



Fundament

Nieuws voor en van alumni van de Hoge Hotelschool Maastricht | nummer 26 | april 2009

HOGESCHOOL  ZUYD
Hoge Hotelschool Maastricht

In dit nummer De Hotelschool is een sterk merk | Gevonden voorwerp |
Bijbanen | Kansen van crisis | Kennis delen |



door Nicoline Wisse Smit [F 1994]

Ad Smits: 'De Hotelschool is een sterk merk' De toekomstvisie van een nieuwe directeur vertaald in cultuur

In het decembernummer van Fundament werd Ad Smits, directeur HHM, voorgesteld als een onderwijsbestuurder met passie en ambitie. We leerden hem kennen als theoloog, ethicus en ervaren onderwijsbestuurder. Hij deelde zijn eerste indrukken, maar beriep zich op een symbolische periode van 100 dagen toen Fundament informeerde naar zijn visie op de toekomst van de HHM. Die 100 dagen zijn inmiddels voorbij...

Trots als onderscheidend vermogen

In het kennismakingsinterview vertelde Ad dat hij de lat hoog legt: 'Docenten dienen met ambitie

en passie te willen excelleren in hun vak.' Verder gaf hij onder andere aan dat er moet worden stil gestaan bij het soort student dat de HHM wil opleiden. Daarop inspelend vraag ik hem waarom iemand voor Maastricht zou moeten kiezen. Ad vertelt: 'Vanwege het onderscheidend vermogen. Maastricht heeft iets. Dat merk je wanneer je met alumni praat. Men is trots op Maastricht. Vaak kan men het niet precies benoemen. Maar dat alumni met plezier terugkijken op de opleiding en met trots over Maastricht praten, is kenmerkend. De HHM heeft kennelijk een enorme kracht. Kracht die kan worden vertaald in onderscheidend vermogen.'

Organisatiecultuur onder de arm

In de afgelopen maanden heeft Ad verschillende speerpunten benoemd om het onderscheidend vermogen van de HHM lading te geven: zogenaamde cultuurdragers. Ad heeft ze op papier staan. Hij loopt er al geruime tijd mee onder zijn arm. Hij deelt ze hier en daar met mensen die hij tegenkomt; met medewerkers, met externen, met studenten. Het zijn op dit moment drie speerpunten. Er staat voorzichtig een vierde pijler bij. 'Organisatiecultuur is een belangrijke, algemene deler. Samen één cultuur om jezelf uitmuntend te maken. Of dat nu als instituut, studentenvereniging, docent of student is. Samen weten waar je voor staat en vanuit die kernwaarden



handelen. Die kernwaarden sluiten aan op wat al goed is en geven richting aan wat nog beter kan', vertelt Ad. Alvorens zich op het cultuurvraagstuk te storten, heeft Ad de missie van de HHM onder de loep genomen. De nieuwe missie luidt: De HHM leidt op voor managementfuncties en entrepreneurship in de (inter)nationale hospitalityindustrie. Ad licht toe: 'Deze omschrijving is niet nieuw, enkel ingekort. Voorheen bestond de missie nog uit een scala aan aanvullingen over wat de HHM zoal te bieden heeft. Maar een instituut dat leidend wil zijn, dient sowieso een gekleurd palet te bieden. Het benoemen van Bachelor en Master degrees in de missie leidt eigenlijk alleen maar af. De missie is dus niet veranderd, maar enkel terug gebracht tot de kern.'

Passie, Stijl en Verantwoordelijkheid

Op de notitie onder zijn arm staan: Passie, Stijl en Verantwoordelijkheid. Als vierde pijler noemt Ad Kwaliteit. Als Ad de waarden met mij deelt, wacht hij geduldig af. Hij laat mij de ruimte om te reageren en luistert. Hier en daar maakt hij een aantekening. Ad geeft mij het gevoel dat hij mijn mening, als oud-student, serieus neemt. Hij toont interesse. Weet betrokkenheid te creëren. Er ontstaat zelfs een gevoel van saamhorigheid. Dan licht hij toe: 'Passie heeft te maken met initiatief, durf en ambitie. Met dingen doen waar je warm van wordt. Dit resulteert in creativiteit en innovatie.' Stijl sluit voor Ad aan bij Zuid-Limburg. Hij noemt het Maastrichtse straatbeeld, maar benadrukt dat Stijl meer is dan de buitenkant. Binnen de HHM staat Stijl als cultuurdrager vooral voor gastvrijheid en persoonlijkheid. Het heeft te maken met trots zijn op jezelf. Als derde volgt Verantwoordelijkheid. 'Verantwoordelijkheid is een breed begrip. Ieder mens heeft een Verantwoordelijkheid. Naar zichzelf en naar de samenleving. Dit geldt dus zowel voor de

docenten als de studenten.' Het is de bedoeling dat betrokkenen van de HHM hun handelen straks als op een soort van automatische piloot afspiegelen tegenover de op deze waarden gebaseerde cultuur. Ad licht toe: 'Studenten roepen snel dat iets niet geregeld is. Soms hebben ze gelijk. Vaak betreft het echter iets waarvoor ze zelf ook verantwoordelijkheid kunnen nemen. Niet gaan zitten wachten, maar verantwoordelijkheid voor eigen handelen nemen en voor de ontwikkeling van anderen komt in dit cultuurelement terug.' Naast de kernwaarden Passie, Stijl en Verantwoordelijkheid schemert het woord Kwaliteit. Ad geeft aan dat hij nog speelt met deze vierde waarde. Resulteren Passie, Stijl en Verantwoordelijkheid immers niet automatisch in Kwaliteit?

Belonen van ambitie

Passie, Stijl en Verantwoordelijkheid onderscheiden de HHM van andere hotelmanagementopleidingen. Ze vormen het kader waarbinnen wordt opgeleid. Kernwaarden die er voor moeten zorgen dat iemand voor Maastricht kiest. Het zijn ook de kernwaarden die als referentie tijdens de selectierondes gelden. Maar wat biedt de HHM vervolgens? Kwaliteit! 'Op de HHM dient een ambitieuze sfeer te heersen. Een instituut waar studenten en docenten het beste uit zichzelf halen. Een 6 is niet langer goed genoeg! Extra-curriculaire activiteiten worden beloofd en als zodanig vermeld op het diploma. Bij deze activiteiten kan het gaan om een functie in het bestuur van Amphitryon of het begeleiden van een medestudent bij een vak dat niet komt aanwaaien.'

Gepersonaliseerd onderwijs

'De HHM gaat onderscheidende kwaliteit bieden binnen zogenaamde persoonlijke profielen. Er zijn daarbij vier aandachtsgebieden. Dit zijn 'Hotelmanagement' (bestaande uit hotelserie, toerisme en events),

'Entrepreneurschap' (waaronder maatschappelijk verantwoord ondernemen), 'Foodservice' (een u.s.p. van Maastricht) en 'Horizons in Hospitality' (denk aan bankwezen en zorg). De HHM leidt op voor een carrière in de hotelserie. De vier aandachtsgebieden sluiten daar uiteraard op aan en fungeren als interessevelden. Binnen deze velden is er volop aandacht voor de ontwikkeling van een persoonlijk profiel op basis van individuele behoefte en wensen. De HHM en de Hogeschool Zuyd ontwikkelen daartoe zogenaamde 'minoren', ofwel keuzevakken. Een hotello met interesse in HRM kan deelnemen aan een specialistische Hogeschool Zuyd minor op dat gebied. En andersom kunnen studenten van andere opleidingen ook op de HHM minoren als 'Risk Management' en 'Food Service' komen volgen. Zo ontstaat er gepersonaliseerd onderwijs!'

Hotelschool als merk

'De HHM is een sterk merk. Toen ik nog werkte als directeur van de faculteit Facility Management, droeg ik altijd op mijn revers het speldje van de Hogeschool Zuyd. Als directeur van de HHM heb ik dat achter mij gelaten. Eenvoudigweg omdat ik merk dat de HHM een sterker merk is dan de Hogeschool Zuyd. Dat doet overigens niets af aan de Hogeschool Zuyd. Hogeschool Zuyd behoort tot de drie beste hogescholen van Nederland. Door de brug tussen beide partijen te slaan, merk versus kennis, kan er een kwalitatief beter product ontstaan. Dat geldt zowel voor de Hogeschool Zuyd als de HHM. Een product waarbij mensen niet bang zijn, maar zelfs de verantwoordelijkheid nemen om zich in hun ontwikkeling te laten leiden door het hart! Mensen met Passie, Stijl en Verantwoordelijkheid. Hotello's van de vaksjoal! ★

Tot de volgende Fundament!



Klas B6 Specialisatie Facilitair Management, voorjaar 1992

Op de foto: Karin Beekman, Freerk de Boer, Nicole Donkers, Sylvia Engel, Merie Flikweert, Marion Groeneveld, Judith van Heemert, Nancy Heyman, Judith van Hout, Monique Huizing, Marie Cathelijne Knipping, Monique van Loon, Alice Lottman, Kiki Manders, Arlette Mooijman, Monique de Mul, Casper Plochg, Angelique Schlieff, Monique Tromp, Paul Vaessen, Olga de Wit, Mark Zurink

Gevonden voorwerp

door Ankie Hoefnagels

Château Bethlehem is zo goed als leeg, en klaar om verbouwd te worden tot een prachthotel. Afgelopen zomer verhuisde het merendeel van de medewerkers al naar de gloednieuwe flexruimte in het schoolgebouw. Het was voor velen een heuse shock-therapie om van een kantoor vol boeken, rapporten en oude tentamens over te gaan naar een papierloos kantoor met slechts een meter boekenplank per medewerker. De conciërges hebben zich in het zweet gewerkt om al die achtergelaten voedingsleerscripties, investeringsselecties en Duitse brieven in containers te krijgen. Sommigen zijn in de haast zelfs vergeten om foto's van de muur te halen. In de kamer van Chrit Nijskens, docent facilitair management, vond Fundament bijvoorbeeld onderstaande foto, een herinnering aan een zo te zien gezellige reis. Een 'gevonden voorwerp' waar we meer over willen weten. We vragen het aan twee toenmalige deelnemers: Chrit Nijskens [docent] en Paul Vaessen [F 1993].

Chrit Nijskens
[Docent facilitair management sinds 1988]

'In die tijd konden studenten zich nog specialiseren in de afstudeerrichtingen horeca, toerisme en facilitair. Omdat Jan Vlasman zijn wijnreis alleen voor horeca studenten organiseerde, kregen wij de mogelijkheid om de klas een week mee op veldwerk te nemen. We ontmoetten elkaar steevast op maandag op station

Amsterdam Centraal. De studenten kregen 100 gulden zakgeld en we gingen naar ons hotel aan de Overtoom, hotel Abba. Een goedkoop ding, met vier à vijf man op een kamer voor 55 gulden per nacht. Maar wel met een prima ontbijt.' Terwijl Chrit praat, komen de herinneringen spontaan naar boven. 'We bezochten de eerste dag in het kader van Bouw en Inrichting het ministerie van VROM. Daarna volgde een rondleiding in het Kurhaus. 's Avonds aten we in de haven van Scheveningen. Het was op vier mei, dus om acht uur hielden de studenten een minuut stilte. Op woensdag kregen de studenten les van Ad van Dommelen, hoofd opleidingen van Van Hecke Catering. Met hem deden we nog een bedrijfsbezoek. Op donderdag gingen we zeilen op het IJsselmeer vanuit Muiden. Ik herinner me dat we met deze groep aan wal gingen in Volendam. Ik zie ze nog haring happen op de kade. Wat me ook bijstaat is dat Casper, Freerk en Paul een heerlijke maaltijd aan boord in elkaar draaiden. Verder weet ik nog dat Sylvia Engel kaartjes voor een optreden van Karin Bloemen in het Nieuwe de la Mar regelde.

De sfeer op deze reis was bijzonder goed. Ik had al goed contact met hen, maar dat verdiepte zich tijdens deze reis. Het was een intensief programma, maar er was ook tijd voor ontspanning. De studenten konden feesten tot diep in de nacht, stonden de volgende ochtend om half negen weer fris gewassen en strak in het pak klaar. Hoogst zelden versliep een student zich, ik noem geen namen.

Aan deze reis kwam een einde met de introductie van het modulair systeem. Toen werd facilitair een verplicht vak en had ik klassen van 75 studenten. Weinig bedrijven willen zulke aantallen studenten tegelijk ontvangen. Gelukkig schakelen we komend studiejaar over op een nieuw curriculum met minoren (keuzemodules). Dat betekent kleinere klassen en biedt weer perspectieven om mijn vak op maat, klein maar fijn, aan te bieden.'

Paul Vaessen [F1993] [Directeur GLN voeding, ontwikkelde het gezonde drankje Yagua, zet markt-leider Weightcare in de markt en ontwikkelt momenteel Kokkerelli, een kindercookinguniversiteit]

Paul reageert verrast op de tekst van Chrit: 'Grappig, ik kan me niet zoveel herinneren als Chrit. Wel dat we in het toen spiksplinternieuwe ING gebouw zijn geweest en in het Ministerie van VROM. Ook het koken met de mannen op de boot staat me bij. Verder herinner ik me vooral de dominantie van de dames in onze groep. Zij waren toch wat serieuzer en wat meer van de discussie, dat was soms wel een gevecht. Wij hadden toch wat meer horecabloed in onze aderen. De sfeer was goed en gezellig. De reis opende onze ogen voor de wereld achter de schermen van een groot kantoorgebouw, maar was zeker ook goed voor de onderlinge relaties en samenwerking. En ja, ik had nog nooit van Karin Bloemen gehoord en wilde eigenlijk liever gaan stappen. Maar ben achteraf toch blij dat ik gegaan ben!' ★



door Ankie Hoefnagels

Bart Jurgens kiest het luchtruim

Het gezegde ‘jong geleerd is oud gedaan’ is op de studenten van de HHM zeer van toepassing. Werk in de horeca is voor velen een inspiratiebron om voor de HHM te kiezen. Een namenronde in een willekeurige klas levert een waaier aan bijbanen op. In deze Fundament een profiel van derdejaars Bachelor student Bart Jurgens. Hij werd gegrepen door het luchtvirus en werkt nu al vier jaar lang als seizoenssteward bij Lufthansa.

Van de nood een deugd gemaakt

‘In 2005 deed ik mee aan de selectie van de HHM. Ik werd op de wachtlijst geplaatst en mocht pas starten in schooljaar 2006/2007. Om in die tussentijd toch relevante werkervaring op te doen, besloot ik, na mijn eindexamen gymnasium, te gaan solliciteren als steward bij een airline. Slechts weinig maatschappijen nemen mensen van 18 jaar aan. Bij Ryanair kon ik echter meteen beginnen. In augustus 2005 ben ik naar Londen verhuisd, heb een zes-weekse training gedaan en mocht beginnen. Ik was zo’n 13 uur per dag in de lucht, vier vluchten per dag en dat vijf à zes dagen per week. Het was heel heftig. Je had geen tijd voor boodschappen, laat staan uitgaan. Het was een moordend ritme van werken en slapen. Eigenlijk op het randje van aanvaardbaar. Bij Ryanair was er dan ook een groot personeelsverloop.’

Lufthansa

‘Ik besloot na een paar maanden bij Lufthansa in Frankfurt te solliciteren. Waar ik bij Ryanair zo kon beginnen, moest ik bij Lufthansa een uitgebreid traject doorlopen. Een internettest, een telefonisch interview, een hele dag assessments en een gesprek met een psychologe. Ik merkte dat ze me wat jong vonden, maar mijn ervaring bij Ryanair gaf de doorslag. Ik werd aangenomen en begon ook hier weer met een training. Een compleet andere ervaring. Waar ik bij Ryanair zes weken in een lokaal werd gezet en theorie moest stampen, kreeg ik bij Lufthansa een praktijkgerichte opleiding met

simulatoren, camera-opnames en uitgebreide evaluaties. Bij Ryanair leerden we veiligheid in theorie, bij Lufthansa in de praktijk met levensecht nagebootste situaties zoals vuur in het toestel en neerstorten in zee. Bij Ryanair moest ik voor de training betalen, hier kreeg ik salaris tijdens de training.’

Leerzaam

Bij Lufthansa heb ik zes maanden intercontinentaal gevlogen en kon toen meteen door naar de introductie van de HHM. Het beviel me zo goed, dat ik sindsdien elk jaar in de zomer twee maanden vlieg. Het vliegen is enorm leerzaam. Je leert omgaan met uiteenlopende culturen: Afrikaanse passagiers, Hindoe-maaltijden, hoe spreek je tegen een vrouw in een Burka? Maar ook omgaan met stress en het belang van planning. Het is een ideale leeromgeving voor gastvrijheidssituaties. Lufthansa is minder hiërarchisch dan je van een Duitse maatschappij zou verwachten. Als beginnend cabin crew lid word je gewoon in de First-, Business- en Economy class ingezet. De sfeer onder de crewleden is vrijwel altijd goed. Ik geniet van de mogelijkheden om iets van de wereld te zien en trek er op de plaats van bestemming graag op uit.’

Loopbaan in de lucht?

‘In juni moet ik ieder jaar op herhalingsoefening bij Lufthansa. School knijpt dan gelukkig een oogje dicht met de lessen. Ik zit in een pool van herintreders en studenten. Het is niet zeker wat de economische crisis gaat doen, maar ik wil deze zomer na mijn praktijkstage in Madrid zeker weer vliegen. Volgend jaar hoop ik op een managementstage bij KLM. Na de HHM en mijn Master zou ik het liefst willen doorgroeien naar een managementfunctie bij een airline.’

Fundament denkt dat de airlines in de rij zullen staan om deze gedreven doorzetter in te lijven! Zijn gedrevenheid blijkt alleen al uit het feit dat het lemma ‘steward’ op www.wikipedia.nl vrijwel geheel door hem geschreven is. ★

KANSEN VAN CRISIS

door Nicoline Wisse Smit [F 1994]

In 'De Mening' zijn afgestudeerden van diverse pluimage aan het woord. Zij geven hun mening over een bepaalde stelling of een thema. Dit keer vragen we enkele alumni naar de 'Kansen van de crisis'.

Sinds oktober 2008 heeft de economische crisis ook Nederland in zijn greep. Kwartaalverliezen zijn aan de orde van de dag. Kranten koppen groots. Een onderwerp dat velen raakt en waarover iedereen een mening lijkt te hebben. Is het echt een crisis of wordt deze ons aangepraat? Hadden we het niet eerder kunnen zien aankomen? En als bedreigingen kansen vormen, wat kan deze economische situatie ons dan brengen? Als snel stroomt er een aantal reacties binnen. Opvallend? Alumni, werkzaam in de financiële wereld, geven aan zich op dit moment liever van een mening te onthouden.

Met beide benen op de grond

Angela van 't Slot [F 1995] General Manager
Htel Serviced Apartments – www.htel.nl
Sinds 16 maart Project Manager Cobraspen Beheer



Mijn mening over de kredietcrisis verandert dagelijks. Soms denk ik dat het meevalt, op andere dagen lijkt het allemaal toch wel serieus. Het is me wel duidelijk dat we elkaar de crisis enorm aanpraten. Het mooie van de crisis is dat iedereen weer met beide benen op de grond komt te staan. Helaas lees en hoor je te weinig over bedrijven die profiteren van de situatie, of over ondernemers die creatief gebruik maken van de crisis. Anticyclisch denken, serviceniveau onder de loep nemen, procedures kritisch beoordelen en operationele kosten bekijken, dat zijn zaken waar je nu mee bezig moet zijn. Laten we daar de kranten en vakbladen vol mee schrijven: dat geeft een boost aan de spirit en dus aan de economie!

De markt voor Htel Serviced Apartments is niet ideaal, aangezien onze appartementen vooral geboekt worden door zakenmensen in de financiële sector. Maar er zijn ook kansen; het huren van een appartement is immers goedkoper dan een hotelkamer nemen. Bovendien brengt een appartement weinig secundaire kosten met zich mee voor zaken als uit eten gaan [onze appartementen beschikken over een volledig ingerichte keuken], bar-bezoek en parkeren. Daarnaast is als gevolg van outsourcing van ICT de groep Indische ICT-ers die bij ons verblijft in de

afgelopen 5 jaar enorm toegenomen. Persoonlijk heb ik [nog] geen last van de crisis. Ik werk ondertussen 6 jaar voor Htel Serviced Apartments en we groeien nog steeds, dat geeft me natuurlijk de nodige zekerheid. Als je nu een jaarcontract hebt, kan ik me voorstellen dat je minder zeker bent. Toch kun je ook in deze markt een nieuwe baan vinden. Relaties bellen me nog steeds met de vraag of ik nog iemand weet voor openstaande vacatures. Dat is ook de werkelijkheid.

Doelgroepen in het hart raken

Diederick van Eeden [F 1984] Directeur
Van Eeden Evenementen – www.vaneeden.nl



Als sinds het begin van het jaar loop ik met een flinke dosis adrenaline in m'n bloed: 'Wat nou crisis?' Natuurlijk is er een deel van de economie waar het minder gaat, maar er zijn genoeg bedrijven en instellingen die gewoon doordraaien. Hoewel men wat voorzichtiger is met het uitgeven van geld aan luxe zaken zoals evenementen, wordt er nog altijd gefeest. Alleen zijn de budgetten over het algemeen wat lager en er wordt steeds meer gekeken naar het rendement. Een feest om te feesten zal je niet vaak meer tegenkomen.

Veel bedrijven gaan nu weer eens kritisch kijken naar de kosten van hun bureau en vergelijkende offertes opvragen. Hoe geloofwaardig ben je als je nu in een keer je tarieven fors laat zakken? Dan ben je toch te duur geweest? Aangezien wij altijd al met een goede prijs-kwaliteitverhouding werken, blijven de meeste opdrachtgevers ons trouw en krijgen we nieuwe opdrachtgevers die nu zien dat een mooi evenement niet de hoofdprijs hoeft te kosten.

Ook moet je doelgroepen beter benaderen. Neem hotello's. Die zitten overal en gunnen elkaar handel, maar dan moeten ze wel weten wat je doet en waar je zit. Daarom zijn we partner geworden bij INCH en sponsor van Hotellotop. Midden in de doelgroep! En zo zijn we bezig met nog een aantal samenwerkingsverbanden om bewuste doelgroepen in het hart te raken met onze dienstverlening.

Ik zal niet ontkennen dat onze branche fors geraakt wordt door de crisis; een aantal bureaus en locaties is al failliet. Maar ik zie de toekomst met vertrouwen tegemoet!

Arabieren blijven paardrijden

Claudia van der Werf [F 1993] Managing Partner
Desert River, Dubai – www.desertriver.com



Dubai is ondanks de crisis nog steeds een snel groeiende, dynamische stad. Als we ergens de kans hebben er wat van te maken, is het hier. En juist in deze tijd hebben we de kans om ons te onderscheiden van de rest door excellente service te bieden en snel te schakelen. Na 5 jaar hebben we een solide klantenkring en een betrouwbare reputatie opgebouwd. Daar plukken we nu de vruchten van.

DesertRiver verhuurt funky verlichting, bars en decoratie voor events en distribueert Europese lifestyle producten zoals de Fatboy uit Nederland. Onze kracht zit in het feit dat we op meerdere paarden gewed hebben en ons risico dus beperkt is. We doen zowel verkoop als verhuur van al onze producten. Met name de verkoop van Fatboy lounge bags loopt als een dolle. Het is, net als onze andere producten, een feel good product dat net onder het luxe segment zit. Mensen kunnen dat over het algemeen nog betalen. Binnen de events vindt er een verschuiving plaats. Vorig jaar lag de focus op corporate events, nu worden we regelmatig ingezet bij privé feesten, concerten en sport-evenementen zoals endurance racing. Hierbij wordt met paarden lange afstanden geracet door de woestijn (de meeste deelnemers zijn sheiks), meestal voor of na zonsondergang. Wij verzorgen de verlichting langs de tracks. Dit krijgen we meestal pas 24 uur van te voren te horen. Dan moeten we ons team optrommelen om, soms bij temperaturen van 40 graden, met 4-wheel drives onze lampen op te zetten. Zware job, maar lucratief. Gelukkig begrijpt ons team ook hoe belangrijk dit is. Wat er ook gebeurt, de Arabieren zullen altijd blijven paardrijden. Verder is het essentieel dat je innovatief blijft. We zijn steeds op zoek naar nieuwe producten en blijven investeren. Ons nieuwste project is een originele 1963 Volkswagen camper die we hebben laten ombouwen tot bar & DJ booth – zoiets hebben ze in Dubai nog nooit gezien, en iedereen vindt het prachtig. We hopen binnenkort een overeenkomst te kunnen sluiten met een vooraanstaand beverage merk om Lola – zo hebben we de camper genoemd – in te zetten bij al hun events.

Ik zie de huidige situatie als een uitdaging. Een opportunity om ons te onderscheiden. We zijn nu met een team van 10 mensen en het doel is vooralsnog dat het er over een jaar 20 zijn! ★

Kennis delen voor een goed doel: Hotel Con Corazon

door Ankie Hoefnagels

Regelmatig doen externen een beroep op de hospitality kennis van de HHM. In dit nummer delen Tom Overmeer [F 1966] en Harpert van Seggelen [F 1978] hun expertise met Freek Sanders, een eco-noom mét een goed hart maar zonder ervaring in de hotellerie. Doel: het runnen van Hotel Con Corazon in Grenada, Nicaragua, waarvan de opbrengst naar de opleiding van lokale kinderen gaat.

Toen Fundament Tom en Harpert vroeg of ze Freek wilden helpen, zeiden ze meteen ja. Ze vonden Hotel Con Corazon een sympatiek initiatief. Met zichtbaar plezier luisteren ze naar zijn verhaal. 'Ik heb inmiddels zo'n 10 jaar ervaring in het bedrijfsleven. Vorig jaar ben ik voor mezelf begonnen. Toen de twee oprichters mij vroegen of ik Hotel Con Corazon een tijdje wilde managen, greep ik mijn kans. Als zo velen heb ik altijd al een hoteldroom gehad. Ik spreek goed Spaans. Maar bovendien spreek de mix van gastvrijheid en 'goed doen', maar dan wel 'business-related' me aan.' Freek lijkt geen gebrek aan zelfvertrouwen te hebben, maar heeft toch wel een aantal fundamentele vragen voor de twee ervaren hoteliers.

Voordat hij aan zijn vragen toekomt, leggen de heren hém het vuur aan de schenen. Alles willen ze weten over de lokale markt en natuurlijk de cijfers. 'Je hebt 16 kamers, hoeveel omzet denk je te maken?', 'Wat zijn je personeelskosten?', 'Naar welke bezettingsgraad streeft je?' 'Wat is de gemiddelde kamerprijs?' Tom stelt: 'alles draait om het verbeteren van de bottom line.' Freek blijkt zijn huiswerk te hebben gedaan en heeft de cijfers aardig paraat. Ook over de promotie van het hotel is nagedacht. Al hebben Tom en Harpert nog wel een aantal welkome tips voor hem, zoals het inschakelen van distributiekanaalen voor de zakelijke markt en het brengen van de 'goede doelen' boodschap in de gesprekken met touroperators. Een blik op de website heeft de heren het gevoel gegeven dat er voor de zakelijke gast wellicht nog wat aan het product gesleuteld moet worden. Een zakelijke reiziger wil immers wel luxe. 'Maar we hebben

Wifi!', pareert Freek.

Freeks gezicht betreft even als Harpert informeert naar de controlesystemen van de outlets en de receptie. Als door de wol geverfd hotelmanager heeft Harpert geleerd dat helaas niet al het personeel te vertrouwen is. 'En jij kunt er niet 24 uur per dag zijn.' De spanning tussen fysiek aanwezig zijn om de kwaliteit te borgen, maar ook gastheer te zijn blijft een rode draad in het gesprek. De heren geven Freek een aantal adviezen om controlesystemen in te bouwen. De boeken van Hub Meys komen op tafel. Harpert raadt Freek bijvoorbeeld aan om de kamermeisjes te laten rapporteren hoeveel kamers ze hebben schoongemaakt; 'Zo weet je meteen hoeveel kamers er verkocht zouden moeten zijn.'

Freek heeft veel vragen over het managen van het tienkoppige personeel. Hoe vind en houd je mensen met de juiste mentaliteit? Tom was altijd zelf betrokken bij de selectie van zijn service staff. Open communicatie met en betrokkenheid van het personeel zijn cruciaal. Harpert pepte zijn personeel op door maandelijks de gastenquêtes te bespreken. De foto's die Freek laat zien van 'back of house' ruimtes, worden goedkeurend bekeken. Het ziet er schoon en verzorgd uit. Tom adviseert Freek om veelbelovend personeel als incentive op stage te sturen naar een hotelschool op de Antillen of in Nederland: 'Een investering in de opleiding van je lokale personeel is duurzaam en verantwoord', aldus Tom.

Het gesprek is ten einde. Tom en Harpert denken dat het Freek gaat lukken. 'Hij is hands on, veelzijdig, nuchter en goed met ICT', vindt Tom. 'En het zijn maar 16 kamers', vult Harpert lachend aan. Freek zelf is heel blij met het geboden advies: 'Dit was een reality check. Personeel, product, kwaliteit, controle, financiën. Het wordt een hele uitdaging.' Freek krijgt de boeken van Hub Meys mee ['lees die maar alvast in het vliegtuig'], de visitekaartjes van Harpert en Tom en de belofte dat hij hen altijd mag bellen.



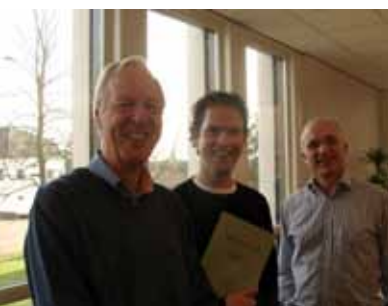
KENNIS DELEN

Freek Sanders: studeerde Economie aan de Universiteit Maastricht, werkte bij Robeco, TNT, zette een bedrijf op in China, en is nu eigenaar van mobiliteitsbureau Worx.

De vraag van Freek: 'Hotel Con Corazon is in september 2008 geopend. Ik ga het van mei 2009 tot april 2010 leiden. Ik wil meer weten over hotel-management.'

Tom Overmeer [F 1966] en Harpert van Seggelen [F 1978], beiden docent Hospitality Management op de HHM, hebben samen zo'n 60 jaar ervaring als manager in de hotellerie. Van de Antillen, via het Midden Oosten naar China [Tom] en in Zuid-Afrika en Swaziland [Harpert].

Het aanbod van Tom en Harpert: In een paar uur tijd Freek zoveel mogelijk advies geven over het runnen van Hotel Con Corazon en zijn meest dringende vragen beantwoorden.



v.l.n.r. Tom Overmeer, Freek Sanders, Harpert van Seggelen

Hotel Con Corazon is gelegen in de stad Granada, op de westoever van het meer van Nicaragua, 40 km van de hoofdstad Managua en achttien kilometer van de Stille Oceaan. Het is een van de topbestemmingen van Nicaragua en wordt ook wel de 'Great Sultana' genoemd, vanwege de prachtige koloniale architectuur. Granada is ook de uitvalsbasis voor een bezoek aan de natuurlijke attracties van Nicaragua en Costa Rica, zoals vulkanen, regenwouden en schildpaddenreservaten.

Hotel Con Corazon is een initiatief van de Nederlanders Marcel Zuidhof en Menno Oostveen. Na een wereldreis besloten zij hun zakelijke kennis in te zetten om kansarme kinderen in Nicaragua naar school te laten gaan. Talrijke fundraising-activiteiten, en publiek/private sponsoring van onder andere de Wilde Ganzen, de NCDO en Carlson Wagonlit Travel, brachten het benodigde startkapitaal bij elkaar. Omdat alle winst wordt ingezet voor het goede doel, betaalden de initiatiefnemers en de vele vrienden die kwamen helpen met de bouw hun reis-

en verblijfskosten zelf. Het hotel is in september 2008 geopend. Het doel voor 2009 is om de opleiding van 300 kinderen te betalen. Maar het hotel doet meer; er worden allerlei huiswerkprojecten opgezet om het lokale bewustzijn rondom milieu en sociale zaken te vergroten. Verder is de hotelstaf 100% Nicaraguaans en wordt er gewerkt met lokale leveranciers. Met het verschaffen van deze werkgelegenheid hopen de initiatiefnemers een bijdrage te leveren aan een duurzame ontwikkeling van de lokale economie. Zo is al het meubilair gemaakt door lokale ambachtslieden en is er zoveel mogelijk materiaal hergebruikt om de eco-footprint van het hotel zo klein mogelijk te houden.

Voor meer informatie, boekingen en reviews over Hotel Con Corazon:

Hotel Con Corazon Calle Santa Lucia 141

Granada Nicaragua +505 552 8852

www.hotelconcorazon.com,

www.debeterewereld.nl, www.tripadvisor.com

★ | Geslaagden

Funda-uitreiking 13 maart 2009



13 maart hebben 46 studenten hun Funda (= bachelor-diploma) tijdens een feestelijke zitting bij de HHM in ontvangst mogen nemen

★ | Colofon

Nummer 26, april 2009

Fundament is een uitgave van het Alumni Netwerk van de Hoge Hotelschool Maastricht.

Afkortingen

HHM – Hoge Hotelschool Maastricht

Redactie

Annemiek Geurts, Ankie Hoefnagels, Leonne Huvener, Nicoline Wisse Smit

Ontwerp

Obidesign, Maastricht

Redactie-adres

Hoge Hotelschool Maastricht

Alumni Netwerk

Postbus 3900

6202 NX Maastricht

T: (043) 352 8282

F: (043) 352 8285

fundament@hszuyd.nl

De redactie behoudt zich het recht voor om ingezonden stukken te herzien voor publicatie. De meningen en ideeën weergegeven in Fundament komen niet noodzakelijkerwijs overeen met die van de redactie. Copyright is in handen van Fundament en van de individuele auteurs. Niets uit deze uitgave mag worden gekopieerd zonder goedkeuring van de redactie.

ISSN: 1876-4088

Om te weten

Ben je verhuisd, heb je promotie gemaakt, een post-hbo op post-universitaire studie afgerond of ben je voor jezelf begonnen, laat het ons weten. 'Om te weten' besteedt aandacht aan wetenswaardigheden van de HHM en somt veranderingen en ontwikkelingen op betreffende jouw loopbaan. 'Om te weten' staat stil bij het wel en wee van alumni. Feiten en cijfers, geef ze aan ons door!

BABIES



Geboren op 2 oktober 2008: Esmee, dochter van **Gerben van der Vuurst [F 2000]** en **Marjolein Joris [F 2000]**



Geboren op 10 december 2008: Maud, dochter van **Martine Voorn [F 1995]** en Frithjof de Waard, zusje van Tessel



Geboren op 22 december 2008: Fee Yara, dochter van **Roddy van der Maat [F 1991]** en Annemiek Bots



Geboren op 5 februari 2009: Boele, zoon van **Lotte Tamminga [F 2002]** en Stephan van der Sman

GETROUWD

Rosemarijn Damen [F 1998] en **Paul Hassink [F 1999]** zijn op 26 september 2008 in het huwelijk getreden.



AFSCHEID

Peter Pans [F 1969] was in september 2008 vijfentwintig jaar verbonden als parttime docent facility management aan de Hoge Hotelschool Maastricht. Per 19 januari 2009 maakt hij gebruik van de fit-regeling. Peter zal nog enkele jaren verder gaan met zijn baan in het bedrijfsleven.

Met ingang van dit nummer heeft **Andrea Hodzelmans [F 2004]** haar werk als redacteur van Fundament beëindigd. Vanaf december 2005 verzorgde zij de rubriek 'De Mening' waarin alumni hun mening geven over actuele thema's uit de hospitality sector. Andrea had een drukke baan bij Mosae Zorggroep in Maastricht maar wist toch altijd tijd vrij te maken voor Fundament. Zij deed haar redactiewerk met verve en vond altijd weer interessante mensen en originele invalshoeken. Bovendien beschikte Andrea over een uitstekend ontwikkeld 'communicatie-gen'. Dat blijkt ook uit haar nieuwe functie; Communicatieadviseur bij de Van Neynsegroep in Den Bosch. We danken Andrea voor de goede samenwerking en wensen haar alle succes toe met haar loopbaan.

IN MEMORIAM



Op 9 januari 2009 is de heer **Hans van Poucke**, oud-directeur van de HHM, op 85-jarige leeftijd overleden. De heer Van Poucke was van 1971 tot 1982 verbonden

aan ons instituut. De heer Van Poucke heeft bijzonder veel betekend voor de HHM. Hij heeft in 1975 de eerste 20 meisjes aangenomen! Hij kende alle studenten bij naam en toenaam. Ook na zijn afscheid bleef hij de school volgen en regelmatig bezoeken.

Op 15 januari 2009 is **Pieter van Loon [F 1963]** overleden.

Op 22 januari 2009 is **Damien Magera [F 1960]** overleden.

Op 18 februari 2009 is **Jasper Wessel Groot [F 2006]** op 27-jarige leeftijd overleden. Jasper heeft op die dag een auto-ongeluk gehad in Bergen op Zoom. Wij wensen zijn familie, vrienden en kennissen veel sterkte.

BEST ALUMNI PERFORMANCE AWARD



Tijdens de openingsavond van de Limburgweek op 24 maart 2009 is de "Best Alumni Performance Award Hoge Hotelschool Maastricht 2009" uitgereikt aan **Sjoert Klein Schiphorst [F 1991]**. Sjoert werkt sinds november 2008 als hofmaarschalk van Hare Majesteit de Koningin.

Sjoert dankt deze Award vooral aan de manier waarop hij zijn werkzaamheden als directeur bij het vijfsterrenhotel Landgoed Duin en Kruidberg uitvoerde. Mede door een grootscheepse verbouwing van sterrenrestaurant De Vrienden van Jacob groeide onder zijn leiding het bedrijf uit tot een toonaangevend horecabedrijf.

De HHM reikt deze prijs jaarlijks uit aan een afgestudeerde van de HHM die zich bijzonder heeft onderscheiden in innovatie en/of kwaliteitsvol handelen in de gastvrijheidsindustrie. Hiermee onderstreept de HHM dat zij het optreden van haar alumni blijft volgen en de "Best Performance" wil belonen. De prijs bestaat uit een kunstwerk.