelaccommodatie in en rond Kerkrade en Parkstad is hier afgebakend als het Toeristengebied Zuid-Limburg excl. Maastricht. Ruwweg omvat dit Parkstad Limburg, het Heuvelland en de westelijke Mijnstreek. Zuid-Limburg heeft in toeristisch opzicht een markant eigen karakter en identiteit, voor een belangrijk deel bepaald door het afwisselende heuvellandschap met vele kleine dorpen, kastelen, landgoederen, horeca, cultuur en uitgebreide mogelijkheden voor wandelen en fietsen. Mede vanwege deze bijzondere en zelfs unieke landschappelijke en recreatieve waarden zijn er vele vakantieparken, campings en hotels gevestigd in de regio.

2.3 Aanbodstructuur hotels in de regio

Aanbod hotels in de regio algemeen

Hieronder wordt het huidige hotelaanbod in de regio inclusief Kerkrade kort cijfermatig uiteengezet. Inclusief Maastricht omvat Zuid-Limburg totaal 293 hotels, met samen 8.185 kamers. Overigens zijn op lagere schaalniveaus geen actuele, eenduidige cijfers beschikbaar over het hotelaanbod. De Maastrichtse hotelmarkt heeft een geheel eigen dynamiek, functioneren en doelgroepen t.o.v. overig Zuid-Limburg. Veel gasten komen hier

specifiek voor de stad Maastricht en haar gevarieerde voorzieningen (cultuur, retail, horeca) en evenementen. De stad trekt daarnaast veel meer zakelijke bezoekers dan overig Zuid-Limburg.

Tabel 2.2: Hotelaanbod in de regio (CBS, situatie februari 2025)

	Hotels	Kamers	Kamers per hotel Gemiddeld
Zuid-Limburg	282	7.818	28
Zuid-Limburg excl. Maastricht	223	4.916	22
Provincie Limburg	419	10.408	25
Nederland	3.938	150.245	38

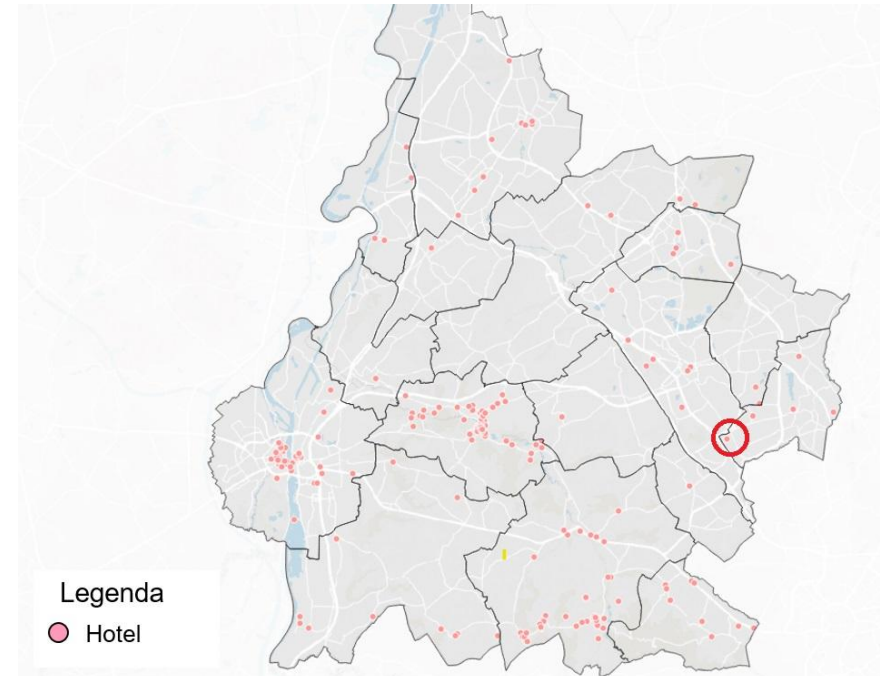
Daarom baseren we ons in onderhavige behoefte­raming op de regio Zuid-Limburg exclusief Maastricht: **223 hotels met totaal 4.916 kamers**. Met gemiddeld 22 kamers zijn de regionale hotels opvallend kleiner dan landelijk (38 kamers per hotel), maar ook in de provincie Limburg (25 kamers).⁴

De grootste hotels in de regio Parkstad, nabij de planlocatie LeisureDome zijn (in orde van grootte, minimaal 50 kamers) zijn:

- Van der Valk Hotel Heerlen, incl. Kasteel TerWorm (189 kamers)
- Abdij Hotel Rolduc (159 kamers)
- Alpine Hotel Snowworld (100 kamers)
- Fletcher Parkstad-Zuid Limburg (80 kamers)
- Tulip Inn Heerlen City Centre (56 kamers)

Over de overige, kleinere hotels in de regio ontbreken bedrijfsgebonden data, omdat het CBS alleen geaggregeerde data verschaft. Het meer

kleinschalige aanbod is in dit kader (een nieuw hotel met 105 kamers) bovendien minder relevant. De aanbodcijfers van de kleine hotels maken uiteraard wel deel uit van de hiervoor vermelde totaal­cijfers.



Figuur 2.2: Aanbod hotels in de regio (incl. planlocatie Parkstad Plaza Hotel)

In de gemeente Kerkrade zijn verder de volgende, meer kleinschalige, zelfstandige hotels gevestigd:

- Hotel Fletcher Kasteel Erenstein (45 kamers)
- Hotel-restaurant De Posthoorn (5 kamers)
- Hotel De Zevende Hemel (10 kamers)

Door de belangrijke toeristische betekenis en strategische ligging in toeristisch en zakelijke opzicht kent Zuid-Limburg en met name het Heuvelland een (ogenschijnlijk) ruim en redelijk gevarieerd hotelaanbod. Meest opvallend is het grote aantal hotels in en rond Valkenburg, Schin op Geul, Gulpen-Wittem en het gebied tussen Slenaken en Epen. Dit betreft voor het overgrote deel hotels die zich richten op de toeristische markt. De maatvoering varieert van kleinschalig tot middelgroot en steeds meer hotels hebben een eigen thema (natuurbeleving, wellness, boutique, fietsen, wandelen, etc.). Alleen het zeer toeristische Valkenburg (ruim 15 kilometer van de planlocatie voor het Parkstad Plaza Hotel) kent een wat ruimer aanbod van grotere hotels.

Het aanbod in Parkstad is aanmerkelijk kleiner dan in het Heuvelland. De gemeente Heerlen heeft het ruimste aanbod. De meeste hotels in de regio liggen buiten de hoofdcentra, vaak in het buitengebied en er zijn relatief veel bijzondere hotelconcepten (natuurgericht, bezinning, conferenties, wandelaars/fietsers, sport, etc.). Voorbeelden van sterk gethematiseerde hotels in de regio zijn Abdij Hotel Rolduc (rust, ontspanning, bezinning, cultuurhistorie, conferenties) en Alpine Hotel Snowworld (buitensport, skiën).

Er zijn in Zuid-Limburg relatief veel kleine ‘familiehotels’ en pensions in het lagere en middensegment, vooral gericht op de toeristische markt. Vaak is de inrichting en uitstraling gedateerd. Diverse onderzoeken concludeerden reeds dat het toekomstperspectief van veel van deze hotels zeer onzeker is.

De grote toeristische (en zakelijke) aantrekkingskracht van Zuid-Limburg wordt mede bepaald door de vele aansprekende toeristische en zakelijke bestemmingen in de omgeving. Naast de grote steden Aachen en Luik en

⁴ Bron: CBS, situatie januari 2023. Omdat geen actuele cijfers beschikbaar zijn op gemeentelijk niveau (afgezien van Maastricht), hebben we geheel Zuid-Limburg als regio geselecteerd.

de Maasplassen liggen ook Maasmechelen Village en Designer Outlet Roermond op korte afstand. Deze outlets zijn toeristische bestemmingen van formaat en ontvangen jaarlijks miljoenen bezoekers, waaronder honderdduizenden Aziatische bezoekers in groepsverband; een belangrijke doelgroep voor het onderhavige hotelplan.

Onderscheidend karakter hotel

Vernieuwende hotelconcepten met een vergelijkbaar concept als Parkstad Plaza (hoogmoderne inrichting, eigen thema, ontwerpstyl, vormgeving en design, thematische hotelkamers, uitstekende bereikbaarheid) zijn er niet in de regio. Veel grotere hotels (zie overzicht) zijn gebonden aan een (inter)nationale hotelketen, met soms strikte formulegebonden eisen. Ook de bijzondere oriëntatie op de (zeer kansrijke) Aziatische markt maakt het nieuwe hotel onderscheidend. Derhalve is ook niet gekeken naar eventuele uitbreidingsruimte binnen het stadion. Er blijkt al jarenlang geen belangstelling voor exploitatie van extra hotelkamers binnen het stadion vanuit de markt. Bovendien is deze locatie naar aard, inrichting en uitstraling geheel anders dan de plannen voor hotel Parkstad Plaza. Daadwerkelijke realisatie van extra hotelkamers in het stadion (een theoretische aanname) zal dus maar in beperkte mate concurrerend zijn voor Parkstad Plaza

Plannen en plancapaciteit hotels in de regio

In de afgebakende regio bestaan diverse 'harde' planologische mogelijkheden voor nieuwe hotels. Ten dele, maar niet in alle gevallen, betreft het concrete plannen. Hotelplannen c.q. harde plancapaciteit met minimaal 20 kamers in de regio:

- Maankwartier Heerlen (max. 159 kamers)
- Ursulinenconvent Eijsden (30 kamers)
- Hotel Thermae 2000 Valkenburg (uitbreiding 40 kamers)

Daarnaast zijn er nog, verspreid over de regio, vier kleinschalige locaties (maximaal 20 kamers) waar zich nieuwe hotels kunnen vestigen dan wel bestaande kunnen uitbreiden. Totaal betreft dit circa 45 kamers.⁵ Belangrijke bron voor deze opgave is het in 2018 gepubliceerde Hotelmarktonderzoek provincie Limburg (ZKA). De overzichten voor de deelregio's Parkstad/Westelijke Mijnstreek en Heuvelland zijn door BRO geactualiseerd, ook omdat in de tussentijd diverse hotels (destijds nog in planvorming) zijn geopend en derhalve opgenomen in de vermelde aanbodanalyse. Ook bleken enige plannen sinds 2018 te zijn getransformeerd tot een andere functie (wonen, zorg, etc.).

In totaal bedraagt de 'harde' plancapaciteit in de afgebakende regio (Zuid-Limburg excl. Maastricht) derhalve ongeveer 274 hotelkamers. Dit is exclusief eventuele mogelijkheden voor hotels binnen bredere horecabestemmingen, bijvoorbeeld in en rond grote centra. Dit betreft echter veelal zeer kleinschalige en versnipperde vestigingsopties, ongeschikt voor exploitatie van een modern, zelfstandig hotel.

2.4 Beleidskaders

Deze paragraaf is een samenvatting van de beschreven beleidskaders, voor zover relevant voor de hotelfunctie.

Provinciaal beleid

Op 1 oktober 2021 heeft de provincie Limburg de provinciale omgevingsvisie vastgesteld: 'de Provinciale omgevingsvisie Limburg'. De POVI Limburg is een lange termijnvisie, met als doelstelling invulling geven over hoe de provincie Limburg in de periode 2030-2050 op een integrale en toekomstbestendige manier kan door ontwikkelen. Het vervangt het huidige 'Provinciaal Omgevingsplan Limburg (POL2014)'. De omgevingsvisie

is dynamisch en flexibel, aangezien dit mogelijkheden biedt om het document te actualiseren met het oog op toekomstige veranderingen.

In de provinciale omgevingsvisie Limburg worden een aantal hoofdpogaven onderscheiden:

- het creëren van een aantrekkelijke, sociale, gezonde en veilige omgeving, zowel in het landelijk- als het bebouwde gebied;
- een toekomstbestendige, innovatieve en duurzame economie (inclusief landbouwtransitie);
- klimaatadaptatie en energietransitie.

Deze opgaven, die Limburg-breed spelen, moeten met inachtneming van de specifieke eigenschappen van Limburg op een integrale en toekomstbestendige manier worden geïmplementeerd. Participatie tussen overheid, markt en inwoners van Limburg is hierbij een belangrijk uitgangspunt.

De vrijetijdseconomie vormt een belangrijke pijler in Limburg. Voor een florierende vrijetijdseconomie zijn de kwaliteit van landschap en natuur, aantrekkelijke steden en een goede bereikbaarheid van belang. Een stabiele balans is nodig tussen:

- beleving en bescherming van landschap en natuur;
- belangen van toeristen, recreanten en inwoners;
- uiteenlopende wensen van verschillende groepen recreanten;
- de verschillende groepen in het landelijk gebied die gebruik maken van dezelfde infrastructuur.

Vraag en aanbod van verblijfsaccommodaties dienen beter in balans gebracht te worden, zowel kwantitatief als kwalitatief. Meer van hetzelfde leidt tot verdringing en leegstand. Een voortdurende kwaliteitsslag is nodig om nieuw en bestaand aanbod aan te passen aan de veranderende vraag

⁵ Inclusief locatie hotel Croix de Bourgogne te Valkenburg. Planvorming (ca. 20 luxe hotelkamers) ligt stil.

van zowel vaste als nieuwe gasten. Een goede kwalitatieve onderbouwing is essentieel.

De provincie Limburg beschouwt vrijetijdseconomie (leisure) als één van de Limburgse topsectoren. Dit dankzij het grote economisch belang van de sector zelf en vanwege de bijdrage die voorzieningen en evenementen leveren aan de kwaliteit van het Limburgse woon- en leefklimaat. De sector is evenwel, aldus de provincie, nogal versnipperd en er is onvoldoende synergie tussen individuele ondernemers en overheden. De provinciale opgave ligt in het versterken van de identiteit van de Limburgse vrijetijdseconomie en het verbinden van de kwaliteiten van deelgebieden. Meer regionale slagkracht is nodig om tegemoet te komen aan de veranderende consumentenwensen en Limburg aantrekkelijk te maken c.q. te houden voor (nieuwe) doelgroepen.

Bij nieuwe ontwikkelingen op het gebied van vrijetijdseconomie zijn de 'Limburgse principes' zoals opgenomen in de Provinciale Omgevingsvisie Limburg van belang. Deze principes zijn:

- **Gezonde en veilige leefomgeving:**
Prioriteit voor gezondheid, veiligheid en welzijn van mens, dier en plant, en het voorkomen van hinder en risico's.
- **Identiteit en kenmerken van gebieden:**
Beleidskeuzes sluiten aan op unieke landschappen, culturen en gebiedseigen kenmerken.
- **Zorgvuldig omgaan met schaarse ruimte en voorraden:**
Optimale benutting van ruimte, netwerken en voorraden, en stimulering van multifunctioneel ruimtegebruik.
- **Versterken van bebouwd én landelijk gebied:**
Compact houden van steden en dorpen en concentratie van stedelijke functies in bestaand bebouwd gebied.

Een actuele vraag-aanbodanalyse en een bedrijfsontwikkelingsplan zijn volgens de provincie noodzakelijke elementen bij het onderbouwen van het toevoegen van een vestigingsmogelijkheid.

De Omgevingswet maakte een nieuwe Omgevingsverordening nodig die past binnen de kaders en het instrumentarium van de Omgevingswet. Op 17 december 2021 heeft Provinciale Staten de nieuwe Omgevingsverordening Limburg (2021) vastgesteld. Dit is in principe een beleidsneutrale omzetting van de (beschreven) Omgevingsverordening.

*We constateren dat het nieuwe Parkstad Plaza hotel te Kerkrade goed past binnen het provinciale beleid, waaronder de 'Limburgse Principes'. De ontwikkeling **versterkt de identiteit van de Limburgse vrijetijdseconomie en verbindt de kwaliteit van deelgebieden, waaronder de belangrijke regionale vrijetijdsbestemming Rodaboulevard/LeisureDome te Kerkrade.***

Regionaal beleid

De Zuid-Limburgse gemeenten en provincie Limburg hebben in 2019 gezamenlijk de Visie Vrijetijdseconomie; Bestemming Zuid-Limburg 2030 opgesteld. Als ambitie voor de toekomst is geformuleerd dat Zuid-Limburg een toekomstbestendige bestemming is, waarin:

- toerisme blijft bijdragen aan duurzame economische structuurversterking van de regio;
- kwalitatieve groei boven kwantitatieve groei gaat;
- landschappelijke en stedelijke kwaliteiten elkaar versterken;
- de vrijetijdseconomie helpt om natuur en landschap te ontwikkelen;
- inwoners en gasten heel Zuid-Limburg kunnen beleven.

De visie legt de focus o.a. op kwaliteit en continue vernieuwing van het toeristisch-recreatieve product en relevante voorzieningen. De verweven landschappelijke en stedelijke kwaliteiten van Zuid-Limburg vormen de basis voor het toeristisch product. Er moeten nieuwe doelgroepen worden

aangesproken en vraag en aanbod van verblijfsaccommodaties moet beter in balans komen, kwalitatief en kwantitatief.

De Structuurvisie Ruimtelijke Economie Zuid-Limburg (SVREZL) is een gezamenlijke ruimtelijk-economische visie en handelingskader voor de winkel-, kantoren en bedrijventerreinenmarkt in Zuid-Limburg in de subregio's Maastricht-Heuvelland, Westelijke Mijnstreek en Parkstad Limburg.

De regio wil een kwalitatief hoogwaardig leef-, werk- en vestigingsklimaat bieden, voor nu en in de toekomst, en de economische kracht van Zuid-Limburg in brede zin zoveel mogelijk versterken. De geformuleerde opgave is op hoofdlijnen als volgt:

- Behoud van de leefbaarheid en versterking van de hoofdstructuur in de segmenten winkels en kantoren.
- Het verdunnen van de bestaande vastgoedvoorraad in de segmenten winkels, kantoren en bedrijventerreinen, daar waar sprake is van een overschot.
- Het stap-voor-stap terugdringen van ongewenste planvoorraad buiten de hoofdstructuur in winkels en kantoren tot er op subregioniveau sprake is van frictieleegstand.
- Het faciliteren van kwalitatieve toevoegingen die passen binnen de uitgangspunten van de structuurvisie.
- Het door middel van herbestemming bijdragen aan verbetering van het gebruik en de functionaliteit van de bestaande locatie (kavel, pand, gebied).

Horeca en hotels krijgen in deze visie geen bijzondere aandacht en voor de Vrijetijdseconomie wordt aangesloten op de visie specifiek voor dit onderwerp (zie boven). Het stedelijk dienstenterrein Rodaboulevard (inclusief LeisureDome, naast het nieuwe hotel) wordt in de visie aangeduid als 'Perifere thematische concentratie' met een bovenregionale functie en als onderscheidend thema 'Sport en leisure'.

Het nieuwe Parkstad Plaza hotel past kortom goed binnen de regionale beleidskaders. Het versterkt de Rodaboulevard/LeisureDome als perifere thematische concentratie met een bovenregionale functie en als onderscheidend thema 'Sport en leisure'.

Gemeentelijk beleid

De Structuurvisie Kerkrade, Europees en Gastvrij 2010-2020 is al van oudere datum en wordt in 2024 opgevolgd door een nieuwe Omgevingsvisie. De ambitie van Kerkrade is kort en krachtig: een Europese en Gastvrije stad.

De Rodaboulevard krijgt als onderscheidend thema Sport en Leisure en vormt een 'Klavertje 4', samen met GaiaZoo/Anstelvallei, Abdij Rolduc e.o. en het Museumplein. Tevens werd in deze visie een regionale ambitie verwoord, middels uitbreiding van de verblijfs capaciteit in de vorm van hotels en congresfaciliteiten. Daarmee worden bovendien het primaire marktgebied van de dagattracties vergroot en de lokale economie gestimuleerd.

De Visie Toerisme Kerkrade (februari 2016) streeft naar meer eenheid in en verdere ontwikkeling van het toeristische aanbod binnen de gemeente. Dit in samenhang met andere economische, sociale en culturele ontwikkelingen. Kerkrade moet als 'Familiestad' een herkenbare positie krijgen in Parkstad, Zuid-Limburg én de Euregio.

De vier thema's verbinden, verblijven, verleiden en vermarkten vormen de basis voor de verdere uitwerking van de Visie Toerisme. Belangrijk is het verbinden van de leisureclusters in Kerkrade en de regio, ook met het centrum van Kerkrade.

We constateren dat nieuwe Parkstad Plaza Hotel goed past binnen het gemeentelijk beleid. Het verbindt de leisureclusters in Kerkrade, met een belangrijke meerwaarde voor de regio.

3 Behoeft hotel

Een Ladderonderbouwing is in principe gericht op de kwalitatieve meerwaarde van de ontwikkeling (in brede zin) en de ruimtelijke effecten. Het omvat dus geen 'traditioneel', uitgebreid marktonderzoek voor de relevante activiteiten, aansluitend aan de middels uitgebreide jurisprudentie. Er bestaat voor de hier beoogde functie (hotel) in wezen geen 'vanzelfsprekende' behoefte. De vraag wordt vooral bepaald door de aanbodkwaliteiten in brede zin, waarbij de combinatie tussen productconcept ("wat ben je?"), faciliteiten, uitstraling, locatie, doelgroepen, gastvrijheid en marketing centraal staan. De marktomstandigheden zijn voor hotels bovendien zeer dynamisch, aan zowel de vraag- als aanbodzijde. De kwantitatieve behoefte wordt in dit kader dan ook slechts indicatief bepaald, met als doel de ruimtelijke effecten goed te kunnen inschatten. De beoordeling van de kwalitatieve aspecten is zoveel mogelijk geobjectiveerd.

3.1 Toerisme in Nederland

In 2023 brachten Nederlanders 16,7 miljoen vakanties in eigen land door.⁶ In 2020, 2021 en deels ook nog in 2022 werden de overnachtingscijfers enorm beïnvloed door de coronapandemie, waardoor ze niet representatief zijn voor de toekomstige marktruimte. Van de Nederlandse vakanties in eigen land vond in 2023 ca. 31% plaats in hotels. Toeristen verblijven in hotels evenwel beduidend korter dan in andere accommodatievormen (17% van de overnachtingen). De verblijfsduur in bijvoorbeeld recreatiewoningen en op kampeerplaatsen is aanmerkelijk groter. Wel zijn de overnachtingsprijzen van hotels doorgaans hoger dan van andere accommodatievormen. Dit hangt vooral samen met aspecten als privacy, comfort,

geboden horeca en andere services. Gasten zijn doorgaans bereid om hiervoor een faire, marktconforme prijs te betalen.

Van de buitenlandse gasten in Nederland overnacht 78% in hotels. Overigens betreft deze laatste categorie vooral bezoekers van grotere afstand, die in de grotere steden (Randstad) verblijven.

3.2 Hotelgasten in Limburg

Limburgse hotelmarkt herstelt snel van de coronapandemie

De provincie Limburg ontving in 2023 in totaal ca. 2,3 mln. hotelgasten, met samen 3,8 mln overnachtingen. Een forse groei sinds 2012, met respectievelijk +35% en +31%. Van de hotelgasten in de provincie was in 2023 29% buitenlands (CBS).

Er is kortom zowel in algemene zin sprake van een opmerkelijke groei van de provinciale hotelmarkt, ook postcorona. Voor de regio Zuid-Limburg zijn vermelde data niet beschikbaar in actuele en betrouwbare vorm.

Zakelijke markt belangrijk

De deelmarkten toeristisch en zakelijk zijn voor hotelaccommodaties in Limburg (3-5 sterren) met respectievelijk 55% en 41% ruwweg evenredig verdeeld als gemiddeld in Nederland (zie tabel 3.1).

3.3 Overig economisch draagvlak regio

Er bestaat in Nederland regionaal een duidelijke correlatie tussen enerzijds de hotelcapaciteit en anderzijds de werkgelegenheid en het inwonertal in de betreffende regio. Dit hangt samen met het feit dat mensen en bedrijven altijd voorzieningen aantrekken met een bredere functie dan alleen overnachtingsplek, bijvoorbeeld t.b.v. zakelijke activiteiten (congressen, cursussen, presentaties), horeca en zalenverhuur voor feesten en andere bijeenkomsten.

In het afgebakende verzorgingsgebied (Corop Zuid-Limburg excl. Maastricht) zijn circa 190.400 banen beschikbaar.⁸ Er wonen circa 475.000 mensen (CBS, 1 januari 2025). Waarschijnlijk zal de groei hiervan de komende decennia beperkt zijn, met wellicht zelfs nog een zekere krimp.

3.4 Behoeft hotel

In deze paragraaf analyseren we de behoefte op globale wijze. Dit mede omdat het definitieve marktconcept en uitvoering van het nieuwe hotel nog niet bekend is.

Tabel 3.1: Aandeel hotelnachten naar marktsegment in Limburg en landelijk in 2023⁷

	Zakelijk individueel	Zakelijk groepen	Toerist individueel	Toerist groepen	Anders	Totaal
Limburg	31%	10%	52%	3%	3%	100%
Nederland	25%	13%	53%	5%	4%	100%

⁶ CBS, Vakanties van Nederlanders, kerncijfers.

⁷ Horwath HTL, HOSTA 2024. Cijfers betreffen alleen hotels met 3-5 sterren in 2023. Deze jaarlijks geactualiseerde cijfers zijn alleen beschikbaar op landelijk niveau, provincies, enige stadsregio's en de belangrijkste hotelsteden.

⁸ CBS; Banen van werknemers per gemeente, stand december 2023.

Kwantitatieve behoefte

Landelijk zijn er als vermeld sinds 2000 nogal wat hotelkamers bij gekomen, maar het aantal overnachtingen groeide nog sneller. Het Coronavirus heeft buiten de Randstad geen blijvende negatieve effecten gehad op de hotelmarkt. Per saldo zijn ze zelfs positief (zie par. 2.1).

Als uitgangspunt voor de raming van de marktruimte gebruiken we de vraagcijfers uit 2023. De gemiddelde bezettingsgraad van de hotels in Limburg (3-5 sterren) bedroeg in 2023 70,1% en de gemiddelde kamerprijs € 125,-. De gemiddeld gerealiseerde prijs voor alle beschikbare kamers (de RevPAR) bedroeg in dat jaar in Limburg € 88,-. De RevPAR is feitelijk de belangrijkste graadmeter voor het rendement in de hotelsector en ligt in Limburg ongeveer op hetzelfde niveau als landelijk exclusief Amsterdam.⁹

Indicatie marktruimte hotels in de regio

De vermelde gemiddelde kamerbezetting van hotels in geheel Limburg (70,1%) betreft alleen de geclassificeerde hotels met minimaal 3 sterren. Luxehotels hebben vaak een relatief hoge bezetting, maar de in Zuid-Limburg ruim vertegenwoordigde hotels en pensions in het lagere segment hebben doorgaans juist een lagere bezetting, waarmee zij soms toch rendabel kunnen functioneren. Bovendien wordt het Limburgse cijfer medebepaald door de relatief hoge hotelbezetting in Maastricht.

Het Hotelmarktonderzoek Limburg (ZKA, 2018) presenteerde per deelregio cijfers over de gemiddelde kamerbezetting van de hotels. ZKA hanteerde echter een eigen onderzoeksmethodiek en het onderzoek omvatte alle hotels (dus incl. 1, 2 sterren en niet-geclassificeerd). De deelregio's Heuvelland en Parkstad/Westelijke Mijnstreek realiseerden volgens ZKA

in 2016 (nieuwere cijfers zijn niet beschikbaar) een gemiddelde kamerbezetting van resp. 57% en 65%. De hotels in de regio Parkstad scoren dus duidelijk hoger dan en functioneren beter dan in het Heuvelland. We ramen de gemiddelde kamerbezetting in de regio (alle hotels) op 65%.

De hotelvraag zal naar verwachting de komende tien jaar landelijk en regionaal verder toenemen. Tussen 2000 en 2019 groeide het aantal hotelovernachtingen landelijk (exclusief Amsterdam) en ondanks twee recessies (9/11 en recessie vanaf 2008) met totaal +64%; op jaarbasis derhalve gemiddeld +3,4% (Bron: CBS). Deze groei oversteeg de capaciteitsgroei in die periode in aantal kamers aanzienlijk. We gaan in dit kader uit van een zeer behoudende toename van de 'autonome' hotelvraag vanaf 2023 met 1% per jaar; totaal tot 2035 dus +10%. Deze groeiprognoze is zeer behoudend ingestoken: tussen 2012 en 2019 bedroeg de groei van het aantal hotelgasten in Limburg gemiddeld +3% per jaar.

Voor het totale hotelaanbod in de regio hanteren we richting 2035 voor de kamerbezetting een kritische norm (de minimale benodigde kamerbezetting voor een verantwoorde bedrijfsexploitatie) van gemiddeld 65%.

In tabel 3.2 zijn de genoemde uitgangspunten vertaald in een raming van de behoefte/marktruimte voor de hotelmarkt in de regio. Conclusie is dat over 10 jaar een marktruimte bestaat voor totaal bijna 500 hotelkamers in het toeristengebied Zuid-Limburg excl. Maastricht. Er bestaat dus ruim voldoende kwantitatieve marktruimte voor het nieuwe hotel in Kerkrade. Bovendien zal het nieuwe hotel naar verwachting veel additionele marktruimte verwerven door een proactieve bewerking van de Aziatische markt. Het trekt daardoor veel extra hotelgasten naar de regio: de hotelmarkt wordt verruimd door doelgroepenverbreding en er vindt geen 'verdringing' plaats.

Deze raming is nadrukkelijk exclusief de zogenaamde 'vervangingsvraag'. Jaarlijks verdwijnt landelijk gemiddeld ruwweg 1% van de hotelkamers uit de markt, door opheffing (geen opvolging, faillissement, anders), of transformatie van het vastgoed naar een andere functie (wonen, speedzoekers, etc.). Dit betekent in theorie een extra marktruimte van circa 500 kamers in de onderhavige regio, bovenop de vermelde marktruimte.

Tabel 3.2: Raming marktruimte hotels in Zuid-Limburg, excl. Maastricht

Aantal kamers nu in regio (2025)	4.916	zie tekst (CBS)
Kamerbezetting gemiddeld 3-5 sterren Limburg (Hosta 2024)	70%	betreft gehele provincie Limburg 2023
<u>Correctie</u> kamerbezetting regio Zuid-Limburg	65%	zie tekst
Verhuurde kamers per jaar nu (afgerond)	1,17 mln.	
Prognose groei vraagpotentieel tot 2033	+10%	+1% per jaar
Totaal vraagpotentieel in 2033	1,28 mln.	kamernachten
Totale behoefte over 10 jaar	5.408	kamers (norm kamerbezetting gemiddeld 65%)
Marktruimte Zuid-Limburg excl. Maastricht over 10 jaar (2035)	+492	Kamers

We benadrukken dat de gepresenteerde raming van de marktruimte globaal, zuiver kwantitatief en behoudend is en in de praktijk hoger (soms lager) kan uitvallen. Voor de wervingskracht van hotels zijn de eigen kwaliteiten, het locatieprofiel, bereikbaarheid per auto en (proactieve) marktwerking in praktijk enorm bepalend. De uitkomsten zijn daarom **indicatief**.

⁹ Horwath HTC; Hosta 2024.

Plancapaciteit

Zoals beschreven in par. 2.3 zijn er in de regio verschillende plannen voor nieuwe hotels. Totaal betreft dit ongeveer 274 hotelkamers. Er blijft dus voldoende kwantitatieve marktruimte over voor het Parkstad Plaza Hotel, met 105 kamers

De daadwerkelijke realisatie van hotelplannen is in praktijk nooit goed voorspelbaar en mede afhankelijk van de (landelijke, regionale) marktontwikkeling (conjunctuur, opbrengsten, kosten), financiering en planologische aspecten. Ook zullen de beschreven hotelplannen deels additionele marktruimte creëren, net als het onderhavige hotel te Kerkrade. Dit vergroot de toekomstige marktruimte in de regio, bovenop de geraamde behoefte. Het is bovendien ook niet de verwachting dat deze plannen gelijktijdig gerealiseerd worden.

Kwalitatieve behoefte hotel

Over de kwalitatieve behoefte aan het nieuwe Parkstad Plaza Hotel concluderen we het volgende:

- Vernieuwende hotelconcepten met een vergelijkbaar concept als Parkstad Plaza (hoogmoderne inrichting, eigen thema, ontwerpstyl, vormgeving en design, thematische hotelkamers, uitstekende bereikbaarheid) ontbreken in de regio.
- Het hotel zal vanuit haar locatie, aard en omvang waarschijnlijk ook een belangrijke oriëntatie krijgen op zakelijke gasten inclusief symposia en congressen.
- Ook de bijzondere oriëntatie op de Aziatische markt maakt het nieuwe hotel onderscheidend.
- De ontwikkeling sluit aan op de provinciale en gemeentelijke beleidskaders. Het biedt toegevoegde waarde aan het bestaande toeristisch-recreatieve aanbod, ook qua hotels.

- Het hotel trekt extra bezoekers naar de LeisureDome, die aldaar en in de regio ook andere voorzieningen zullen bezoeken, waaronder horeca, detailhandel, cultuur en recreatie. Het genereert dus extra economische impulsen in de zin van inkomsten en werkgelegenheid.

3.5 Conclusie behoefte

Er is voldoende behoefte voor de beoogde ontwikkeling van het nieuwe Parkstad Plaza Hotel te Kerkrade met (indicatief) 105 kamers, vanuit de uitgangspunten en doelstellingen van de Ladder.

Doordat voldoende marktruimte (behoefte) is aangetoond, zal de ontwikkeling naar alle waarschijnlijkheid geen wezenlijke leegstandseffecten genereren in de regio. Het effect op het regionale woon-, leef- en werkklimaat is per saldo positief.

Er zijn geen vergelijkbare (harde) planontwikkelingen bekend, die qua locatieprofiel (leisure, retail) of samenhang met een vergelijkbare, majeure toeristisch-recreatieve bestemming als de LeisureDome.

4 Toets ladder voor duurzame verstedelijking

Mede op basis van de beschreven analyses beoordelen we de beoogde ontwikkeling van Parkstad Plaza Hotel te Kerkrade en toetsen deze aan de Ladder voor duurzame verstedelijking.

4.1 Behoeft

Er is voldoende behoefte aangetoond voor het beoogde hotel als omschreven in hoofdstuk 1. De kwantitatieve behoefte is geraamd vanuit een gematigd en behoudend groeiperspectief. Het nieuwe Parkstad Plaza Hotel te Kerkrade betreft immers een sterk innovatief en duurzaam hotel, verrijkend voor de regio (zie par. 4.3).

Vanuit regionaal perspectief is het nieuwe hotel zeer onderscheidend. Het bestaande hotelaanbod in de regio is voor een belangrijk deel (met uitzonderingen) veel meer gericht op 'traditioneel' aanbod qua concept, inrichting, vormgeving en gastenbenadering. Enige hotels zijn sterk gethematiseerd en gericht op specifieke doelgroepen.

De ontwikkeling vormt een goede aanvulling op het huidige regionale hotelaanbod in brede zin, met name door het bijzondere vestigingsmilieu (locatieprofiel) en de synergie met andere recreatie- en horecavoorzieningen in en rond het regionaal zeer belangrijke LeisureDome/Rodaboulevard. Het trekt bovendien nieuwe doelgroepen en bezoekers naar de regio.

Er zijn in de regio geen plannen of plancapaciteit bekend die vergelijkbaar zijn met de onderhavige ontwikkeling. Er bestaat regionaal een relatief bescheiden plancapaciteit voor nieuwe hotels, maar deze betreft andere locatieprofielen, doelgroepen (deels) en de plannen zijn voor een belangrijk deel kleinschalige plannen of uitbreiding van bestaande hotels. De meeste

hotelplannen in de regio zullen bovendien additionele marktruimte creëren, wat de kwantitatieve behoefte in de regio in totaliteit verder vergroot.

4.2 Effecten

Mede omdat voldoende behoefte is aangetoond, verwachten we geen substantiële negatieve effecten op het hotelaanbod in de regio, dan wel een toename van de leegstand door de ontwikkeling van het Parkstad Plaza Hotel. Toerisme is in Nederland en Zuid-Limburg een groeimarkt, ook postcorona.

Overigens bestaat er in Nederland nauwelijks langdurige leegstand van hotelvastgoed, zo bleek uit een landelijk onderzoek van BRO in 2024. Opgeheven hotels worden in praktijk vaak herontwikkeld c.q. getransformeerd tot bijvoorbeeld wonen, zorg en (tijdelijke) huisvesting van spoedzoekers of vluchtelingen. Daarom ontstaat er veelal ook geen structurele, ruimtelijk relevante leegstand. En daar gaat het om bij de effectentoets van de Ladder.

De onderhavige hotelontwikkeling te Kerkrade versterkt de regionale economische en toeristisch-recreatieve structuur van Zuid-Limburg in het algemeen en Parkstad Limburg in het bijzonder. Het heeft geen negatieve effecten op de leegstand en het woon-, leef- en ondernemersklimaat in de regio en genereert in dat opzicht zelfs vooral positieve effecten, zeker voor het regionaal als 'Sport en leisure'-bestemming aangewezen LeisureDome/Rodaboulevard en haar omgeving.

Een hoogwaardig hotel versterkt de ruimtelijk-functionele structuur, omgevingskwaliteiten en uitstraling ter plekke aanzienlijk en kan een bijzondere landmark worden van het complex. Het speelt daarmee in op een belangrijke opgave voor het gebied LeisureDome/Rodaboulevard.

4.3 Meerwaarde hotel voor Parkstad en LeisureDome Meerwaarde Parkstad en Zuid-Limburg

Qua invulling, vormgeving en doelgroepen zal het nieuwe hotel de bovenregionale vrijetijdsfunctie van Parkstad en de LeisureDome fors versterken. Het trekt immers veel nieuwe bezoekers naar het gebied (zie boven), die ten dele ook de steden, attracties en natuurgebieden in Parkstad en elders in de regio zullen bezoeken.

De Visie Vrijtijdseconomie Bestemming Zuid-Limburg 2030 heeft als majeure uitgangspunten o.a. het aanspreken van nieuwe doelgroepen, een betere balans in vraag en aanbod van verblijfsaccommodaties, zowel kwalitatief als kwantitatief (niet 'meer van hetzelfde') en een grotere oriëntatie op doelgroepen met groeipotenties. De huidige verblijfsaccommodatie in Zuid-Limburg richten zich, aldus de visie, voor het grootste deel op de leefstijlen rust-, verbindings- en harmoniezoekers. Doordat de regio relatief veel senioren ontvangt, kan het toeristisch bezoek door vergrijzing op termijn teruglopen. Het nieuwe hotel richt zich nadrukkelijk ook op jonge, actieve, internationale en 'avontuurlijke' doelgroepen en verbreedt dus het toeristisch-recreatieve aanbod en structuurbeeld van de regio.

Tevens speelt het nieuwe hotel in op de overige provinciale, regionale en gemeentelijke beleidskaders (zie hoofdstuk 2). We constateren dat het nieuwe Parkstad Plaza hotel te Kerkrade goed past binnen het provinciale, regionale en gemeentelijke beleid in brede zin, maar zeker t.a.v. de vrijetijdseconomie. Ook draagt het bij aan de 'Limburgse Principes' uit de provinciale Omgevingsvisie. De ontwikkeling versterkt de identiteit van de Limburgse vrijetijdseconomie en verbindt de kwaliteit van deelgebieden, waaronder de belangrijke regionale vrijetijdsbestemming Rodaboulevard/LeisureDome te Kerkrade. Het versterkt het aanbod van verblijfsaccommodaties, met meer kwaliteit en innovatie

Het hotel past bovendien goed binnen het uitgangspunt sport en leisure voor de LeisureDome/Rodaboulevard, zoals o.a. verwoord in de Structuurvisie Ruimtelijke Economie Zuid-Limburg.

Meerwaarde LeisureDome

De Rodaboulevard is de grootste thematische (retail)concentratie in Zuid-Limburg voor sport en leisure. Deze moet versterkt worden, aldus de Structuurvisie Ruimtelijke Economie Zuid-Limburg. De LeisureDome is een veelzijdig, modern en uniek leisurecomplex. Het ligt zeer centraal tussen Parkstad (met een groeiende toeristische functie) en het zeer toeristische Heuvelland. Het stedelijk gebied Heerlen-Kerkrade heeft veel 'eigen' inwoners en bedrijvigheid en genereert dus eveneens veel behoefte. De bereikbaarheid per auto en openbaar vervoer is uitstekend.

Moderne hotels hebben een belangrijke 'verbindende' functie voor vrijetijdsbestemmingen, zijn vaak beeldbepalend en belichamen de gastvrijheid van gebieden. Bovendien trekken ze extra bezoekers, die ook andere leisure-, horeca- en retailzaken bezoeken. Hotelgasten zijn zeker 's avonds op zoek naar ontspanning, vermaak en gastronomie. Ter indicatie: een hotel met 100 kamers genereert minimaal 41.000 gastovernachtingen per jaar.¹⁰ Het zeer moderne en laagdrempelige Parkstad Plaza Hotel versterkt dus de wervingskracht van de Roda Boulevard en de LeisureDome. Het trekt veel extra, deels koopkrachtige bezoekers naar de regio, die aldaar veel geld uitgeven.

Bovendien versterkt het Parkstad Plaza Hotel de ruimtelijke structuur en belevingswaarde van de Rodaboulevard aanzienlijk; door de 'strategische' ligging naast de belangrijkste entree en de directe fysieke verbinding met de LeisureDome. Het wordt een zeer eigentijdse 'landmark' met een fraaie, representatieve presentatie. Het kan dus worden beschouwd als

een 'vervolmaking' van Fase 4 van de LeisureDome: bezoekers kunnen in de toekomst desgewenst dagrond in het gebied verblijven.

4.4 Locatie

De beoogde hotelontwikkeling vindt plaats binnen het bestaande stedelijke gebied als gedefinieerd vanuit de ladder voor duurzame verstedelijking. Het heeft een duidelijke ruimtelijke en functionele samenhang met de belangrijke regionale toeristisch-recreatieve bestemming Leisuredome/Rodaboulevard. Dit in zowel ruimtelijk als functioneel opzicht (productversterking, seizoenverbreding, nieuwe doelgroepen, etc.). Er wordt een zorgvuldige landschappelijke inrichting en inpassing gerealiseerd.

De planlocatie is goed bereikbaar en ontsloten voor auto's, fietsers en wandelaars. In de omgeving bestaat een uitgestrekt netwerk van fiets- en wandelroutes.

4.5 Conclusie

Het nieuwe Parkstad Plaza Hotel te Kerkrade als omschreven in hoofdstuk 1, wordt vanuit de doelstellingen en kaders van de Ladder voor duurzame verstedelijking positief beoordeeld. Het hotel onderscheidt zich sterk van de gevestigde hotels in de regio, onder meer door het bijzondere, hoogmoderne concept, vormgeving en de verbondenheid met LeisureDome. Ten dele trekt het bijzondere doelgroepen, waaronder de internationale en Aziatische markt. Er is ruim voldoende marktruime (behoefte) beschikbaar voor het nieuwe hotel.

Vanuit de locatie zijn zowel populaire toeristische en zakelijke bestemmingen als Parkstad, het Heuvelland, Maastricht en Aachen snel bereikbaar. Het hotel versterkt door haar 'verbindende' karakter en bijzondere uitstraling bovendien de wervingskracht en ruimtelijke structuur van de Roda-

boulevard en het LeisureDome. Het trekt nieuwe bezoekers naar Kerkrade, Parkstad en overig Zuid-Limburg, in zowel de toeristische als de zakelijke markt.

De ontwikkeling heeft een duidelijke ruimtelijke, maatschappelijke en economische meerwaarde voor de regio. De effecten op de leegstand en het regionale woon-, leef- en werkklimaat zijn per saldo positief. Er is voldoende behoefte aanwezig, vanuit kwalitatief en kwantitatief perspectief en het past binnen de regionale en gemeentelijke beleidskaders.

Overigens is een eerdere haalbaarheidsstudie voor het onderhavige hotel (BRO/9 mei 2023, met globaal dezelfde benadering als in deze Ladder) al eens besproken in de Themagroep Vrijetijdseconomie voor Zuid-Limburg (26 juli 2023). De Themagroep staat positief t.o.v. het plan en acht de kans op verdringing op de (sub)regionale hotelmarkt niet groot. Sterke punten van het initiatief zijn het duurzame, innovatieve en regionaal onderscheidende concept en de combinatie met andere activiteiten van de Leisuredome (sport, leisure, horeca). Het past binnen de uitgangspunten van de SVREZL. BRO is, aldus de Themagroep, uitgegaan van aannemelijke cijfers en kengetallen en een juiste afbakening van de regio. De initiatiefnemer heeft met restaurant Dadawan al eerder bewezen, dat door innovatie en een goede prijs-kwaliteitverhouding nieuwe doelgroepen kunnen worden aangetrokken.

¹⁰ Uitgangspunt: 100 kamers * 70% gemiddelde kamerbezetting * 1,6 gasten per kamer.

Ruimte. Mensen. Toekomst.

Amsterdam

Nachtwachlaan 20
1058 EA Amsterdam
+31 (0)20 506 19 99

's-Hertogenbosch

Willemsplein 2
5211 AK 's-Hertogenbosch
+31 (0)73 208 91 55

Venlo

Industriestraat 94
5931 PK Tegelen
+31 (0)77 373 06 01

info.bro@movares.nl
www.movares.com

movares  smart
urban
engineering