

Inspiratietour gastvrije concepten in Maastricht

27-03-2017 11:45

Op 13 en 14 maart organiseerden Conradi Concepts en @Lleisure Support een tour langs innovatieve leisure- en horeca-concepten in Maastricht. Pretwerk.nl ging een dagje mee. Met o.a. een rondleiding door Camille Oostwegel en ontmoetingen met diverse creatieve ondernemers werd het een waardevolle ervaring.



[caption id="attachment_48756" align="alignright" width="200"]

Entree Kruisheren hotel[/caption] **Herbestemming als buitenkans** Camille Oostwegel is duidelijk trots op 'zijn' Kruisheren hotel, gebouwd in een oud kerkcomplex. Het is niet het eerste historische gebouw dat binnen de Oostwegel Collection van een nieuwe bestemming is voorzien. Chateau Sint Gerlach in het Geuldal is ook een prachtig voorbeeld van herbestemming; in dit geval van een kasteel. Werken met oude gebouwen vraagt wel om de nodige aandacht. De eerste stap bij de herbestemming is een uitgebreide studie naar de historie van het pand. Voor Oostwegel is dat geen opgave, maar eerder een hobby. Bij noodzakelijke aanpassingen aan een gebouw beschouwd hij zichzelf: "Roomser dan e paus. Dat zorgt er ook voor dat wij over het algemeen weinig problemen hebben met vergunningen. We willen zelf ook graag zoveel mogelijk van de oorspronkelijke situatie behouden." [gallery link="file" columns="2" size="medium" ids="48752,48753,48754,48755"] Nog enkele adviezen van Camille Oostwegel voor herbestemming van historisch erfgoed:

"Investeren in het behoud van een oud monumentaal pand heeft alleen zin als je weet wat de volgende bestemming gaat worden." "Als gebruiker van een oud pand zijn wij slechts passanten. Het gebouw heeft een verleden met een eigen verhaal en zal ook in de toekomst weer voor verschillende functies gebruikt worden. Historische panden overleven ons allemaal." "Als je een gebouw van bestemming veranderd dan is het belangrijk om ook de omgeving daar bij de betrekken. Voor de grote verbouwing van Chateau Gerlach hebben we op drie momenten omwonenden uitgenodigd om onze plannen te laten zien. Goed luisteren is dan van groot belang, want daar leer je van. Op deze wijze voorkom je grote weerstand tegen je plannen."

meer informatie: www.oostwegelcollection.nl/home



Kleinste Café - met terras als bedrijfsgeheim

De Moriaan is met 21m² officieel het kleinste café van Nederland. Toch is een exploitatie haalbaar. Dat heeft o.a. te maken met het terras en serre aan de achterzijde van de zaak die nagenoeg het hele jaar geopend is. Goed overlag met omwonenden is in de binnenstad van Maastricht wél een noodzaak. Er is dan ook geen muziek en het terras sluit om 23.00 uur. Toch valt er op deze manier wel een leuke boterham te verdienen. Meer informatie: www.petitcafemoriaan.nl

Hotelconcept The Dutch -niet te gast, maar thuisvoelen Het was een gedurfde stap voor The Dutch. Zij bieden hun gasten tegenwoordig geen ontbijt in een restaurant, maar sturen de gasten naar ontbijtlocaties in de omgeving. Een (gratis) tasje met enkele ontbijtsnacks, die aan de deur van de kamer wordt gehangen, is overigens wel mogelijk. Toch is The Dutch zeker geen uitgekleed concept, want er is juist weer veel aandacht besteed aan een gemoedelijke ruimte waar hotelgasten zich kunnen vermaken met o.a. een spelletje. Hier is ook gratis koffie en thee verkrijgbaar. Bij de bar aan de entree kunnen de bezoekers ook terecht voor een sterker drankje. [gallery link="file" columns="2" size="medium" ids="48759,48760,48761,48762"]

Ook het design van het hotel ziet er modern en gastvrij uit en de kamers zijn bijzonder ruim en comfortabel ingericht. Meer informatie: www.hotelthedutch.com



Geheime cocktailbar speelt in op beleving

Cocktailbar Mr. Smith; Gevestigd in de kelder onder een winkel. Vanaf de straat is de horecazaak niet te herkennen en je moet aanbellen om binnen te komen. Met dit concept wordt ingespeeld op de experience economie. Het is vooral spannend en exclusief. meer informatie: www.mrsmithmaastricht.com **Gezellig naar de kazerne** De oude Tapijn kazerne in Maastricht werd voor vier jaar vrijgegeven voor een pop-up initiatief.

Ondernemer Tuur Huijbrechts sprong in dat gat samen met een stille vennoot. Met relatief bescheiden middelen, en veel creativiteit, werd de kazerne omgebouwd tot een vernieuwend restaurantconcept. [gallery link="file" columns="2" size="medium" ids="48765,48766"] Een avondshow met bigband is in Nederland eigenlijk onbetaalbaar. Huijbrechts kwam in contact met een band die op zoek was naar repetiteerruimte. Een keer per twee weken 'oefent' de band nu in het restaurant. Dat is een feestje voor zowel de band als de gasten. Ook andere muzikanten worden opgeroepen om het restaurant als hun oefenruimte te gebruiken. Voor Huijbrechts, die eigenlijk helemaal geen studie in deze richting heeft afgerond, is de onderneming zijn beste leerschool; "Ik probeer graag nieuwe dingen uit en geef mensen een kans. Zo is dat ook bij de big band gegaan. En ja, dat kan ook wel eens mislukken. Maar meestal lukt het wel, en dan creëer je iets bijzonders." Ondanks het label van 'pop-up' en een korte terugverdientijd van de investeringen moest het restaurant wel aan alle wettelijke horeca-eisen (met bijbehorende kosten) voldoen. Ook in dit restaurant zien we dat er volop gebruik is gemaakt van de natuurlijke omgeving. Bij de inrichting is de sfeer van een kazerne behouden gebleven en versterkt met allerlei attributen uit het soldatenleven; een parachute aan het plafond, legerlogo's en nog veel meer. Huijbrechts noemt ook nadrukkelijk 'de warme deken' die hij zijn gasten wil meegeven: "Dat gevoel moet je al krijgen als je hier binnen komt." Ook hier speelt het personeel een belangrijke rol in de gastvrijheid. Ook Tuur geeft zijn medewerkers volop vrijheid en vertrouwen om een groot deel van hun taken zelf in te vullen. meer informatie: www.tapijn.nl **Details maken het verschil** Rino Soeters van La Bergère Group (Kaboom Hotel, Qbic Hotels, Townhouse Hotel, Hotel Mabi); een hand geven kost enkel zes seconden, een kopje soep aanbieden 14 cent. Kleine dingen die het verschil maken. Voer je concept door tot in het laatste detail. Zelfs je betalingstermijn bij leveranciers spelen hierbij een rol. (www.Townhousehotels.nl) **Chocola** Darq: een winkel met slechts 14 zitplekken in de duurste wijk van Maastricht, maar dan wel met de beste chocolade die je kunt wensen. Gastheer Jorrit Consten verkoopt de chocolade van Ralph Hagen als zoete broodjes. Hoeveel waarde je kunt toevoegen door beleving toe te passen en het verhaal te vertellen. (www.darqmaastricht.nl) **Met dank aan:** Laura Conradi van www.conradiconcepts.nl en Ellen van Iersel van www.Atlleisuresupport.nl. Laura organiseert, als concept ontwikkelaar voor de horeca & leisure branche, meerdere keren per jaar inspiratierizen. In november staat een studiereis naar Orlando op de planning. In maart 2018 wordt Antwerpen culinair onder de loep genomen.

Redactie