

MEEWERKEN IN LOGIESVERSTREKKENDE BEDRIJVEN



Theorieboek

COLOFON

Uitgeverij: Edu'Actief b.v.
0522-235235
info@edu-actief.nl
www.edu-actief.nl

Auteur:
Arjen Appel, Hans Veelers

Eindredactie:
Esther van Andel

Foto's:
Bilderberg, Edu'Actief

ISBN:
978 90 3722 883 0

Titel:
Theorieboek Meewerken in logiesverstrekkende bedrijven

© Edu'Actief b.v. 2015

Met dank aan:
Itesso (www.itesso.com).

Behoudens de in of krachtens de Auteurswet gestelde uitzonderingen mag niets uit deze uitgave worden verveelvoudigd, opgeslagen in een geautomatiseerd gegevensbestand, of openbaar gemaakt, in enige vorm of op enige wijze, hetzij elektronisch, mechanisch, door fotokopieën, opnamen of enige andere manier, zonder voorafgaande schriftelijke toestemming van de uitgever.

Voor zover het maken van reprografische verveelvoudigingen uit deze uitgave is toegestaan op grond van artikel 16h Auteurswet dient men de daarvoor wettelijk verschuldigde vergoedingen te voldoen aan de Stichting Reprorecht (www.reprorecht.nl). Voor het overnemen van gedeelte(n) uit deze uitgave in compilatiewerken op grond van artikel 16 Auteurswet kan men zich wenden tot de Stichting PRO (www.stichting-pro.nl).

De uitgever heeft ernaar gestreefd de auteursrechten te regelen volgens de wettelijke bepalingen. Degenen die desondanks menen zekere rechten te kunnen doen gelden, kunnen zich alsnog tot de uitgever wenden.

Door het gebruik van deze uitgave verklaart u kennis te hebben genomen van en akkoord te gaan met de specifieke productvoorwaarden en algemene voorwaarden van Edu'Actief, te vinden op www.edu-actief.nl.

INHOUD

1.	De hotelsector in Nederland	5
1.1	Soorten horecabedrijven	5
1.2	De indeling van logiesverstrekkers	7
1.3	Indeling naar productaanbod	8
1.4	Indeling naar grootte	10
1.5	Indeling naar doelgroep	11
1.6	Indeling zelfstandige hotels, hotelketens en samenwerkingsverbanden	13
1.7	Indeling naar locatie/licging	19
1.8	Indeling naar classificatieniveau	20
1.9	Indeling naar thema/stijl van het hotel	22
1.10	Hotelorganisatie	23
2.	Keuze van de gast voor het hotel	26
2.1	Directe en indirecte kanalen	26
3.	De hotelreservering	36
3.1	De hotelreservering	36
3.2	De hotelkamer	45
3.3	Tarieven of rates	55
3.4	Uniforme Voorwaarden Horeca	57
4.	Ontvangst, verblijf en afscheid van de gast	58
4.1	Aankomst van de gast	58
4.2	Gastensoorten	63
4.3	Een warm welkom	71
4.4	Het inchecken	75
4.5	Verblijf van de gast	82
4.6	Vertrek van de gast	83
4.7	Gasttevredenheidsonderzoek en reviews	89
4.8	Omgaan met klachten	90
5.	Backofficewerkzaamheden	98
5.1	Reviews	98
5.2	Loyaliteitsprogramma's	102
5.3	Night audit	103
5.4	Revenue management	108
5.5	Arrangementen	117
6.	Technische Dienst	119
6.1	Onderhoudstaken	119
6.2	Brandveiligheid	120
6.3	Energiebeheer	122
6.4	Beveiliging	126

7.	Housekeeping	127
7.1	Leidinggeven aan de afdeling Housekeeping	127
7.2	Werkzaamheden van de afdeling Housekeeping	128
7.3	Functies op de afdeling Housekeeping	129
7.4	Overige taken Housekeeping	138
7.5	Uitbesteden van schoonmaakwerkzaamheden	139
7.6	Schoonmaakwerkzaamheden plannen	140
7.7	Energie- en milieubesparing	142
8.	Conference & Banqueting	143
8.1	Bijeenkomsten	143
8.2	Functies op de afdeling Conference & Banqueting	149
8.3	Van eerste contact tot draaiboek	150
	Trefwoordenlijst	154

1. DE HOTELSECTOR IN NEDERLAND



Veel mensen gebruiken het woord gastvrijheid. Maar waar staat dit voor? Het woordenboek geeft een algemene omschrijving van het woord gastvrijheid, namelijk: vriendelijkheid voor gasten. Concreet betekent gastvrij zijn iemand onderdak bieden en van eten en drinken voorzien.

In dit hoofdstuk worden de volgende onderwerpen behandeld:

- de soorten horecabedrijven
- indeling per productaanbod
- doelgroepen
- hotelketens en samenwerkingsverbanden
- classificatieniveaus
- de hotelorganisatie.

1.1 SOORTEN HORECABEDRIJVEN

Indeling

De horecabedrijven verdelen we in Nederland in zes sectoren:

- bedrijfskantines en catering
- cafés en discotheken
- cafetaria en lunchrooms
- ijssalons
- restaurants
- hotels-restaurants.

De eerste vijf sectoren bieden gastvrijheid in de vorm van eten en drinken. De sector hotels-restaurants biedt naast gastvrijheid in de vorm van eten en drinken ook gastvrijheid in de vorm van onderdak. Vroeger was een commercieel dienstverlenend bedrijf een herberg. Hier konden reizigers overnachten tijdens hun lange en noodzakelijke reizen die ze te voet of te paard aflegden. Tegenwoordig is een hotel meer een overnachtingplaats voor vakantiegangers en toeristen. Natuurlijk zijn zakelijke gasten die op (door)reis zijn ook nog steeds welkom.

Voorwaarden hotel

De hoteleigenaar van nu moet creatief en constant bezig zijn om ervoor te zorgen dat zijn hotel aantrekkelijk is voor potentiële gasten. Hotels ontstaan vaak op plekken die voor gasten interessant zijn. Zoals een plek met toeristische attracties en bezienswaardigheden of een strategische plek waarvandaan reizigers doorreizen.

Maar wanneer is een hotel een hotel? Om de titel hotel te voeren, moet het bedrijf aan een aantal voorwaarden voldoen. Zo moet het bedrijf minimaal twee kamers en vijf slaapplekken of meer hebben. Daarnaast moet er sprake zijn van dienstverlening, zoals het schoonmaken van de kamer en het opmaken van het bed. Is het bedrijf kleiner dan dat, dan mag het woord hotel eigenlijk niet gebruikt worden. In dat geval passen de termen bed & breakfast of pension beter. Toch zijn er bedrijven die het woord hotel gebruiken en niet voldoen aan de voorwaarden. Dit zijn meestal bijzondere vormen van logiesverstrekkende bedrijven. Bijvoorbeeld het kleinste hotel met maar één kamer of het hondenhotel.

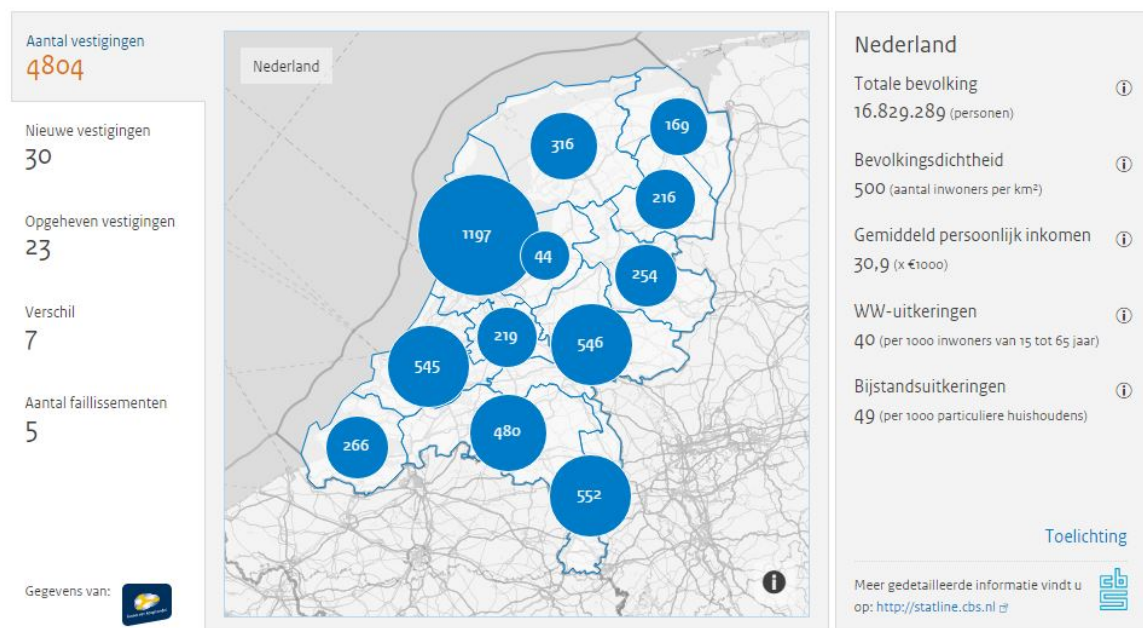
Nederland heeft relatief veel logiesverstrekkende bedrijven. De grafiek laat zien dat er 4804 hotel-restaurants zijn.

Branchecijfers

Horeca en catering

Kies een subbranche

Hotel-restaurants



Een overzicht van het aantal hotel-restaurants per regio in Nederland. Bron: www.ondernemersplein.nl.

Het aantal hotelkamers stijgt al jaren. In Nederland bieden de hotels met drie, vier en vijf sterren ruim 92.000 hotelkamers.

Nederlandse hotelmarkt is crisis voorbij

Amsterdam, mei 2015

De Nederlandse hotels hebben definitief afgerekend met de recente economische crisis. Uit onderzoek van Horwath HTL blijkt dat de bezettingsgraad van de hotels in 2014 is gestegen, terwijl ook de gemiddelde kamerprijs weer toenam. Voor 2015 wordt een verdere groei verwacht van zowel bezettingsgraad als kamerprijs.

Uit het onderzoek onder 300 drie-, vier- en vijfsterren hotels in Nederland blijkt dat de gemiddelde bezettingsgraad is gestegen van 67,5% in 2013 tot 69,0% in 2014. De bezettingsgraad ligt daarmee voor het eerst weer boven het niveau van 2008, toen de hotelcrisis begon. Verwacht wordt dat de bezettingsgraad dit jaar zal doorstijgen naar 70%. De gemiddelde kamerprijs steeg in 2014 eveneens, van € 95 tot € 96. Dit jaar zal de kamerprijs naar verwachting met 3% stijgen tot € 99, het hoogste niveau sinds 2008.

Prijsstijgingen in het luxe segment

Vooral in het luxe segment stijgen de prijzen van hotelkamers snel. Ondanks dat de bezettingsgraad van de vijfsterrenhotels vorig jaar daalde van 68,6% tot 66,2%, namen de gemiddelde kamerprijzen toe met ruim 6%, van € 181 tot € 192. Dit jaar zullen de prijzen in het luxe segment naar verwachting nog 5% hoger uitkomen op € 202, terwijl ook de bezettingsgraad weer zal stijgen naar ruim 68%. Terwijl de vijfsterrenhotels zich door de hogere prijzen duidelijk onderscheiden van de lagere segmenten, wordt het verschil tussen drie- en viersterrenhotels steeds kleiner. De gemiddelde kamerprijs in het driesterrensegment steeg met 4%, van € 79 tot € 82. In het viersterrensegment was de stijging slechts 1%, van € 91 tot € 92. De prijzen van een gemiddeld vijfsterrenhotel liggen nu ruim 108% boven het viersterrenniveau. De driesterrenhotels zijn echter nog maar 11% goedkoper dan viersterrenhotels. In 2010 waren driesterrenhotels gemiddeld nog 24% goedkoper dan viersterrenhotels.

Amsterdam voorop in groei

Vooral de hotels in Amsterdam maken een voorspoedige ontwikkeling door. De bezettingsgraad in de hoofdstad is in 2014 voor het eerst sinds 2007 weer gestegen tot boven de grens van 80%. De kamerprijzen in Amsterdam zijn eveneens gestegen, van € 117 tot € 119. Voor 2015 verwachten de Amsterdamse hoteliers een stijging van 5%, naar € 125. De bezettingsgraad zal naar verwachting tot 81% stijgen. Buiten de regio Amsterdam steeg de bezettingsgraad in 2014 eveneens, van 60,8% tot 61,8%. De gemiddelde kamerprijzen van de hotels zijn hier echter nog stabiel gebleven, op € 78. Voor 2015 wordt wel verwacht dat de kamerprijzen ook buiten Amsterdam zullen toenemen tot € 80, terwijl de bezettingsgraad naar verwachting stijgt tot 62,5%.

Bron: www.horwathhtl.nl.

1.2 DE INDELING VAN LOGIESVERSTREKKERS

Er is een grote verscheidenheid aan logiesverstrekkers. Al deze bedrijven kun je indelen naar:

- productaanbod
- grootte
- doelgroep (zakelijke gast, toerist, privé-gast of een combinatie)
- zelfstandig hotel of ketenhotel
- locatie/licking
- classificatieniveau
- thema/stijl van het hotel.

Dit overzicht maakt de sector overzichtelijker en biedt de mogelijkheid om logiesverstrekkers met elkaar te vergelijken. Al deze bedrijven hebben immers één ding gemeen: ze bieden gasten de mogelijkheid om er te overnachten.

1.3 INDELING NAAR PRODUCTAANBOD

Het hoofdproduct van bedrijven binnen de hotelsector is de overnachtingsplek. Hotels zijn hiervan het bekendste voorbeeld. Om deze logiesverstrekkers verder in te delen naar productaanbod, kijken we naar hun uiteindelijke aanbod en de onderlinge verschillen. We onderscheiden de volgende bedrijfstypen logiesverstrekkers:

- hotels
- hotel-garni
- pensions/bed & breakfasts
- appartementenhôtels of aparthôtels
- Airbnb
- jeugdherbergen/hostels
- bungalowparken
- cruiseschepen.

Producten en faciliteiten

Veel logiesverstrekkende bedrijven bieden een combinatie van producten en service aan. Sommige hoteliers bieden alleen een ontbijtmogelijkheid, andere kiezen voor een uitgebreider aanbod met een restaurant, bar, recreatieve en wellnessfaciliteiten. Ook de mogelijkheid om een zaal te huren voor een zakelijke of feestelijke bijeenkomst behoort vaak tot de producten van logiesverstrekkende bedrijven.

Combinatiebedrijven

Daarnaast zijn er combinatiebedrijven. Die kunnen op verschillende manieren ontstaan. Een hotelier kan vanaf het begin starten als combinatiebedrijf. Daarnaast kan een hotelier met een hotel zijn begonnen en op basis van de vraag van gasten de faciliteiten en services hebben uitgebreid. Ook zijn er voorbeelden van restaurants die gasten graag een overnachtingsmogelijkheid willen bieden na hun diner in het restaurant. Deze van oorsprong restaurateurs hebben hun bedrijf uitgebreid met hotelkamers en hebben zo een plek veroverd op de hotelmarkt. Voorbeelden hiervan zijn restaurant De Echoput in Hoog Soeren, dat sinds enkele jaren hotel-restaurant De Echoput heet, en toprestaurant De Librije in Zwolle, dat sinds 2008 beschikt over hotelkamers. Daar staat tegenover dat steeds meer tophotels uitvoerig inzetten op exclusieve restaurantformules binnen het hotel. Neem het hotel Waldorf Astoria in Amsterdam met het restaurant Librije's Zusje met twee Michelinsterren. Of Hotel Krasnapolsky in Amsterdam met het driesterrenrestaurant De Leest in Vaassen.

Hotels



Hotel.

Het grootste deel van de logiesverstrekkende bedrijven in Nederland valt onder de groep hotels. Dit zijn de bedrijven die geclassificeerd zijn met één of meer sterren. Hotels bieden behalve de overnachtingsmogelijkheid ook de mogelijkheid voor maaltijden aan in de vorm van een ontbijt en diner. Binnen de groep hotels bestaan er ook combinatiebedrijven als hotel-cafébedrijven, hotel-restaurantbedrijven en hotel-restaurant-cafébedrijven. Vaak zijn dergelijke combinatiebedrijven ontstaan vanuit de hotels die het aanbod steeds meer uitbreidden met bijvoorbeeld restaurantvoorzieningen of een café/bar. In deze bedrijven is het ook mogelijk om te dineren zonder te overnachten. De uitbreiding met vergader- of congresfaciliteiten resulteert ook in een combinatiebedrijf: een hotelcongrescentrum. Verder zijn er hotels met uitgebreide wellnessfaciliteiten om een zo aantrekkelijk mogelijk product aan te kunnen bieden. De verblijfsduur van gasten in een hotel varieert van een nacht tot een aantal weken.

Hotel-garni

Dit type bedrijf biedt behalve de overnachtingsmogelijkheid ook ontbijt aan. Vaak zijn dit eenvoudige hotels. In Nederland vallen ruim 600 bedrijven binnen deze deelsector. De verblijfsduur van gasten wisselt, maar dit is meestal niet langer dan één à twee weken.

Bed & Breakfasts en pensions

Een bed & breakfast is een eenvoudige uitvoering van een hotel. De naam zegt precies wat er mogelijk is: een bed en een ontbijt. Pension is een andere naam voor het bed & breakfast (B&B), maar dit wordt steeds minder gebruikt. Eigenaars van een B&B, meestal particulieren, proberen door het verhuren van één of enkele kamers iets bij te verdienen. In 2014 telde deze deelsector 603 bedrijven. De prijzen zijn meestal inclusief ontbijt. De gasten verblijven er voor één nacht of een langere periode. Deze bedrijven zijn zowel landelijk als in een stad gelegen. Naast de logiesfaciliteit en de mogelijkheid tot ontbijten biedt een B&B meestal geen andere faciliteiten.

Appartementenhotels of aparthotels

Dit type bedrijf biedt hotelfaciliteiten als schoonmaken van de kamer, ontbijtmogelijkheden, restaurantvoorzieningen en de extra faciliteiten die een appartement biedt. Denk hierbij aan een keukenblok in de kamer om zelf te kunnen koken. Gasten van appartementenhotels of aparthotels

verblijven gemiddeld langer dan gasten van hotels. Zakenmensen die voor hun werk langere tijd in het buitenland verblijven, maken vaak gebruik van een appartementenhotel. Dit type bedrijf valt niet binnen de hotelsector, maar wordt wel als logiesverstrekkend bedrijf gezien.



Bed & breakfast.



Aparthotel.

Airbnb

Een grote concurrent van hotels is Airbnb. Dit is een website waarop mensen hun huis of deel van hun huis kunnen verhuren op de momenten dat ze zelf niet thuis zijn. Airbnb is opgericht in 2008 en gevestigd in San Francisco. Wereldwijd zijn in meer dan 34.000 steden in 200 landen accommodaties te vinden. De prijs van een accommodatie ligt vaak een stuk lager dan de prijs van een hotel in dezelfde stad. Dit komt onder meer door het feit dat het om particuliere verhuur gaat.



Bekijk de website [Airbnb.com](https://www.airbnb.com) voor meer informatie over dit bedrijf.

Legale verhuur

Airbnb adviseert verhuurders om goed te kijken naar de geldende wet in de stad waar zij zijn gevestigd. In Amsterdam was het een tijd verboden om een woning te verhuren aan toeristen. De gemeente Amsterdam wilde illegale hotels hiermee tegengaan, omdat die vooral op het gebied van veiligheid grote risico's liepen. Daarnaast kwamen er ook veel klachten van overlast. Door een wijziging in het gemeentelijke beleid is het verhuren van (een deel van) een huis sinds 2014 weer mogelijk onder bepaalde voorwaarden. Zo mag een huis maximaal twee maanden per jaar verhuurd worden en moet de verhuurder toeristenbelasting betalen.

1.4 INDELING NAAR GROOTTE

Hotels zijn er in allerlei afmetingen. Het kleinste hotel bestaat uit één kamer, de grootste hotels in de wereld tellen duizenden kamers, soms wel tot 7000 stuks. Een veelgebruikte indeling van hotels naar grootte is:

kleine hotels	1 - 40 kamers
middelgrote hotels	40 - 400 kamers
groot hotel	400 - 1000 kamers
megahotels	meer dan 2000 kamers (komt in Nederland en Europa nog niet voor)

Hotelgroottes wereld

De indeling naar grootte is sterk afhankelijk van de vestigingsplaats van het hotel. Zo zijn de hotels in de Verenigde Staten, Dubai en Azië vaak veel groter dan in Nederland of Europa. Kleine hotels in die regio's hebben vaak maximaal 500 kamers. Hotels daar zijn middelgroot bij 500 tot 1000 kamers. En hotels met 1000 tot 2000 kamers zijn daar groot. Megahotels zijn hotels met meer dan 2000 kamers.

Grootste hotel van Nederland komt bij Rai Amsterdam

Het grootste hotel van Nederland komt bij de Rai. Nhow Amsterdam Rai moet in 2018 af zijn.

Het hotel komt tussen het Randstadcomplex van de Rai en de snelweg A10. De hoteltoeren wordt 91 meter hoog en wordt de vierde vestiging van NH Hotels. Het architectenbureau OMA van architect Rem Koolhaas is verantwoordelijk voor het ontwerp.

Naast een parkeergarage, die ook dienst kan doen als expositiehal, komen er een restaurant, bar en multimedialounge voor presentaties. Verder krijgt het hotel een televisiestudio, galerie en spa-centrum.

Volgens het Parool is het Ibishotel bij Schiphol op dit moment het grootste hotel van Nederland. Het Ibishotel heeft zes kamers minder dan de geplande 650 kamers van Nhow Amsterdam Rai.

Bron: www.nu.nl, 28 april 2015.

Het grootste hotel in Nederland heeft 642 kamers. Dit hotel, Ibis, ligt bij de luchthaven Schiphol. Bij Amsterdam Centraal Station staat een ander groot hotel met 553 kamers: het Double Tree Hotel van Hilton. Vanaf 2018 zal Nhow met 650 kamers het grootste hotel van Nederland zijn.

Over het grootste hotel ter wereld zijn de meningen verdeeld. In Moskou staat een hotel met 7500 kamers, ooit gebouwd om de gasten die voor de Olympische Spelen in 1980 naar Moskou kwamen onderdak te bieden. Er is plaats voor 10.000 gasten. Het Izmailovo Hotel wordt door sommige mensen als grootste hotel ter wereld gezien. Anderen noemen het First World Hotel in Maleisië met ruim 6000 kamers als grootste hotel. Een veelgenoemde derde is het MGM Grand Hotel in Las Vegas met ruim 5000 kamers. Het is een kwestie van tijd tot het huidige record in grootte wordt verbroken.

1.5 INDELING NAAR DOELGROEP

Tot de doelgroep van een hotel behoren gasten die op zoek zijn naar een mogelijkheid om te overnachten. De reden waarom de gast komt overnachten, bepaalt tot welke doelgroep hij behoort. Zo heeft iemand die tijdens een vakantie in een hotel wil overnachten andere behoeften en verwachtingen dan een zakelijke gast op doorreis. Om succesvol te zijn is het voor de hoteleigenaar belangrijk om te weten wat de verwachtingen van de doelgroepen zijn. Mensen reizen tegenwoordig steeds meer en verwachten ook steeds meer van hotels. Hotels proberen zich dan ook steeds meer te onderscheiden van de concurrent en doen er alles aan om de veeleisende gast van nu te interesseren in een verblijf in het hotel. Dit is zichtbaar in nieuwe trends, optimale gastvrijheid en bijzondere hotelconcepten. Daarbij richten hotels zich voornamelijk op twee grote doelgroepen: de particuliere gast en de zakelijke gast.

Particuliere gast

De particuliere gast wordt ook wel 'leisure guest' genoemd. We maken daarbij onderscheid tussen een vakantiegast die een stedentrip van een paar dagen maakt en een vakantiegast die twee weken in een luxe omgeving doorbrengt. Beide typen hebben verschillende verwachtingen van het hotel en de faciliteiten. Ook vakantiegangers op doorreis naar hun eindbestemming vallen onder de particuliere gast. Daarmee vallen alle gasten die om privéredenen in een hotel verblijven onder de particuliere leisuregast.

Zakelijke gast

De zakelijke gast wordt ook wel 'business guest' genoemd. Deze doelgroep komt met andere verwachtingen naar een hotel dan de leisuregast. Zo zal de zakelijke gast over het algemeen korter verblijven en minder behoefte hebben aan uitgebreide recreatie- of wellnessfaciliteiten. Wel vraagt deze gast om een comfortabele kamer met bij voorkeur internetvoorzieningen en goede maaltijden. Ook bereikbaarheid van het hotel is belangrijk voor de zakelijke gast.



De particuliere gast.



De zakelijke gast.

Hotels zijn in te delen in leisurehotels en businesshotels. Elk hoteltype streeft naar een zo optimaal mogelijke bezetting. Daarom richten business hotels zich in de weekenden en vakanties voornamelijk op leisuregasten. Leisurehotels proberen juist buiten de weekenden en vakantieperiodes ook zakelijke gasten in het bedrijf te krijgen. Op deze manier verlengen de hotels hun hoogseizoenen. Hiermee is enige investering in faciliteiten noodzakelijk. Zo zal een businesshotel recreatieve faciliteiten moeten aanbieden om de leisuregast te interesseren. De leisurehotels moeten hun aanbod juist afstemmen op de businessgasten.

Patiënten

Patiënten die in ziekenhuizen verblijven om te herstellen van bijvoorbeeld een operatie en nog niet genoeg zijn aangesterkt om naar huis te gaan, kunnen verblijven in een zorghotel. Dit wordt ook wel een zotel of herstelhotel genoemd. Dit zijn hotels die de patiënten behandelen als gasten en niet als patiënten. Een zorghotel kan de kamer veel goedkoper aanbieden dan het ziekenhuis, omdat er minder kostbare faciliteiten aanwezig zijn. Een zorghotel biedt een tijdelijk verblijf waar 24 uur per dag personeel aanwezig is voor verpleging en verzorging. Zorghotels zijn vlakbij ziekenhuizen gevestigd, zodat patiënten voor bepaalde behandelingen niet ver hoeven te reizen. De medische staf van het ziekenhuis kan daardoor eenvoudig 'op bezoek' bij de patiënt.

Overige speciale doelgroepen

Marketingmanagers moeten constant inspelen op nieuwe kansen en doelgroepen. Vindt er in de stad een congres plaats voor vrouwen, dan is dat een kans om te adverteren met arrangementen gericht op vrouwen. Denk hierbij aan speciale vrouwenkamers of een shoparrangement. Bij grote sportevenementen kan de doelgroep sporters geïnteresseerd worden gemaakt met advertenties en informatie over de sportfaciliteiten van het hotel of de rustige ligging. Denk maar eens aan de

hotels waar bijvoorbeeld het nationale voetbalelftal verblijft tijdens grote toernooien. Zo moeten hotels altijd blijven kijken naar kansen. Een leeg bed in een hotel kan niet meer worden gecompenseerd en betekent direct omzetverlies. Om tot een zo optimaal mogelijke bezetting te komen, moeten hotels zich dan ook vaak richten op uiteenlopende doelgroepen.

1.6 INDELING ZELFSTANDIGE HOTELS, HOTELKETENS EN SAMENWERKINGSVERBANDEN

De meeste hotels in Nederland zijn zelfstandige hotels en niet aangesloten bij een keten of samenwerkingsverband. Dit zijn over het algemeen kleine bedrijven die geleid worden door de eigenaars zelf. Ze variëren van eenvoudig hotel tot luxehotel. De eenvoudigste zijn de populaire bed & breakfasts waar de gasten vooral de persoonlijke service en aandacht waarderen. De luxehotels zijn voorzien van allerlei faciliteiten en richten zich op een brede doelgroep, van de vakantieganger tot de zakelijke gast.

Investeren

Eigenaars van zelfstandige bedrijven moeten een grote investering doen om een dergelijk bedrijf te starten en vervolgens voortdurend te investeren in verbeteringen en vernieuwingen. Daarnaast zijn eenvoudige bedrijven vaak afhankelijk van seizoenen, waardoor de eigenaar delen van het jaar (bijna) zonder inkomsten zit. Een groter en luxer bedrijf probeert dit te voorkomen door het hoogseizoen te verlengen. In de vakantieperiodes en weekenden richt het bedrijf zich op de leigast of vakantieganger en de overige tijd op de zakelijke gast. Voor beide doelgroepen moeten er dan faciliteiten zijn, zoals vergaderaccommodaties en -voorzieningen voor de zakelijke gasten of leigastfaciliteiten voor leigasten. Leigastfaciliteiten brengen de gast ontspanning, zoals sportfaciliteiten en recreatiemogelijkheden. Een andere mogelijkheid om het hoofd boven water te houden is het hotel uitbreiden met meerdere vestigingen. Het hotel vormt dan een keten of zoekt aansluiting bij een bestaande keten.

Schaalvergroting

Andere manieren om samen te werken en daardoor te profiteren van schaalvergroting en vergroting van de naamsbekendheid, is samenwerking met andere hotels zonder de onafhankelijkheid te verliezen. Voorbeelden van dit soort samenwerkingsverbanden zijn:

- Familiehôtels. Dit zijn onafhankelijke hotels die zich richten op gezinnen met kinderen in de omgeving van toeristische trekpleisters, zoals pretparken en dierentuinen.
- Logis Holland. Dit is een samenwerkingsverband van tachtig zelfstandige hotels waar de eigenaar ook de gastheer of gastvrouw is.
- Lokale en regionale samenwerkingsverbanden die zich richten op de lokale of regionale hotelgast.

Hotelketens

Een hotelketen is een bedrijf dat meerdere hotels onder dezelfde naam of onder verschillende namen exploiteert. Een hotelketen kan actief zijn met één merk of met verschillende merken, ook wel 'brands' genoemd. Veel hotelketens voeren verschillende brands of merken. Zo valt het Nederlandse merk Golden Tulip onder de internationale keten Groupe du Louvre. Holiday Inn is een brand van de keten IHG. De keten AccorHotels voert niet het merk AccorHotels, maar merken zoals Novotel, Mercure, Ibis en Sofitel. Er zijn grote en kleine hotelketens, ketens die internationaal actief zijn en ketens die zich beperken tot een afzonderlijk land of continent.

TOP TIEN GROOTSTE BRANDS IN 2014 EN BIJBEHORENDE HOTELKETEN (BRON: HOTELSMAG.COM)

Nr.	Brand	Hotelketen	Aantal kamers	Aantal hotels
1	7 Days Inn	Plateno Hotels Group	380.456	2.725
2	Best Western	Best Western International	303.522	3.931
3	Holiday Inn Express	IHG	229.110	2.365
4	Holiday Inn Hotels & Resorts	IHG	225.159	1.212
5	Home Inn*	Home Inns Hotels & Management	225.000	2.000
6	Hilton Hotels & Resorts	Hilton Worldwide	201.047	560
7	Hampton by Hilton	Hilton Worldwide	198.914	2.005
8	Marriott Hotels	Marriott International	179.221	499
9	Super 8	Wyndham Hotel Group	160.847	2.510
10	Sheraton	Starwood Hotels & Resorts Worldwide	153.370	436

TOP TIEN WERELDWIJDE HOTELKETENS MET DE MEESTE HOTELKAMERS IN 2014 (BRON: HOTELSMAG.COM)

Nr.	Hotelketen	Locatie	Aantal kamers
1	Hilton Worldwide	McLean, Virginia (VS)	715.062
2	Marriott International	Besthesda, Maryland (VS)	714.765
3	IHG (InterContinental Hotels Group)	Denham, Engeland	710.295
4	Wyndham Hotel Group	Parsippany, New Jersey (VS)	660.826
5	Choice Hotels International	Rockville, Maryland (VS)	500.000
6	AccorHotels	Parijs, Frankrijk	482.296
7	Plateno Hotels Group	Guangzhou, China	442.490
8	Starwood Hotels & Resorts Worldwide	Stamford, Connecticut (VS)	354.225
9	Shanghai Jin Jiang International Hotel Group Co.	Shanghai, China	352.538
10	Best Western International	Phoenix, Arizona (VS)	303.522

TOP TIEN HOTELKETENS WERELDWIJD MET DE MEESTE HOTELS IN 2014 (BRON: HOTELSMAG.COM)

Nr.	Hotelketen	Aantal hotels
1	Wyndham Hotel Group	7.645
2	Choice Hotels International	6.300
3	IHG (InterContinental Hotel Group)	4.840
4	Hilton Worldwide	4.322
5	Marriott International	4.175
6	BestWestern International	3.931
7	AccorHotels	3.717
8	Plateno Hotels Group	3.023
9	Shanghai Jin Jiang International Hotel Group Co.	2.910
10	Home Inns & Hotels Management	2.609

Ook Nederland kent hotelketens. Met 68 vestigingen in Nederland staat Van der Valk op de eerste plaats van hotelketens met de meeste vestigingen. In het buitenland heeft deze Nederlandse hotelketen nog 30 vestigingen.

TOP TIEN HOTELKETENS MET DE MEESTE VESTIGINGEN IN NEDERLAND

Nr.	Keten	Aantal hotels
1	Van der Valk (NL)	68
2	Fletcher (NL)	66
3	Hampshire (NL)	64
4	Group Du Louvre	63
5	AccorHotels	39
6	NH Hotels	35
7	Best Western	32
8	Bastion (NL)	32
9	Bilderberg (NL)	18
10	IHG	11

Ketensamenwerking

Hotelketens zijn vaak ontstaan door een samenwerking tussen zelfstandige of onafhankelijke hotels. Als zelfstandig hotel is het niet eenvoudig het hoofd boven water te houden. Lid worden van een keten is dan een oplossing. De belangrijkste reden is de naamsbekendheid vergroten. Doordat het hotel meelift op de naamsbekendheid van een ketenhotel, worden marketingactiviteiten breder uitgezet met een groter bereik van potentiële gasten. De reserveringen en salesactiviteiten zijn vaak vanuit een centraal hoofdkantoor georganiseerd, waarmee het hotel personeelskosten bespaart. Ook krijgt een hotel door schaalvergroting de mogelijkheid om goedkoper in te kopen. Denk aan de inrichting van het hotel en personeelskleding. Tot slot kan uitbreiding van de hotel formule, behoefte aan groei, leiden tot het ontstaan van een keten. Een voorbeeld hiervan zijn de Van der Valk Hotels: klein begonnen en nu gegroeid tot bijna zeventig hotels in Nederland.

Toekan veroverd oosten

Van der Valk concern opent komende jaren nieuwe hotels in Zwolle, Enschede, Deventer en Apeldoorn. Oost-Nederland kent nog relatief weinig vestigingen.

Het Van der Valk concern, bekend van de kenmerkende Toekan, veroverd Oost-Nederland. Gisteren werd bekend dat Deventer op het nieuwe bedrijvenpark A1 een vestiging krijgt van dit familiebedrijf. In Zwolle wordt momenteel de laatste hand gelegd aan een vestiging aan de A28. De opening daarvan is medio dit jaar. In Enschede wordt dit voorjaar gestart met een hotel met ongeveer 150 bedden, dat in het najaar van 2014 klaar moet zijn.

De bouw in Deventer start als Enschede klaar is. Apeldoorn heeft in de Cantharel aan de Golsteinlaan al een Van der Valk, maar krijgt waarschijnlijk een tweede vestiging aan de Zutphensestraat, vlakbij de A50. In Harderwijk werd in 2010 aan de Leuvenumseweg een nieuwe vestiging geopend.

Woordvoerder Six van Leeuwen van Van der Valk: "Waar we kansen zien bouwen we. Dat er nu vier plannen in het oosten zijn, die relatief kort na elkaar worden gerealiseerd, is dus geen toeval. Maar we zijn op meer plekken in het land bezig." Momenteel telt Van der Valk in Nederland 68 vestigingen.

Bron: De Stentor, 26 januari 2013, door Peter Leunissen.