

Gastvrijheid in zorg

Horeca moet kansen

Zorghotels, daaraan denk je als je de term gastvrijheid in zorg hoort. Maar dat is niet de enige plek waar zorg en gastvrijheid hand in hand gaan. Het zit hem vaak in kleine dingen. Wat te denken van bijvoorbeeld voeding? Langzaam maar zeker worden wij ons bewuster van onze gezondheid. Gezond leven wordt voor steeds meer mensen belangrijker. Ook voor horecagasten. Zien horecaondernemers het belang van deze ontwikkeling in?

De consument wordt zich steeds bewuster van zijn gezondheid en vindt gezond leven steeds belangrijker. HTC Horeca & Catering Adviescentrum deed onderzoek onder honderd horecaondernemers met een restaurant of lunchroom. Eén van de conclusies: ondernemers laten kansen liggen!

et is een minderheid, maar een grote: de groep ondernemers die merkt dat mensen steeds gezonder met hun voeding omgaan. Die 41 procent van de ondervraagden in het onderzoek van HTC, merkt vooral op dat het eetpatroon van mensen gezonder wordt, dat mensen meer

H stilstaan bij hun gezondheid en dat de vraag naar ecologisch en biologisch voedsel stijgt. “Het gaat hier om een landelijke trend”, zegt Thierry Neuféglise van HTC. “Opmerkelijk is daarom dat de meerderheid van de ondernemers de vraag naar gezonde menukeuzes niet heeft zien stijgen de laatste drie jaar. Als we uitgaan van de ontwikkelingen in de samenleving, zouden deze ook zichtbaar moeten zijn in de vraag van gasten in de horeca. Een mogelijke verklaring hiervoor zou kunnen zijn dat ondernemers nog teveel aanbodgericht opereren en niet vraaggericht.”

Kwart doet niets

Een kwart van de ondernemers doet niets om in te spelen op de groeiende maatschappelijke trend van bewuster bezig zijn met gezondheid. De reden: zij zien de gezonde tendens niet terug bij hun eigen publiek. “Een ruime meerderheid zegt in te spelen op de toegenomen aandacht voor gezondheid onder horecabezoekers”, zegt Rob



‘98 Van de honderd ondernemers houden rekening met verschillende allergieën en diëten’

pakken

van Veldhoven, assistent adviseur van HTC. “Zij bieden gezondere gerechten aan, gebruiken minder vetten en calorieën in gerechten en werken meer met biologische en ecologische producten.”

Meer dan driekwart van de ondernemers ziet onder meer kansen in minder vetten en calorieën, meer verse ingrediënten, een rookvrije horeca en biologische en ecologische producten. Ondernemers zijn zich dus wel degelijk bewust van actuele trends en ontwikkelingen in de samenleving op dit gebied. De overige 25 procent, die aangeeft niet te hebben nagedacht over de kansen die deze gezondheidstrends bieden, noemt Neuféglise een grote zorg. “Het blijkt namelijk dat juist ondernemers die trends en ontwikkelingen bijhouden en hier actief op inspelen, een bovengemiddelde kans hebben op een gezond rendement, nu en in de nabije toekomst.”

Gezondheid sells

Het is verrassend te noemen dat 98 van de honderd ondernemers aangeven rekening te houden met verschillende allergieën en diëten, zoals eiwitallergie of pinda- en andere notenallergie.

Wel gaf deze groep aan dat dit vooraf bekend moet zijn, zodat ze erop kan inspringen. “We hebben hier met verbazing kennis van genomen”, zegt Neuféglise. “Op de menukaarten in restaurants en lunchrooms is hier in de praktijk nagenoeg niets van terug te vinden! Gezondheid sells! Ondernemers laten hier een belangrijke commerciële kans en dus omzet liggen. Wacht niet af tot een gast ernaar vraagt, maar breng proactief de mogelijkheden onder de aandacht. Ook iemand die er niet specifiek naar op zoek is, kan verleid worden tot een cholesterolarme maaltijd. Prikkel consumenten, bijvoorbeeld door het cliché ‘gezond en bewust kan ook lekker zijn’”, aldus Neuféglise.

Profijt

HTC legde de ondervraagden een aantal stellingen voor. Op de eerste stelling, ‘Voor gezondere gerechten zijn mijn gasten bereid meer te betalen’, antwoordde 54 procent ontkennend. Een kleine minderheid (41 procent) denkt dat dit wel het geval is.

Van Veldhoven: “Momenteel is een groot gedeelte van de Nederlandse samenleving bereid meer te betalen. De vraag naar ecologische en biologische producten zal alleen nog maar toenemen. Nu het economisch goed gaat, neemt die bereidheid sterk toe. Hiervan kan de horeca ook profiteren.” Een grote meerderheid (95 procent) is het eens met de stelling dat gasten in de toekomst steeds meer waarde gaan hechten aan gezondheid.

“Iedereen wordt zich steeds bewuster van zijn gezondheid”, zegt van Veldhoven. Dit is een trend die ondernemers dus ook overduidelijk waarnemen bij hun gasten. Als we kijken naar de gemiddelde leeftijd van de doelgroepen van de ondervraagde ondernemers, zien we dat die in de meeste zaken tussen de dertig en 45 jaar ligt. Relaterend aan de landelijke ontwikkelingen in de samenleving is dit dus een uiterst bevestigend resultaat.”

Inspelen op consument

Een ruime meerderheid van de ondervraagde ondernemers (59 procent) zegt dat het aanbieden van verse producten voor meer omzet zorgt. Een duidelijke minderheid (31 procent) is het hier niet mee eens. Volgens HTC bevestigt het antwoord op deze stelling de trend dat het gebruik van verse producten een duidelijke meerwaarde heeft. “Verse producten verkopen overduidelijk beter dan wanneer bijvoorbeeld convenience producten gebruikt worden. Een ruime meerderheid van de ondernemers krijgt deze vraag regelmatig van de eigen gasten. Ook hier geldt dat ondernemers dit beter onder de aandacht kunnen brengen op de menukaart.” Tot slot: Ongeveer de helft (51 procent) van de ondervraag-

‘Verse producten verkopen beter’

de ondernemers is het eens met de stelling dat rekening houden met dieetwensen leidt tot een hoger rendement. Iets minder dan de helft (44 procent) is het hiermee oneens, slechts enkele ondernemers hebben er geen mening over. Neuféglise vindt deze uitkomst opvallend. “Wanneer men rekening houdt met dieetwensen, moeten er vaak extra handelingen verricht worden. Dat is arbeidsintensiever en dus duurder. Ook is het vaak duurder om met andere ingrediënten te gaan werken dan vooraf gecalculeerd. Daarentegen is het wel positief voor de klanttevredenheid en kan het voor meer gasten en dus meer omzet zorgen. Wat ondernemers echter over het hoofd zien, is het indirecte effect: de keuze voor een specifieke horecagelegenheid wordt binnen een gezelschap uiteindelijk bepaald doordat een enkeling een specifiek dieet volgt. Actief inspelen op deze behoefte levert dus niet één extra klant op, maar soms zelfs meteen een groot gezelschap. Een voorbeeld: een ondernemer in het zuiden van het land die net actief inspeelde op gasten met een glutenallergie zag busladingen gasten vanuit het noorden van het land zijn bedrijf bezoeken. Specifieke ‘gezonde’ gerechten mogen margetechnisch misschien minder interessant zijn, uiteindelijk kan het onder de streep wel degelijk tot een hoger rendement leiden!”

Zorghotel De Palatijn integreert zorg en gastvrijheid

‘Met extra douchesteunen



Drie jaar geleden werd het lintje doorgeknipt: het eerste zorghotel van Nederland was geopend. Het initiatief van zorgverleners draait als een zelfstandig hotel en ontvangt gasten uit binnen- en buitenland. In een rolstoel of niet, dat maakt niks uit. “Onze hotelkamers zien eruit als gewone, chique kamers. En moeten ze worden aangepast, dan is dat in een handomdraai gedaan,” zegt hotelmanager Anja Gritter.

De Palatijn in Alkmaar ziet eruit als ieder ander viersterrenhotel. De hotellounge is ruim. In het restaurant zitten de laatste gasten aan het ontbijt. De eerste gast in een rolstoel valt niet op. En de krukken die tegen de ontbijttafel leunen, zijn ook niet echt iets bijzonders. Pas wanneer een reisgezelschap Duitsers, het grootste deel in rolstoelen, naar de receptie rijdt, begint er een lampje te branden: dit is geen gewoon hotel, dit is een zorghotel. Hier kunnen mensen na een ziekenhuisopname rustig revalideren en mensen die zorg nodig hebben, kunnen er vakantie vieren.

Hotelexperts

Gek genoeg was het hotel een idee van de thuiszorg, samen met een ziektekostenverzekeraar. Toen een oud verzorgingstehuis moest worden verbouwd of gesloopt, staken de zorgorganisaties de koppen bij elkaar. Bouwen we weer een bejaardentehuis? Mensen willen langer thuis wonen. De kans dat een

‘De geur van het ziekenhuis en de inrichting van een bejaardentehuis
zul je hier niet tegenkomen’

nieuwe zorginstelling nog dertig jaar zou kunnen bestaan, was dus maar klein. Ze bedachten iets anders: een zorghotel. Het moest een écht hotel zijn, dat was een belangrijk uitgangspunt. “Er bestonden wel gelijknamige initiatieven, maar als je dan gaat kijken, blijkt het een opgevrolijkte ziekenhuisvleugel of een afdeling van een verzorgingstehuis te zijn,” vertelt

alleen ben je er niet'



hotelmanager Anja Gritter. “Dat is echt wat anders. In De Palatijn staat ‘hotel’ voorop. De geur van het ziekenhuis en de inrichting van een bejaardentehuis zul je hier niet tegenkomen.” Daarom betrokken de initiatiefnemers direct hotel-experts bij het uitvoeren van hun plan. Het gevolg: naast de keukenbrigade en het hotelteam heeft dit hotel ook een zorgploeg. Een groep bevoegde thuiszorgers komen naar het hotel om gasten te helpen met medische handelingen. Hulp nodig bij het douchen? Medicijnen vergeten? Een stomazakje vervangen? Daar bel je in dit hotel roomservice voor, want zorg en gastvrijheid zijn geïntegreerd.

Niet tutoyeren

Die samenwerking tussen horeca en zorg was voor beide partijen even wennen, geeft de hotelmanager toe. “De horecamedewerkers wisten niet wat ze overkwam: zoveel tijd voor gasten, rust en ruimte om even een praatje te maken. In de horeca zijn we gewend om heel hard en in een hoog tempo te werken. Dat mag hier een versnelling lager. Aan de andere kant moesten de zorgmedewerkers leren om niet iedereen met ‘je’ en de voornaam aan te spreken: het blijven natuurlijk gas-

ten en die tutoyeren we niet. Ook de servicegerichtheid was voor hen iets nieuws. Zij waren gewend om rustig met elkaar koffie te gaan drinken. Belde een gast met een verzoek, dan meldden ze ijskoud dat ze eerst hun bakkie leegdranken en daarna langskwamen. Dat moesten ze snel afleren: onze gasten gaan altijd voor.”

‘De bedden zien er goed uit:
geen elektronische toeters en bellen.
Zo wil ik het graag hebben’

In het begin leverde dat wat personeelsverloop op. Onvermijdelijk, denkt Gritter. “Het zorghotel was nieuw. Mensen wisten niet wat ze moesten verwachten. Er zijn gelukkig veel mensen die zich aangesproken voelen door het idee. Ik krijg iedere week een stapeltje sollicitatiebrieven en onze huidige medewerkers blijven over het algemeen lang hangen. Ze zijn trots op hun werk hier.”

>>>

‘Met alleen drempels weg ben je er niet’

>>> Antistatische vloerbedekking

Een rondleiding door De Palatijn laat duidelijk zien waarom dit geen gewoon hotel is, en al helemaal geen zorginstelling. “Met brede deuropeningen en drempels weg ben je er nog niet,” lacht manager Gritter. “Over ieder detail van de inrichting is lang nagedacht. De binnenhuisarchitect heeft samengewerkt met iemand uit de zorg en zij kwamen met slimme oplossingen. Een hoge balie bij de receptie was bijvoorbeeld uitgesloten. Dan kun je in een rolstoel geen formulier invullen, als de receptioniste je al ziet zitten daar beneden.”

De hotelkamers zijn ruim, gemiddeld 24 vierkante meter. De brede deur schuift open en laat zo op het oog een gewone hotelkamer zien. “Binnen twee minuten hebben we deze kamer volledig aangepast aan de wensen van een gast,” vertelt Gritter trots. “Een handgreep naast het bed? Steunen in de douche en rond het toilet? Geen enkel probleem. Niet nodig? Dan halen we die spullen uit de kamer, zodat het er altijd als een hotelkamer uit blijft zien.” De manager moet de aanpassingen aanwijzen, want ze springen niet in het oog. “Onder de wastafel staan geen kastjes, want daar botst de rolstoel tegenaan. En de spiegel erboven is lang, zodat iedereen kan kammen en föhnen zonder nekrekken.” Op de bedden is de hotelmanager bijzonder trots. “Het zijn fantastische bedden met dezelfde mogelijkheden als een ziekenhuisbed. Je kunt ze helemaal omhoog zetten, het hoofdeinde wat omhoog doen of juist het voeteinde plat zetten. Maar ze zien er goed uit: geen elektronische toeters en bellen te zien, gewoon een strak hotelbed. Zo wil ik het graag hebben!”

Met haar voet veegt ze over de zachte vloerbedekking. “Die is ook met zorg uitgekozen. De vorige directeur heeft zelf geprobeerd of je er met een rolstoel goed op kon manoeuvreren. Bovendien is het materiaal antistatisch, anders krijg je telkens een schokje als je de wielen van je stoel vastpakt.”

Eerst meten

En verder lijkt De Palatijn op ieder ander hotel. Een schoonheidsspecialiste heeft een grote salon op de vierde verdieping,

op de begane grond is een sauna met een infraroodcabine aangelegd. Het restaurant serveert à la carte en de receptie biedt uitstapjes in de Alkmaarse regio aan. “Ook daar is alles getest of het geschikt is voor onze gasten. De oprit naar een molen moet geen grindpad zijn en de rondvaartboot is breed genoeg.” Dat wordt gewaardeerd. Verschillende gespecialiseerde reisorganisaties weten De Palatijn ieder seizoen te vinden. “In het begin waren de reisleiders erg kritisch. Ze kwamen vooraf langs om alles na te meten en zelf te bekijken. Tja, het predikaat ‘rolstoelvriendelijk’ betekent niet overal hetzelfde. En als je hier als reis leider staat met je groep en de rolstoelen zitten klemvast in de lift, heb je een groot probleem.”

Vakantiegevoel

Inmiddels vindt het initiatief van De Palatijn wat navolging. De vorige directeur is in Rotterdam een zorghotel aan het oprichten, andere hotels komen ideeën opdoen om ten minste een gedeelte van hun kamers om te bouwen. “Een interessante ontwikkeling,” vindt de hotelmanager. Voor directe concurrentie is ze niet bang. “Zoals wij het hebben aangepakt, zal niet snel worden gekopieerd. Niet iedereen is in de luxe positie om een nieuw gebouw te kunnen neerzetten en inrichten. En bovendien is de markt groot genoeg. Door de vergrijzing groeit de doelgroep aanzienlijk.” De meeste hotelgasten komen om vakantie te houden, met of zonder rolstoel. Tulpen, kaas en klompen zijn de voornaamste attractie; veertig procent van de vakantievierders is Duits. Eenderde van de gasten in De Palatijn bestaat uit Nederlanders, die vanuit het ziekenhuis komen revalideren. In de winter ontvangt het hotel veel zakenmensen. De vakantie sfeer overheerst in het hotel. Anja: “Vaak zeggen mensen bij het uitchecken: bedankt voor de heerlijke vakantie. Terwijl ze hier niet kwamen voor een vakantie, maar om na een heupoperatie of een hartaanval te revalideren. Dat het verblijf dan zo ontspannen is geweest dat gasten het als een vakantie ervaren, zie ik als een groot compliment.”

‘De meeste gasten komen om vakantie te vieren. Met of zonder rolstoel’



Hotelmanager Anja Gritter.

