

Gastvrije nachtrust

Ooit begon Dennis de Lie in Nootdorp op krap 90 m² met de verkoop van bedden. 'Postzegelformaat' vergeleken met zijn huidige showroom van ruim 1100 m² in Katwijk a/d Rijn. Maar De Lie deed meer. Naast particuliere klanten begon hij twaalf jaar geleden met levering aan hotelketens. En dat bleek een gouden greep.



Dennis de Lie is een ondernemer pur sang. Altijd op zoek naar nieuwe mogelijkheden en kansen in de markt. "Het idee om aan hotels bedden te gaan leveren was eigenlijk puur zakelijk," aldus De Lie. "Kijk, als je in een winkel zit, dan wacht je op een klant. Daarvoor moet je adverteren in een krant en later kwamen daar social media en internet erbij. Dus die klant kon ondertussen steeds meer overall heen, tot aan het bestellen van een bed via internet aan toe. Door deze ontwikkelingen werd het onderhouden van een vaste klantenschare steeds moeilijker, terwijl ik tegelijkertijd wél meer bedden wilde verkopen. Toen realiseerde ik me dat de meeste bedden in hotels staan. En dus ben ik onderzoek gaan doen in hotels door hun te vragen hoeveel bedden ze hadden staan, wat voor bedden dat zijn, wat belangrijk is voor de nachtrust van hun gasten, etc.

Zo heb ik veel informatie vergaard en kon ik op basis daarvan hotels aanbiedingen doen. Nu had ik, voordat ik met HotelBedding begon, een heel goed contact met een beddenfabrikant uit Duitsland. Die heeft met name in die begintijd, toen HotelBedding

nog niet zo bekend was in die hotelwereld, vaak een goed woordje voor me gedaan. Dan deed zo'n hotelketen navraag bij hen en dan zeiden zij: 'Als je goed geholpen wilt worden, moet je bij hem zijn'. Dat is natuurlijk overtuigend als een beddenfabrikant dat over je zegt."

Chinese delegatie

Hotelbedden moeten aan andere eisen voldoen dan een bed voor een consument. Speelt bij die laatste het design een grote rol – het bed moet qua vormgeving matchen met de rest van het slaapkamerinterieur – bij hotelbedden spelen ook andere factoren mee.

Dennis: "Vroeger bestond het toerisme in bijvoorbeeld Amsterdam voornamelijk uit Europeanen en Amerikanen. Die prefereren het westerse bed en slapen dus het liefst op een boxspring met soepele pocketveringmatrassen. Nu zie je ook toeristen uit de meest uiteenlopende oosterse landen in de westerse hotels en die zijn gewend op veel hardere bedden te slapen. Wat dat betreft heb ik nog een mooi verhaal voor je. Ooit is er een hotel klant van ons geworden door de atoomtop in Den Haag. Er logeerde in die periode een Chinese delegatie in dat hotel en die keurde

de bedden, waaronder die van de Chinese president, gewoon af. De bedden waren namelijk te zacht voor hen. Toen heeft dat hotel ons gebeld en hebben wij onder andere het bed mogen leveren voor de Chinese president. Dat bed werd overigens in één keer goedgekeurd. Kijk, wij willen zorgen dat een hotelier een tevredenheidsgraad krijgt van 98 procent. En tot nu toe lukt dat. Met ons vier sterrenbed hebben we een mooi gemiddelde weten te halen, waar iedere wereldburger goed op kan slapen."

Opmaaktijd

Naast een bepaalde gemiddelde hard- dan wel zachtheid moeten hotelbedden nog aan

"Het idee om aan hotels bedden te gaan leveren was eigenlijk puur zakelijk," aldus De Lie.





Kasteel de Hoogenweerth Maastricht.

andere voorwaarden voldoen. Het housekeeping-personeel moet elke dag vele hotelbedden afhalen en opmaken. Het liefst in een zo kort mogelijke tijd en het liefst ook zonder rugklachten, die juist bij deze beroepsgroep schering en inslag zijn. Dennis: "Vroeger waren de bedden veel lager waardoor het personeel veel verder de rug moesten buigen. Gevolg: rugklachten. Nu hebben we de bedden verhoogd door een dikke boxspring op pootjes te zetten en uit te voeren met gestoffeerde boxspringhoezen. Die gestoffeerde hoezen zijn er eigenlijk alleen maar voor dat je bed mooi afgestoffeerd is. Het personeel hoeft bij onze bedden alleen om het topdekmatras een hoelaken te doen en niet meer over de hele boxspring, want daar zit die gestoffeerde hoes al. Daardoor heb je veel sneller de opmaak van een bed voor mekaar en het is veel minder belastend voor je rug."

Op dit moment zet HotelBedding op jaarbasis zo'n 20.000 bedden weg in Nederland en zo'n 7000 in het buitenland. Dat doet het bedrijf met in totaal negen medewerkers van wie er vier bezorgen. "HotelBedding is sterk in het in- en uithuizen," aldus Dennis. "We brengen het bed naar binnen, zetten het in elkaar en vertrekken weer met het oude bed en de verpakkingsmaterialen. Andere bedrijven moeten voor die werkzaamheden weer derden in gaan huren, maar wij hebben ook die hele techniek in eigen huis. Dat is voor de klant wel zo prettig en voor ons ook, omdat we dan alles zelf in de hand hebben en niets aan het toeval hoeven over te

laten. Soms krijg je wel eens de vraag of je ook een kast kunt leveren. Dat doen we wel eens voor vaste klanten, maar hele hotelkamers inrichten gaan we niet doen. Dat is écht een specialisme en daar heb je ook interieurinrichters voor nodig. Bovendien krijg je dan een heel andere bedrijfsvorm. Dat wil ik niet, dus wat dat betreft blijft deze schoenmaker bij zijn leest."

Radar

Contacten onderhouden is – zeker in deze branche – een must. Dennis: "Zo om de zeven jaar koopt een hotel nieuwe bedden in. Dus je moet wel op hun radar blijven, want als je een dergelijke vervanging misloopt, moet je weer zeven jaar wachten. Daarom zijn we enorm servicegevoelig. We zullen altijd voor

'Hele hotelkamers inrichten gaan we niet doen'

klanten klaarstaan, want met service onderhoud je tussentijds ook een goed contact met hen en blijf je op hun radar. Daarnaast kan ik met mijn vaste Duitse fabrikant ook nog eens een concurrerende prijs aanbieden. Dus wij zitten altijd aan tafel als zich in de hotelbranche zwaar een nieuwe klus aandient."

