

10:00 Welkom & Introductie
10:05 Mini-Keynote: van gastvrijheid naar
Hospitability
10.25 Gastreis & Moments of truth
10:50 Vragen



Van Gastvrijheid naar Hospitability

Brabant Gastvrij

Webinar gastvrijheid met lef

Dr. Geesje Duursma



DESTINATION DUURSMa

a red carpet for everyone

Ondernemer dr. Geesje Duursma vecht voor erkenning van gastvrijheid

Van serveerster in een chauffeurscafé tot doctor in gastvrijheid



Door [Hans Steenbergen](#) op zondag 7 september 2025



LONGREADS

De promotie van Geesje Duursma aan de Rijksuniversiteit Groningen | Foto's: De Pleats

Ze groeide letterlijk achter het gordijn van een dorpscafé op en stond vanaf haar twaalfde in de bediening. Nu is Geesje Duursma (52) ondernemer, maar sinds 2024 ook doctor in gastvrijheid. Haar missie: het vak emanciperen. Ze wil laten zien dat hospitality een serieuze discipline is en zelfs een medicijn kan zijn tegen polarisatie. Voor Food Inspiration tekende Hans Steenbergen haar bijzondere verhaal op.

'Gastvrijheid, daar kun je toch niet op promoveren?'

JANUARI 2025 | de Westereinder | 13

"Gastvrijheid, daar kun je toch niet op promoveren?" Die opmerking heeft Geesje Duursma, eigenaresse van horecagelegenheid De Pleats in Burgum, vaak gehoord. Toch werkte ze de afgelopen zes jaar als buitenpromovendus bij RUG Campus Fryslân aan haar proefschrift over de rol en waarde van gastvrijheid in bedrijven en organisaties. Met succes: ze promoveerde onlangs en mag dus nu de titel dr. (doctor) voor haar naam zetten.

Tekst: Marianne Vriesema | Foto: Marijke Balk

In haar proefschrift laat Duursma zien dat gastvrijheid veel verder reikt dan de horeca. "Gastvrijheid speelt overal een rol. Van de tandarts tot de bibliotheek – het is onmisbaar, ook al zien we dat vaak niet."

Bij gastvrijheid denken veel mensen meteen aan de horeca: een vriendelijke bediening en een welkom gevoel. Maar Duursma kijkt verder. "Ik ben juist gaan kijken bij plekken waar

je het niet direct verwacht, zoals het MCL, het Natuurmuseum en de bibliotheek", vertelt ze. "In een ziekenhuis kunnen mensen sneller herstellen als ze gastvrij behandeld worden. In een bibliotheek heb je verschillende soorten gastvrijheid die verder gaan dan het interieur. Denk ook aan de sfeer, de vrijwilligers, de online omgeving en uiteindelijk de hele bibliotheek als een plek waar echt iedereen welkom is."



Omotenashi of voor wat, hoort wat? Volgens Duursma wordt iedereen gastvrij geboren, maar wat het betekent, verschilt per cultuur. "De Japanners kennen bijvoorbeeld het begrip omotenashi, dat draait om onvoorwaardelijke gastvrijheid: behandel iedereen met evenveel respect zonder daar iets terug voor te willen." Een fooi kan in dat land bijvoorbeeld als beledigend worden ervaren. Hier in Nederland kennen we juist een wederkerige vorm van gastvrijheid: jij doet iets voor mij, ik doe iets voor jou. "Dat maakt het soms een ongrijpbaar begrip, maar daarom juist zo interessant."

Een van de belangrijkste resultaten van haar onderzoek is dat gastvrijheid veel meer blijkt dan mensen verwennen. "Het is een dialoog, een gesprek waarin je je grenzen moet durven aangeven en samen bepaalt wat je van elkaar verwacht." Het schrijven van het proefschrift was een uitdaging, zeker naast het runnen van De Pleats. "Maar ik heb er met zoveel plezier aan gewerkt. Er is in Nederland nog zo weinig wetenschappelijk onderzoek naar gastvrijheid, en het voelt goed dat ik daar nu verandering in heb gebracht."

Naar Australië

Wat staat er op de planning voor 2025? Duursma wil haar onderzoek delen en workshops blijven geven. "Vorige maand gaf ik een sessie voor



het COA over hoe gastvrijheid kan bijdragen aan de opvang van asielzoekers. Een goede ontvangst maakt het hele proces menselijker én effectiever." Bij De Pleats wil ze ook nieuwe stappen zetten, met een focus op personeelsfeesten en pubquizzes. En: in februari reist ze naar Australië om op een conferentie een paper over gastvrijheid te presenteren. "Een prachtige beloning na zes jaar werken aan mijn proefschrift." Aansluitend gaat ze met haar man drie weken door Australië reizen. "Ik kan niet wachten."

Duursma hoopt dat gastvrijheid in de toekomst niet langer als vanzelfsprekend wordt gezien, maar als een vaardigheid die je kunt leren verfijnen. Geesje noemt dit Hospitality. "De juiste vorm van gastvrijheid komt niet zomaar aanwaaien, maar als je erin investeert, kun je het overal gebruiken." Dat gastvrijheid een prominentere plek krijgt in de wetenschap, dat is haar droom. "In Rotterdam is er een professor die onderzoek doet naar geluk. Hoe prachtig zou het zijn als er eenzelfde podium komt voor gastvrijheid?"



a red carpet for everyone



ONDERNEMER



COMMISSARIS



WETENSCHAPPER



**Waar denkt u aan
bij gastvrijheid**

persoonlijke aandacht

warm
welkom
ontvangen
empathie
gelijkheid
Onderhouden/luisteren
meedenken
hulpvaardig
oprechtheid
positiviteit
vriendelijkheid
Stapje extra
glimlach
interesse
gezien worden
gehoord worden
oplossend vermogen
echt contact/connectie
thuis voelen
op je gemak voelen
vertrouwen
veilig

Bron: Ruth Pijls



a red carpet for everyone

persoonlijke aandacht

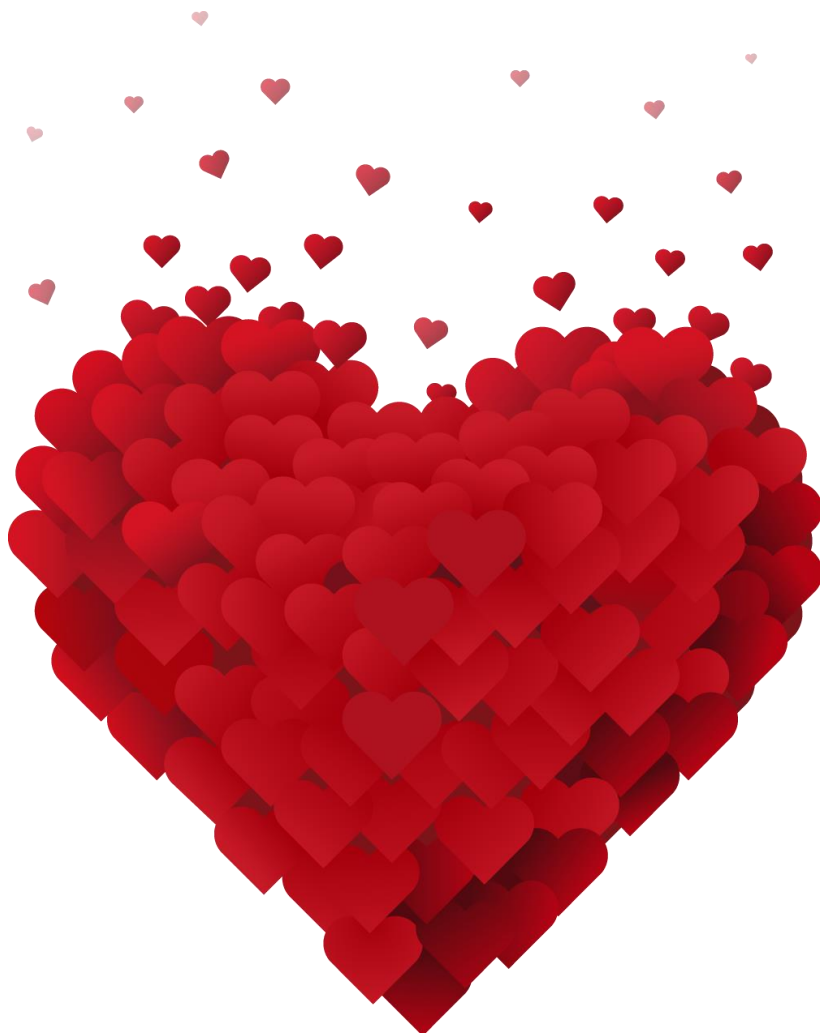
warm
welkom
empathie
gelijkheid
oprechtheid
hulpvaardig
positiviteit
Onderhouden/luisteren
meedenken
vriendelijkheid
Stapje extra
echt contact/connectie
gezien worden
gehoord worden
oplossend vermogen
thuis voelen
op je gemak voelen
vertrouwen
veilig



Bron: Ruth Pijls



a red carpet for everyone



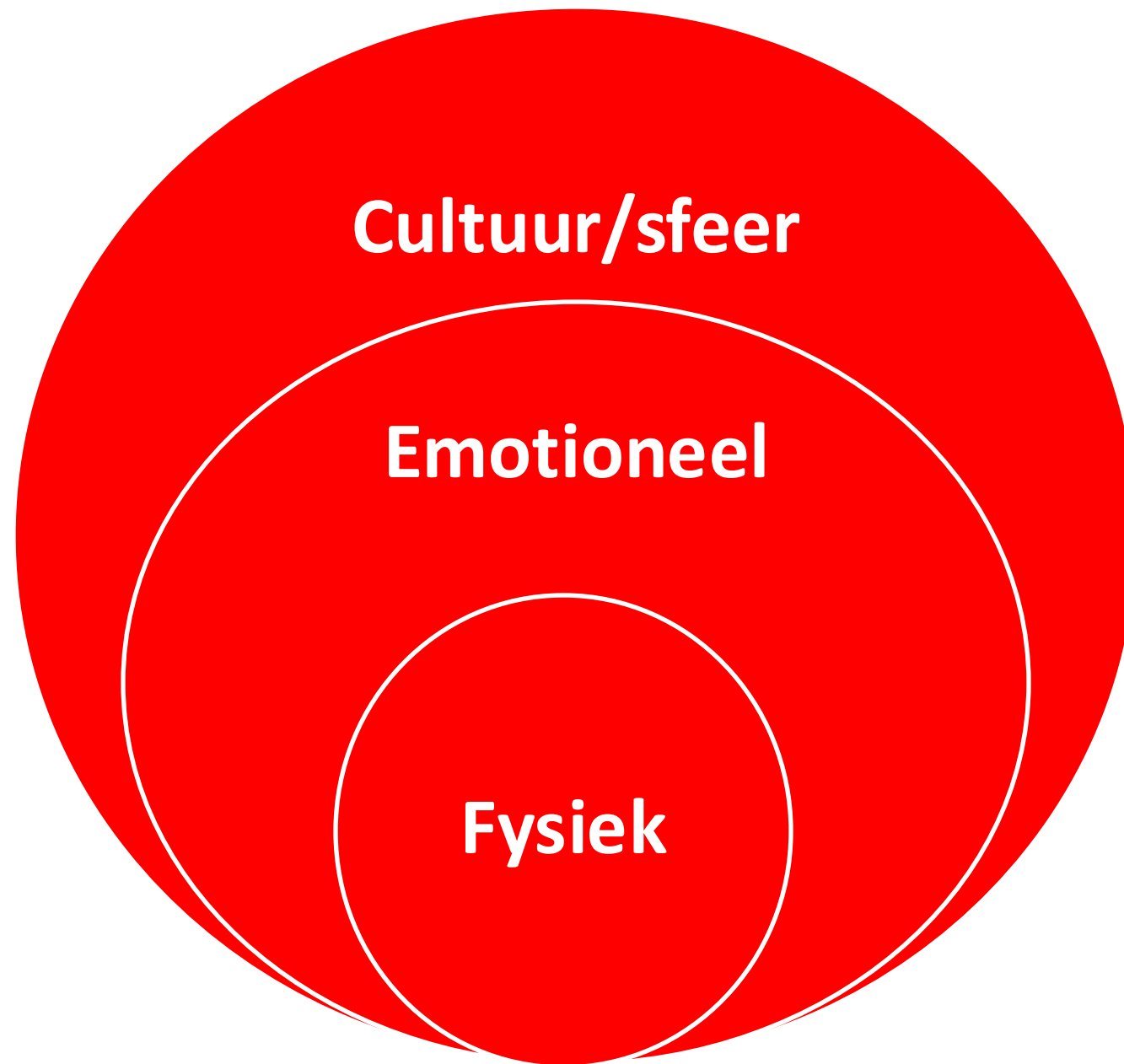
Lebh = lef = hart

**Liefde voor de
vreemdeling**

Gastvrijheid is het creëren van een vrije ruimte waar de vreemdeling binnen kan treden en een vriend kan worden.



**Gastvrijheid
is
ruimte**



Hospitality

Hospitality

Praktische gastvrijheid/sector

Hospitable

De houding van gastvrij zijn

Hospitableness

Ethische kernwaarde

Hospitability

is een *kunde* die je
kunt leren, faciliteren
en organiseren.

In organisaties, in
beleid en in gedrag



Cultuur
Ideologie
Strategie



Structuur
Management
Tactisch



Proces
Fysiek
Operationeel



a red carpet for everyone

Gastvrije signalen

Sense of hospitality

Cue's - hints



Moments of Truth (Jan Carlson)

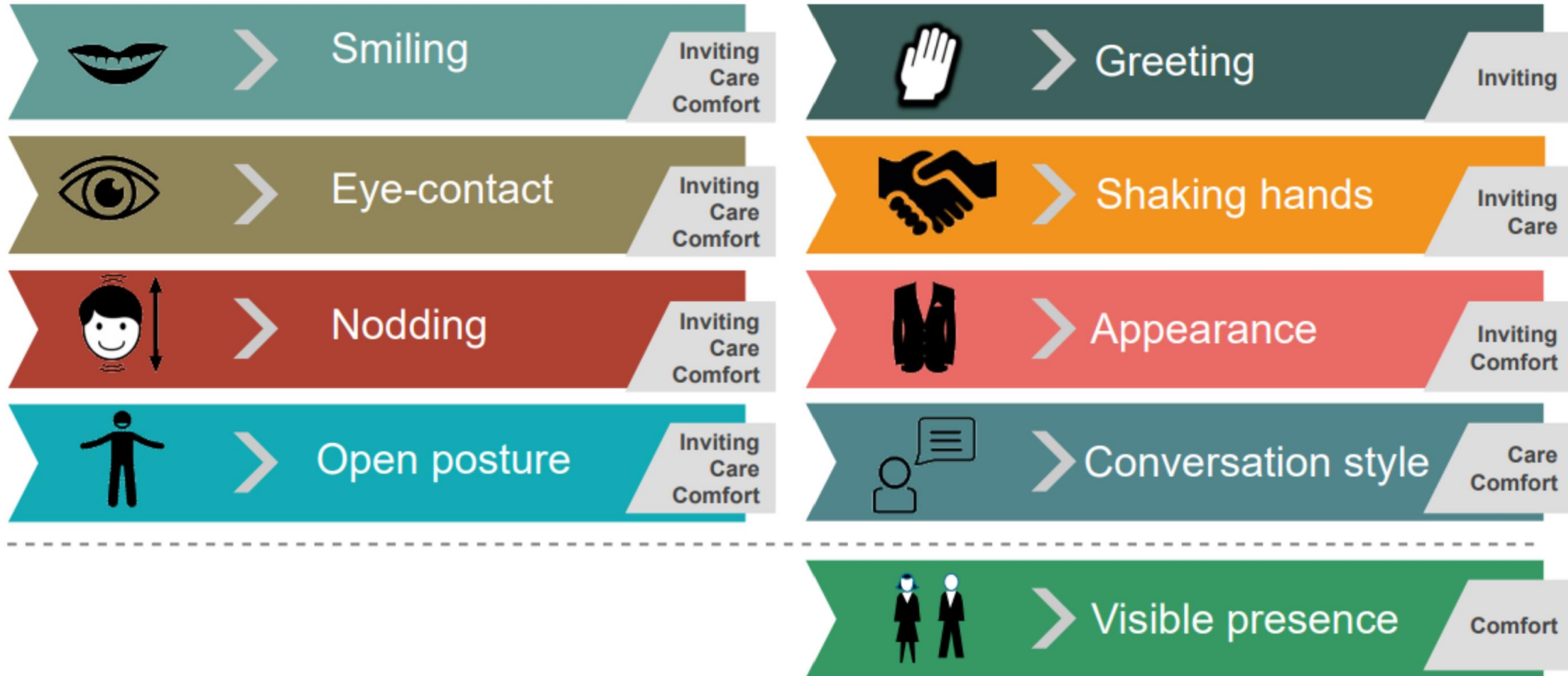
Volgens Jan Carlzon ontstaat kwaliteit niet in beleid, maar in contact

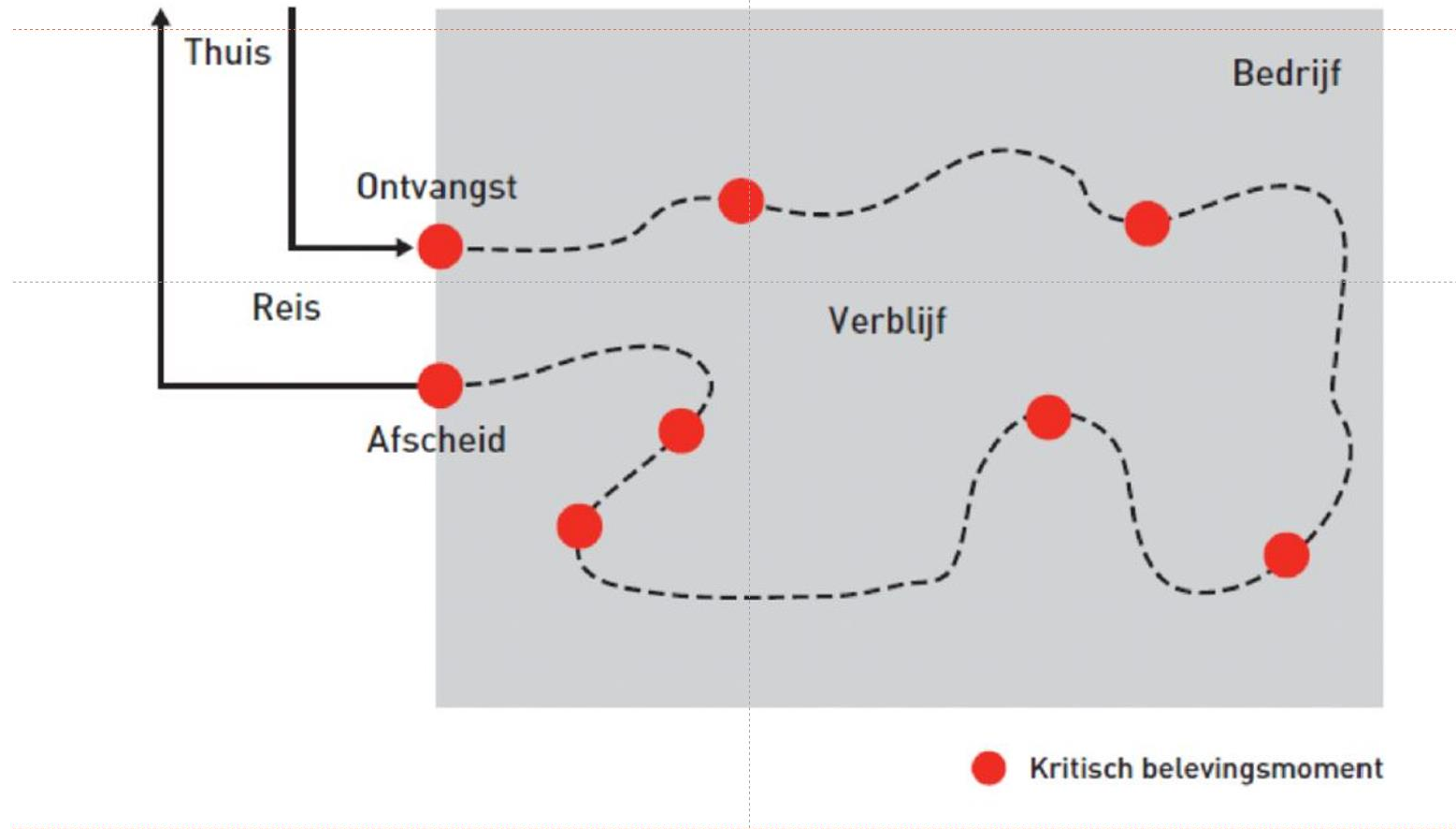
Een moment of truth is elk moment waarop een bezoeker:

- Zich welkom voelt — of juist niet
- Zich gezien voelt — of genegeerd
- Vertrouwen krijgt — of afhaakt

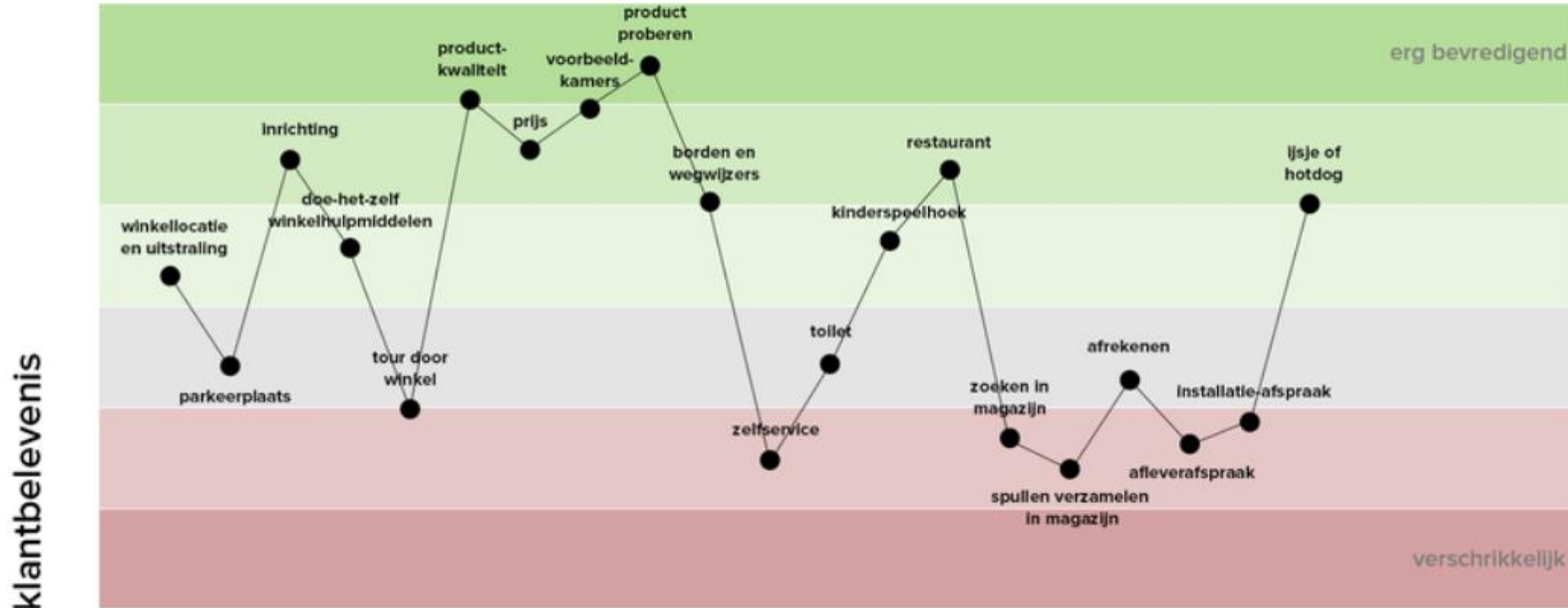


Non-verbaal gedrag





customer journey IKEA



interactiemomenten

Bron: TOTE-M

Mogelijke touchpoints & contactmomenten voor een B&B in Brabant

FASE 1 — Oriëntatie & verwachting (±40 contactmomenten)

1. Naam van de B&B
2. Associatie met “Brabant”
3. Google zoekresultaat
4. Google Maps vermelding
5. Reviews (Google)
6. Toon van reviews
7. Reacties van eigenaar op reviews
8. Foto's in zoekresultaat
9. Website-URL
10. Eerste laadtijd website
11. Homepagefoto
12. Kleurgebruik
13. Taalgebruik ([warm](#) / zakelijk)
14. Verhaal over de plek
15. Verhaal over de gastheer/vrouw
16. Brabantse identiteit (zichtbaar of niet)
17. Kamerfoto's
18. Details op foto's

19. Omschrijving bed
20. Omschrijving badkamer
21. Prijsstelling
22. Transparantie over kosten
23. Beschikbaarheid zichtbaar
24. Annuleringsvoorwaarden
25. Contactgegevens vindbaar
26. Telefoonnummer aanwezig
27. Mailadres zichtbaar
28. FAQ-pagina
29. Ontbijtbeschrijving
30. Dieetopties vermeld
31. Parkeerinformatie
32. OV-informatie
33. Omgevingstips
34. Activiteiten in Brabant
35. ~~Seizoensgevoel~~
36. Rust vs. levendigheid
37. Verwachting van ontvangst
38. Verwachting van aandacht
39. Verwachting van privacy

40. Eerste gevoel: “hier wil ik zijn”

FASE 2 — Boeken & bevestiging (±35 contactmomenten)

41. Boeking starten
42. Gebruiksgemak formulier
43. Keuze kamer
44. Prijs per nacht
45. Extra's zichtbaar
46. Vertrouwen bij betaling
47. Betaalmethode
48. Bevestigingspagina
49. Automatische mail
50. Toon van bevestigingsmail
51. Naam gast gebruikt
52. Aankomstdatum benoemd
53. Vertrekdatum benoemd
54. Contactpersoon genoemd
55. Praktische info meegestuurd
56. Routebeschrijving
57. Inchecktijd vermeld
58. Uitchecktijd vermeld

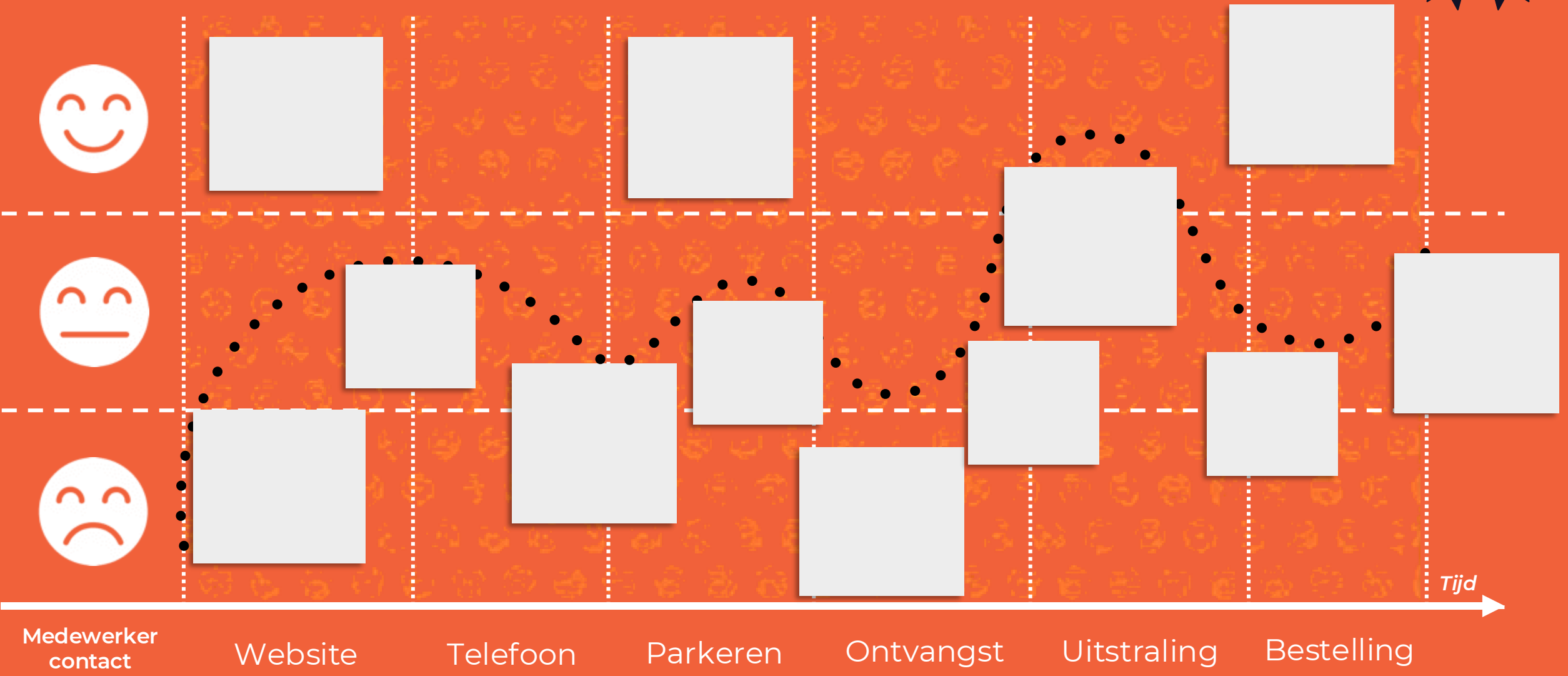
**Wat zouden we
doen als we niet
bang waren dat
dit voortaan
altijd zo moet?**



Lef-momenten - *waar het schuurt*
Hier wordt gastvrijheid zichtbaar.

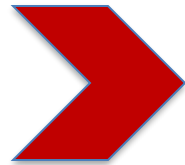
- **Reageren op een afwijkende wens**
- **Afwijken van standaard waar nodig**
- **Professioneel oordeel inzetten**
- **Verantwoordelijkheid nemen**
- **Niet verwijzen naar “regels”**
- **Omgaan met lichte irritatie**
- **Eerst erkennen, dan oplossen**
- **Rust bewaren bij spanning**
- **Gast geruststellen**
- **Vertrouwen uitstralen**

Gastreis

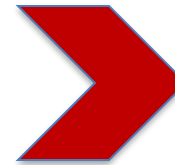


Gastreis

**Alle
contactmomenten
voor, tijdens en na
het bezoek**



**Momenten
waarop
gastvrijheid geen
routine meer is,
maar een
bewuste keuze
vraagt**



Lef

**De bewuste
keuze vanuit het
hart**

Call to action:

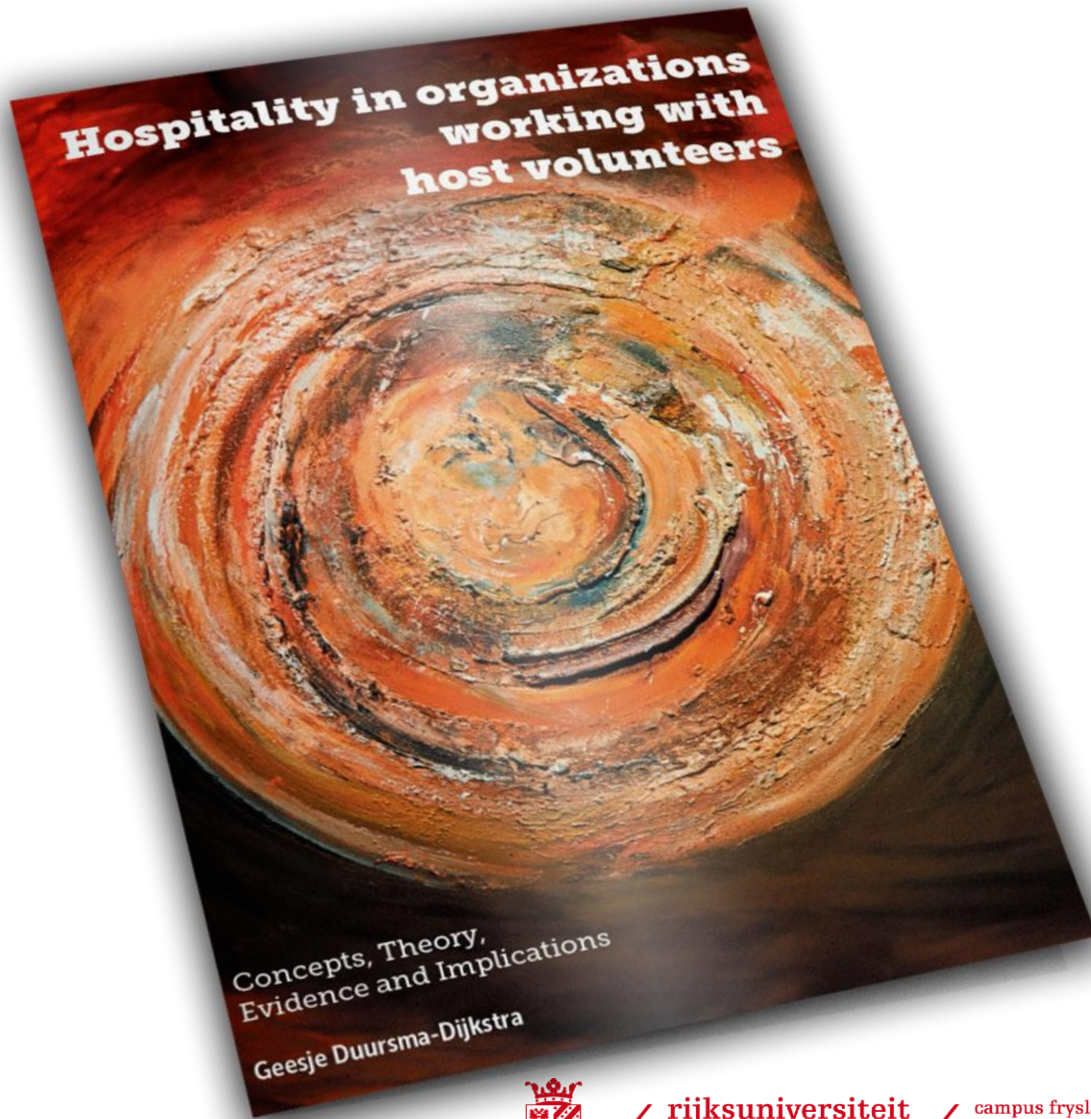
Kies één persona.

Kies één Moment of Truth in de gastreis.

Doe daar één bewust lef-gebaar dat laat zien waar jullie voor staan.

MENSEN **VERGETEN** WAT JE HEBT
gezegd, ZE **VERGETEN**
WAT JE HEBT *gedaan*,
MAAR ZE VERGETEN NOOIT HET
gevoel DAT
JE ZE HEBT **GEGEVEN**.

- MAYA ANGELOU



Dr. Geesje Duursma

**Hospitality has the power to
make our world a more humane
and inclusive society**



www.destinationduursma.com
geesje@destinationduursma.com



rijksuniversiteit
 groningen

campus fryslân



a red carpet for everyone

Laten we samen de rode loper uitrollen voor iedereen!



Vragen?

Neem contact op met Geesje Duursma via www.destinationduursma.com

geesje@destinationduursma.com



a red carpet for everyone

Gastvrije waarde

Economisch

Leefomgeving

Gastvrijheid

Sociaal

Maatschappij



Ontvangst & eerste interactie

1. Eerste oogcontact → *zie ik de mens of ga ik door?*
2. Glimlach of neutraal gezicht → *durf ik warmte te tonen?*
3. Naam gebruiken → *neem ik de moeite?*
4. “Welkom” zeggen → *meen ik het echt?*
5. Stilte bij binnenkomst → *laat ik ruimte of vul ik ‘m op?*
6. Jas aannemen → *zie ik de behoefte?*
7. Aanbieden om te zitten → *vertraag ik?*
8. Drinken aanbieden → *denk ik vooruit?*
9. Tempo van spreken → *pas ik me aan?*
10. Toon van stem → *ben ik aanwezig of afhandelend?*



Mogelijke touchpoints & contactmomenten voor een B&B in Brabant

FASE 1 — Oriëntatie & verwachting (±40 contactmomenten)

1. Naam van de B&B
2. Associatie met “Brabant”
3. Google zoekresultaat
4. Google Maps vermelding
5. Reviews (Google)
6. Toon van reviews
7. Reacties van eigenaar op reviews
8. Foto's in zoekresultaat
9. Website-URL
10. Eerste laadtijd website
11. Homepagefoto
12. Kleurgebruik
13. Taalgebruik (warm / zakelijk)
14. Verhaal over de plek
15. Verhaal over de gastheer/vrouw
16. Brabantse identiteit (zichtbaar of niet)
17. Kamerfoto's
18. Details op foto's



19. Omschrijving bed
20. Omschrijving badkamer
21. Prijsstelling
22. Transparantie over kosten
23. Beschikbaarheid zichtbaar
24. Annuleringsvoorwaarden
25. Contactgegevens vindbaar
26. Telefoonnummer aanwezig
27. Mailadres zichtbaar
28. FAQ-pagina
29. Ontbijtbeschrijving
30. Dieetopties vermeld
31. Parkeerinformatie
32. OV-informatie
33. Omgevingstips
34. Activiteiten in Brabant
35. ~~Seizoensgevoel~~
36. Rust vs. levendigheid
37. Verwachting van ontvangst
38. Verwachting van aandacht
39. Verwachting van privacy

40. Eerste gevoel: “hier wil ik zijn”

FASE 2 — Boeken & bevestiging (±35 contactmomenten)

41. Boeking starten
42. Gebruiksgemak formulier
43. Keuze kamer
44. Prijs per nacht
45. Extra's zichtbaar
46. Vertrouwen bij betaling
47. Betaalmethode
48. Bevestigingspagina
49. Automatische mail
50. Toon van bevestigingsmail
51. Naam gast gebruikt
52. Aankomstdatum benoemd
53. Vertrekdatum benoemd
54. Contactpersoon genoemd
55. Praktische info meegestuurd
56. Routebeschrijving
57. Inchecktijd vermeld
58. Uitchecktijd vermeld