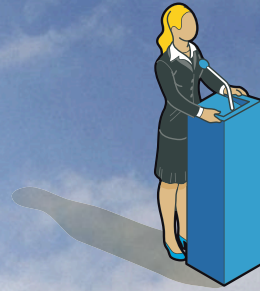


# MONEY IN THE AIR

Dit jaar verwerkt Schiphol vijftig miljoen passagiers, die allemaal door het shop-, eet- en drinkwalhalla van de luchthaven lopen. Die willen hun wachttijd zo aangenaam mogelijk doorbrengen en consumeren willen ze ook – en snel een beetje, graag. Wie maken dat mogelijk en wat schuift het eigenlijk? Een rondgang door de geldmachine die Schiphol heet.

tekst *Martijn de Meulder* beeld *Martin Dijkstra*





**TIPS**

van frequent flyers:  
hoe vermijdt u de  
vakantiedrukke en in  
welke businessclass  
zit u het ruimst?



met dank aan GAS

# HOEVEEL VERDIENT SCHIPHOL?

## TOTAAL

Amsterdam Airport Schiphol valt onder de Schiphol Group, of meer precies Luchthaven Schiphol nv. In 2011 bedroeg de netto-omzet 1,2 miljard euro en de nettowinst 194,5 miljoen, bij een eigen vermogen van 3,2 miljard.

## WERKEN

Bij de Schiphol Group werken 2145 mensen, op heel Schiphol 62 duizend bij ruim vijfhonderd bedrijven. Van de omzet kwam 734 miljoen uit diensten aan luchtvaartmaatschappijen; deze vliegtak maakte 49 miljoen winst.

## SHOPPEN, ETEN EN PARKEREN

De uitgifte van concessies aan horeca, winkels en entertainment valt onder de divisie Consumer Products & Services. Daarbij hoort ook de exploitatie van de parkeerterreinen, advertentieruimtes en het Privium-programma voor de regelmatige luchtreiziger. Het leverde afgelopen jaar 340 miljoen euro omzet op en 148 miljoen euro nettowinst.

## VASTGOED EN PARTICIPATIES

De vastgoedtak exploiteert vrijwel al het vastgoed op en rond de luchthaven. De omzet was 172 miljoen euro en de nettowinst 72 miljoen, voornamelijk uit verhuur en ontwikkeling. Niet gek, in crisistijd. Schiphol houdt er ook een reeks participaties en samenwerkingsverbanden met buitenlandse luchthavens op na, waarvan het achtprocentsbelang in Aéroports de Paris de grootste is. De omzet van die participaties bedroeg 194 miljoen, wat tot 35 miljoen euro nettowinst leidde.



## VAN WIE IS SCHIPHOL?

# 69,8%

van de aandelen is van de Staat der Nederlanden

# 20%

Gemeente Amsterdam

# 2,2%

Gemeente Rotterdam

# 8%

Aéroports de Paris (de luchthaven-exploitant van Parijs is voor eenzelfde percentage eigendom van Schiphol)

Vrijwel al het vastgoed op en rond het vliegveld is eigendom van Schiphol. Ook de luchthavens van Rotterdam, Eindhoven en Lelystad zijn onderdeel van de Schiphol Group.

## WAT VERDIENEN DE BESTUURDERS?

Jos Nijhuis



€ 383.000 + € 360.000

Els de Groot, Maarten de Groof en Ad Rutten



€ 299.000 + € 225.000

Anthony Ruys

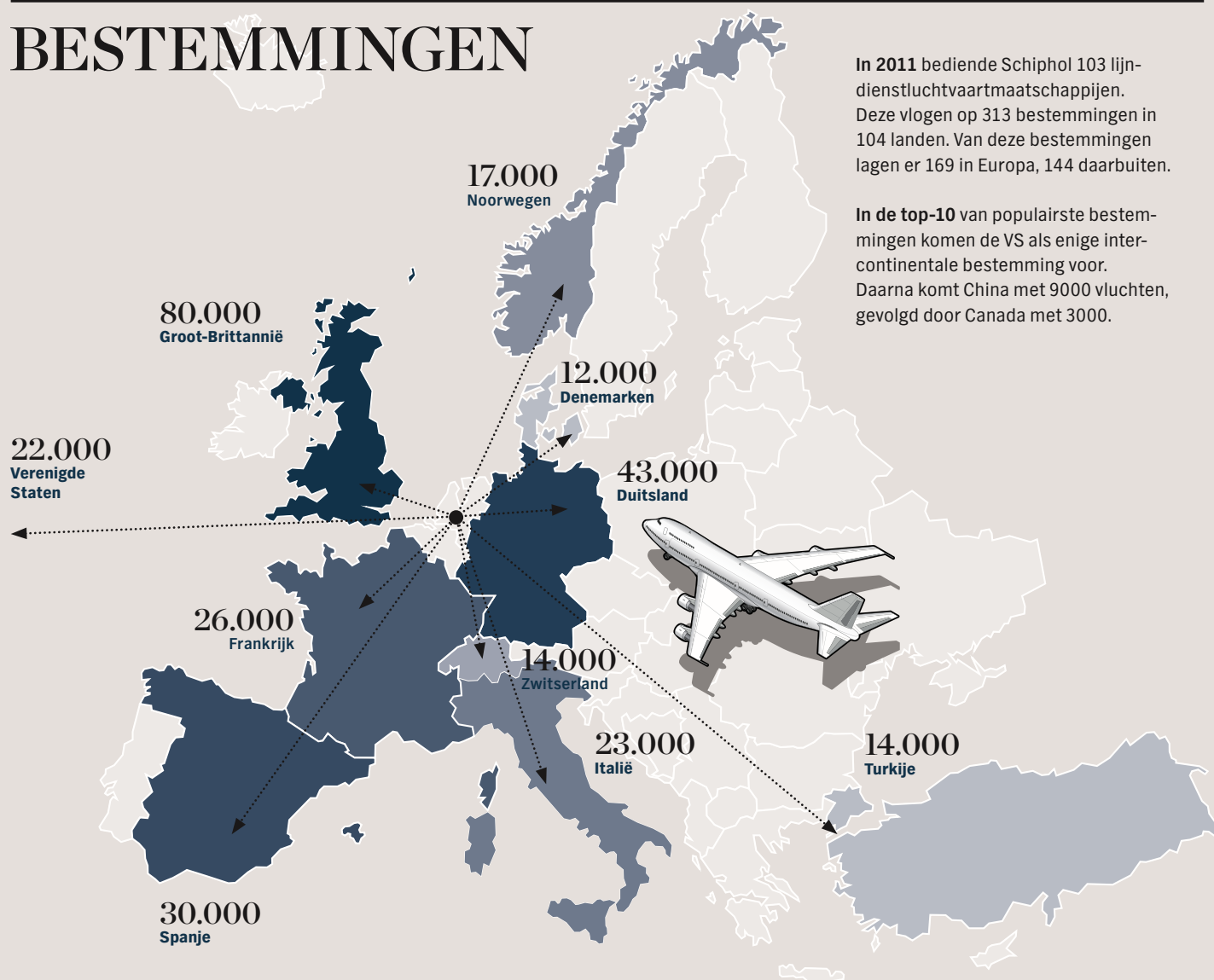


€ 36.500



De Schiphol Group is gezien de aandeelhoudersstructuur niets meer of minder dan een semi-overheidsinstelling, maar daar zijn de beloningen niet naar. Die zijn, laten we zeggen, op commerciële leest geschoeid. Bestuursvoorzitter Jos Nijhuis verdiende in 2011 ruim 383 duizend euro, zijn bestuurders Els de Groot, Maarten de Groof en Ad Rutten elk 299 duizend. Maar een bestuurder is natuurlijk geen bestuurder zonder bonus. Aan korte- en langetermijnbonussen harkte Nijhuis afgelopen jaar bijna 360 duizend euro binnen, de gewone bestuurders 225 duizend. Daar komen nog tienduizenden euro's aan pensioenkosten en onkostenvergoedingen bij. En een commissaris houdt ook niet voor niets toezicht. Ex-Heineken-baas Anthony Ruys is voorzitter van de raad van commissarissen bij de Schiphol Group en verdient er 36.500 euro per jaar. De gewone commissarissen moeten het doen met 24 duizend euro plus 1500 euro onkostenvergoeding.






# BESTEMMINGEN



In 2011 bediende Schiphol 103 lijndienstvluchtvaartmaatschappijen. Deze vlogen op 313 bestemmingen in 104 landen. Van deze bestemmingen lagen er 169 in Europa, 144 daarbuiten.

In de top-10 van populairste bestemmingen komen de VS als enige intercontinentale bestemming voor. Daarna komt China met 9000 vluchten, gevolgd door Canada met 3000.

## KONING KLANT

	<b>Nederlanders</b> 34%
	<b>Britten</b> 11%
	<b>Amerikanen</b> 10%
	<b>Duitsers</b> 5%
	<b>Fransen</b> 3%

Nederlanders geven het meest uit op Schiphol. Het ontbreken van Aziaten en Russen in dit rijtje komt doordat zij minder dan vijf procent van het reizigersvolume uitmaken, en ze dus in absolute zin veel minder kopen.

beeld: ANP, Kaj van Geel

## EEN HANDJEVOL RETAILERS

Er gaan al jaren geruchten over een winkelkartel op Schiphol, dat eventuele nieuwkomers buiten de deur houdt. 'Ik heb dat kroegverhaal ook weleens gehoord', beaamt Schiphol-directeur **Jacques Hoender-vangers**, van de afdeling Commercial Services & Media. 'Maar het ligt iets genuanceerder. Het verloop onder onze winkeliers is niet zo groot, doordat het retailen op Schiphol een vrij ingewikkeld proces is. Zo is de logistiek er ingewikkeld, omdat je achter de paspoortcontrole met uitgebreide beveili-

gingsprocessen te maken hebt; alles wat je verkoopt, wordt gecontroleerd voor het in de winkel terechtkomt. Ook moet je 24-uursdiensten draaien en de klanten in meerdere talen bedienen. Er zitten veel componenten bij die de gemiddelde retailer niet heeft. Daarbij willen wij niet te veel retailers hebben; een handjevol is genoeg. Als we bijvoorbeeld een nieuw winkelconcept verzinnen, dan kijken we eerst of een van onze bestaande partners, met wie we vaak al tientallen jaren samenwerken, de winkel kan runnen.

Dat is ook voor ons een stuk eenvoudiger.' Hoendervangers wijst ook op de bezettingsgraad: 'Er moet maar net ruimte zijn. Schiphol heeft een bepaalde winkelcapaciteit, die vrijwel permanent volledig benut is. Om een nieuw concept te introduceren, moet er vaak een oud concept weg.' Maar het kan wel, stelt hij: 'Onlangs hebben we Rituals en een Xpresspa op Schiphol kunnen vestigen. We snuffelden al heel lang aan elkaar, en toen er ruimte vrijkwam, hebben we hen uitgenodigd.'

# DRUK, DRUKKER, DRUKST

Vooral in de zomer is Schiphol een mieren-nest van gestreste lieden, die hun tripje naar Marmaris, Salou en Mallorca vanuit de Haarlemmermeer beginnen. Je daarin mengen is geen pretje, maar gelukkig zijn er eenvoudige manieren om de *danse macabre* te ontspringen.

## IRISSCAN

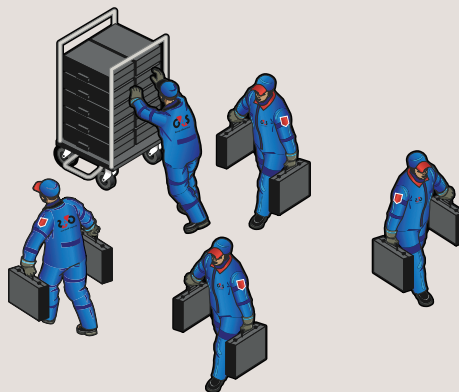
**Marcel Stolk** is bestuurder bij het Zwitserse Logitech en al bijna twee decennia frequent flyer tussen Nederland, Zwitserland, Azië en de VS. Voor hem is Schiphol geen plek van urenlang wachten tussen zweterige tientjestoeristen op weg naar een oord om ze bruin te bakken. 'Als je dit lang genoeg doet, kun je je eigen logistiek optimaliseren. Ik laat me altijd naar Schiphol brengen en beperk me meestal tot handbagage. Combineer je dat met een lidmaatschap van Privium – een musthave – dan kun je voor intercontinentale vluchten door de irisscan en heb je prioriteit bij het instappen. Niet dat ik dat vaak nodig heb; ik ga altijd heel laat, zodat ik niet in de rij hoeft te staan bij het boarden.'

## LOUNGES

Stolk suggereert het al: Privium is onder frequent flyers een immens populair upgradeprogramma. Het telt 49 duizend leden en de Schiphol Group concurreert ermee met de businesslounges van de luchtvaartmaatschappijen. Stolk: 'Nou ja, businesslounges... Ik heb een Platinum for life-kaart bij KLM, maar ik ga niet graag in hun lounge zitten of in die van andere luchtvaartmaatschappijen. Vroeger had je nog een speciale Platinum-lounge en kon je je van de vakantiegangers afzonderen, maar nu loopt alles door elkaar. Het is er vaak druk en rumoerig en er loopt volk uit de hele wereld rond. Dat hoeft voor mij niet zo. Dus als ik eens moet wachten, ga ik naar de Privium-lounge.'



Lekker loungen,  
ver van het plebs



Goede kans dat hij daar **Sietse Bakker** tegenkomt. Bakker is niet alleen eigenaar van communicatiebureau Wow!works, maar ook supervisor van het Eurovisie Songfestival en het Junior Eurovisie Songfestival. Hij vliegt een keer of zestig per jaar binnen Europa. 'Zorg dat je je tijd zo efficiënt mogelijk gebruikt', tipt hij. 'Doe zo veel mogelijk thuis. Check online in, print je boardingpass, neem alleen handbagage mee en reis businessclass om te ontspannen.' Bakker zit dus ook vaak in de Privium-lounge. 'Het aardige is dat daar vrijwel alleen Nederlanders zitten die bewust met hun tijd omgaan en vaker vliegen. Bij de KLM nemen dikke Amerikanen de ruimte in en komen hele groepen Aziaten tegelijk binnenvallen. Al die rotzooi wil je niet hebben als je zo vaak op reis bent. Het is al vermoeiend genoeg.'

## NETWERKEN AAN BOORD

Businessclass reizen doet u met een select publiek en dat kan altijd voor zakelijke kansen zorgen. 'Logisch, directeurs van grote bedrijven kom je niet tegen bij de Starbucks op Schiphol', vertelt **Bart Roelen**. Hij is directeur van Unlimited Productions, dat shows van grote dj's produceert. 'Ik reis regelmatig in mijn eentje; dan knoop je al snel een praatje aan. En in de businesslounges zitten bijna alleen maar mensen die echt wat voorstellen. Laatst heb ik zo nog een klus binnengehaald. Iemand die ik had ontmoet in een lounge, tipte mij dat een vriend van hem een feest voor zijn bedrijf wilde geven. Ik heb toen contact met hem opgenomen en zo konden wij de productie regelen.' Sietse Bakker: 'Er wordt niet specifiek genetwerkt, maar het is prettig om te reizen tussen relevante mensen. Je zit vaak naast iemand van wie je wat kunt leren of je kunt een zakelijk contact opdoen. Ik zat vorige week naast prinses Margriet in de businessclass; buitengewoon leuk om te horen waar zij mee bezig is. En ik heb eens naast iemand gezeten bij wie ik later een project heb gepitcht. Een lange vlucht maakt het makkelijker om zakelijke contacten op te doen, en je weet nooit hoe een balletje gaat rollen.' Voor Marcel Stolk hoeft het allemaal niet zo. 'Ik ben normaal altijd bereikbaar en altijd bezig. Daarom is vliegen voor mij een prettige bezigheid: het is mijn enig echte afsluiting van de wereld. Ik vind het heerlijk om even niet bereikbaar te zijn en met niemand te hoeven praten. Ik kan boeken lezen, over mijn zonden nadenken en naar een film kijken. Netwerken doe ik wel als ik ben geland.'



'HET IS  
PRETTIG OM  
TE REIZEN  
TUSSEN  
RELEVANTE  
MENSEN'

Sietse Bakker

## ZO OVERLEEFT U DE ZOMER- DRUKTE

Wat kunt u het beste doen om zo relaxed mogelijk de hel van zomers Schiphol door te komen? Vijf tips van frequent flyers.

Vlieg altijd businessclass Rust, beter eten, en de passagiers zijn er doorgaans van hoger niveau dan in de economy.

Doe-het-zelf Check online in, print uw boardingpass, reis met alleen handbagage.

Neem een abonnement op Privium Dan hoeft u niet tussen de paupers in de rij voor de paspoortcontrole te staan, maar kunt u na de irisscan meteen doorlopen. Kosten: 129 euro per jaar.

De noise cancelling-hoofdtelefoon Die filtert het gebrom van de vliegtuigmotoren. Dat geluid is niet alleen irritant, maar ook schadelijk voor het gehoor. Bovendien werkt die krijgende baby achter u minder op de zenuwen.

Een goed nekkussen Dus niet zo'n opblaasbaar ding, maar eentje met een vulling van korrels. Een must voor een gedegen dutje.



## WIE VERDIENT AAN HET PARKEREN?

Schiphol Group is veruit de grootste herbergier van stilstaand blik: alles van P1 tot P5 is van het bedrijf, met een capaciteit van 22 duizend plaatsen. Die leveren 78 miljoen euro per jaar op. Daaromheen bevinden zich ruim dertig kleinere parkeerplaatsen, niet allemaal even flitsend en doorgaans van kleine ondernemers. De 38-jarige Rozenburger **Albert Weerman** is een van de grote externe aanbieders van parkeerruimte. Aan de provinciale weg tussen Schiphol Rijk en Hoofddorp kunt u uw auto voor 34 euro per week bij hem kwijt. Daarnaast beheert zijn Albert Beheer drie parkeerterreinen onder de namen Budget Parking, Quick Parking en Best Parking. U krijgt er valet-service bij voor een tientje extra. Maar zelfs die drie bedrijven samen leveren geen hysterische bedragen op, want de afgelopen twee boekjaren groeide zijn eigen vermogen met slechts twee ton. Hoezee.

# Vertrek Departures

# 1



# WIE BEZIT DE WINKELS?

Het vastgoed is in handen van de Schiphol Group, de 114 daarin gevestigde winkels – in Schiphol Plaza en achter de douane – worden uitgebaat door middelgrote ondernemingen.

## Elektronica

**Willem Blijdorp** (59), grootbezitter van winkels op vele Europese vliegvelden, nam eind juni familiebedrijf Capi-Lux over van Peter Breuer. U kent Capi van de elektronikawinkels achter de douane. Het bedrijf bestaat al sinds eind negentiende eeuw en heeft ruim de tijd gehad om zijn trucje te kopiëren in andere landen. Als u naar Oslo, Helsinki, Frankfurt, München, Kaapstad of Johannesburg vliegt, struikelt u over de nerinkjes van Blijdorp en de zijnen. Dat levert heel



aardig op: bij 86 miljoen euro omzet draaide het bedrijf over het laatste boekjaar 2010 2,8 miljoen euro winst. Na twee beperkt verliesgevende jaren, dat dan weer wel. Capi-Lux nam in 2005 Take Off Multitronics over van oud-Ajax-voorzitter **Michael van Praag**.

## Souvenirs

Een interessant geval is World of Delights van **Frans Versluis** (65). Het is een keten van luxewinkels, waaronder Elephant Parade, Fine Food, Planes@Plaza, Say Cheese, SVNRS, Sport, Swarovski en Vlzit. Zo expressief als Versluis is in het verzinnen van namen, zo gesloten is hij in zijn omgang met de Kamer van Koophandel. Al sinds 2005 dreigt jaarlijks een boete, omdat hij zijn jaarverslagen niet deponereert. De exacte cijfers zijn dus niet bekend, maar in 2005 was dat 8,2 miljoen euro omzet met een krappe miljoen euro winst. Dan gaan we ervan uit dat het bedrijf nu niet groter is dan Capi-Lux maar wel meer winst maakt, want de marges in de elektronica liggen aanzienlijk lager dan in de toeristenprullaria.

## Kleding

Alle kledingwinkels op Schiphol worden uitgebaat door **Charles Gerzon** (73) en zijn zoon **Philip** (40). Daaronder zijn zaken als Tommy Hilfiger, Desigual, Accessorize, Hermès, Burberry en Ralph Lauren, en de heren openden onlangs ook een Victoria's Secret-conceptstore. De resultaten zijn prima, want de omzet van 41 miljoen euro over het laatste boekjaar 2010 resulteerde in 3,7 miljoen euro nettowinst.



## Parfum

Als u op Schiphol een fles parfum voor uw maîtresse, een pot dagcrème voor uw vrouw en een zonnebril voor uzelf koopt, doet u Amsterdammer **Jacques Parson** (57) een groot plezier. Ook met het vliegtuigmodel voor uw zoon, trouwens. De geuren- en toiletartikelenwinkels, cosmeticashops, drogisterijen en zonnebrilzaken behoren toe aan zijn bedrijf Kappé. In de jaren vijftig begonnen als kapsalon op Schiphol, draait het tegenwoordig 135 miljoen euro omzet. Niet alleen dankzij Schiphol, want Parson heeft ook een import- en legerfaciliteitenbedrijf. Maar hoe belangrijk de luchthaven voor hem is, blijkt uit het vehikel dat zijn Schiphol-activiteiten herbergt: dat maakte 110 miljoen euro omzet en 1,8 miljoen euro nettowinst.

## Leesvoer



Boeken- en tijdschriftenhandelaar Ako geeft geen cijfers vrij, maar directeur **Sjaak Mark** wil wel kwijt dat zijn zestien winkels op Schiphol ruim een derde van de totaalomzet van het Audax-onderdeel opleveren. Ergo: de best verkopende tijdschriftenwinkels van Nederland staan op Schiphol.

'Mensen nemen zich vaak thuis al voor om op het vliegveld nog even een boek of tijdschrift mee te nemen voor de reis.'

## Diamanten

De belangrijkste verkoper van juwelen, horloges en andere luxewaren op Schiphol is Gassan Diamonds. Hoeveel de vijftien verkooppunten van het bedrijf precies binnenhalen, houdt directeur **Benno Leeser** liever in het vage. 'Maar bij elkaar is het ongeveer een vijfde van onze totaalomzet.' Het bedrijf zit al sinds 1967 op Schiphol en verkoopt zijn waren vooral aan Chinezen, Britten, Amerikanen en Russen. En Nederlanders. 'Zij vormen het grootste deel van de bezoekersstroom.'

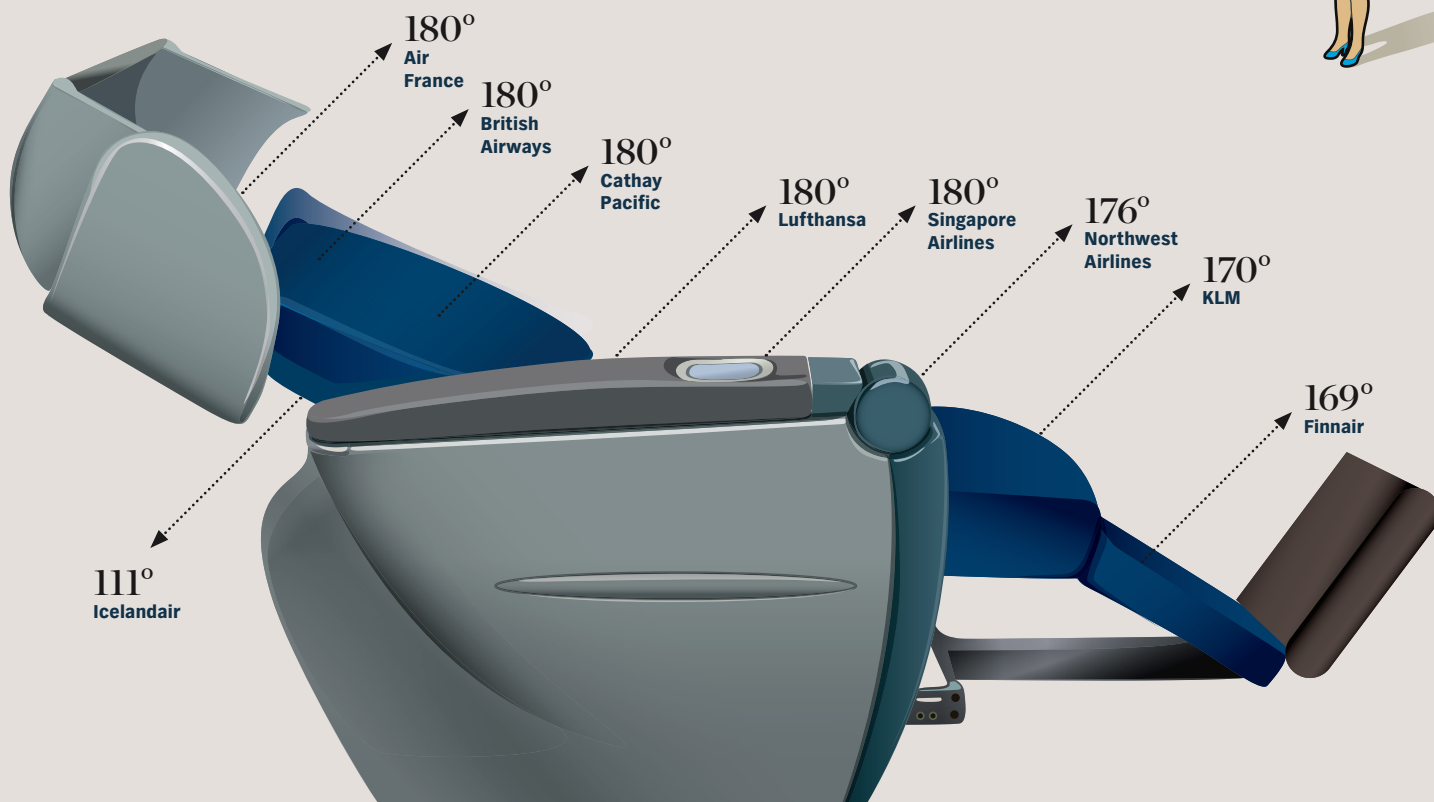
## EET- EN DRINKMILJOENEN

De horeca op Schiphol oogt rijk geschaard, maar achter de douane wordt alles wat het maag-darmstelsel aangaat gerund door slechts twee bedrijven. Het grootste is HMSHost, oorspronkelijk onderdeel van het Amerikaanse Host Marriott (van de hotels) en sinds ruim een decennium van het Italiaanse Auto-grill. HMSHost heeft zeventig restaurants en waterplaatsen op Schiphol, waaronder La Place, Park Café, biertent Het Paleis en Bubbles Seafood & Wine. HMSHost is een kassa die 24 uur per dag, 365 dagen per jaar rinkelt. Over het

laatste boekjaar 2010 bedroeg de nettowinst 10,3 miljoen euro op een omzet van 86 miljoen. Het jaar ervoor was dat 8,5 miljoen. Het tweede horecabedrijf is SSP, een Britse multinational met een jaaromzet van ruim drie miljard euro. Kent u niet? Wel de franchises van SSP op Schiphol: Starbucks, Burger King, Ben & Jerry's en Pizza Hut, en verder Grand Café Amsterdam en Pizza Pasta Panini. Hoeveel dat allemaal oplevert, is een raadsel. Het bedrijf deponereert niet in Nederland en de cijfers van SSP als geheel zijn geconsolideerd.

## HOE VERSTREKKEN DE BENEN?

Alleen in het vliegtuig geldt: hoe platter, hoe beter.



### Stoelbreedte businessclass

Lufthansa	..... 53 cm	Northwest Airlines	..... 52 cm	British Airways	..... 51 cm
Finnair	..... 65 cm	KLM	..... 53 cm	Singapore Airlines	..... 76 cm
Icelandair	..... 52 cm	Air France	..... 54 cm	Cathay Pacific	..... 81 cm

## WELKE BUSINESSCLASS?

Er was een tijd dat vliegen ronduit oncomfortabel was, hoeveel u ook betaalde voor een ticket. Natuurlijk kon u een stoel in de businessclass boeken en dan kreeg u een bordje gerookte zalm, wat glazen champagne, en de stewardess lachte wat vaker naar u. Maar een businessclass-stoel was hooguit een paar centimeter breder en kon een fractie verder naar achteren kiepen dan een stoel in het plebsgedeelte. Dus

of u nou voor of achter het gordijn zat, u kwam gebroken aan. Dat tijdperk is gelukkig voorbij. Quote testte de businessclass van een aantal belangrijke luchtvaartmaatschappijen die op Schiphol vliegen. Aan u de keuze.



beeld Kay Koenen

### Stoelafstand businessclass (boven) Stoelafstand economyclass (onder)

Air France	..... 83 cm	.....155 cm
British Airways	..... 79 cm	.....185 cm
Cathay Pacific	..... 81 cm	.....152 cm
Finnair	..... 81 cm	.....160 cm
Icelandair	..... 81 cm	.....99 cm
KLM	..... 79 cm	.....152 cm
Lufthansa	..... 81 cm	.....152 cm
Northwest Airlines	..... 81 cm	.....152 cm
Singapore Airlines	..... 81 cm	.....147 cm