



Inspiratie voor elke plek waar mensen welkom zijn

Gastvrijheid zit niet in één handeling, één glimlach of één protocol. Ze ontstaat in een aaneenschakeling van momenten – groot en klein – waarin een bezoeker voelt: *ik ben hier welkom*. Dat gevoel ontstaat soms al lang vóór iemand bij je binnenstapt, en werkt vaak nog door nadat iemand weer vertrokken is.

Deze publicatie is bedoeld voor alle organisaties die mensen ontvangen: hotels, campings, musea, erfgoedlocaties, horeca, evenementen en alle deelnemers van Brabant Gastvrij. Iedere organisatie is anders, maar de essentie is dezelfde: je ontvangt mensen. En in elk contactmoment – direct of indirect – vormt zich een ervaring.

Dit document is nadrukkelijk geen checklist. Het is niet de bedoeling om alles “af te vinken” of overal tegelijk aan te sleutelen. Zie het als een kijkkader dat helpt om met andere ogen naar je gastreis te kijken. De vraag is niet: doen we genoeg? De vraag is: op welke momenten kunnen wij het verschil maken?

Een belangrijk uitgangspunt is dat we niet denken vanuit de plek, maar vanuit het bezoek. Mensen komen niet alleen voor een kamer, een tentoonstelling, een activiteit of een maaltijd; ze komen voor een beleving waarin ze zich veilig, gezien en op hun gemak voelen. Daarom werken we met vijf fasen die voor iedere sector herkenbaar zijn: oriëntatie en verwachting, plannen en bevestigen, voor aankomst, ontvangst en ervaring, en tot slot vertrek en nazorg.

Fase 1 — Oriëntatie & verwachting

In de eerste fase kent iemand je nog niet, maar vormt wel al een beeld. Verwachtingen ontstaan door alles wat iemand ziet, leest of hoort. De naam van je organisatie, de uitstraling van je website of platformpagina, de toon van je communicatie, foto's en verhalen: ze bepalen of er vertrouwen groeit of twijfel ontstaat. Ook praktische zaken – zoals bereikbaarheid, helderheid over voorwaarden, en de informatie die je wel of niet deelt – dragen bij aan dat eerste gevoel. De kernvraag in deze fase is simpel: ontstaat hier het verlangen om te komen? Krijgt iemand het idee: *hier zou ik willen zijn*?

Fase 2 — Plannen, reserveren & bevestiging

In de tweede fase verandert interesse in commitment. Iemand boekt, reserveert, koopt een ticket of plant een bezoek. Juist hier wordt het fundament gelegd voor vertrouwen. Is het makkelijk om te regelen? Is duidelijk wat iemand kan verwachten? Komt een bevestiging snel, klopt de informatie, en voelt de toon persoonlijk en welkom? In deze fase voelt een bezoeker zich voor het eerst afhankelijk van jouw organisatie: iemand heeft een keuze gemaakt en verwacht dat jij het waarmaakt. Een heldere bevestiging, praktische informatie die rust geeft en de mogelijkheid om vragen te stellen maken het verschil. De kernvraag is: voelt iemand zich gerustgesteld en serieus genomen?



Fase 3 — Voor aankomst

Daarna volgt de fase vóór aankomst. Iemand is onderweg – letterlijk en figuurlijk. Alles wat hier gebeurt beïnvloedt hoe iemand arriveert: ontspannen of gespannen. Denk aan de duidelijkheid van route en bereikbaarheid, de flexibiliteit bij wijzigingen of vertraging, en de herkenbaarheid van je locatie. Ook de eerste signalen bij aankomst tellen: de omgeving rondom de entree, de uitstraling van de plek, de manier waarop je bezoekers als het ware “opvangt” voordat het echte bezoek begint. Deze fase wordt vaak onderschat, terwijl ze enorm bepalend is voor de start van de beleving. De kernvraag is: help je de bezoeker ontspannen nog vóór hij binnen is?

Fase 4 — Ontvangst & ervaring

Dan komt het moment waarop gastvrijheid voelbaar wordt. In deze fase tellen processen, maar vooral menselijk contact. Het eerste oogcontact, de manier van begroeten, de toon van stem en tempo, en de aandacht voor de persoon: dit zijn de momenten waarop mensen zich welkom of juist afgehandeld kunnen voelen. Duidelijkheid over wat kan en mag, de kwaliteit van ruimtes en voorzieningen, en de manier waarop je omgaat met vragen, onzekerheid of frictie bepalen of een bezoek “correct” is of werkelijk warm en passend. Juist als er iets misgaat, ontstaat vaak het meest betekenisvolle moment: hoe reageer je, hoe herstel je en hoe menselijk blijf je? De kernvraag is: voelt de bezoeker zich gezien als mens, niet als nummer?

Fase 5 — Vertrek & nazorg

Het bezoek eindigt niet bij de deur. In de afronding en nazorg vormt zich de herinnering die iemand meeneemt. De toon van het afscheid, persoonlijke aandacht bij vertrek, duidelijkheid over de afronding en oprechte interesse in de ervaring: hier kan de beleving landen. Ook hoe je met feedback omgaat en of je nog een bedankbericht of follow-up stuurt, maakt verschil. Wat blijft hangen is zelden wat je precies deed, maar hoe het voelde. De kernvraag is: wat neemt iemand mee als hij aan jullie terugdenkt?

Tot slot

Gastvrijheid is geen kunstje en geen protocol. Het is een houding. Je hoeft niet alles perfect te doen, maar elk moment waarop je kiest voor aandacht maakt verschil. Deze publicatie nodigt uit om stil te staan bij die momenten. Niet om af te vinken, maar om te herkennen waar gastvrijheid in jouw organisatie zichtbaar wordt. Brabant Gastvrij begint bij het gevoel welkom te zijn.



Inspiratie voor elke plek waar mensen welkom zijn

Gastvrijheid zit niet in één handeling, één glimlach of één protocol. Ze ontstaat in een aaneenschakeling van momenten, groot en klein, waarin een bezoeker voelt: *ik ben hier welkom*.

Deze inspiratieversie is bedoeld voor **alle organisaties die bezoekers ontvangen**: hotels, campings, musea, erfgoedlocaties, horeca, evenementen en alle deelnemers van **Brabant Gastvrij**.

Dit document is **geen checklist**. Je hoeft dit niet allemaal te doen. Zie het als een **kijkkader** dat helpt om met andere ogen naar je gastreis te kijken.

Belangrijk uitgangspunt: van “plek” naar “bezoek”

FASE 1 — Oriëntatie & verwachting

Dit is de fase waarin iemand je nog niet kent, maar al wel een beeld vormt.

Nog vóór het eerste contact heeft je bezoeker verwachtingen. Die ontstaan door alles wat hij ziet, leest of hoort over jouw plek.

Denk aan:

- De naam van je organisatie en wat die oproept
- Associatie met Brabant, streek of identiteit
- Online zichtbaarheid (website, platforms, social media)
- Toon van communicatie (warm, uitnodigend, zakelijk)
- Beeldtaal en sfeer
- Het verhaal van de plek
- Het verhaal van de mensen
- Transparantie over aanbod, prijs en voorwaarden
- Bereikbaarheid en praktische informatie

De belangrijkste vraag in deze fase is:

Ontstaat hier het gevoel: “hier zou ik willen zijn”?



FASE 2 — Plannen, reserveren & bevestiging

Dit is de fase waarin interesse verandert in commitment.

Of iemand nu een kamer boekt, een ticket koopt of een bezoek plant: hier ontstaat vertrouwen – of twijfel.

Voorbeelden:

- Boeking starten → **Reservering / ticket / aanmelding starten**
- Keuze kamer → **Keuze aanbod / tijdslot / activiteit**
- Ontbijttijd → **Starttijd / programma / openingstijden**
- Sleutelinfo → **Toegang / entree / ontvangstprocedure**

Denk aan:

- Gebruiksgemak van reserveren of aanmelden
- Duidelijkheid over keuzes en mogelijkheden
- Betrouwbaarheid van het systeem
- Toon van bevestiging
- Persoonlijke aanspreekvorm
- Praktische informatie die rust geeft
- Mogelijkheid om vragen te stellen
- Snelheid en warmte van reacties

In deze fase voelt een bezoeker zich voor het eerst **afhankelijk** van jouw organisatie.

De kernvraag:

Voelt iemand zich gerustgesteld en serieus genomen?



FASE 3 — Voor aankomst

Van erf & pand → omgeving & benadering

Dit is de fase waarin iemand onderweg is – letterlijk en figuurlijk.

Alles wat hier gebeurt, bepaalt hoe iemand aankomt: ontspannen of gespannen.

Voorbeelden:

- Bordje langs de weg → **Eerste fysieke signalen**
- Zichtbaarheid pand → **Herkenbaarheid locatie**
- Tuinverzorging → **Buitenruimte / entree**
- Bel of klopmoment → **Eerste contact bij aankomst**

Dit werkt net zo goed voor:

- parkeerterrein museum
- entree camping
- ontvangstbalie hotel
- welkomszone evenement

Denk aan:

- Herinneringen of voorbereidingsinformatie
- Duidelijkheid over route en bereikbaarheid
- Flexibiliteit bij wijzigingen
- Herkenbaarheid van de locatie
- Eerste signalen bij aankomst
- De omgeving rondom de entree
- De uitstraling van de plek

Vaak onderschat, maar cruciaal.

De kernvraag:

Help je de bezoeker ontspannen nog vóór hij binnen is?



FASE 4 — Ontvangst & ervaring

Hier gebeurt het. Dit is waar gastvrijheid voelbaar wordt.

In deze fase tellen niet alleen processen, maar vooral **menselijk contact**.

Voorbeelden:

- Kamer → **ruimte / plek**
- Bed / badkamer → **voorzieningen**
- Ontbijt → **aanbod / service / beleving**
- Thuiskomen → **terugkeer / vervolgbezoek**

Denk aan:

- Eerste oogcontact
- Manier van begroeten
- Toon van stem en tempo
- Aandacht voor de persoon
- Duidelijkheid over wat kan en mag
- Kwaliteit van ruimtes en voorzieningen
- Oog voor rust of juist contact
- Omgaan met vragen of onzekerheid
- Reactie op frictie of problemen
- Bereidheid om mee te bewegen

Hier ontstaat het verschil tussen correct en warm.

De kernvraag:

Voelt de bezoeker zich gezien als mens, niet als nummer?



FASE 5 — Vertrek & nazorg

Het bezoek eindigt niet bij de deur.

Juist hier vormt zich de herinnering die iemand meeneemt.

Van uitchecken → afronden & doorwerken

Voorbeelden:

- Rekening → **Afronding / betaling / bevestiging**
- Nazorgmail → **Bedankbericht / follow-up**
- Herhaalbezoek → **Terugkeer / ambassadeurschap**

Denk aan:

- Toon van het afscheid
- Persoonlijke aandacht bij vertrek
- Duidelijkheid over afronding
- Oprechte interesse in ervaring
- Manier van omgaan met feedback
- Bedankbericht of follow-up
- Uitnodiging tot contact of terugkeer

Wat blijft hangen, is zelden wat je deed – maar **hoe het voelde**.

Gastreis eindigt niet / Beleving blijft

De kernvraag:

Wat neemt iemand mee als hij aan jullie terugdenkt?

Tot slot

Gastvrijheid is geen kunstje en geen protocol. Het is een houding.

Je hoeft niet alles perfect te doen. Maar elk moment waarop je **kiest voor aandacht**, maakt verschil.



Bijlage — Overzicht van 250 mogelijke contactmomenten

Deze lijst is **breed inzetbaar**. Niet alles hoeft relevant te zijn voor elke organisatie. Lees elk punt als: *dit kan in mijn context ook zo'n moment zijn*.

FASE 1 — Oriëntatie & verwachting

- Naam van de organisatie of locatie
- Eerste associatie die de naam oproept
- Verbinding met Brabant / streek / identiteit
- Online vindbaarheid (zoekmachines)
- Vermelding op platforms
- Reviews en beoordelingen
- Toon van reviews
- Reactie van de organisatie op reviews
- Beeldmateriaal online
- Sfeer die beelden oproepen
- Website of informatiepagina
- Laadtijd en toegankelijkheid
- Eerste indruk van vormgeving
- Kleurgebruik
- Taalgebruik (warm / zakelijk)
- Verhaal over de plek
- Verhaal over de mensen
- Zichtbaarheid van waarden
- Duidelijkheid over aanbod
- Details in beschrijvingen
- Transparantie over prijzen of voorwaarden
- Beschikbaarheid van informatie
- Contactgegevens vindbaar
- Bereikbaarheid (telefoon/mail/chat)
- FAQ of uitlegpagina

- Praktische informatie
- Bereikbaarheid locatie
- Parkeer- of vervoersinformatie
- Omgeving en context
- Activiteiten of mogelijkheden
- Seizoensgevoel
- Verwachte drukte of rust
- Verwachting van ontvangst
- Verwachting van aandacht
- Verwachting van autonomie
- Verwachting van sfeer
- Eerste emotie
- Eerste vertrouwen
- Eerste twijfel
- Eerste verlangen
- Eerste gevoel: hier hoor ik te zijn

FASE 2 — Plannen, reserveren & bevestiging

- Start van reservering / aanmelding
- Gebruiksgemak van het systeem
- Overzicht van keuzes
- Helderheid van informatie
- Transparantie over kosten
- Mogelijkheid tot extra's
- Vertrouwen bij betaling of bevestiging
- Betalingsmogelijkheden
- Bevestigingspagina
- Bevestigingsbericht
- Toon van communicatie
- Persoonlijke aanspreekvorm
- Gebruik van naam
- Benoemen van datum en tijd
- Benoemen van locatie
- Benoemen van contactpersoon
- Praktische informatie vooraf
- Route-informatie
- Openingstijden of startmoment
- Duur van het bezoek
- Wat mee te nemen
- Toegangs informatie



- Mogelijkheid tot vragen
- Reactiesnelheid
- Menselijke toon
- Gevoel van welkom
- Verwachtingsopbouw
- Voorpret
- Eerste moment van afhankelijkheid
- Eerste moment van vertrouwen
- Aandacht voor bijzonderheden
- Bevestiging van wensen
- Rust of spanning bij de bezoeker

FASE 3 — Voor aankomst

- Herinnering of voorbereiding
- Weersverwachting (indien relevant)
- Tips vooraf
- Bevestiging van tijdstip
- Mogelijkheid tot wijzigingen
- Omgaan met vertraging
- Flexibiliteit
- Navigatie naar locatie
- Laatste meters route
- Bewegwijzering
- Herkenbaarheid van de plek
- Eerste zicht op locatie
- Omgeving bij aankomst
- Geluid van de omgeving
- Geur buiten
- Netheid van terrein
- Buitenruimte
- Verlichting
- Open of gesloten uitstraling
- Entree of ontvangstzone
- Wachtsituatie
- Eerste oogcontact
- Eerste woorden
- Gebruik van naam
- Erkenning van reis
- Verminderen van spanning
- Eerste gevoel van opluchting

FASE 4 — Ontvangst & ervaring

- Binnenkomst
- Temperatuur
- Geur binnen
- Geluidsniveau
- Rust of levendigheid
- Zit- of wachtruimte
- Aanbod van iets te drinken
- Toon van stem
- Tempo van uitleg
- Persoonlijke aandacht
- Uitleg van verloop
- Overdracht van toegang
- Begeleiding naar ruimte
- Netheid van ruimtes
- Eerste indruk van de plek
- Comfort
- Voorzieningen
- Hygiëne
- Privacy
- Duidelijkheid van informatie
- Beschikbaarheid van medewerkers
- Bereikbaarheid bij vragen
- Kwaliteit van faciliteiten
- Werkt alles zoals verwacht
- Uitzicht of sfeer
- Geluid van anderen
- Informatievoorziening
- Persoonlijke tips
- Momenten van rust
- Momenten van contact
- Tempo van de ervaring
- Keuzevrijheid
- Aandacht voor wensen
- Oprechte interesse
- Terugkerende herkenning
- Vertrouwd gevoel
- Probleem of frictie
- Reactie op probleem
- Oplossingsgerichtheid
- Erkenning van emotie
- Herstelmoment
- Mens boven regel
- Gast voelt zich gezien
- Gast voelt zich geholpen



- Gast voelt zich welkom
- Gast voelt zich op zijn gemak
- Gast ontspant
- Gast geniet

FASE 5 — Vertrek & nazorg

- Aankondiging van afronding
- Laatste contactmoment
- Duidelijkheid over afronding
- Betaalmoment (indien van toepassing)
- Transparantie van kosten
- Toon van afscheid
- Gebruik van naam
- Dankwoord
- Oogcontact
- Vraag naar ervaring
- Ontvangen van feedback
- Omgaan met kritiek
- Bereidheid tot leren
- Afrondingstempo
- Hulp bij vertrek
- Laatste indruk van de plek
- Afscheid buiten
- Goede reis wensen
- Gevoel bij vertrek
- Bedankbericht
- Toon van nazorg
- Timing van nazorg
- Uitnodiging tot reactie
- Reactie op feedback
- Herinnering aan bezoek
- Verhaal dat wordt doorverteld
- Aanbeveling
- Overwegen van terugkeer
- Loyaliteit
- Vertrouwen bevestigd
- Gastvrijheid herinnerd
- Beleving blijft
- Relatie blijft bestaan