

JUNI 2026

HOTELOVERLEG KHIN AMSTERDAM

buurthotel



Remco Groenhuizen
GM Mövenpick Amsterdam

“De gemeente schopt gasten in het kruis.”

GM Amsterdam

“Bewoners hebben stemrecht. Bezoekers en bedrijven niet. Dus we moeten de bewoners te vriend houden.”

BEWONERS WINNEN AAN BELANG

de stabiele, lokale doelgroep die het hele jaar aanwezig is

1

Economische druk neemt toe

Hogere kosten, inflatie en personeelstekorten

2

Verdienmodel staat onder druk

Verhoging toeristenbelasting
12,5% → 16% → 20% (en btw)

3

Internationale onzekerheid groeit

Reisgedrag minder voorspelbaar door geopolitieke ontwikkelingen



Niet alleen kamers vullen, maar ook verbinding creëren

‘HOTELS ZIJN ER OOK VOOR BUURTBEWONERS’

Wie een hotel binnenloopt, verwacht al snel een lobby vol rolkoffers, internationale gasten en een receptionist die informeert naar een paspoort of reserveringsnummer. Maar wat als datzelfde hotel óók een plek wordt voor buurtbewoners? Voor een koffie na het uitlaten van de hond, een lokale expositie, een Portugese avond of zelfs een buurtbijeenkomst? Dat is precies het idee achter Buurthotel, het initiatief dat hotels opnieuw probeert te verbinden met hun directe omgeving.

Tekst Armand Landman Beeld Buurthotel.nl, Emily Scott-Wilson, Chrystalla Tsiamparta

Achter het concept staat co-founder Laura Viaene, die onlangs ook op plek 44 belandde in de Hotel Influencers 100. Opvallend, want hospitality was bepaald niet haar natuurlijke habitat. De Belgische studeerde klinische psychologie en gezondheidsbevordering in Gent en werkte jarenlang in de sociale sector. In Amsterdam leidde ze een stichting die groenten en fruit van lokale boeren tegen lage prijzen beschikbaar maakte voor mensen met een kleine beurs. “Ik merkte in de klinische psychologie dat het me te traag ging”, vertelt ze. “Je helpt mensen één voor één. Ik wilde juist kijken hoe je grotere groepen mensen kunt motiveren of ondersteunen.”

Via het creatieve bureau D/DOCK kwam ze in aanraking met het idee van Buurthotel. Architect en D/DOCK-partner Thomas van Leeuwen zag hoe bewoners in Amsterdam steeds kritischer werden op toerisme en hotels. Volgens Viaene was de klacht vaak dezelfde: Hotels ervaren de lusten van toerisme en wij de lasten. “Hotels wilden vaak best iets doen, maar kenden de buurt simpelweg niet goed genoeg. Daar wilden wij die brug slaan.”

SOCIALE COHESIE

Buurthotel probeert hotels daarom letterlijk open te stellen voor de wijk. Niet alleen als commerciële verblijfsplek, maar als maatschap-

pelijke voorziening. Het initiatief richt zich nadrukkelijk op sociale cohesie, verbinding in de stad en het benutten van bestaande ruimtes voor maatschappelijke vraagstukken. “Hoe kun je met de faciliteiten die er al zijn iets betekenen voor een wijk?”, zegt Viaene. “Dat gaat over eenzaamheid, ontmoeting, maar soms ook over armoede of werkgelegenheid.”

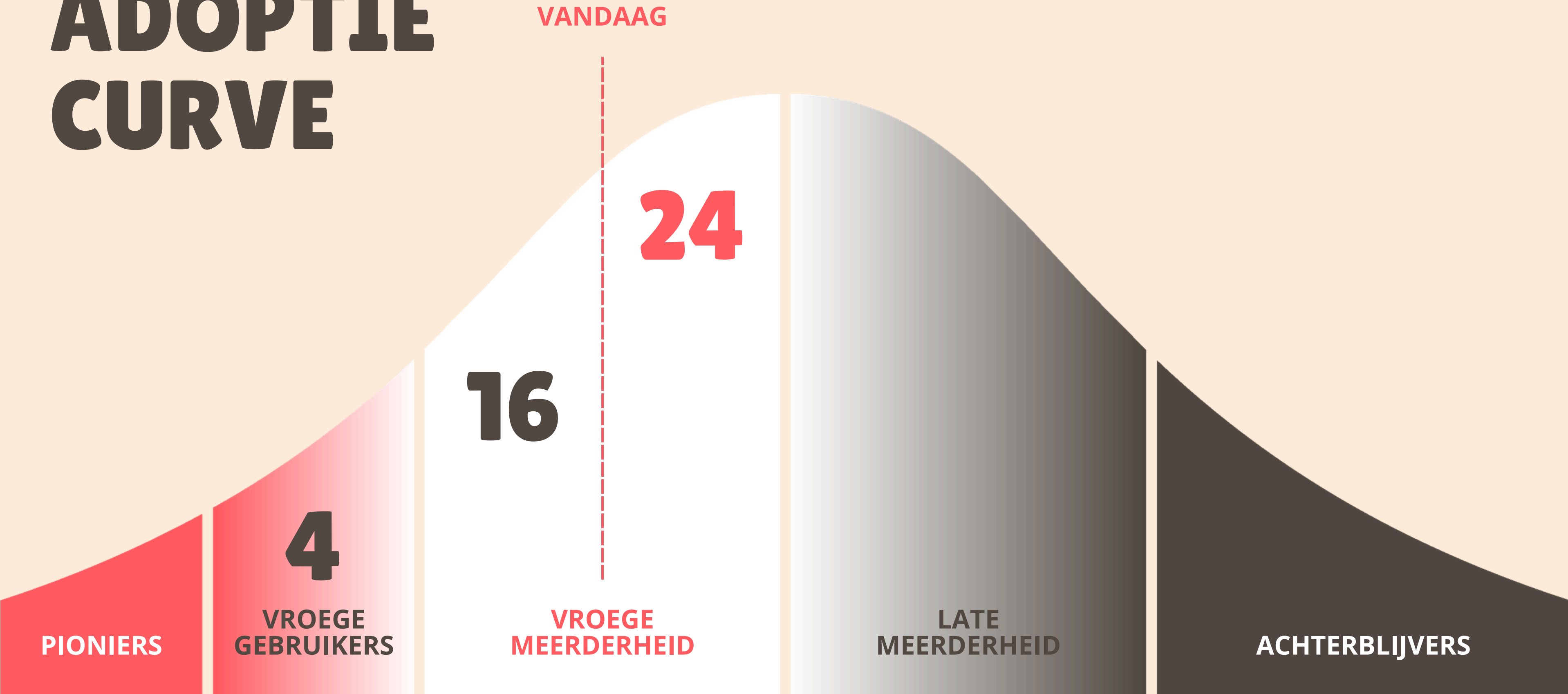
Dat klinkt idealistisch, maar Buurthotel probeert nadrukkelijk geen liefdadigheidsproject te zijn. “We stimuleren elk hotel om hun buurtfunctie zichtbaar te maken, daarom kunnen hotels gratis op het platform vermeld worden,” zegt Viaene. “Willen hotels daarnaast ook ondersteuning op vlak van advies, conceptontwikkeling en promotie, dan kunnen ze kiezen voor een betaald lidmaatschap van 1.500 euro per jaar.” Daarnaast werkt Buurthotel ook samen met gemeenten, brancheorganisaties en partners die via subsidies, mediawaarde of in kind ondersteuning bijdragen aan het initiatief. Volgens Viaene moet het initiatief juist ook financi-



Laura Viaene (rechts), met mede-oprichter Thomas van Leeuwen.

“Hotels moeten minimaal één buurtactiviteit organiseren en minstens één faciliteit openstellen voor de wijk”

INNOVATIE ADOPTIE CURVE



**WE HEBBEN 24 HOTELS NODIG
VOOR 24 JUNI OM INVESTEERDERS
AAN TE TREKKEN DUS PIONIER MEE**

(wacht niet af tot volgend jaar)

buurthotel



LIDMAATSCHAP

€1.500/jaar excl. btw

- ✓ Onderdeel van het netwerk van deelnemende hotels
- ✓ Buurt & hotelanalyse en programmering ideeën
- ✓ Promotie (lokaal, online & straat)
- ✓ Zichtbaarheid: o.a. foto carousel, list view en social media links
- ✓ Wekelijkse aanpassingen & click tracking
- ✓ Deelname aan vier gezamenlijke activiteiten
- ✓ Koppeling aan lokale initiatieven



BEDANKT

HOTELOVERLEG

KHN AMSTERDAM

buurthotel