

‘Ik dacht: of ik mag alles veranderen, of ik ben weg...’

De visionair van



René Wildeman: 'Horeca moet geen emotionele kwestie worden'

De Meest Markante Horecaondernemer van Amsterdam drinkt zijn cappuccino met één zoetje, zwerft als een clochard over het internet op zoek naar verdwaalde toeristen én deinst niet terug voor de toekomst. En dat terwijl hij eigenlijk een hekel heeft aan het woord horecaondernemer: “Zeg nou zelf: de eigenaar van een cafetaria doet iets heel anders dan de eigenaar van een vijfsterrenhotel. Die doet op zijn beurt weer iets heel anders dan de exploitant van een café...”

Precies één minuut te laat, maar zich toch druk verontschuldiging, komt René Wildeman, General Manager van Hotel Amsterdam-De Roode Leeuw het overdekte terras van zijn paradepaard oplopen. Hij ploft in één van de roodpluchen stoelen, omgeven door de al even rode muren. De ochtend was druk en juist dan rijden de metro's nooit op tijd. De Roode Leeuw pronkt in het hart van Amsterdam, op de Damrak en pal naast de Dam. Wildeman: “Vanuit de kamers aan de voorzijde kij-

ken de gasten uit op het Nationaal Monument.”

Het gebouw dateert uit 1911 en is sindsdien in handen van twee families. Acht jaar geleden werd Wildeman aangenomen om het bedrijf nieuw leven in te blazen en die taak neemt hij serieus: “Op het moment dat ik ja zei, had ik het interieur nog niet gezien. Een paar dagen later kreeg ik de schrik van mijn leven. Het zag er niet uit. Ik heb de eigenaren een brief gestuurd waarin ik vertelde dat het een puinhoop was. Ik dacht: of ik mag alles veranderen, of ik ben weg.”

Amsterdam



'De Roode Leeuw doet zijn naam eer aan: echt Amsterdam, warm en sfeerful, maar zeker niet ouderwets'

Overtreffende gastvrijheid

Wildeman mocht blijven. Zijn eerste project was de renovatie van alle kamers in het hotel: "Dat had mijn hoogste prioriteit. Ik wilde niet alleen de kamers in een nieuw jasje steken, ik wilde ook de technische aspecten van de kamers verbeteren. Ik zorgde dat er een systeem kwam om energie te besparen en dat elke kamer werd aangesloten op het internet. Dat is een extra service gebleken waarmee je veel gasten naar je toe kunt halen."

Vorig jaar was het restaurant aan de beurt. Via via leerde de ondernemer een architect kennen met wie het direct klikte: "Hij wist precies wat ik wilde en was net zo'n ADHD-er als ik. Dat liep dus gesmeerd." Wit werd vervangen door rood. De ouderwetse schuifpuien verdwenen. En voor het eerst sinds jaren deed De Roode Leeuw zijn naam weer eer aan. Wildeman: "Echt Amsterdam, warm en sfeerful, maar zeker

niet ouderwets meer. En dat zien we terug in de omzet."

Met de renovatie van het hotel en het restaurant, werd het personeel niet overgeslagen: "We hebben veel nieuwe mensen aangenomen. Personeel is het allerbelangrijkste in zowel het hotel als het restaurant. Vorig jaar heb ik iedereen een cursus 'overtreffende gastvrijheid' aangeboden. Kijk, dat mensen vriendelijk benaderd worden, is normaal. Dat verwacht iedereen. Wat ik wil is dat het personeel net dat beetje meer biedt, daar komen de gasten voor terug."

Sentiment versus rendement

Maar, de horeca moet geen emotionele kwestie worden, vindt Wildeman. "Het is zo snel sentimenteel; een mooi kopje, een bijzonder bordje, maar wat levert het op? Dáár gaat het om. Natuurlijk moet je zorgen dat gasten zich gemakkelijk voelen, maar je moet ook zorgen dat je een goede omzet draait. Die

>>>

De visionair van Amsterdam



De Roode Leeuw pronkt in het hart van Amsterdam. 'Vanuit de kamers aan de voorzijde kijken de gasten uit op het Nationaal Monument'

>>> twee dingen moeten in balans zijn." En misschien is het juist die balans die ervoor zorgt dat Wildeman zich al jaren staande weet te houden tussen de hotelketens in Amsterdam. De Roode Leeuw doet niet onder voor de grote jongens en wekte daarmee de sympathie van de jury van de Meest Markante Horecaondernemer.

Zelf kent Wildeman het klappen van de 'keten'zweep door en door. Hij werkte jarenlang voor het Swisshotel Amsterdam, de buurman van Hotel Amsterdam-De Roode Leeuw. "Het is niet slechter, maar wél anders. Ik denk dat ik als General Manager mijn ei beter kwijt kan in De Roode Leeuw. Als je wilt dat een hotel anders dan anders is, wordt het lastig als je voor een hotelketen werkt; alles moet daar tot op het bot besproken worden. Nu hoef ik weinig te overleggen. Elke beslissing neem ik in principe zelf."

Technische gadgets

Iemand die weet wat zijn concurrent wil, kan daar tactisch op inspelen. "Door mijn ervaring, weet ik dat je een visionair

moet zijn. Ik heb jaren in een Zwitsers hotel gewerkt dat altijd vooruit liep op andere hotels; zonnepanelen op het dak, als eerste aan de slag met tekstverwerkers... Dat heeft invloed op mij gehad. Ik kijk graag naar trends. En dan richt ik me niet alleen op het nieuwste op multimediaal gebied, maar kijk ik ook naar wat de gasten nu en in de toekomst belangrijk vinden in hun kamer."

Wildeman onderscheidt zich vooral door zijn liefde voor technische gadgets: "Internet speelt een belangrijke rol in ons leven, dus moet je daar als manager mee overweg kunnen." En spoorwerk op het internet wijst uit dat Wildeman daar geen moeite mee heeft: "Ik post regelmatig reacties op toeristenforums. Als een toerist om informatie vraagt, dan wijs ik hem op ons bestaan. Dat levert vaak nieuwe gasten op. Toeristen komen niet meer via een reisbureau binnen, zoals vroeger. Nu zoekt iedereen zelf zijn informatie bij elkaar. Aan een hotel de taak te zorgen dat die toerist zijn informatie krijgt. Alleen door de trends voor te blijven en alert te zijn, kun je de concurrentie met andere hotels aan."



Alleen door trends voor te blijven en alert te zijn, kun je de concurrentie met andere hotels aan'Leeuw



Toen Wildeman acht jaar geleden als General Manager in De Roode Leeuw begon, onderwierp hij het hotel aan een grote renovatie

Promotie van de stad

Wildeman promoot niet alleen zijn eigen Roode Leeuw. Ook de stad Amsterdam krijgt een ereplaats in zijn prioriteitenlijst: "Het een staat niet los van het ander. Meer gasten genereer je ook als de stad succesvol gepromoot wordt." En daar is Amsterdam, volgens Wildeman, niet sterk in. Maar in plaats van klagend achterover te leunen, schreef hij een plan onder de titel: 'Amsterdam House'. Wildeman: "Een overkoepelend gebouw, waarin alle promotionele organisaties van Amsterdam één plek krijgen met één telefoonnummer voor toeristen en bedrijven." Of het plan daadwerkelijk zal worden uitgevoerd is nog niet bekend.

En dan is er nog De Roode Leeuw Gastvrijheidprijs. Wildeman: "Tijdens de heropening van het restaurant, vorig jaar, heb ik de prijs voorgesteld aan Koninklijk Horeca Nederland en de Amsterdamse Alliantie (voorzitters van het Amsterdams be-

drijfs- en cultureel leven, red.). Mijn idee was dat iedereen de prijs kan winnen, als ze maar gastvrij zijn. Ook dit is nog even afwachten, maar het lijkt me prachtig voor Amsterdam. Het stimuleert de gastvrijheid en daarnaast straal je als initiatiefnemer natuurlijk ook uit dat je die kwaliteitseis hoog in het vaandel heb staan."

Genoeg ideeën dus om nog jaren bezig te blijven: "Ik ben dan wel 61 jaar, maar ik denk er nog lang niet over om met pensioen te gaan. Als mijn gezondheid het toelaat, werk ik gerust nog een aantal jaren door. En als ik dan op een gegeven moment toch moet stoppen bij De Roode Leeuw zie ik mezelf nog wel als vrijwilliger aan het werk: het management van hotels in Gambia ondersteunen ofzo. Ik kijk graag naar de toekomst, maar ik ben niet echt een planner. Er is eigenlijk niets wat ik nog heel graag zou willen doen, want wat ik graag zou willen doen, dat doe ik nu."