



Carlton President

# Klaar voor de gast van de toekomst

**De MICE-branche laat zich bij de selectie van een externe locatie steeds meer leiden door beleving en een bijzonder verhaal. Dit uitgangspunt vormde de basis voor het nieuwe concept van Carlton President. De gast heeft hier keuze uit diverse inspirerende zalen die elk een eigen sfeer en functie hebben.**

Fotografie Marcel Krijgsman

**C**arlton President werd in 1987 geopend als zakenhotel, met een uitstekende bereikbaarheid aan de A2. Inmiddels eist de markt dat een hotel meer biedt dan enkel een plek om te werken en te verblijven. "Wij geloven erin dat gasten behoefte hebben aan een levendige, prikkelende en dynamische omgeving, waar

## Carlton President en mvo

Aansluitend op de propositie Healthy Urban Living van Utrecht Marketing, dat onder andere de kernwoorden groen, gezond en slim omvat, hanteert Carlton President een doordacht mvo-beleid dat ook duidelijk naar voren komt in het food & beverage concept. Blikman: "Natuurlijk kun je bij ons genieten van een broodje kroket, maar we leggen wel bewust de nadruk op licht verteerbare, koolhydraatarme en vegetarische gerechten gemaakt van verse ingrediënten van lokale leveranciers. Onze salades kun je als lunch- of hoofdgerecht bestellen en als vier uurtje bieden we als gezond alternatief bijvoorbeeld cruditées gemaakt van groenten van de lokale boer met zelfgemaakte hummus. Ook maken we onze eigen ontbijtkoek en kun je je eigen jus d'orange persen. Verder zijn we in het bezit van een bronzen Green Key en groeien we door naar goud."

zij het beste uit zichzelf kunnen halen", vertelt general manager Bart Blikman. Om aan deze ontwikkelingen in de markt te kunnen voldoen, zal Carlton President gefaseerd een complete metamorfose ondergaan waarbij het concept Urban Nature centraal staat. Dit voeren we niet alleen door in onze kamers en zalen, maar behelst het

gehele bedrijf, wie we zijn en hoe we ons gedragen.”

Aan de ontwikkeling van dit nieuwe concept ging een uitgebreid onderzoek vooraf. “We hebben onder andere een uitgebreid trendonderzoek gedaan en stakeholders gevraagd wat zij belangrijk vinden”, licht sales & marketingmanager Vera de Haan toe. “Ook hebben we in een vroeg stadium met meeting- en eventplanners en prospects gespard over onze visie en ideeën. Uit de resultaten bleek dat gasten behoefte hebben aan een bijzondere en creatieve omgeving. Dat is ook de trigger voor mensen om niet in hun eigen vergaderzaal samen te komen, maar juist een externe locatie op te zoeken.”

#### URBAN NATURE

Met de vertaling van deze visie naar een concept komt Carlton President tegemoet aan deze wensen. Blickman: “In het Carlton President kijken we met een vernieuwende, frisse blik naar werken (en verblijven), waarbij plezier voorop staat. Bij onservaar je geen strak afstandelijk keurslijf, maar heerst er een vrije, optimistische

en levendige vibe, waarin echte oprechte aandacht is voor jouw behoeften, zodat je kunt ontspannen en er ruimte ontstaat voor persoonlijke groei. Ons hotel ligt aan de rand van een groot bedrijventerrein en de A2 en vlakbij het centrum van Utrecht, maar ook in de buurt van het Groene Hart en de Vechtstreek. Je kunt hier je eigen, unieke hutje op de hei creëren, weg uit je eigen omgeving maar zonder ver te hoeven reizen. Door verrassende combinaties en concepten (bijvoorbeeld work vs. play, public vs. private, urban vs. nature en op food- en tech- gebied) en een inspirerend interieur, wordt het hotel een bijzondere plek om te verblijven, over te praten en met plezier naar terug te keren.”

#### VRIJHEID

De medewerkers van het hotel spelen eveneens een belangrijke rol bij het creëren van deze omgeving. De Haan: “Als je plezier hebt in je werk, straalt dat uit naar de gasten en creëer je een positieve sfeer. Onze medewerkers krijgen veel ruimte voor persoonlijke groei en worden gestimuleerd om de vrijheid binnen het

kader ten volle te benutten. Mede daardoor zijn zij heel ontvankelijk voor subtiele signalen en anticiperen zij daarop. Met details kun je het verschil maken.” “We leggen een stuk ondernemerschap bij hen neer”, vult Blickman aan. “Wanneer je je functie naar eigen inzicht kunt invullen, ben je meer jezelf en dan leg je juist een connectie, maak je wat los bij de gast. Die vrijheid en het plezier willen we ook meegeven aan onze gasten. Je kunt kiezen uit een brainstormzaal met loungebanken, plaatsnemen op de schommels in de congreszaal of brainstormen in de knalrode scrum ruimte in de Lounge. En wanneer je hier juist rustig door wilt werken, bijvoorbeeld op één van de werkplekken, heb je alle vrijheid om tussendoor even een uur te gaan sporten of ontspannen in het Leisure Centre. Je kunt hier doen wat je wil, wanneer je dat wil.”

#### EIGEN IDENTITEIT

De nieuwe zalen en hotelkamers zijn inmiddels opgeleverd en worden zeer goed ontvangen. Bij elke zaal is gekeken naar de functie en de bijeenkomsten die er worden georganiseerd en wat gasten



nodig hebben om hun doelstellingen te realiseren. “In plaats van onze negen zalen uniform in de markt te zetten, hebben we nu drie verschillende categorieën zalen die elk hun eigen identiteit hebben en de ideale zalen zijn voor de verschillende bijeenkomsten”, legt De Haan uit. “De drie brainstormzalen zijn individueel toegespitst op het doel van de bijeenkomst en hebben een eigen dynamiek. De Living is ingericht als een huiskamer, een open en toegankelijke ruimte waarin je wordt gestimuleerd om jezelf open te stellen. Je kunt plaatsnemen op de loungebank of de schommelstoel en gebruik maken van een groot whiteboard om je ideeën uit te kunnen schrijven. Wanneer deze zaal niet verhuurd is, staat de glazen deur open en kun je de ruimte als extra break-out ruimte gebruiken.” “In de blauwe boardroom Ocean staat technologie centraal”, vult Blikman aan. “Aan de speciaal ontworpen eikenhouten tafel kan een team hier juist wat meer de diepte in gaan en gebruik maken van een 65 inch scherm met touchscreenfunctie, videoconferencing-faciliteiten en digitale flip-overs om ter plekke online informatie te delen. In de Roots ga je juist terug naar de basis, waar je aan een grote ronde tafel plaatsneemt. De organische elementen in combinatie met de urban muur zorgen voor een spannend contrast.”

Dezelfde speelsheid komt terug in de 16 bij 16 meter vierkante congreszaal, uniek dankzij de afwezigheid van pilaren en een hoogte van zes meter. In het voorste deel van de zaal domineren de kleuren blauw en wit, achterin domineren groen en wit. Leuke accenten vormen de vlakken met geprepareerd mos aan de muur, de schommels en de speciaal ontworpen armaturen. De vijf training- en vergaderzalen zijn qua uitvoering wat rustiger gehouden, met afwisselend blauwe en witte vlakken op de muren. Blikman: “Dat past bij de functie van kennisoverdracht, al ontbreken ook hier de bijzondere elementen en details aan de muur niet.”

#### BOOST

Evenveel aandacht is besteed aan de break-out ruimtes in het hotel. De Haan licht toe: “Niemand zit van negen tot vijf in een zaal, daarom hebben we alle openbare ruimtes voorzien van allerlei soorten meubilair zoals intieme zitjes, tafels met barkrukken en loungebanken, zodat de gasten hier in kleine groepen aan de slag kunnen. Ook zijn er statafels aanwezig. Staand vergaderen is namelijk een belangrijke trend waar we op inspelen. Daarnaast is er in de Lounge bij de zalen nog een knalrode scrum ruimte





### Over Carlton President

- 165 kamers
- Drie brainstormzalen
- Congreszaal (256 m<sup>2</sup>)
- Vijf training- & vergaderzalen (40 - 91 m<sup>2</sup>)
- Officiële seats2meet-locatie met diverse werkplekken
- Garden Brasserie
- Bar
- Leisure Centre met whirlpool, sauna, Turks stoombad, solarium, fitness en pool/biljart
- Gratis shuttle service vanaf station Maarssen en van en naar diverse kantoorgebieden
- Uitstekend bereikbaar per auto (vlakbij A2) en openbaar vervoer
- Eigen gratis parkeerplaats, inclusief oplaadpalen voor elektrische auto's



gerealiseerd waar je discussiepunten kunt aanvliegen om tot een doorbraak te komen.”

De indeling van de kamers heeft net als die van de zalen speelse contrasten. Rondom het bed zorgen de kleuren groen en blauw voor rust, terwijl de andere zijde van de kamers juist een industriële look heeft dankzij de witte accenten, de speciaal ontworpen stellingkast en de witte lamp die mooi afsteken tegen het hout, de vloerbedekking en de accenten op de muren die in donkerbruin zijn uitgevoerd. De badkamers zijn in wit met zwarte voegen en accenten. Ook de vloerbedekking in de gang is speciaal voor het hotel ontworpen en heeft een industriële designlook.

### INSPIRERENDE OMGEVING

Na de kamers en de zalen zal in de zomer van 2018 ook de begane grond met de lobby, bar en restaurant op de schop gaan. De Haan: “De lobby wordt een sociale ontmoetingsplek met losse receptiedesks voor meer interactie met de gast. De bar gaat plaatsmaken voor een extra ontvangstruimte. Het restaurant met open keuken, de nieuwe bar en de serre vormen straks één toegankelijke ruimte, maar krijgen door middel van kleur- en materiaalgebruik elk een eigen sfeer. Gasten kunnen kiezen of zij plaatsnemen op de loungebanken met een open haard, aan de hoge tafels met hoge stoelen of toch liever een plekje aan de gezellige bar.” Om gasten van een goede maaltijd te kunnen blijven

voorzien, zal er in juli en augustus buiten een pop-up barbecuerestaurant worden gerund.

Blikman: “We zijn klaar voor de gast van de toekomst. Ook blijven we als partner van Utrecht Convention Bureau actief samenwerken met andere partijen in de regio om de positie van bestemming Utrecht op de internationale kaart te verstevigen. Met het nieuwe Carlton President sluiten we aan bij de kernwaarden Healthy Urban Living van Utrecht Marketing en krijgen de spelers in de MICE-markt hier alle ruimte om in een inspirerende omgeving hun doelstellingen te realiseren.”

[www.carlton.nl/president-hotel-utrecht](http://www.carlton.nl/president-hotel-utrecht)