



ANNEXUM
RONALD JANSEN
partner en directielid

HILTON INTERNATIONAL
DAVID HEIJLIGERS
managing director Development

ANNEXUM EN HILTON GEVEN INNTEL HOTEL & MAINPORT HOTEL IN ROTTERDAM EEN NIEUWE SOUL

Het wordt al 'de vastgoeddeal van het jaar' genoemd. Met opmerkelijke daadkracht wist Annexum het iconische dubbele pand Intel Hotel Rotterdam en Mainport Hotel Rotterdam te verwerven, recht tegenover de Erasmusbrug. Met partner Hilton worden hier op korte termijn twee nieuwe formules gerealiseerd. Direct verantwoordelijken Ronald Jansen (Annexum) en David Heijligers (Hilton) lichten toe.



Het is een behoorlijke wandeling door het gebouw, naar de schitterende ruime boardroom op de begane grond met uitzicht op de Leuvehaven. Daar treffen we Ronald Jansen, die - zoals te lezen was in VG Visie - sinds 2022 met Jeppe de Boer de leiding versterkt bij Annexum en met een aantal nieuwe aandeelhouders extra slagkracht aan de gerenommeerde beleggingsfirma verleent. De Boer meldde bij die gelegenheid dat Annexum zich ook ging oriënteren op de hotelmarkt. Dat de daad zo snel bij het woord werd gevoegd met dit gebouw van 26.000 m², dat hadden we niet verwacht.

Maar ziehier: Hilton kondigde recent haar samenwerking met Annexum aan. In de vorm van een franchiseovereenkomst trekken de partijen vanaf nu samen op bij de herpositionering van deze twee hotels onder één dak met in totaal 480 'keys', oftewel kamers, in hartje Rotterdam. De acquisitie komt voor rekening van Annexum. Hilton levert onder meer de brand strategy. Jansen en Fransman Heijligers, die inbelt vanuit Parijs, vertellen hoe en waarom de deal tot stand kwam en delen hun visie op de toekomst van deze nieuwe aanwinst.

Heijligers vertelt ter introductie al 20 jaar in de 'hospitality business' te werken bij verschillende grote partijen, waarvan tien jaar bij Hilton International. Daarvoor deed hij een MBA te Montpellier aangevuld met een BBA te Arnhem. Ook voor Ronald Jansen is de hospitality-branche geen onbekende. Al aan de Technische Universiteit Eindhoven, richting Real Estate Management & Development, schreef hij de master thesis 'European hotel real estate as an alternative asset class', die werd bekroond met de Dutch IVBN thesis award 2009. Na ruim vier jaar als Investment Analyst bij Annexum te zijn gestart, werkte hij voor een Europees investeringsfonds in hotels, om in 2016 weer terug te keren op het vertrouwde nest bij Annexum, sinds ruim een jaar als directielid/partner. Jansen kent Heijligers van eerdere werkkringen. Nu Annexum een nieuwe assetclass betreedt, zijn de banden weer aangehaald.

WANNEER PRECIES IS DE BAL GAAN ROLLEN?

RJ: 'Acht maanden geleden is dit nieuwe avontuur echt begonnen, waarbij we verder keken dan alleen het vastgoed. We wilden ook de business, de staff en de operation van een groot hotel gaan beheren. Daarvoor zijn we de juiste partners gaan zoeken. De operationele kant is nieuw voor Annexum. Behalve het day to day management en personeel komt daar bijvoorbeeld ook de branding strategy bij kijken: veel nieuw terrein voor ons. De selectie van goede partners vormde dan ook een intensief proces waarin verschillende hotel companies langskwamen, waaronder Hilton.'

TOT VOOR KORT PRIJKTE HIER 'INTEL' OP DE GEVEL. WAAROM WERD HET HILTON? IS ER EEN PITCH GEHOUDEN?

RJ: 'We hebben een lijst gemaakt. Met kandidaten maar ook in het algemeen, met vragen als: hoe ziet de hotelmarkt eruit? En wat zijn de verwachtingen? Op basis van onze analyse bleven er vier hotelnamen over. Orange IM, onze asset manager, adviseerde bij de keuze. Omdat het behalve om een vastgoedtransactie ook gaat om een overname van de operatie en het personeel, hebben we ook bij verschillende andere experts advies ingewonnen. De optelsom die we maakten gaf de doorslag. Hilton is een ijzersterke merknaam. In de vorm van een franchiseovereenkomst trekken we nu samen op bij de herpositionering van de twee hotels'

DH: 'De liefde is wederzijds. Vanuit de internationale Hilton-keten is er een speciale band met Nederland. Het Hilton-hotel in Amsterdam Zuid, dat overigens de vorm heeft van een reusachtig boek dat is opengeslagen richting de Zuidas (recht tegenover het hoofdkantoor van Annexum, red.), hebben we al 60 jaar. Deze Hilton-vestiging verwierf wereldwijde bekendheid in 1969 toen Beatle John Lennon en zijn vrouw Yoko Ono zich in een kamer opsloten voor hun "bed peace" protest. Deze vestiging op de Apollolaan wordt overigens binnen enkele jaren gerenoveerd.'

'DEZE TWEE HOTELS ONDER ÉÉN DAK VORMEN SAMEN HET GROOTSTE HOTEL VAN ROTTERDAM'

HILTON TROTS OP SAMENWERKING MET ANNEXUM

Het Amerikaanse Hilton-concern is ruim 60 jaar actief in Nederland en telt momenteel 18 vestigingen verspreid over ons land. Deze vestigingen zijn te vinden in steden zoals Amsterdam, Eindhoven, Schiphol, Den Haag en Rotterdam. Hilton beheert een divers portfolio van 22 verschillende hotelmerken. In Nederland zijn naast de bekende Hilton-hotels ook 'Curio Collection'-hotels gevestigd, gekenmerkt door een eigen identiteit en een exclusiever publiek. Daarnaast biedt Hilton de Double Tree-formule, die weer iets voordeliger is dan de standaard Hilton hotels. In Amsterdam biedt de keten ook het Waldorf-Astoria, een luxe vijf sterren hotel inclusief restaurant Spectrum met twee Michelinsterren, dat zich richt op een zeer exclusieve doelgroep. Wereldwijd beheert Hilton meer dan 7.000 hotels.

Patrick Fitzgibbon, senior vice president Development, Europe, Middle East & Africa van Hilton is blij met de Annexum deal: 'Hilton is trots op zijn erfgoed in Nederland, dat meer dan 60 jaar teruggaat. We zijn actief bezig ons portfolio uit te breiden om aan de vraag van klanten te voldoen, met achttien hotels die nu operationeel zijn of in ontwikkeling. Rotterdam is een dynamische stad met een levendige culturele scene. De komst van Curio Collection by Hilton en DoubleTree by Hilton zal de aantrekkingskracht van de stad als reisbestemming vergroten. Dankzij onze samenwerking met Annexum vergroten we de aanwezigheid van Hilton in Rotterdam en voorzien we nog ruimer in de behoeften van reizigers.'



DAVID HEIJLIGERS
managing director Development
HILTON INTERNATIONAL



RONALD JANSEN
partner en directielid
ANNEXUM

We willen groeien in Nederland. En daarvoor leent de Rotterdamse deal met Annexum zich uitstekend.'

WILDE INTEL NIET ZELF HET VASTGOED HERONTWIKKELEN?

RJ: 'Wij hebben in de oriëntatiefase naar meer plekken in Rotterdam gekeken. Deze mogelijkheid deed zich tamelijk onverwacht voor, Inntel maakte duidelijk te willen de-investeren in dit hotel. Na enkele maanden prettig en constructief te hebben onderhandeld, kwamen beide partijen er naar tevredenheid uit. Dat we een goed plan hebben liggen en ons over het personeel ontfermen, speelde daarbij een belangrijke rol.'

HOE NU VERDER?

RJ: 'Na een overgangperiode van twee maanden worden beide hotels door ons als eigenaar operationeel toegevoegd aan het portfolio van Cycas Hospitality, dat momenteel meer dan 50 hotels in twaalf landen beheert. Orange IM Hospitality heeft Annexum bijgestaan bij de aankoop van de hotelonderneming en is verantwoordelijk voor het assetmanagement. Tot en met 31 oktober 2023 blijven de hotels operationeel onder de merknaam Inntel Hotels en worden aansluitend operationeel als Hilton affiliate hotels. Na een rebranding en renovatie openen in 2024 "Mainport Hotel Rotterdam, Curio Collection by Hilton" en

'ONZE 26.000 M² OMVAT CONGRESRUIMTE, HORECA EN 480 KEYS'

"DoubleTree by Hilton Rotterdam Centre" hun deuren. Het personeel zal getraind worden door de nieuwe naamgever in samenwerking met Cycas om voortaan volgens de Hilton-standaarden te kunnen "shinen".'

WAAROM STAPT ANNEXUM IN DE HOSPITALITY- SECTOR? EN WORDEN HOTELS EEN NIEUW FONDS?

RJ: 'Deze twee full-service hotels bevinden op een prachtige locatie in het centrum van Rotterdam. We zien onder andere in Nederland een sterke opleving in de reis- en toerismesector. Op basis van gunstige lange termijntrends verwachten we een groeiende vraag naar hotelaccommodaties. Onder Europeanen maar ook Amerikanen en straks naar verwachting meer Aziaten, zie je dat mensen meer tijd en geld hebben om aan reizen te spenderen. Voor de zakelijke markt geldt dat mensen elkaar willen blijven zien, in levende lijve. Deze twee hotels liggen centraal, nabij een vliegveld. Congresgangers kunnen in de hallen en boardrooms beneden terecht en in het penthouse bovenop. Alle gasten kunnen blijven eten en slapen. Als belegging is dit interessant. In de hotellerie gelden tarieven op dagbasis, de inkomsten vormen een "inflation hedge". De yields zijn ietwat hoger. Door niet alleen het vastgoed te kopen maar de hele operatie, heb je als investeerder meer controle en knoppen om aan te draaien voor optimalisatie van het rendement. Hospitality is wel volatieler dan retail, anderzijds zijn de locaties en goede hotelmerken waardevast. Deze deal is niet als beleggingsfonds gestructureerd, maar als clubdeal met enkele particuliere investeerders van Annexum gemaakt. Een compleet nieuw hotelfonds is nog niet in de maak. Maar wie in gesprek wil over nieuwe investeringsmogelijkheden is natuurlijk welkom.'

OK. WAT HOUDT DE LICENTIE VAN HILTON PRECIES IN?

DH: 'Sinds 2017 heeft Hilton geen stenen meer. Hilton groeit organisch en opent nieuwe hotels op management- of franchisebasis, in plaats van te investeren in onroerend goed. Onze overeenkomsten gaan verder dan alleen maar

ergens een naam op plakken. We zorgen voor de juiste look&feel in elk hotel, coachen de staffing en bewaken de kwaliteitsstandaarden van de Hilton Groep en de verschillende brands. We leiden de brand strategy en in het geval van de management overeenkomsten beheren wij rechtstreeks elk aspect van het hotel. Daarnaast is een zeer belangrijke marketingtool de "Hilton Honours": het bekroonde gastenloyaliteitsprogramma voor Hilton's merken, dat bijna 7.300 accommodaties in 123 landen en gebieden omvat. Hierop zijn 165 miljoen trouwe klanten zijn aangesloten. Via dit eigen platform worden zonder tussenpersonen zeer veel boekingen gerealiseerd, dat is een sterk punt van Hilton. Evenals het goed lopende loyaltyprogramma. Wij brengen meer dan 100 jaar ervaring in de hospitality mee. En misschien wel het belangrijkste, zoals Ronald ook zei: we zijn een ijzersterk, zeer vertrouwd kwaliteitsmerk. Wie kent Hilton nu niet?'

RJ: 'Precies. Tel dit alles op bij het significante budget dat we voor de verbouwing hebben gereserveerd: twintig miljoen euro. Daarmee gaan we deze property upgraden en activeren. Dit hotel krijgt een nieuwe "soul"!'

Tijd om het dak op te gaan met general manager Marcel Bosman, Ronald Jansen en de fotograaf. Jansen vertelt het penthouse bovenop het hotel te willen herontwikkelen, waarvoor nog wat vergunningen nodig zijn. 'Momenteel is het in elk geval al dag na dag volgeboekt als congresruimte.' We zien dat dat klopt en wandelen langs de deelnemers naar buiten op zestien hoog: er ligt een balkon met glazen wand rondom het hele penthouse.

Een mooier uitzicht is amper denkbaar... Even voorbij de Erasmusbrug ligt een gigantisch cruiseschip aan de terminal op de Wilhelminakade. De zon schittert in de Maas, je kijkt je ogen uit hier op duizelingwekkende hoogte. 'Kun je je voorstellen dat het hier op oudejaarsavond vol staat met VIPS uit Rotterdam?', zegt Jansen. Het panorama is al perfect, onder de vleugels van Annexum, Hilton en partners krijgt Mainport Hotel Rotterdam nu ook zakelijk gezien nieuw perspectief. Dat is een mooie gedachte.

