

5 miljoen euro in pientere hotelinnovatie Investeringsbries langs de Vlaamse kust

Nick Vanderheyden • freelance journalist

Het shoppingarrangement met butlerservice van Hotel Cosmopolite in Nieuwpoort is het meest populaire innovatietraject binnen het project 'Hotelinnovatie: een golf van vernieuwing'. Dat blijkt uit een poll opgezet door Westtoer, Horeca Vlaanderen en vzw Kusthotels. De eerste lading innovaties was goed voor een investeringsbedrag van 5 miljoen euro.

In de periode 2005-2011 kreeg de hotelsector in de kustregio, nochtans veruit de grootste toeristische trekpleister van ons land, een zware tik: het aantal hotelbedden daalde drastisch met meer dan drieduizend stuks. Dit onder druk van de vastgoedmarkt en projectontwikkelaars, die meer graten zien in residentiële bebouwing. Tegelijk moeten kleinere hotels het hoofd bieden aan noodzakelijke maar kapitaalsintensieve renovaties. De jongste jaren stabiliseert de zwaar uitgedunde sector met circa tweehonderd hotels, goed voor rond de 5.700 bedden. Maar in een bijzonder wispelturige consumentenmarkt blijft het noodzakelijk om toeristen te verrassen. Innovatie is daarin het codewoord.

Kustinnovatie: 11 projecten

Aanleiding genoeg voor de in 2012 opgerichte vzw Kusthotels om een samenwerking aan te gaan met provinciebedrijf Westtoer en Horeca

Vlaanderen in het traject 'Hotelinnovatie: een golf van vernieuwing'. Net het soort zaken dat de vereniging bij de oprichting vooropstelde. "Van de kust een nog sterkere toeristische bestemming maken, niet alleen als vakantiebestemming maar evengoed in functie van het hedendaagse congresterisme", gaf voorzitter Bart Boelens, exploitant van Hotel Europe in Oostende, mee in West-Vlaanderen Werkt 04-2012. Liesbet Billiet van Westtoer werd aangesteld als innovatiecoach. In de voorbije twee jaar bezocht zij een veertigtal kusthotels. De helft van deze hotels diende een innovatiedossier in.

Gedeputeerde Franky De Block, voorzitter van Westtoer: "Een projectjury, samengesteld uit deskundigen, kende aan de elf beste projecten een innovatiepuls toe. Dat betreft een investering van ongeveer 5 miljoen euro in vernieuwing met bestedingen die lopen van 10.000 tot 1,3 miljoen euro per dossier. Westtoer, Horeca Vlaanderen en Toerisme

Vlaanderen investeerden 300.000 euro in de projecten, die focussen op inrichting, infrastructuur, arrangementen en gastheerschap."

Verrassende & veelzijdige investeringen

De meest in het oog springende vernieuwing deed Hotel Memlinc in Knokke-Heist. Een bedrag van 1,3 miljoen euro vertaalde deze actor naar de Sixty Sky Lounge: een dakterras dat rondom uitzicht biedt op de kust en het hinterland. Het Oostendse Hotel Andromeda richtte met een budget van 600.000 euro een ontbijtzaal in op de eerste verdieping met een 180° zicht over de kustlijn.

Grand Hotel Belle Vue in De Haan investeerde 100.000 euro in een nieuwe wellnessruimte, met behoud van het authentieke karakter van de ruimte. Hotel Bero uit Oostende klokte af op vijftien ecokamers, waarmee het logiesbedrijf milieubewuste overnachtingen aanbiedt



foto: ©Westtoer

in alle comfort. Eveneens in Oostende transformeerde **Charmehotel 't Kruishof** de gelijknamige boerderij tot zes ruime familiekamers met afzonderlijke kinderkamer en privéterras. De hotels José (Blankenberge), **Bilderdijk** (De Haan), **Soll Cress** (Koksijde) en **Maxim** (De Panne) laten gasten kennismaken met respectievelijk het Blankenbergse strandgevoel, de Nederlandse dichter Willem Bilderdijk, familievakanties voor samengestelde gezinnen en de sfeer van de seventies.

Hefboomeffect

Investerings moeten niet bijster zwaar te zijn om een hotel resultaten te laten boeken. Kleinere familiehotels hebben ook niet het budget, de tijd of de knowhow om grote projecten aan te vatten. Voor deze

aanbieders betekende de ondersteuning door een innovatiecoach een enorme meerwaarde.

Franky De Block: "90 à 95 % van de kusthotels staan gecategoriseerd als familiehotel. Ze beschikken niet over een team innovatiespotters om trends op de voet te volgen. Onze innovatiecoach heeft wel die kennis in huis en vertaalt ideeën naar innovatieve projecten. Bovendien zouden een aantal projecten zonder de subsidie vermoedelijk niet zijn uitgewerkt. Daar speelt dan een hefboomeffect. De innovatiecoach werkte bijvoorbeeld samen met **Hotel Rubens** in De Haan een project uit waarbij grote foto's van de zee de rode draad vormen in het interieur. Een strandcabine van het hotel versterkt aansluitend de zeebeleving voor de gasten. Een beperkte investering van

35.000 euro leidde naar een opmerkelijke meerwaarde voor het hotel. Of **Hotel Cosmopolite** in Nieuwpoort, dat samen met de organisatie een shoppingarrangement met butlerservice uitwerkte. Een eigen besteding van slechts 10.000 euro waarmee het hotel zich onderscheidt in de markt.

Via de uitkomst van een poll die we in december 2015 lanceerden, merken we dat toeristen deze subtiele vernieuwing weten te smaken. De Nieuwpoortse innovatiepuls kwam als meest populaire uit de bus. Het toont dat kleinere hotels via ondersteuning voldoende kansen en mogelijkheden hebben om consumenten met een creatieve toets warm te maken voor een verblijf." ■

► www.westtoer.be



foto: ©Westtoer