

## Hoe moeilijk kan het zijn?

**E**en hotelketen steekt miljoenen in het imago, is continu bezig met imago-ondersteunende activiteiten, schrijft prachtige marketing- en salesplannen, ontwikkelt uitgebreide trainingsprogramma's... Het praatje en het plaatje zijn goed, maar het product niet. Nee, de bezetting valt niet tegen door de recessie, maar door het gedrag binnen de organisatie. Wat is er gebeurd vraagt u zich af? Zelden heb ik zo'n belediging van het vak meegemaakt. Begin januari ging ik - bijna ingesneeuwd op de Duitse Autobahn - op zoek naar een hotel. In het plaatsje waar wij gestrand waren, bevond zich gelukkig een hotel van een keten waarmee wij elders prima ervaringen hadden opgedaan (in Barcelona en Berlijn). Gevoelsmatig zat het dus goed.



Jammer genoeg stonden ze niet te popelen om twee hotelkamers en een diner voor vier personen te verkopen. In het ogenschijnlijk uitgestorven hotel moest eerst een minuut of tien in het reserveringssysteem gestaard worden om uit te vinden of wij überhaupt... Twee kamers dicht bij elkaar bleek onmogelijk, omdat - zo bezwoer men ons - het hotel vol zat, maar gelukkig waren er nog wel twee 'verstrooide' kamers te vinden. Ons bekreep het gevoel dat wij in dit viersterrenhotel wel érg ongelegen kwamen. Kortom, geen warm welkom. Even later werd ons duidelijk waarom het allemaal wel erg lastig was voor onze gastheer: een grote groep jeugdvoetballers kwam het hotel binnen. Het was kennelijk even puzzelen om ons, de onverwachte gasten, zo dicht mogelijk bij die onuitputtelijke bron van lawaai te kunnen plaatsen. Eerst maar eens lekker eten, besloten wij. Van een maaltijd in een viersterrenhotel mag je immers best iets verwachten. De serveerster bracht ons een smoezelige menukaart waarop fatsoenlijke hoofdgerechten volledig ontbraken. Echt een kleine kaart; eigenlijk een te kleine kaart. Een wijnkaart hadden ze wel, maar al de wijnen die vermeld stonden, waren op. Gelukkig kon de jongedame wel een wijn aanbevelen. Op zo'n moment kies je een veilig gerecht en vraag je er voor de zekerheid frites bij. U raadt het al: het was niet te eten. En de wijn... Ik wist niet dat dit soort druivenat nog verkocht mocht worden. Een ander hoogtepunt: twee andere gasten kwamen binnen en klopten na een klein kwartiertje wachten maar eens op de keukendeur teneinde enige aandacht te krijgen. 'Hallo, kunnen wij hier wat geld spenderen?' Samenvattend: een absoluut dieptepunt en een aanfluiting voor het vak. Hoe moeilijk kan het zijn? Heel moeilijk blijkbaar. Juist in deze mindere economische tijden verwacht je meer gastvrijheid dan ooit te voren. Met controle op de uitvoering van mooie plannen kan een hotelier blijkbaar een groot verschil maken. ■