

Samenvatting onderzoek hotels en zakelijke markt Overijssel

AANBOD

Aantal hotelkamers Overijssel

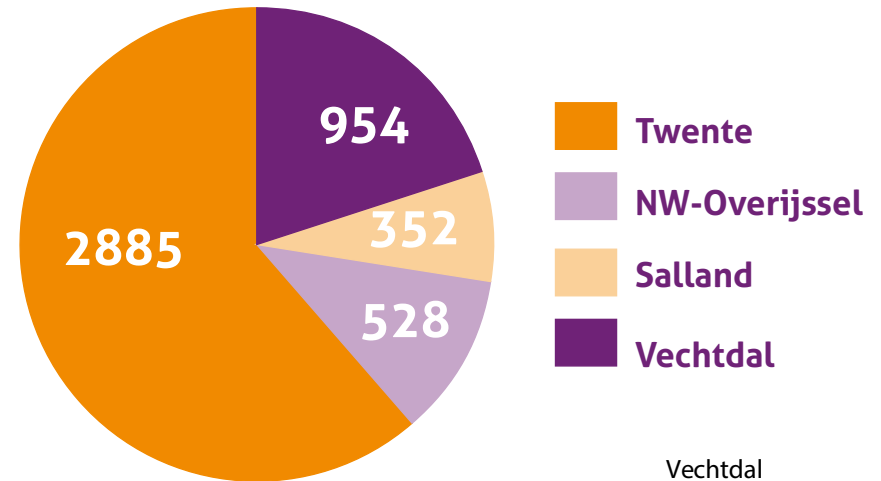


152 hotels



4.719 kamers (peildatum 2019)

Verdeling per regio



Kamerbezetting



2019	68%
2020	43% (i.v.m. corona)
2021	53%

Kamerprijs 2020



€ 84,- + 37%
(t.o.v. 2019)

Impact Corona:

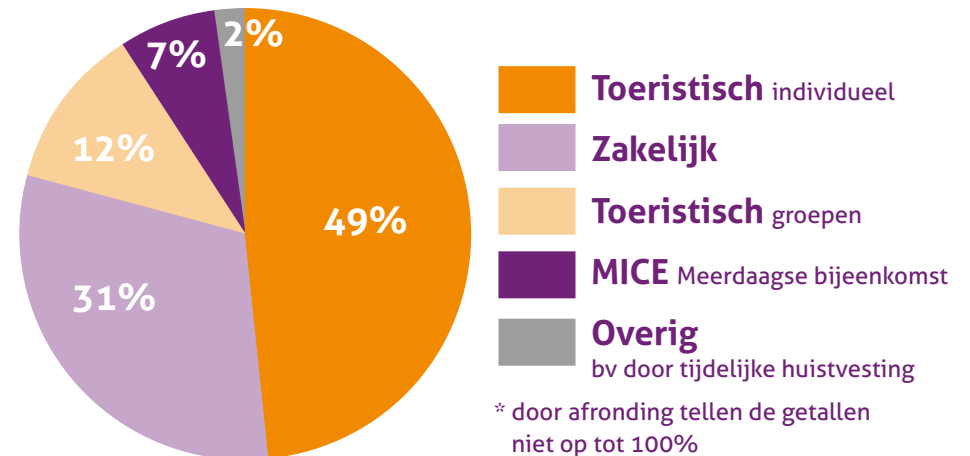
Vooruitzichten gunstig, maar gaat wel enige jaren duren.

VRAAG

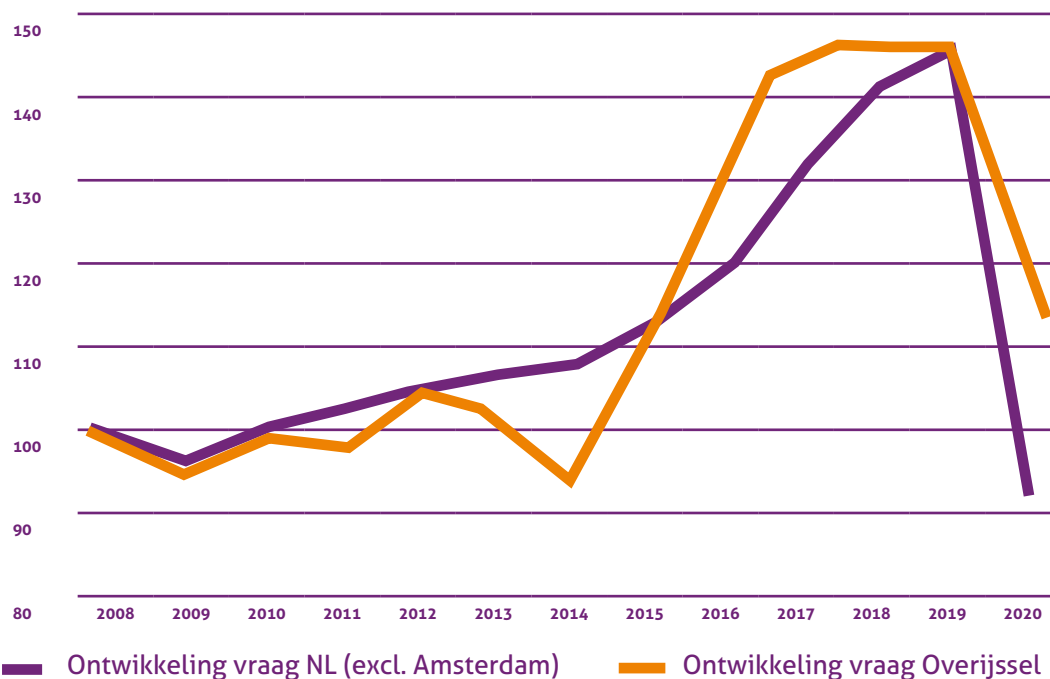


Overnachtingen:	Aandeel zakelijk:
2019 1,9 miljoen	38%
2020 1,5 miljoen	24%
2021 1,7 miljoen	30%

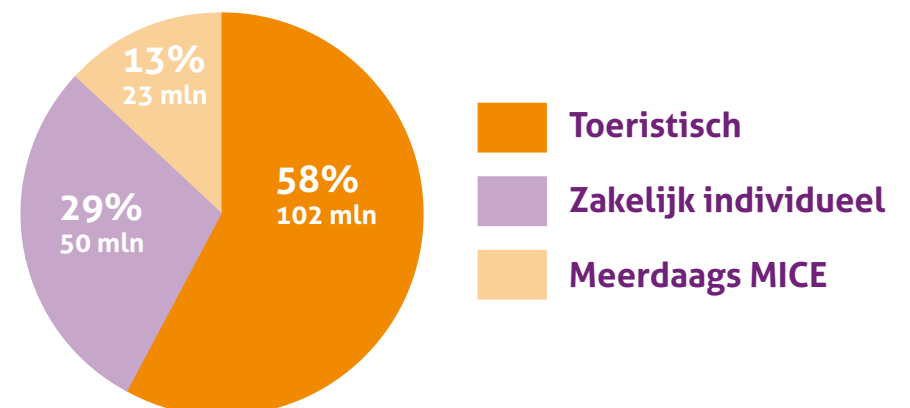
Marktsegmentatie persoonsovernachtingen



Ontwikkeling hotelvraag

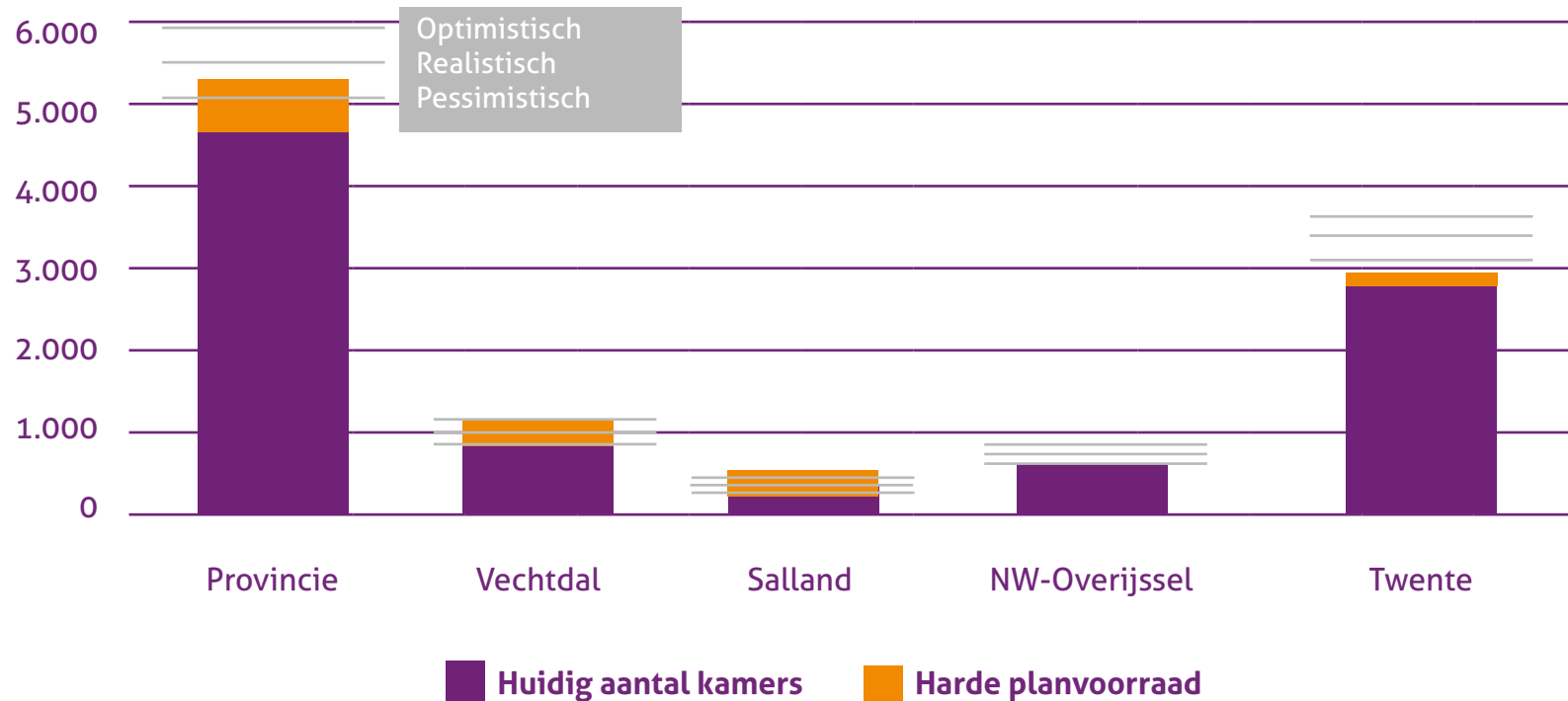


Bestedingen 2019



MARKTRUIMTE HOTELSECTOR

(Realistisch scenario)



- Niet alle harde plannen worden altijd gerealiseerd of worden uitgesteld.
Nieuwe plannen kunnen ook voor marktvergrotenende effecten zorgen, waardoor meer ruimte ontstaat.
- Nog ruimte voor ca 275 kamers (realistisch scenario)
- Vooral veel (harde) plannen in de steden
- Twente heeft nog meeste marktruimte, weinig planvoorraad

Aanbod zakelijke markt



- 180 aanbieders met zaalcapaciteit in Overijssel.
- Niet alleen bij de Overijsselse hotels, maar ook bij zaalaccommodaties zonder kamers en bijzonder aanbod zoals theaters en kerken.

Zaalcapaciteit per deelregio

Deelregio	Zalen	Stoelen	Gem. grootte
Vechtdal	120	7.164	60
Salland	34	1.430	42
NW-Overijssel	61	3.235	53
Twente	165	10.049	61
TOTAAL	380	21.878	58

Vraagkant

- Meerdaagse MICE markt heeft een aandeel van ca. 7% van de totale hotelvraag.
- Gemiddeld wordt een bijeenkomst in de hotels bezocht door ca. 15 tot 20 personen, met uitschieters.
- De prijzen voor een halve dag vergaderarrangement in de hotels liggen per persoon rond de € 25 en voor een hele dag rond de € 50.
- 5 tot 10% van de deelnemers aan een vergaderarrangement blijft ook overnachten.
- Bijeenkomsten in Overijssel worden overwegend bezocht door Nederlandse gasten.

Trends

Live bijeenkomsten voeren de boventoon.
De volgende trends ondersteunen dit:

- Behoeftte aan samen zijn en delen
- Jezelf blijven ontwikkelen (individualisatie)
- Beleving staat centraal (authentiek, persoonlijk, onderscheidend)
- Vertel een eigen thematisch verhaal en benut de locatie/accommodatie
- Productontwikkeling: toevoegen 'content' en cross-selling en worden aangevuld met hybride/digitaal

De volgende trends ondersteunen dit:

- Toegenomen technologisering
- Deelnemers willen eigen keuzes kunnen maken, de regie in eigen handen

Kansen verzilveren

Hard- en software zijn op orde

- Ruim aanbod
- Aanbod goed georganiseerd en divers
- Persoonlijke aandacht, goed verzorgde faciliteiten

Orgware is de 'sleutel'; inzetten op:

- Ontwikkelkansen op aantal keuzemarkten
- Communicatie en marketing
- Samenwerking en cross-selling



“Er is voldoende potentie om als provincie de positie in de zakelijke markt te vergroten, maar dit vergt de nodige inspanningen door zowel ondernemers, congresregio's, gemeenten/beleidsmakers als toeristische en citymarketing organisaties.”

MarketingOost heeft, in nauwe samenwerking met de provincie, gemeenten, KHN, de Congresregio's en Gastvrij Overijssel, aan het bureau Ginder (voorheen: ZKA Leisure Consultants) gevraagd onderzoek te doen naar de hotel- en zakelijke markt in Overijssel. Het onderzoek is in 2021 uitgevoerd. Er is gebruik gemaakt van beschikbare data uit 2019 en 2020. Het volledige rapport is vinden op kennispuntoost.nl.