

Harmonieus Haags businessmodel

# Haagse hotelsterren slaan handen ineen

Veel Haagse hotels hebben het zwaar door de teruglopende toeristenaantallen en zakelijke boekingen. Hoteliers in de residentie zijn daarom aan een charmeoefensief begonnen en proberen op een inventieve manier de bezettingsgraad te verbeteren. Pierre-Henri Bovsovers, hotelmanager bij Des Indes: "We komen sterker uit de crisis."

Tekst: Joost Scholten

**H**otel Des Indes in Den Haag is een begrip. Het statige monument uit 1881 is het werkterrein van manager Pierre-Henri Bovsovers en is één van de grote publiekstrekkingen van de Haagse Hotelmaand. Een nieuw initiatief dat onder meer door Bovsovers is opgestart. De Vlaamse hotelier legt uit wat hij wil bewerkstelligen met de Hotelmaand en andere initiatieven tot samenwerking tussen tophotels in de residentie. "We spiegelen ons een beetje aan het succes van de Restaurantweek. Als de website voor de reserveringen daarvan opent zitten mensen massaal achter hun computer te wachten op het moment dat ze kunnen reserveren. Het is een doorslaand succes en heeft veel bekendheid onder de bevolking. Die beleving willen wij ook creëren met de Hotelmaand. Een manier om exclusieve overnachtingen binnen bereik te brengen van mensen die dat normaal niet zouden boeken. Natuurlijk is dit pas een eerste keer, dus de Hotelmaand moet nog aan bekendheid winnen. Maar de eerste voortekenen zijn hoopvol. We zitten ongeveer op ons streefgetal aan overnachtingen. Maar natuurlijk heeft het een beetje tijd nodig om eenzelfde begrip te worden als de Restaurantweek."

## Wilde Westen

Aan de Hotelmaand doen 24 hotels mee. Buitenstaanders zouden denken dat juist binnen de huidige krappe markt een gevecht



op leven en dood gaande zou zijn binnen de Haagse hotellerie. Hoe komt het dan toch dat de concurrenten op dit vlak samenwerken? "Natuurlijk zijn we concurrenten, maar we zijn ook collega's. De hardste klappen vallen op dit moment in Amsterdam waar de toeristen wegblijven en in Den Haag waar overheden en multinationals veel minder overnachtingen boeken. In Amsterdam zijn hotels elkaar op leven en dood aan het beconcurreren. In Den Haag kiezen we een ander pad. We proberen de positie van de

stad voor ons allemaal te verbeteren. Dat vraagt om meer overleg en minder competitie. Ook een proces dat niet zonder slag of stoot verloopt, maar wel een model waar we allemaal beter bij hopen te varen dan een bittere prijzenoorlog. We zijn het er bijvoorbeeld allemaal over eens dat de markt voor congressen in Den Haag nog veel groter kan groeien. Om dat uit te dragen helpt het als alle hotels zich daarop richten, want uiteindelijk profiteren we er allemaal van als de stad als geheel meer congresbezoekers mag ver-

welkomen. Dat is een nieuwe kijk op hotelmanagement van een generatie die gewend is om elkaar sterker te maken in plaats van de ander te bestrijden en creëert een harmonieuzer businessmodel dan vroeger. Het is een breuk met de tradities van concurrentie en competitie."

### Ambassadeurs

Den Haag is de stad van ambassadeurs en diplomaten. De hotels lijken wel aangestoken door het representatieve werk van die politieke spelers. Bovsovers kan zich wel in het beeld vinden: "De hotels zijn in samenwerking met Den Haag Marketing druk bezig om Den Haag aan de man te brengen. De stad is veel te onbekend. Voor een dagje uit kiest men voor Amsterdam of misschien voor Rotterdam, terwijl Den Haag ook veel te bieden heeft. Ten onrechte is Den Haag nog niet bekend genoeg. Nu de zakelijke overnachtingen teruglopen en ook de overheden de hand meer op de knip houden, moeten we zorgen dat de toeristische overnachtingen toenemen. Aan de internationale crisis in politiek en bedrijfsleven kunnen we niets doen, maar toeristen gaan juist vaker in eigen land op vakantie. Daar zouden we meer van moeten kunnen profiteren. Dat vraagt wel van ons dat we onze blik verruimen."

### Grotere vijver

Die ruimere blik komt tot stand in samenwerking met de andere hotels die ook de noodzaak erkennen om hun taakomschrijving ruim te interpreteren. "Vroeger deden we vooral ons best om de mensen die naar Den Haag kwamen binnen te halen door ze zo goed en gastvrij mogelijk welkom te heten. Nu zijn we gezamenlijk hard aan het werk om mensen van buiten de stad die onbekend zijn naar Den Haag de stad in te krijgen. We gaan een stap verder. Daarvoor kunnen we elkaar goed gebruiken. We zijn concurrenten, maar we hebben elkaar in deze markt ook nodig. Het is inspirerend om te merken dat we tijdens onze maandelijkse overlegondes open staan voor ideeën van elkaar. In plaats van elkaar te verdringen voor het beste visplekje aan een kleine vijver, proberen we met zijn allen voor een grotere populatie in een omvangrijker vijver te zorgen. Dat is een kracht die



Henri Bovsovers.

we tijdens deze crisistijd noodgedwongen ontwikkelen, maar waar we blijvend profijt van kunnen hebben. Net als de Hotelmaand trouwens. Uit nood worden soms de mooiste dingen geboren.

### België en Duitsland

Voor Bovsovers ligt een verdere blikverruiming in de toekomst voor de hand. Zijn horizon reikt tot over de landsgrenzen. "Ik ben zelf Belg en voor ik hier kwam wist ik eigenlijk nauwelijks van het bestaan van Den Haag af. Dat is zonde, want het ligt maar een klein eindje van Brussel bijvoorbeeld. En deze stad heeft alles waar Belgen van houden; goede restaurants, mooie winkels, musea, attracties en het strand pal achter de duinen. En wat voor België geldt, geldt waarschijnlijk ook voor Duitsland. Daar kennen een paar mensen misschien Scheveningen wel, maar Den Haag heeft ook daar nog een wereld te winnen. We zijn al druk bezig om ons daar met hulp van Den Haag Marketing te presenteren. Binnenkort organiseren we een persreis voor journalisten uit België die we een lang weekend zullen introduceren in al het moois dat de stad te bieden heeft. Als we een toekomst willen hebben waarin we minder gevoelig zijn voor het krimpen van de zakelijke markt, moeten we buiten ons klassieke kaders van gastvrijheid en service leren denken. We moeten proactief met de markt aan de slag. Dat is de toekomst voor ons vak en ik denk dat we daar in Den Haag al goed mee op weg zijn."

> [HorecaEntree](#) <

McCain

## Zet dippen op de kaart met Fry'n'Dip!

Wij presenteren u vol trots het nieuwste hapje uit onze keuken: Fry'n'Dip.

Fry'n'Dip past bij elke dipsaus, het smaakt goed bij de borrel of kan geserveerd worden als een bijzonder bijgerecht. Fry'n'Dip is niet moeilijk doen, wel lekker en bijzonder.

Om dat te benadrukken, krijgt u tijdelijk **gratis** porseleinen presenteerbekers bij uw Fry'n'Dip bestelling.

Kijk voor actievoorwaarden op [www.mccain.nl](http://www.mccain.nl).

