

Erwin van der Graaf (Accor): corona brengt snel en veel innovatie bij hotels

10-08-2020 12:25



Hotels hoefden in Nederland niet dicht tijdens de coronacrisis. Maar de vraag naar overnachtingen nam sterk af en veel uitbaters gingen daarom tijdelijk dicht.

Van de hotels die openbleven, zakten de bezettingsgraden dramatisch in. Toch telt Erwin van der Graaf, vice president operations bij Accor, vooral zijn zegeningen. 'Corona heeft ons snel en veel innovatie gebracht.'

Hoe hebben jullie de uitbraak van de corona-epidemie beleefd?

"Het ging onwerkelijk snel. Op 28 februari spraken we uitgebreid over het virus op een meeting met alle general managers van de Nederlandse hotels. Aan het einde van het afsluitende diner kwam het nieuws van de eerste Nederlandse coronapatiënt. Twee weken later had zestig procent van onze hotelmanagers de deuren gesloten. De hotels die openbleven, draaiden op een kleine bezetting van gasten die werken bij bedrijven in de zeehavens, op Schiphol en bij windparken in aanbouw.

Voor elke fase van de pandemie hebben jullie een plan gemaakt.

In de eerste fase, de 'winterslaap', was het belangrijk om de band met de gast warm te houden. Accor is sponsor van voetbalclub Paris St. Germain en we hebben een aantal van hun voetballers gevraagd om een online fitnessprogramma te maken. Deze serie hebben we gedeeld met gasten die lid zijn van ons

loyaliteitsprogramma [ALL](#). Onze koks hebben online kooklessen gehouden en van onze bartenders kon je leren hoe je een goede cocktail moet maken. Voor de hotelmedewerkers hebben we een solidariteitsfonds opgericht, gefinancierd uit het aandeelhoudersdividend dat we afgelopen mei zouden gaan uitkeren. Uit [dit fonds](#), dat 70 miljoen euro groot is, kunnen door corona getroffen medewerkers en hun gezinnen een gift ontvangen van maximaal 5.000 euro.

Het is inmiddels augustus en de Europese landsgrenzen zijn weer open. Wat nu?

We willen onze gasten duidelijk maken dat het weer veilig is om te reizen en in een hotel te verblijven. Uit een panelonderzoek onder tweeduizend deelnemers van ons loyaliteitsprogramma bleek dat de gasten vooral behoefte hebben aan strikte hygiëne. Daarom gaan we onze hotels vanaf nu schoonhouden volgens strenge, samen met [Bureau Veritas](#) opgestelde richtlijnen. Deze richtlijnen zijn gebundeld in het nieuwe Allsafe-label dat we hebben uitgerold in alle hotels. Dat is geen symboolpolitiek: we laten de toepassing van het reglement controleren door een externe partij. In Nederland is dat auditororganisatie NSF.

Hebben de inspanningen effect?

Absoluut. De boekingen die we nu binnenkrijgen komen vooral uit Nederland, België, Frankrijk en zeker ook Duitsland. Met name de hotels aan de kust en op de Waddeneilanden profiteren van de herstart van het toerisme. En nu de Britten sinds kort weer naar het buitenland mogen reizen, hopen we dat de bezettingsgraad in de grote steden weer gaat stijgen. In Amsterdam was vorig jaar een op de zeven hotelgasten Brits. Wat ook helpt is het Airbnb [verbod](#) in drie gebieden in de Amsterdamse binnenstad. Grofweg verdwijnt hiermee de concurrentie met 1.500 particuliere woningen die in 2019 goed waren voor 120.000 overnachtingen.

Maar voor de grootstedelijke hotels is de toekomst toch anders?

Een deel van het internationale zakelijke reisverkeer zal na corona wellicht verdwenen zijn. Congressen en events [worden hybride](#), dus een combinatie van een fysieke bijeenkomst en live videoconferencing. Hoe groot dit effect wordt op de hotelkamerbezettingsgraad, zal per stad en per hotel verschillen. Het is nog te vroeg om hier wat over te zeggen. Elk hotel, ook die van ons, zal zijn eigen propositie onder de loep moeten nemen nu de NOW-regeling afloopt. De druk op de marge zal in 2021 aanhouden, zeker bij hotels die van hun vastgoedeigenaren opschorting van huurbetalingen hebben gekregen. In algemene zin denk ik dat hotels die aangesloten zijn bij een keten in de toekomst meer kansen op winstgevendheid hebben dan familiehotels, omdat ze kunnen profiteren van gecentraliseerde marketing, digitale [expertise](#) en distributie.

Ligt de toekomst van het grotestadshotel in longstay-arrangementen?

Die trend was er al voor corona. Onder het Adagio-label bieden wij tweepersoons- tot vijfpersoons- longstay-appartementen aan in Amsterdam. En bij de renovatie van het Mercure City Hotel hebben we een dertigtal longstay-suites gerealiseerd. Maar je kunt niet elke hotelkamer omkatten. Je moet waterafvoer en afzuiging kunnen aanleggen zonder dure investeringen. In een vier- of vijfsterrenhotel kan er meer dan in een Ibis. In kamers kleiner dan 25 vierkante meter is er überhaupt geen plek voor een pantry.

Heeft corona ook voor positieve veranderingen gezorgd?

De digitalisering van de klantreis is in een stroomversnelling gekomen omdat we fysieke contactmomenten vanwege het virus zo veel mogelijk willen uitbannen. Je maakt je online reservering, betaalt via een betaallink, checkt online in en in het hotel open je je kamer met je telefoon. De checkout was reeds digitaal. De gast laat zijn keycard achter en krijgt zijn factuur via de mail. Het uitrollen van dit soort zaken gaat nu sneller dan voor

de coronatijd.

PROFIEL ACCOR GROEP

Accor is een beursgenoteerd bedrijf met wereldwijd 5.000 hotels in ruim 100 landen. In 2019 bood het Franse Accor werk aan zo'n 300.000 mensen. Onder de merknamen Ibis, Novotel, Mercure, Swissotel, Pullman, MGallery, Mövenpick en Sofitel heeft de keten in totaal 51 vestigingen in Nederland. Het bijzondere aan Accor is dat het geen hotelvastgoed in eigendom heeft. Van de 51 hotels worden er 28 uitgebaat door franchisenemers. De overige 23 worden in opdracht van derden gerund door Accor in de vorm van een managementovereenkomst. Erwin van de Graaf (46) heeft als vice president operations de dagelijkse leiding over deze hotels. Hij werkt al sinds 1993 in de hotelbranche.

Met dank aan: Stef Driessen, [Sector Banker Leisure bij ABN AMRO](#)

ABN AMRO sector leisure