



Uniek Sporthotel maakt wintersportdorp compleet

In het Limburgse heuvellandschap ligt het enorme complex SnowWorld Landgraaf. Onlangs werd dit gecombineerd met het Sporthotel. Voor de gasten betekent dat overnachten in een hotel met toegang tot de meest uiteenlopende faciliteiten. De doelgroep? Eigenlijk bijna iedereen.

Tekst: Juditte Aangeenbrug - Foto's Rein Bollen en SnowWorld

'We hebben hier de meest fantastische voorzieningen. Dát is innovatief. We onderscheiden ons niet van andere hotels, we zijn uniek'

Zo hard groeien dat je eigenlijk verplicht bent een hotel erbij te bouwen. Dat wil elke ondernemer wel. Nu staat initiatiefnemer en directeur/groot aandeelhouder Koos Hendriks van SnowWorld dan ook niet voor niets aan het roer van 's werelds grootste overdekte wintersportresort. "Hij zit nooit stil, wordt elke dag wakker met tien nieuwe ideeën", zegt general manager Suzanne Bohlander bij SnowWorld Landgraaf. Het laatste plan van Hendriks was een hotel. Dat staat er nu en het telt honderd kamers in het viersterrensegment.

Het Sporthotel completeert de inmiddels succesvolle onderneming in het Limburgse heuvellandschap van pistes, bierstubes, restaurants, multifunctionele zalen, fitness- en wellnesscentrum. Het hotel moet de drempel verlagen om (helemaal) naar Landgraaf af te reizen. Ook moet het ervoor zorgen dat er meer gasten komen, die langer blijven en dus meer besteden. Kortom: een logischer stap had niet gemaakt kunnen worden.

Innovatief en uniek

Bohlander is een van de mensen die zijn aangetrokken om het hotel te runnen. "We hebben nu eigenlijk vier bedrijven onder één dak: de pistes, de horeca, het fitnesscentrum en het hotel. Elke afdeling vergt andere expertise, maar ze zijn onlosmakelijk met elkaar verbonden. We zijn één wintersportdorp." In het hotel heerst dan ook een Oostenrijkse sfeer. Er zijn drie soorten kamers: comfort, superior en de junior suite, alle met houten meubels en een foto van een witte wereld als achterwand. Bovendien kan elke gast gratis internetten met behulp van een draadloos toetsenbord.

Maar het beste is toch wel, uiteindelijk, het hele complex, benadrukt de general manager. "We hebben hier natuurlijk de meest fantastische voorzieningen die een



hotelgast zich maar kan voorstellen. Dát is innovatief. We onderscheiden ons niet van andere hotels, we zijn uniek. Bovendien is SnowWorld door de komst van het hotel een 24-uursbedrijf geworden. De gasten zijn tot heel laat overal." Sinds de opening van het Sporthotel een maand geleden is dan ook een flinke omzetting gerealiseerd. In het laagseizoen.

Brede oriëntatie

Het complex in Landgraaf richt zich in eerste instantie natuurlijk op sportievelingen, variërend van kinderen die net kunnen lopen tot bij wie dat bijna niet meer gaat. Zij bezoeken SnowWorld veelal in het weekend. Maar – vooral door de komst van het hotel – schiet de omzet nu ook doordeweeks omhoog dankzij de zakelijke markt. Niet alleen omdat er plek is voor vergaderingen, teambuilding (touwtrekkend naar de top) of meerdaagse

events, maar ook omdat bedrijven bijvoorbeeld hun klanten willen onderbrengen in het hotel. "En dan is het Sporthotel ideaal, want in veel hotels verveel je je vaak 's avonds. We hebben nu zelfs contracten met bedrijven die eerst niets bij ons deden. Er blijkt echt behoefte te zijn aan hotels die meer bieden."

Het is niet de enige meerwaarde van het hotel. Omdat in de zomer minder gasten komen – "want skiën doe je in de winter, al zit dat tussen de oren" – biedt SnowWorld diverse fietsarrangementen. Inclusief overnachting. Daarvoor is de ligging in het Limburgse heuvellandschap natuurlijk ideaal. Bovendien is dit aantrekkelijk voor een derde doelgroep: de groeiende markt van sportieve senioren. Die gaan immers toch wat minder snel op de latten staan en staan vaak niet te trappelen om na een dagje fietsen een lange terugreis te maken.

'Gastgerichtheid zit in je genen of niet'



Dankzij de brede oriëntatie van SnowWorld is er dus niet altijd voor iedereen plek in het hotel. Bohlander: "De pistes zijn groot genoeg, maar we hebben natuurlijk geen 1800 kamers." Gasten kunnen echter uitwijken naar nabijgelegen hotels, zoals het 'vroeger' altijd ging. Lijden die geen verlies door de komst van het Sporthotel? "Het zal absoluut even wat gevolgen hebben voor hen, maar tegelijkertijd groeit SnowWorld zo hard dat er simpelweg ruimte is ontstaan voor een extra hotel. Er komt een nieuw evenwicht."

Worst en garnalen

De komst van het hotel heeft meer nieuwe dingen met zich meegebracht, zoals een à la carte restaurant, open haard, terras met loungehoek, ontbijtruimte, de verbouwing van de receptie zodat gasten in één keer alle facetten kunnen boeken, kluisen bij de pistes en de omheining van de parkeerplaats om diefstal te voorkomen. Ook zijn de vergader-ruimtes en het fonduerestaurant mooier, beter gemaakt. "Het is net als dat je thuis gaat schilderen", lacht Bohlander. "Dan vind je ineens dat ook je lampen en tafelkleden aan vervanging toe zijn. Sommige aanpassingen zijn dus het effect van de komst van het hotel. Maar daarnaast heeft een hotelgast natuurlijk ook meer voorzieningen nodig dan iemand die hier niet overnacht. En, ook belangrijk, de zakelijke markt heeft andere wensen dan die van leisure. Daar waar laatstgenoemde tevreden is met hamburgers en worstjes op de barbecue, wil de zakelijke markt ook steaks en garnalenspiesjes.

Bovendien vraagt deze groep echt om een à la carte restaurant."

Goed kijken en luisteren naar de gasten is dus essentieel. Het is bovendien dé kern van gastvrijheid. En wat blijft daarvoor het allerbelangrijkste? "Het personeel moet inderdaad de juiste attitude hebben, dat is nog belangrijker dan vakkennis. Gastgerichtheid zit in je genen of je hebt het niet en dan zijn er genoeg andere leuke banen." De juiste houding is van dermate belang dat ze bij SnowWorld ook wel eens mensen strikken die langskomen voor ander werk, bijvoorbeeld de verhuur van spullen en daarbij opvallen door hun vriendelijke en behulpzame attitude. "Dan overtuigen wij ze dat ze hier moeten komen werken", aldus Bohlander.

Voor nieuwe medewerkers valt of staat alles trouwens met een goede begeleiding, vindt de general manager. "Daardoor ontstaat de motivatie, zie je mensen groeien en met tevredenheid hier werken. Dat klinkt heel theoretisch, maar het werkt echt zo. Wat je erin stopt, krijg je terug."

En dat is ook precies het doel van de actieve zoektocht naar goed personeel - in het hoogseizoen zo'n 550 mensen - dat dit zich uiteindelijk vertaalt in tevreden gasten. Bohlander: "Het is zoals Koos zegt: iedereen die hier naar buiten gaat, moet een marketeer zijn van SnowWorld, moet zo'n ervaring hebben dat hij dat verder vertelt. Dat is de beste marketing die je kunt hebben."

> **HorecaEntree** <

Bedrijfsgegevens

Naam bedrijf:	Sporthotel SnowWorld Landgraaf
Plaats:	Landgraaf
Directeur/groot aandeelhouder:	Koos Hendriks
Soort bedrijf:	hotel
Aantal sterren:	vier
Geopend:	7 dagen per week, 24 uur per dag
Aantal medewerkers hotel:	550 (in het hoogseizoen)
Aantal bedden:	420
Types kamers:	comfort, superior en junior suite
Ambiance:	wintersport
Keuken:	à la carte, fondue
Omgeving:	natuurpark Strijthagen, Limburgs heuvellandschap
Bijzonderheid:	onderdeel van 's werelds grootste indoor wintersportresort