



Dennis Tuin



## GOLDEN TULIP HOTELIERS BLIKKEN POSITIEF VOORUIT

# "ONTMOETEN ZIT IN ONZE AARD"

**Maar eerst een stapje terug. We schrijven 2019; overspannen hotelmarkt, forse kamerprijzen, investeringsplannen, positieve energie, congressen, seminars, kortom hoogconjunctuur. Nog geen tien weken later spreekt onze premier vooral de horeca- en evenementenbranche naar een onzekere en donkere toekomst.**

**N**og steeds is de internationale MICE-industrie samen met de culturele sector onevenredig zwaar getroffen. Golden Tulip Hotels is het oudste van origine Nederlandse hotellabel, dus je zou verwachten dat de ervaren hoteliers al een paar stormen hebben doorstaan de laatste jaren. Meeting Magazine interviewde twee door de wol geverfde hoteliers in respectievelijk 's-Hertogenbosch en Leiden. Wat vooral opvalt, is de veerkracht en het

positivisme. Verder krijgen hoteleigenaren vanuit Golden Tulip de maximale vrijheid om binnen de geldende standaards het beste in te spelen op lokale markttrends, zowel bij goede tijden als in de Covid-19 crisis van de afgelopen 18 maanden.

### KERNBEHOEFTE INVULLEN

Als eerste treffen we Karin Rademaker, directeur van het fameuze Golden Tulip Hotel Central in het hartje 's-Hertogen-

bosch. "Natuurlijk hebben we zware tijden beleefd, zeker in de eerste maanden toen we allemaal letterlijk in het duister tastten. Vorig jaar was heel erg dubbel voor ons, enerzijds door alle maatregelen met veel minder gasten om je heen dan normaal, anderzijds was er ook een keer tijd om na te denken, te overleggen en een koers uit te stippelen voor betere tijden. Ik zal niet zeggen dat we er weer zijn, maar we zien toch wel een steeds groter wordend licht-

punt. Nog even slag om de arm voor wat betreft ontwikkelingen dit najaar. We bruisen van de initiatieven in 2021, met name ook in het meetingsegment. Met respect voor alle genomen maatregelen; we krijgen zulke enthousiaste reacties van de grote bedrijven die nu weer bij ons kunnen boeken. Sommigen hiervan waren letterlijk anderhalf jaar onderworpen aan zakelijk huisarrest aan de koffietafel met laptop en Zoomverbinding. Dan merk je weer welke kernbehoefte (elkaar echt zien en ontmoeten) je mag invullen als hotelbranche.”

#### GEZELLIG EN GROEN

“Voor de nabije toekomst spelen we in op de positionering ‘Gezelligheid en Groen’, iets wat volgens ons 100% past bij de Brabantse roots en onze verantwoordelijkheid als familiebedrijf voor een duurzame toekomst. Voorbeelden hiervan? We hebben een tijdelijk terras geopend achter de oude middeleeuwse stadsmuur. We hebben wandel- en fietstochten ontwikkeld voor breaks met picknickmand. Verder hebben we met de internationaal bekende groenstylist Romeo Sommers de serre van onze Brasserie klaargemaakt voor het najaar. Ook ben ik heel trots op ons project om onze gasten voortaan een elektrische deelauto of fiets aan te bieden voor een tripje in onze prachtige regio. Achter onze receptie liggen de sleutels van maar liefst vijf elektrische Volkswagens en Audi’s voor een duur-



zame rit naar bijvoorbeeld de prachtige golfbaan waar binnenkort ook de Dutch Open plaatsvindt. Last but not least zijn we nu ook erkend als een Tripadvisor Travellers’ Choice Award-winnaar van 2021. Een echte teamprestatie en eerbetoon aan hotels die de afgelopen 12 maanden uitmuntende reizigersbeoordelingen hebben gekregen.”

#### STRATEGIE

Na Den Bosch komen we aan in nog zo’n historische Nederlandse stad, namelijk Leiden. Hier runt hotelier Dennis Tuin al vele jaren een fantastisch Golden Tulip hotel en aanpalend Tulip Inn. “Hoewel het vooral in 2020 echt een heel zwaar jaar voor ons was, hadden we toch een

beetje profijt van de flexibiliteit van drie en vier hotelsterren onder één dak.”

Eerst schrikken, dan herstellen en goed nadenken over de strategie: “na een paar zeer drukke jaren met veel investeringsplannen werden we meteen teruggeworpen in een hotelgebouw zonder gasten. Hierna snel de schouders eronder. We zijn er erg trots op dat we het hele team hebben behouden. Deze hebben wel wat onderhouds- en schilderklussen verricht, maar ook dit was een bijzondere ervaring.

Verder hebben we veel profijt van ons samenwerkingsverband met alle collega-hotels in de stad. Samen met de gemeente Leiden maakten we de unieke afspraak om 100% van de verblijfsbelasting te besteden aan de city marketing voor Leiden. We opereren op zowel een zakelijke- als een leisuremarkt en konden zodoende per situatie goed focussen op de relevante doelgroepen. Volgend jaar hebben we als stad de eer om European City of Science te zijn, waarbij we nu al veel aanvragen krijgen voor overnachtingen en meetings.” Met dit als gegeven hebben we besloten om een derde hotelconcept in de stad aan onze portfolio toe te voegen. Medio 2022 opent The Vic!”

Dennis Tuin is optimistisch over de toekomst van onze industrie in Nederland. “Als hotel- en eventbranche hebben we veel te bieden en zowel privé- als business trips zullen de komende jaren weer deel van ons leven worden. Ontmoeten zit in onze aard.”

[www.goldentulip.com/nl-nl](http://www.goldentulip.com/nl-nl)



Karin Rademaker