

‘Ik zet dingen in beweging’

# Als het regent in Amersfoort,

Het Golden Tulip Berghotel Amersfoort ligt boven op een uitloper van de Utrechtse heuvelrug. Omringd door hoge bomen en statige lanen straalt het hotel een serene rust uit. Maar de tijd dat het landhuis diende als kuuroord is voorbij. Anno 2007 wordt er druk vergaderd in de zalen en uitgebreid gedineerd in het restaurant. Harold Warmelink, Meest Markante Horecaondernemer van Midden-Nederland, wil op positieve wijze een bijdrage leveren aan de samenleving. “Het is zo mooi om dingen in beweging te zetten”.

**W**armelink heeft zich voorbereid. Voor hem liggen mappen en artikelen. Enthousiast somt hij op aan welke projecten hij de laatste jaren heeft gewerkt. Op zijn das prijkt een gouden dasspeld van een mes en een vork; een icoon uit het verleden. De ondernemer groeide op in de keuken, haalde alle diploma's die nodig zijn om meesterkok te worden en verdween vervolgens via de klapdeuren naar buiten. “In de keuken had ik weinig tijd voor creaties en dat was juist wat ik wilde: nieuwe dingen maken.”

De jonge ex-kok ging aan de slag als Food-and-Beverage manager voor het Rotterdam-Airport Hotel en klom in rap tempo op als eindverantwoordelijke voor het hele hotel. Hij was betrokken bij ambitieuze projecten als het Kraamzorghotel. Warmelink: “Begin jaren negentig, tijdens de golfloorlog, stonden de hotels leeg. Thuiszorg Rotterdam kwam met het idee een vleugel van het hotel om te bouwen tot het eerste Kraamzorghotel ter wereld en daar hebben we uiteindelijk allemaal wat aan gehad.” Hoewel het Kraamzorghotel niet zijn initiatief was, kreeg Warmelink de smaak te pakken en zette de lijn van lucratieve ideeën in het hotel voort.

## Citymarketing

Na dertien jaar was Warmelink toe aan een nieuwe uitdaging: “De Regardz Hospitality Group, eigenaar van het Golden Tulip Rotterdam Airport Hotel, wilde dat ik het Golden Tulip Berghotel in Amersfoort zou gaan leiden. Er was behoefte aan lokale bekendheid en een hogere omzet in het weekend; een duidelijke opdracht waar ik veel zin in had.” Als afscheidscadeau kreeg Warmelink van Rotterdam de Erasmusspeld, die uitgereikt wordt aan personen die zich lange tijd op sociaal, cultureel, economisch of sportief gebied verdienstelijk hebben



Warmelink: “Je geeft iets aan de samenleving en krijgt daar positieve reclame voor terug.”

gemaakt. Warmelink: “Tja, wat moet ik daarvan zeggen, het was geweldig, een enorme eer.”

In Amersfoort wachtte de ondernemer een aangename verrassing: “Ik wist weinig van de stad en had nooit gedacht dat die zo bruisend kon zijn. Er is ontzettend veel te doen. Het probleem was alleen dat niemand dat wist. Dáár moest dus verandering in komen.” In plaats van zijn hotel te promoten, stortte Warmelink zich op zijn nieuwe woonplaats, want: “Regent het in Amersfoort, dan druppelt het in de hotels. Wanneer deze stad meer waardering krijgt, meer bedrijven naar zich toetrekt en meer toeristen binnenhaalt, dan is dat ook goed voor mijn bedrijf.”

# druppelt het in de hotels

De ondernemer werd gevraagd voor de klankbordgroep 'Amersfoort Aantrekkelijk', die zich inzet voor de promotie van de stad. "Mijn netwerk groeide. Ik leerde overal nieuwe mensen kennen en zij mij natuurlijk. Ik kwam in een denktank terecht waarin we brainstormden over hoe het beter kon. Uiteindelijk kwam ik met het idee om, net als Rotterdam jaren terug gedaan heeft, de naam Amersfoort meer als merk neer te zetten: citymarketing. Ik heb me daar jaren voor ingezet en nu gaat het eindelijk gebeuren... daar ben ik best een beetje trots op."

## Samenwerking

Een van de dingen die Warmelink nog wil verwezenlijken is een allesomvattende regiokalender: "Amersfoort is populair voor dagtochten. Voor de hotels is het dus interessant om eraan te komen hoe je juist de dagjesmensen kunt vasthouden. Ik doe dat door te kijken naar wat er nog meer te doen is in de omgeving. Ik wil mensen snel en eenvoudig een leuke combinatie van activiteiten kunnen aanbieden waardoor het aantrekkelijk wordt in ons hotel te overnachten. Zaterdag een evenement in Amersfoort en zondag een in Soest bijvoorbeeld." Om tot zo'n kalender te komen, dient er wel te worden samengewerkt: "Organisatoren moeten weten bij wie ze hun evenement kunnen aanmelden en de UTR (Utrecht Toerisme en Recreatie, red.) zal deze evenementen moeten bundelen", legt Warmelink uit. "Ook de hoteliers van Amersfoort kunnen de handen ineen slaan als het gaat om arrangementen tijdens evenementen. Natuurlijk, wij zijn allemaal concurrenten, maar als de naam Amersfoort eenmaal als merk staat, heeft iedereen daar baat bij. Zonder een intensieve samenwerking redt niemand het."

## Maatschappelijk ondernemen

De term 'maatschappelijk ondernemen' lijkt in Warmelinks schoot geboren. Hij deinst niet terug voor het organiseren van culturele evenementen, heeft stichtingen opgericht en gebruikt in zijn restaurant borden die gemaakt zijn door mensen met een verstandelijke beperking: "Je geeft iets aan de samenleving en krijgt daar positieve reclame voor terug. Mensen zullen onthouden dat jij je hebt ingezet voor het goede doel en dat wekt sympathie." Warmelink vindt niet dat hij de 'goede doelen' gebruikt om tot een hogere omzet te komen: "Wat wij doen, daar hebben de mensen echt wat aan. Het is niet erg dat we daar een beetje van meeprofiteren. We kweken goodwill en creëren gunning."



De borden en de kunstwerken in het Berghotel zijn gemaakt door mensen met een verstandelijke beperking



‘Ik zet dingen in beweging’

# Als het regent in Amersfoort, druppelt het in de hotels



Warmelink: “Ik had nooit gedacht dat Amersfoort zo bruisend kon zijn”

>>> Momenteel is de idealist in pak bezig met het oprichten van een stichting die zich zal gaan inzetten voor maatschappelijk betrokken horecaprojecten: “Voor de meeste Nederlanders zijn wij nog steeds de branche die van de gulden een euro heeft gemaakt. De wedstrijd Meest Markante Horecaondernemer van Nederland is onder andere bedoeld om het imago van de horeca te verbeteren. Nu ik de Meest Markante ondernemer van Midden-Nederland ben, wil ik daar ook iets concreets mee doen en toen kwam ik met deze stichting.”

De stichting zal kant-en-klare maatschappelijke horecaprojecten gaan aanbieden. “Het is de bedoeling dat ondernemers daar in rustige periodes mee aan de slag kunnen. Bijvoorbeeld het draaiboek voor een dagje waarin je als bedrijf een aantal eenzame, oudere mensen in het zonnetje zet. Gratis. Dat hoeft maar heel weinig te kosten en kan daarentegen een hoop opleveren. Als stichting zorgen wij namelijk voor lokale publiciteit, waardoor je als bedrijf weer op positieve wijze in de samenleving komt te staan.”

## Ruim dertig projecten

Nog een opmerkelijk initiatief van Warmelink is B-Art. “B-Art komt voort uit het idee dat traditionele economie langzaam plaatsmaakt voor creatieve economie. Van een kunstenaar kan

je als ondernemer of politicus veel leren én andersom.” Om te zorgen dat die drie beroepsgroepen elkaar ontmoeten organiseert Warmelink vier tot zes keer per jaar een bijeenkomst onder de noemer B-Art, waarbij ondernemers, politici én kunstenaars samenkomen om van elkaar te leren, met elkaar te debatteren of te schilderen. Uiteraard in het Berghotel. “Het is een succes. Niet alleen zijn die bijeenkomsten waardevol voor de cultuur in Amersfoort, ik haal ook potentiële gasten naar mijn bedrijf en daarnaast zijn er regelmatig exposities.”

Inmiddels is de portefeuille van Warmelink uitgegroeid tot een aantal stichtingen, fondsen en ruim dertig lopende of pas verzonden projecten. “Maar ik raak het overzicht niet kwijt hoor, ik ben erg gestructureerd. Gelukkig werk ik met een enthousiast team die dezelfde instelling en houding heeft, anders zou ik al die projecten niet kunnen realiseren. Het lijkt misschien alsof het hotel op de achtergrond verdwijnt, maar juist door me actief in te zetten voor dit soort projecten, is de omzet omhoog geschoten. We zijn zelfs genomineerd als trainingslocatie van het jaar door het vakblad Business in H.R.D. Het is zo mooi om dingen in beweging te zetten.”