

citizenM

AMSTERDAM



Thema's: Hospitality, blue ocean strategy, belevingseconomie

Madeline Stone van Business Insider beschrijft de rond 2005 in Amsterdam opgerichte hotelketen citizenM als een van de populairste merken in de moderne hotelindustrie. In 2019 nam het Singaporeanse staatsfonds GIC Private Limited een 25% aandeel in het bedrijf bij een waardering van 2 miljard. De hotelketen heeft ondertussen wereldwijd bijna 20 locaties en claimt regelmatig topposities op hotelwebsites.

De 'traditionele' hotelsector is wellicht een schoolvoorbeeld van een volwassen industrie: lage marges, lage tot géén groei, en innovatie betekent vaak niet meer dan het opnieuw aankleden van een bestaand hotel. Anders gezegd, volwassen industrieën worstelen met nieuwe ideeën en vinden zichzelf opgesloten in bestaande businessmodellen. Het is dus niet verbazingwekkend dat marges op korte termijn alleen kunnen worden bereikt door kosten te besparen en efficiëntie te verbeteren. De hotel sector wordt dan ook gekenmerkt door een hoge mate van consolidatie. citizenM is een goudmijn aan inspiratie. De blue ocean strategy is hier in alles terug te vinden. citizenM is opgericht door drie partners, waaronder Rattan Chadha, de oprichter van het Mexx-kledingmerk. Vanaf het begin hadden de oprichters een duidelijke visie en een duidelijke doelgroep: betaalbare luxe voor een nieuwe generatie reizigers met affiniteit voor technologie. Deze visie is ontstaan uit frustratie over alle verouderde conventies in hotelaccommodatie en dus evolueerde de missie snel naar niets minder dan het begin van een revolutie in gastvrijheid. Ze kwamen overeen de status-quo uit te dagen en te beginnen met een schone lei. Ze wilden vernieuwend zijn en regels breken om een modern antwoord te bieden op de behoeften van reizigers die vaak onderweg zijn. Dus citizenM creëerde een klantenwaardepropositie voor hun doelgroep. Michael Levie (COO van citizenM) beschrijft het zo: "... eigenlijk verblijf je in het hotel omdat je niet naar huis kunt gaan. Wil je je dus thuis voelen in de omgeving waar je gedwongen verblijft? Waarschijnlijk. Thuis heb je waarschijnlijk snel internet en televisieprogramma's die je leuk vindt. En waarschijnlijk is je slaapkamer niet de grootste, je hebt een woonkamer en een eetkamer, waar je met je gezin verblijft...". citizenM kijkt naar zijn diensten door de ogen van zijn klanten. Het gaat niet om het voldoen aan de industriernorm, het gaat om het uitdagen van de industriernormen.

Een belangrijk element van de succesformule is de betaalbaarheid van het aanbod. Dit heeft citizenM weten te realiseren door de bouwkosten te drukken dankzij het gebruik van geprefabriceerde elementen. Complete kamers worden gebouwd en ingericht in een eigen fabriek in Nederland. Bovendien elimineerden ze ook gebruikelijke hoteldiensten zoals een receptie of bellboys. De staf is vooral op 'personality' uitgekozen en over het algemeen jong, hip en vooral gastvrij. Medewerkers hebben in het hotel geen vaste plek of rol. Ze helpen waar ze gebruikt worden, bijvoorbeeld als je onverwacht mocht vastlopen bij de luchthaven geïnspireerde self check-in of een drankje bestelt aan de bar.