



**rijksuniversiteit
groningen**

**faculteit ruimtelijke
wetenschappen**

De opkomst van Airbnb

Gevolgen voor de hotelbranche van Amsterdam



Coen van Beusekom
S1980939

BSc Sociale Geografie & Planologie
Faculteit Ruimtelijke Wetenschappen
Rijksuniversiteit Groningen

Begeleider: Mark van Duijn
Januari 2015

Samenvatting

Airbnb is een relatief nieuwe speler op de hotelmarkt. Dit onderzoek probeert te achterhalen in hoeverre het toetreden van Airbnb effect heeft op het hotelaanbod van Amsterdam. Daarin ligt de nadruk op de toetreding van Airbnb op de hotelbranche, de concurrentiestrijd binnen de hotelbranche en de uiteindelijke gevolgen voor de hotelbranche. Literatuurstudie en diepte-interviews zijn gebruikt om ervaringen van verschillende respondenten, uit verschillende segmenten binnen de hotelbranche, te achterhalen. Zes vertegenwoordigers van de hotelbranche zijn geïnterviewd over hun ervaringen met Airbnb.

Uit het onderzoek blijkt dat het ontstaan en de groei van Airbnb grotendeels mogelijk is door blijvende groei van de markt. Het opkomen en groeien van de deeleconomie en de *experience economy* zorgt voor een veranderende vraag. Voor de consument zijn deze ontwikkelingen positief. Namelijk een lagere prijs, meer aanbod en een grotere diversiteit (in het aanbod). Een gevolg van is dat een deel van de hotels de succesfactoren van Airbnb gaat imiteren. Een ander deel probeert zich te onderscheiden. De hotels die het lastig hebben behoren meestal tot het lagere of middensegment. Duidelijk wordt dat er ondanks nieuwe wet- en regelgeving sprake is van oneerlijke concurrentie. De hotelbranche moet momenteel aan strengere regels voldoen. Hierdoor kan de branche de concurrentiestrijd verliezen in de toekomst wanneer de groei in de markt verdwijnt. De Wet- en regelgeving die er momenteel wel is wordt niet gehandhaafd volgens de respondenten.

Er is ook behoefte aan ander beleid voor de toekomst. In de hotelnota dient men ook rekening te houden met het extra aanbod van Airbnb. Het toetreden van Airbnb zorgt voor meer concurrentie, wat in principe goed is voor een stad als Amsterdam, al is het niet gewenst om potentieel goede en bereidwillige hotels ten onder te laten gaan aan oneerlijke concurrentie. We kunnen concluderen dat het toetreden van Airbnb weldegelijk gevolgen heeft voor het hotelaanbod. Gelijke regels voor beide partijen zijn nodig om eerlijke concurrentie mogelijk te maken en de veiligheid voor de consument beter te waarborgen.

Inhoudsopgave

SAMENVATTING	2
INHOUDSOPGAVE	3
1. INLEIDING	4
1.1 AANLEIDING.....	4
1.2 PROBLEEMSTELLING.....	4
1.3 LEESWIJZER.....	5
2. THEORETISCH KADER	6
2.1 AIRBNB.....	6
2.2 TOETREDING.....	6
2.3 CONCURRENTIE.....	7
2.4 INNOVATIE.....	8
2.5 DE DEELECONOMIE EN DE <i>EXPERIENCE ECONOMY</i>	8
2.6 WET- EN REGELGEVING.....	9
2.6 CONCEPTUEEL MODEL.....	10
3. METHODOLOGIE	11
3.1 CASE-STUDY: AMSTERDAM.....	11
3.2 DATAVERZAMELING.....	12
3.3 INTERVIEWS.....	12
3.4 ETHIEK.....	13
4. RESULTATEN	14
4.1 TOETREDING.....	14
4.2 CONCURRENTIE.....	16
4.3 GEVOLGEN.....	19
4.4 VOORUITZICHTEN.....	21
5. CONCLUSIE	22
ACTUELE ONTWIKKELINGEN.....	23
REFLECTIE.....	23
AANBEVELINGEN VOOR VERDER ONDERZOEK.....	23
LITERATUURLIJST	24
VERANTWOORDING AFBEELDINGEN.....	25
BIJLAGEN	26
BIJLAGE 1: VRAGENLIJST.....	27
BIJLAGE 2: TRANSCRIPT INTERVIEW ELVIRA WILTHAGEN.....	29
BIJLAGE 3: TRANSCRIPT INTERVIEW HANS VUGTS.....	33
BIJLAGE 4: TRANSCRIPT INTERVIEW JACQUELINE FLICK.....	39
BIJLAGE 5: TRANSCRIPT INTERVIEW HANS SPUIJBROEK.....	42
BIJLAGE 6: TRANSCRIPT INTERVIEW NORMAN HEEMSKERK.....	48
BIJLAGE 7: TRANSCRIPT INTERVIEW JAN SISTERMANS.....	54

1. Inleiding

1.1 Aanleiding

Tegenwoordig zijn diensten als Uber en Airbnb erg *up & coming*. Dergelijke diensten zijn onderdeel van de 'deeleconomie' waar men eigendommen aanbiedt en deelt. Deze 'deeleconomie' wordt gedreven door de gevaren van niet-duurzame overconsumptie en is een gevolg van de financiële crisis. Deze nieuwe groeiende economische sector is gebaseerd op vertrouwen. Vraag en aanbod worden doormiddel van online marktplaatsen steeds sneller en makkelijker met elkaar verbonden. Onder gebruikers worden deze diensten steeds bekender en er is dan ook sprake van een sterke groei. Airbnb is bekend in 192 landen en beschikt over 500,000 verhuurlocaties (Airbnb, 2014). Het concept dat achter deze dienst, het delen van eigendom, is een interessant verschijnsel. Dit 'delen' waarbij wel geld verdiend wordt is populair en zeer succesvol voor een initiatieven zoals Uber en Airbnb. Het fascinerende van de ontwikkeling van Airbnb is dat ze ongebruikte kamers en appartementen veranderen in hotelkamers. Vaak is de locatie beter dan die van een hotelkamer voor een vergelijkbare prijs. Iets wat de prijsbewuste reiziger de mogelijkheid geeft om dure hotels te vermijden en toch op een A-locatie te zitten. Bovendien is er de toegevoegde waarde van het persoonlijk contact met de verhuurder die meestal een *local* is en tips kan geven, die men niet in een hotel krijgt of in de normale reisgids kan vinden.

Naast positieve gevolgen zijn er ook partijen die minder blij zijn met de opkomst van Airbnb. Ferguson (2007) stelt dat indien je de markt overlaat aan 'natuurlijke selectie' de zwakste instituties snel verdwijnen en opgeslokt worden door de succesvolle, ofwel een vrije markt. Vooral de hotelbranche lijkt te worden getroffen door deze nieuwe concurrent. Er worden vraagtekens gezet bij de legaliteit van Airbnb en de aanwezigheid van eerlijke concurrentie. Onder andere in Barcelona, Berlijn en New York is er toenemende weerstand (Brass, 2014; Coldwell, 2014). In Amsterdam is recent een nieuwe gemeentewet aangenomen die een aantal beperkingen oplegt aan de verhuurder (Van der Ploeg, 2014). Het is daarom actueel en relevant om juist nu te onderzoeken wat de impact is van Airbnb op het hotelaanbod in Amsterdam.

1.2 Probleemstelling

Er wordt zowel positief als negatief gesproken over Airbnb in de media. Harris (2013) schrijft dat Airbnb lucratief is maar vaak ook illegaal in New York. Van der Ploeg (2014) noemt de nieuwe wet- en regelgeving die in Amsterdam zorgt voor een zekere mate van legaliteit. Tegelijk is er toenemende weerstand in veel steden zoals beschreven door (Brass, 2014; Coldwell, 2014).

De hotelbranche lijkt de voornaamste partij die geraakt wordt door de service van Airbnb. Tot nu toe wordt er wel veel geschreven, voornamelijk door de media, maar er is nog weinig onderzoek gedaan naar deze ontwikkelingen. Byers et al. (2013) die de gevolgen voor de hotelindustrie in Texas bekijken zijn momenteel de enige die vergelijkbaar onderzoek hebben gedaan betreffende Airbnb.

Het doel van dit onderzoek is om de impact van Airbnb op het hotelaanbod in Amsterdam te onderzoeken. Er wordt gekeken naar de aanbodzijde van de hotelbranche. In dit onderzoek zal eerst worden gekeken naar het toetreden van een nieuwe partij tot de markt en ten tweede naar de concurrentie tussen Airbnb en de hotelbranche. Vervolgens worden de gevolgen voor de gevestigde branche besproken. Resultaten zullen worden gebruikt om tot de conclusie te komen wat de gevolgen zijn voor de hotelbranche.

De hoofdvraag in dit onderzoek luidt:

- *In hoeverre heeft het toetreden van Airbnb effect op het hotelaanbod van Amsterdam?*

Daarbij zijn de volgende deelvragen opgesteld:

- *Hoe treed een nieuwe concurrent toe?*
- *In hoeverre concurreren Airbnb en de hotelbranche?*
- *Wat zijn mogelijke gevolgen voor de hotelbranche?*

Aan de hand van literatuur is gekeken hoe een concurrent toe treed tot een markt. In het onderzoek gaat het om de snelle toetreding en groei van Airbnb tot de markt waarop hotels zich bevinden. Door bevindingen uit eerdere literatuur naast de uitkomsten van diepte-interviews te leggen is gekeken in hoeverre Airbnb en de hotelbranche concurreren. Door de concurrentie te onderzoeken krijgen we inzicht in de effecten die daar resultaat van zijn. Ten slotte zijn de diepte-interviews gebruikt om erachter te komen wat de gevolgen zijn. Deze gevolgen zijn te interpreteren als het effect dat de toetreden heeft veroorzaakt.

1.3 Leeswijzer

De onderzoeksopzet, probleemstelling en de hoofdvraag met deelvragen worden uiteengezet in hoofdstuk 1. In hoofdstuk 2 wordt het theoretisch kader behandeld. Daarin wordt eerst het toetreden en de concurrentiestrijd beschreven. Vervolgens wordt de focus gelegd op de veranderingen die plaatsvinden en de gevolgen daarvan. De methodologie die is gebruikt om tot beantwoording van de onderzoeksvragen te komen is beschreven in hoofdstuk 3. In hoofdstuk 4 zijn de resultaten uit de interviews besproken en in verband gebracht met het theoretisch kader. De conclusies van het onderzoek en een reflectie zijn te lezen in hoofdstuk 5.

2. Theoretisch kader

2.1 Airbnb

Airbnb is een website die het mogelijk maakt om je kamer, appartement of huis te huur aan te bieden. Het internet heeft een dergelijke service mogelijk gemaakt doordat het iedereen met elkaar, op zeer toegankelijke wijze, in contact brengt. Gebruikers kunnen ook ervaringen delen en lezen op de site. Airbnb is een nieuwe mogelijkheid voor reizigers die een andere ervaring willen dan het traditionele hotel. En voor velen is het verhuur een makkelijke manier voor extra inkomsten.

2.2 Toetreding

De toetreding tot een markt wordt zo lastig mogelijk gemaakt door spelers op een bestaande markt. Nieuwkomers moeten zich bijvoorbeeld doormiddel van productdifferentiatie onderscheiden ten opzichte van de bestaande spelers. Shaw (1912) beschreef de strategie als het bevredigen van de wensen van de consument, beter dan de concurrentie. Indien deze toetredingsbarrière is overwonnen kan men toetreden tot de markt. Wanneer er sprake is van toetreding zal de gevestigde partij reageren. In sommige gevallen zal dit gebeuren door zich te differentiëren jegens de toetreder. Vooral als de gevestigde partij groot en dominant is of een gegeven kosten of kwaliteitsvoordeel heeft (McGahan & Ghemawat, 1994). Maar in bepaalde gevallen zal de gevestigde partij gaan voor commodificering (Thomas & Wiegelt, 2000). In dit onderzoek zal onder andere gekeken worden welke keuze de gevestigde partij, de hotelbranche, maakt om te reageren op de toetreding van Airbnb.

Dat Airbnb zo snel is toegetreden tot de markt heeft meerdere aanleidingen; lage operationele kosten, een nieuwe vorm van aanbod en de financiële crisis in 2008. Relevant is de crisis voor het toetreden van Airbnb aangezien de opkomst overlapt met het begin van de financiële crisis. Daarnaast is er een sterk verband tussen de oorzaak van de crisis, subprime-leningen, en Airbnb dat draait op huisaanbod reserves. Kosova & Enz (2012) hebben de gevolgen van de financiële crisis voor het presteren van de hotelbranche onderzocht. Zij zien dat de markt zich als geheel in 2009 alweer hersteld heeft tot het niveau van voor de crisis. Wat opviel is dat het hogere segment de grootste klap kreeg. Maar het hogere segment kwam ook het snelst terug.

2.3 Concurrentie

Na toetreding is er concurrentie tussen de spelers op de markt. De concurrentie dwingt de spelers op de markt zich te onderscheiden. Gevestigde marktmacht, coöperatie, patenten en marktbescherming bewerkstelligen een drempel voor deze mogelijke toetreders. Om te voorkomen dat de strijd op een markt verloren gaat of te voorkomen dat nieuwe spelers toetreden dient men gemakzucht te vermijden (De Bondt, 1990).

Bradshaw (2014) schrijft het zelfvertrouwen van investeerders toe aan het feit dat Airbnb een snelle groei kan realiseren door het eenvoudige bedrijfsmodel. Het bedrijf heeft namelijk bijna geen fysiek kapitaal nodig om te opereren. Daardoor is het ook niet belast met de hoge vaste lasten en de operationele uitdaging die bij eventuele uitbreiding komt kijken. Dit is een groot voordeel ten opzichte van de traditionele spelers in de hotelbranche. Het zorgt ervoor dat Airbnb snel en goedkoop heeft kunnen uitbreiden tot een speler met een mondiaal aanbod.

Tegenwoordig is er sprake van een veranderende vraag. Airbnb voedt de vraag van een bepaalde groep klanten door de wensen van de consument beter te bevredigen dan de concurrent (Shaw, 1912). Een deel van die groep had voor toetreding Van Airbnb niet de mogelijkheid om op de wijze te overnachten die ze verlangden. Een ander deel van de groep is met Airbnb in staat om iets nieuws te proberen en ontdekt iets wat ze zelf niet bedacht hadden. Airbnb speelt goed in op de huidige tijd. Informatie is snel en ten alle tijden beschikbaar voor iedereen. Daarnaast wil men tegenwoordig bijzondere dingen zonder een nummer te zijn in een saai groot onpersoonlijk hotel. Deels is de komst van de Airbnb een gevolg van het gebrek aan creativiteit van de hotelbranche. Misschien worden ze door de toetreding en de groei van Airbnb nu pas wakker geschud. Ook is de concurrentie ten opzichte van hotels makkelijker door de minder strenge voorwaarden waaraan Airbnb tot nog toe aan moet voldoen. Zelfs nu die voorwaarden enigszins gelijk worden getrokken, zorgt het ontbreken van handhaving van de wet tot nog toe voor oneerlijke concurrentie.

Airbnb is inmiddels gevestigd op de markt en het lijkt erop dat het een blijvend concept is. De vraag is nu of het nieuwe aanbod complementair is aan het hotelaanbod of dat het een deel van de markt opeist. Byers et al. (2013) concluderen dat de penetratie van Airbnb negatief samenhangt met opbrengsten van hotels in Texas. Ook zien ze dat het lage segment van de hotelbranche financieel het meest getroffen wordt door de concurrentie van Airbnb. Voor de gehele markt, maar met name de getroffen segmenten, geldt dat het leidt tot noodzakelijke innovatie.

2.4 Innovatie

Door de verandering van de vraag van de consument en de toename van het alternatieve aanbod zijn er gevolgen voor de hotelbranche. De verandering van vraag en aanbod wordt grotendeels gedreven door de opkomst van het internet. Het internet heeft het mogelijk gemaakt om veel makkelijker in contact te komen met andere partijen. Ook is het aanbod veel beter zichtbaar voor de consument en kunnen ze beter kiezen. Deze ontwikkelingen zorgen bij het aanbod tot een toename van concurrentie. Aangezien de concurrentie is toegenomen en er een nieuwe speler is togetreden moet de hotelbranche zich aanpassen. Schumpeter (1942) beargumenteert dat de dreiging komt van de nieuwe spelers die de gevestigde branche sterk motiveren om te innoveren. Dergelijke concurrentie dwingt tot constante innovatie.

Indien de nieuwe concurrent zich verder ontwikkelt en een groter marktaandeel vergaart is het soms nodig om de prijs te laten dalen. Speltheorie bestudeert het gedrag van spelers. In het geval van Airbnb is er sprake van een aanbieder die zorgt voor veel aanbod en lage prijzen. Nu is het de vraag hoe hier door de rest van de markt op gereageerd wordt. Van Damme (1990) beargumenteert dat de handelingen van de spelers elkaar onderling beïnvloeden en dat het resultaat door alle handelingen collectief bepaald wordt. Dit insinueert dat er uiteindelijk een dat er uiteindelijk een evenwicht ontstaat waarin meerdere spelers kunnen overleven.

2.5 De deeleconomie en de *experience economy*

Gebruik makend van internet en als antwoord op de vraag naar nieuwe duurzamere bedrijfsmodellen is de 'deeleconomie' ontstaan. Bedrijven die opereren in deze nieuwe economische sector leveren een dienst aan klanten door het uitwisselen van een vertrouwde op reputatie gebaseerde waarde (Satama, 2014). Deze waarde kan van alles zijn, bijvoorbeeld het verhuren van een ongebruikte auto of appartement in ruil voor een vergoeding. Voorbeelden van bedrijven die succesvol opereren in de deze nieuwe sector zijn Uber, Snappcar, Peerby en Airbnb. De gedachte achter de 'deeleconomie' is het minimaliseren van ongebruikte middelen door het koppelen van degene die ongebruikte middelen bezit aan degene die ze nodig heeft. Het lijkt steeds normaler te worden om zuiniger te leven, om middelen en diensten te delen en om te doen in plaats van te bezitten.

Daarnaast vindt men het ook steeds boeiender om wat nieuws te proberen en nieuwe ervaringen en belevingen op te doen. Pine & Gilmore (1999) menen dat we ons steeds meer bevinden in een *experience economy* waar een aantal internetdiensten nu goed op inspelen. Tegenwoordig gaat het concept 'verkopen van belevingen' verder dan alleen in het theater of attractieparken. Winkeliers zijn zo ingericht dat je er niet alleen wat kan kopen, maar ook een strand gevoel, muziek en schaars geklede verkopers 'beleeft'. In restaurants worden belevingen voorzien als

een open keuken waar de vlammen hoog boven de pannen uitstijgen. Airbnb biedt de mogelijkheid om te overnachten op unieke plekken en brengt je in contact met mensen die samen kunnen zorgen voor bepaalde belevingen die de klant wil uitproberen. De sector was in 2010 al 26 miljard dollar waard en groeit nog steeds hard (Botsman & Rogers, 2010). Beide nieuwe economische sectoren groeien en zorgen voor een veranderende vraag.

2.6 Wet- en regelgeving

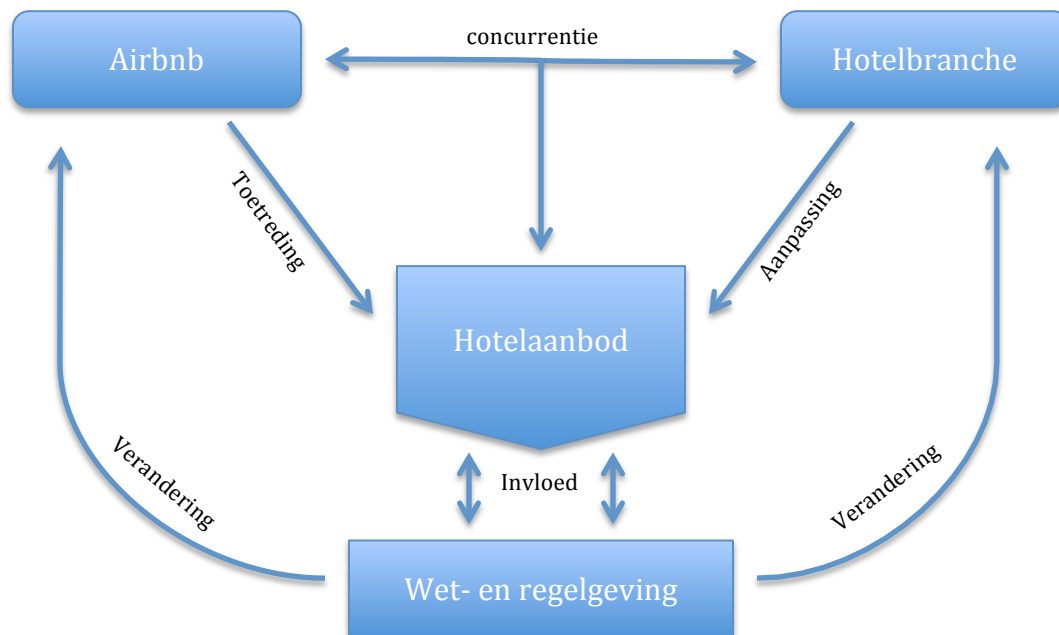
Verschillende belangen zijn soms reden tot nieuwe wet- en regelgeving. Gemeenten en steden hebben belang bij het behouden van de hotelbranche. Krimp of verlies van deze branche zou kunnen resulteren in een toename van leegstand. Ook resulteert het in het mislopen van bepaalde inkomsten uit belastingen. Er is belang bij een goed en structureel aanbod dat aansluit op de wensen van consument die wil overnachten in Amsterdam.

Er wordt door sommigen gesteld dat Airbnb zich schuldig maakt aan oneerlijke concurrentie (Harris, 2013). Door het opstellen van nieuwe wet- en regelgeving kunnen overheden deze verandering beïnvloeden. In Amsterdam is recent een nieuwe wet aangenomen die een bepaalde restricties oplegt aan particuliere verhuurders. Op de website van de gemeente Amsterdam zijn de nieuwe regels beschreven. Zo moet de verhuurder nu wel officieel ingeschreven staan op het adres en er ook wonen. Er wordt een maximum van vier toeristen gesteld en de verhuur moet incidenteel zijn en dus niet bedrijfsmatig. De nieuwe regels moeten zorgen voor een eerlijkere concurrentie dan voorheen.

Respondenten uit dit onderzoek geven aan dat ze blij zijn met de regels maar dat ze momenteel nog niet worden gehandhaafd. De gemeente Amsterdam is verantwoordelijk voor de handhaving van deze regels, maar schiet daarin momenteel tekort. Pas als er strengere handhaving plaatsvindt zal de impact van de wet-en regelgeving duidelijk worden. En daarmee de gevolgen voor de relatie tussen Airbnb, de hotelbranche en de markt waarop zij actief zijn.

2.6 Conceptueel model

In dit onderzoek gaat het om de gevolgen van de concurrentie tussen Airbnb en de hotelbranche. De relaties zijn weergegeven in figuur 1. De concurrentie heeft invloed op het huidige de vorm van hotelaanbod in Amsterdam. Airbnb is een relatief nieuwe speler op de markt en heeft in korte tijd invloed geuit op het huidige hotelaanbod. De aanpassingen die de hotelbranche doet, als gevolg van de concurrentiestrijd, hebben invloed op het huidige hotelaanbod en de vorm ervan. De verandering van het aanbod heeft invloed op de verandering van wet- en regelgeving doordat belanghebbenden die wet- en regelgeving gebruiken om de markt te sturen en te controleren.



Figuur 1, Conceptueel model

Handhaving van dergelijke wet- en regelgeving is momenteel nog minimaal. Hierdoor is de invloed van de wet- en regelgeving ook nog minimaal van toepassing op het handelen van Airbnb, wat de concurrentie tussen Airbnb en de hotelbranche niet geheel eerlijk maakt. Indien er voor een betere handhaving van de regels wordt gezorgd zal de concurrentiepositie tussen Airbnb en de hotelbranche veranderen. Die verandering heeft invloed op het aanbod. Zo blijft het proces in beweging, wat resulteert in het verlaten van de markt door een speler of in een evenwicht waarin beide spelers een plek hebben.

3. Methodologie

3.1 Case-study: Amsterdam

In deze studie is voor de plaats Amsterdam gekozen. Onderzocht is wat specifiek de gevolgen zijn voor het Amsterdams hotelaanbod. Airbnb is een mondiaal opererend bedrijf dat vooral gebruikers heeft in de grote steden. Er zijn grote verschillen per stad qua aanbod, gebruikers en regelgeving. In Amsterdam is er veel aanbod dat op elke vraag aansluit en er zijn er opvallend veel luxe appartementen te huur. Recent is er in Amsterdam een nieuwe wet aangenomen die bepaalde beperkingen oplegt aan de verhuurder (Van der Ploeg, 2014). Een overzicht van het onderzoeksgebied en de onderzoek locaties is weergegeven in figuur 2. De sterren op de kaart geven de locatie aan van de onderzochte respondenten en het segment waartoe het hotel behoort. Er is gekozen drie segmenten; hoog, midden en laag.



Figuur 2, Locaties van de respondenten

3.2 Dataverzameling

Baarda, de Goede en Teunissen (2005) schrijven dat het bij kwalitatief onderzoek niet gaat om cijfers. Het gaat erom een kwestie of onderwerp inzichtelijk te maken. Kwalitatief onderzoek is een manier van empirisch onderzoek waarbij vooral gestreefd wordt naar gegevens van kwalitatieve aard en gestreefd wordt onderzoeksproblemen, gebeurtenissen en personen te beschrijven en te interpreteren.

Door middel van een casestudy probeert dit onderzoek de vraag te beantwoorden in hoeverre het toetreden van Airbnb effect heeft op de hotelbranche in Amsterdam. Respondenten is gevraagd wat de gevolgen zijn en wat de strategie is om te concurreren. De gevolgen die de respondenten ervaren, zijn vergeleken met de bevindingen die gedaan zijn in eerdere studies. Literatuurstudie over hoe de markt werkt en hoe omgegaan wordt met de toetreding, de concurrentie en de gevolgen is gebruikt voor in de vergelijking.

3.3 Interviews

Doormiddel van interviews zijn zes vertegenwoordigers van de hotelbranche, (zie in tabel 1), gevraagd hoe zij de opkomst en de gevolgen van Airbnb ervaren. Deze interviews zijn in 2014 in Amsterdam afgenomen. Voor het samenbrengen van deze kwalitatieve data zijn diepte-interviews een goede methode. Door middel van diepte-interviews krijgt men beter inzicht in complexe gedragingen en emoties van de respondenten. In tegenstelling tot een grote groep personen zoals bij enquêtes gebruikelijk is zijn diepte-interviews geschikt omdat het in dit onderzoek gaat om ervaringen en doelstellingen van een organisatie.

Om de hotelbranche beter te begrijpen is het belangrijk om te zien hoe dingen in de praktijk geregeld zijn naast het bestuderen van de theorie. Kitchin & Tate (2013) zeggen dat niet-gestructureerde interviews zorgen voor een grotere flexibiliteit bij de onderzoeker die het gesprek stuurt, daardoor kan de onderzoeker verder ingaan op ervaringen of gedachten. Daarnaast is een voordeel van diepte interviews dat de output rijker en vollediger kan zijn dan de output van gesloten interviews (Kitchin & Tate, 2013). De interviewer moet goed gebruik maken van de technieken zoals gebruik van lichaamstaal, objectief zijn en het vermijden van ja/nee vragen (Boyce & Neale, 2006). Ook het vermijden van generaliserende uitspraken bij een diepte interview is belangrijk.

De uitkomsten zijn subjectief en niet noodzakelijkwijs representatief voor de gehele branche. Het doel van de interviews is het verzamelen van integere informatie van de respondenten. De interviews zullen gecodeerd worden en op basis van gevonden uitkomsten heeft de analyse plaatsgevonden.

Tabel 3, Respondenten

Naam	M/V	Hotel	Segment
Norman Heemskerk	M	Heemskerk suites	Hoog
Hans Vugts	M	Casa 400	Midden
Elvira Wilthagen	V	The Neighbour's Magnolia	Midden
Hans Spuijbroek	M	BackStage Hotel	Laag/midden
Jan Sijstermans	M	Stayokay Hostel	Laag
Jacqueline Flick	V	Hotel La Bohème	Laag

3.4 Ethiek

De data zijn met toestemming opgenomen via een voice-recorder. Aan alle respondenten is vooraf gevraagd of ze akkoord waren met het opnemen van de conversatie. Het interviewen van de vertegenwoordigers uit de hotelbranche over de opkomst van een concurrent ligt gevoelig en zou de privacy kunnen schenden van de geïnterviewde. Daarom is toestemming en openheid vooraf zeer belangrijk. Ook kregen de respondenten de mogelijkheid om anoniem te blijven maar geen van de zes respondenten heeft hiervan gebruik gemaakt. Ook is het belangrijk om niet uit de neutrale rol van onderzoeker te vallen en geen sturende vragen te stellen. Uitkomsten van dit onderzoek kunnen voor de geïnterviewde van toegevoegde waarde zijn en worden gedeeld met de participanten. Delen van ingewonnen informatie zijn gebruikt als trigger voor de participanten om mee te werken aan het onderzoek.

4. Resultaten

4.1 Toetreding

De financiële crisis sloeg toe in 2008. Ongeveer op hetzelfde moment is Airbnb opgericht. Het is dus logisch om te kijken of er een verband is tussen de crisis en de oprichting van Airbnb en ook het groeiproces dat Airbnb daarna heeft doorgemaakt. Kosova & Enz (2012) hebben de gevolgen voor de hotelindustrie na de crisis onderzocht en concluderen dat de hotelindustrie zich na een jaar weer heeft hersteld. Opvallend in hun onderzoek was dat het hogere segment meer last had van de crisis maar en tevens het snelst herstelde. Ook door de respondenten is bevestigd dat de branche in Amsterdam last hebben een gehad van de crisis.

'De kamerprijs is sinds de crisis van 2008 een beetje onder druk, maar is weer heel langzaam aan het verbeteren. Zakelijk hebben we af en toe wel een klap gehad met de crisis, 9/11 en SARS. Maar dat krabbelt wel weer redelijk snel op.'
(Hans Vughts)

'Dip gehad in 2008, maar daarna is het weer drukker geworden. En dit jaar, 2014, is volgens mij een heel goed jaar' (Jacqueline Flick)

De respondenten geven aan dat de branche de impact van de crisis snel weer te boven is gekomen. Deels wordt het herstel in verband gebracht met de groei van toerisme in Amsterdam. Deze groei zorgt, naast het herstel van de branche, ook voor ruimte voor het toetreden en de groei van Airbnb. Zeker tijdens het hoogseizoen is er genoeg vraag naar overnachtingen in Amsterdam. Indien de vraag groot blijft, is er een zekere mate van ruimte voor de hotelbranche en Airbnb.

'Wij merken zelf niks van negatieve invloeden. Het gaat heel goed en omdat het in Amsterdam zo goed doet, doen we het beide ook goed denk ik' (Jacqueline Flick)

'Airbnb is in de huidige vorm wel een concurrent geworden van de hotellerie. Maar omdat de markt oké is, is het voor ons niet zo dat we echt op de barricades gaan staan.' (Hans Vughts)

Concurrentie tussen beide is bij een grote vraag minder hevig dan in slechtere tijden. Bij meerdere respondenten is er sprake van angst voor het laagseizoen en voor de mogelijk mindere tijden voor de hotelbranche in de nabije toekomst.

'Het gaat heel goed; nog wel! Het is nu allemaal halleluja en strak als er iets gebeurt zoals een aanslag of een economische dip dan zie je zo meteen wel in de wintermaanden dat de Airbnb naar beneden gaat (prijs). En de consument die dan normaal in een hotel zit gaat dan naar een Airbnb.' (Hans Spuijbroek)

'Ik heb wel de indruk dat de prijs onder druk staat. Het volume kunnen we wel behouden maar vooral in de piekmaanden. Je ziet nu in november dat het allemaal minder gaat worden. Door het overaanbod heeft de branche last en zijn er dalende prijzen.' (Elvira Wilthagen)

'Hotels moeten wel het hoofd boven het water houden. En als zo meteen in het laagseizoen de hotels niet eens voor de helft vol zitten maar voor een kwart en ze vragen nu 50 euro i.p.v. 100 zoals vroeger dan moeten ze op een begeven moment de deur dicht doen.' (Jan Sijstermans)

Lage operationele kosten zorgen voor een groot voordeel ten opzichte van de gevestigde hotelbranche. Na het oprichten van Airbnb was de stap naar mondiale spreiding vrij gemakkelijk doordat in principe alleen een site onderhouden moet worden. De voorwaarden voor snelle uitbreiding waren aanwezig. Ook is het noodzakelijk om in te spelen op de vraag. Airbnb biedt overnachtingsmogelijkheden, die de consument ook bij hotels kan vinden, maar dan in een andere vorm. Shaw (1912) noemt deze productdifferentiatie de strategie die inspeelt op het bevredigen van de wensen van de consument, beter dan de concurrentie. Airbnb lijkt goed in te spelen op deze veranderende wensen van de consument. Tegenwoordig is het in om dingen te delen, van auto's tot gereedschap, zelfs woonruimtes. Daarnaast wil men iets beleven en nieuwe ervaringen opdoen (Pine & Gilmore, 1999).

'...waar Airbnb nu ook op inspeelt, de reiziger die een andere ervaring wil als hij ergens overnacht' (Hans Spuijbroek)

Al met al blijkt dat de opkomst van Airbnb in Amsterdam deels is gedreven door een groeiende vraag naar overnachtingen. Door de groei is er ruimte voor hotels en Airbnb op dezelfde markt. De gevolgen van de crisis waren te voelen maar zijn van korte duur geweest en de markt is snel weer hersteld. Dat Airbnb tijdens de crisis zijn eerste groei heeft kunnen doormaken is ook toe te schrijven aan toeval. Airbnb speelt namelijk in op de wensen, die bij een deel van de consument, anders zijn geworden. Airbnb had waarschijnlijk ook zonder de crisis genoeg gebruikers gewonnen. Wel heeft de crisis bijgedragen om veel verhuurders te lokken. Verhuurders konden de extra inkomsten op dat moment heel goed gebruiken.

4.2 Concurrentie

Het blijkt dat er, door de groei van het totale aantal overnachtingen in Amsterdam, ruimte is voor Airbnb op de markt, temeer daar ook het aantal hotelovernachtingen is blijven groeien. Ondanks deze ontwikkeling is er weldegelijk sprake van concurrentie tussen hotels en Airbnb. Een drempel voor mogelijke toetreders moet door de gevestigde partijen gecreëerd worden (De Bondt, 1990). Er lijkt geen sprake het opwerpen van een dergelijke drempel door de hotelbranche. Dit komt door het ontbreken van noodzakelijkheid door de hierboven genoemde groei, maar ook omdat de hotelbranche geen antwoord heeft op de nieuwe vraag. Elvira Wilthagen (2014) noemt het ontbreken van creativiteit en het achteroverleunen als oorzaak voor het feit dat een deel van de hotelbranche achter de feiten aanloopt.

'Airbnb is natuurlijk wel een nieuw fenomeen en we hadden het misschien wel beter moeten zien aankomen. De wensen van mensen zijn o.a. vrijheid hebben, het kunnen delen. Hoe we als hotels daarop inspelen hebben we er misschien niet heel goed over nagedacht.' (Jacqueline Flick)

De concurrentie tussen Airbnb en de hotelbranche speelt op meerdere terreinen. Er is sprake van prijsconcurrentie. Respondenten zeggen bijna unaniem dat die strijd wordt gewonnen door Airbnb. Deze strijd lijkt gewonnen te worden doordat er geen sprake is van een 'level playing field'. De ongelijke regels zorgen voor een ongelijke concurrentiestrijd. Ontbreken van goede handhaving zorgt voor weinig invloed van de recent aangenomen wet die een bepaalde beperkingen opleggen aan de verhuurders (Van der Ploeg, 2014). Hotels moeten aan strengere voorwaarden voldoen en die zorgen ervoor dat de er hogere kosten zijn. Die kosten worden doorberekend in de prijs voor een overnachting. De oneerlijke concurrentie is door elke respondent in het onderzoek bevestigd en komt overeen met de bevindingen van (Harris, 2013).

'Wij moeten aan alle regels voldoen, belasting betalen en vergunningen. Wij moeten administratie bijhouden, personeel betalen en zij betalen al het schoonmaakwerk zwart.' (Norman Heemkerk)

'Hotels zien dan dat de inkomsten omlaag gaan en met de vaste lasten, premies, vergunningen, belastingen en veiligheid in panden blijven zitten. Wij kunnen het nooit winnen van Airbnb, want daar zijn arbeid, inkomsten, faciliteiten oncontroleerbaar.' (Hans Spuijbroek)

'Wij moeten aan van alles voldoen en je moet constant investeren wil je conform die regels kunnen opereren. En Airbnb heeft daar geen last van omdat er geen gelijke regels zijn.' (Jan Sijstermans)

'Het is geen eerlijke concurrentie in de zin dat zij zich niet aan de wettelijke verplichtingen hoeven te houden. Dat werkt door in de kamerprijs en dat is oneerlijk.' (Jacqueline Flick)

Behalve de prijsconcurrentie is er concurrentie op het gebied van beleving, die bij een doorsnee hotelovernachting anders is dan een Airbnb. Pine & Gilmore (1999) zien de *experience economy* waar een aantal internetdiensten goed op inspelen steeds belangrijker worden. Ook de opkomst van de deeleconomie is een belangrijke factor, die dergelijke ervaringen mogelijk maakt door het delen van ongebruikte auto's, appartementen en zelfs huisdieren (Byers et al., 2013). Het koppelen van degene die ongebruikte middelen bezit aan degene die ze nodig heeft stelt in het geval van Airbnb mensen in staat op ongewone plekken en bij *locals* terecht te komen. Botsman & Rogers (2010) laten zien dat de sector nog steeds hard groeit. Respondenten bevestigen dit overwegend maar er is ook gesuggereerd dat het wel alleen om de prijs gaat.

'Beleving wordt absoluut belangrijker. Het is ook best leuk als jij als toerist in zo'n huis komt, het heeft absoluut voordelen.' (Hans Vugts)

'Mensen zijn absoluut op zoek naar ervaring die anders zijn dan een doorsnee hotel met 300 kamers waar je als nummertje binnenkomt. Het zoeken naar bijzondere dingen spelen ze zo goed op in.' (Elvira Wilthagen)

'Voor vijftig euro per nacht heb je een centraal, groot appartement en misschien wel een fiets, daar huur je geen hotelkamer voor. Het gaat gewoon om het prijskaartje en echt niet om de belevenis.' (Norman Heemskerk)

Wel moeten we in acht nemen dat de concurrentie op het gebied van beleving niet op gaat voor iedere consument. Het is een niche waar bepaalde consumenten behoefte aan hebben en gebruik van willen maken. Sommige consumenten willen juist de simpele helderheid of uitgebreide service van een hotel. De zakenman zal overwegend kiezen voor een hotel omdat daar altijd iemand is wanneer hij aankomt en hij de rekening kan declareren bij zijn werkgever. Maar diezelfde zakenman kan wel de behoefte hebben om niet in een saai hotel te hoeven zitten. Dan zou hij kunnen kiezen voor de sociale contacten die je normaliter in een hostel vindt. Voor een groep jongeren die een weekend Amsterdam plannen zullen de prioriteiten vooral liggen bij een lage prijs en een goede locatie. De grotere vrijheid van een

appartement via Airbnb en mogelijkheden om zelf te koken kan juist deze groep aantrekken.

Byers et al. (2013) zeggen in hun onderzoek dat het toetreden van Airbnb negatief samenhangt met opbrengsten van hotels. Byers et al. (2013) zien vooral een negatief verband tussen Airbnb en het lagere segment en hotels die niet draaien op zakenreizigers. Dit verband wordt bevestigd door de respondenten. Consumenten die normaliter het hogere segment boeken en zakenreizigers zullen niet of weinig beïnvloed worden door Airbnb.

'Mensen die in 5 sterren hotels zitten zijn vaak merk loyaal en kiezen voor service en de toegevoegde waarde van een restaurant of bar.' (Hans Spuijbroek)

Zij willen een bepaalde service, luxe en zekerheid die ze in het hogere segment krijgen en betalen daar voor. In het midden segment is minder uniformiteit. Sommige respondenten zien wel impact als gevolg van Airbnb. De impact verschilt per doelgroep van hotels in dit segment en de locatie van het hotel is daarbij een belangrijke factor. Gevestigd zijn buiten de ring wordt gezien als extra belemmering. Uitzondering daarop is de nabijheid van een congrescentrum zoals de RAI. Wat de respondenten zien in het lagere segment komt sterk overeen met de resultaten van (Byers et al., 2013). Ook in Amsterdam hebben die goedkopere hotels het momenteel moeilijk. Voornamelijk de kleine hotels in het lage segment, met minder dan vijftig kamers lijken weinig te hebben.

'Voor de 1-2 sterren hotels is Airbnb moordend voor de concurrentie. De middenklasse heeft een beetje last.' (Norman Heemskerk)

'De wat kleinere hotels in het lagere segment die wat verder buiten het centrum liggen zullen het wel moeilijk krijgen.' (Jan Sijstermans)

'De kleine goedkope hotels hebben denk ik geen bestaansrecht meer. Bij het middensegment zie je dat ze het redelijk zwaar hebben en het hoge segment heeft er geen last van.' (Hans Spuijbroek)

De impact is duidelijk het grootst in het lage segment en een deel van het middensegment. Veelal worden de hotels uit het lage- en middensegment, die de zaken niet goed op orde hebben, een slechte toekomst voorspeld. Deze hotels hebben weinig geld geïnvesteerd in renovaties en service. Ondanks de oneerlijke concurrentie die alle zes de respondenten bevestigen, en de slechte vooruitzichten voor het lage segment, is men niet alleen negatief. De concurrentie heeft ook positieve gevolgen.

4.3 Gevolgen

Dat er gevolgen te verwachten zijn voor de hotelbranche komt duidelijk naar voren uit de antwoorden van de respondenten en vergelijkbaar onderzoek (Byers et al., 2013).

Voor de hotelbranche, met name het lage- en middensegment, zijn er negatieve gevolgen. De prijsdaling die voortkomt uit de concurrentie is voornamelijk nadelig voor de hotelbranche. Doordat er oneerlijke concurrentie plaatsvindt en Airbnb minder lasten heeft is het voor Airbnb mogelijk meer te bieden voor eenzelfde prijs. Hotels die last hebben van de concurrentie zijn vaak genoodzaakt om de prijzen voor een hotelkamer te verlagen. Soms zijn de prijzen zo veranderd dat het de markt verstoort.

'2 jaar geleden kon je voor 59 euro een 4/5 sterren kamer krijgen in het centrum, dat kan gewoon niet. Als je dan ook nog een keer die Airbnb's er overheen krijgt dan wordt de markt totaal verstoord. Je moet in ieder geval wel break-even kunnen draaien, en dat vind ik komende winter wel spannend.'
(Hans Spuijbroek)

Door prijsverlagingen gaat de omzet omlaag en blijft er minder geld over om winst te maken, of om geld te investeren. Dit is negatief voor de hotels zelf, maar ook voor de kwaliteit van de stad Amsterdam als trekpleister voor toeristen, congresstad en zelfs voor de eigen inwoners. De kwaliteit kan volgens respondenten verloren gaan als hotels de kamers voor dergelijke lage prijzen aanbieden. Men denkt dat deze trend voor de stad nadelig kan zijn in de toekomst.

'Nu gaat het dus nog goed maar als er steeds meer bij gaat komen, hotels, bnb's en etc, dan staat winst van de hotels onder druk. Het rendement staat dan onder druk dus men kan minder snel renoveren of investeren in medewerkers of softwaresystemen. Op lange termijn zal het hotelproduct van Amsterdam daar van te leiden hebben. Omdat kleine hotels niet meer het kapitaal hebben om te renoveren en dat is een hele slechte zaak.' (Jan Sistermans)

Bij de getroffen hotels zorgen de ontwikkelingen voor een aantal negatieve gevolgen. De kwaliteit gaat achteruit door achterstallig onderhoud, minder personeel en slechtere service. Voor de kleine goedkopere (familie)hotels is er in de toekomst geen bestaansrecht.

Ook zijn er positieve gevolgen van de concurrentie met Airbnb. Het heeft de markt in zekere zin wakker geschud en het is nu duidelijk dat er vraag is naar een meer gedifferentieerd aanbod. Dit komt overeen met het argument dat de dreiging die komt van nieuwe spelers die de gevestigde branche sterk motiveren om te

innoveren (Schumpeter, 1942). Mogelijke innovaties zien we in twee verschillende richtingen: imitatie en differentiatie. Er wordt gekeken naar Airbnb en de redenen waarom het een succes is om vervolgens bepaalde succesfactoren te imiteren. Of er wordt gekeken naar mogelijkheden om de onderscheidende aspecten zo goed mogelijk te ontwikkelen en daarmee de consument te lokken.

'Zolang wij ons onderscheiden gaat het goed. Ik denk dat wij toch echt iets heel anders bieden en doet moet je ook doen. Heel veel service bieden, wat Airbnb in principe niet heeft.' (Jacqueline Flick)

'Hotels kopiëren Airbnb eigenlijk maar hun prijzen liggen gewoon veel en veel hoger voor een appartement' (Norman Heemskerk)

'Het dwingt de branche om naar hun eigen handel te kijken en volgens mij is dat heel goed.' (Elvira Wilthagen)

'Hotels zie je nu huiselijker ingericht worden en meer op beleving inzetten. Bijvoorbeeld een huiskamer maken van de lobby. Steeds meer gaan hotels wat aan sfeer doen om op de ervaring van de particulier mee te liften. Sommige hotels gaan werken met lokale gidsen. Dan logeer je wel in het hotel maar met een bewoner in de buurt die je verteld waar je moet eten en waar de hot spots zijn. Daar zie je ook een soort samenwerking met de particuliere markt. Dus ik denk dat hotels nu wat creatiever worden.' (Hans Vugts)

De respondenten zien de markt veranderen. Er komt meer aanbod en een grotere diversiteit in de overnachtingsmogelijkheden. Voor de consument is dit een goede zaak. Het breder worden van het aanbod kan ook goed zijn voor de stad. Omdat er meer mensen worden aangetrokken als er voor meer en verschillende mensen plek is. Concurrentie als gevolg van Airbnb wordt door de meerderheid van de respondenten dan ook toegejuicht. De toegenomen competitie is goed voor de markt. Mits er eerlijke regels zijn, en er rekening wordt gehouden met Airbnb in het beleid van de stad. In de hotelnota's wordt nu geen rekening gehouden met die extra bedden en de plannen voor de toekomst berusten op incorrecte cijfers.

'Als overheid moet je zeggen dat er op basis van de hotelcapaciteit er een bepaald aantal Airbnb locaties mogen zijn om de balans tussen hotels en Airbnb's te bewaren. De overheid moet daar een Plan van Aanpak voor maken en dat is nooit gebeurd.' (Hans Spuijbroek)

4.4 Vooruitzichten

Er zijn eerlijke regels nodig om de markt vitaal te houden voor de verschillende aanbieders. Maar die regels zijn vooral van belang om de veiligheid van de consument te waarborgen. Het ontbreken van onder andere brandveiligheidsinstallaties kan in de toekomst voor ongelukken zorgen.

De gemeente moet dit handhaven door illegale hotels te sluiten en bij Airbnb's veiligheidscontroles uit te voeren. Extra belastinginkomsten kunnen gegnereerd worden door gelijke voorwaarden te stellen aan zowel Airbnb als hotels en boetes te innen voor het overtreden van de regels. Die opbrengsten kunnen vervolgens voor goede handhaving gebruikt worden. Dat er daardoor een aantal illegale hotels en appartementen verdwijnen is goed voor de veiligheid van de consument en de algehele veiligheid van de stad Amsterdam.

In overeenstemming met Ferguson (2007) wordt verwacht dat een deel van de markt het moeilijk krijgt, met name het lage segment, en dat is een natuurlijk gevolg van concurrentie. De slechte hotels die niet renoveren en of investeren zullen veelal verdwijnen, hetgeen geen slecht gevolg hoeft te zijn voor Amsterdam. Wel is het onwenselijk om potentieel goede en welwillende hotels ten onder te laten gaan aan de oneerlijke concurrentie.

Van Damme (1990) voorziet door de handelingen van de spelers die elkaar onderling beïnvloeden een evenwicht ontstaan waarin meerdere spelers overleven. Ook voor de markt waarop de hotelbranche en Airbnb acteren is een evenwicht mogelijk wanneer er gelijke regels zijn.

5. Conclusie

In het onderzoek staat de invloed van Airbnb centraal. Er is met name gekeken naar het toetreden van Airbnb tot de markt Amsterdam. Vervolgens is de concurrentie tussen Airbnb en de hotelbranche besproken. Daarna zijn de gevolgen van de concurrentiestrijd en mogelijke vooruitzichten behandeld. In dit onderzoek is gekeken naar de aanbodzijde van de hotelbranche. Om tot antwoorden te komen zijn er zes vertegenwoordigers van de hotelbranche ondervraagd doormiddel van diepte-interviews

De snelle toetreding en ontwikkeling van Airbnb wordt grotendeels toegeschreven aan de blijvende groei van het aantal overnachtingen en het gebruik van internet. De opkomst en groei van Airbnb tijdens de financiële crisis zijn verbonden. Het aanbod en de vraag zijn vergroot door effecten van de crisis. Lage operationele kosten, (alleen het onderhouden van een website) en de flexibiliteit die Airbnb heeft, hebben geleid tot snelle uitbreiding. Er is sprake van een veranderde vraag. Op dat deel van de markt speelt Airbnb beter in op de wensen van de consument. Dit is overeenstemming met de theorie van (Shaw, 1912).

Door de blijvende groei van het aantal overnachtingen wordt Airbnb bij de hotelbranche niet als grote concurrent gezien door de respondenten. Toch is er wel concurrentie tussen de partijen. In de visie van de hotels, wordt deze concurrentie grotendeels als oneerlijk ervaren. Het ontbreken van gelijke regels en de handhaving van de regels zorgt ervoor dat de prijsconcurrentie nu in het voordeel van Airbnb wordt beslist. Vooral het lage segment heeft last van deze concurrentie en het deel van het middensegment dat de zaken niet goed op orde heeft. Deze resultaten komen overeen met de bevindingen uit onderzoek van (Byers et al., 2013). Het hogere segment lijkt geen last te ondervinden. De veranderde vraag is een gevolg van de opkomst van de deeleconomie en *experience economy* en de crisis van 2008. Deze veranderde vraag zorgt juist voor kansen.

Ondanks dat Airbnb nu nog een kleine concurrent is van de hotelbranche zijn er al wel een aantal effecten zichtbaar in het hotelaanbod van Amsterdam. Een deel van de hotels is de succesfactoren gaan imiteren om zo op de veranderde vraag in te spelen. Anderen leggen de nadruk op onderscheidende factoren, die hotels ten opzichte van Airbnb aantrekkelijk maken. Voor de consument zijn de gevolgen positief: een lagere kamerprijs, diversiteit en meer aanbod. Wel moeten er eerlijke regels zijn, die de veiligheid van de consument (en Amsterdam) waarborgen. Ook moet er rekening worden gehouden met het extra aanbod aan bedden in het beleid van de stad. Dat een deel van de hotelbranche het moeilijk krijgt, met name het lage

segment, is een natuurlijk gevolg van concurrentie. Slechte hotels die niet renoveren en of investeren zullen verdwijnen. Dit komt overeen met het onderzoek van (Ferguson, 2007). Hetgeen niet slecht hoeft te zijn voor de stad Amsterdam. Maar het is niet wenselijk om potentieel goede en welwillende hotels ten onder te laten gaan aan oneerlijke concurrentie.

Actuele ontwikkelingen

Net na het voltooiën van het onderzoek is er tussen de gemeente Amsterdam en Airbnb een belastingverdrag gesloten. Dit verdrag legt een (toeristen)belasting op van 5 procent. Verhuurders die regels overtreden worden voor twee jaar van de site verbannen. Indien deze maatregelen eerder genomen waren in de interviews ook vragen opgenomen met betrekking tot de gevolgen en ontwikkelingen.

Reflectie

Bevindingen in dit onderzoek zijn alleen gebaseerd op de case-study Amsterdam. Daarbij is alleen gekeken naar de aanbodzijde van de markt. Ook moet duidelijk zijn dat er alleen interviews zijn afgenomen met vertegenwoordigers van de hotelbranche. Om een completer beeld te kunnen schetsen van de markt moeten eigenlijk alle partijen ondervraagd worden. Dit kan zorgen voor een ander beeld dan nu geschetst is. En onderzoek naar de vraagzijde is eigenlijk nodig om een volledig onderzoek.

Aangezien niet alle steden hetzelfde zijn en de stad Amsterdam een sterk eigen imago en aantrekkingskracht heeft, zijn de uitkomsten niet per definitie representatief. Wel geven de resultaten inzicht in de algemene ontwikkelingen op de markt. De gevolgen die merkbaar zijn voor de hotelbranche in Amsterdam zullen in grote mate ook van toepassing zijn op die bijvoorbeeld de hotels van Breda, Den Haag en Groningen.

Achteraf komt de onderzoeker tot de conclusie dat het ondervragen van een aantal kleine (goedkope) hotels buiten de ring van toegevoegde waarde had kunnen zijn. Deze groep komt uit het onderzoek naar voren als de 'grote verliezers' maar zijn in de interviews niet vertegenwoordigd.

Aanbevelingen voor verder onderzoek

Verder onderzoek naar de gevolgen van Airbnb op de totale hotelindustrie van Nederland zou van grote toegevoegde waarde zijn. Ook is onderzoek naar de vraagzijde zeer interessant om de verlangens van de consument, die nu veelal ongefundeerd worden aangenomen, inzichtelijk te maken. In 2015 wordt Airbnb aan belastingheffing en veiligheidseisen onderhevig gemaakt. De eerste regels gaan per 1 februari 2015 in en zullen waarschijnlijk ingrijpende gevolgen hebben. Aansluitend onderzoek zou gedaan kunnen worden naar de gevolgen van deze nieuwe maatregelen voor zowel de hotelbranche als Airbnb.

Literatuurlijst

Baarda, B., Goede, M. de & Teunissen, J. (2005). *Basisboek kwalitatief onderzoek*. Amsterdam: Stenfert Kroese.

Boyce, C. & Neale, P. (2006). *A Guide for Designing and Conducting In-Dept Interviews for Evaluation Input*. *Pathfinder International*.

De Bondt, R. (1990). Innovatie en concurrentie. *Tijdschrift voor economie en management*. Vol 35, nr 1.

Botsman, R., Rogers, R. (2010). *What's mine is yours: The Rise of Collaborative Consumption*. New York: HarperBusiness.

Bradshaw, Tim. (2014). *AirBnB valuation soars to \$10bn*. Geraadpleegd op 23-10-2014 via: <http://www.ft.com/intl/cms/s/0/f572c31e-b03e-11e3-b0d0-00144feab7de.html#axzz2wX6mZrqW>. San Francisco: Financial Times

Brass, K. (2014). *Short-Term Rental Apartments Face Rising Calls for Regulation*. Geraadpleegd op 24-10-2014 via <http://www.nytimes.com/2014/07/18/greathomesanddestinations/short-term-rental-apartments-face-rising-calls-for-regulation.html> New York Times.

Byers, J., Davide, P. & Georgios, Z. (2013). *The Rise of the Sharing Economy: Estimating the Impact of Airbnb on the Hotel Industry*. Boston U. School of Management Research Paper.

Coldwell, W. (2014). *Airbnb's legal troubles: what are the issues?* Geraadpleegd op 4-11-2014 via <http://www.theguardian.com/travel/2014/jul/08/airbnb-legal-troubles-what-are-the-issues> The Guardian.

van Damme, E. (1990). Speltheorie. *Economisch Statistische Berichten*, Vol 75, 363-381

Ferguson, N. (2007). *Memo to market dinosaurs*. Geraadpleegd op 3-12-2014 via <http://www.ft.com/intl/cms/s/0/e23f8260-a9af-11dc-aa8b-0000779fd2ac.html#axzz3Lt0W7BCp> Financial Times.

Harris, E.A. (2013). *The Airbnb Economy in New York: Lucrative but Often Illegal*. Geraadpleegd op 23-10-2014 via http://www.nytimes.com/2013/11/05/nyregion/the-airbnb-economy-in-new-york-lucrative-but-often-unlawful.html?_r=1& New York Times.

Kitchin, R., & Tate, N. (2013). *Conducting Research in Human Geography: Theory, Methodology and Practice*. New York: Routledge.

Kosová, R., & Enz, C. A. (2012). *Terrorism and The Financial Crisis of 2008: The Impact of External Shocks on US Hotel Performance*. Cornell Hospitality Quarterly.

McGahan, A., & Ghemawat, P. (1994). Competition to retain customers. *Marketing Science*. Vol 13, nr2, 165– 176.

Pine, J.B., & J.H Gilmore. (1999), *The experience economy: Work as theatre and every business a stage*. Boston: Harvard Business School Press.

van der Ploeg, J. (2014). *Amsterdam akkoord met huis verhuren aan toeristen*. Geraadpleegd op 23-10-2014 via <http://www.volkskrant.nl/economie/amsterdam-akkoord-met-huis-verhuren-aan-toeristen~a3597693/> Volkskrant.

Schumpeter, J.A. (1942). *Capitalism, Socialism, and Democracy*. New York: Harper.

Shaw, A.W. (1912). Some Problems in Market Distribution. *Quarterly Journal of Economics*. Vol 1, 703-765.

Thomas, L., K. Wiegelt. (2000). Product location choice and firm capabilities: evidence from the U.S. automobile industry. *Strategic Management Journal*. Vol 21, nr 9, 897–909.

Verantwoording afbeeldingen

Voorblad: Amsterdamse gracht (Bron: <http://cache.graphicslib.viator.com/graphicslib/destination/amsterdam-153082.jpg>)

Figuur 1: Conceptueel model (gemaakt in Microsoft Word)

Figuur 2: Kaart met locaties van respondenten (gemaakt in ArcGIS 10.0)

Bijlagen

Bijlage 1: Vragenlijst

Inleiding interview

- Voorstellen
- Hoofd/deelvragen
- Doel van het onderzoek
- Anonimiteit benadrukken
- Toestemming opnemen gesprek

Openingsvragen

Kunt u wat over u zelf vertellen?

- Leeftijd
- Geslacht
- Plaats
- Functie/werk
- Type hotel

Hoofd vragen

1) Hoe gaat het met de hotelbranche?

- Goed/Slecht of vraag om een cijfer (0-10).
- Doorvragen naar de factoren.
- Als er meerdere factoren genoemd worden, hoe belangrijk is elke factor (geef dat bijv. aan in percentages)

2) Hoe gaat het met uw hotel?

- Kunt u een cijfer geven over de financiële gezondheid van uw hotel? (0-10)
- Vergelijk uw hotel eens met omliggende hotels?
- Hoe staat u ervoor?

3) Hoe omschrijft u Airbnb?

4) Hoe ziet u de concurrentie tussen Airbnb en Hotels?

- Beleving/ervaring belangrijkere rol?
- Eerlijke concurrentie?
- Bedrijfsmodel Airbnb, bijna geen fysiek kapitaal nodig.
- Substitutie of complementair?

5) Wat zijn de gevolgen van het toetreden van Airbnb voor uw bedrijf?

- Wat is er met de omzet gebeurd in de afgelopen 5 jaar?
- Hebben er grote veranderingen plaatsgevonden?
- Durft u een percentage te noemen?

- *Hoeveel van dat percentage denkt u komt door de toetreding van Airbnb?*

6) *Welke deel van de markt heeft volgens u heet meeste last van Airbnb?*

- *Budget hotels, middenklasse of de high end hotels.*
- *Kan u een cijfer te geven (0-10) met 0 geen last en 10 enorm veel last voor de verschillende segmenten, zoals hierboven beschreven.*

7) *Op welke manier reageert uw bedrijf zich op de nieuwe ontwikkeling?*

- *Onderscheiden of juist imiteren?*
- *Inspelelen op de beleving economie en deeleconomie?*

Afsluitende vraag

8) *Hoe ziet de hotelbranche er over 10 jaar uit?*

- *Zijn er dan misschien segmenten verdwenen?*
- *Hoeveel % v/d hotels denkt u dat er verdwijnen er in Amsterdam?*

Einde

- *Dankwoord*
- *Anonimiteit benadrukken*
- *Verspreiden van resultaten, sturen van thesis?*

Back-up vragen (bij stroef gesprek)

9) *Wat is uw mening over de legaliteit van Airbnb?*

- *Oneerlijke concurrentie? (Niet herhalen indien besproken bij vraag 5)*
- *Brandveiligheid*
- *Woningonttrekking*

10) *Hoe kijkt u tegen de nieuwe wet die een aantal beperkingen oplegt aan verhuurders?*

Bijlage 2: Transcript interview Elvira Wilthagen

Interview mag opgenomen worden en Elvira wil niet anoniem blijven.

Kunt u wat over u zelf vertellen?

Ik heb een keurige hotel carrière gemaakt, de hotelschool in Maastricht gedaan. Altijd in de hotels blijven werken, sales, marketing, general manager. 9 jaar bij Nederlandse hotelketel. 4 jaar geleden voor mezelf begonnen met een partner. 1 van de projecten die we samen hebben gedaan is zo uit de hand gelopen dat we nu samen mede eigenaar zijn van een hotel. Maar ook doen we interieur opdracht en conceptopdrachten.

Hotel is 21 kamers, 3 sterren en vorig jaar compleet gerenoveerd en opnieuw in de markt gezet. Het moet heel relaxed zijn. De oude lobby is eruit gehaald en er is een gezellige livingroom van gemaakt. Echt een huiskamer en het werkt ook zo. Gelijk bij binnenkomst een kop koffie of een cocktail erbij, ze moeten zich thuis voelen.

1) Hoe gaat het met de hotelbranche?

Ik denk dat we goed in staat zijn het de groei en de vraag wel op elkaar aansluiten. Maar aan de andere kant zie je wel heel veel kamers buiten de ring liggen. Ik heb wel de indruk dat de prijs onder druk staat. Het volume kunnen we wel behouden maar vooral nu en in de piekmaanden. Je ziet nu in November dat het allemaal minder gaat worden. Toch door het overaanbod last en dalende prijzen. Wij zelf zitten we op een super locatie binnen de ring dus je hoort mij niet klagen. Maar wat ik bij collega's hoor is dat het prijsgevecht wel een ding is.

Cijfer voor de branche: 8

2) Hoe gaat het met uw hotel?

Het gaat heel goed. Maar dat is misschien wel makkelijk gezegd. We hebben 1,5 jaar geleden verbouwd, compleet nieuw in de markt gezet. Nu weer helemaal fris gemaakt. Nieuw concept met nieuwe medewerker. En vorig jaar + 25% door de investeringen die we gedaan hebben en zou ook heel raar zijn als dat niet zo was.

Moeilijk om te vergelijken met omliggende hotels. Hoteliers klagen over het algemeen vaak en zijn negatief. Ik heb de indruk dat het over het algemeen wel goed gaat.

Financiële gezondheid is heel goed (8/9)

3) Hoe omschrijft u Airbnb?

Ik vind het van deze tijd. Het is een beetje en kip en een ei verhaal. Mensen zijn absoluut op zoek naar ervaring die anders zijn dan een doorsnee hotel met 300 kamers waar je als een nummer binnenkomt. Het zoeken naar bijzondere dingen spelen ze zo goed op in. Aan de andere kant is het ook heel slim, nu veel mensen het niet goed hebben is het natuurlijk heel fijn om wat bij te verdienen.

Ik vind het ook een hele lastige discussie. Persoonlijk vind ik dat je ondernemerschap gewoon lekker moet laten gaan. Maar het is wel vreemd van Airbnb dat zei zich niet aan dezelfde regels hoeven houden. Wij doen alles netjes volgens de regels. Kamers volgooien met 8/9 mensen en niet nadenken over de gevolgen bij een brand of als er een Amerikaan van de trap valt. Want dan bij jij wel echt heel erg de zak. En aan die kant is het wel dubbel, want wij zijn wel verzekerd en dragen belasting af. En mensen die een Airbnb hebben die dat helemaal volgens de regels doen en belasting betalen, daar kan je er niet genoeg van hebben. Want het draagt alleen maar bij aan de stad. In die zin vind ik het super. Uiteindelijk wordt het geheel geüpgraded, we worden er allemaal beter van. Dus ik ben er wel dubbel in. Uber vind ik bijvoorbeeld prima en bij Uberpop gaat het te ver.

4) Hoe ziet u de concurrentie tussen Airbnb en Hotels?

Ik ben heel erg pro, het is echt goed wat er gebeurd. Je kan zeggen wat je wilt maar het heeft wel de discussie aangewakkerd en het zit bij ons in het DNA op een leuke manier met je gasten omgaat. Al die hotels waar je binnenkomt en je een nummer en je doet er niet toe, maar wel zogenaamd 'eye for detail', echt niet! Het dwingt de branche om naar hun eigen handel te kijken en volgens mij is dat heel goed.

Ja er zijn nu veel hotels die ook op beleving inspelen.

Nee het is geen eerlijke concurrentie, maar kun je dat Airbnb als organisatie aanrekenen? Airbnb doet dat gewoon heel slim. Er zitten nog wel wat mazen in de voorwaarden en de wet. Niet heel eerlijk maar gewoon heel slim. Het schut ook de gemeente wakker. Laten we eerlijk wezen, zeker in Amsterdam hebben ze lekker achterover gelegen. Nu door Airbnb veel zichtbaarder geworden en nu moet de gemeente ook wat gaan doen.

Ja natuurlijk vervangt het een deel van de markt. Maar de markt groet wel nog steeds. Nu gaan er wereldwijd maar mensen op reis. Het vervaagd sowieso allemaal. Ook in hostels zitten nu zakenmensen om dat ze niet in een saai hotel willen en de gezelligheid.

5) Wat zijn de gevolgen van het toetreden van Airbnb voor uw bedrijf?

Wij zijn van mening dat gezonde concurrentie alleen maar goed is voor ons bedrijf. In het hoogseizoen sowieso wel voor. Ik ben er van overtuigd dat wereld groot genoeg is en de distributiekanaalen wereldwijd zo verspreid zijn dat zelf in een laagseizoen, denk ik, er mensen zijn die ene moment kiezen voor een Airbnb maar net zo goed op een ander moment en in een andere setting wel voor een hotel kiezen. De ene keer ben je zakelijk reiziger en de andere keer ben je er voor de 'fun'. De ene keer wil je een hotel omdat het makkelijk is en er zekerheid is. Bij Airbnb is het maar een beetje afwachten waar je terecht komt. Er zijn ook veel voorbeelden waar het fout gaat en er bijvoorbeeld mensen voor een lege deur staan. Als je geen zin hebt om dat avontuur aan te gaan dan kies je wel voor een hotel, waar 24 uur per dag iemand aanwezig is.

Er was absoluut een dalende omzet in het hotel. Tot wij het hotel 1,5 jaar geleden hebben overgenomen en verbouwd. Het ging duidelijk bergafwaarts. De omzet is denk ik wel gemiddeld met 5/8 % naar beneden gegaan per jaar. Maar dat is niet aan Airbnb te wijten in dit specifieke geval.

6) Welke deel van de markt heeft volgens u het meeste last van Airbnb?

Niet de high-end, de 4/5 sterren, voor hen maakt het niks uit. Het deel van het middensegment dat zijn zaken niet op orde heeft last.

Als je een leuk hotel hebt dat er leuk uitziet en er is een goed verhaal bij dan kom er best goed doorheen. Die hotels hebben het nu al moeilijk en krijgen daar absoluut nog veel meer last van. Want bij Airbnb zitten natuurlijk ook deels hele goede mooie kamers.

Het onder segment heeft er heel veel last van denk ik.

Budget: 9

Midden: 6

High-end: 1

7) Op welke manier reageert uw bedrijf zich op de nieuwe ontwikkeling?

Wij zijn denk ik atypisch. Maar de mening van horeca Amsterdam is vrij duidelijk, die zijn volledig in de stress geschoten. Volgens mij is dat de meest slechte manier om zaken te doen. Volgens mij kan je het beter van een afstandje bekijken en denken, wat kan ik er van leren? Als het zo snel zo groot wordt, dan is er wel iets aan de hand. Maar roepen en om je heen slaan lijkt me niet de goede manier om te handelen.

Wat ik wel goed vind van de reactie van de hotels is het feit dat ze proberen er wel een 'level playing field' van te maken. Dat is wel terecht en de rol van een brancheorganisatie.

9) Legaliteit? Nieuwe wet-en regelgeving

Dat vind ik helemaal prima. Als je aan de voorwaarden voldoet en je betaald btw, toeristenbelasting etc dan is het goed.
Handhaving is natuurlijk een probleem.

8) Hoe ziet de hotelbranche er over 10 jaar uit?

Daar zitten wij zelf ook enorm hard over na te denken. Ik denk dat de segmenten allemaal meer een grote blur worden van accommodaties. Ik denk dat het proberen van alles in hokjes te plaatsen (segmenten) weggaat. Ze kunnen de grote klap zien die nu gemaakt wordt doordat het sterrenstelsel wegvalt. Dat is een enorm arbitrair iets. Als je een bad en een aantal m² hebt kan je een 4 sterrenhotel zijn terwijl het een oude bende is, want dat reflecteert daar niet in.

Het gaat om een bed en een dak boven je hoofd en de faciliteiten daarnaast. Soms kan het heel eenvoudig en avontuurlijk zijn en de andere keer wil je wat meer zekerheid en kies voor een merk. Maar of het dan een B&B, een hotel of een service appartement maakt niet zoveel uit.

Uiteindelijk draait het om een bed en douche en een aantal dingen daar omheen. Hoe het dan gaan worden en hoe je het vermarkt, geen idee. Het gaat om de 'slaapervaring'.

In Amsterdam zal er denk ik geen percentage hotels verdwijnen, het zal zelfs toenemen. Maar ook bij Airbnb zal het kaf van het koren gescheiden worden. Van de (10.000) bedden zal maar een deel overblijven. En wanneer zet je die kamer erop? Bijvoorbeeld alleen tijdens Koninginnedag, dat gebeurt ook.

Airbnb is denk ik absoluut blijvend en het wordt ook nog groter. Ik denk wel dat ze gaan segmenteren. Op een gegeven moment wordt het, net als booking.com, te groot. Er is zoveel keuze, en dan raak ik de weg kwijt. Het is fijn als er een voorselectie gemaakt is waar mijn interesses en behoeftes liggen. Ik heb niks aan een poule met 500 hotels. Dus wat moet ik met 12000 kamers in Amsterdam. En natuurlijk kan je selecteren op prijs en soort etc, maar ik wordt daar heel ongelukkig van. Bij het kiezen kom je in te veel aanbod tegen en te divers en soms alleen beschikbaar tijdens een bepaald evenement. Dat is gewoon te veel. En dan moet je nog mailen of er beschikbaarheid is en wachten op reactie.

Einde

Bijlage 3: Transcript interview Hans Vugts

- Hans heeft er geen probleem mee als zijn naam genoemd wordt
- Interesse om eindproduct te ontvangen

Kunt u wat over u zelf vertellen?

Hotelschool gedaan en daarna hele leven van 1978 in hotels gewerkt. Eigen nooit iets anders dan hotellerie. Functies op alle lagen binnen de business. In 1990 voor het eerste eindverantwoordelijke van een hotel. 1993 voor het eerst manager in Amsterdam, Golden Tulip met 3 sterren. Daarna 2 keer een 5 sterren hotel. 2005 georiënteerd op hotels buiten hotelketens. Daarvoor gedaan maar er was geen ruimte voor creativiteit. Toen bij Casa terechtgekomen. Casa combineert hotel activiteiten en studentenhuisvesting. Na sollicitatie aangenomen en directeur geworden. Nu dus al 9 jaar aan het werkt en dit hotel gebouwd en ingericht. Het hotel is in 2010 open gegaan.

Naast het werk zit ik ook in veel commissies. Zoals horeca Nederland en ben voorzitter van 3 sterrenhotelgroep, Amsterdam marketing etc..

Goed om de actualiteit te blijven volgens en met de politiek in aanraking te komen. Dus ook met issues als Airbnb.

Type hotel:

1) Hoe gaat het met de hotelbranche?

In Amsterdam gaat het echt ongelooflijk goed. In de 35 jaar dat ik in de Amsterdamse hotellerie meedraai hebben we best wel golven en dalen gezien. Maar de afgelopen jaren gaat het booming. Hele grote bezetting, kamerprijs sinds 2008 (crisis) een beetje onder druk maar weer heel langzaam aan het verbeteren. Toerisme stijgt enorm. Zakelijk af en toe wel een klap gehad met de crisis, 911 en sars. Maar dat krabbelt wel weer redelijk snel op.

Cijfer branche: 8,5 (Amsterdam doet het stukje beter dan rest NL en op een 6,5)

2) Hoe gaat het met uw hotel?

Ons hotel gaat ook heel goed. We zijn geen centrumlocatie, we hebben 8 maanden per jaar 150 kamer en 4 maanden 520 kamer(door ontbreken studenten). Wij draaien 89% bezetting. Dat is voor een hotel buiten het centrum met dit aantal kamers is het extreem goed.

Cijfer hotel: Bovengemiddeld goed

We vergelijken heel erg met hotels in de omgeving. Doen mee met test waaruit je positie ten op van 5/6 andere vergelijkbare hotels vergeleken wordt. Wij doen altijd mee in 2 groepen. Eindelijk komen we er altijd hoog op te staan op het lijstje en doen het behoorlijk beter dan de rest. Vooral bezetting en prijs soms wat lager. We laten ons ook wel vergelijken met 4 sterren hotels en wij zijn 3 sterren. Tijdens een congres zie dat hotels die echt naast de RAI liggen het net wat beter doen. Dan doen wij het die dagen goed maar staan dan even niet op 1 omdat zij heel veel voordeel hebben van de locatie.

3) Hoe omschrijft u Airbnb?

Airbnb is natuurlijk eigenlijk dat je iemand uitnodigt bij je in huis te komen logeren. Dat is het oorspronkelijke idee van Airbnb althans. Inmiddels is het zo'n enorm commercieel bedrijf geworden. Het is een commercieel product geworden waar heel veel mensen dankbaar gebruik van maken. Particulieren die hun kamer, woning, appartement verhuren als hotel. Maar inmiddels ook heel veel commerciële ondernemingen die er een slaatje uit slaan. Die hebben helemaal niks meer te maken met het originele idee, maar zien om mogelijkheid om puur en alleen geld te verdienen. Dat is wat er nu aan de hand is.

4) Hoe ziet u de concurrentie tussen Airbnb en Hotels?

Omdat het nu heel goed gaat in Amsterdam hebben we nu zoiets van het is er. Het was altijd een stukje oneerlijke concurrentie. Nu is het zeg maar in de gemeente Amsterdam legaal mits je aan een aantal regels houdt. Dat is heel lastig want ze kunnen het niet goed controleren. En je ziet sommige steden waar 60% van het aanbod Airbnb in handen van commerciële aanbieders het als handel gebruikt wordt. En niet meer als de oorspronkelijke bewoner en die ervaring. Daardoor is het in de huidige vorm wel een concurrent geworden van de hotellerie. En zo zien we dat langzaam gebeuren. Maar omdat de markt oké is, is het voor ons niet zo dat we echt op de barricades gaan staan.

Stel dat het een slechte economische periode was denk ik dat er veel meer weerstand van bestaande hotels was geweest dan nu. Natuurlijk collega's die mopperen, vooral over het feit dat het unfair is en er niet gecontroleerd wordt. Maar

men inmiddels ook wel zo ver dat het een onderdeel is van de nieuwe economie. De hele 'sharing economie' dat dat een fenomeen is waar je niet meer omheen kunt. En de regelgeving loopt altijd achter en zeker bij nieuwe ontwikkelingen en trends. Daar hebben ze het ook moeilijk mee. Ik heb heel veel gesprekken bij de gemeente en heel vaak met economische zaken en met de politiek dus. Zij geven ook wel toe dat het zo explosief gegroeid is dat ze met elkaar niet hadden voorzien dat het zo zou gaan lopen. Dat ze daar helemaal geen apparaat voor hebben om te controleren. Pas nu gaan ze dat budget voor vrijmaken. Nu hebben ze in Amsterdam een half miljoen voor digitale recherche, om te controleren of regels nageleefd wordt. Om te of het niet in strijd is met hun regels.

Beleving wordt absoluut belangrijker. Het is ook best leuk als jij als toerist in zo'n huis komt, en het heeft absoluut voordelen. Maar ik heb zelf ook getest, want anders kan je niet goed een mening vormen, en het was 1 keer afschuwelijk en het was niets voor mij. Er was geen vrijheid zoals in een hotel en je moet rustig zijn omdat het zo gehorig was etc en je voelt je dus helemaal niet thuis. Ook een keer een weekendje met vrienden, en dat was wel prima. Maar ook daar had ik zoiets van het zijn toch andermans spullen en in een hotel heb je dat niet. In een hotel heb je vrijheid, het wordt schoongemaakt, en je weet hoe laat het ontbijt is. Ik ga persoonlijk liever naar een hotel. Maar ik kan me heel goed voorstellen dat mensen die beleving heel leuk vinden.

De perceptie dat Airbnb goedkoper is dan hotels is fout, dat is absoluut niet zo. Daar heb ik in Amsterdam nu wel genoeg prijzen voor voorbij zien komen. In juli en augustus kun je denk ik beter en voor minder in een hotel zitten en ben je vaak nog goedkoper uit dan Airbnb.

Als je kijkt naar de overnachtingen in Amsterdam van Airbnb zijn er nu iets van 8000 aanbieders. Ze mogen maar 2 maanden verhuren en als je het dan uitrekent is het nog wel een klein percentage van de overnachtingen en het groeit wel. Maar wij voelen dat nu nog niet heel erg.

Ik vind het niet heel erg maar er moet wel met gelijke maten gemeten worden. Wij worden aan heel veel regelgeving blootgesteld en zij helemaal niet. Bij Airbnb doen ze van alles wat niet mag en dat controleert de gemeente niet. Daar maken wij ons wel zorgen over. Wat gaat er gebeuren als het straks een keer goed fout gaat. Als iemand een verkeerde 'trip' heeft weet iemand een hotel hoe er gehandeld moet worden maar in een Airbnb is niemand aanwezig of heeft geen ervaring.

Het is substitutie en complementair tegelijkertijd. Deel zal Airbnb gebruiken i.p.v. een hotel en dat ook blijven doen. Sommige zullen het proberen en dan toch weer teruggaan naar hotels. En een deel dat niet in hotels ging (Omdat ze te jong waren voor een hotel) zullen lekker een stad in gaan om te stappen. Dat is een nieuwe markt.

5) Wat zijn de gevolgen van het toetreden van Airbnb voor uw bedrijf?

Wij hebben nog niet echt als bedrijf echt schade aan gehad. Maar wat je wel ziet is vooral voor de gemeente die hebben en hotelnota. Daarin zeggen ze we groeien in Amsterdam de komende tijd met zoveel hotelkamer. Maar ze tellen die nieuwe mogelijkheid (Airbnb) overnachtingen niet mee. Wij streven ernaar dat we ze toestaan maar wel ze we meegenomen worden. Dus die 8000 keer 1/6 dus 1333 overnachtingen aan de nota toevoegen. Dan moet je ook stoppen met nieuwe vergunningen uitgeven, en dat gebeurt niet. In Amsterdam komen er nu alleen maar nieuwe hotels bij en Airbnb zal ook nog blijven stijgen. Dus dat kan in de toekomst gaan wringen.

De omzet is de afgelopen 5 jaar alleen maar gestegen omdat de vraag in Amsterdam enorm is gestegen. Kleine hotels in het centrum hebben denk ik wel voelen. Mensen die vroeger bij hun kwamen gaan nu soms een straatje verder gaan in een appartement. Zelf heb ik niet de ervaring dat gasten wegblijven. Wel merk je met grote congressen in Amsterdam, is dat die altijd centraal via de RAI geregeld werden. De RAI congres service halen hele grote congressen binnen en hebben die hebben dan heel veel kamers nodig en kopen die in bij hotels. Als al die mensen bij particuliere gaan zitten juist omdat de prijzen tijdens de congressen zo hoog zijn. Dan kan het wel een zo zijn dat de hotels op een gegeven moment niet meer die kamers aan de RAI willen geven omdat ze niet meer volkomen (omdat gasten naar particulier gaan) Deze ontwikkeling kan op den duur slecht zijn voor het imago van Amsterdam voor het binnenhalen van grote congressen. Omdat ze die 50000 kamers niet meer krijgen van de hotels. Als dan 8000 mensen bij particulieren zit is dat een groot probleem. Dat zijn dingen waar de gemeente niet goed over nadenkt. En dat zie je pas als je het grote plaatje bij elkaar ziet. Ze moeten die gewoon meetellen. Dat hotels moeten niet zo bang zijn om die kamers te geven. Want we halen het totaal plaatje wel. En niet de hotels moeten ook niet zeggen we doen niet meer mee omdat we niet meer vol komen. Dat is een angst die we hebben met een aantal mensen die in een aantal groepen zitten. Het kan straks ons wel een de das om doen als wij niet meer in staat zijn de grote congressen binnen te halen. Samenwerking met de particulieren is nu ook heel moeilijk omdat we nu niet weten wie de mensen zijn. Ik vind het ook heel moeilijk om met ze daarover te praten nu.

6) Welke deel van de markt heeft volgens u het meeste last van Airbnb?

Ik heb daar misschien wel een heel raar antwoord op. Als we er last van gaan krijgen dan denk ik dat we allemaal evenveel last hebben. In de high-end zitten in Amsterdam ook heel veel aanbieders bij Airbnb. En vooral de commerciële Airbnb's

in de grachtenpanden zijn echt prachtig. Die voor heel veel geld eruit gaan tijdens de congresperiode. Ik denk dat de luxe hotels merken wel iets van als is het waarschijnlijk wat minder in aantallen dan het midden en budget segment. Maar als het wat minder zou gaan in Amsterdam, dan zou iedereen merken dat ze een stukje van hun clientèle verliezen aan Airbnb. Ik denk echt dat het voor elk segment gaat gelden.

Budget: 8

Midden: 7

Luxe: 5

Met name kleine oudere hotels in de binnenstad zonder liften en weinig service zullen het vooral moeilijk krijgen. Die worden snel vervangen door Airbnb waar de gasten ook nog wat meer vrijheid ervaren.

7) Op welke manier reageert uw bedrijf zich op de nieuwe ontwikkeling?

Je ziet nu allerlei nieuwe vormen van bedrijven die daar op in gaan spelen. Die de service van particulieren gaan overnemen zoals de reserveringen en het schoonmaken.

Er zijn nu hotels (roomatehotel) die Airbnb aanbieden. Die hebben dus met een aantal particulieren een deal gemaakt dat de sleutel opgehaald kan worden in het hotel, zij doen inchecken en de betaling. Die bieden al via hun website Airbnb appartementen aan die in de buurt van het hotel liggen. Grappig was wel toen het persbericht kwam en we langs zijn gegaan bij een paar van die appartementen en dat daar het echt illegale hotels waren (dus met meer dan 4 bedden en niet aan de regels voldeden). Toen de gemeente gevraagd hoe zij met deze ontwikkeling omgaan. Want nu gaan hotels ook al hiermee dealen. En er staan gewoon illegale hotels op. Dat is een trend.

Je ziet nu woningbouwcoöperaties die hun sociale huurwoningen gaan overwegen om Airbnb toe te staan aan hun bewoners. Terwijl het volgens de regelgeving niet mag. Ze stellen dat het oneerlijk is dat iemand die het slecht heeft en een laag inkomen die logeerkamer niet mag verhuren. Als dat gaat gebeuren zijn we wel bang dat de hele doorstroom voor bewoners (en niet zozeer hotels) helemaal weg gaat. Iedereen blijft dan lekker zitten waar die zit en gaat dan alleen zijn huis commercieel uithuren.

Hotels zie je nu huiselijker ingericht worden, meer beleving en bijvoorbeeld de *experience* gaan noemen. Citezen M, die huiskamer maken van de lobby. Zitten in de lobby en wat drinken. Steeds meer gaan hotels wat aan sfeer doen om op de ervaring van de particulier mee te liften. Sommige hotels gaan werken met lokale

gidsen. Dan logeer je wel in het hotel maar wel een bewoner in de buurt die je verteld waar je moet eten en de waar hot spots zijn. Daar zie je ook een soort samenwerking met de particuliere markt. Dus ik denk dat hotels wat creatiever mee omgaan.

Er zijn ook mensen die allen maar tegen zijn en staan te roepen. Maar het laten om zelf mee te denken of wat te bedenken.

8) Hoe ziet de hotelbranche er over 10 jaar uit?

Airbnb is over 10 jaar wel over zijn hoogtepunt heen denk ik. Heel veel mensen zullen er wel van terugkomen. Leuk dat geld maar het is een hoop gedoe. Bewoners in grote steden die er last van ondervinden (buren) steeds meer macht krijgen in de politiek. Als de politiek zich uiteindelijk wel mee gaat bemoeien doordat bewoners zich laten horen. Naar ondernemers niet zozeer. De regelgeving zal dan daarop aangepast worden.

Het zal afnemen maar nooit meer helemaal weggaan. Er zullen altijd mensen zijn die er een slaatje uit proberen te slaan. Het hangt van de regelgeving af hoe die daar mee omgaan. Als het blijft zoals het nu mag en dat 100% nageleefd (gecontroleerd) zou worden dan zou nu al meer dan de helft moeten stoppen in Amsterdam. Als ze dat voor elkaar krijgen, wordt het minder interessant. Dan zal het vanzelf wel teruglopen.

Maar de deeleconomie is wel iets waar we rekening mee moeten houden en er zullen nog wel veel meer dingen komen. Vb, autodelen, boten en gereedschap.

De markt gaat in de toekomst een beetje in elkaar overvloeien.

Er komen veel hotels die gericht zijn op de short stay markt. Gezamenlijke hal en wel wat service en eigen keukentje. Dat zal een rage worden en zorgen voor last bij een aantal traditionele hotels.

Er komt een soort nieuwe branche met overnachtingsmogelijkheden, waar wel regels voor moeten komen. Of het nu particulier is of een grote hotelketen met appartementen of de camping. Ergens komt dat zo bij elkaar en daar moet regelgevingen voor komen.

Er zijn nu zoveel uitzondering in Amsterdam (regelgeving) dat men de bomen door het bos niet meer ziet. Wat is nu appartement verhuur, short-stay of hotel is niet meer duidelijk nu. 5 nachten, 7 of een maand?? Niemand weet wat mag. Alles valt weer onder andere wethouders en is heel er complex. Eigenlijk moet er Europese regelgeving komen. Dat gaat misschien nog wel 10 jaar duren maar daar gaat wel wat gebeuren denk ik.

Einde.

Bijlage 4: Transcript interview Jacqueline Flick

Kunt u wat over u zelf vertellen?

Ik run al 14 jaar een hotel in het centrum van Amsterdam, 18 kamer en 40 bedden. Het is een 2 sterren hotel, dus echt wel meer dan een hostel. Maar het is niet een hotel met veel luxe faciliteiten. Maar als 2 sterren hotel doen we het wel goed. We zijn bijna 3 sterren maar door de bouw van het gebouw en dingen zoals het ontbreken van een lift zal het nooit 3 sterren worden. Klanten 99% buitenlanders.

Hoofdvragen

1) Hoe gaat het met de hotelbranche?

Laatste paar jaren gaat het juist wel heel goed. Dip in 2008, maar daarna is het drukker geworden. En dit jaar (2014) is volgens mij een heel goed jaar. In ieder geval voor de 1-2 sterren hotels, maar ik denk voor alle hotels in Amsterdam. Airbnb is wel iets dat heel erg speelt. Maar volgens mij is niet heel erg in de omzetten of hoe het gaat te merken. Wie hebben in ieder geval geen last.

Cijfer: 9

Het komt steeds meer ter sprake dat Amsterdam misschien een keer vol is. Dat het te druk gaat worden qua wonen, overnachting en verkeersdrukte.. Zeker nu Airbnb daar nog eens bij komt.

2) Hoe gaat het met uw hotel?

Wij merken zelf niks van negatieve invloeden. Het gaat heel goed en omdat Amsterdam het zo goed doet doen wij het ook goed denk ik. Het wordt alleen maar duurder (prijzen), en dat is voor de hotellier wel goed, qua omzet in ieder geval.

Cijfer: 9

3) Hoe omschrijft u Airbnb?

In eerste instantie denk je dat het een gevaar is dat er opeens zoveel kamers bij komen in een stad. Die nemen misschien onze business weg, maar eigenlijk is het wel goed voor de stad in ieder geval. Er komen meer mensen, als die mensen die ook in Airbnb's slapen komen ook terug. Het is een extra variatie in het aanbod. Zolang wij ons onderscheiden gaat het goed. Ik denk dat wij toch echt iets heel anders bieden en doet moet je ook doen. Heel veel service bieden, wat Airbnb in principe niet heeft.

4) Hoe ziet u de concurrentie tussen Airbnb en Hotels?

Het is wel echt concurrentie, een toerist heeft gewoon meer keuze. Zeker als het zo een mindere tijd gaat worden is het te merken. Het is een nieuwe ontwikkeling waar hotels rekening mee moeten houden en zich blijven onderscheiden.

En misschien moet de gemeente met plannen gaan komen. Hoeveel hotelkamers moet erbij komen en rekening houden met Airbnb ook. Handhaving doen ze nu wel wat mee maar daar blijft het nog wel bij. Ze weten in ieder geval dat het bestaat nu. Ze moeten wel rekening houden met het bouwen van nieuwe hotels en het maken van plannen met de ontwikkelingen.

Airbnb is natuurlijk wel een nieuw fenomeen en we hadden het misschien wel betere moeten zien aankomen. De wensen van mensen zijn vrijheid hebben, het kunnen delen en hoe hotels daarop inspelen hebben we inderdaad misschien niet heel goed over nagedacht. Je bent toch gewoon je productje aan het verkopen zoals het was/is.

Het is geen eerlijke concurrentie in de zin dat zij zich niet aan de wettelijke verplichting hoeven te houden. Dat werkt zich door in de kamerprijs en dat is oneerlijk. Daar zou wel iets voor gevonden worden, zoals meer belastingen wat ten goede komt aan een algemeen doel bijvoorbeeld. En ik denk dat de veiligheid totaal ontbreekt nu, er is totaal geen controle of verantwoordelijkheid bij Airbnb. Er kan zo van alles gebeuren en bij hotels wordt daarvoor geïnformeerd en kunnen eventueel wat doen. Als er meer incidenten komen bij Airbnb's gaat meer de discussie opwekken denk ik.

Waarschijnlijk een toevoeging en deels inname. Toch wel een groot deel neemt het een marktaandeel over. Maar ik denk niet dat men naar Amsterdam gaan omdat er Airbnb is. Maar misschien zochten vroeger mensen naar iets wat ze niet konden vinden maar vinden ze dat nu door Airbnb wel. Dan is het dus wel een toevoeging.

5) Wat zijn de gevolgen van het toetreden van Airbnb voor uw bedrijf?

Kan ik niet relateren aan Airbnb. Gaat goed nu ook en kan niet echt antwoorden.

6) Welke deel van de markt heeft volgens u het meeste last van Airbnb?

Het lijkt me wel dat het meer impact heeft op het midden en lage segment maar meer kan er niet echt over zeggen.

7) Op welke manier reageert uw bedrijf zich op de nieuwe ontwikkeling?

We gaan ons meer onderscheiden en realiseer meer dat nu wel meer. Hotels weten alles en kunnen van alles regelen en dat is de meerwaarde van een hotel. Ook het

ontbijt is een verschil en daar dus meer mee doen. De verschillen moet je wel waar maken.

En het is handig in het geval van overboekingen. Dan kan ik zelf een Airbnb regelen. Laatst hadden we een overboeken door een technische fout en hebben we 2 mensen in een Airbnb geplaatst en dat vonden zij en wij heel fijn.

Afsluitende vraag

8) Hoe ziet de hotelbranche er over 10 jaar uit?

Ik denk wel dat het blijft is maar niet dat het de markt helemaal gaat overnemen. Je hoort nu ook alweer tegengeluiden. Het gaat nivelleren denk ik. De wet zal zich er meer aan hebben aangepast en de dingen waar ze nu tegenaan lopen zijn dan wel beter geregeld.

Sterrenclassificatie verdwijnt en men gaat steeds op een andere manier selecteren. Men vindt ook andere dingen belangrijk. Er komt denk ik inderdaad ook een grotere brij van aanbod waar de consument zijn uit gaat maken, en ze kunnen die keuze maken. Het blijft denk ik heel belangrijk om je te onderscheiden. Waarom willen ze hier overnachten?

Einde

Bijlage 5: Transcript interview Hans Spuijbroek

- Hans heeft er geen probleem mee als zijn naam genoemd wordt
- Mag opgenomen worden

Kunt u wat over u zelf vertellen?

Ik heb hoge hotelschool Maastricht gedaan en toen naar Amsterdam gekomen. Daar met partner hotels gehad op het Damrak en daarna de Weteringsschans. Damrak verkocht en het huidige hotel gekocht. Zelf ook bezig met nieuwe website waar we hotelprijzen vergelijken, de goedkoopste komt boven en we doneren dan 2 euro per boeken aan het doel naar keuze van de boeker. Ik heb hier een hotel voor artiesten en er komen ook heel veel artiesten, inmiddels 6000 bands gehad. Een apart hotel dus wel en ik focus dus wel op dit te blijven draaien.

Ik vind het altijd wel interessant om te zien hoe het er op grote schaal aan toe gaat. Zoals de schaal van een stad en ook qua besluitvorming en dergelijke. Daarom ook in het bestuur (horeca.nl) gezeten 6 jaar lang. Daardoor kan je het ook in een ander perspectief stellen.

De hotellerie heeft natuurlijk tijdens de opkomst van de online 'agents' behoorlijk zitten slapen. En wat je nu ziet is dat destijds de bookings.com van deze wereld zijn een niche gestart in een niet bestaande markt eigenlijk en dat dat Airbnb en Uber eigenlijk ook. Al die couchsurfing gemeenschappen doe het ook. Het is wel interessant om te zien hoe de hele 'travelmarkt' verandert. Als je de hele verandering ziet van fysieke reisbureaus en hoe het nu gaat. De hele traditionele reisindustrie is veel te laat op die automatisering in gestapt om nog levensvatbaar te zijn. Nu zie je al dat grote reisbureau (voorbeeld Duitsland) sites opkopen om toch maar marktaandeel te krijgen. Mensen in de business hadden vroeger zoiets van computers en internet, het zal wel..

(kleine onderbreking omdat artiest, Jett Rebel, uitscheckt)

Type hotel: Rock/artiestenhotel, zou ik mijn hotel noemen.
Sterren?

1) Hoe gaat het met de hotelbranche?

In de hotelbranche, waar Airbnb nu ook op inspeelt, met zijn normale reiziger die een andere ervaring wil als hij naar een hotel gaat. Dus als je kleinschalig bent en

onderscheidend dan heb je echt wel potentie op de markt. Maar ben je een enorm groot bakbeest van een hotel, waar de onpersoonlijkheid vanaf druipt, dan heb je het moeilijk. Ik denk dat consumenten enorm aan het veranderen, ze zijn natuurlijk veel wijzer. Ze kunnen zich tegenwoordig oriënteren via Tripadvisor en dergelijke waardoor het gedrag en het boekgedrag enorm is veranderend en de komende jaren blijft veranderen. Dingen als alles groen en duurzaam doen bijvoorbeeld wordt interessant, omdat mensen bewuster worden naar wat voor bedrijf ze gaan. Je krijgt dus een differentiatie in de feeling die je hebt bij een hotel. Dus als jij romantische sfeer wil met romantisch gordijntjes etc.. dan boek je die. De individualisering is natuurlijk heel erg maar ik denk dat mensen weer op zoek naar de geborgenheid van iets waar ze weer thuis zin zoeken. Dat is eigenlijk wat je in de hotellerie moet doen, het verzorgen van je gasten. Dat gevoel, dat mensen niet meer een nummer zijn, moet er zijn. Als je hele grote hotels ziet, waar de onpersoonlijkheid vanaf druipt, dat wil de consument niet meer. Of in ieder geval minder wil. Wij hebben hier bijvoorbeeld ook zakenmensen die juist niet een zonnig hotel willen maar lekker zoiets als dit. Lekker knullig en gezellig tussen de mensen.

Het is een ander soort beleving en ik denk dat de mensen daarnaar op zoek zijn.

Wat er ontstaat door het internet is een enorme transparantie. En heel veel mensen gaan bewustere keuzes maken voor een bepaald type hotel waar ze willen zitten. Op basis van foto's, locatie etc en dat is wel echt is wat heel erg aan het veranderen is. Vroeger had men geen idee waar ze terecht kwamen, qua hotel.

Cijfer hotelbranche: 8,5

Het gaat heel goed, nog wel! Het is nu allemaal halleluja en strak als er iets gebeurd dan zoals een aanslag of een economische dip. Dan zie je zo meteen wel in de wintermaanden dat de Airbnb naar beneden (prijs). En consument die dan normaal in een hotel zitten gaan dan naar een Airbnb. Hotels zien dan dat de inkomsten omlaag gaan een de vaste lasten, premie, vergunningen, belastingen en veiligheid in panden blijven zitten. Wij kunnen het nooit winnen van Airbnb, want daar zij arbeid, inkomsten, faciliteiten oncontroleerbaar. Je kan dus volgens mij alleen goed opereren als er vanuit de overheid een keurmerk komt voor een B&B en die is er eigenlijk. Maar dat werkt alleen als er gecontroleerd wordt maar dat gebeurd niet en is geen geld voor. Maar ik denk met de boetes die uitgedeeld worden kan je de controleurs betalen. Dan is de bewijslast ook nog heel ingewikkeld.

Maar samenvattend, het gaat nu heel goed met de branche. Als het zo minder gaat bezoekersaantallen en je wel die 6000+ Airbnb's, die samen voor zo'n 20000 bedden zorgen. Dat is wel echt substantieel volume t.o.v. van het aandeel hotelbedden. Als die mensen in hotelbedden zouden slapen zou de branche misschien wel een 10 krijgen. Maar dan heb je wel legitieme arbeid en belastingen. De inkomsten voor de overheid zouden beter zijn en de veiligheid van de consument gewaarborgd

2) Hoe gaat het met uw hotel?

Cijfer eigen hotel: 9

Ik heb een hotel waar ik aan allemaal voorwaardes moet doen voor de gast. De Airbnb worden nu alleen gesloten op basis van brandveiligheid. Maar als hotel ben je ook gastheer om te zorgen dat mensen die hier slapen ook een fijn verblijf hebben. En dat is bij de Airbnb en de B&B is dat geen ding.

Alle hotels binnen de gracht doen het denk ik goed. Je merkt het wel in crisisjaren dat het net hier aan de andere kant van het water al moeilijker. Mensen zoeken op centrum en daar heb je altijd voordeel van. Maar ik denk dat iedereen binnen de ring wel goede zaken doet.

3) Hoe omschrijft u Airbnb?

(bij vraag 1 als antwoord gegeven)

De basis van B&B is dat je bij mensen thuis gaat slapen en via hen lokale informatie krijgt. En zo dus lokale ervaring krijgt en in een bepaalde omgeving. Maar wat je nu ziet is dat appartementen grootschalig worden uitgepand door bedrijven die gewoon hokken vullen, het is gewoon commercieel bedrijf. Ik weet niet of je daar nou een 'good feeling' van krijgt. Ik had afgelopen week hier een stel die via Airbnb geboekt hadden en stonden voor een dichte deur en niemand nam op. Die hebben toen hier 2 dagen geslapen. Als jij een echt B&B bent dan praatje even bij en gaan ze wat doen. Dat heb je bij de meeste Airbnb's denken ik niet. Het is gewoon uitputten van leegstaande woonruimte is, dus gewoon misbruik van de regels.

Het is niet voor niks dat de vereniging van eigenaars in Amsterdam nu bij panden waar Vve's zitten geen BnB meer mogen. Wat natuurlijk best logisch is, het geeft overlast en het is oncontroleerbaar. Er zijn voorbeelden, in New York die voor het imago van Airbnb schadelijk zijn geweest, waar seksfeesten en drugsfeesten werden gehouden. En dat heb je niet in de hand. Het is de sleutel overdragen en maar hopen dat het een beetje normaal achtergelaten wordt. Maar dat komt ook omdat er geen controle is. Juist in Amsterdam met drugs en drank en nog meer, het is een grote snoepwinkel, dat daar mensen geen maat weten te houden. Dat heeft consequenties voor de status van je appartementen en voor je omgeving. En je omgeving is natuurlijk wel belangrijk. Er zijn veel mensen die veel last ondervinden van het feit dat er elke 2/3 dagen andere mensen komen om feest te vieren.

Het is wel grappig hoe Airbnb de overheid overrompelt. Die zijn nog nergens klaar voor. En dan naar 2 jaar gaan ze denken we moeten wel regels opstellen. Die regels zijn er dan maar moeten nog wel gehandhaafd worden. Airbnb die drukt gewoon door, het is de brutaliteit op en top, maar het werkt wel. Ze komen er nog mee weg ook, onvoorstelbaar. Kijk als er trends ontstaan en op begeven moment is die trend geen trend meer maar een vast deel van economie. Een overheid moet daar dan leidend in zijn, in wetgeving, en daar ontbreekt het volledig aan.

4) Hoe ziet u de concurrentie tussen Airbnb en Hotels?

Eigenlijk is het oneerlijke concurrentie. Want ze hoeven zich nergens aan te houden en wij moeten overal aan voldoen. Wij krijgen van die controles van 10 man die alles komen checken in je hotel en checken je personeel. Je installaties, legionella, administratie etc. Airbnb heeft daar niet mee te maken en willen niet locaties overgeven aan de overheid. Nu weet je niet welk huis of appartement het is. Ik vind dat de overheid volledige toegang moet krijgen tot de database van Airbnb. Ze moeten weten welke appartementen en wie de eigenaren zijn.

Ik denk dat er enorm veel illegaal geld in rondgaat. Er zijn in de jaren 80/90 veel grote complexen gekocht door mensen die illegale manieren geld hebben verdient en die worden nu gewoon uitgepompd. Je kan er een huurder inzetten of per dag verhuren, er is totaal geen controle. Ik weet niet of die illegale circuit goed is voor het imago van de stad.

Het is ondertussen een gevestigd concept en zijn ook echt mensen die zo willen reizen. En dus prima, differentiatie is goed en het trekt ook weer andere mensen aan. Dus voor de stad is het goed maar dan moet je wel je regels naleven. En het moet ook meegenomen worden in de hotelnota's. Het moet meegenomen worden in het volume beschikbare bedden waarop gerekend wordt voor maken van beleid. De toeristenstroom in banen leiden door accommodatie spreiding. Maar op het moment dat je het volume Airbnb bedden niet meetelt is het eigenlijk een ongeleid projectiel aan het worden. En als overheid moet je eigenlijk zeggen dat er basis van de hotelcapaciteit er een bepaald aantal B&B(inclusief Airbnb dus) locaties mogen zijn om die balans tussen hotel en B&B's te bewaren. De overheid moet daar een Plan van Aanpak voor maken en dat is nooit gebeurd.

5) Wat zijn de gevolgen van het toetreden van Airbnb voor uw bedrijf?

In 2008 hebben we een grote verbouwing gehad. Daarvoor was het gewoon een familiehotel. Je moet het markt breed zien. In de laagseizoen maanden ga je een

daling van volume zien en een kannibaliserende markt krijgen. 2 jaar geleden kon je voor 59 euro een 4/5 sterren kamer krijgen in het centrum. Dat kan gewoon niet. Dat krijg je door toegenomen competitie, en dat is in principe prima binnen de hotelmarkt. Maar als je dan ook nog een keer die Airbnb's de overheen krijgt dan wordt de markt totaal verstoord. Je moet in ieder geval wel break even kunnen draaien, en dat vind ik komende winter wel spannend. Afgelopen 5 jaar hebben wij wel omzet stijging meegemaakt maar die vaste lasten en belasting zijn enorm gestegen. Winst is niet echt toegenomen terwijl met je toegenomen omzet dat wel zou moeten doen.

6) Welke deel van de markt heeft volgens u het meeste last van Airbnb?

Voornamelijk de budget en middenklasse denk ik. Mensen die in 5 sterren hotels zitten zijn vaak merk-loyaal en kiezen voor service en toegevoegde waarde van een restaurant of bar etc. Vooral het laag en midden segment, daar zal je de verschuiving zien. Je hebt natuurlijk wel een deel die voor zaken in een hotel zitten en vervolgens met familie nog een paar dagen in een duur Airbnb appartement gaan zitten.

Budget: 8

Midden: 8

High-end: 2

7) Op welke manier reageert uw bedrijf zich op de nieuwe ontwikkeling?

Wij doen gewoon waar we goed in zijn. Muziekwereld is relatief klein en die kennen elkaar allemaal en mond op mond reclame is heel belangrijk. Wij zijn minder afhankelijk van de booking.com's en hebben onze eigen clientèle die ons weet te vinden. Door jarenlang er goed bovenop te zitten wordt dat alleen maar groter. We zijn tijdelijk het thuis van de gasten en dat gevoel doen wij denk ik heel goed in onze nichemarkt. En wat je ook ziet is dat we heel veel families krijgen die het mooi vinden dat de kinderen even een gitaar van de muur kunnen pakken en lekker hun ding kunnen doen.

De beleving wordt zeker een steeds belangrijker aspect in de markt

8) Hoe ziet de hotelbranche er over 10 jaar uit?

Ik denk dat heel veel kleine bedrijven weg zijn. Je ziet nu al veel Chinezen die alles opkopen. De service gaat achteruit, het onderhoud wordt niet gedaan en de kwaliteit gaat achteruit. Je ziet echt een enorme invasie van Chinezen. Die maakt het niet uit, want die hebben hele lage personeelskosten. Die kopen alleen maar door en verdienen heel veel geld. Maar het zijn wel de slechtste hotels van Tripadvisor van Europa. De familie hotels zie je verdwijnen. Je moet of iets speciaals doen of het

wordt gewoon een slaapbunker. Dat niveau gaat denk ik heel erg naar beneden (budget). Bij het middensegment zie dat ze het redelijk zwaar krijgen en het hoge segment heeft er geen last van.

De kleine hotels hebben denk ik geen bestaansrecht meer. Omdat de kosten dusdanig hoog zijn en die consument andere keuzes maken is het economische niet meer op te brengen om 1 klein hotel te runnen. Je ziet nu ook allemaal conglomeraten ontstaan van allemaal kleine hotels en dan is het nog behapbaar. Eigenlijk kan je pas vanaf 50 kamers rendabel zijn.

Einde

Bijlage 6: Transcript interview Norman Heemskerk

Anoniem blijven?

- Norman heeft er geen probleem mee als zijn naam genoemd wordt en wil dus niet anoniem blijven.

Kunt u wat over u zelf vertellen?

Opgegroeid in de hotellerie, ouders hadden het pand al waar ik nu woon. Ouders hebben het huis op een gegeven moment omgebouwd tot hotel. Toen langzaam ster voor ster erbij gekregen. In 1996 heeft Norman het hotel van zijn ouders overgenomen. Vanaf toen heb ik 20 jaar keihard gewerkt. 2010 kreeg ik een burn-out en toen heb bedacht om het hotel te sluiten en er 4 appartementen van gemaakt. Nu na 3 jaar begint het goed te draaien. Ook Airbnb geprobeerd maar toen kregen we vreselijke mensen, dat doen we nooit meer.

Norman is 49 jaar

Plaats is Amsterdam

Geslacht Man

Type hotel: Zelfketeringaparthotel, zou ik mijn hotel noemen.

4 sterren appartementenhotel

1) Hoe gaat het met de hotelbranche?

- *Goed/Slecht of vraag om een cijfer (0-10).*
- *Doorvragen naar de factoren.*
- *Als er meerdere factoren genoemd worden, hoe belangrijk is elke factor (geef dat bijv. aan in percentages)*

Op dit moment gaat het van horen zeggen goed met de hotelbranche goed. Dit hoor ik van collega's. Om de hoek zit een 2 sterren hotel en die klagen alleen maar. Die krijgt niks voor zijn kamers. De 1-2 sterren hotels draaien niet goed. Er komen ontzettend veel hotels bij op het moment.

Cijfer geven voor de branche, ik heb geen idee.

Factoren, ik denk dat Amsterdam een uniek concept heeft door de geschiedenis van de stad. Wij zitten hier in een museum gebied, rijks en stedelijk zijn weer open. De rondvaartboten zijn fantastisch. Jongelui willen de coffeeshops en naar de Wallen. In het voorjaar de bloemen. Congressen zijn heel belangrijk. Daarvoor komen mensen

naar Amsterdam. Amsterdammers zijn heel erg open en gastvrij, dat komen gasten niet tegen in Parijs, Londen, Berlijn Rome.. dat is een groot pluspunt.

2) Hoe gaat het met uw hotel?

- *Kunt u een cijfer geven over de financiële gezondheid van uw hotel? (0-10)*
- *Vergelijk uw hotel eens met omliggende hotels?*
- *Hoe staat u ervoor?*

Wij zitten nu op een 7 qua financiële positie. Vergeleken met de rest weet ik het niet maar denk dat we het wel goed doen. Het gaat elk jaar alleen maar beter eigenlijk. Mijn hoop /doel is om mensen tevreden zijn, en daar hangt een prijskaartje aan. Daar zorg ik dan voor, zij zijn dan blij en ik ben dan blij.

3) Hoe omschrijft u Airbnb?

Airbnb is een uit kluiten gewassen. Uit een grap is het echt booming geworden. Typisch Amerikaans, ze maken er misbruik van om er geld aan te verdienen. In tijden zoals, een slechte economie, nu worden mensen ook slimmer en via internet kom je ook van alles tegen en doen alles illegaal. Ze verhuren gewoon en gelukkig gaan de afrekeningen wel via de bank en dus is de belastingdienst in staat om de bankrekening te controleren. Maar ze doen het niet! Nederland is te zwak, ze wachten altijd maar af. Als het kalf verdronken is dempen ze de put pas. En dan is de helft al failliet, van de originele bedrijven. En Airbnb verhuren tegelijkertijd zonder vergunningen, zonder brandalarm ne legionella controle. Ik zal je vertellen, er is 3 jaar geleden is er een appartement afgebrand met 2/3 mensen gewoon dood. Dan zou je toch denken er komt nu actie.. Maar erg gebeurd helemaal niks! Airbnb is de schuld daarvan. Ze openen gewoon een website, jongens jullie kunnen alles verhuren. En dat is niet veilig, niet eerlijk, er zitten geen positieve kanten aan.

4) Hoe ziet u de concurrentie tussen Airbnb en Hotels?

- *Beleving/ervaring belangrijker rol?*
- *Eerlijke concurrentie?*
- *Bedrijfsmodel Airbnb, bijna geen fysiek kapitaal nodig.*
- *Substitutie of complementair?*

Wat ik al zei, voor de 1-2 sterren hotels is het moordend voor de concurrentie. Hoge segmenten hebben er geen last van. Die mensen zouden toch niet bij een 4-5 sterren hotel boeken. Ze willen geen geld uitgeven.

Wij moeten aan alle regels voldoen, belasting betalen en vergunningen. Wij moeten administratie bijhouden, personeel betalen en zij betalen al het schoonmaakwerk zwart.

Nee het maakt de markt kapot, het moet uitgeroeid worden.

Er zijn hotels die diezelfde beleving kunnen geven. En die werken wel officieel en nu zijn er nu door Airbnb. Bij mij boeken ze een appartement en ze voelen zich thuis. De beleving is hetzelfde maar het is professioneel schoon, alles is hetzelfde maar professioneel en niet met houtje touwtje. Geen dekbed van de Ikea etc. en dus voelen mensen zich thuis maar er is geen last van bed bugs en huismijt. Dus mensen voelen zich meer thuis hier en als ze daar willen gaan zitten, ze kunnen dan net zo goed bij vrienden thuis gaan zitten. Ik vind het betaal idee van Airbnb helemaal verkeerd. Jongen en meisje gaan samen wonen en ze hebben een woning over en denken; we verhuren die gewoon. Het is geldmakerij. Dat mensen daar plezier in hebben om in zo'n huis te zitten met andermans spullen kan ik niet begrijpen. Ik zie het financiële plaatje. Ze betalen er bijna niet voor en ze hebben de ruimte de faciliteiten, het gaat meer om het geld dat ze uitgeven. Het gaat helemaal niet om de beleving. Voor vijftig euro per nacht heb je een centraal, groot appartement en misschien wel een fiets, daar huur je geen hotelkamer voor. Het gaat gewoon om het prijskaartje en echt niet om de beleving. De mensen wonen er ook niet samen en het is dus ook geen bnb, daar wonen de mensen mee. Die beleving de familie, het contact met de mensen. Airbnb, daar is niemand, ja inchecken en betalen.

5) Wat zijn de gevolgen van het toetreden van Airbnb voor uw bedrijf?

- *Wat is er met de omzet gebeurd in de afgelopen 5 jaar?*
- *Hebben er grote veranderingen plaatsgevonden?*
- *Durft u een percentage te noemen?*
- *Hoeveel van dat percentage denkt u komt door de toetreding van Airbnb?*

Nee, ik heb er geen last van. Ik denk dat andere er wel last van hebben. Geen idee in wat voor valuta's of omzetten. Weet alleen dat die lui van Airbnb ontzettend veel geld verdienen.

Ja, het is voor de gemeente en voor de belastingdienst ook is het allemaal uitgebreider geworden. Het is niet meer alleen hotels en bnb's zoals het vroeger was. Er zijn vakantieverhuurder bijgekomen, mensen die 2 maanden weggaan en die periode hun huis op Airbnb zetten. Ja ik snap dat wel, dat vind ik prima, maar niet een heel jaar. Zoals denk ik 80% doet. Dat is erbij gekomen en veranderd, de

markt is veranderd. Het is natuurlijk goed voor de economie want ze moeten eten en drinken, ze gaan uit, geven geld uit in de supermarkt en iedereen verdient er meer geld door. Prima, maar het gaat wel ten koste van de officiële hotels. Het verbreed zich en er komen meer hotels bij ook, met duizenden kamers. Maar die hotels zijn officiële bedrijven en die betalen belasting net als ik. Alleen met pieken zijn er tekorten, maar anders is het helemaal niet waar. Maar een zakenman die naar een beurs gaat, gaat niet bij Airbnb boeken, die doet dat via officiële kanalen.

6) *Welke deel van de markt heeft volgens u het meeste last van Airbnb?*

- *Budget hotels, middenklasse of de high end hotels.*

Kan u een cijfer te geven (0-10) met 0 geen last en 10 enorm veel last voor de verschillende segmenten, zoals hierboven beschreven.

De budgetklasse en ook een beetje de middenklasse hebben last. De hotels in de middenklasse die 3 sterren hebben en een heel simpel zijn ook. De meer luxe 3 sterren hotels die draaien wel.

Budget hotels 10

Middenklasse 4

High end 0

7) *Op welke manier reageert uw bedrijf zich op de nieuwe ontwikkeling?*

- *Onderscheiden of juist imiteren?*
- *Inspelen op de beleving economie en deeleconomie?*

Hotels gaan ook appartementen maken, dat wordt aangepast. Als een hotel wordt gebouwd dan bouwen ze een gedeelte appartementen en een deel hotelkamers. Dat is het grote verschil dat Airbnb veroorzaakt. Hotels kopiëren het eigenlijk maar hun prijzen liggen gewoon veel en veel hoger, voor een appartement. De keuze voor de mens wordt ruimer, dat is wel mooi. Voor de klanten is het beter, maar voor de hotels is slecht. Appartementen van Airbnb is gewoon allemaal niet zo professioneel. Mensen gewoon het gewoon omdat het goedkoop is en makkelijk. Alles is er hoeven niet naar een restaurant en ze geven niks uit.

9) *Wat is uw mening over de legaliteit van Airbnb?*

- *Oneerlijke concurrentie? (Niet herhalen indien besproken bij vraag 5)*
- *Brandveiligheid*
- *Woningonttrekking*

- *Misbruik short stay regel*

Het wordt helemaal niet gehandhaafd. Mensen houden zich niet aan de nieuwe regels. Leuk wel als er nieuwe regels komen, maar als het niet wordt gehandhaafd, heeft het geen zin. Hoe controleren ze dat? Nieuwe wet, maar staat er iemand voor de deur? Betalen ze toeristenbelasting moet betaald worden, maar gebeurt dat? Airbnb stelt dat ze alle omzetten door te sturen naar de gemeente, maar ik weet het niet, volgens mij gebeurt er helemaal niks. Toch nog duizenden appartementen in Amsterdam.

Ik zou willen dat iedereen die op Airbnb zit een officiële brandalarm gaat installeren, vluchtroutes maken, legionella controleren. Dat ze aan de zelfde regels moeten voldoen als wij. Dat kunnen ze niet betalen. Of ze willen het niet betalen, dat is het probleem. Als zij aan alle eisen voldoen, dan heb ik er helemaal geen problemen mee.

8) Hoe ziet de hotelbranche er over 10 jaar uit?

- *Zijn er dan misschien segmenten verdwenen?*
- *Hoeveel % v/d hotels denkt u dat er verdwijnen er in Amsterdam?*

Goeie vraag, ja het linksaf en het kan rechtsaf. Ik hoop dat het zichzelf oplost. Dat het op een gegeven moment verdwijnt. De gemeente deelt boetes uit, dat heeft nut, want ze moeten behoorlijk veel betalen. Dat alleen de officiële overblijven en die ook voldoen aan alle eisen en wetten. Dat hoop ik, maar ik heb geen idee wat er gaat gebeuren.

Na ik weet wel dat de short stay vergunningen binnenkort verlopen. Die vergunningen zijn vergeven en bedrijven hebben die overgenomen. Die verhuren ze gewoon voor 250 per nacht. Als jij uit het buitenland komt en je wil 2 maanden in Amsterdam zitten, kan je geen 250 euro per nacht betalen. De short stay is bedacht voor dit soort lui, en de vergunningen worden gewoon gebruikt voor toeristen. Maar de heeft de gemeente stop gezet en ze lopen langzaam af. Maar zo'n contract duurt 10 jaar, daar ben ik dus ook mee bezig om die te tackelen. Want die voldoen ook niet aan de brandveiligheid eisen en vergunningen, en betalen ook geen toeristenbelasting. Dus dat zie ik veranderen, en die lui kopen nu hotels en verbouwen die tot appartementen. Ik ben al 3 keer gebeld of ik mijn hotel wil verkopen, dit het concept dat ze willen hebben. Ik heb gewoon een hotel vergunning en kan doen en laten wat ik wil. Ik denk dat gaat gebeuren, meer kleine officiële hotels met brandalarm en alle toestanden.

Airbnb stopt er op een gegeven moment ook mee. Ze willen op een gegeven moment het risico niet meer lopen. Airbnb zal het wel overleven maar niet zo booming zijn.

Het blijft denk doorgaan tot er een wet komt en het gehandhaafd worden door de gemeente. Dat ze gewoon aanbellen en zeggen, ik wil je administratie zien.

Ik ben bang van wel en die worden dan gekocht door de short stay groep en ze maken er dan hotels van. Maar de familie bedrijfjes gaan allemaal kapot, dat weet ik zeker. Dan praat ik over de kleine hotels met 10/15 kamers.

Er komen zoveel hotels bij dus ik weet niet wat er gaat gebeuren.

Einde

Bijlage 7: Transcript interview Jan Sijstermans

Openingsvragen

Kunt u wat over u zelf vertellen?

Ik ben hostelmanager bij stayokay, 2 vestigingen in Amsterdam. Ouders hadden hotel/restaurant. Hotelschool Maastricht gedaan en daarna bij diverse bedrijven gewerkt. Werk nu 8 jaar bij stayokay, bij meerdere vestigingen. Ik vind dat je als GM niet te lang ergens moet zitten en soms weer op zoek moet naar een andere uitdaging. Hostel vondelpark heeft 536 bedden.

Hoofdvragen

1) Hoe gaat het met de hotelbranche?

Het gaat nu nog goed. Maar met de uitbreidingen die nog allemaal op de planning staat om te komen maak ik wel zorgen over de continuïteit van product (hotels). Tussen april tot oktober is er meer dan voldoende voor alle hotels, qua aantallen. Maar vooral het laagseizoen, dec/maart dan is het heel erg rustig in Amsterdam en er komen zoveel meer hotels bij. Je kunt moeilijk 4 maanden dicht zijn als hotel. Die kosten kun je niet opbrengen. Nu gaat het dus nog goed maar als er steeds meer bij gaat komen, hotels bnb's en andere vormen van overnachtingen, dan staat winst van de hotels onder druk. Het rendement staat dan onder druk dus men kan minder snel renoveren of investeren in medewerkers of softwaresystemen. Op lange termijn zal het hotelproduct van Amsterdam daarvan te leiden hebben. Omdat kleine hotels niet meer het kapitaal hebben om te renoveren en dat is een hele slechte zaak. Het wordt steeds transparanter, men zoek alles van te voren op en men leest reviews veranderen. Reviews zijn het belangrijkste.

Cijfer: 8

2) Hoe gaat het met uw hotel?

Cijfer: 8,5

Goed, we zitten eigenlijk al jaren op dezelfde aantallen qua overnachtingen. In het hoogseizoen vol zit en voller kan niet dan. De enige mogelijke groei zou in het laagseizoen zijn. Je ziet dat er steeds meer aanbod bijkomt, 4sterren hotels voor 30euro kan ik moeilijk mee concurreren en dan heb je ook nog eens Airbnb. Het is

dus heel erg moeilijk maar we zitten ondanks dat op een stabiel niveau. Je ziet dat we doordat we een bepaald product aanbieden en onze locatie het goed doen. Wij hebben wel echt geïnvesteerd in kwaliteit. Dus training van medewerkers en nu zijn we een vleugel helemaal aan het verbouwen. Op die manier proberen we steeds wel klaar te zijn voor als die overkill komt en er zoveel aanbod is dat iedereen met prijzen gaat dumpen. En dat kan je niet volhouden, dus gaan we niet meedoen maar gaan we voor kwaliteit. Wij zijn er voor mensen die kwalitatief goed willen overnachten in een hostel.

3) Hoe omschrijft u Airbnb?

Goed, fantastisch. Wij werken in een branche waarin we stimuleren dat mensen gaan reizen. Alles wat stimuleert om te reizen en dat makkelijker te maken voor een groot publiek is gewoon goed.

Alleen, het moet wel beperkte mate blijven. En als er een bedrijf achter zit die helemaal gaat commercialiseren is het op een gegeven moment een commercieel bedrijf en daar moeten wij mee concurreren. Terwijl de regels niet hetzelfde zijn. Airbnb moet je niet verbieden maar wel beter reguleren. De regels moeten wel hetzelfde zijn en de regels moeten ook beter gereguleerd worden. Amsterdam is daar mee begonnen en het wordt beter, ook op aandringen van de hotellerie. Maar het is nog steeds niet heel streng en stelt weinig.

Wij moeten aan van alles voldoen en je moet constant investeren wil je conform die regels kunnen opereren. En Airbnb heeft dit geen last van omdat er geen gelijke regels zijn.

4) Hoe ziet u de concurrentie tussen Airbnb en Hotels?

Die is er gewoon. Want men komt naar de stad toe en zoeken een overnachting. Het is een concurrent maar mensen kijken echt op basis wat ze nodig hebben. De een wil een 5 sterrenhotel omdat het gaaf is, de ander wil de goedkoopste overnachting en weer een ander wil goedkoop en mensen ontmoeten en kiest voor een hostel.

Ik zie Airbnb wel als concurrent maar niet als een grote. Omdat ik denk dan men hier (hostel) slapen om mensen te ontmoeten. En in mindere mate omdat het goedkoop is.

Airbnb is in principe authentiek, het slapen bij iemand thuis en ervaringen delen. Alleen waar Airbnb nu ook voor gebruikt wordt, grote huizen opkopen en er veel appartementen van maken, is niet authentiek.

Nee het is geen eerlijke concurrentie. Prima als je 2 weken op vakantie gaat en je appartement op Airbnb zet, prima. Maar als je 365 dagen je appartement op een

mooie locatie verhuurd, dan klopt het niet meer. Daar zou de gemeente beter op moeten controleren, ook tijd en middelen voor vrijmaken. Gebruik de 5% citytax die toeristen betalen nou eens voor iets nuttig, dus om toeristen in staat te stellen veilig te overnachten. Door alle illegale hotels te sluiten.
Het is een aanvulling/toevoeging aan de markt.

5) Wat zijn de gevolgen van het toetreden van Airbnb voor uw bedrijf?

Die zijn er wat ons betreft niet echt geweest, qua cijfers. Wel is in het laagseizoen wat rustiger dan zou kunnen en dat komt misschien wel door Airbnb.

6) Welke deel van de markt heeft volgens u het meeste last van Airbnb?

De wat kleinere hotels die wat verder buiten het centrum liggen zullen het denk ik wel moeilijk krijgen.

Hoog: 2

Midden: 5

Laag: 6

7) Op welke manier reageert uw bedrijf zich op de nieuwe ontwikkeling?

Je ziet dat de hotellobby nu veranderen in een huiskamer. Dat is eigenlijk een beetje de hostelsfeer waar mensen elkaar kunnen ontmoeten. Niet meer dat afstandelijke strak statige lobby.

Hotels zullen ook steeds meer op die beleving ingaan en steeds meer zoeken naar niches. Daarop specialiseren om bepaalde groepen te trekken. Niet meer iemand die verschillen tussen iemand die veel geld heeft, heel weinig of de middenklasse. Die verschillen zullen denk ik veranderen, iemand die een 5 sterren hotel kan betalen gaat eerder voor een leuk hip 4 sterren hotel of een 3 sterren design hotel. Omdat men dat leuker vindt om daar te slapen en er is genoeg keuze. Het verhaal van een hotel wordt vaak heel belangrijk en ze moeten ook wel. Die sterren zijn steeds minder waard.

10) Hoe kijkt u tegen de nieuwe wet die een aantal beperkingen oplegt aan verhuurders?

Het is in ieder geval goed dat er regels zijn, maar nu moet men ze gaan handhaven. En daar moet echt geld voor worden vrijgemaakt. Dat is gewoon echt belangrijk.

Ook om de stad zelf te beschermen voor de toekomst. Dat hotels wel een overlevingskans hebben.

Dat hotels die al jaren slecht lopen en niet investeren, alleen maar geld aftroffelen. Prima dat die weggaan. Maar kleine hotels die heel veel moeite doen om kwalitatief goed te blijven maar die hebben het moeilijk en het zou heel jammer zijn als die weggaan. Doordat Airbnb een platform is waar ook commerciële mensen hele huizen opkopen etc.

Afsluitende vraag

8) Hoe ziet de hotelbranche er over 10 jaar uit?

Ik denk dat de hotelbranche van Amsterdam het heel moeilijk gaat krijgen. Maar niet alleen de hotelbranche, heel Amsterdam. Je kan wel heel veel hotels bijbouwen en Airbnb ernaast groeien. Amsterdam is heel populair omdat het een kleine compacte stad is. Maar er kunnen niet meer mensen bij in dat kleine centrum. Dus Amsterdam moet echt beter dat centrum gaan vergroten. Anders gaat Amsterdam strak verloren aan haar eigen populariteit. Net als Venetië. Zonde is het als een stad ten onder gaat aan over toerisme

Wat je ook ziet gebeuren is dat het rendabeler is om iets in het centrum op te kopen en er een Airbnb van te maken. En dat verhuren wat veel meer oplevert en ze zelf ergens anders wonen. Je krijg dan een beetje leegstand in de stad. De huisprijzen worden dan echt te duur. Niemand woont er dan meer omdat het allemaal verhuurt wordt. En Amsterdammers willen dan echt niet meer in het centrum wonen om dat ze dan echt gek worden van al die toeristen. Daar moeten we met zijn allen wel voor oppassen. Dat Amsterdam niet te succesvol wordt.

Amsterdam moet ook op alle groepen blijven mikken. Ze gaan te veel voor kwalitatief hoogwaardige accommodaties en Amsterdam wordt te duur. En dat is goed voor de economie omdat er meer wordt verdient in Amsterdam. Maar Amsterdam heeft een van de grootste herhalingsbezoeken van de steden in Europa. En mijn idee is dat men als backpacker naar Amsterdam is gekomen en slapen in een hostel. Zo leuk ervaringen was het dat ze voor een citytrip terugkomen en in een 3 sterren hotel zitten. En als je 50/60 jarige nog een keer en slapen dan in een 4/5 sterren hotel. Dat herhalingsgedrag komt door de diversiteit in Amsterdam, dat er voor jong tot oud wat is te beleven in Amsterdam. En ik vind dat men in Amsterdam zich iets te veel richt op de wat ouderen. Het moet niet te braaf worden.

Sommige kleine hotels waar echt niet in geïnvesteerd wordt in het centrum van Amsterdam. Die gaan verdwijnen, daar ben ik van overtuigd. Of er komt een ander hotel in. DE hotels buiten het centrum, de kleinere, die krijgen het heel erg moeilijk.

Hotels moeten zich wel het hoofd boven het water houden. En als zo meteen in het laagseizoen de hotels niet eens voor de helft vol zitten maar voor een kwart en ze vragen nu 50 euro i.p.v. 100 zoals vroeger. Dan moeten ze op een begeven moment de deur dicht doen.

Airbnb is wel blijvend denk ik. Uiteindelijk zullen er wel stappen genomen moeten worden om het beter te reguleren. En het is nu ook even een hype. Het zal wel blijven maar niet in die commerciële vorm, want dat is echt oneerlijke concurrentie. En het zorgt voor gevaarlijke situaties. Panden vol met mensen zonder enige bewaking etc, dat moet de gemeente niet willen.

Einde