

UNPACKED:

VAN STRATEGIE NAAR VERHAAL

17 MRT 2026

A black and white photograph of a hand holding a pen, writing on a notepad. The background is blurred, showing a person's face. The text 'UNPACKED: VAN STRATEGIE NAAR VERHAAL' and '17 MRT 2026' is overlaid on the top left. The word 'HSPTTY' is written in large, bold, white letters across the bottom of the image.

HSPTTY

Krant

HOSPITALITY WERKT PAS ECHT ALS HET EEN VERHAAL WORDT

IN de zorg, bij bedrijven en op scholen is elk moment van gastvrijheid een kans om een leven te veranderen. Zoals ik in de vorige editie van HSPITALITYKrant vertelde, is gastvrijheid geen extra service, maar een strategische keuze die de ervaring van patiënten, klanten en studenten beïnvloedt en vormgeeft. Terecht heb ik daarover ook vragen en opmerkingen gekregen. Één vraag bleef hangen: "Hoe maak je deze strategie tastbaar?" (bedankt Michel). Via dit artikel deel ik mijn visie daarop.

De rol van verhalen

Verhalen zijn de drijvende kracht achter gastvrijheid. Ze geven betekenis aan ons gedrag en verbinden ons met onze waarden. In veel organisaties wordt gastvrijheid vaak vertaald naar richtlijnen, trainingen of serviceconcepten. Dit is logisch, organisaties zoeken houvast en structuur. Maar mensen volgen zelden een protocol omdat het ergens staat opgeschreven.

Ze handelen vanuit wat voor hen logisch en betekenisvol voelt. Neem bijvoorbeeld het verhaal van de geweldige vrijwilligers en het receptieteam van het Erasmus MC, waar ik mee mocht werken. Zij staan op een oprechte manier boze en gefrustreerde bezoekers te woord, stellen gestresste patiënten gerust, begeleiden hen naar de juiste locatie en houden "hun" ziekenhuis netjes door even snel een papiertje van de grond te pakken. Geweldig! Niemand vraagt dit van ze. Ze doen het vanuit een intrinsieke motivatie. Dit soort kleine, menselijke momenten zijn wat gasten en bezoekers zich herinneren, en wat de cultuur van gastvrijheid echt vormgeeft.

In bedrijven kan een vriendelijk welkom van een receptionist de toon zetten voor de klantbeleving. In scholen kan een leerkracht die extra aandacht geeft aan een leerling het verschil maken voor diens zelfvertrouwen.





DE PURPOSE VAN HOSPITALITY

De echte vraag achter gastvrijheid is niet: hoe organiseren we service? Maar: waarom vinden we gastvrijheid eigenlijk belangrijk? Pas wanneer organisaties die vraag serieus beantwoorden, krijgt hospitality een betekenis die verder gaat dan een glimlach aan de balie of een kop koffie bij binnenkomst.

In de zorg ligt die betekenis vaak dicht bij de kern van het werk. Ziekenhuizen en zorginstellingen zijn voor veel mensen plekken van spanning, onzekerheid en soms angst. Een gastvrije benadering kan die spanning verlagen. Wanneer patiënten zich gezien, gehoord en welkom voelen, ontstaat er rust en vertrouwen. Dat heeft niet alleen invloed op de beleving van de patiënt, maar kan ook bijdragen aan het herstelproces. Gastvrijheid wordt daarmee geen extra service, maar een manier om de kwaliteit van zorg tastbaar te maken.

In het bedrijfsleven ligt het accent vaak op relaties en merkbeleving. Klanten komen niet alleen voor een product of dienst, maar voor de totale ervaring eromheen. Een organisatie die oprechte aandacht toont en haar klanten het gevoel geeft dat ze ertoe doen, bouwt aan vertrouwen. Dat vertrouwen vertaalt zich in loyaliteit, herhaalbezoeken en positieve verhalen die klanten met anderen delen. Gastvrijheid wordt zo een krachtig instrument om een merk te laden met betekenis.

Ook in het onderwijs speelt gastvrijheid een grotere rol dan vaak wordt gedacht. Scholen en onderwijsinstellingen zijn plekken waar jonge mensen zich ontwikkelen, maar dat kan alleen wanneer zij zich veilig en welkom voelen. Een omgeving waarin studenten zich gezien voelen, waar docenten en medewerkers benaderbaar zijn en waar ruimte is voor aandacht, draagt bij aan motivatie en betrokkenheid. In zo'n klimaat durven studenten vragen te stellen, fouten te maken en zichzelf te ontwikkelen.

Wanneer organisaties hun purpose rondom gastvrijheid helder hebben, verandert ook de rol van hospitality. Het is dan geen losse facilitaire activiteit meer, maar een manier om de waarden en identiteit van de organisatie zichtbaar te maken in het dagelijks handelen. Gastvrijheid wordt daarmee geen afdeling, maar een cultuur.

HOSPITALITY WERKT PAS ECHT ALS HET EEN VERHAAL WORDT

Een krachtige purpose heeft alleen waarde wanneer mensen zich ermee kunnen verbinden. Organisaties moeten hun verhaal vertellen, niet alleen naar buiten, maar ook naar binnen.

Nieuwe medewerkers in de zorg moeten begrijpen waarom gastvrijheid belangrijk is voor de patiëntenzorg.

Leidinggevend in bedrijven moeten het goede voorbeeld geven door klantgerichtheid te verweven met hun dagelijkse praktijk. Teams in scholen moeten erkennen hoe hun interacties bijdragen aan de ervaring van leerlingen en ouders. Pas dan ontstaat een cultuur waarin gastvrijheid vanzelfsprekend wordt. Niet omdat het moet, maar omdat het écht werkt.

Het mooie is dat gastvrijheid vaak zichtbaar wordt in kleine momenten. Een verpleegkundige die een patiënt helpt bij het navigeren door de zorg, een medewerker die de tijd neemt om een klant een oplossing te bieden, zelfs als dat buiten het standaardprotocol valt,

of een leerkracht die na de les tijd vrijmaakt voor een student die extra ondersteuning nodig heeft. Deze kleine, betekenisvolle acties zorgen ervoor dat mensen zich gezien en gewaardeerd voelen. Juist deze momenten vormen uiteindelijk het verhaal dat patiënten, klanten en studenten later vertellen.

Organisaties besteden veel aandacht aan strategie, processen en systemen. Dat is noodzakelijk. Maar uiteindelijk herinneren mensen zich iets anders: ze herinneren zich hoe ze zich voelden. De vraag voor iedere organisatie die serieus met gastvrijheid bezig is, wordt dan ook: welk verhaal willen wij dat mensen later over ons vertellen?

Wanneer dat verhaal helder is, volgt de rest vaak vanzelf.



A blue wooden sign with white text. The word "Sorry" is written in a large, cursive font. Below it, "WE'RE" is written in a smaller, blocky font. At the bottom, "CLOSED" is written in the largest, bold, blocky font. The sign has a distressed, weathered appearance with some white paint chipping away from the blue background.

Sorry
WE'RE
CLOSED

"BIJ HSPTLTY. HELPEN WE ORGANISATIES OM HUN VERHAAL ZICHTBAAR TE MAKEN IN KEUZES, CONCEPTEN EN DAGELIJKSE PRAKTIJK. NIET DOOR ALLEEN NAAR SERVICE TE KIJKEN, MAAR DOOR EERST SCHERP TE KRIJGEN WELKE ERVARING EEN ORGANISATIE WIL BIEDEN, EN MET WELKE PURPOSE."