

# HORECA

ONVIZET!  
eindelijk zomer



## MISSION COMPLETED

Harrie's Angels bezorgen Beaumont Dutch Hotel Award 2005

ONTHAASTEN IN **CAPSULE** BIJ URBAN OASIS

### VAN DE REDACTIE

RABBOUD BERGVOET

## TIJDCAPSULE



In Den Haag is de toekomst van hospitality te zien. Daar opende deze week Urban Oasis (pagina 22 en 23). Het concept is een bedenkensel van Eduard Kelderhuis en Roel de Kanter, twee jonge ondernemers die beiden nét zijn afgestudeerd aan de hotelschool. Wat er zo bijzonder aan Urban Oasis is? Het visionaire idee. De gestresste professional, wiens kostbaarste bezit tijd is, krijgt in minder dan een uur een dubbele shot rust toegediend. Met geuren, kleuren en smaken, en met als klap op de vuurpijl een watermassage in de SpaCapsule, een innovatief apparaat waar je met je kleren aan in kunt zonder nat te worden. Na een uur sta je kakelvers buiten, klaar voor een nieuwe rush.

Een mafidee? In de VS is de wellnessmarkt tussen 1999 en 2003 gegroeid van 5 miljard

naar 11,2 miljard dollar, meer dan een verdubbeling. En in Azië hoort massage net zo bij het dagelijks leven als, zeg maar, het poetsen van je tanden. Europa zal zeker volgen, in meer of mindere mate. Het concept van Kelderhuis en De Kanter getuigt daarom van een scherpe blik. Misschien dat ze hun tijd een beetje vooruit zijn. En misschien dat het vermarkten van Urban Oasis niet zo voorspoedig gaat als ze hopen; ondernemen is nu eenmaal een lastig vak. Maar zeker is dat ook in onze samenleving de wellnessmarkt zal boomen.

Ikzelf kan niet wachten op het eerste restaurant met zo'n snelle Spa. In plaats van een aperitief, even tien minuten in de massagecapsule. Zodat ik fris en uitgerust aan tafel schuif, in plaats van bezweet en uitgeblust.

### INTERVIEW

TEKST: RABBOUD BERGVOET / FOTO: MICHEL ZOETER

**Even tussendoor met de kleren aan in een massagecapsule?** Het kan bij Urban Oasis, een gloednieuw ontspanningsadres voor gehaaste mensen in drukke steden. De toekomst van hospitality? Eduard Kelderhuis, net afgestudeerd aan de hotelschool, is ervan overtuigd. Samen met zijn maatje Roel de Kanter bedacht hij het concept.

## 'HET IS DE BEURT AAN DE SPA'S'

**Vertel eens. Ik open de deur van Urban Oasis en wat dan?**

„Je komt binnen in een mooi gestileerde ruimte waar de kleur blauw overheerst. Blauw is een rustgevende kleur. In de lounge krijgt je exclusieve thee die is afgestemd op je persoonlijke smaak. Er klinkt rustgevende muziek en de geuren die je ruikt zijn gebaseerd op de aromatherapie. We gebruiken 100 procent natuurlijke oliën. Daarna kun je gebruik maken van de SpaCapsule. Dat duurt ongeveer 20 minuten. Je gaat er met je kleren aan in. De totale beleving duurt ongeveer een uur. Naast die beleving kan de gast ook nog zijn persoonlijke Urban Oasis creëren. In onze boetiek kan hij zijn eigen geperfumeerde olie voor thuis samenstellen.“

**En als die gast nou erg veel haast heeft en alleen in de capsule wil?**

„We zijn een gastvrijheidsbedrijf, dus alles kan. Maar we stimuleren het niet. De capsule is maar een onderdeel. Als we daar ons geld mee hadden willen verdienen, waren we gewoon een capsuleboer en hadden we ergens in een hal tien van die dingen neergezet. Dat is niet onze bedoeling.“

**Hoe werkt die SpaCapsule eigenlijk?**

„Je kunt er met je kleren aan in. Het is wel verstandig om je jasje en schoenen uit te doen. Je hoofd blijft buiten de capsule. Je kunt op je buik, je rug of je zij gaan liggen, maar op je buik is verstandig omdat dan je rug wordt gemasseerd. Daar zitten de spieren die het het hardst nodig hebben. De massage gebeurt met waterstralen met een temperatuur van 28 graden. Je wordt niet nat omdat er een heel dun, waterdicht folie tussenzit. Je kunt de kracht en de pulseersnelheid van de stralen zelf regelen en je kunt de straal stilstellen op een plek waar je dat lekker vindt.“

**Hoe kwamen jullie op het idee van Urban Oasis?**

„In mijn laatste jaar op de hotelschool liep ik stage bij Banyan-Tree Hotels, Resorts & Spa's. Die keten is in Azië marktleider op het gebied van spa's. In Indonesië zag ik hoe zeer massage en ontspanning is ingeburgerd. Even in de lunchpauze een massage nemen is daar heel normaal. En dat geldt niet alleen voor de hogere echelons. Overal, op straat of op het strand, kun je een massage krijgen. In Nederland vraag je naar iemands favoriete restaurant, daar vraag je naar zijn favoriete masseur. Toen ik mei vorig jaar terugkwam in Nederland, heb ik mijn medestudent Roel de Kanter benaderd. We hadden al heel lang de wens samen een onderneming te beginnen. We zijn toen marktonderzoek gaan doen naar spa's en wellness. In de VS blijkt die markt tussen 1999 en 2003 gegroeid te zijn van 5 miljard dollar naar 11,2 miljard, meer dan een verdubbeling. En meer dan de opbrengst van alle bioscoopbezoek samen.“

**Amerika is Nederland niet.**

„Ook hier ze je dat verschijnselen als stress en burn outs toenemen. Ondanks dat we meer geld en tijd hebben. Uit onderzoek blijkt dat je dat niet kunt voorkomen. Je kunt alleen de symptomen bestrijden. Massage is daarvoor een goede oplossing. Bovendien zie je in Nederland een enorme belangstelling voor alles wat met gezondheid te maken heeft. We hebben de 'boom' van de health clubs gehad, nu is het de beurt aan de spa's.“

**Wat kost die ontspanningsbeleving van jullie?**

„40 euro voor ongeveer een uur. Wij bieden een totale ontspanningsbeleving.“

**Duur?**

„In Amerika is de wellness-markt verder ontwikkeld. Daar kunnen ze 400 dollar vragen voor een uurtje massage. 40 euro is niet duur. We bieden in korte tijd een totale beleving. We zitten midden in de stad, tussen mensen die het het hardst nodig hebben, weinig tijd hebben en die het kunnen betalen. Daarom beginnen we ook in Den Haag en niet in Amsterdam. Hier wonen veel expats die kosmopolitisch zijn ingesteld en het kunnen betalen. Als het hier een succes wordt, gaan we open in steden als Amsterdam, Rotterdam, Utrecht, Antwerpen en Brussel.“

**Die SpaCapsule, hoe kom je daar aan?**

„Die heeft Roel ontdekt via internet. Hij komt van een Amerikaanse fabrikant in Miami. Het is een heel innovatief apparaat van 30.000 euro dat sinds een jaar op de markt is. Wij hebben bij de fabrikant de distributeursrechten voor de Benelux verworven.“

**Dus jullie gaan ook leveren aan derden?**

„Ja. Voor hotels is dit superinteressant. Zeker nu er steeds meer reizigers uit Azië naar Europa komen. Die verwachten een goede massagefaciliteit. Maar een masseur is relatief duur en kan maar een beperkt aantal uren masseren. De SpaCapsule is dan ideaal.“ ■

22 3 juni 2005 MISSET HORECA # 22



### PROFIEL

**NAMEN:** Eduard Kelderhuis en Roel de Kanter  
**LEEFTIJD:** Beiden 24 jaar  
**FUNCTIE:** Kelderhuis en De Kanter zijn de bedenkers en eigenaren van Urban Oasis, een gloednieuw wellness-concept. De eerste vestiging opende afgelopen donderdag 2 juni.

### KELDERHUIS EN DE KANTERS PRIORITEITEN

- **Flexibiliteit.** Veel zaken die een startend ondernemer tegenkomt op zijn pad, zijn kip-of-ei-vraagstukken. Zonder product kun je niet marketen, en zonder marketing geen product. Op welk aspect de prioriteit ligt, verschilt van dag tot dag. Een startend ondernemer moet daar heel flexibel mee omgaan.
- **Zorg voor een goede liquiditeitsbegroting** en houd in de begroting rekening met onverwachte uitgaven. Houd de begroting goed bij, ledere dag verandert er wel iets. Zorgvuldig administreren is dus belangrijk. Ondanks hun onervarenheid als ondernemers en het innovatieve idee

bleven Kelderhuis en De Kanter binnen de begroting.

- **Mond-tot-mondreclame.** De marketing van Kelderhuis en De Kanter is helemaal gericht op het stimuleren van mond-tot-mondreclame. Volgens de twee voormalig hotel-schoolstudenten is dat de beste reclame. In de opstartfase hebben ze pers en relaties op de hoogte gebracht van Urban Oasis. Voor de gasten hebben ze een aantrekkelijke actie bedacht. Bezoekers krijgen een gratis cadeau-bon, waarmee een relatie kosteloos een bezoek kan brengen aan Urban Oasis. Kelderhuis: „Dat is toch leuk? Je kunt een cadeautje geven en het kost je niets.“