

GreenNest

hotel en experience
voor groen geluk

marktconsultatie

28 April 2014



A close-up photograph of a dense field of green four-leaf clovers. The leaves are vibrant green and have a slightly glossy texture. In the center of the image, there is a white gear-shaped logo. The logo consists of a central circle with a smaller circle inside it, and the words "GREENWICH" and "ST. GEORGE" are written in a circular path around the central circle, following the shape of the gear's teeth.

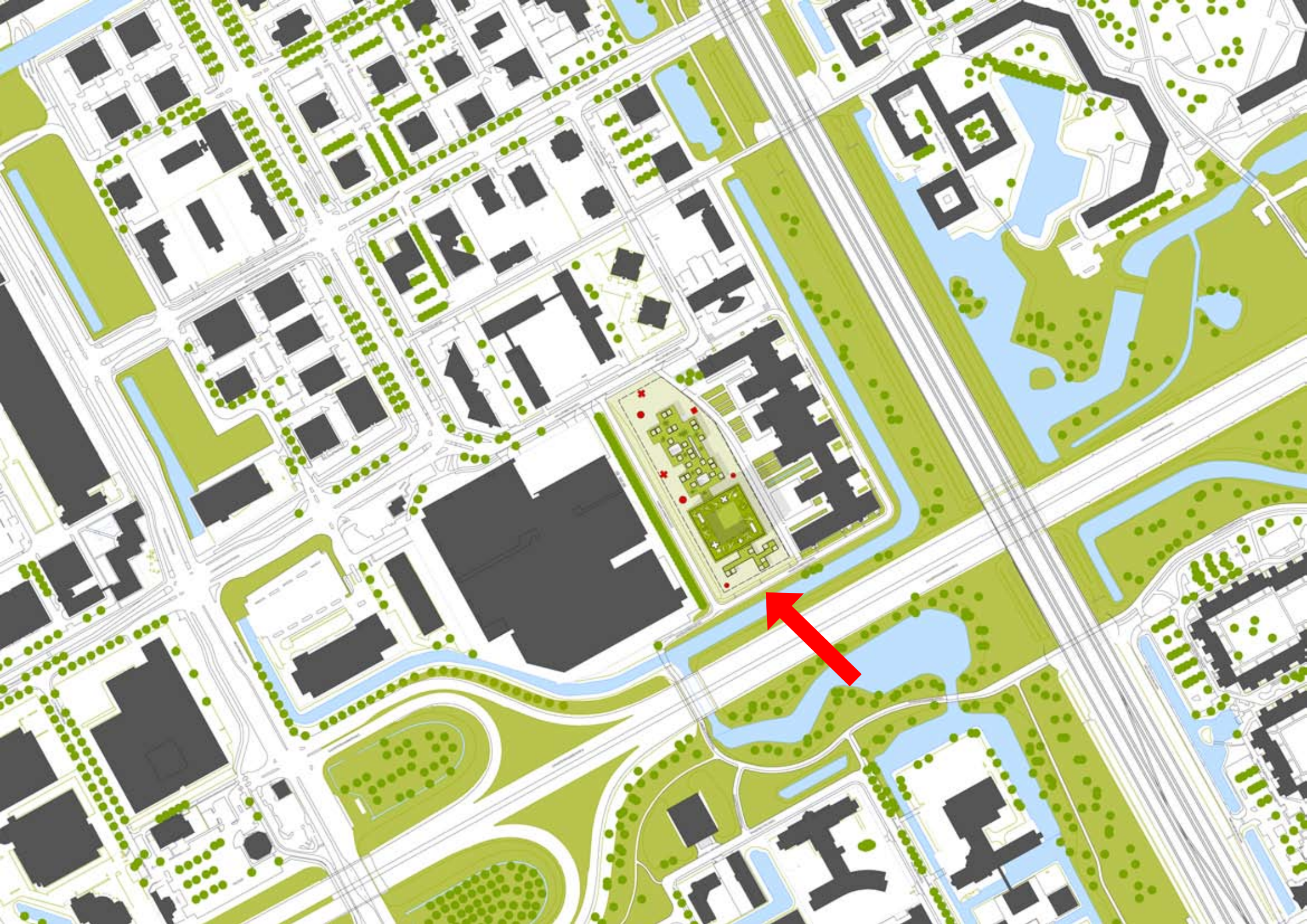
GREENWICH
ST. GEORGE

GreenNest - hotel en experience - marktconsultatie

voor groen geluk

inhoud

1. Introductie	5
2. Aanbod en vraagstelling	6
3. Beschrijving project	10
- Randvoorwaarden	13
- Locatie en kavel	16
- Project in detail	18
- Concept	20
- Customer journey	22
- Plattegronden	24
- Parkeren	34
- Vlekkenplan	36
Colofon	38



1. Introductie

InnovatieNetwerk (ministerie van EZ) heeft met de private stichtingen voor innovatie in de glastuinbouw (SIGN) en de gastvrijheidssector (STIRR) het initiatief genomen tot een icoonproject voor beide sectoren: GreenNest. GreenNest is een bijzonder groen hotel gecombineerd met een tuinbouwexperience. Het hotel gaat ca. 200 kamers tellen op 8.300 m2. De gehele experience strekt zich over ca. 10.000 m2. De gemeente Amsterdam ondersteunt het project en stelt een uitstekende locatie beschikbaar.

GreenNest brengt Groen Geluk door een nieuwe belevingswijze te bieden van de kracht en pracht van het plantenrijk. Naast innovatieve producten zoals groene wand systemen valt onder de brand GreenNest het hotel- en leisure concept, dat we in dit document toelichten. In samenwerking met de gemeente Amsterdam is het GreenNest hotel & experience concept uitgewerkt voor een aantrekkelijke zichtlocatie aan de A9 in Amsterdam-Zuidoost, direct naast de vestiging van Ikea. De locatie is zowel met de auto als het openbaar vervoer uitstekend bereikbaar.

Dit document beschrijft de achtergrond, het aanbod en de vraagstelling in het kader van de ontwikkeling van het GreenNest hotel- & experience concept. We nodigen marktpartijen uit mee te denken om dit project te realiseren.

Wij geloven dat hotelgasten en dagrecreanten toe zijn aan een unieke manier van verblijf en vermaak. GreenNest biedt daarom:

- Slapen in hanging lodges met uitzicht op het groen uit verschillende werelddelen en op Amsterdam
- Interactieve beleving van groen met alle zintuigen
- Groen (fun)shoppen op een goed bereikbare locatie
- Een plek waar je gelukkig van wordt.

Nederland is wereldwijd beroemd vanwege de sierteelt. Jaarlijks komen alleen al 800.000 mensen naar de Keukenhof, die slechts twee maanden geopend en lastig te bereiken is.

Het onderscheidende profiel van GreenNest maakt het concept beter en breder exploitabel dan een gemiddeld investeringsproject op hotel- en leisuregebied.

- Het concept voldoet aan de vraag naar vernieuwing in de hotelbranche voor zakelijke en andere bezoekers
- De groene ambiance is niet slechts een decor voor de bezoekers, maar maakt essentieel onderdeel uit van (gescheiden) exploitaties op het gebied van:
 - o Handel- en businesscentrum rondom producten en diensten van de sierteelt (B2B)
 - o Groene experience voor bezoekers uit de randstad metropool (B2C)
- Het project zal als architectonisch landmark gasten en bezoekers uit de gehele wereld trekken
- Het project biedt een 24/7 belevingswereld in een zich sterk ontwikkelend en goed bereikbaar deel van Amsterdam

Het unieke karakter en de vormgeving maken van het project een toekomstbestendige investering:

- De multifunctionele uitvoering met grote ruimtelijke vrijheden zorgt voor een brede basis in exploitatiebaarheid waarbij de unieke uitstraling topexploitanten en huurders zal aantrekken
- Door het “dubbele” gebruik van de verdiepingsvloeren ontstaat een gunstige bruto/netto-verhouding van het vastgoed waardoor de verhuurbaarheid boven het gemiddelde ligt
- Het constructieprincipe maakt toekomstige functieoptimalisatie tot zelfs gehele transformatie mogelijk zonder extra investeringen in de draagstructuur en afbouw. Hiermee zijn meerdere opeenvolgende exploitatieperiodes rendabel en realistisch
- Uiteraard is het gebouw gemaakt van en ingericht met duurzame materialen

GreenNest is een aantrekkelijk concept voor gasten en bezoekers en een uitstekend project voor exploitanten en investeerders.



KEUKENHOF 24/7

2. Aanbod en vraagstelling

InnovatieNetwerk heeft als initiatiefnemer het GreenNest concept ontwikkeld en nodigt marktpartijen uit te participeren. De beoogde exploitant(en) heeft/hebben de ruimte om (binnen de ambitiekaders van InnovatieNetwerk) het hotel- en leisureproject vorm te geven. De randvoorwaarden staan op pagina 13-15. Daarnaast is een belangrijke voorwaarde dat de exploitant het imago en de kennis van de Nederlandse sierteeltsector gebruikt in de bedrijfsvoering.

Met dit document gaan wij met geïnteresseerde partijen het gesprek aan om GreenNest te realiseren. Marktpartijen kunnen op verschillende manieren participeren:

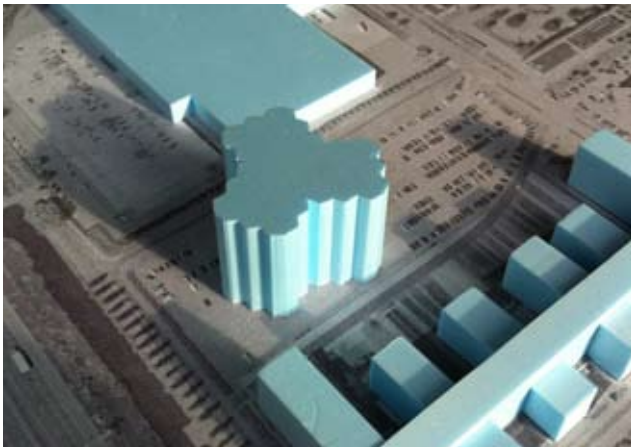
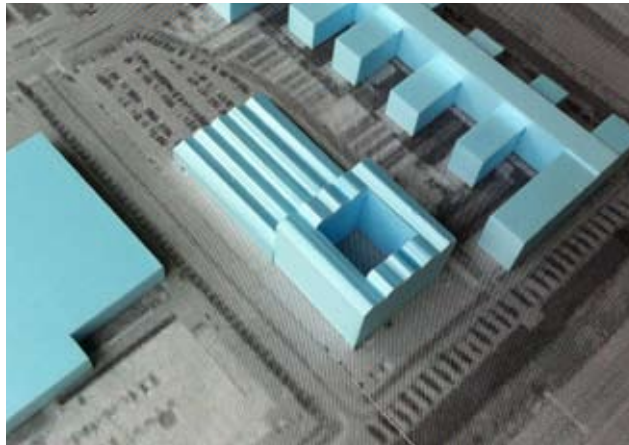
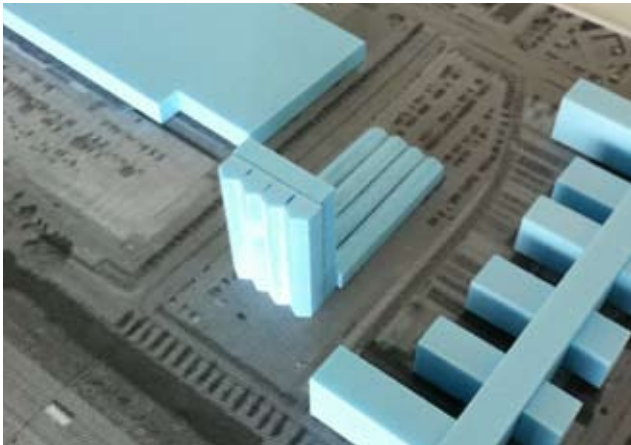
De exploitant bepaalt de exacte uitvoering en inrichting in overleg met de initiatiefnemers.

- de hoofdrol is weggelegd voor de exploitant(en)
- bouwers en technisch adviseurs kunnen bijdragen aan een kostenefficiënte realisatie en bedrijfsvoering
- ondernemers uit sectoren als hospitality, agri-business, farmacie, health care, wellness etc. kunnen participeren als leveranciers of co-exploitant van ruimtes
- investeerders kunnen al dan niet risicodragend participeren

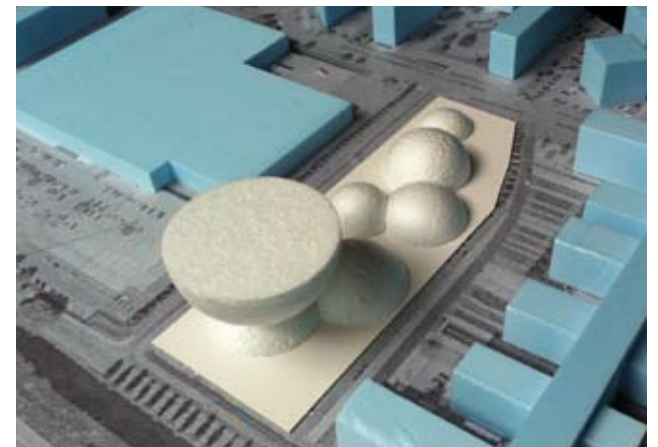
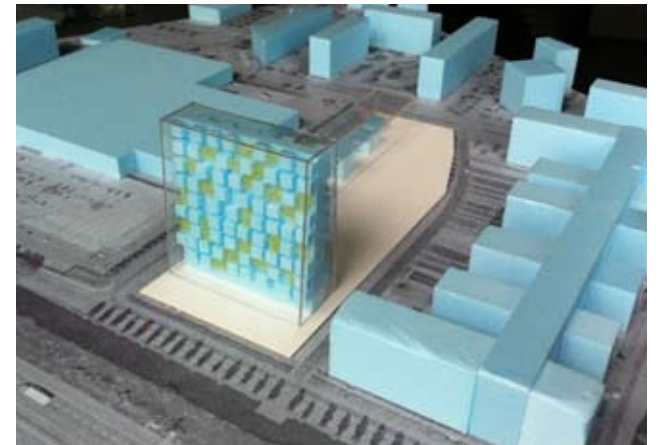
Zowel InnovatieNetwerk als de gemeente Amsterdam zullen hun netwerk beschikbaar stellen en partijen waar nodig ondersteunen in het leggen van verbindingen.



vormgevingsstudie



voorbeelden ontwerpprocess



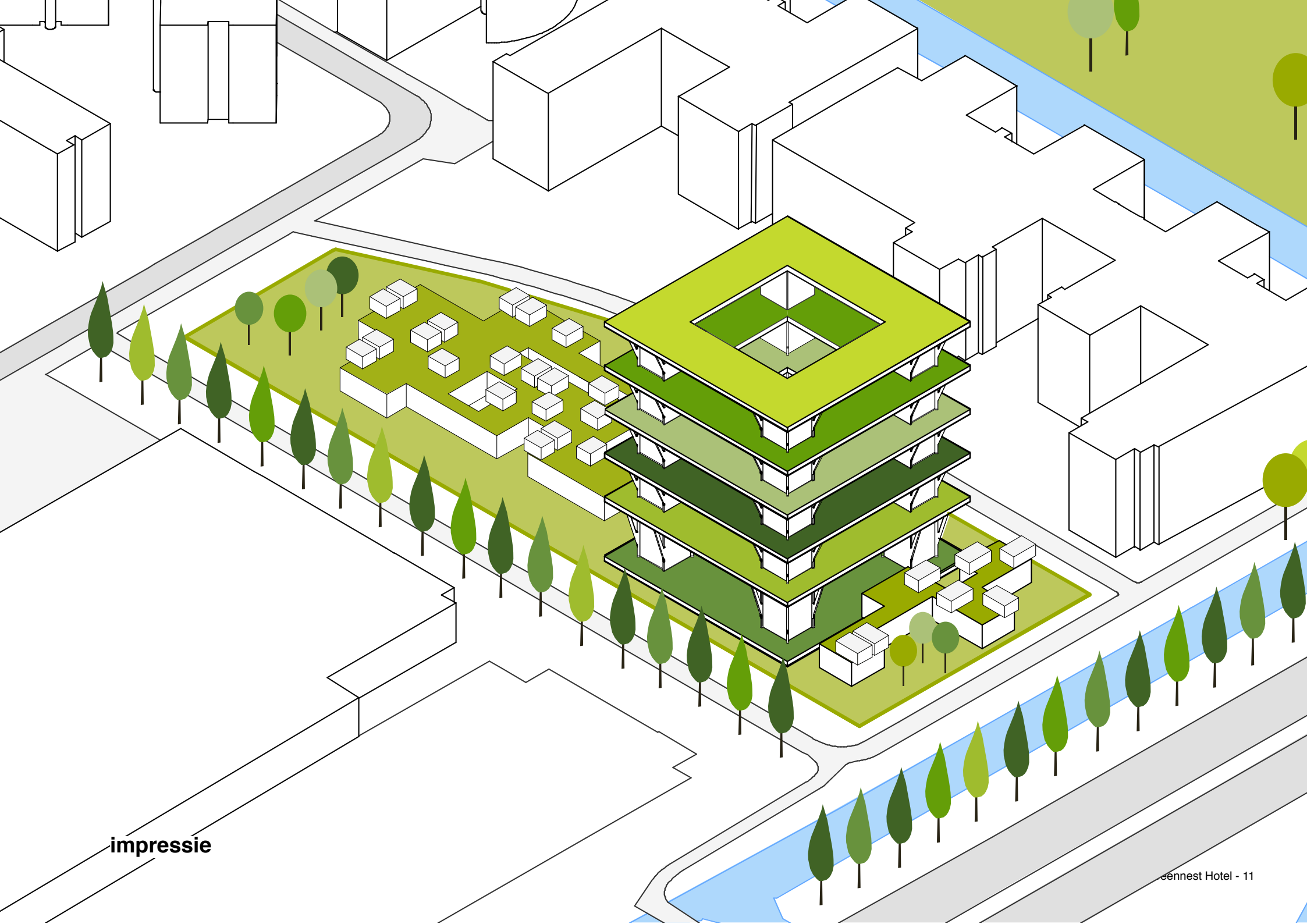
schetsontwerp

3. Beschrijving project

Het bijzondere aan het concept wordt de unieke manier van groenbeleving. Het groen vormt de essentie van de interactieve beleving en is daarin zo onderscheidend dat het hotel en de experience de place to be worden. Op de sociale media schrijft iedereen aan zijn of haar vrienden dat je er echt een keer geweest moet zijn. En ben je eenmaal geweest, dan wil je zeker terugkomen. Het hotel zal in trek zijn bij internationale bezoekers, zowel zakelijk als toeristisch. De tuinbouwwereld trekt veel bezoekers, die voor de bijzondere vormgeving en de unieke beleving komen. Met een 4D lift snelt de experience bezoeker naar de bovenste verdieping waarbij hij een virtuele reis door een plant maakt van de wortels naar de bloem. Boven – op 60 m hoogte – wacht hem een schitterend uitzicht over Amsterdam. Als de bezoeker zijn reis vervolgt passeert hij van boven naar beneden verschillende verdiepingen die zijn gethematiseerd naar de verschillende werelddelen en biotopen van onze aarde. Onderweg kan hij bijvoorbeeld theedrinken in een Chinese theetuin, een drankje laten mixen in de Scandinavische bosbessenbar, zijn eigen kleur samenstellen met behulp van

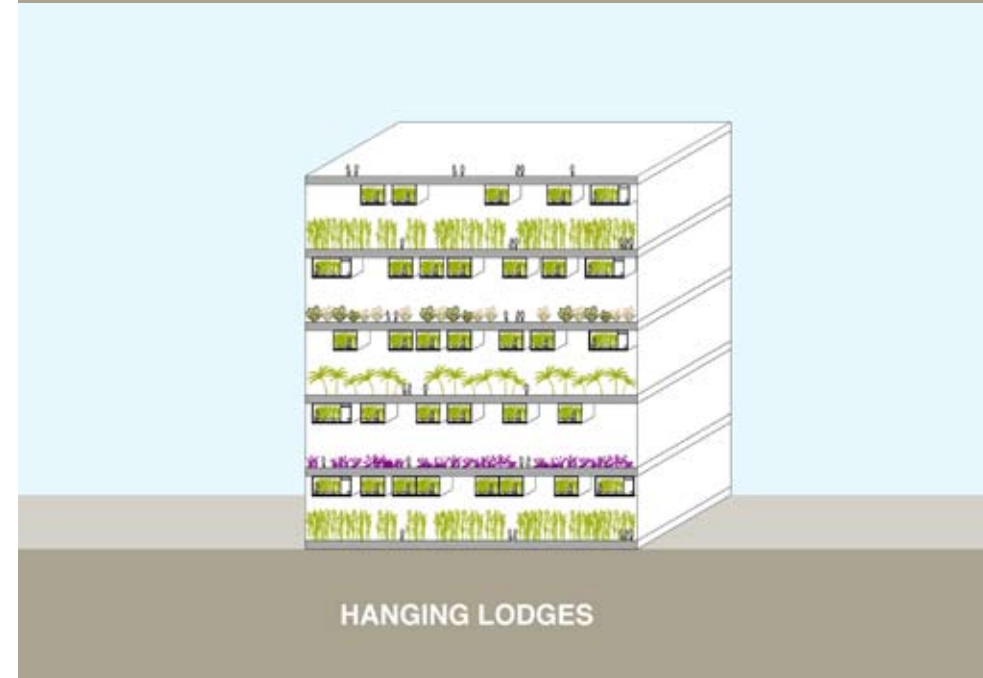
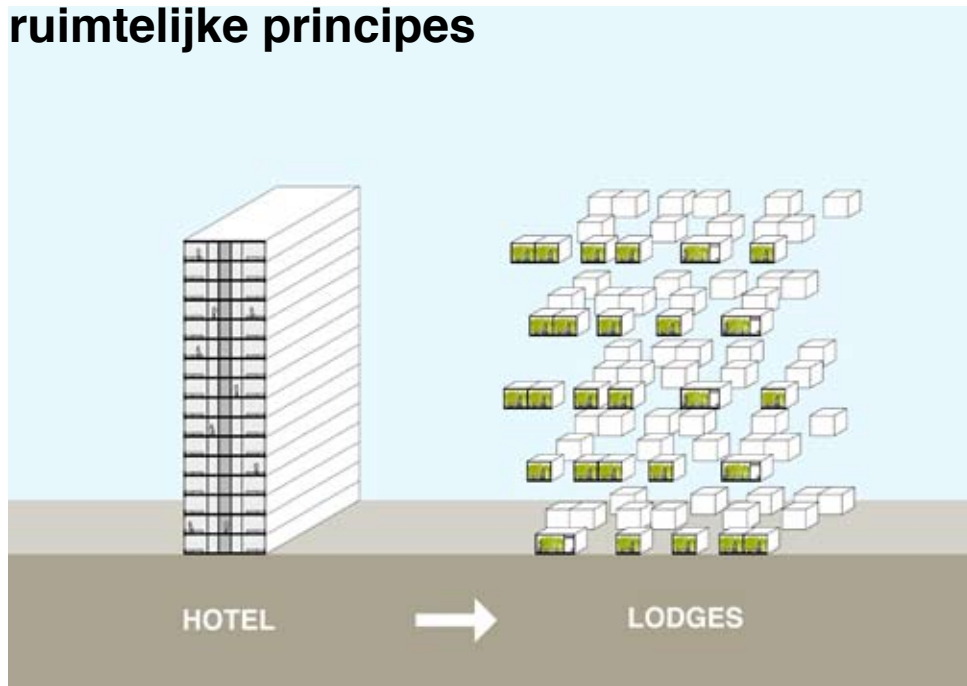
een waaier van plantaardige grondstoffen, de bouwkwiteit van bamboe testen, enzovoort. Beneden aangekomen maakt hij gebruik van het in het groen badende restaurant. De grootste biologische supermarkt van Nederland maakt onderdeel uit van het shopping gedeelte. Verderop hebben we een customer journey dieper uitgewerkt.

De hotelbezoeker zal zich na een drukke dag ontspannen in een van de vele groene bars van het hotel, of hij kan zich terugtrekken op zijn verdieping. Overdag bezoekt hij het congrescentrum op de begane grond, vergadert in het groen of vertrekt naar het centrum van Amsterdam om andere toeristische attracties te bezoeken.

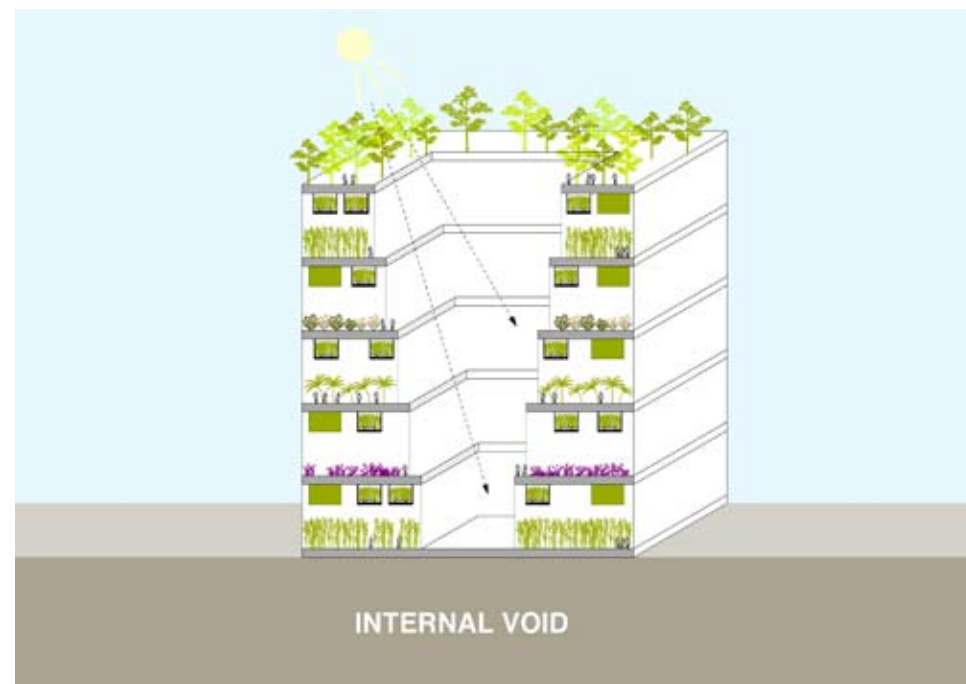
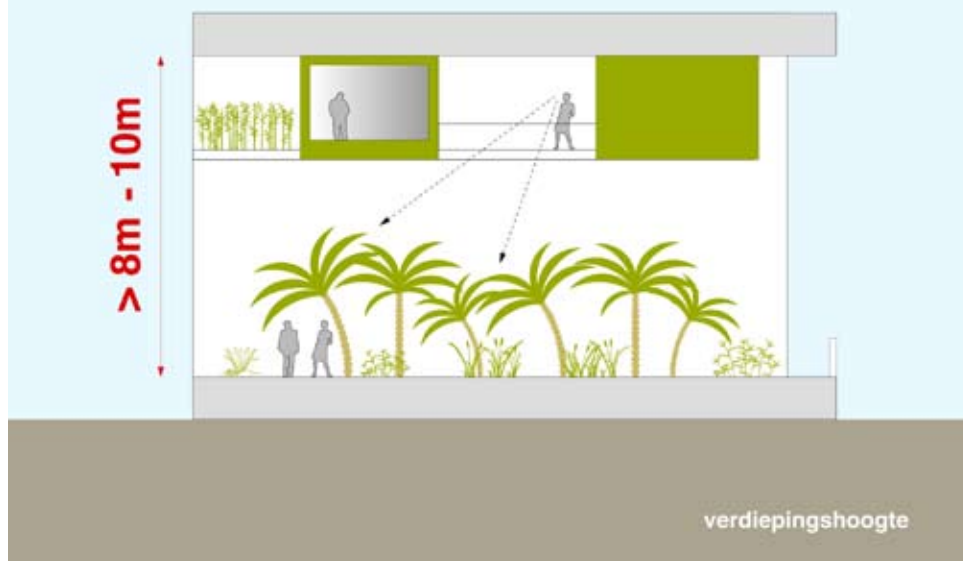


impressie

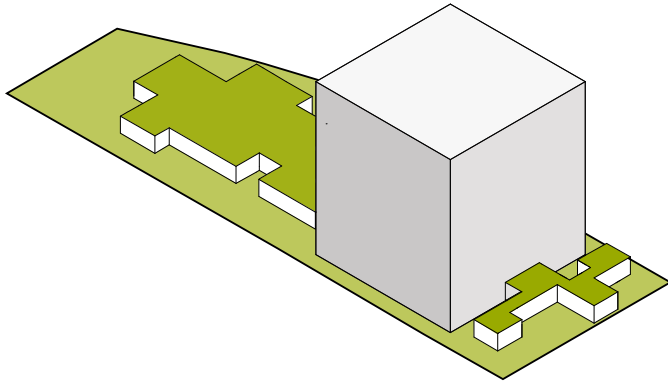
ruimtelijke principes



randvoorwaarden



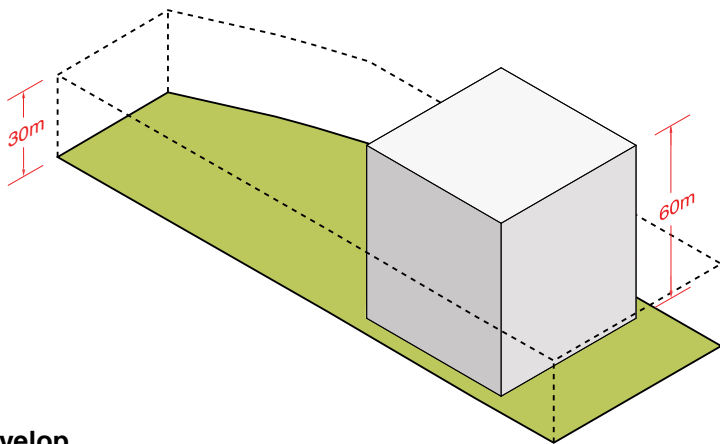
randvoorwaarden



stedenbouwkundige randvoorwaarden:

- floor space index FSI (bvo / kavel) = minimaal 1,5
- footprint max. 60% van de kavel

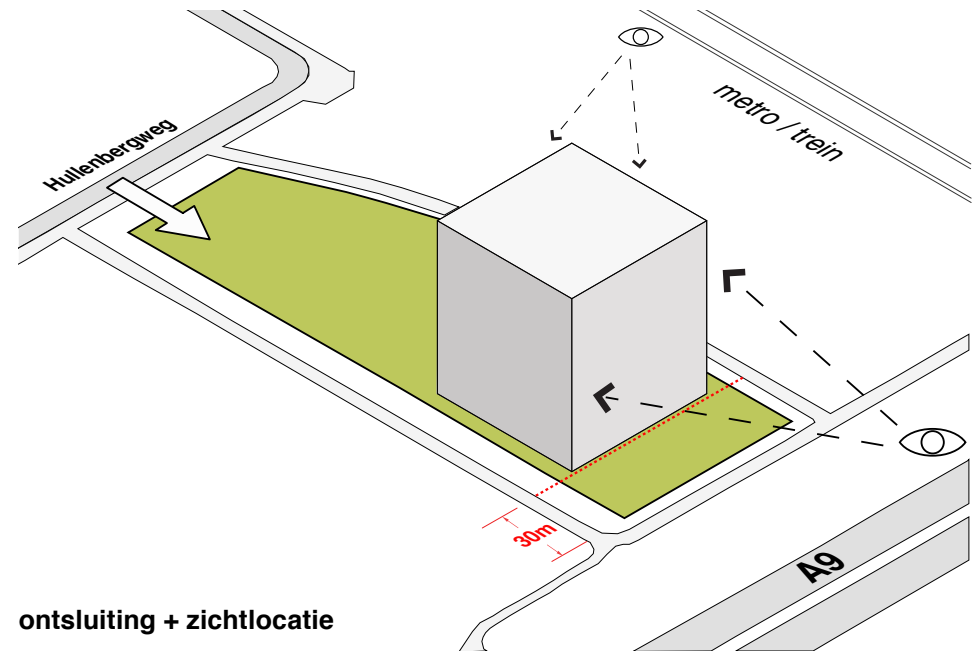
kavel 12.850 m²
 bvo min = 19.275 m²
 footprint plint = 5.770 m²
 < 60% kavel



envelop

- bouwhoogte 30m
- accenten tot 60m mogelijk

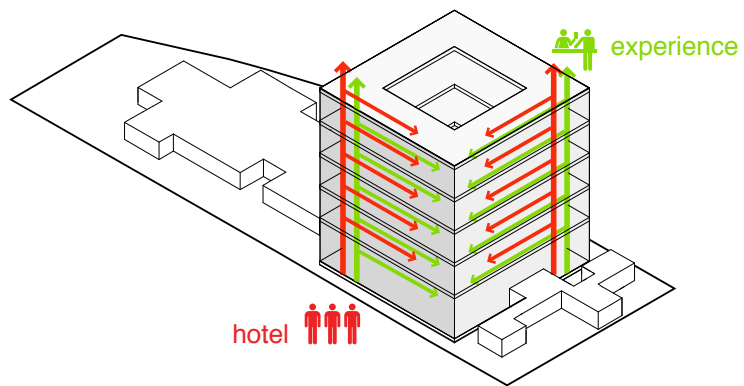
- Vermenging functies (hybridisatie)
- Stapeling van werelddelen/biotopen/landschappen/uitkijkpunt op het dak
- Hanging lodges
- Geloofwaardigheid groen/bloei, onderhoudbaarheid
- Gebouwhoogte, verdiepingshoogte
- Kolomvrije overspanning
- Vides
- Markant gebouw, goed zichtbaar vanaf snelweg en trein



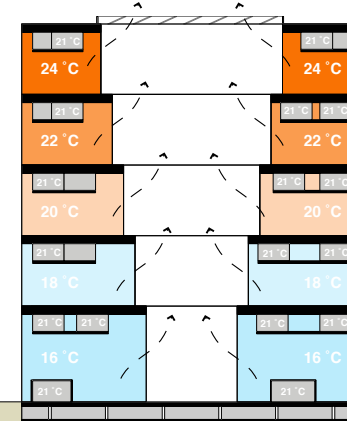
ontsluiting + zichtlocatie

randvoorwaarden

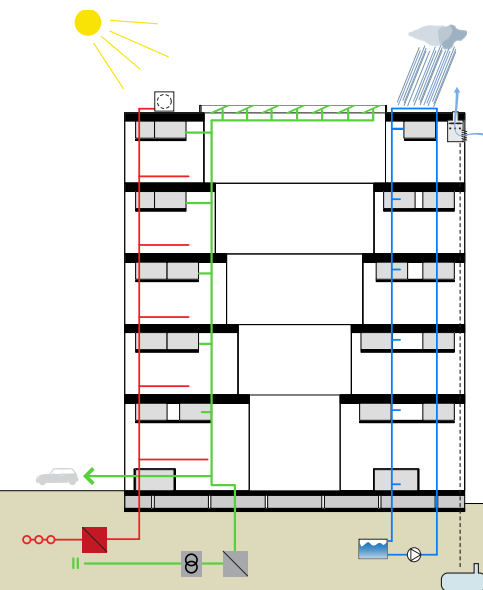
- gevarieerd binnenklimaat voor verblijfsruimtes en planten
- gebruik van duurzame materialen
- Scheiding van logistieke- en bezoekersstromen
- Daglichteisen
- Parkeren



logistiek / bezoekersstromen



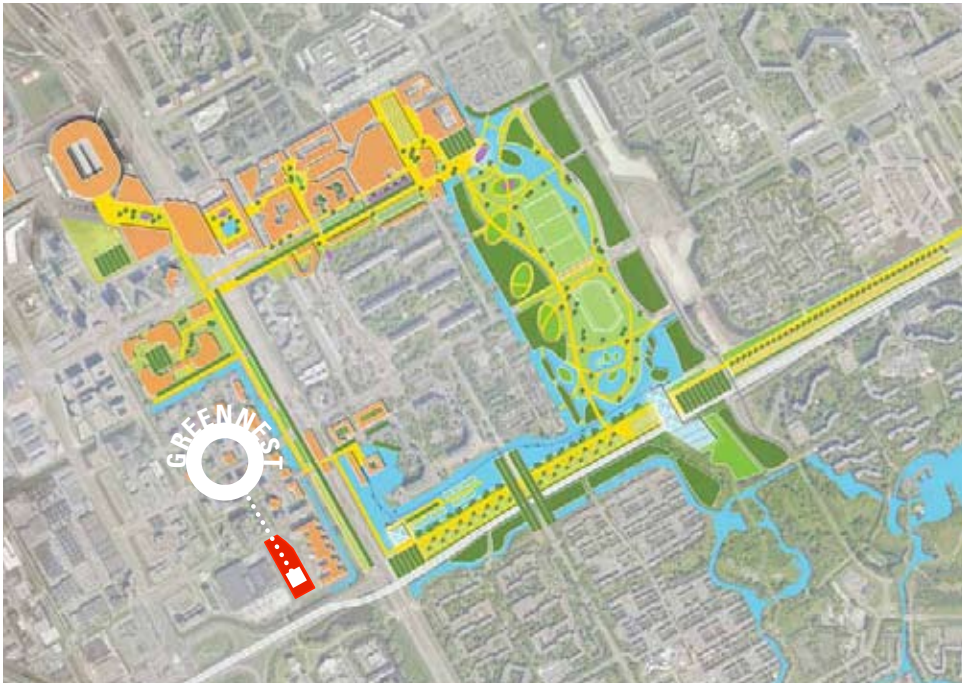
klimaat / temperatuur



duurzaamheid

locatie + kavel

De betreffende locatie in Amsterdam-Zuidoost ligt binnen het gebied dat voor de Floriade-bid van Amsterdam werd aangewezen. De gemeente streeft een flinke verandering en stedelijke opwaardering van het gebied na. “De Gemeente wil van Amstel III een gemengd en attractief stedelijk gebied maken met een rijke diversiteit aan aantrekkelijke, publiek trekkende en verzorgende functies.” (Ron van Heusden, stedenbouwkundige DRO). GreenNest is zowel ambtelijk als bestuurlijk (bestuurlijk overleg d.d. 18 december 2013) zeer goed ontvangen.



bereikbaarheid:

- 3 min loopafstand Metro Bullewijk
- 13 min Taxi Waterlooplein
- 14 min Intercity Station Bijlmer - Schiphol
- 17 min Taxi Schiphol
- 20 min Metro Centrum



Project in detail

De uniciteit van het hotel en tuinbouwexperience concept GreenNest schuilt in een viertal elementen:

- Om te beginnen vormt het gebruik van planten en gewassen in de inrichting en aankleding geen decor maar is wezenlijk onderdeel van de beleving. De bezoeker ervaart de schoonheid van de groene entourage met zijn zintuigen, en kan actief aan de slag gaan: (bijvoorbeeld zelf bollen planten of thee plukken)
- Elke verdieping is gethematiseerd naar een werelddeel. Hier wordt de oorsprong en bestaansreden van de Nederlandse tuinbouw getoond en uitgelegd. Met elk product wordt een verhaal op interactieve wijze verteld over het economische maar ook culturele belang ervan voor de tuinbouw. Zo zijn bloemen uit de hele wereld (zoals bijvoorbeeld tulpen uit Turkije) nu een belangrijk Nederlands exportproduct geworden.
- De beleving van de hotelgasten is uniek vanwege de volledig groene omgeving. De hotelkamers bestaan uit lodges die in het gebouw hangen. Vanuit de lodges is er steeds schitterend uitzicht op de groene werelddelen, die op elke verdieping verschillend zijn vormgegeven. De basisvorm van de hotelkamers is in principe wel gelijk, zodat ze seriematig te produceren zijn.
- Ook degenen die alleen ontspanning zoeken voor kortere tijd zullen zich thuis voelen in de groene bars en restaurants met hun aangename binnenklimaat en prettige akoestiek.

GreenNest toont met de verschillende werelddelen verspreid over de verdiepingen in een gebouwcomplex een verticale stapeling van landschappen: een permanente Floriade. Een unieke kans om de Nederlandse tuinbouw onder de aandacht te brengen van de miljoenen bezoekers die Amsterdam elk jaar trekt.

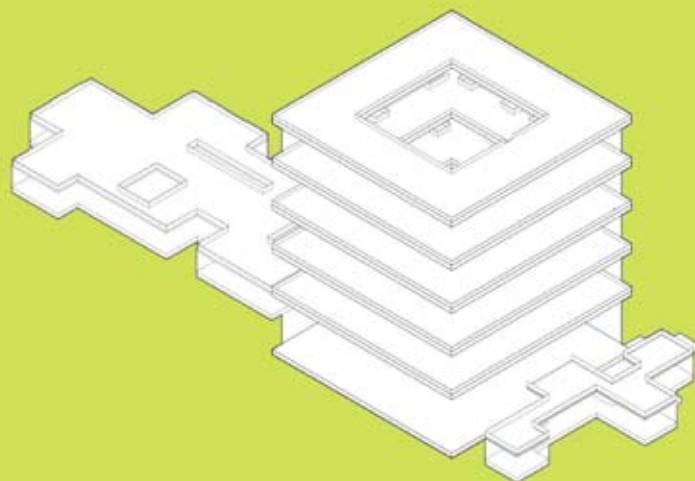
Juist in het kantorengedebiet van Amsterdam-Zuidoost brengt GreenNest leven in de brouwerij. GreenNest zorgt letterlijk voor de gewenste verkleuring, zowel in functie als in stedenbouwkundige beleving. De ambities van het concept zijn zeer hoog. Het gebouw zal zo markant zijn, dat alleen dat al reden voor een bezoek is. Het zal daarom ongetwijfeld veel toeristisch bezoek genereren, een welkome aanvulling op de stroom zakelijke bezoeken en de grote aantallen bezoekers van Ikea. Op deze locatie moet een aantal van 300.000 – 400.000 bezoekers per jaar haalbaar zijn.

Ter vergelijking: de Keukenhof trekt op een moeilijk te bereiken locatie in twee maanden 800 000 bezoekers.

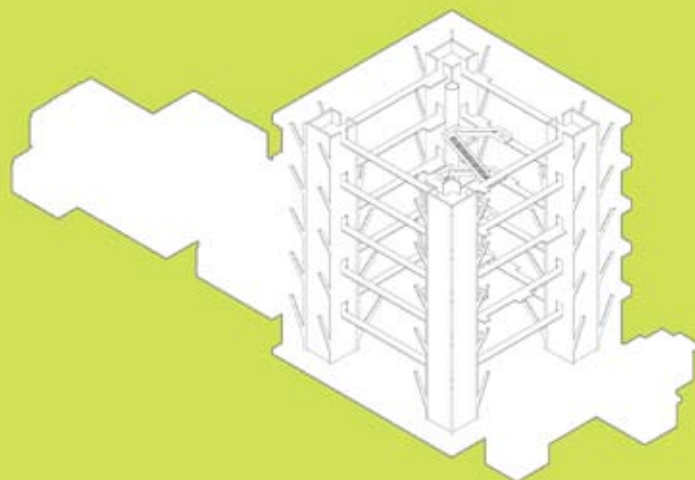
Beleving: zintuigelijk én interactief

De beoogde exploitant kan zelf aangeven op welke wijze hij de beleving wil vormgeven; vanuit het ontwerpteam is gekozen voor per verdieping verschillende werelddelen als ordenend concept.

Elk werelddeel of biotoop is in essentie op twee manieren te ervaren. Allereerst met de zintuigen: zien, ruiken, horen, voelen, etc. Maar ook interactief, door te doen, door met kleuren of geuren aan de slag te gaan. De Azië biotoop is bijvoorbeeld geïnspireerd op een theeplantage en bamboebos en de experience-elementen bestaan uit een bamboewerkplaats en een bar waar de bezoekers zelf hun eigen unieke thee kunnen mengen, drinken en kopen. De Afrika biotoop is geïnspireerd op bloemen en kruiden en de bezoekers kunnen zelf kleuren mengen met plantardige grondstoffen. Steeds wordt een relatie gelegd met de herkomst en uniciteit van de grondstof en de toepassing en waarde ervan in onze samenleving.

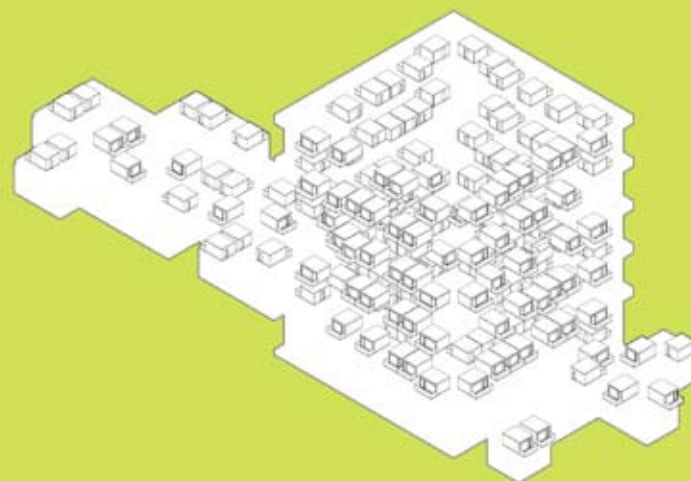


experience levels

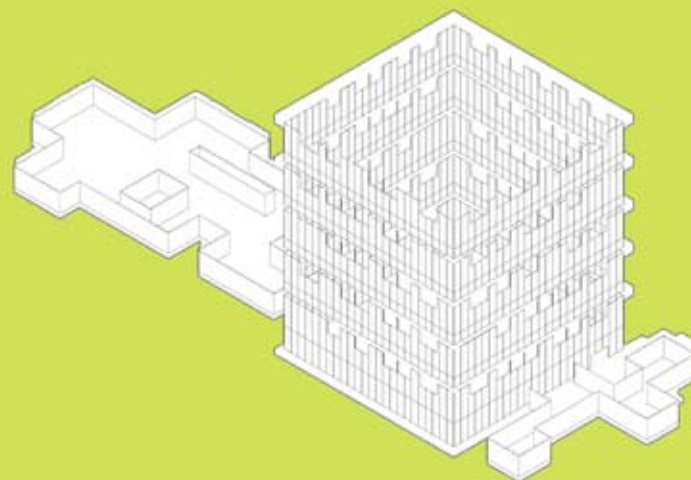


kernen + circulatie

gebouw



lodges



20% glas
80% ETFE

kostenefficiënte gevel

concept gebouw





maquette 1/500

customer journey

voor aankomst/reservering

We zijn met de kinderen onderweg naar de GreenNest Experience in Amsterdam. Nog nooit geweest, maar wel heel veel over gelezen, gehoord en gezien. Het is een combinatie van een hotel met kas, grotendeels overdekt. Groen, biologisch en toch heel erg hip en er schijnt van alles te doen te zijn. Met name de toepassing van groen in de ruimtes schijnt spectaculair te zijn. Via internet hebben we kaarten besteld en de app geïnstalleerd op onze smartphone zodat we de Experience ten volle kunnen beleven. We zijn benieuwd!

aankomst

Op de snelweg bij Amsterdam zien we GreenNest al liggen. Wow! Imposant gebouw. Daar kun je niet omheen. We rijden vlot naar het hotel, prima instructies en signage. De parking bevindt zich onder het hotel, volledig weggewerkt en onzichtbaar. Als we uitstappen piept de smartphone. Een bericht. “welkom bij GreenNest!” en we zien tevens instructies waar we heen moeten voor ontvangst.

ontvangst

Als we aankomen zien we een gezellige drukte. Een drukte die in alles blijkt mee te vallen. “Jullie moeten de familie De Bruin zijn.” zegt een hostess vriendelijk, “Welkom in de GreenNest experience.”

Ze geeft ons allemaal een bril en vraagt ons om die op te zetten. Het blijkt een interactieve bril te zijn, waarop we tijdens de Experience beeld, informatie, tekst

en uitleg kunnen verwachten. “Cool dit!” zegt één van de kinderen.

De hostess legt wat uit over de werking van de bril en nodigt ons uit in de lift.

“Hier begint jullie experience” zegt ze. “Veel plezier!”

De deuren van de lift sluiten en het blijkt hier ook echt te beginnen. We bevinden ons midden in een plant en maken er een soort reis van wortel tot bloem.

Spannend en overweldigend. Je weet dat het niet kan, maar het voelt levensecht

experience

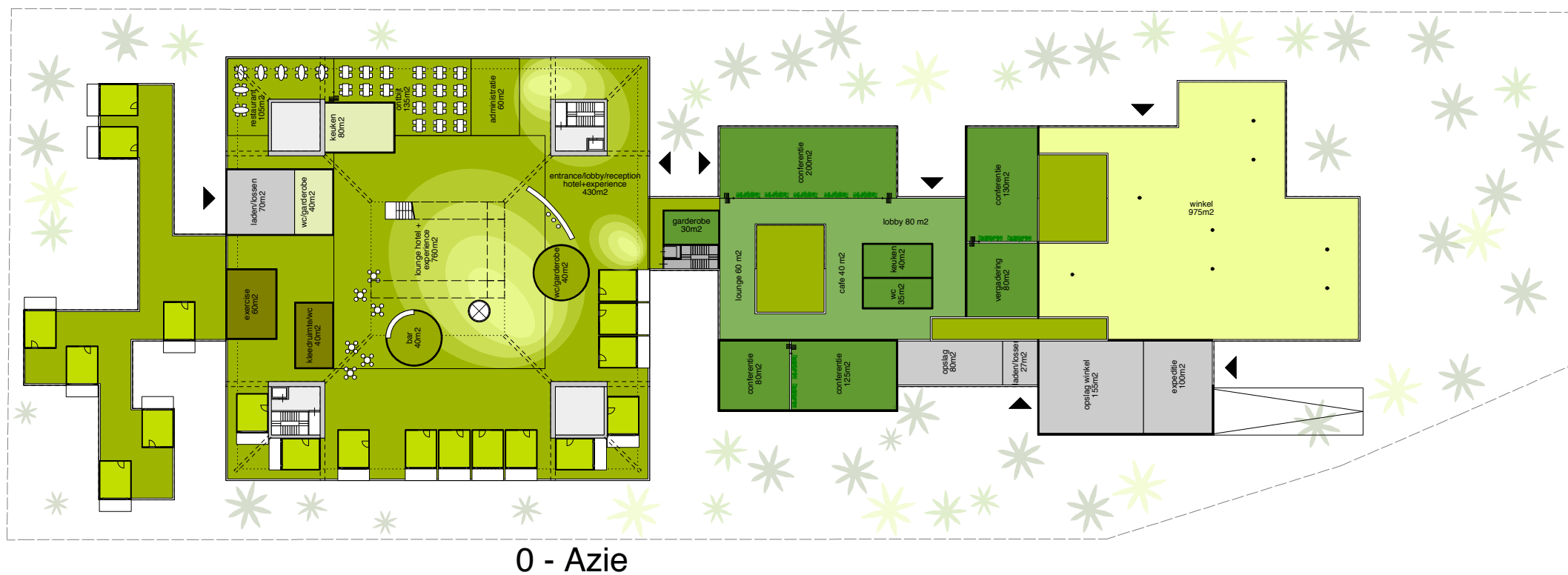
Als de deuren van de lift openen, stappen we uit in een dakpark met een waanzinnig uitzicht over de hele omgeving. Prachtig. We blijven een tijdje staan kijken en gaan dan op pad. Onze brillen geven ons instructies over de te volgen route en leggen ons continu uit wat we waarnemen.

De Experience is eigenlijk een lange reis van bovenop het gebouw naar beneden. Verrassend is dat het gebouw als hotel dienst doet. Aan het plafond van de verschillende etages hangen hotelkamers. Het moet waanzinnig zijn om vanuit je hotelkamer zo in de biotopen te kunnen kijken.

We lopen verder en doorkruisen allerlei gebieden. Van Afrika tot Scandinavië en van Azië tot de Middellandse Zee. Sommige stukken zijn overweldigend door wat je ziet, andere delen weer door wat je ruikt. De bril maakt ons opmerkzaam op allerlei zaken waar we met gemak overheen zouden kijken, en daardoor zien en ervaren we echt veel meer...



begingrond



De bijenkolonie in één van de gebieden bekijk je toch echt anders met de uitleg erbij, dan wanneer je er zomaar langs was gelopen. Fascinerend. Exotische planten herkennen we ineens als voedsel door de projecties in onze bril. Wat het mooie is aan de experience is dat deze enerzijds leerzaam en educatief is, maar dat het anderzijds nergens droog of saai wordt. Er is dan ook veel te doen. In de Middellandse Zee biotoop zien we mensen die met verse bloemen en planten parfum leren maken. Ergens anders zijn mensen bezig om immens grote groene wanden te decoreren met allerlei soorten planten. Aan de ene wand gaat het om het visuele aspect en de kleur van de planten. De andere wand gaat helemaal uit van geuren. Door sommige planten te combineren ontstaan de meest heftige geursensaties. Ontzettend leerzaam en indrukwekkend allemaal. Waanzinnig mooi ook hoe de techniek verwerkt is in de ruimte. Leidingen en buizen zijn niet knullig weggewerkt omdat ze niet in de omgeving zouden passen. Integendeel ze zijn gewoon onderdeel van de ruimte en storen daardoor niet. Naast leidingen en buizen voor ventilatie lopen weer enorme buizen waarin glijbanen blijken te zitten. Zo kom lekker snel een verdieping lager. Fun!

food outlets

Voordat we het laatste stuk van de experience ingaan besluiten we snel iets te eten. We hebben de keuze, zo blijkt! Want we kunnen onze lunch halen waar we maar willen. Verspreid over de begane grond zijn de nodige 'outlets' waar allerlei verschillende gerechten te krijgen zijn. Van salades tot soepen, van bioburgers tot

pastagerechten met streekgroenten. We nemen allemaal iets anders en genieten van onze lunch in het groen.

Als we uitgegeten zijn gaan we naar het laatste stuk van de experience.

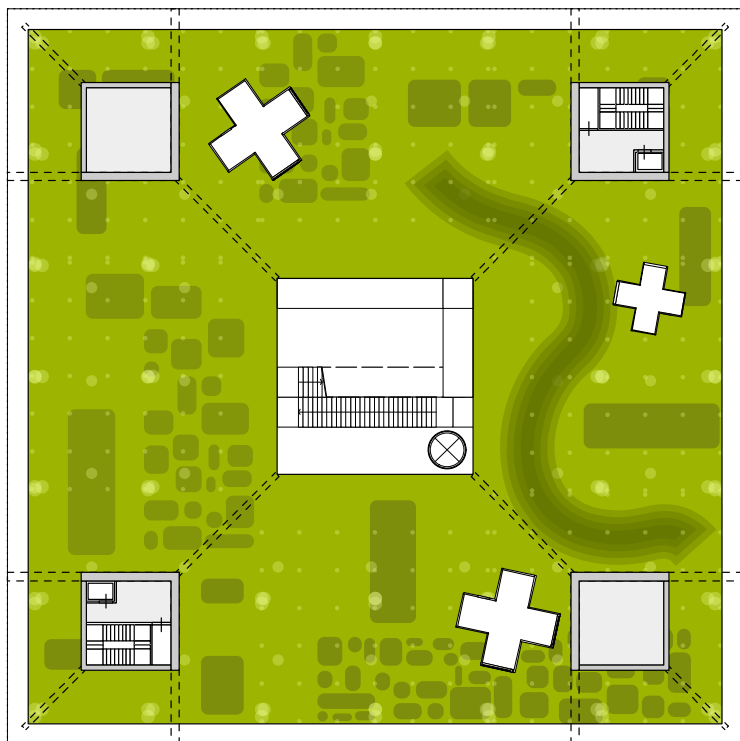
supermarkt

De experience eindigt onder de grond. We geven onze brillen af bij de hostess en lopen langs de experience shop waar van alles te koop is. Van boeken tot souvenirs. Naast de experience shop is de ingang naar de grootste groene markt van Europa. We lopen er naar binnen. Een enorm aanbod van food, take away, groente en fruit, zo blijkt. Daarnaast ook veel producten voor in huis. Allemaal groen en duurzaam. Van pakketten waarmee je thuis een groene wand kunt maken tot planten die de akoestiek en luchtvochtigheid in je huis kunnen regelen. De winkel lijkt een beetje op Wholefoods die je in Amerika ziet. Wat opvalt is dat het flink druk is in de winkel. Blijkbaar komen mensen vanuit de wijde omgeving hier hun boodschappen doen. Geef ze eens ongelijk, denk ik. We doen wat boodschappen voor vanavond en kopen een doe het zelf pakket waarmee we zelf paddenstoelen kunnen kweken.

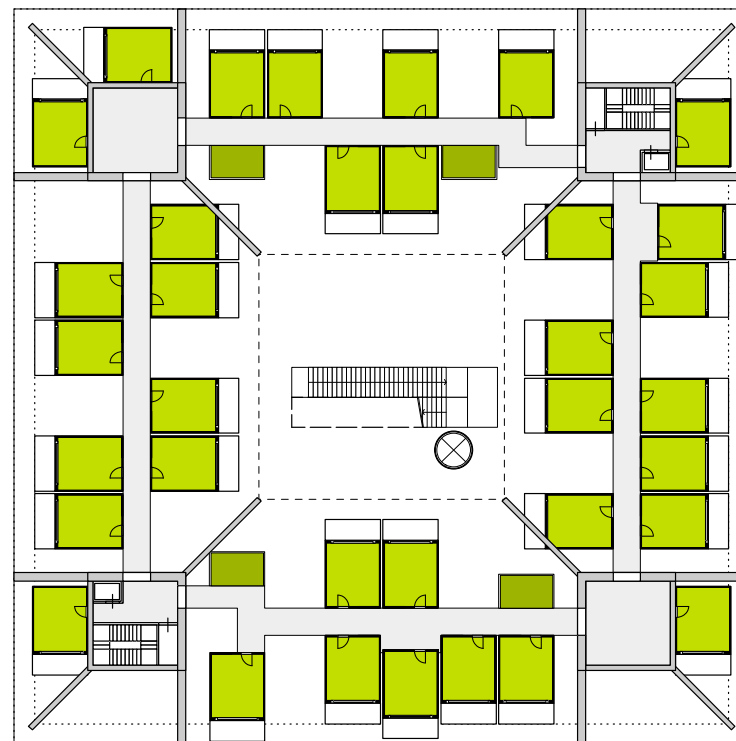
vertrek

Vanuit de winkel lopen we naar de auto, stappen in en rijden weg. Een ervaring rijker. Gelukkig is parkeren ook nog gratis.

plattegronden verdiepingen



2 - Nederland
Experience
2312 m²



3 - 35 Lodges
1034 m²

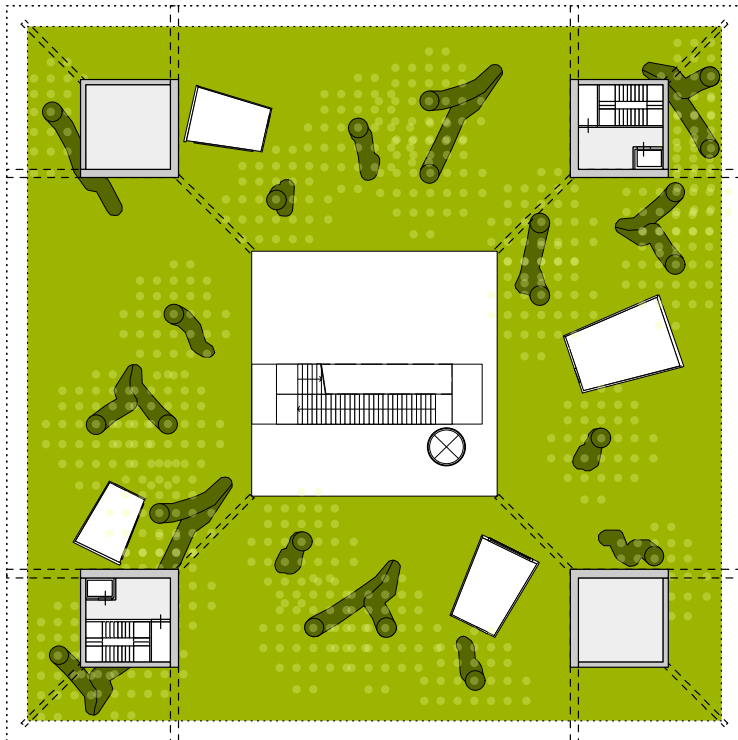


Experience - Nederland

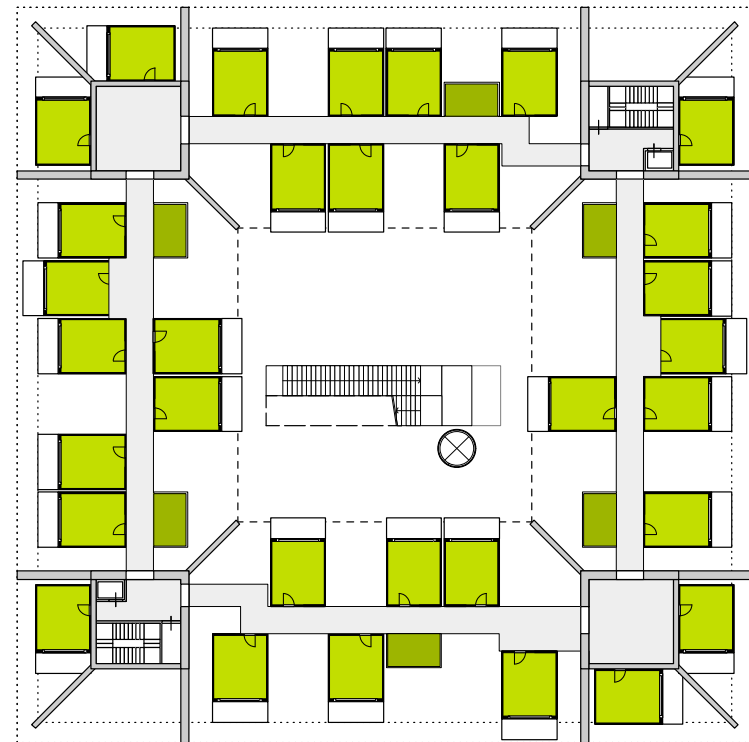


Experience - Middellandse Zee

plattegronden verdiepingen

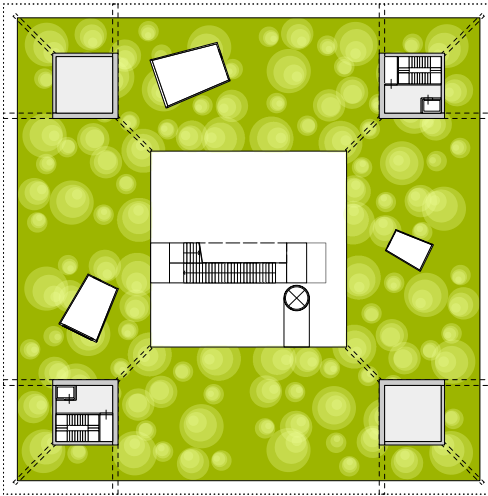


4 - Middellandse zee
Experience
 $2058 + 153 = 2211 \text{ m}^2$

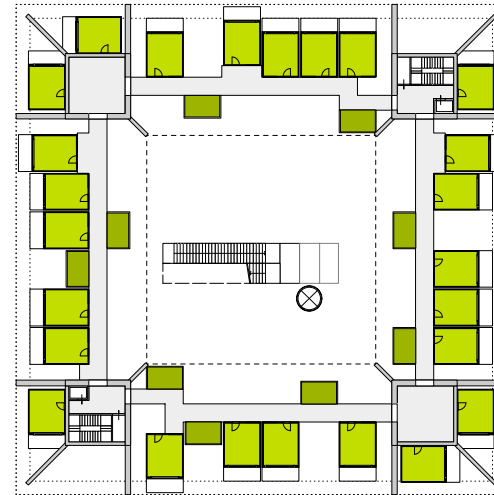


5 - 32 Lodges
1009 m²

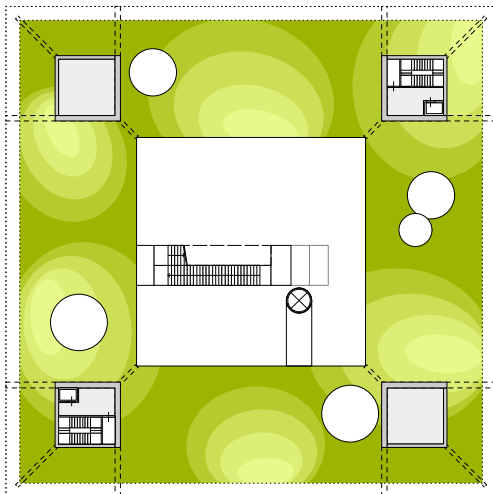
plattegronden verdiepingen



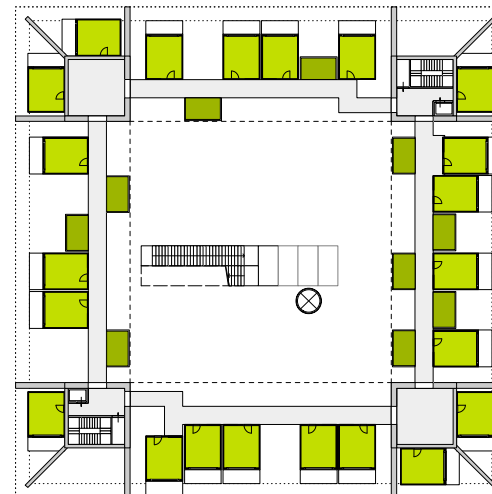
**6 - Tropen
Experience**
 $1915 + 153 = 2068 \text{ m}^2$



7 - 25 Lodges
823 m²



**8 - Afrika
Experience**
 $1747 + 153 = 1900 \text{ m}^2$



9 - 22 Lodges
816 m²

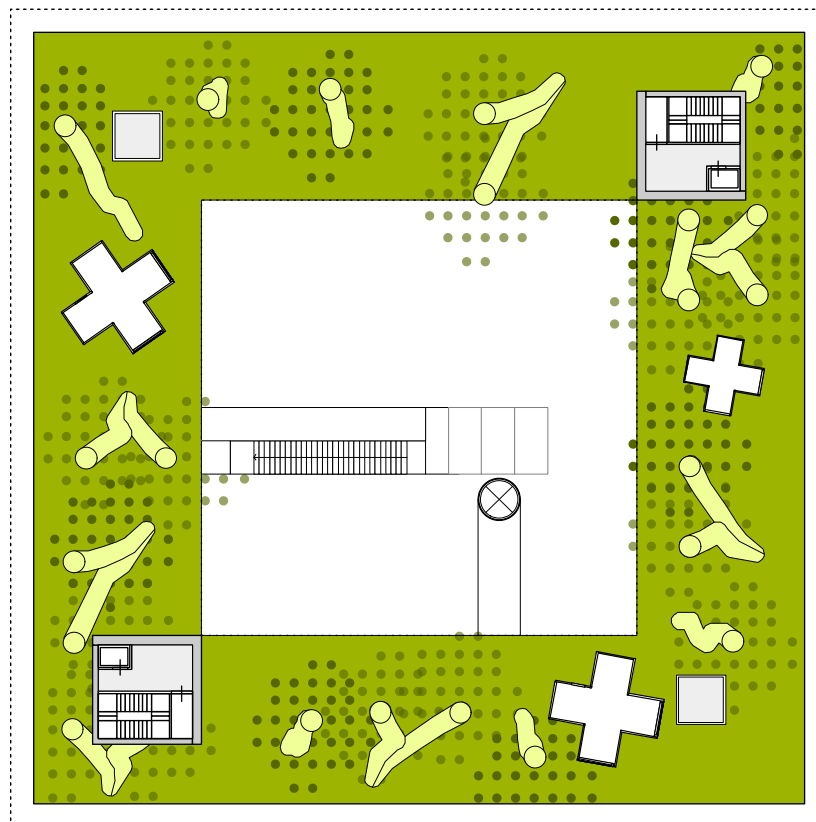


Experience - Azië



Experience - Scandinavië

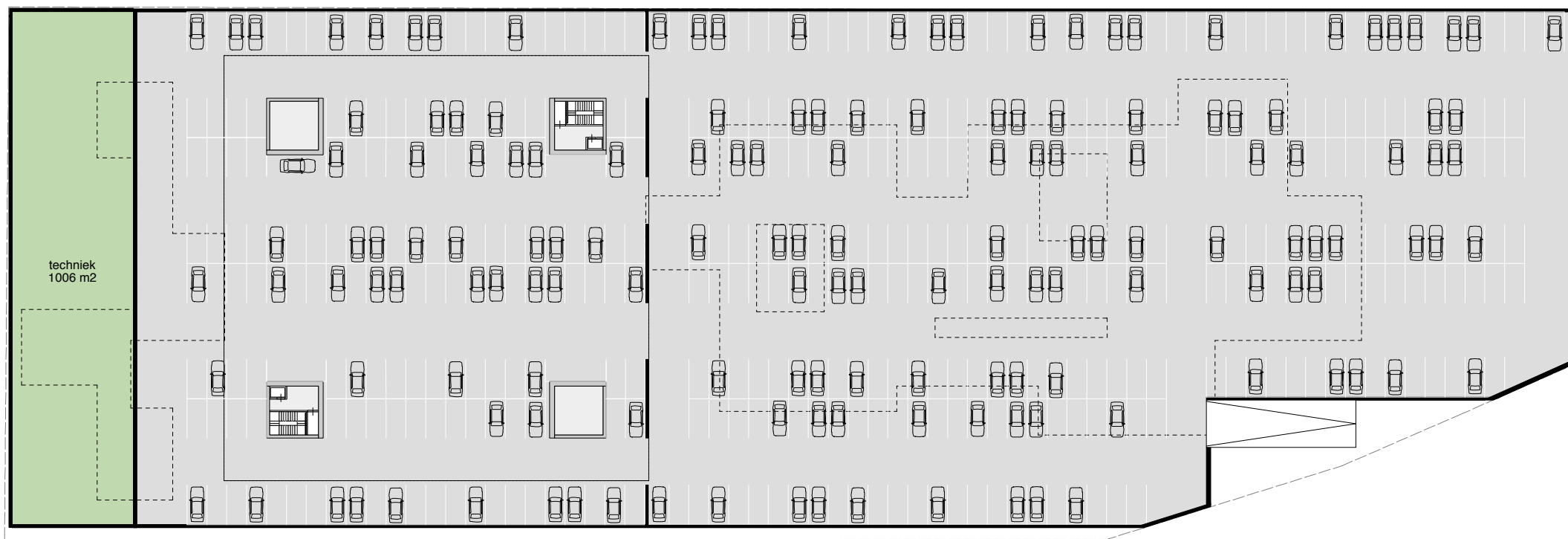
plattegrond dak



Dak - Skandinavië
Experience
 $1640 + 89 = 1729 \text{ m}^2$

Experience 10.750 m²
Hotel 8.300 m²
177 lodges + 31 plint
208 lodges totaal

plattegrond parkeerlaag



460 pp
11.128 m²

maquette 1/500



maquette 1/500

vlekkenplan

Vlekkenplan en stichtingskosten

De functies in het gebouw zijn op basis van het aantal kamers en de verwachte bezoekersaantallen globaal gedimensioneerd. De hoofdfuncties zijn:

Ruimtelijk-functioneel programma

Nr.	Functie	Afmetingen netto m2	Afmetingen bruto m2
1.	Hotel, 208 kamers (24 m2 gemiddeld)	5.000	8.300
2.	Congresfaciliteiten zalen 5-600 p.	1.000	1.300
3.	Retail (o.a. biologische supermarkt & non food stores)	975	1.250
4.	Tuinbouwexperience 200.000 bezoekers/jr	10.000	10.750
5.	Parkeren	8.100	9.070
T	Totaal	25.075	30.670

Investeringsindicatie GreenNest

Bij het ontwerp is gekozen voor een bijzondere manier van kostenefficiënt bouwen met bewezen innovaties voor zowel de draagconstructie als de gevel. De beoogde exploitant bepaalt het afwerkingsniveau. Een positief punt van planten is dat inrichting met groen kostentechnisch veel gunstiger is dan de complexe installaties van andere experience centra. Er is een gedetailleerde kostenraming beschikbaar, die aangeeft dat het gebouw voor ca. 50 miljoen is te realiseren.

Hoteldata Amsterdam

Beleidsdoel: in de periode 2006-2015 toevoegen van 9.000 kamers toevoegen unieke concepthotels altijd gewenst	Stand 2013 = 7.307; Geplande opleveringen t/m 2015 cumulatief = 8.869 waarvan 4 in Zuidoost
Hotels in Zuidoost	1. Hostelle 15k (2012) 2. Fletcher 120k (2012) 3. Hampton 260k (2013) 4. Holiday Inn + Express 440 (gepland 2014) Totaal 835
Aantal hotel 2012 Aantal kamers	398 24.216
Aantal hotelgasten 2012 Aantal overnachtingen Aandeel BRIC landen	5,73 mln 10,58 mln 5,6%
Bezettingsgraad op jaarbasis (sept-sept)	78.6%



colofon

Over InnovatieNetwerk

Kan de overheid samen met het bedrijfsleven grensverleggende innovaties ontwikkelen voor de land- en tuinbouw, voeding en groene ruimte? Daarvoor heeft het ministerie van Economische Zaken het onafhankelijke InnovatieNetwerk ingesteld. Succesvolle innovaties als Kas als energiebron, Bouwen met groen en glas, Tijdelijke Natuur en Work is gaming komen voort uit de samenwerking met verschillende sectoren: de glastuinbouw (SIGN), melkveehouderij, akkerbouw en de recreatiesector (STIRR). Voor het project GreenNest trekken SIGN en STIRR samen op om een sectoroverschrijdend icoonproject te realiseren.

InnovatieNetwerk heeft met de gemeente Amsterdam een samenwerkingsovereenkomst gesloten om innovatieve projecten te realiseren op verschillende locaties in de gemeente. GreenNest biedt exploitanten en investeerders een uniek project dat het imago van Nederland als bloemenland combineert met hospitality: groen geluk.

Contactpersonen

Projectleider: Peter van Zantvoort 06 2897 7281, peter@kelseys-oom.nl

Gemeente Amsterdam, Erik Bijsterbosch 06 12174320

E.Bijsterbosch@zuidoost.amsterdam.nl

InnovatieNetwerk (EZ) / Stichting Innovatie Glastuinbouw:

Peter Oei 06 515 42 882, p.t.oei@innonet.agro.nl

InnovatieNetwerk (EZ) / Stichting Innovatie Recreatie en Ruimte,

Hans Hillebrand 06 3193 2884, h.hillebrand@innonet.agro.nl

Architectuur: morePlatz

Caro Baumann, Johannes Schele 06 4162 4062, cbaumann@moreplatz.com

Constructie en kostencalculatie: Bartels en Vedder,

Jelle Vedder, jcvedder@bartelsvedder.nl

Hospitality advies: Mihaly Laszlo 06 2115 2905, mihalylaszlo@wtch.nl

