

Internationale trends en ontwikkelingen

Delfsen, 3 december 2019

Jeroen Oskam
Hotelschool The Hague



Vanmiddag

Trends
kijken

Een paar
voorbeelden

Dus ...
Wat nu?



Trends kijken

Trends
kijken

Top 10 Food Trends for 2008

'Locavores,' bold flavors, and healthier choices will be hot, experts predict.

By Kathleen M. Zelman, MPH, RD, LD

Food Trend No. 1: Eco-Friendly Foods

Increasingly, consumers want to know more about their food -- where it was grown, what ingredients it contains, how it was packaged, and the footprint its production leaves behind.

Food Trend No. 2: Local, Natural, and Fresh Foods

On a similar note, we're likely to see more farmers markets and community co-

Food Trend No. 3: Concern About Food Safety

No one wants to repeat the scares we had in 2007, when tainted pet food, peanut butter, ground beef, and other products made headlines. "Consumers

Food Trend No. 4: Higher Prices

Food prices are expected to continue rising, which experts say will cause

Food Trend No. 5: Prebiotics and Probiotics

Consumers are learning that adding "friendly" bacteria to foods can help with digestion. And they're not just for yogurt any more. We'll be seeing the beneficial bacteria added to a wide variety of foods -- including chocolate.

Food Trend No. 6: Whole Grains

Shoppers will continue to opt for more healthy whole grains, including exotic types aimed at tempting the jaded palates of baby boomers, experts say. "There

Food Trend No. 7: Simple Ingredients and Clearer Labels

Increasingly, consumers don't want ingredients they can't pronounce, nor do they want artificial colors, flavors, or preservatives, experts say. Look for more

Food Trend No. 8: Emphasis on Lowering Salt

The American Medical Association has urged food manufacturers to lower the

Food Trend No. 9: Alternative Sweeteners

Alternative natural sweeteners like ultrasweet *stevia* (which is 300 times sweeter

Food Trend No. 10: Bottled Water Backlash

Bottled water remains popular among consumers looking to cut down on calories and artificial sweeteners. But growing awareness of the impact all

HOTELSCHOOL
THE HAGUE
Hospitality Research

Trends

Trends
kijken

Google "2017 wordt het jaar van de"

2017: het jaar van de relationele economie - Emerce
<https://www.emerce.nl> › 2017-jaar-relational-economy › Translate this page
 Jan 4, 2017 - 2017 wordt het jaar van de shift van de transactional naar de relational economie. Daarbij horen de onderstaand beschreven zes bijbehorende ...

'2017 wordt het jaar van de IoT Officer' - AG Connect
<https://www.agconnect.nl> › artikel › 2017-wordt-het-jaa... › Translate this page
 Dec 27, 2016 - Als je het aan Jeff Clarke van Dell EMC vraagt, wordt 2017 het jaar van de Chief IoT Officer, omdat bedrijven een toenemende druk ervaren om ...

2017 wordt het jaar van de circulaire revolutie - NRC Live
<https://nrclive.nl> › opinie_douma › Translate this page
 Jan 17, 2017 - 6 minuten leestijd -. OPINIE – We leven in een tijd waarin de opwarming en de uitputting van de aarde sneller gaat dan ooit tevoren en de ...

HOTELSCHOOL
THE HAGUE
Hospitality Research

Trends

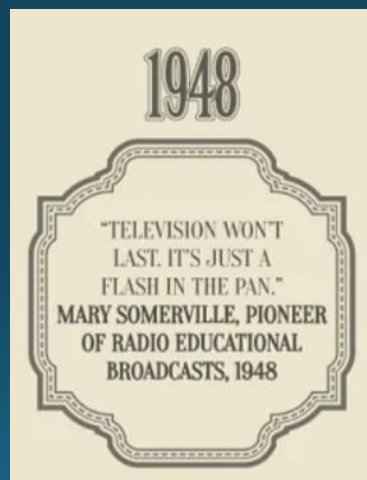
Trends
kijken




HOTELSCHOOL
THE HAGUE
Hospitality Research

Trends

Trends
kijken




HOTELSCHOOL
THE HAGUE
Hospitality Research

Trends

Trends
kijken

VERY, VERY WRONG

The End of History Is Nigh

By Ishaan Tharoor | Friday, Oct. 21, 2011

Harvard academic Francis Fukuyama's 1989 article in *National Interest* spawned his most famous work, published three years later. As Soviet communism collapsed and movements for freedom and democracy in Eastern Europe captured the world's imagination, Fukuyama suggested that the time was not far off when every nation-state would become a liberal democracy. Invoking the 19th century philosopher Hegel, who thought of history as a kind of evolutionary process, Fukuyama imagined a natural "teleological" end whereby the pinnacle of human development would be in societies based on democracy and capitalism. In an era of optimism, *The End of History and the Last Man* won Fukuyama near instant celebrity and



AP Photo

HOTELSCHOOL
THE HAGUE
Hospitality Research

Trends

Trends
kijken

Cleaning the house will require only a hose



SIAM.PUKKATO/SHUTTERSTOCK

Waldemar Kaempffert, the science editor of the *New York Times*, wrote in 1950 of "[Miracles You'll See In The Next Fifty Years](#)." One of those miracles involved housekeeping.

HOTELSCHOOL
THE HAGUE
Hospitality Research

Trends

Trends
kijken

THE WALL STREET JOURNAL.

English Edition | December 2, 2019 | Print Edition | Video

Home World U.S. Politics Economy Business Tech Markets Opinion Life & Arts Real Estate WSJ Magazine

THE CAPTAIN CLASS

Elon Musk and the Dying Art of the Big Bet

In the age of Big Data, Tesla's stated approach to market research—ignoring it altogether—seems especially reckless

By *Sam Walker*

Nov. 30, 2019 12:00 am ET

The show began Nov. 21 in Los Angeles with smoke, lasers and leaping plumes of fire. Then a futuristic new electric truck rolled onstage; a fever dream of sharp angles, flat steel panels and supervillain aesthetics.

HOTELSCHOOL
THE HAGUE
Hospitality Research

Trends

Trends
kijken



▲ De Catharinastraat in Doetinchem. © Jan Ruud van den Brink

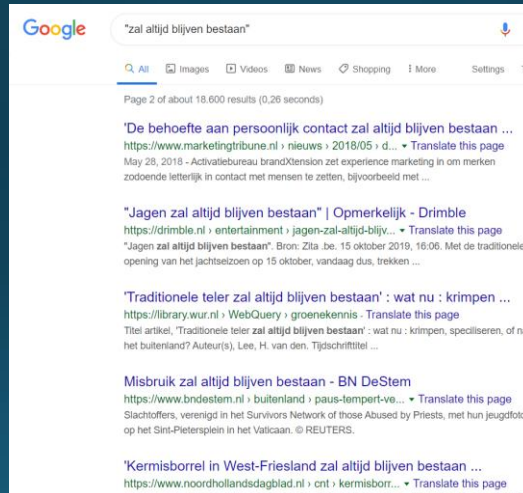
Achterhoeker koopt complete winkelstraat Doetinchem: 'Winkelen zal altijd blijven bestaan'

DOETINCHEM - De Catharinastraat in het centrum van Doetinchem is sinds 1 november eigendom van SRE Vastgoedgroep uit Laag-Keppel. Achterhoekse betrokkenheid moet het stadscentrum nieuwe impulsen geven.

HOTELSCHOOL
THE HAGUE
Hospitality Research

Trends

Trends
kijken




HOTELSCHOOL
THE HAGUE
Hospitality Research

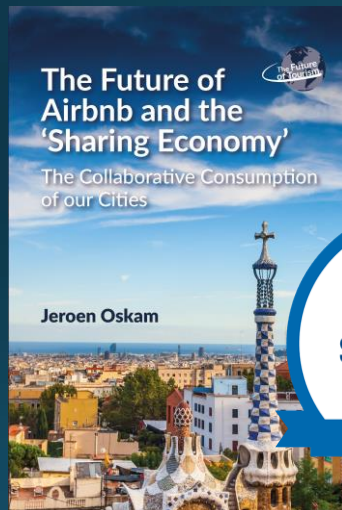
Trends

Trends
kijken

- 2011, Brexit (what if?)
- 2012 Dierenpark Emmen, marktomvang onvoldoende
- 2013 Catalonië kan leiden tot gewelddadige patstelling
- 2014 Google gaat Booking beconcurreren op hoteldistributiemarkt
- 2015 Airbnb wordt commercieel

Een paar voorbeelden: 1. Airbnb

Een paar voorbeelden



Wat is het?
Hoe groot is het?
Commercialisering

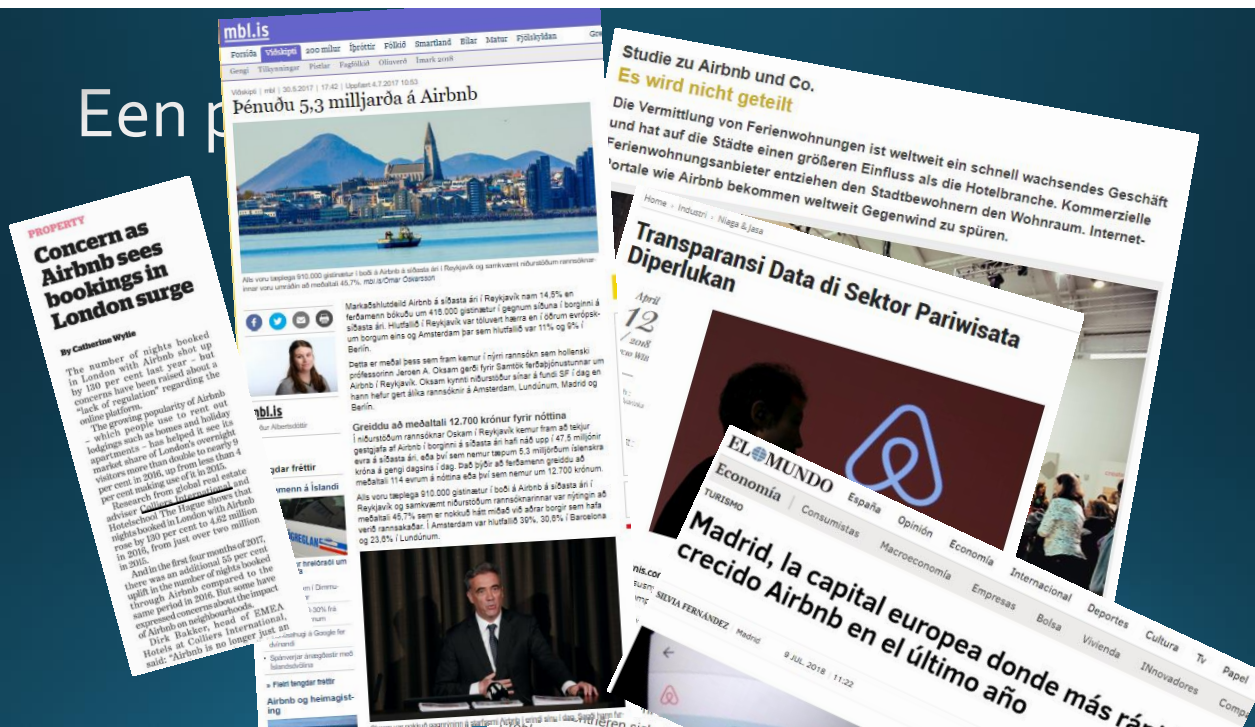
Bookauthority

BEST NEW
SUSTAINABILITY
BOOKS

WINNER

HOTELSCHOOL
THE HAGUE
Hospitality Research

Een paar



Airbnb analyses 2015 - 2016

Een paar
voorbeelden

Groei van de vraag (geboekte overnachtingen):

Amsterdam (2015)	474%
Amsterdam (2016)	125%
London (2015)	206%
London (2016)	130%
Berlin (2016)	68%



Airbnb analyse 2017: London

Een paar
voorbeelden

Nights booked 2016:	4.619.000	
Nights booked 2017:	6.703.000	
Demand growth 2016-2017:	45%	
Revenue 2017:	€ 737M	
Average Daily Rate:	€ 110	
Length of Stay:	4,21	Est. Party Size: 2,79 – 3,57
Visitors through Airbnb:	5,1 million	



Airbnb analysis 2017: Amsterdam

Een paar
voorbeelden

Nights booked 2016: 1.662.000

Nights booked 2017: 2.080.500

Demand growth 2016-2017: 25%

Revenue 2017: € 280M

Average Daily Rate: € 134

Length of Stay: 4,05 Est. Party Size: 2,46 – 2,91

Visitors through Airbnb: 1,4 million




HOTELSCHOOL
THE HAGUE
Hospitality Research

“Deeleconomie”

Een paar
voorbeelden



Sharing = “more efficient use of underutilized assets”.

“Commerce with the promise of human connection”.




HOTELSCHOOL
THE HAGUE
Hospitality Research

“Deeleconomie”

Een paar voorbeelden

	1) Efficient use of scarce assets	2) Human connection
Soort unit: hele woning?	Nee – vervangingsgebruik (bewoner verblijft ergens anders).	Nee – bewoner is niet aanwezig.
Dagen beschikbaar > 31?	Nee – geen “vakantieruil”	Nee – bewoner is niet aanwezig.
Multilisters	Nee – woningen opgekocht als investering	Nee – eigenaar woont elders
Ruimtelijke concentratie	Nee – verdere concentratie in drukkere centra	Nee – geen contact met mensen in buurten

“Deeleconomie”

Een paar voorbeelden

% of revenue	4 cities
Shared room	0,3
Private room	17,3
Entire home/apt.	82,4
Total	100

Data for Amsterdam, Berlin, London, Madrid

Days Available	4 cities
<31	19,2%
31-60	16,8%
61-180	28,2%
181-300	21,3%
>300	14,5%

3. How commercial?

"Deeleconomie"

Een paar
voorbeelden

Revenue %	4 cities
One listing	46,7
Two listings	15,3
3-10 listings	23,2
More than 10 listings	14,9

Data for Amsterdam, Berlin, London, Madrid

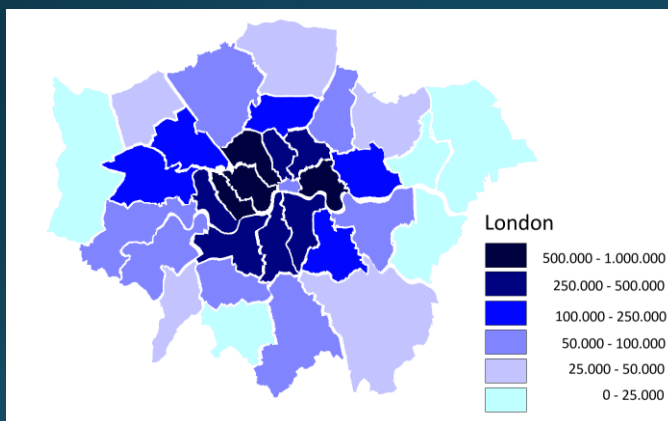
3. How commercial?



"Deeleconomie"

Een paar
voorbeelden

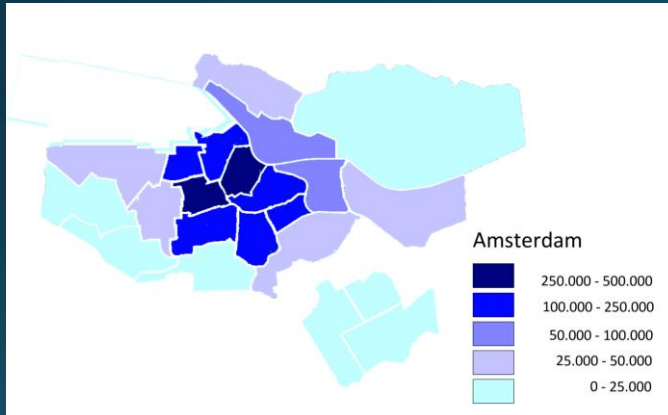
Spreading van het toerisme naar de wijken?



"Deeleconomie"

Een paar
voorbeelden

Spreading van het toerisme naar de wijken?

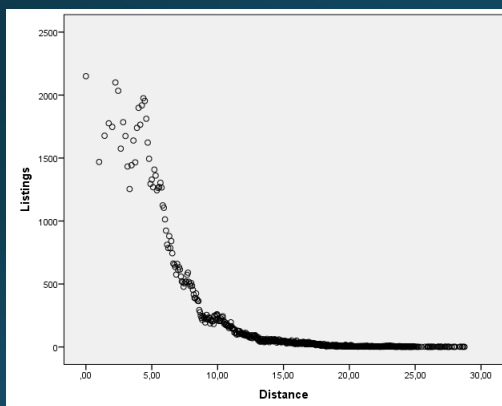


HOTELSCHOOL
THE HAGUE
Hospitality Research

"Deeleconomie"

Een paar
voorbeelden

Spreading van het toerisme naar de wijken?



London, per km vanaf Trafalgar Sq.:

- -27,5% units
- -4,6% Average Daily Rate
- -2,1 overnachtingen

HOTELSCHOOL
THE HAGUE
Hospitality Research

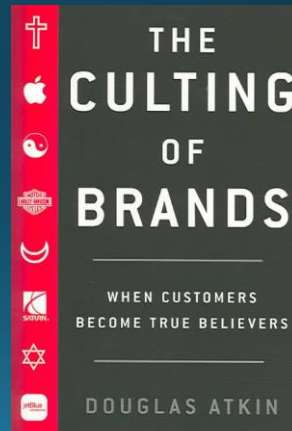
Beleving en gebruikersmotieven

Een paar voorbeelden

Belangrijkste reden is geld.

Gebruikers zijn ook op zoek naar tastbare voordelen.

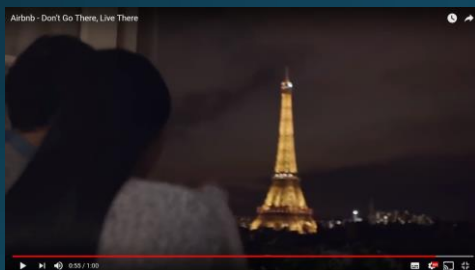
Andere motivaties: echt 'delen', mensen leren kennen, nieuwigheid



HOTELSCHOOL
THE HAGUE
Hospitality Research

Beleving en gebruikersmotieven

Een paar voorbeelden



Campagnes draaien om authenticiteit, maar niet die van de bestemming:

"Don't go there. Live there, even if it's only for one day".

HOTELSCHOOL
THE HAGUE
Hospitality Research

Beleving en gebruikersmotieven

Een paar voorbeelden



"Read a book".

Het gaat om de authenticiteit van de reiziger, die vrij is om te doen wat hij/zij wil.

Centraal staat connectie met anderen, maar dat is met het *reisgezelschap* en niet met 'locals'.



Beleving en gebruikersmotieven

Een paar voorbeelden



Airbnb belooft dan ook een bevrijdende ervaring: je bent niet verplicht een toeristisch bezoek af te werken!

Deze ontdekking brengt de Airbnb gebruikers in de video's in een soort van extase.



2. Overtoerisme

Een paar
voorbeelden

Airbnb is niet de oorzaak, maar
een symptoom van dieper
liggende verschuivingen.



2. Overtoerisme

Een paar
voorbeelden

Huidig massatoerisme:
Mensen besluiten eerst te reizen, dan
waarheen en hoe,
niet waarom.



3. "Creating memories"

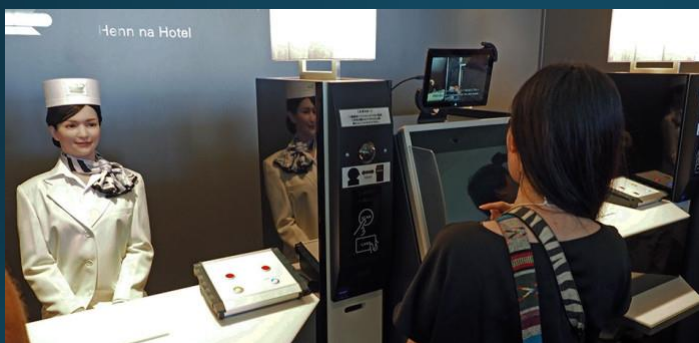
Een paar voorbeelden




HOTELSCHOOL
THE HAGUE
Hospitality Research

4. Robotisering en AI

Een paar voorbeelden



De huidige hotelrobots hebben geen operationele functie, alleen branding.

Wat wel interessant is, zijn automatiseringen waarbij u uw gasten een "frictievrije" ervaring kunt bieden.


HOTELSCHOOL
THE HAGUE
Hospitality Research

5. "Negatieve externaliteiten"

Een paar
voorbeelden



Vliegen wordt duurder.
Sommige mensen veranderen hun reisgedrag.


HOTELSCHOOL
THE HAGUE
Hospitality Research

Aanbevelingen (1)

Dus...
Wat nu?

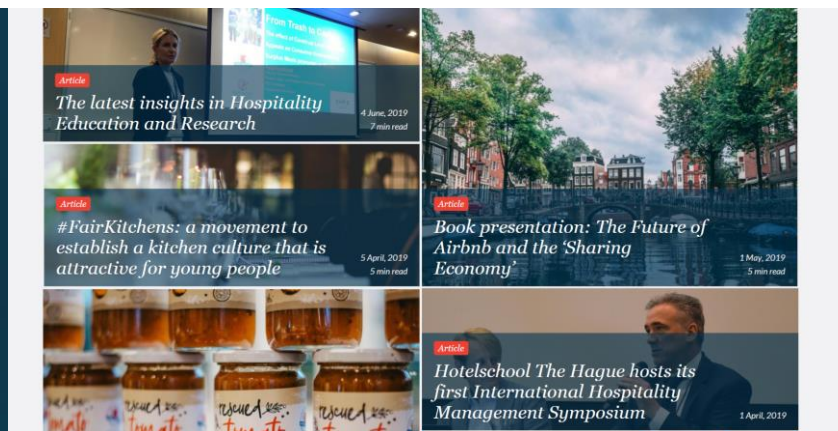
- Vergeet trends, kijk naar achterliggend gedrag.
- Vooral grote steden kampen met problemen door sterke groei city trips.
- Dit city trip publiek zal zich niet snel laten verleiden tot een ander type vakantie.
- "Living like a local" betekent niet: "leef samen met locals", maar: "voel je vrij om te leven zoals jijzelf meestal doet."


HOTELSCHOOL
THE HAGUE
Hospitality Research

Aanbevelingen (2)

Dus...
Wat nu?

- Sommige reizigers kiezen geen bestemming, maar een prijs.
- Veranderend reisgedrag – wat betekent dat voor binnenlands toerisme?
- Automatisering is nuttig als het helpt niet meer met *transacties*, maar met *interactie* bezig te zijn.
- Houdt data van uw bezoekers in eigen hand.



Meest recente onderzoeksresultaten zijn te vinden op: blog.hotelschool.nl

Bestel het boek *The future of Airbnb*: Channelview, Bol.com

Jeroen Oskam

research@hotelschool.nl

