



"De klant heeft altijd gelijk, ook als de klant geen gelijk heeft."

Inter VIEW

Gerard
van den Tweel
"Ik heb gekozen voor
de beste formule."

Vandaag is Entre Nous in Nijkerk te gast bij Gerard van den Tweel, algemeen directeur van de 'Van den Tweel Groep'. "Het is boven de Albert Heijn", krijg ik als extra aanwijzing om het adres te vinden. En inderdaad wijst de routebeschrijving feilloos de weg naar een enorme Albert Heijn. Na enig zoeken rond het grote gebouw blijkt een entree aanwezig met een bel naast het naambordje 'Van den Tweel groep'. Ik kan naar binnen.

Van supermarkt naar Horeca

Eenmaal boven word ik ontvangen door de zeer gastvrije Gerard van den Tweel. Hij is de derde generatie die het bedrijf runt. Hij wijst mij een stoel in een gezellig zitje en steekt direct van wal: "De familie is van huis uit kruidenier en al sinds 1905 actief in de levensmiddelenbranche. Ik was in 1982 een van de eerste Albert Heijn-franchisenemers en heb die formule voor Albert Heijn verder ontwikkeld." Geen wonder dus dat we boven de Albert Heijn zitten, de supermarkt vormt letterlijk en figuurlijk de basis onder het concern. Hoog tijd om eens verder te vragen naar de Horecatak van de 'Van den Tweel Groep'.

'Het Ampt' en 'De Heerlichkeit'

Van den Tweel legt enthousiast uit: "Zo rond 1990 ontstaat het idee dat

in Nijkerk behoefte is aan een zakelijk hotel met voorzieningen op niveau. Ik zag het wel zitten maar had mijn eigen wensen qua vestigingsplek. Uiteindelijk is dat opgelost en kreeg het Ampt van Nijkerk vorm." De geschiedenis van de Heerlichkeit van Ermelo is vergelijkbaar. In Ermelo was door het wegvallen van veel defensietaken behoefte aan een andere invulling. Van den Tweel werd ook hier benaderd met de vraag of hij mogelijkheden zag om iets te doen rond het bosbad. "Natuurlijk zag ik die, maar over het aantal kamers

van het hotel zaten de gemeente en ik niet op een lijn. Dat heeft flink overleg gekost, maar in 2000 konden we het hotel openen met uiteindelijk 120 luxeuze kamers." Van den Tweel is erg trots dat de Heerlichkeit van Ermelo de eerste Royal Tulip van Nederland is. "We werken er hard aan om verwachtingen helemaal waar te maken. De verbouwing van de eerste kamers is in gang gezet en dat wordt echt helemaal geweldig."

Keuze voor een sterk merk

De keuze voor Golden Tulip is zeer bewust: "We waren eerder verbonden aan een andere keten, maar die stak toch meer in op de vergaderlocaties en zakelijke bijeenkomsten. Daarmee lieten we een groot deel van de kracht van onze accommodaties liggen. Ik ga meer voor het totaal, dus wil ook de bedden en het verblijf meenemen

Van den Tweel is ook nog *Honoraire Consul* van de Republiek Suriname



Altijd het juiste speldje op de revers.



Golden Tulip Ampt van Nijkerk

in het aanbod. Tegelijkertijd wil ik niet mijn zelfstandigheid en eigen uitstraling verliezen. Als je dan de markt overziet, wil je terecht komen bij een merk met de uitstraling en de kracht van AH en voor mij is dat Golden Tulip. Zeker ook omdat mensen die de geschiedenis van Golden Tulip kennen, weten dat de KLM ooit aan het merk verbonden was. Kortom Golden Tulip is een krachtige merknaam die staat voor kwaliteit en gastvrijheid. Ik ben blij dat ik sinds 1 juli 2012 onderdeel

ben van die 'brand'. Continuïteit is voor mij overigens net zo belangrijk. Ik ben ervan overtuigd dat Golden Tulip een prachtige toekomst heeft voor zich zelf en dus ook voor mij. Het is een win-win situatie."

Kennis delen

"Het verbaast mij wel eens dat niet iedereen profiteert van alle kennis binnen Golden Tulip. Je betaalt een fee en daar hoor je iets voor terug te krijgen. Vraag daar ook om. Profiteer van elkaars kracht. Vraag advies, maak gebruik van de organisatie en de kennis die er is. Maar ook als collega-ondernemers hebben we elkaar veel te bieden. Ik vraag altijd graag rond. We hebben natuurlijk een eigen sales team, maar ik ben ook zeer onder de indruk van de Distributiekkanalen van Golden Tulip. Neem bijvoorbeeld het reserveringssysteem en het boekingssysteem. Perfect."

Direct meer reserveringen

"Overigens kun je je aansluiten bij wie je wilt, maar het begint bij je eigen organisatie en medewerkers. Ze moeten met liefde en passie het vak uitoefenen. Het is mijn taak om de mensen enthousiast te houden en ze te stimuleren. Kijk, 2012 was voor de Horeca geen goed jaar, toch heb ik in de tweede helft van het jaar betere resultaten geboekt dan in het eerste half jaar en dat komt echt door de samenwerking met Golden Tulip. We krijgen daadwerkelijk extra reserveringen binnen. Ook dat moet je vertellen aan je mensen."

Ondernemersbloed

"We gaan nu consolideren, maken even pas op de plaats. Natuurlijk blijven we investeren om de 5 sterren van de Heerlichkeit van Ermelo te realiseren en te borgen. Maar verder zijn er geen plannen." Even is het stil. "Tja", zegt Van den Tweel dan met een lach: "Of er moet iets bijzonder moois heel laag over komen vliegen. Ik denk dan dat ik het toch pak." Hij is en blijft iemand die kansen ziet, hoe kan het ook anders met drie generaties ondernemersbloed in zijn aderen. ■



Royal Tulip Heerlichkeit van Ermelo