



Zo creëer je een warm thuisgevoel

Marlous Heiser denkt na over de invulling van het begrip 'gastvrijheid'. Vaak gaat het om een klein gebaar, waardoor gasten zich realiseren dat ze speciaal zijn.

TEKST Marlous Heiser

Een Japanse gezegde luidt: één vriendelijk woord kan drie wintermaanden verwarmen. Persoonlijke aandacht is voor een gast het allerbelangrijkst, hem het gevoel geven dat hij belangrijk is. Daarbij zijn juist de kleinste vormen van aandacht essentieel. Een restaurant, bar of hotel kan er nog zo mooi uitzien, zonder persoonlijke aandacht is het in feite een lege huls. Zo mailde een enthousiaste gast van het Best Western Hotel in Moab, Utah in de Verenigde Staten dat daar altijd een extra handdoek in de badkamer wordt neergelegd. 'Te simpel voor woorden, maar met een ultiem gastgevoel als resultaat', was de opmerking van de gast. Dat gevoel – dat er extra zorg en aandacht aan je wordt besteed – dát is gastvrijheid.

Halal en hypoallergeen

Wanneer je een kopje koffie komt drinken bij de ijssalon van chef-kok Toine Smulders, serveert hij er een klein ijsje bij, waar je toch een warm gevoel van krijgt! De truc is om na te denken over wie je gast is en wat zijn of haar behoeften zijn. In Brussel stellen twee hotels zogenaamde halal-kamers beschikbaar: kamers speciaal voor moslims zonder alcohol in de minibar en betaalde zenders op de tv. Bij GreenMeets in Erica, een duurzaam gebouwd hotel, wordt bij de reservering gevraagd op hoeveel graden de temperatuur van de kamer moet worden ingesteld. Zo simpel, maar zo effectief! Want dat is wat bij je gasten blijft hangen. En het wordt doorverteld. Maar je kunt ook zelf benadrukken wat je doet. Het Four Seasons hotel in Chicago vertelt de wereld vol trots dat zij de eerste hypoallergene hotelsuite heb-

ben voor gasten met allergieën. Er ligt laminaat en er is een speciaal luchtfiltersysteem aangebracht. Misschien zijn er wel meer hotels die rekening houden met gasten met allergieën, alleen weet 'de wereld' dat niet. Je kunt dus ook zelf kleine, bijzondere vormen van persoonlijke aandacht naar buiten brengen.

Speciaalbier en bedwarmers

Meld bijvoorbeeld op je website dat gasten bij het maken van reserveringen speciale dieetwensen kunnen doorgeven. Of beter nog: vraag het ze aan de telefoon. Wees de gast een stap voor, dat is de kern van de boodschap. Zorg dat de gast niet ergens om hoeft te vragen, maar bied het aan. Zoals in de Biero Bar in Melbourne. Wanneer een gast een speciaal biertje bestelt, moet hij normaal gesproken meteen een flesje bestellen. De futuristische bierinstallatie die hier is geïnstalleerd, wordt gevuld met flesjes speciaalbier, en vervolgens zo goed gekoeld dat het net zo vers en houdbaar blijft als in een fles of een vat. Op deze manier kunnen klanten een beetje proeven zonder dat ze moeten betalen. Als de klant vervolgens een flesje bestelt, kan de barman dit gewoon aftappen. Holiday Inn in Engeland neemt het warme gevoel het meest letterlijk van allemaal. Zij hebben menselijke bedwarmers in dienst. Gekleed in een speciaal fleecepak warmen stafleden, ongeveer vijf minuten voordat de gast wil gaan slapen, het bed op. Alhoewel wetenschappelijk is aangetoond dat het beter voor mensen is om in een bed te slapen met een temperatuur tussen 20 en 24 °C, loop ik hier persoonlijk wel warm voor!



Van Spronsen & Partners is een horeca-adviesbureau dat op haar website www.horecatrends.com de laatste trends bijhoudt. Onderdeel van de Van Spronsen Groep en te bereiken via (0)71 541 88 67 of www.spronsen.com.