



# Interview met Jan Stuurman, managing director bij ‘boutique’ Hotel V in Amsterdam

In een prachtig ingerichte, rustige ruimte met een knisperend authentiek haardvuur vindt het interview met Jan Stuurman (42 jaar) plaats op de Fizeastraat in Amsterdam. Hotel V (inmiddels drie hotels met totaal 182 kamers) is klant bij de Eper Stoom- en Wasserij van Bert en Cees-Wim Bagerman. In een openhartig interview deelt Jan als partner & managing director zijn visie over de laatste ontwikkelingen in de horeca.

## Onderdeel van het succes: alles zelf doen

Het belangrijkste aspect van het succes dat Hotel V door de jaren heen heeft geboekt komt voort uit de formule ‘alles zelf doen’. Dat betekent dus eigen housekeeping en opleiding voor alle staf. Zelf het design en de aankleding van ruimtes verzorgen tot aan de samenstelling van playlistjes. Er zijn veel ambachtelijke mensen betrokken geweest bij de ontwikkeling van het hotel wat mooi aansluit op het thema. Handgemaakt bed, kasten op maat, diversiteit in de plantjes en ‘Marktplaats’ voor de inkoop van meubels. ‘Alles moet kloppen en dat vergt veel tijd, liefde en bezieling. We hopen dan ook dat de gast voelt dat wij al die persoonlijke aandacht in dit concept hebben gestopt’, zegt Jan. Opmerkelijke keuze met betrekking tot het linnen: ‘We kozen de beste kwaliteit linnen in kiezelgrijs om een subtiele, warme onderscheiding te creëren ten opzichte van het ijskoude witte bed dat je in een regulier hotel tegenkomt’, aldus Stuurman. Het management bij Hotel V is zich ervan bewust dat dit onhandig in de productie is en dus wat extra kost maar zij zijn bereid hiervoor

*Designers hotel kamer met handgemaakte meubels, grijs linnen & een eigen, speciaal ontwikkelde geurtje*

**“Linnen speelt een essentiële rol om de gast een fijnere nachtrust te laten ervaren dan in het eigen bed thuis”**

te betalen. Eenzelfde filosofie wordt voor de badjassen gehanteerd als onderdeel van het linnenpakket. Koksbuizen worden echter eigenhandig op locatie gewassen, ‘deze zijn per stuk te kostbaar om kwijt te raken’, aldus Jan. Tevens wordt gebruik gemaakt van groene tafellakens, deze gaan naar een

lokale stomerij voor reiniging.

## ‘On-Amsterdamse’ service

Daarnaast biedt het restaurant ‘on-Amsterdamse service’. Oftewel, ‘design that doesn’t burn a hole in your pocket’, oftewel bediening met een glimlach tegen

**‘We kozen voor kiezelgrijs linnen om een subtiele, warme onderscheiding te creëren ten opzichte van het ijskoude witte bed dat je in een regulier hotel tegenkomt’.**



*Handgemaakte bedden met kiezelgrijs linnen dat bijdraagt aan de ‘Hotel V beleving’*

een acceptabele prijs. Uiteraard is het prijsniveau in hartje centrum wel wat hoger dan op de Fizeastraat, dit sluit aan bij de bezoeker waarop wordt gericht. Terwijl Jan dit punt uitlegt komt Frankie binnen lopen met twee nieuwe koffie en Spa Rood (zonder dat hij gevraagd is). 'En dat zit 'm dus in goede opleiding', zegt Jan. Hiermee heeft het designershotel de Amsterdammer uit de buurt naar binnen weten te trekken en daar is men terecht erg trots op. Jan: 'We hebben hier te maken met mensen zoals Henk [Jan wijst op een van de gasten] die dagelijks koffie komen drinken terwijl ze de krant lezen tot en met BN'ers uit de Hilversumse media die hier makkelijk kunnen parkeren om bij ons te komen eten'. Onderdeel van dit succes betreft de wijnen in het restaurant. Mensen uit de buurt komen graag eten of borrelen vanwege de ruime selectie aan wijnen, gepaard met goede kennis over de flessen, tegen een acceptabele prijs. Tevens zit het restaurant ook niet vast aan contracten met drankleveranciers.

### Geur & Hotel V

In een boutique hotel als Hotel V wordt geur als een uiterst belangrijk onderdeel gezien van de beleving en dus het succes. Om die reden is er een eigen 'bespoke' geurlijn gecreëerd in Italië, net als bijvoorbeeld acteur Johnny Depp dit heeft laten doen. De geur is kenmerkend voor de service bij Hotel V en de staf heeft gemerkt dat gasten er enthousiast van worden en dit onthouden. Er is zelfs de optie voor gasten om dit luchtje in de vorm van shampoo en dergelijke te kopen bij de receptie. Tevens wordt gebruik gemaakt van hardhout en van subtiele luchtjes uit de open keuken om een authentiek en rustiek



*Duurzaamheid & beleving moeten hand in hand gaan, dus Hotel V kiest voor subtiele hints met humor*

gevoel bij de gasten teweeg te brengen alsof ze zich in een huiskamer begeven.

### Duurzaamheid in de horeca

Duurzaamheid is een blijvend topic maar vandaag de dag meer als een vanzelfsprekendheid dan een verkoopargument. Stuurman zit in de jury van de Entree Awards en het is hem opgevallen

### ***'Ik ben op zoek gegaan naar een wasserij die ik in de ogen kan aankijken en geloof'***

dat de hotellerie in 2018 duurzaamheid nog volop gebruikte als verkoopargument maar in 2019 is dat veel subtieler geworden. 'De gast moet duurzaamheid subtiel ervaren tijdens de 'guest journey', liever dan er constant mee te worden doodgegooid. Anders word je er maar moe van', aldus Jan. Duurzaamheid gaat dan ook altijd in combinatie met service, alleen dan kan een authentieke beleving worden gecreëerd. Zo biedt Hotel V een vegan ontbijt maar zouden zij niet snel inleveren op het haardvuur (wat natuurlijk niet echt duurzaam is). Tevens zijn zij een van de grootste afnemers van Lindenhof producten (duurzame producten voor horeca). 'We zetten in op gasten die dit opvalt', zegt Jan. 'Tegelijkertijd zie ik hotels die pretenderen duurzaam te zijn maar slechts een carpaccio en saté op de menukaart hebben staan. Dat werkt natuurlijk averechts.'

### Horeca trends

Een andere mooie ontwikkeling die gerelateerd is aan duurzaamheid, is het delen van kamers en openbare ruimtes. Bijvoorbeeld dat de hotellobby beschikbaar wordt gesteld tegen minimale kosten om ontmoetingen met de buurt mogelijk te maken. Of vluchtelingen die worden gefaciliteerd om een restaurant te runnen. 'Hiermee kunnen gasten zien dat er liefde en aandacht in een concept zit, veel meer dan dat je te pas en te onpas wordt herinnert aan een wc die met regenwater wordt doorgespoeld', aldus Stuurman. Tevens is er een ontwikkeling van pod's en tiny houses, een duurzame minimalistische overnachtingservaring voor de gast. Desalniettemin hebben deze concepten ook behoefte aan een goede service en comfort net als in het design hotel.

### Domotica & smart hotel rooms

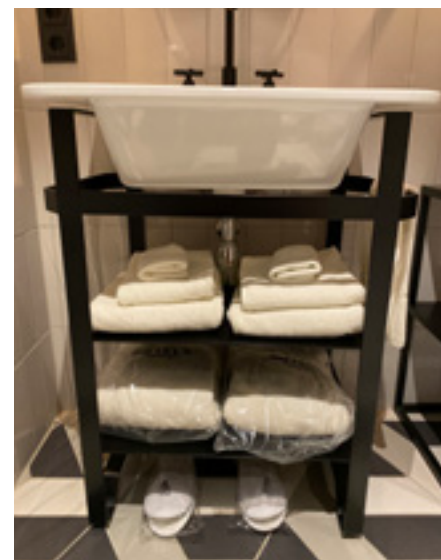
In de afgelopen 12 jaar heeft Stuurman heel wat dingen voorbij zien komen en

meegemaakt. 'Op een gegeven moment dachten we ook een tijdje dat de hotelgast met een 'mood padje' de kleuren van zijn kamer zou gaan veranderen. Dat gaat 'm dus echt niet worden. Mensen, zeker bepaalde doelgroepen, kunnen hier niet mee overweg en dan irriteert het alleen maar enorm als iets niet werkt', zeg Jan. Dit geldt ook voor gordijnen die met een knopje open en

dicht gaan, dit wordt niet gezien als een doorzettende trend. Hotels hebben er veel meer aan om tot in de detail in te zoomen op de klantbeleving en deze als een evolutie jaar in jaar uit te perfectioneren.

### Rol textielservice: totale ontzorging en support de 'guest journey'

In de hotellerie, en zeker bij boutique hotels als Hotel V, gaat het om authenticiteit. 'Het linnen is hierin een belangrijk aspect en dat moet gewoon goed geregeld zijn, punt', aldus Jan. Dit betekent idealiter dagelijkse levering (momenteel wordt Hotel V zes dagen per week voorzien van schoon linnen) en complete ontzorging op een zo duurzaam



mogelijke manier. In het verleden heeft Stuurman meegemaakt dat er steeds voor een jaar moest worden bijgetekend als er te weinig linnen op voorraad lag terwijl er geen duidelijke oorzaak aan te wijzen is waar het missende linnen naar toe is gegaan. 'Dat gaf een onprettig gevoel. Ik ben dan ook op zoek naar een wasserij die ik in de ogen kan aankijken en geloof', aldus Stuurman. Jan vervolgt: 'Tevens heb ik het idee dat de



marges redelijk dun zijn in de linnenwereld dus dan is het zaak om in overleg tot een situatie te komen waar we allebei blij van worden'. De schaarse ruimte in een hotel, vooral in het centrum van de stad, maakt deze dagelijkse levering zo belangrijk. Elke m<sup>2</sup> is daar immers 7.500 Euro waard dus je wil geen tientallen containers hebben staan.

die een nieuwe hotel van dergelijke grootte zouden kunnen borgen'. Ook zou Stuurman in dat geval genegen zijn het advies vanuit de wasserij te verwelkomen met betrekking tot de inrichting van kamers en routing in het hotel, 'en dat gaat wat verder dan Bert en zijn club te vragen naar certificaten als we ons 'Greenkey' certificaat willen krijgen',

vier partners) de kans een tweede hotel op de Nes te ontwikkelen inclusief restaurant voor de reguliere Amsterdamer. Ook dit wist Stuurman met zijn partners tot een succes te maken wat heeft geleid tot de opening van het derde hotel en restaurant op de Fizeastraat zo'n 3,5 jaar geleden.

**Profiel 'boutique' Hotel V en The Lobby restaurants**

Hotel V is vandaag de dag dus terug te vinden op drie locaties: het Nesplein (hartje centrum, 43 kamers a 4 sterren), het Frederiksplein (naast De Nederlandse Bank, 48 kamers a 3 sterren) en de Fizeastraat (naast station Amstel, 91 kamers a 4-en-een-halve ster). Het restaurant draagt de naam 'The Lobby'. Op de Fizeastraat en het Nesplein is deze al operationeel, Frederiksplein moet in het eerste kwartaal van 2020 de deuren gaan openen. Dit combinatiemodel biedt vele voordelen waaronder een ideale evenementenlocatie. Met zo'n 200 mensen zet Jan met zijn team dagelijks een authentieke beleving voor de gast neer die bij 'boutique hotels' past. 'Ian Schrage - één van de grondleggers van de 'boutique hotels' - omschreef dit type hotel als klein, stijlvol, persoonlijk & intiem in tegenstelling tot de Hilton's en Holliday Inn's die meer als warenhuis overkomen', aldus Stuurman. Jan vervolgd: 'Je moet iets doen wat bij het pand past waar je in stapt. Architect Piet Zandstra is een bekende figuur en heeft het pand op de Fizeastraat in de jaren 70 ontworpen dus daar wilden we iets mee doen in het thema', aldus Jan. Een geslaagde missie, het hotel op de Fizeastraat staat in de top op Tripadvisor en het restaurant heeft ook diverse onderscheidingen en vernoemingen in toplistjes weten te ontvangen.

**'Goede kwaliteit linnen is van levensbelang voor een fijne nachtrust, dus geen 50-50 polyester/katoen.'**

Tot slot is linnen van belang voor een optimale 'guest journey'. Op de eerste plaats moet er natuurlijk te allen tijde genoeg voorraad zijn. Ten tweede is de goede kwaliteit van levensbelang voor een fijne nachtrust, dus geen 50-50 polyester/katoen. 'De gast moet idealiter fijner slapen in ons hotel dan thuis, daarom hebben we het bij Hotel V net nog even anders gedaan en voor kiezelgrijs linnen gekozen' aldus Stuurman. Voor het restaurant speelt de servet (zo'n 200 per dag) nog altijd een belangrijke rol in de beleving van de gast. Tot slot liggen er subtiele kansen voor extra bijdrages aan de guest journey, bijvoorbeeld wanneer het buiten regent. De gast (maar ook het personeel) kan het in dit geval zeer waarderen als er dan linnen handdoekjes bij de receptie liggen ter ontzorging.

aldus Stuurman. Tevens geeft Jan aan dat er bij een dergelijk hotel tweemaal per dag een levering van linnen plaats zou moeten vinden, geleverd met elektrisch vervoer.

**Ondermemers profiel Jan Stuurman**

Na de Hoge Hotelschool in Den Haag te hebben afgerond kreeg Jan de kans om naar het Hudson hotel in New York te gaan (ook een boutique hotel) en die greep hij met twee handen aan. Hier leerde hij de fijne kneepjes van het vak totdat op 11 september 2001 iedereen in de hotellerie op straat kwam te staan in verband met de terroristische aanslagen. Stuurman kon als assistent hotelmanager bij Hotel Arena (boutique hotel met 127 kamers) aan de bak waar hij binnen drie maanden op 23-jarige leeftijd werd gepromoveerd tot een van de 'jongste hotelmanagers van Nederland'. Een uitdagende ervaring met hoge leercurve. Na enkele vervolgstappen kreeg Jan in 2007 de kans zich in te kopen bij de familie Espinoza en gezamenlijk Hotel V op het Frederiksplein te starten. 'Dit werd een succes, mede door events in samenwerking met platenlabels en uitgeverij te organiseren', zegt Jan. Succes wordt opgemerkt, zo kreeg de groep (met

**Toekomstvisie**

Hotel V ziet nog vele mogelijkheden voor de toekomst. Boutique hotels staan bekend als kleine hotels (1-100 kamers) maar er is al eerder bewezen dat dit ook met hotels tot wel 1.000 kamers georganiseerd kan worden. Daar ziet Stuurman een mooie uitdaging: 'Mochten de lezers nog tips hebben, we zijn geïnteresseerd in panden