



Een goed voorbeeld van kleurcontrast bij Hotel & Gastenrij De Roode Schuur

BEWUST ZIJN VAN STIJL EN INTERIEUR

Volgens de nieuwste wetenschappelijke inzichten bestaan er maar weinig bewuste consumenten. Bijna 95 procent van onze aankopen schijnen we onbewust te doen. Ervaart de hotelgast de inrichting en de styling van uw hotelkamer wél bewust? Of praten we ook hier over een illusie?

TEKST – MYRTILLE VROMANS

Het is vanzelfsprekend dat voor een hotelier de tevredenheid van zijn gasten zwaar weegt; hij hoopt uiteraard dat de hotelkamer niet alleen bij hemzelf in de smaak valt. Veel marketinggoeroes en trendwatchers bezweren de hotelier: Zorg dat de verwachting van de gast overeenkomt met datgene wat u aanbiedt. Simpel gezegd, moeilijk uitgevoerd.

Geef meerwaarde

"Mensen willen iets beleven in een hotel. Je wilt daar niet aantreffen wat je thuis ook hebt. Een hotelier moet niet te voorzichtig

zijn in de keuze voor interieur en styling. Gasten willen meer dan alleen een bed. Bied als hotel een ervaring aan." - Dat zijn allemaal uitspraken van Els Willemse, directeur van SomethingELS - Visual Identity. Maar hoe kan een hotelier daarin onderscheidend zijn? Hoe kunt u als hotelier ervoor zorgen dat 'de beleving' van de gast optimaal is?

Emotie blijft bepalend

Voordat we dieper ingaan op deze kwestie, moet gesteld worden dat emotie altijd een rol speelt in de beoordeling van het interieur. De ervaring van een inrichting, kleur,

muziek of sfeer hangt af van de emotie of stemming van de persoon in kwestie. Emotie is de 'intermediair' tussen beoordeling en beleving. De stemming van de desbetreffende persoon is dus een belangrijke factor. Hoelang zal het verblijf duren; besluit hij of

"Durf een statement te maken"

zij om een drankje te bestellen; kiest de gast ervoor om te dineren in het hotel-restaurant; komt hij terug?



Een eyecatcher



Badkamer van Hotel & Gasterij De Roode Schuur

Stemmingen zijn aanwezig in elke ervaring en hebben een effect op de hotelkamerbeleving. Een gast in een negatieve stemming heeft nu eenmaal een andere kijk op de beleving dan iemand in een positieve stemming. Dit is vooral het geval als de hotelervaring persoonlijk relevant is, zo blijkt uit onderzoek. Hierbij kan men denken aan een negatieve ervaring met personeelsleden. Dat zal beslist invloed hebben op de beleving met betrekking tot de hotelkamer.

Kleur als beleving

Naast emotie speelt kleur een belangrijke rol. Kleur heeft invloed op de totale beleving van de inrichting. Cor Schrama, freelance stylist en docent aan de Akademie Vogue: "Kleur is het eerste van alle beelddaspecten die binnenkomen via je ogen, pas daarna zie je de vorm en de stijl."

Willemse vindt dat je met kleur in een hotel kunt inspelen op datgene wat mensen thuis niet hebben. "Mensen zijn thuis erg voorzichtig met de kleurkeuze. Ze zoeken daarom de grenzen op in een andere omgeving, een hotel bijvoorbeeld. Kleur kan ervoor zorgen dat je in een bepaalde stemming raakt; het kan opwindend zijn of mysterieus. Kies niet voor dezelfde tinten, zoals bruine muren, beige meubels en camel gordijnen. Dat kan prachtig matchen, maar je maakt je het echt saai en veilig. En dat willen mensen niet."

Desondanks is het van belang dat de hotelier een interieur kiest dat bij elkaar past. "De grootste stylingfout die ik zie is dat hoteliers geen duidelijk concept of statement hebben," aldus Blandine Pette, docente aan De Rooi Pannen in Breda, opleiding Trends en Styling. "Om ervoor te zorgen dat de inrichting overeenkomt met de verwachting van de gast, moet je de doelgroep goed kennen. Bedenk welke sfeer je in het interieur wilt creëren en voor wie. Maak daar bewuste keuzes in. De styling is goed wanneer deze past bij de bedrijfsformule en de huisstijl van het hotel. De keuze van het interieur begint bij het vaststellen van de identiteit van het hotel."

Het juiste team

Besluit u de styling en het interieur van uw hotel te veranderen, zorg dan dat u start met een goed team. Dit moeten mensen zijn die de identiteit van het hotel willen overbrengen op het interieur. "Als hotelier zult u mensen moeten selecteren (aannemer, architect en interieurontwerper) die op een zodanige manier aan de slag gaan met het hotel, dat het bij de identiteit past. Wat past er bij de omgeving?"

DON'TS QUA INRICHTING VOLGENS HORECA FABRIEK 2012

- Sky-leren meubelen. De stof sky-leren is te overheersend in het interieur. Hierdoor ligt de focus te veel op het meubilair en dat geeft onrust in de uitstraling. Dé trend is het gebruik van klassieke meubels gecombineerd met design meubels en de bekende versleten chesterfields.
- Lowboy tafelkaarsen. Kies voor een mooie tafelkaars en het totale sfeerbeeld in uw hotel is heel anders. De rode lowboy tafelkaars mag volgens Horeca Fabriek nergens meer voorkomen. Er zijn veel leuke alternatieven.
- Sponsormateriaal. Heeft u een terras bij uw hotel, zorg dan dat er geen parasollen of terrasschotten met sponsornamen te vinden zijn. Het merendeel van de potentiële gasten ziet dit liever niet. De uitstraling van de buitengevel en het terras is uw belangrijkste visitekaartje.
- Kunstbloemen. Een belangrijk sleutelwoord binnen innovatie is 'vers'. Verse bloemen en frisse planten verspreiden een gezonde en vooral frisse geur die uw gasten zullen waarderen. Daarnaast straalt het ook hygiëne uit.
- Handgeschreven krijtborden. Deze vallen nauwelijks meer op en zouden alleen maar gebrek aan professionaliteit weergeven.



Blandine Pette



Cor Schrama



Els Willemse



Ruth van Breemen

Is het een monumentaal pand of nieuwbouw? Is er sprake van een bepaalde historie? Zorg ervoor dat de identiteit in alles terug te vinden is. Als de identiteit helder is, wordt het maken van keuzes ook gemakkelijker. En dit maakt het goedkoper, want er wordt gewerkt vanuit één gedachte en één concept.”

Grootste stylingfouten

De grootste stylingfout die Schrama in hotels ziet, is ‘alles doorvoeren in één stijl’. “Hierdoor wordt de inrichting heel braaf. Het valt niet op; het wordt één brij. Gasten weten dan achteraf vaak niet eens wat ze als inrichting gezien hebben. Daarnaast zie je dat de styling overdone is. Kies voor een paar statements, in plaats van ‘van alles een beetje’. Verder mis ik vaak de eyecatchers. Er is niet iets wat direct je aandacht trekt, niets bijzonders. Durf een statement te maken.”

“De hotellerie loopt achter op de restaurants en de clubwereld”

Schrama vindt de variatie in Nederlandse hotels opmerkelijk: “Van volslagen oubollig en niet om aan te zien, tot aan verrassende en verfrissende concepten. Vooral de ketens zijn voorspelbaar en standaard. Verrassingen zijn een zeldzaamheid. De hotelwereld loopt duidelijk achter op de restaurants en de clubwereld.”

De stylisten zien overigens wel dat steeds meer hotels het belang van een goede styling en interieur gaan inzien. Bij de keuze van het interieur krijgt smaak vaak de overhand op functionaliteit. Schrama: “Denk bij iedere keuze die je maakt: Kan ik zeven jaar met die vloer, meubels, wanden vooruit?”

Verlichting

Naast kleur, trends, identiteit en emotie is verlichting belangrijk. Ruth van Breemen, projectarchitect en docente aan de Interieur Academie: “Ik mis in hotelkamers vaak de juiste verlichting. Goede verlichting heeft een sterke invloed op de sfeer. Hoteliers gebruiken nu alleen functioneel licht; bijvoorbeeld alleen een eettafellamp. De omgeving rondom de eettafel is dan donker. Ik zou hoteliers willen adviseren om meer met accentverlichting te werken. Bijvoorbeeld door wandverlichting te gebruiken. Je werkt dan niet met donker en licht maar met contrasten in het licht.” Van Breemen ziet dat steeds meer hotels gebruik maken van dimbare verlichting; dat vindt zij een positieve ontwikkeling.

Styling en interieur zijn dus uitermate belangrijk voor een hotelier, vinden experts en stylisten. De vraag die echter opborrelt is, of het interieur wel bewust wordt beleefd door de hotelgast. De gasten moeten het interieur, de styling en het verhaal erachter begrijpen. De ervaring moet kloppen. Zij moeten na kunnen vertellen wat ze gezien hebben. Het interieur en de styling moeten met elkaar in harmonie zijn, en dat ‘harmonieuze gevoel’ blijft lang naklinken bij de gasten. Die mensen ziet u terugkomen in uw hotel. ■

DE LAATSTE INTERIEURTRENDS

- Warme kleuren
- Natuurmaterialen: stenen en hout
- Moderne wanddecoratie
- Ambachtelijke en landelijke sfeer
- Sfeerverlichting, dimverlichting