


Hotels en de deeleconomie

Kansrijke strategieën voor hotels

Jan van der Doelen,
Sectormanager Bouw, Vastgoed & Hotels
Amsterdam • 08 september 2015

 **Vind een passende strategie**

Doelgroep

Type hotel

Locatie

Zoek

Wat had u gedaan...

... als er in de afgelopen 7 jaar een hotelketen met ruim 15.000 kamers uit de grond was gestampt. Eentje die ook nog prima functioneert met een bezettingsgraad van 20% vanwege de veel lagere investeringsbehoefte?

Antwoord A: Niets, omdat ik altijd van eigen kracht uitga

Antwoord B: Ik zou direct mijn strategie hebben herzien

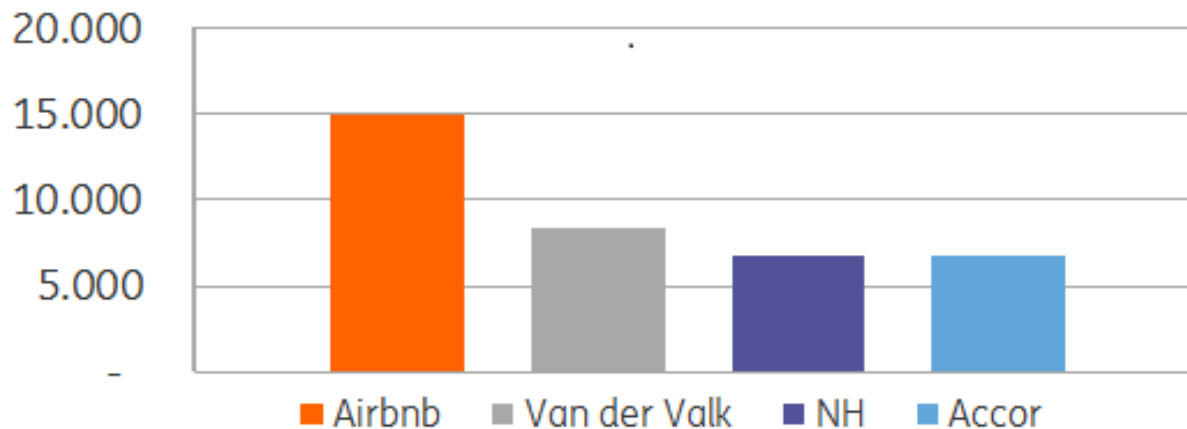
Antwoord C: Ik zou er mee gestopt zijn

... geen hypothese maar al praktijk

Nieuwe platforms doen hun intrede

Airbnb is grootste hotelketens voorbijgestreefd

Totale aanbod van hotelkamers/accommodaties in Nederland



Bron: Airbnb, Horwath HTL

Hoteliers concurreren met nieuwe marktpartijen

Met dank aan:

- Opkomst van de deeleconomie
- Het feit dat nu al bijna 50% van de consumenten bereid zijn om een particuliere woning te huren voor verblijfsdoeleinden
- Digitalisering
- Technologie

Hoteliers concurreren met nieuwe marktpartijen

Facts

- Deelaanbod nog in de kinderschoenen, ruim 4 miljoen overnachtingen tegen bijna 30 miljoen traditioneel aanbod
- Grens van 10 miljoen overnachtingen in 2018 haalbaar
- 1% van de Nederlanders heeft al eens een woning verhuurd
- 6% van de Nederlanders is hiertoe bereid
- Vooral Amsterdam is populair
- Potentie bij aanbod door 6% van de Nederlanders en een bezetting van 30% is bijna 40 miljoen overnachtingen
- Hotellerie is een cyclische sector!

Het keuzemenu voor de hotelier

Hoe kunt u reageren op de deeleconomie?

Sale!

Verklein de prijsafstand tot nieuwe aanbieders

Stay cool

Kies bewust om de trend links te laten liggen

All inclusive

Maak accommodatie onderdeel van een pakketreis

Go with the flow (CitizenM)

Genereer meer inkomsten met faciliteiten

If you can't beat them join them (RoomMate/Bemate)

Verleen diensten aan nieuwe accommodatieaanbieders

Rethink your audience (Hotels van Oranje)

Focus op doelgroepen die minder vatbaar zijn

Room for more

Verbreed het eigen accommodatieaanbod

Switch channels

Gebruik deeleconomie platforms als verkoopkanaal

Is er een 'Level playing field'?

Het ongelijk speelveld begint langzaam geëffend te worden

- Wat wordt de impact op het gedrag van particuliere aanbieders?
- Regelgeving is aan het veranderen (b.v. in Amsterdam)
- Belastingdienst begint interesse te tonen
- Nieuw en traditioneel groeien naar elkaar toe door een meer gelijk speelveld
- Ongelijk aanbod mag natuurlijk ook ongelijk geprijsd zijn

Vatbaarheid van hotels

De impact is ongelijk verdeeld

- Klein vs. Groot
- Toerist vs. Zakelijk
- Stad vs. Snelweg
- Uniek vastgoed vs. 13 in een dozijn
- Veel eigen vs. veel vreemd vermogen

Financiering van hotels

De impact is van de strategie

Een aantal afwegingen:

- Welke strategie wordt gehanteerd?
- Is deze passend?
- Zijn de juiste skills aanwezig?
- Wat is de kwaliteit van de uitvoering?
- Wel of geen vastgoed?
- Hoe wendbaar is de organisatie?

De stelling (1)

Welke van de acht strategische keuzes zou voor in uw situatie het beste antwoord op de veranderende concurrentie zijn?

1. **Sale:** Verklein de prijsafstand tot nieuwe aanbieders
2. **Room for more:** Verbreed het eigen aanbod
3. **Go with the flow:** Genereer meer inkomsten met faciliteiten
4. **Stay cool:** Kies bewust om de trend links te laten liggen
5. **Rethink your audience:** Focus op doelgroepen die minder vatbaar zijn
6. **Switch channels:** Gebruik deeleconomie platforms als verkoopkanaal
7. **All inclusive:** Maak accommodatie onderdeel van een pakketreis
8. **If you can't beat them join them:** Verleen diensten aan nieuwe accommodatieaanbieders
9. **Anders / geen van deze**

Meer weten?

www.ing.nl/kennis