

Alleen samen kunnen eigenaren en exploitanten hotels succesvol verduurzamen

- Er is geen regelgeving voor de duurzaamheidsprestaties van hotels
- Wirwar aan certificaten en criteria zorgt voor onduidelijkheid
- Consument oefent nauwelijks druk uit op hotels om te verduurzamen
- Er is overkoepelende sturing nodig om de transitie versnellen

De gebouwde omgeving is verantwoordelijk voor 30% van de landelijke CO₂-emissie. Met de doelstelling om de uitstoot voor 2030 met 49% en voor 2050 met 95% te verminderen ten opzichte van 1990, ligt er een grote opgave voor de vastgoedsector.

De duurzaamheidstransitie verloopt voor elk type gebouw anders. Voor kantoren is vanaf 2023 een energielabel C of beter verplicht, anders dreigt sluiting. Voor de andere bouwtypen is nog geen soortgelijke wetgeving. Dat geldt ook voor hotels, terwijl de sector snel groeit. In pre-coronajaar 2019 werden er 54 miljoen overnachtingen geboekt in Nederland, een groei van 50% ten opzichte van 2012. Dat aantal overnachtingen is vergelijkbaar met 148.000 mensen die een heel jaar in een hotel verblijven. Daarnaast is het aantal hotels de afgelopen jaren flink toegenomen. Volgens het CBS telde Nederland begin dit jaar 4.049 hotels met 147.000 kamers. Dat zijn 36.000 kamers meer dan in 2012.

Hoe duurzaam zijn hotels op dit moment? Welke maatregelen hebben hotelpartijen de afgelopen jaren genomen? Tegen welke obstakels lopen zij aan? Om deze vragen te beantwoorden, spraken we met veertien hotelpartijen die samen 119 hotels in Nederland bezitten of exploiteren.



Regelgeving voor luchtvaart

Gaat het over duurzaamheid en toerisme, dan wordt er in eerste instantie vooral gewezen naar de luchtvaart. Die was voor de coronapandemie verantwoordelijk voor ongeveer 3,5% van de totale uitstoot in de Europese Unie. Daarom werkt het Europees Parlement aan regelgeving om de uitstoot van de luchtvaart te verminderen. Hotels blijven vooralsnog buiten schot, terwijl ook hier veel winst te behalen is.

Aandacht voor energieverbruik

Het terugbrengen van het energieverbruik is het meest genoemde duurzaamheidsthema door hotel-exploitanten en -beleggers om aan te pakken. Alle geïnterviewde exploitanten hebben inzicht in het energieverbruik en houden de vastgoedeigenaar hiervan op de hoogte. Deze transparantie zorgt voor bewustwording bij beide partijen en is cruciaal om energieverbruik samen tegen te gaan. De meest genoemde besparende energiemaatregelen zijn ledverlichting, zonnepanelen en duurzame installaties. Ook wordt er steeds meer gewerkt met bewegingssensoren of andere smart building technieken om verlichting en luchtcirculatie af te stemmen op het ruimtegebruik.

Andere thema's die de aandacht krijgen zijn waterverbruik en afval. Het eerste wordt bijvoorbeeld beperkt met besparende douchekoppen. Menu's slimmer inrichten, efficiënt inkopen en overdadige buffetten afschaffen zijn manieren om minder afval te produceren.

1% van het totaal

Volgens het CBS en NBTC verbruikt een hotel gemiddeld 275.000 kWh aan elektriciteit per jaar. Samen is dat ongeveer 1% van het energieverbruik in Nederland.



Strategie niet op papier

Uit de interviews wordt duidelijk dat duurzaamheid bij alle partijen een rol speelt. Alle respondenten geven aan dat ze duurzaamheid 'belangrijk' of 'heel belangrijk' vinden. Dat vertaalt zich niet vaak naar concrete duurzaamheidsstrategieën. Van de veertien respondenten hebben vijf partijen een strategie op papier gezet. De andere acht partijen verduurzamen ook, maar zij beschouwen het meer als een natuurlijk proces. Zo worden operationele processen continu onder de loep genomen, zoals de schoonmaak.

De partijen die een strategie hebben voor verduurzaming, maken dit onderdeel van een bredere visie op het gebied van maatschappelijk verantwoord ondernemen. Een aantal van hen heeft de ESG-principes centraal staan. Andere onderwerpen die daarin aan bod komen, zijn verantwoordelijkheid nemen en sociale impact creëren. Dit is bijvoorbeeld het actief betrekken van lokale bewoners en het werken met maatschappelijk verantwoorde partners en leveranciers.

Als belangrijkste drijfveren voor verduurzaming noemen de hotelpartijen de toegenomen aandacht vanuit de maatschappij, investeerders en financiers. Banken hechten steeds meer waarde aan duurzame initiatieven en nemen dit mee in hun beoordeling voor het verstrekken van leningen. Intrinsieke motivatie blijkt maar een kleine rol te spelen en werd maar een door een klein deel van de respondenten genoemd.



Motivatie vanuit medewerkers

Medewerkers hebben bij de verduurzaming een belangrijke rol. Zij moeten de nieuwe processen doorvoeren. Ze profiteren er vervolgens ook zelf van, benadrukken veel hotelexploitanten en -beleggers. Medewerkers hechten steeds meer waarde aan optimale werkomstandigheden, zoals een goede luchtcirculatie en gezonde voeding. Ook vinden ze het steeds belangrijker dat hun werkgever maatschappelijk verantwoord onderneemt. Het welzijn van medewerkers (en gasten) is dan ook steeds vaker onderdeel van de strategie.

Verschil in visie

Op de vraag wat hen weerhoudt om méér te doen, komt in veel gevallen het gebrek aan samenwerking naar voren. Bij een hotel zijn vrijwel altijd meerdere partijen betrokken: exploitant (vaak huurder) en belegger, maar in veel gevallen ook een hotelketen of -brand. Deze partijen hebben allemaal een eigen visie op duurzaamheid en die zijn niet altijd goed op elkaar afgestemd. De strategie van hotelbeleggers richt zich vooral op het vastgoed, zoals technische installaties en zonnepanelen. Hotelexploitanten richten zich op de operationele processen. De technische installaties kunnen niet zomaar vervangen worden, terwijl er in de operationele processen zoals de schoonmaak snel winst te behalen valt.

Er bestaan ook meningsverschillen over wie verantwoordelijk is voor de investering om het vastgoed te verduurzamen. Een investering van de verhuurder wordt namelijk niet terugverdiend door een hogere huurprijs, bleek uit de interviews. De investering wordt in sommige gevallen gedeeld door beide partijen of de belegger bekostigt het volledig zelf, omdat zij die verantwoordelijkheid voelen als vastgoedeigenaar. De meeste respondenten gaven aan hier vaak in goed overleg uit te kunnen komen, maar dat de afstemming de verduurzaming vertraagt.

Onduidelijkheid over energielabels

Naast de verschillende visies wordt ook het gebrek aan eenduidige richtlijnen door veel respondenten gezien als obstakel, omdat ze simpelweg niet weten waar ze moeten beginnen. Nederlands vastgoed moet weliswaar een energielabel hebben als het verkocht of verhuurd wordt, maar vergeleken met kantoren of winkels is deze verplichting voor hotels minder effectief. Hotels wisselen minder vaak van eigenaar en de huurcontracten hebben een lange looptijd, vaak tientallen jaren. Veel hotels zijn niet verkocht of verhuurd sinds deze verplichting in 2008 is ingevoerd.

Op dit moment is het onduidelijk hoeveel hotels over een energielabel beschikken. Uit de gesprekken met de hotelexploitanten en -beleggers blijkt dat zeker niet alle hotels een energielabel hebben. Slechts bij zes van de veertien respondenten hebben alle hotels een label. Twee partijen gaven aan dat geen van hun hotels gelabeld is.

Certificaten belangrijker dan energielabel

De hotelpartijen geven aan meer belang te hechten aan duurzaamheidscertificaten dan het energielabel. Het bekendste en meest genoemde certificaat is 'Green Key', een internationaal keurmerk voor bedrijven in de recreatie- en vrijetijdsbranche. Het hotel wordt beoordeeld op twaalf thema's, waaronder energieverbruik, waterverbruik, mobiliteit en afvalmanagement. De uitkomsten daarvan corresponderen met een bepaald niveau: Bronze, Silver of Gold. In Nederland heeft ongeveer 8% van de hotels zo'n certificaat, namelijk 324 van de ongeveer 4.049 hotels. Daarvan hebben 261 hotels het hoogste niveau.

Naast Green Key wordt BREEAM veel genoemd. Volgens BREEAM NL zijn er momenteel 73 hotels met dit keurmerk. Deze certificaten zijn in Nederland voor hotels vooral gericht op het vastgoed. Het 'In-Use' certificaat is nog niet vaak toegekend aan hotels. Deze is bij hotelgasten en -exploitanten minder bekend en sluit niet goed aan op de hotelexploitatie. De operationele processen van een hotel worden beperkt meegenomen in de criteria.



Wirwar aan labels

Er zijn ongeveer 200 verschillende labels voor duurzame hotels, allemaal met hun eigen criteria. Ook zijn er talloze boekingsites die zich richten op een duurzaam verblijf, maar deze allemaal op hun eigen manier filteren. Bekende boekingsites zoals HRS, Booking.com, Expedia en TripAdvisor hebben eigen programma's met verschillende eisen en certificaten. Expedia werkt bijvoorbeeld samen met Green Key, terwijl Booking.com de certificeringen van een aantal andere internationale organisaties op de hotelpagina's presenteert. Het Duitse hotelplatform HRS heeft een eigen label ontwikkeld genaamd 'Green Stay'.

Ondanks de vele initiatieven is het moeilijk voor consumenten om duurzame hotels te vinden. De certificeringen kunnen niet met elkaar vergeleken worden en hotelgasten kunnen op de grootste boekingsites geen selectie maken op basis van duurzaamheidsscores. De wirwar aan certificaten en criteria maakt het voor exploitanten lastig om een keuze te maken voor een keurmerk dat past bij de eigen strategie. Ze hebben daarom behoefte aan één label of certificaat met richtlijnen voor de hele industrie én op internationaal niveau. Een uniform label dat op internationale schaal kan worden toegepast en dat herkenbaar is voor hotelgasten, wordt gezien als een cruciale volgende stap.

Geen hogere kamerprijs

Uit verschillende onderzoeken blijkt dat de gemiddelde hotelgast de afgelopen jaren bewuster is geworden en duurzaamheid een steeds belangrijkere rol speelt bij de hotelkeuze. Vooral bedrijven en overheden hechten steeds meer waarde aan duurzaamheid van de hotels waar hun werknemers verblijven. Toch blijkt uit de gesprekken dat hotelgasten nog niet bereid zijn om meer te betalen voor een duurzaam verblijf. Hotels die veel aandacht besteden aan duurzaamheid kunnen niet zomaar een hogere kamerprijs vragen. Dit zorgt ervoor dat de investering (nu nog) niet direct terugverdiend wordt.

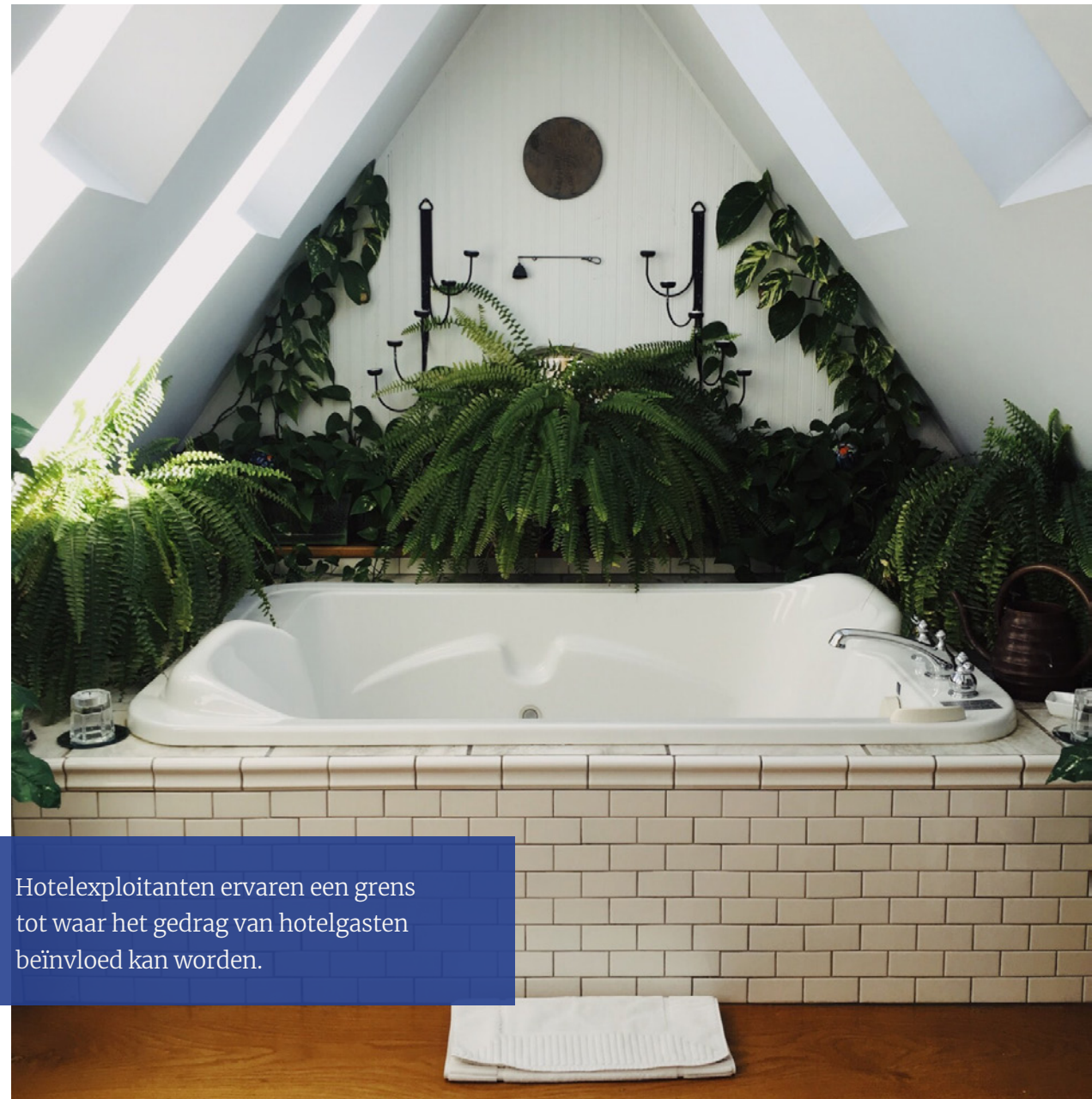


Gasten niet betuttelen

Hotelexploitanten ervaren een grens tot waar het gedrag van hotelgasten beïnvloed kan worden. Het meest genoemde voorbeeld is het plaatsen van bordjes met het verzoek om handdoeken terug te hangen voor hergebruik in plaats van op de grond te leggen voor de was. Een minder vaak genoemd voorbeeld is het attenderen van gasten om korter te douchen of om de hotelkamer niet om de dag te laten schoonmaken. Hoteliers zijn hier voorzichtig mee. Uit de interviews blijkt dat ze willen voorkomen dat gasten dit als betuttelend ervaren en dat gasten soms (onterecht) het beeld hebben dat een duurzaam verblijf ten koste gaat van comfort. Hotelgasten, voornamelijk toeristen, zien een hotelovernachting vaak als 'een uitje' waar een langere douchebeurt en een uitgebreid ontbijt bij de ervaring hoort.

Coronacrisis remt transitie af

De coronacrisis werd ook als obstakel benoemd door meerdere respondenten. In de eerste plaats omdat veel beleggers en exploitanten reserves moesten aanspreken en daarom minder tot geen financiële ruimte hebben voor extra investeringen. Daarnaast brachten de hygiënemaatregelen uitdagingen met zich mee. Er werden meer en agressievere schoonmaakmiddelen gebruikt en producten moesten vaker per stuk verpakt worden geleverd. Dit zorgde voor meer (plastic) afval en voelde voor meerdere respondenten als een stap terug.



Hotelexploitanten ervaren een grens tot waar het gedrag van hotelgasten beïnvloed kan worden.

Meer overkoepelende sturing nodig

De duurzaamheidstransitie in hotels is opgestart, maar draait nog niet op volle toeren. Om de doelstellingen uit het Parijsakkoord te halen, zullen de beleggers en exploitanten méér moeten doen. Meer dan bijvoorbeeld in de retailsector zien we een bestaande samenwerking tussen belegger en exploitant, maar dit kan actiever en met concretere afspraken. Beleggers en exploitanten laten zich vooral leiden door algemene trends, waardoor vergaande verduurzaming nog uitblijft.

Om de verduurzaming te versnellen is daarom meer overkoepelende sturing vanuit de wetgever nodig. Kantoren scoren door de naderende verplichting beter op energielabels dan winkels, bleek uit onze recente onderzoeken. Hoewel het proces langzaam verloopt, lijkt regelgeving dus wel een transitie in gang te zetten. Vergelijkbare wetgeving voor de hotelsector is essentieel om de verduurzaming te versnellen.

Europa voert druk op

Terwijl nationale wetgeving er eigenlijk niet is, wordt op Europees niveau de laatste hand gelegd aan het Sustainable Finance Action Plan. Dit is een pakket aan wetgeving dat de kapitaalstromen naar groene investeringen moet leiden en zorgt voor meer transparantie. Een belangrijk onderdeel hiervan is de Sustainable Finance Disclosure Regulation, die financiële marktdeelnemers zoals pensioen- en vastgoedfondsen en banken verplicht om transparant over duurzaamheid te communiceren en prestaties mee te nemen in hun investeringsbeslissingen.

Vooraf institutionele beleggers bereiden zich voor op deze wetgeving door bijvoorbeeld hun aankoopcriteria op het gebied van duurzaamheid aan te scherpen en hun ambities voor het vastgoed dat al in eigendom is op te schroeven. Omdat een duurzaam fonds met deze wetgeving op meer interesse kan rekenen vanuit investeerders zoals pensioenfondsen, is de hoop van de Europese Commissie dat de vastgoedmarkt de komende jaren grotere stappen zal zetten. Ook voor de vaak internationaal georiënteerde hotelsector zal deze Europese uniforme wetgeving naar verwachting een stok achter de deur zijn om de verduurzaming te versnellen. Zeker wanneer dit gebeurt in combinatie met een actieve samenwerking met de hotelexploitant, want duurzaam vastgoed is alleen succesvol in combinatie met een duurzame exploitatie.



De duurzaamheidstransitie in hotels is opgestart, maar draait nog niet op volle toeren. Om de doelstellingen uit het Parijsakkoord te halen, zullen de beleggers en exploitanten méér moeten doen.





Geïnterviewden:

- Aedes Real Estate
- Conscious Hotels
- Borealis Hotel Group
- Eden Hotels
- LBG Hotels
- WestCord Hotels
- Zoku
- M&G
- Invesco
- Bouwinvest
- First Sponsor Group
- Van der Valk International
- Fattal Hotel Group
- AccorInvest





Joost Mees

Head of Hotels Benelux

joost.mees@colliers.com

+31 6 20 62 86 57



Marieke Dessauvagie

Senior Consultant

marieke.dessauvagie@colliers.com

+31 6 20 24 14 39



Robert Kuijper

Consultant

robert.kuijper@colliers.com

+31 6 23 99 38 58

Over Colliers

Colliers International is een beursgenoteerde vastgoedadviseur (NASDAQ, TSX: CIGI) en staat voor de nieuwe vastgoedwereld. We dragen bij aan een betere samenleving door een actieve rol te spelen in het oplossen van vastgoedvraagstukken.

We verbinden globale marktontwikkelingen en complexe data met de wereld van vastgoedeigenaren, vastgoedinvesteerdere en huurders van vastgoed. Dit stelt ons in staat de sector van morgen te begrijpen en expert te zijn op de toekomst van vastgoed.

Dankzij deze inzichten kunnen we waarde toevoegen aan de verschillende fases van de vastgoedcyclus en strategische klantrelaties opbouwen. We bieden creatieve oplossingen die niet alleen vandaag aantrekkelijk zijn, maar ook in de toekomst relevant en duurzaam blijven.

In Nederland werken we met 330 professionals die anders denken en de beste ideeën delen in een cultuur van ondernemerschap en klantgerichtheid. Onze opdrachtgevers kunnen rekenen op een betrouwbare partner die doordacht advies geeft. En een partij die hen de juiste kansen laat zien in de sectoren:



Retail



Food & Beverage



Residentieel



Hotels



Offices



Logistics & Industrial



Healthcare



Religieus Vastgoed

Natuurlijk zijn we aangesloten bij de belangrijkste organisaties in ons vakgebied zoals het Nederlands Register van Vastgoed Taxateurs, The Royal Institution of Chartered Surveyors, het Kwaliteitsregister van Makelaars Vastgoedcert en de Nederlandse Vereniging van Makelaars.



Stadionplein 14 | 1076 CM Amsterdam | Tel: +31 (0)20 540 55 55 .
amsterdam.office@colliers.com | www.colliers.nl

