THE CLEAR DUTCH METROPOLITAN

INHOUD

OPDRACHTGEVER:

Gooiland: Philip Lamers

CONCEPT & DESIGN:

Identity Matching Academy:

Ellen Honig

Paulus Emden Huitema

VORMGEVING:

Business Unusual:

Julius Emden Huitema

TEKST:

The Broadcaster Hilversum

BEELDREDACTIE:

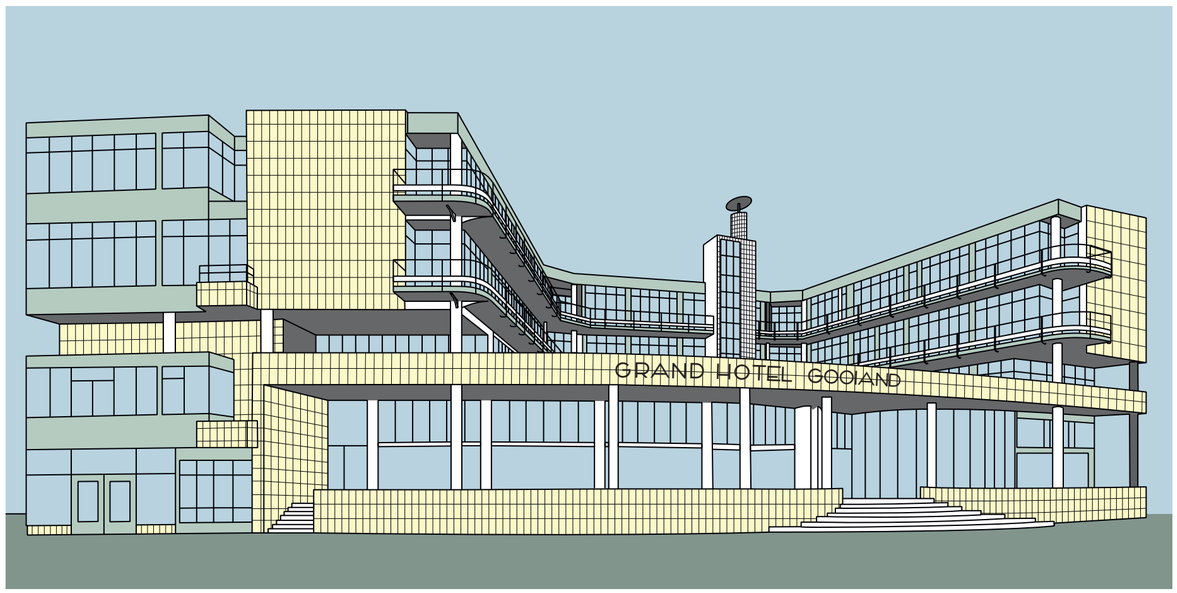
Gooiland:

Djoeke Bakker

Gooiland: Mijn droom	3
Het nieuwe bouwen	4-5
Genius Loci: Terug naar de toekomst	6-7
Gooiland: Huisstijl	8-9
Testbeeld	10
Hilversum 3	11
Max Verstappen	12
Radiotorens	13
Dutch Brands	14-33
Borrels uit Amsterdam	34
Angelique Houtveen	35
Amsterdam: Castles & Gardens	36-37
In en rond Hilversum	38-39
Amsterdam: Creative capital	40
Jan Duiker: Eerste openluchtschool	41
Amsterdam: Denim capital	42
Amsterdamse parels	43

VREEMDE EEND

Bij sommige verhalen in dit magazine kom je dit Delftsblauwe eendje tegen. Het is de vreemde eend in de bijt (een gat in het ijs), de vreemdeling in de groep. In een hotel dat helemaal gaat voor Nederlandse merken, hebben we een paar kleine concessies moeten doen. Het badeendje dobbert overigens in onze suites en is bij de receptie te koop.



GOOILAND
MIJN DROOM

PHILIP LAMERS

Opperhoofd

Vijf jaar geleden dacht ik als 22-jarige hier in Gooiland mijn brood te gaan verdienen door één keer per week een feestje te geven. Meer niet. Binnen een maand runde ik een volledige evenementenlocatie. Ik ging me verdiepen in het pand en was verliefd. Wie was nou die architect Jan Duiker? Wat was zijn bedoeling met het complex dat hij in 1936 neerzette in Hilversum? Het pand was helemaal uit zijn verband getrokken. Er zaten zeven verschillende huurders in. Een restaurant, een ijssalon, een poolcentrum, een theater. Ik liep weleens door het hotel. Het was verschrikkelijk oubollig, de kamers klopten niet. Er was totaal niet gekeken naar het unieke van het monumentale pand. In mijn hoofd ben ik mijn eigen verhaal gaan maken. Ik wilde de eenheid herstellen, de allure terugbrengen. Voor het runnen van een hotel vond ik mezelf toen nog echt te jong: 'ik ben gekke Henkie niet', dacht ik. Aan de evenementenlocatie had ik mijn handen meer dan vol.

Toch wist ik toen al dat ik Gooiland ooit als geheel wilde hebben. Dromen zijn er om verwezenlijkt te worden, maar ze gaan natuurlijk niet over één nacht ijs. Drie jaar geleden vroeg ik me af waarom er toch altijd zoveel negativiteit om Gooiland hangt. Waarom loopt het niet? Hoeveel geld en energie ik ook in de evenementenlocatie stop, het komt er nooit uit. Het hotel bleek de boosdoener. Niemand wilde blijven slapen. 'Jullie hotel is zo spuuglelijk'. Toen ben ik bij de eigenaar gaan zeuren. Mag ik het doen? Mag ik het hotel overnemen? Kort daarvoor had ik hem al zo gek gekregen om het theater aan me over te dragen.
Tot mijn grote verrassing zei hij 'ja'. Ineens had ik Hotel Gooiland. Geweldig. En nu?

Ik wist dat er een compleet nieuw concept bedacht moest worden. Perfect passend bij de identiteit van Gooiland. Nou ben ik stronteigenwijs en denk ik dat ik alles zelf kan, maar hier had ik professionele hulp nodig. Zo kwam ik bij IMA in Amsterdam terecht. Samen zijn we op zoek gegaan naar de genius loci, de geest van de plek. Om van Gooiland weer iets bijzonders te maken. Eerdere verbouwingen van het hotel waren leuk maar leverden nooit de grandeur en het succes op waar Hotel Gooiland halverwege de vorige eeuw bekend om stond. We kwamen uit bij oer-Hollandse merken, strakke luxe maar niet pocherig, en maken een knipoog naar de hoogtijdagen van de radio. We zitten niet voor niets in de Mediastad.
Ik ben gek op Nederlandse producten, groot voorstander van merken van eigen bodem. Gasten slapen in Hotel Gooiland in een bed van Auping en onder een dekbed van de Hema. Luxaflex hangt voor de ramen en linoleum van Forbo ligt op de vloer. We doen dingen graag anders. Houden van een knipoog. Zo ligt er op de kamers een condoom. Van het Nederlandse merk Wingman natuurlijk. Je slaapt hier in het eerste Dutch Brands Hotel.

Het was fantastisch om te merken hoe enthousiast al die Nederlandse bedrijven meteen waren toen ik ze vroeg om met ons mee te doen. Ik heb ze gewoon brutaal gebeld met ons plan en voordat ik het wist mocht ik langskomen en zat ik bij ze aan tafel. Het Dutch Brands-concept sprak ze aan. En ik denk dat ze het stiekem ook leuk vonden dat zo'n jonge hoteldirecteur zonder schroom en terughoudendheid zijn plan op tafel legde. Ik weet wat ik wil en was overtuigd dat we een prachtig concept hebben.

Maar dan begint het pas. Er lag een mooi voorstel van IMA voor producten, materialen en kleuren. Het zou simpel geweest zijn om dat over te nemen, maar ik heb over ieder voorstel meegepraat en meebeslist. Het is mijn hotel. Natuurlijk was het wel makkelijk om met het conceptplan van IMA als een soort spiekbriefje in de hand keuzes te maken voor spullen en de styling te doen. Dat maakt het prettig shoppen.

Ik ben niet heel deftig en chic en dat zie je ook terug in het fantastische team. We hebben het leuk met elkaar, zijn oprecht en dat voelt de gast. Voor hen doen we samen ons stinkende best en werken we met de beste producten. In welk hotel in deze prijsklasse slaap je nou op een bed van Auping? Nergens. Natuurlijk moet er ook wat verdiend worden en daar zit meteen het gevaar. Want geld is niet mijn drijfveer. Ik wil iets moois maken. De verbouwing hebben we in een ongelooflijk korte periode gedaan. Met een aannemer en bedrijven uit de buurt. Die betrokkenheid bij Gooiland is zo mooi. Het voelde goed. Ze gingen niet voor het grote geld maar voor het bijzondere verhaal, het bijzondere pand.
De eerste reacties zijn laaiend enthousiast. 'Mooie ruime kamers, veel licht. Echt groen, een lekkere douche, goede spullen'. En dan kennen veel gasten het verhaal achter het concept nog niet eens. In dit magazine lees je mooie verhalen over de keuzes die we gemaakt hebben, over de prachtige Hollandse merken, over onze liefde voor complex Gooiland. Als je het concept snapt weet ik zeker dat je denkt: wow, wat is hier gebeurd? Hilversum had geen goed hotel. Nu is het er.

Ik ben trots op het resultaat. Het heeft bloed, zweet en tranen gekost. Het was veel en heftig zo'n verbouwing. We hebben keihard gewerkt, weinig geslapen. Ik durf best te zeggen dat na de oplevering de man met de hamer kwam. Ik moest even op adem komen. Als ik hier nu rondkijk besef ik dat ik mijn droom verwezenlijkt heb. Hotel Gooiland is het eerste Dutch Brands Hotel. Het smaakt naar meer.

Welkom en leuk dat je bij ons slaapt,

Philip Lamers

LUCHT EN LICHT ZIJN LEIDEND

HET NIEUWE BOUWEN

Overnachten in een saai sfeerloos kolos van een hotel ergens aan de rand van een stad. Er zijn mensen die ervoor kiezen. Die maakt het niks uit, als ze maar een goed bed hebben. Maar hoe leuk is het als dat lekkere bed in een heel bijzonder gebouw staat? Een pand met een uniek verhaal, een pand dat een architectonisch hoogstandje is. Een icoon van de vernieuwende bouwstijl uit begin vorige eeuw: het Nieuwe Bouwen.

Welkom in Hotel Gooiland. Eén van de beroemdste en misschien wel mooiste voorbeelden van het Nieuwe Bouwen. Eén van Nederlands Jonge Monumenten, ontworpen door Jan Duiker en na zijn vroegtijdig overlijden afgemaakt door Bernard Bijvoet. Misschien was het je al opgevallen dat de gangen in het hotel zo lekker breed zijn. En zo licht. Klopt. Buiten is hier in Gooiland nooit ver weg. Lucht en licht zijn leidend binnen de Nieuwe Bouwen stijl. Het zijn gebouwen waarin je vrij kunt ademen en vrij kunt denken.

Raampartijen
Een revolutionaire manier van bouwen die begint rond 1920. Het is een stroming in de moderne architectuur die in deze periode in Nederland, Duitsland en Frankrijk voor radicale vernieuwing zorgt. Een gebouw hoeft geen pracht en praal meer uit te stralen, weg zijn de versieringen en de tierelantijnen. Het gaat vanaf nu puur om de functie. De vormgeving volgt het gebruik van het gebouw. Scholen krijgen grote raampartijen die tot aan kniehoogte reiken. Dan kunnen de kinderen lekker naar buiten kijken. Het licht valt met bakken naar binnen. Goed om de geest van de kleintjes fris te houden.

Architecten als Theo van Doesburg, Cornelis van Eesteren, Gerrit Rietveld en Jan Duiker horen bij deze vernieuwers. Zij zetten zich af tegen de met ornamenten opgesierde bouw van de Amsterdamse School. Waar statigheid, bakstenen en bombastische vormen centraal staan. De vernieuwers kiezen in hun ontwerpen, die vaak vrij in de ruimte staan, voor rechte lijnen, geometrische en abstracte vormen, lichte constructies van staal en beton, grote ramen, betegelde witte gevels en een open plattegrond. Binnen- en buitenruimtes worden met elkaar verbonden, waardoor het gevoel van licht, lucht en ruimte alle kans krijgt.

Kijk eens met deze kennis naar Gooiland en je ontdekt allerlei details. De hotelkamers liggen dus niet zomaar rond het grote dakterras. En de kleur blauwgroen van de smalle, stalen kozijnen is niet bij toeval gekozen. Het maakt de overgang van binnen naar de blauwe lucht buiten vloeiend. Binnen en buiten is zo een geheel.

Van Nellefabriek
Een beroemd voorbeeld van het Nieuwe Bouwen is de Van Nellefabriek (Brinkman/Van der Vlugt, 1925) in Rotterdam. Met een constructie van staal en beton werd een open plattegrond gerealiseerd met gevels van glas. Zo was het productieproces in de fabriek van buiten te zien. In 1931 sprak de invloedrijke architect Le Corbusier zijn bewondering uit voor het gebouw. De Van Nelle fabriek werd een icoon in de internationale fabrieksarchitectuur. Van Nelle-directeur Albertus Sonneveld liet de heren ook zijn woonhuis ontwerpen. Huis Sonneveld is een totaalconcept waarin architectuur, interieur en inrichting minutieus op elkaar zijn afgestemd en elkaar daardoor versterken. Bijna alle meubels en lampen zijn van de firma Gispen, soms speciaal voor de Sonnevelds gemaakt. Het maatwerk verraadt de hang naar luxe en comfort van de familie. Functionalisme is weliswaar leidend in het Nieuwe Bouwen, maar er moet wel lekker geleefd kunnen worden.

Gooiland en Zonnestraal
Dat goede leven staat ook aan de wieg van Gooiland. Het is de familie Buurke die architect Jan Duiker in 1934 de opdracht geeft om een uitgaanscomplex met schouwburg, hotel en Grand Café te ontwerpen in Hilversum. De Buurkes behoren tot de Amsterdamse elite die de drukke hoofdstad verruilt voor een riante comfortabele woning in het rustige en groene Gooi. Al snel vinden ze het er iets te rustig. Ze missen het stadse uitgaansleven. Tijd om ‘s avonds nog even op

en neer naar Amsterdam te gaan is er niet. Het vertier moet in Hilversum zelf komen.

En zo gaat Jan Duiker aan de slag. Hij heeft zijn Nieuwe Bouwen-handtekening tien jaar eerder met kracht gezet door sanatorium Zonnestraal, het andere beroemde complex in Hilversum, te ontwerpen. Bijgestaan door collega Bernard Bijvoet. Twee jonge broekies dan nog, ze zijn net dertig jaar oud. Vol frisse en gedurfde ideeën. Als monument van licht en lucht en als gebouwd manifest van solidariteit en hoop, is Zonnestraal een kansrijke kandidaat voor de Unesco Werelderfgoedlijst. Eigenlijk een must om het adembenemende ontwerp op slechts vijf kilometer afstand van Hotel Gooiland te bezoeken. Het is meer dan de moeite waard om er gewoon nog een extra nachtje voor te blijven. Zonnestraal, gebouwd als arbeids- en nazorgkolonie voor aan tbc-lijdende diamantbewerkers, ligt midden in een gevarieerd landschap van bos en heide. Trek dus makkelijke schoenen aan om dit Nieuwe Bouwen-pareltje te bewonderen.

Jan Duiker
Door Jan Duiker in de arm te nemen voor het ontwerpen van Gooiland kiest de familie Buurke heel bewust voor een hypermodern gebouw. Gedurfd als je bedenkt dat het oude schapendorp Hilversum in die tijd nog vol stond met boerderijen. Gooiland moest ingepast worden tussen de bestaande bebouwing.

Johannes Duiker, in 1890 geboren in Den Haag, studeert bouwkunde in Delft en richt in 1916 met studiegenoot Bernard Bijvoet (1889-1979) een architectenbureau op. Zonnestraal is in 1924 hun eerste grote opdracht samen. Bijvoet is alleen bij de eerste ontwerpfase betrokken. In 1925 vertrekt hij naar Parijs om met Franse architecten samen te gaan werken, het zakelijke contact met Duiker verwatert.

Als Duiker Gooiland tekent in 1934 wordt kort daarna bij hem kanker ontdekt. Hij werkt ondanks zijn ziekte en bestralingen door aan het ontwerp. Een week voor zijn 45ste verjaardag, op 23 februari 1935 overlijdt hij aan de gevolgen van de ziekte. Gooiland is dan nog niet helemaal af. Het schetsontwerp is klaar. Zijn voormalig compagnon Bernard Bijvoet keert terug uit Parijs en sluit met de weduwe van Duiker een contract om de klus af te maken en de bouw te starten. P.J. Elling en G.W. Tuynman werken het ontwerp verder uit.

Eind juli 1936 is Gooiland klaar. Hilversum heeft dan het modernste gebouw uit de wijde omgeving. Bezoekers en gasten kijken hun ogen uit in deze ‘cultuur, uitgaans- en gastvrijheidsmachine’.

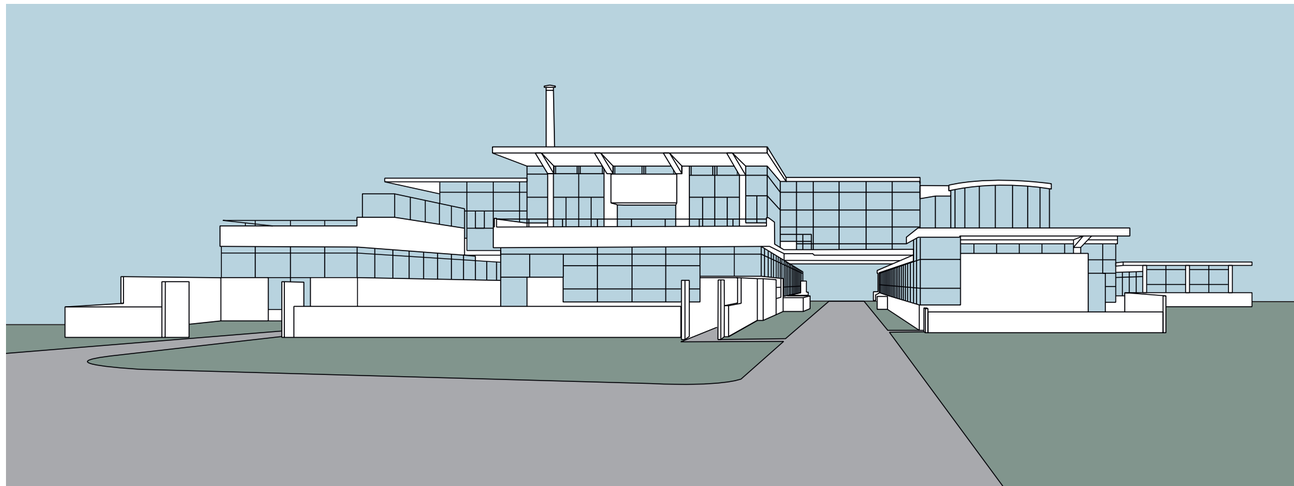
Foto: Eva Bensyö/MAI

”CULTUUR-, UITGAANS- EN GASTVRIJHEIDS-MACHINE”

Want zo noemde Duiker Gooiland. Gebouwen ziet hij als machines. Ze hebben een functie en daar ontwerpt hij naar. Een gebouw staat niet stil. Als de functie verandert, verandert het gebouw gewoon mee. Zo deint het mee met de vraag van de tijd.

Metamorfose
In Gooiland laat Duiker alle kenmerken van het Nieuwe Bouwen samenkomen. Veel licht en lucht, ruimten die in elkaar overlopen. Lichte kleuren en licht natuursteen. De grote ramen met dunne stalen kozijnen, de ronde vormen in bijvoorbeeld het grand café en het theater, het glazen Duikertorentje bij de achteringang van de schouwburg en de details in roodkoper, zoals de pilaren en de lijntjes in de witte tegelvloer in de lobby. Alles is strak en functioneel, nergens overbodige versierselen.

Ook Duikers klimaatbeheersing in de hotelkamers is vernieuwend voor die tijd. Hij wil geen lelijke, storende radiatoren in de kamers. Warmte komt via een centraal luchtsysteem de kamers in. Beneden in het complex staan grote kasten waarin de lucht verwarmd wordt. Tijdens latere verbouwingen van het hotel wordt toch gekozen voor radiatoren met water. Bij de recente metamorfose is de klimaatbeheersing weer teruggebracht naar Duikers ontwerp. Ketels met koude en warme lucht in de kelder. Maar dan met de nieuwste technieken. Hoe mooi zou het zijn als Jan Duiker tachtig jaar later nog even om een hoekje zou kunnen gluren. Gooiland-directeur Philip Lamers weet het zeker: Duiker zou trots zijn. Het was misschien even een lelijk eendje, maar Gooiland is weer het Hilversumse icoon van het Nieuwe Bouwen.



GENIUS LOCI

TERUG NAAR DE TOEKOMST

Slapen in een bed van Auping, afdrogen met een handdoek van de Hema, Luxaflex voor de ramen, een afvalbak van Brabantia. En in het verzorgingssetje in de badkamer een condoom van Wingman. De inventaris van hotel Gooiland heeft één constante: merken van eigen bodem.

En dat is geen toeval. Er is bewust gekozen voor Hollands glorie. Het is één van de pijlers van de nieuwe identiteit van het hotel. De restyling van het monumentale complex uit 1936 is grondig voorbereid en aangepakt. Eerdere verbouwingen waren 'leuk' maar leverden nooit de grandeur en het succes op waar Gooiland zo bekend om stond.

In zijn zoektocht naar die nieuwe identiteit klopte directeur Philip Lamers aan bij Paulus Emden Huitema en Ellen Honig van IMA (Identity Matching Academy) in Amsterdam. Het bedrijf is gespecialiseerd in het ontwikkelen van 'merken' voor locaties (gemeenten, provincies) en gebouwen. Ze gaan daarvoor op zoek naar de genius loci, de geest van de plek, en bedenken daar 'matching' concepten bij. Vervolgens leiden ze hun opdrachtgevers op om dat passende concept zelfstandig en tot in detail uit te voeren. "We zijn streng in de leer", lacht Paulus. "Je moet je er wel helemaal aan houden. Wij geloven juist in *in the box* denken. Structuur geeft ruimte om creatief te zijn. Anders werkt het niet."

Sleutel naar succes

De vraag van Philip Lamers was kort en krachtig: kunnen jullie me helpen van Gooiland weer iets bijzonders te maken? Het hotel was *the place to be* en dat willen we weer zijn. "We hebben ooit een lezing gegeven op Zonnestraal in Hilversum en waren meteen verliefd op het prachtige complex en de architect. Toen we hoorden dat Gooiland ook van Jan Duiker was, waren we aan boord. We kunnen volkomen los van onze eigen smaak werken, maar het is natuurlijk een cadeautje als de opdracht binnen je stijl is."

Paulus triggerde meteen op het woord 'weer' in de vraag van Philip. "Het verleden is dus blijkbaar interessant. Daar moest de sleutel naar succes zitten", vertelt Paulus. "Genius loci is een term uit de klassieke Romeinse cultuur. Je benoemt er de sfeer en eigenheid van een locatie mee. Die geest werkt door in het 'verhaal van de plek'. Een uniek concept dat daar dan bij past is niet zomaar te kopiëren naar andere plaatsen."

Familie Buurke

IMA ging op zoek naar de spirit van Gooiland. Die begint bij de opdrachtgevers voor de bouw van complex Gooiland, de familie Buurke. Zij behoren tot de Amsterdamse elite die zich begin vorige eeuw in Hilversum vestigt. Ze ontvluchten de drukke hoofdstad en kiezen voor het rustige en groene Gooi. Soms is het ze een beetje te rustig. Zeker 's avonds en in de weekeinden. Dan missen ze de cultuur en een bruisend uitgaansleven en geven architect Jan Duiker opdracht om een theater met hotel en bar te tekenen. Het resulteert in 1936 in complex Gooiland, gebouwd in de stijl van het Nieuwe Bouwen, staalskelet met veel kozijnen en heel veel licht. Luxe voor die tijd maar niet pocherig. Leven is in die tijd een werkwoord.

"Om de genius loci te vinden moesten we in het hoofd van ontwerpers Duiker en Bijvoet kruipen. Doorgronden wat ze bedoelden met het gebouw. En dat vervolgens vertalen naar het nu."

Radio

Ook de plek en de tijd waarin Gooiland gebouwd wordt, drukken hun stempel op de 'geest'. Net als de 80-jarige geschiedenis van het pand. Gooiland was het modernste gebouw in de omgeving in de bouwperiode. Hier kun je je rijker voelen dan je bent, schreven kranten bij de opening. Het is ook de tijd dat de Nederlandse radio in Hilversum begint. De tijd dat Philips er de Nederlandse Seintoestellen Fabriek start. "Die geschiedenis nemen we natuurlijk mee in het concept. Radio hoort bij de genius loci van Gooiland.

Naar die spannende sfeer, naar die tijd wilden we teruggaan, maar dan in een eigentijdse jas."

En zo krijgen Paulus en Ellen tijdens het researchen steeds meer grip op de geest van de plek. Als ze ontdekken dat de gemeente Hilversum in 1987 het schilderij 'Compositie met twee lijnen' van Piet Mondriaan verkoopt aan het Stedelijk Museum in Amsterdam om de renovatie van Gooiland te financieren, voegen ze ook dat verhaal dankbaar toe aan de grote identiteitpuzzel.

Ook de groene omgeving zit verankerd in het karakter van Gooiland. Amsterdam noemt het Gooi niet voor niets Castles and Gardens. Groen hoort bij Gooiland. En dat heeft IMA vertaald in de levende plantenwanden in de lobby en de suites. Ze behoren tot de eyecatchers van het hotel.

Clear Dutch Metropolitan

De periode dat Gooiland gebouwd wordt, is ook de periode dat veel Nederlandse merken ontstaan die later groot worden. Auping, Luxaflex, Forbo, Hema. Het is een cruciaal haakje voor IMA en brengt ze op het idee om van Gooiland het eerste Dutch Brands Hotel te maken. Ellen: "Het Hollandse merken verhaal is interessant voor buitenlandse bezoekers. Maar ook veel Nederlanders weten niet dat bijvoorbeeld de zonwering van Luxaflex van eigen bodem is. Als ze het horen zijn ze onbewust trots. Bijzonder is dat. Het is leuk om je buitenlandse vrienden of klanten onder te brengen in een hotel dat zoveel over Nederland vertelt. We kiezen bewust niet voor duur design, maar voor Hollandse degelijkheid met kwaliteit van toen. Dat past veel beter bij de tijd en het gebouw."

De uitgebreide zoektocht van IMA naar de genius loci van een plek leidt uiteindelijk altijd tot een 'claim', een karakter stempel. "Een goed Genius Loci-concept ontstaat op de kruising van de verschillende (in dit geval dus vier) verhaallijnen. Eén verhaallijn is onvoldoende om een goed concept op te baseren. Voor Gooiland hebben we die claim heel duidelijk gevonden: Clear Dutch Metropolitan", zegt Paulus. "Stads, modern vertier in een eigenzinnig pand met transparante en open ruimtes waar licht vrij spel heeft. Een plek vol dynamiek waar met een open blik en vol zelfvertrouwen naar de toekomst gekeken wordt. Gooiland is een inspiratiebron voor modern denken."

ONS CONCEPT

PAULUS & ELLEN

Conceptontwikkelaars

Als Paulus met vrienden afspreekt, kiest hij altijd voor de lobby van een hotel. "De spannendste plekken ter wereld. Er is altijd dynamiek door de mix van mensen die er slapen of alleen maar wat komen drinken. De ontmoetingen prikkelen mijn fantasie. Je gluurt om je heen, zijn dat collega's, of is het een date? Een hotel is een verleidelijke plek, haast sexy. Dat is de magie van een hotel." Er verschijnt een glinstering in de ogen van Paulus Emden Huitema en Ellen Honig als ze over hotels praten. Ze zijn er verliefd op. Stappen rustig in het vliegtuig om ergens ter wereld een nieuw hotel te bekijken en vooral te ervaren. Op zoek naar hotels die erin geslaagd zijn om de Genius Loci, 'de geest van de plek' te vinden en te vertalen. Want dat luistert nauw. Waarom is het ene hotel goed en het andere niet? "In een goed hotel voel je je gewaardeerd. We zijn getrouwd in het Copperhill hotel in Zweden. Gebouwd bovenop een oude kopermijn. Dat is vijf sterren op zijn Zweeds. Je wordt er gelijkwaardig benaderd, alsof je bij goede vrienden bent. Geweldig. Daar klopt alles", zegt Ellen. "Personeel hoeft echt niet te buigen als een knipmes. Van Aziatische service word ik niet vrolijk. Mooie hotels hoor, maar ik voel niks."

Furillen op Gotland heeft het begrepen. Het hotel staat hoog op de lijst van favorieten van Paulus en Ellen. "In het restaurant staan drie lange tafels. De chef wil dat de gasten elkaar leren kennen. Hij stelt je aan de anderen voor: maak er samen een leuke avond van."
"Een hotel hoeft niet als thuis te voelen. Liever niet zelfs", zegt Paulus. "Je bent juist even weg van de wereld. In een hotel kun je je iemand anders voelen. Alsof je in een film zit. Je kunt jezelf een heerlijke rol aanmeten. Toen hotel Gooiland in 1936 geopend werd stond er in de krant dat de lobby een plek is waar je je rijker voelt dan je bent. Dát gevoel. Prachtig!"

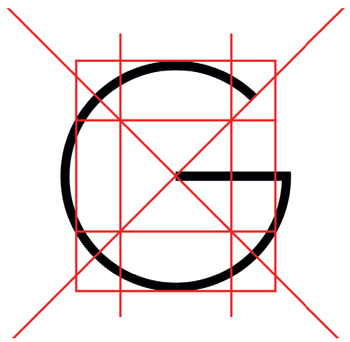
Ellen zou thuis nooit kiezen voor een rood velours bed. "Ordinair. Maar in een hotel heb ik dat gevoel helemaal niet. Daar ben je in die andere wereld. En daar past het."

Voor Ellen zijn hotels de plekken waar ze trends oppikt. De nieuwste kleuren, materialen en producten. "Interieurmerken introduceren hun nieuwe ontwerpen vaak in hotels. Proberen dingen uit. Met een regendouche maakten we massaal kennis in hotels. Nu heeft iedereen zo'n douche ook thuis."

GOOILAND HUISSTIJL

Het was wekenlang zoeken, meten, passen, rekenen, tekenen, zweten en nog eens rekenen. Maar toen de code eenmaal gekraakt was, lag er een prachtig alfabet op tafel in een uniek lettertype: Unusual Gooiland. De krachtige basis voor de hele huisstijl. Van de naam op de gevel tot het briefpapier en de kamernummers. Een hotel met een eigen lettertype. Gooiland heeft het. Hoe gaaf is dat! Een strakke, bijna minimalistische en luchtige letter ontworpen door architect Jan Duiker bij de bouw van het hotel in 1936. Om enkel de woorden GRAND HOTEL GOOILAND op de gevel te kunnen plaatsen. Meer letters had de architect niet nodig. Tachtig jaar later is de Gooilandletter door vormgever Julius Emden Huitema doorontwikkeld tot een compleet alfabet en nu overal in het hotel terug te vinden. Op de gevel komt de originele letter binnenkort weer terug.

Originele letters
De weg naar het alfabet en de cijfers laat zich bijna lezen als een spannend jongensboek. Als detectives hebben Julius en Paulus Emden Huitema, van Identity Matching Academy (IMA), de letters bekeken, besnuffeld en bevoeld. De tekst GRAND HOTEL GOOILAND ingesloten door vier sterren, die nu op de gevel staat is niet in de oorspronkelijke letter. “Op oude foto’s uit het begin van de vorige eeuw zie je dat de echte Gooilandletter anders is”, vertelt Paulus. “Er gingen geruchten dat de oorspronkelijke gevelletters of een deel ervan nog ergens in het complex zouden moeten liggen. In de kelders zouden we de grootste kans hebben.” Gooiland-directeur Philip Lamers vond daar inderdaad een paar letters terug. Hij kwam tot het woord GOOILAND. Paulus ging meezoeken in de donkere krochten van Gooiland. “Gewapend met de zaklantaarn van mijn telefoon gingen we schatzoeken. Zo voelde het. Het was spannend, overal zijn nissen en koven. Ik scheen met mijn zoeklicht in een smalle ruimte boven mijn hoofd. Bingo. Weer een paar. Onder het stof, loodzwaar. Maar in goede conditie, wow wat gaaf. Verderop vonden we er weer een paar. Zo vonden we de complete naam GRAND HOTEL GOOILAND terug. De originele letters komen weer op de gevel. Geweldig.”



Puzzel
Toen Paulus in het Nederlands Architectuurinstituut in Rotterdam ook nog de blauwdruk vond waarop Jan Duiker de letter op schaal uitgetekend had, kon hij zijn geluk niet op. “Nu hadden we iets om mee verder te gaan. En konden we alle ontbrekende letters van het alfabet en de cijfers en leestekens erbij ontwikkelen. Een ingewikkelde puzzel was dat. Want hoe zou bijvoorbeeld de letter B eruit hebben gezien? We kwamen er in ieder geval achter dat het geen bestaand schreefloos lettertype uit die tijd was. Het was dus echt door Duiker bedacht. En ook exclusief voor Gooiland gebruikt. We kwamen het niet tegen op andere gebouwen van hem.”

Julius en Paulus Emden Huitema zijn als wiskundigen gaan meten en rekenen met de rondingen, de streepjes, de snijpunten en de afstanden in en tussen de letters. “Letter voor letter gingen we aan de slag. Het gaat om een handgetekend lettertype uit de jaren dertig van de vorige eeuw en wij hebben dat vertaald naar een alfabet voor de computer.” Er zijn vier varianten gemaakt: thin, regular, bold en outline. En er moest een naam komen: Unusual Gooiland.

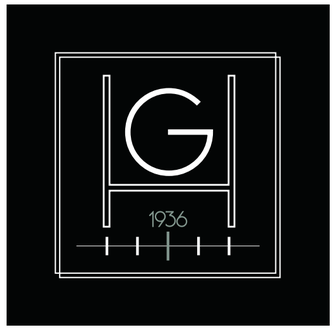
Ruitjespapier
Een eigen letterontwerp was belangrijk voor architecten in die tijd. Duikers beroemde tijdgenoot en collega Willem Marinus Dudok stond er om bekend dat hij zich bemoeide met werkelijk ieder onderdeel in zijn ontwerpen. Tot aan de koffiekopjes en kraanknoppen toe. Alles moest perfect zijn. En alles was van zijn hand. Ook Jan Duiker zette met het zelf ontworpen lettertype zijn handtekening op de gevel van het complex. En kijk ook eens met aandacht naar de tegelvloer in de lobby van het hotel. Ook daarin heeft de architect zijn handtekening achtergelaten. De witte vierkante tegeltjes ingesloten door een koperen lijn zijn een exacte kopie van het ruitjespapier waarop Jan Duiker Gooiland tekende.

“Prachtige details zijn dat”, zegt Paulus. “Het sluit allemaal aan bij de huisstijl die we ontwikkeld hebben.” Ook de hand van tijdgenoot schilder Piet Mondriaan is zichtbaar in Gooiland. Zijn werk ‘Compositie met twee lijnen’, verkocht de gemeente Hilversum in 1987 voor een paar miljoen gulden om de noodzakelijke opknapbeurt van complex Gooiland te kunnen betalen. Het schilderij bestaat uit een witte ruit met

GOOILAND
1936
HILVERSUM

een horizontale en verticale dunne zwarte lijn. Het wit en de zwarte lijnen zijn verwerkt op veel plekken in het hotel. In het meubilair op de kamers, in de man/vrouw symbolen op de wc-deuren, in de tekeningen op de badkamerwanden en in het nieuwe logo van Hotel Gooiland.

“De zwarte lijnen zijn sterk in hun eenvoud. Perfect om een herkenbare stijl neer te zetten.” Ze combineren moeiteloos met radio en theater, twee belangrijke elementen in Gooiland. De zenderschaal die op oude



radio’s stond keert in strakke zwarte lijnen overal terug. In de hoofdborden boven het bed, subtiel in het logo op onder meer de waterkaraffen.

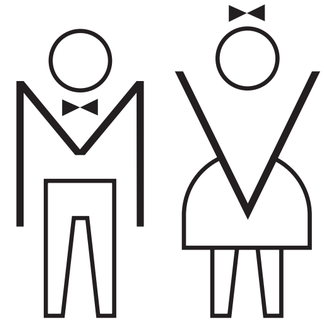
Mondriaans simpele zwarte lijnen inspireerden ook om een lightbox (een lichtbord op de gevel van theaters waarop de voorstellingen aangekondigd worden) in de huisstijl te verwerken. Op de bierviltjes en de schrijfblokjes prijkt de lightbox als subtiele link naar het theater.

Gooiland groen
Terwijl Julius en Paulus de code van de Gooilandletter kraakten, boog Ellen Honig van IMA zich over het kleurenschema voor het hotel. De belangrijke basis van de huisstijl. “Het uitgangspunt was duidelijk. Behalve het *Mondriaan zwart-wit* hadden we het kenmerkende *Gooiland groen* van de monumentale kozijnen, de koperkleur van de pilaren, de wanden en de vloer en het wit in het gebouw. En dan ga je zoeken naar kleuren die erbij passen. Naar kleuren die soms nog niet eens bestaan. Het lijkt misschien eenvoudig maar het is idioot veel werk om de juiste kleuren te vinden”, legt Ellen uit. “En dan moet je nog stoffen zien te vinden die precies in die kleur zijn om bijvoorbeeld de stoelen in de lobby mee te bekleden. Het lichte *Gooiland groen* op de kozijnen is een beetje een weeïge kleur. Daar moest iets donkerder groen bij. Dat zijn twee tinten geworden, *Hilversums bosgroen* en *mistig groen*.”

De oude radio’s, die ook op veel plekken in het hotel staan, brachten Ellen bij *zenderschaalgeel*. “Die prachtige okerkleur zit in de fronten van oude radio’s verwerkt.”

De beroemde Gooise heidevelden die ieder jaar in augustus uitbundig bloeien van roze tot diep paars, en hordes fans uit het hele land trekken, inspireerden Ellen Honig om *Hilversums heideroze* aan de kleurwaaier voor Gooiland toe te voegen. Ook *staalgrijs* en *hemelsblauw* spelen een rol in het hotel. “En natuurlijk *theaterrood*. Van hotel richting theater verloopt het rood van bordeaux naar de fellere kleur van de theaterstoelen. De trend in kleur was lange tijd erg minimalistisch. Nu is overdaad hot. Heerlijk is dat. Kleur mag.”

REINHEID, RUST EN REGELMAAT

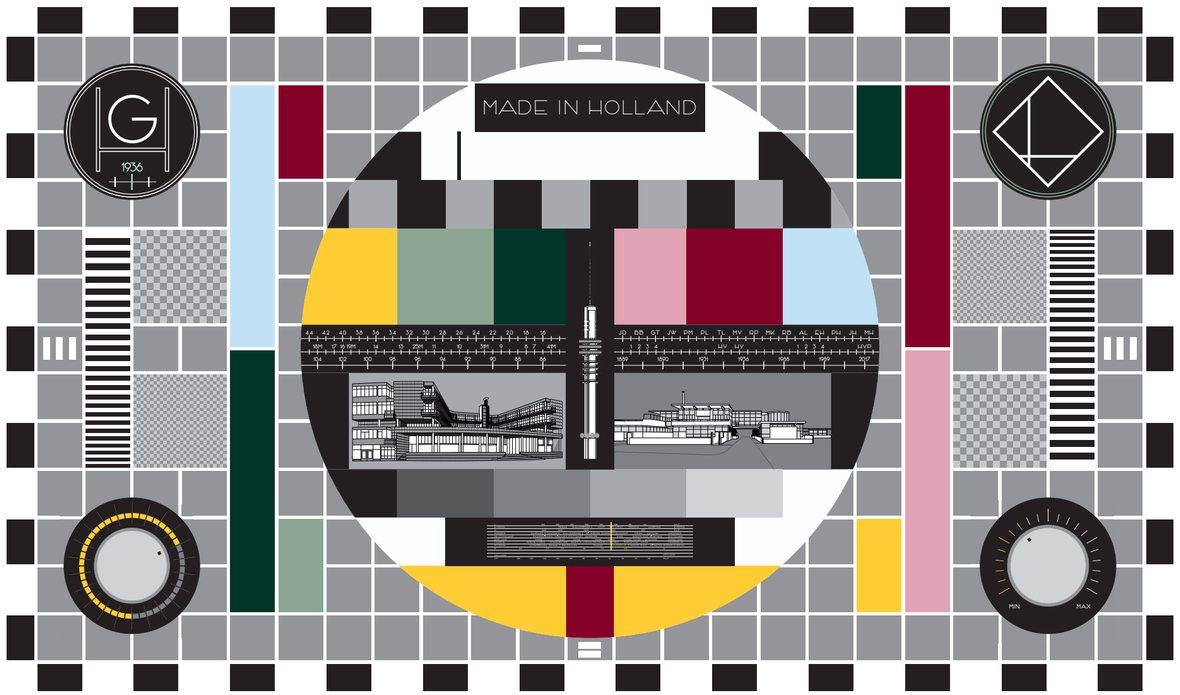


MIJN ALFABET

JULIUS HUITEMA
Vormgever

“Ik heb meer met letters dan met woorden. De vormgeving van de letters, de esthetische kant, is voor mij belangrijker dan de betekenis van de woorden die de letters samen vormen. Mijn liefde voor lettertypen ontstond tijdens mijn opleiding aan het Mediacollege. Daar ontdekte ik ook hoe leuk het is om vorm te geven en te ontwerpen. Voor het ontwikkelen van de Gooilandletter heb ik historisch onderzoek gedaan en de paar letters die we hadden uitvoerig bestudeerd. Tijdens dat proces stuurden mijn vader en ik elkaar regelmatig foto’s van lettertypes die we ergens zagen en er dichtbij kwamen. Die van het hek van Artis bijvoorbeeld.

Toen we uiteindelijk de code gekraakt hadden hebben we een goed glas whisky gedronken. Daarna begon het echte werk pas. Het alfabet ontwerpen, de cijfers, de leestekens. En in verschillende varianten, thin, regular, bold en outline.”



HET TESTBEELD EEN MEDIA ICOON

‘Even geduld aub’. Als die tekst in combinatie met het testbeeld in de huiskamers verscheen was er iets mis in ‘Hilversum’. Een videoband was vastgelopen of een camera uitgevallen. Tijd voor de kijkers om een kop koffie te halen of een plas te doen.

Op 19 december 2004 werd voor de laatste keer het testbeeld op de Nederlandse publieke zenders getoond als de programma’s nog niet begonnen waren. In de beginjaren van de Nederlandse televisie was het testbeeld een gecompliceerde zwart-wit-afbeelding met vier karakteristieke cirkels in de hoeken.

Dertien jaar later blaast Hotel Gooiland het testbeeld nieuw leven in. Het zijn de eyecatchers boven de bedden in alle kamers. Ze knallen tegen de strakke witte muren. Een duidelijker statement dat we ‘iets’ hebben met de omroep kunnen we niet maken. Je slaapt hier niet voor niets in de Mediastad.

Als je nou je schoenen uittrekt mag je best op het bed gaan staan om het testbeeld goed te bekijken. Dan zie je dat hierin alles wat Gooiland bijzonder maakt samenkomt. De ronde knop in de rechterbovenhoek verwijst naar het schilderij ‘Compositie met twee lijnen’ van Mondriaan, dat de gemeente Hilversum in 1987 verkocht om complex Gooiland op te kunnen knappen. Met de onderste knoppen zocht je op een ouderwetse radio de zenders op en kon je het geluid harder zetten. Ja, zo ging dat echt. Linksboven is het nieuwe logo van Gooiland verwerkt. ‘Made in Holland’, meldt het testbeeld omdat we een Dutch Brands Hotel zijn dat zweert bij de oer-Hollandse merken.

Architect Jan Duiker eren we met zelfgemaakte lijntekeningen van Gooiland en dat andere prachtige ontwerp van hem in Hilversum, sanatorium Zonnestraal in het Loosdrechtse Bos. Ze worden gescheiden door de televisietoren, nog zo’n karakteristiek element aan de Hilversumse horizon.

“We vonden een klassiek gecapitonneerd hoofdbord niet passen bij het hotel. We zijn op zoek gegaan naar iets dat de sfeer meteen bepaalt. Iets dat perfect past bij de geest van deze plek. Het testbeeld dus, maar dan op zijn Gooilands. We hebben zwart-wit en de kleurvariant samengevoegd en op platen van kunststof en aluminium afgedrukt”, vertelt Ellen Honig van IMA. De primaire kleuren uit het oorspronkelijke testbeeld zijn vervangen door de kleuren die overal in het hotel terugkomen. Het *Gooiland groen* van de kozijnen, heideroze, zenderschaalgeel, staalgrijs, theater rood.

Slaap je in de Herman van Veen-kamer, dan staat ook de beroemde zanger op het testbeeld boven je hoofd. Kijk vooral goed naar de zenderschaal in het midden van het testbeeld. Op de oude radio’s kon je met de draaiknoppen zoeken naar heroïsche zenders als BBC West, Hilversum II, Dresden, Brussel I, en Frankfurt. Nu zie je als je goed kijkt jaartallen en initialen van de mensen achter hotel Gooiland. En de puzzelaar ontdekt een Nederlands kinderliedje…

MIJN TESTBEELD

PHILIP LAMERS

Opperhoofd

Als je binnenkomt denk je ‘hé dat herken ik’. Een vertrouwd gevoel. Tenminste als je oud genoeg bent om het echt op televisie gezien te hebben. Leeftijd maakt nu niet meer uit. Bij ons vind je het testbeeld prominent boven je bed. Een omroepicoon, maar dan gepersonaliseerd met het verhaal van Gooiland. Een uniek grafisch ontwerp, op print, dat natuurlijk thuishoort in een hotel in Hilversum Mediastad. Je blijft er naar kijken, telkens ontdek je weer iets nieuws. Mijn initialen en die van andere bekende ‘Gooilanders’, een verwijzing naar de radio, het kleurenpalet van Gooiland en een leuk liedje. Welke? Puzzel maar even. Een kleine aanwijzing: ik heb een hoedje van…

Ben je een beetje bekend bij het grote publiek, dan heb je in Nederland al snel je eigen tulp. Er zijn ook mensen die gewoon hun eigen hotelkamer hebben! Podiumkunstenaar en kindervriend Herman van Veen (Utrecht, 1945) is zo’n geluksvogel. Naar hem is één van de twee familiekamers in Hotel Gooiland vernoemd. Een bijzondere kamer die bij de bouw en opening van het hotel in 1936 helemaal niet bestond. Op de derde verdieping. Hoe de kamer heet? Hilversum 3, met een knipoog naar de populaire radiozender en de hit van Herman van Veen uit 1984: *Hilversum 3 bestond nog niet*.

Naast 46 tweepersoonskamers, 4 driepersoonskamers en 4 suites heeft hotel Gooiland ook 2 ruime familiekamers, geschikt voor vier personen. Voorzien van alle gemakken en een stapel kinderspelletjes en voorleesboeken in de kast. Deze kamers liggen op een bijzondere plek. Ze zijn ondergebracht in de oude directeurswoning van complex Gooiland. Die bestaat nu uit drie lagen met op de begane grond King’s IJssalon: Hilversum 1. Op de tweede laag is een familiekamer ingericht: Hilversum 2. Op de derde laag bevindt zich de Herman van Veen-familiekamer. En die heet dan natuurlijk Hilversum 3. Een naam met een verhaal. Deze derde laag is pas later op de directeurswoning gezet. Kamer Hilversum 3 bestond dus nog niet. En laat dat nou net de titel van de grote hit zijn van Herman van Veen.

Hilversum 3 bestond nog niet
maar ieder had zijn eigen stem
Op elke steiger klonk een lied
van Paljas of Jeruzalem…

Ambassadeur Unicef
Voor Gooiland was het dus niet zo moeilijk om die familiekamer naar de zanger, componist, regisseur, schrijver, presentator, schilder en theatermaker te vernoemen. Het is een eerbetoon aan misschien wel de meest talentvolle podiumkunstenaar van Nederland.

”HILVERSUM 3 BESTOND NOG NIET”

Een ode aan de tijd dat popzender Hilversum 3 er nog niet was en klassieke muziek meer ruimte en aandacht kreeg op de radio. Een nummer van zijn album Signalen, dat hij opnam in de Wisseloordstudio’s in Hilversum. Hilversum 3 was een cover van het lied *Lang scho nimma G’sehen*, geschreven door Hans-Jürgen Buchner en zijn vrouw Ulrike Bögmüller. Het was in 1984 een matige hit voor Haindling, de band van Buchner. Willem Wilmink schreef er een Nederlandse tekst bij en Herman van Veen kon als uitvoerend artiest een top-10 hit op zijn naam schrijven.

De man die ook regelmatig op het podium van theater Gooiland stond en het publiek steeds weer in extase bracht met zijn gevoelige maar ook clowneske voorstellingen. En Herman van Veen keert terug naar Hilversum, naar Gooiland natuurlijk. In mei 2018 staat hij opnieuw op de planken in het theater. En daar zijn we stiekem heel erg trots op.

Maar ook zijn actieve inzet voor de rechten van het kind maakt Herman van Veen tot de perfecte naamgever voor de familiekamer. Hij is ambassadeur voor Unicef.

Na een verzoek van Unicef Nederland en het Haagse Residentie Orkest schreef Van Veen in 1976 een theatervoorstelling over de moedige Waterlandse eend Alfred J. Kwak.

Spetter spieter spater lekker in het water,
Ga maar vast naar huis.
hij komt een druppel later

Drie jaar later werd van deze voorstelling een prentenboek uitgebracht met illustraties van Annet Kossen. In 1987 werd Alfred Jodocus Kwak een stripfiguur, vormgegeven door de Duitse illustrator Harald Siepermann. Hiervan werd in Japan in 1989 een tot cult geworden 52-delige animatieserie gemaakt die wereldwijd op televisie te zien was. Herman van Veen en Alfred Jodocus Kwak worden nog altijd in een adem genoemd.

Van Veens inzet voor de kunst en het welzijn van kinderen is onvermoeibaar. De lijst met nationale en internationale onderscheidingen die hij de afgelopen tientallen jaren kreeg is zo lang, daar zou je de hele familiekamer in Gooiland mee kunnen behangen. Zo werd hij in oktober 2008 Ridder in de Orde van de Nederlandse Leeuw. De koninklijke onderscheiding kreeg Herman van Veen opgespeld na de 400ste voorstelling van hem in Carré. Van 1976 tot 2015 was hij drager van de prestigieuze Louis Davidsring, de belangrijkste onderscheiding op het gebied van kleinkunst. Heintje Davids en Wim Kan gingen hem sinds 1948 voor. Nu zit de ring aan de vinger van Claudia de Breij.

DUTCH HERO WHO SAID 'NO'

Zeventien jaar oud is Max Verstappen als hij in 2015 debuteert in de Formule 1. De jongste coureur ooit in deze klasse. In no time bereikt hij een heldenstatus. Nederland zit weer bij nacht en ontij gekluisterd aan de buis. Australië, Maleisië, Amerika, Spanje. We volgen hem overal, want een kikkerlandje dat groot talent voortbrengt, daar houden wij van. Zeker als deze nieuwe held ook nog eens stronteigenwijs blijkt te zijn.

Wat is er gebeurd? Het is september 2015 als Max (dan nog rijdend voor Toro Rosso, het opleidingsteam van Red Bull Racing) problematisch van start gaat in de Grand Prix van Singapore. Door motorproblemen komt hij niet weg van zijn achtste startplek. Hij wordt direct de pitstraat ingeduwd. Het Toro Rosso-team krijgt de motor weer aan de praat, maar Max heeft dan al een ronde achterstand opgelopen.

Tegen alle verwachtingen in en met een beetje geluk - er moet tot twee keer toe een safetycar in actie komen - lukt het Verstappen om compleet terug te komen in de wedstrijd. Hij haalt de een na de ander in, tot hij op de achtste plaats ligt. Dan krijgt hij van zijn baas Franz Tost te horen dat hij zijn teamgenoot Carlos Sainz voor moet laten gaan. Verstappen reageert gedecideerd. 'NO', schreeuwt hij in de boordradio, hoorbaar voor tientallen miljoenen mensen, wereldwijd.

Sainz is woedend. Maar zijn baas moet achteraf toegeven dat Max de juiste beslissing heeft genomen. Nogal koelbloedig voor een jong broekie.

Het sprookje van de jongste Formule 1-coureur aller tijden begint het Belgische Hasselt. Hier wordt Max Emilian Verstappen geboren op 30 september 1997. Hij is de zoon van Jos Verstappen en Sophie Kumpen, beiden zeer succesvol in de autosport. Jos bereikt tussen de jaren 1994 en 2003 twee keer een derde plaats in de formule 1. Sophie op haar beurt behoort jarenlang tot de top binnen de kartsport.

Max wil van jongs af aan niets liever dan stunten in een kart. Hij is vier jaar als hij zijn eerste rondjes mag rijden. Het karten zal altijd zijn grote liefde blijven. Al in zijn jonge jaren blijkt hij een ongeëvenaard talent te hebben voor de autosport. Hij wint alles wat er te winnen valt en doet mee aan de Florida Winter Series, een autosportklasse georganiseerd door de Ferrari Driver Academy (het opleidingsteam van het Formule 1 team van Ferrari). Met al zijn successen op zak debuteert de piepjonge Max in de Formule 1, ook wel de koningsklasse van de autosport genoemd. Hij blijkt over ongekende kwaliteiten te beschikken. Zo wordt hij geroemd om zijn inhaalacties. Hij rijdt slim, doorziet de race, ook omdat hij veel energie stopt in de voorbereiding. En in eerste instantie niet omdat het moet, maar puur uit passie voor de sport.

In 2016 - Max rijdt dan al een jaar voor Toro Rosso - stapt hij over naar Red Bull Racing. Met dit team zal hij nog in datzelfde seizoen zijn eerste Formule 1-overwinning boeken tijdens de Grand Prix van Spanje. Het is opnieuw een record: de jongste winnaar van een Formule 1 race ooit.

Het is deze prestatie die hem de titel *Sportman van het Jaar 2016* oplevert. De jury van het NOC*NSF omschrijft het in het juryrapport als volgt:

"Heel Nederland, of liever: de hele wereld, praat in 2016 over Max Emilian Verstappen. Wat wil je ook als een coureur op zijn achttiende zijn eerste Grand Prix (Spanje) op zijn naam schrijft, en daarmee de jongste winnaar ooit is? Verstappen is ook meteen de eerste Nederlandse winnaar van een Formule 1-race. Ook de rest van het jaar is hij spraakmakend, met de inhaalrace in de kletsnatte Grand Prix van Brazilië langs dertien collega's als hoogtepunt."

MIJN TIJD

SHIRLEY DEN RIDDER

Ontbijt

Een deurhanger in een hotel. Die zie je vaker! Gewoon lekker simpel en duidelijk, met aan de ene kant 'niet storen' en aan de andere zijde 'schoonmaken'. Prettig voor de hotelgast en de housekeeping. Want zomaar ongestoord een hotelkamer binnenlopen is voor niemand fijn. Dat kan voor nogal ongemakkelijke momenten zorgen. Om dat te voorkomen hebben wij in Gooiland Max Verstappen ingeschakeld. Althans de ferme uitspraak NO, die hij in Singapore door de boordradio schreeuwde. Die vergeten we nooit meer, wat was hij duidelijk. Voor ons dus ook. Niet storen is gewoon 'NO'. Dan weet je dat. En ja de housekeeping begrijpt Engels…

DEURHANGER

Het legendarische NO! van Formule 1-coureur Max Verstappen tijdens zijn Grand Prix-race in Singapore 2015 laat niet veel aan duidelijkheid te wensen over. Recht voor z'n raap, eigenwijs en anti-autoritair. Hé, dat ligt behoorlijk in de lijn van Hotel Gooiland. Logisch dus dat het krachtige 'No!' van Max op deze deurhanger is beland. Het is gewoon een heel helder verzoek om privacy. Met een vette knipoog natuurlijk naar onze 'Dutch Hero', één van de meest getalenteerde Nederlandse topsporters van dit moment.

GOOILAND RADIOTORENS

Wie Hotel Gooiland binnenkomt, kan het niet over het hoofd hebben gezien: een meubel gemaakt van op elkaar gestapelde, oude radio's. Het is een van de vele knipogen in het hotel naar Hilversum Mediastad. En ook naar modern Dutch design, Hollands ontwerp dus.

Dutch Design bestond al ver voor de Tweede Wereldoorlog. Denk maar aan architect Willem Dudok en meubelontwerper Gerrit Rietveld, algemeen gezien als de grondlegger van deze stroming. Het zijn nog altijd lichtende voorbeelden voor de moderne Dutch Designers, die sinds de jaren tachtig en negentig van de vorige eeuw internationaal niet meer weg te denken zijn uit de wereld van meubelontwerp, grafisch ontwerp, kunst en haute couture.

Een zeer succesvolle Dutch designer is Tejo Remy. Hij maakte in 1991 samen met zijn compagnon René Veenhuizen het wereldberoemde design 'You can't Lay Down Your Memory', beter bekend als 'Chest of Drawers'. Omdat het object is gemaakt van tweedehands materialen, zien alle uitvoeringen er steeds weer anders uit.

De 'Chest of Drawers' is een verzameling van oude lades, bij elkaar gebonden met een eenvoudige riem. De grootte en de kleuren van de lades zijn allemaal verschillend. Experimenteel. Innovatief. Humoristisch. Het zijn allemaal zaken die je in dit ontwerp terugziet, net als in hun andere klassiekers: 'De Voddenstoel' en 'De Tennisbal-bank'. Stuk voor stuk ontwerpen die symbool staan voor de hele stroming Dutch Design.

Het combineren van de kenmerken van 'Chest of Drawers' met het roemruchte radioverleden van Hilversum heeft geresulteerd in de radiotorens die nu op verschillende plekken in Hotel Gooiland zijn terug te vinden. In de lobby, in de foyer en in de suites staan deze blikvangers. Hun vorm is frivool, uitbundig, kleurrijk en vormt een mooi contrast met de strakke, misschien zelfs strenge lijnen waar Jan Duiker, de architect van Gooiland, zo dol op was.

MIJN TOREN

RENZE TORENSMA

Toneelmeester

Renze Torensma, toneelmeester van Gooiland, heeft de decoratieve radiotorens gebouwd. De meubels zijn gebaseerd op de 'Chest of Drawers' van ontwerpers Tejo Remy en René Veenhuizen en het Hilversumse radio verleden. Renze: "Ik heb maandenlang Marktplaats afgestruind, op zoek naar oude radio's. Ze hoefden niet meer te werken, maar ze moesten er wel goed uit zien. Ik heb er honderd op de kop getikt, meestal voor twintig euro. Die van Philips zijn het mooist, gemaakt tussen 1930 en 1960. Ik hou zelf erg van radio's, heb er eentje op het zijtoneel staan. Ze staan symbool voor Hilversum. Want radio, daar is het allemaal mee begonnen."

BASIC, RANK EN TOCH KRACHTIG

Foto: archief Auping

AUPING
VOOR EEN ENERGIEKE DAG

Ben je op zakenreis of maak je een citytrip? Wil je succesvol zijn, en echt kunnen genieten van je dag? Dan is goed slapen essentieel! Ook als je overnacht in een hotel. Dat realiseren wij ons maar al te goed. Vandaar dat we zo blij zijn met de bedden van Auping, het 129 jaar oude familiebedrijf uit Deventer. De slogan ‘Auping Nights, Better Days’ is ons dan ook uit het hart gegrepen.

Omdat we weten hoe slopend het is om in een hotel in een slecht bed te moeten slapen, hebben wij besloten geen enkele concessie te doen op dat gebied. In al onze kamers vind je daarom bedden van Auping: topkwaliteit, stijlvol vormgegeven en duurzaam geproduceerd.

Het ontwerp heet Original, vertelt Ilse Peters van Auping, en staat voor basic, rank en toch krachtig. “We noemen dat ook wel ‘een heldere vormgeving’. Een bed zonder poespas, zonder tierelantijnen. Een Original bestaat uit een bedbodem, een matras en een frame op pootjes, en is uitsluitend verkrijgbaar in zwart. Het is absoluut geen instapmodel. Nee, het is allemaal van de beste kwaliteit. Het klink misschien gek; wij mogen dan gespecialiseerd zijn in goed slapen, maar Auping staat voor een energieke dag. Die kun je namelijk alleen beleven als je een goede nacht hebt gehad.’’

Het geheim van de smid
De geschiedenis van het oer-Hollandse Auping spreekt best tot de verbeelding en begint in 1885 in de smederij van Johannes Albertus Auping. Het is de directeur van het Sint Geertruiden Gasthuis (één van de voorlopers van het huidige Deventer Ziekenhuis) in Deventer dat plaatsgenoot Auping de opdracht geeft voor het maken van nieuwe ziekenhuisbedden. Auping staat bekend om zijn degelijke smeedwerk en bandstalen bodems. In 1887 volgt een nieuwe grote order: veertig van deze bedden, maar dan met een verende ondergrond. Auping heeft geen idee hoe hij dit moet aanpakken, maar gaat aan de slag met een zware, gesmede snijbonenmolen. Dit object is overigens tegenwoordig één van de oudste nog bestaande Auping-producten. Met het mechaniek uit deze molen draait Auping al experimenterend rechte staaldraden tot spiralen. Zo wordt in 1888 De Eerste Nederlandsche Fabriek van Stalen Gezondheidsmatrassen ‘Auping’ geboren. Niet alleen ziekenhuizen lopen weg met Aupings uitvinding. Ook koningin Wilhelmina kiest voor bedden van Auping in het Paleis op de Dam. In 1912 legt Johannes Auping zelf de eerste steen van zijn fabriek in Deventer, de plaats waar het bedrijf nog steeds is gevestigd. En in 1988 krijgt Auping het predicaat Koninklijk.

“Zo is het begonnen. Dat oude idee is nog steeds de basis van onze bedden. Natuurlijk is het in de loop der jaren steeds verder verbeterd. Maar het principe - goed ventileren en veerkrachtig - is daar gelegd’’, vertelt Ilse Peters. “Ook als je kijkt naar duurzaamheid, kun je teruggrijpen op de aanpak van grondlegger Johannes Auping. Hij koos ervoor om producten te maken die lang meegingen. Zo was hij eigenlijk automatisch al

MIJN BED

MARIJKE VOS

Projectmanager

Pippi Langkous in het hotelbed van Gooiland. Zijn jullie meneer Nilsson ook al tegengekomen in de groenwand? Nee, ik ben Pippi Langkous niet, maar ik ben Marijke. Ik ben bevoorrecht om met mijn onderneming, INTIQ Lifestyle & Events, onderdeel van dit fantastische team en locatie uit te mogen maken. Tijdens de pr-shoot van dit nieuwe hotel mocht ik als eerste het nieuwe hotelbed van Auping uitproberen! Ik kan je vertellen dat je dit bed niet meer wilt verlaten als je bij Gooiland een kamer hebt geboekt. Tijdens jouw stedentrip of zakenreis word je een stuk relaxter wakker door deze fijne bedden!

AUPING NIGHTS BETTER DAYS

duurzaam bezig. Gewoon, omdat je een goed gemaakt product veel minder snel hoeft te vervangen. Dus duurzaamheid zit in ons dna. Wij willen de wereld om ons heen zo min mogelijk belasten. Daarom zetten we zo vol in op het hergebruiken van grondstoffen.’’

Duizend keer de Eiffeltoren
Ilse Peters noemt het schrikbarende getal van 1,2 miljoen matrassen die jaarlijks worden verbrand. Alleen al in Nederland! “Dat is een stapel die duizend keer hoger is dan de Eiffeltoren. Een gigantische bron van vervuiling. Daar willen wij iets aan doen. En dat kan ook. Want de materialen die in matrassen zitten kunnen heel goed voor iets anders worden gebruikt.’’ Ilse Peters vertelt over het systeem Auping Take Back System.

“Het werkt heel simpel. Als je nieuwe matras wordt bezorgd, nemen we je oude matras gewoon mee in een speciale verpakking. Die wordt droog en hygiënisch vervoerd naar het recyclebedrijf. Daar wordt het oude matras helemaal uit elkaar gehaald en grotendeels gerecycled. Van het materiaal worden bijvoorbeeld judomatten gemaakt, maar ook nieuwe deurklinken. Wij kunnen wel tot negentig procent van een matras hergebruiken. Dat is heel veel en echt een keuze van ons bedrijf. Het is niet alleen goed voor het milieu, het is ook goed voor jou. Want als je weet dat jouw oude matras een duurzame toekomst tegemoet gaat, slaap je toch net even iets lekkerder.’’

Ook opvallend is het feit dat de matrassen gewoon in Deventer worden gemaakt. “Wij hebben hier ons eigen naaiatelier, het grootste van Nederland’’, zegt Ilse Peters. In het atelier zetten modinettes, zoals de naaisters worden genoemd, iedere dag matrashoezen - de tijken - in elkaar. De tijk is de stof waar je op slaapt. Deze is zacht en ademend. Net als het vilt dat op de bodem ligt. Handig: de tijken worden voorzien van ritsen, zodat ze afneembaar zijn en gemakkelijk gewassen kunnen worden. De finishing touch zit ‘m in het Auping kroontje dat je terugziet op ieder matras. Tenslotte wordt het matras gevuld met onder meer stevige pocketveren en een laag van natuurlatex.

Kortom: lekker slapen op een Auping, en morgen… energiek op pad!

LEKKER LUCHTIG

Auping deelt graag tips voor het creëren van een betere slaapomgeving met hoteliers en consumenten. Doe er je voordeel mee!

Wist je bijvoorbeeld dat je via je adem en door te zweten elke nacht zo’n 350 cc vocht verliest. Dat komt neer op een heel blikje frisdrank. Als je bedenkt dat dat grotendeels in je matras terecht komt, is het logisch dat je je slaapkamer goed moet ventileren. Dus, maak je bed niet meteen op als je eruit bent gegaan, maar laat het even open liggen.

Zet na het opstaan even een raam open. Is het ’s ochtends koud en vochtig buiten en bijvoorbeeld mistig – dan kun je beter later op de dag even luchten. Anders trekt er juist extra vocht in de matras.

Zet voor het slapengaan het raam nog een keertje open. De ideale temperatuur voor je slaapkamer is 16-18 graden. Te koud moet het er niet worden, want dan moet je lijf te hard werken om warm te blijven en ontspan je niet.

HEMA HUISHOUDELIJK
SUPER NORMAAL

Hoe kan het toch dat het beddengoed in hotels vaak nét even mooier is dan thuis. Glad, krakend, helder, wit. Waar koop je zoiets? Nou, heel gewoon: bij de Hema. Dit oer-Hollandse bedrijf - generatiegenoot van Hotel Gooiland overigens - is één van de leveranciers van de ‘hardware’ van het hotel. Naast bedtextiel tekent Hema ook voor de dikke, katoenen, antracietgrijze badhanddoeken en voor het mintgroene servies. Inderdaad, perfect passend in het kleurenpalet van het hotel.

En ja, Hema vindt het super om in Hotel Gooiland de wereld te laten zien hoe goed de kwaliteit is van Hema-producten. Kwaliteit is overigens maar één van de zes eigenschappen waar een ‘Echt Hema Product’ aan moet voldoen, legt Marry Jansen van Hema uit: “Allereerst is er de prijs. Daarmee hebben we ons vanaf het allereerste begin onderscheiden. Producten moesten betaalbaar zijn, voor iedereen, en dat is nog steeds zo. Al snel moest een Hema-product aan nog twee kenmerken voldoen: kwaliteit en design. Sinds een paar jaar hebben we daar het volgende aan toegevoegd: het design moet een optimistische uitstraling hebben, iets oplossen, iets leuker maken dan het is. Als we dit allemaal terugzien in een product, dan is het ‘Echt Hema’. Of hoe wij het ook wel formuleren: dan hebben we een normaal product beter, en dus ‘super normaal’ gemaakt. Die manier van kijken naar producten zit zo verankerd in ons systeem, is zo ingebakken, daar hoeven wij helemaal geen moeite voor te doen.

Oude roots zoeken, benoemen en altijd vertalen naar het nu. Dat spreekt me ontzettend aan in het hele concept van Gooiland. Echt fantastisch om daar deel van uit te maken.”

Even terug naar de basis. Nederlandse gasten hoeven we niet veel uit te leggen over Hema. Hooguit weet niet iedereen dat het bedrijf ooit de naam Hollandsche Eenheidsprijzen Maatschappij Amsterdam droeg, en dat het werd opgericht in 1926 door Arthur Isaac en Leo Meyer. Twee mannen met een droom: een warenhuis bouwen waar ook mensen met een klein inkomen artikelen van goede kwaliteit voor het dagelijks gebruik konden kopen.

Zouden de grondleggers ooit hebben kunnen bevroeden dat er ruim negentig jaar later geen Hollands huishouden meer te vinden is zonder iets van Hema in de kast? Sportief ondergoed, sokken in duizend dessins, vrolijke schoolschriften, strenge ordners, sfeervolle kaarsen en stijlvol vormgegeven servies, hippe leggings en rokjes, stoere broeken, mooie gordijnen, dekbedovertrekken. Zouden Arthur en Leo ooit een seconde hebben bedacht dat zelfs de koningin tegenwoordig fan is van hun Hema? Zouden ze hebben gefantaseerd over vestigingen in het buitenland: België, Frankrijk, Spanje, Luxemburg, Duitsland? Het is allemaal werkelijkheid geworden.

En nu ligt Hema dus heel gewoon op de bedden van een luxe hotel. Schitterend in al z’n eenvoud.
Net als Hotel Gooiland.

MIJN HEMA

MANON MEINSMA

Assistent hotel manager

Hema. Wie is er niet mee opgegroeid? Ik wel hoor. De lekkere tompouces op Koninginnedag, het servies toen ik voor het eerst op mezelf ging wonen, mijn eerste schoolagenda en niet te vergeten de broodjes ‘hotdog’ in de schoolpauzes. En nu vind je de oersterke Hema-spullen ook gewoon in Gooiland. Het beddengoed, de handdoeken, knuffels, snoepjes, koekjes, de glazen, Jip en Janneke boekjes. Weet je wat nou zo leuk is; je kan in onze shop in shop in de lobby ook Hema producten kopen. Zodat je dat ‘Gooiland’ gevoel nog even vasthoudt. Goed en vertrouwd. Echt Hema, en echt Gooiland natuurlijk.

MARIE-STELLA-MARIS
MEER DAN WATER

Bodylotion, showergel, vloeibare zeep en natuurlijk mineraal water. Het is slechts een greep uit het assortiment van Marie-Stella-Maris, het merk dat Hotel Gooiland volop heeft omarmd. En dat is niet per ongeluk zo. Het is de filosofie achter dit jonge merk van eigen bodem, dat ons zo aanspreekt: toegang tot schoon drinkwater voor iedereen, wereldwijd. Dat is waar Marie-Stella-Maris zich sterk voor maakt.

En dat werkt eigenlijk heel simpel. Van iedere liter verkocht water gaat vijf eurocent naar de Marie-Stella-Maris Foundation, de organisatie die drinkwaterprojecten in ontwikkelingslanden steunt. Van ieder verzorgingsproduct is 1 euro bedoeld voor dit goede doel.

Het verhaal van Marie-Stella-Maris start in 2010. In dat jaar verklaren de Verenigde Naties schoon drinkwater en sanitaire voorzieningen tot een mensenrecht. Een beslissing die Patrick Munsters raakt en inspireert. Hij heeft dan al een zeer succesvolle carrière in de mode-industrie achter de rug. Jarenlang is hij de man bij Scotch & Soda. Maar hij is toe aan iets anders, hij wil mensen inspireren om bewuster en socialer te gaan consumeren. Die wereldwijde drinkwaterproblematiek grijpt hem aan. Een jaar later richt hij met zijn compagnon Carel Neuberg het watermerk Marie-Stella-Maris op, wat ook zijn doopnamen zijn en Sterre der Zee betekent.

De eerste jaren richten de mannen zich puur op water, gewonnen uit en gebotteld bij lokale bronnen. Dit om de transportafstanden te minimaliseren en zodoende het milieu zo min mogelijk te belasten. Inmiddels telt het water-assortiment drie soorten: een petfles (0,5 liter) voor onderweg, en een grote (0,75 liter) en een kleine (0,25 liter) klassieke glazen fles.

Het is 2014 als de mannen achter Marie-Stella-Maris hun assortiment uitbreiden met een lijn natuurlijke verzorgingsproducten. Ze zien het als een logische stap, omdat ze er van overtuigd zijn dat water, sanitaire voorzieningen en hygiëne onlosmakelijk met elkaar zijn verbonden.

Inmiddels kent Marie-Stella-Maris een compleet assortiment voor lichaams- en gezichtsverzorging. Ook heerlijk: de huisparfums zoals linnenwater of roomsprays.

Leuke tip als je eenmaal thuis het ultieme vakantiegevoel nog een tijdje wil vasthouden: sla een paar van die heerlijke producten in. Volop te koop dus in de lobby van het hotel. En mocht een dagje Amsterdam toch op je programma staan, dan is het helemaal geen gek idee om even langs de Marie-Stella-Maris Flagship Store aan de Keizersgracht 357 in Amsterdam te wandelen.

Marie-Stella-Maris. In haar zesjarige bestaan heeft ze een kleine twintigduizend mensen aan toegang tot schoon drinkwater geholpen, en steunt de Foundation negen projecten met een focus op water, sanitaire voorzieningen en hygiëne. Best een fijn idee om daar een kleine bijdrage aan te leveren, door alleen maar te kiezen voor water of verzorgingsproducten van Marie-Stella-Maris.

MIJN DOUCHEGEL

JUSTIN SMITS

Eventmanager

Een goed doel. Daar maak je je toch hard voor? Maar je kent het wel. Druk, druk en nog eens druk. Nou wij helpen je een handje. Want elke keer dat jij in ons hotel je handen wast of lekker doucht met de producten van Marie-Stella-Maris, draag je bij aan schoonwater-projecten in landen in de derde wereld. Dat is nog eens leuk. Jij geniet van je verblijf en helpt daarbij ook nog eens je medemens. Wat wil je nog meer? Ja een fijne geur. Nou dat zit zeker goed. Ik heb al een zeepje 'gestolen' voor thuis. Leuk om te weten; producten van Marie-Stella-Maris zijn te koop in onze shop in shop in de lobby.

LUXE AMSTERDAMSE VERZORGINGSPRODUCTEN

WINNAAR
IF DESIGN AWARD

Was het je al opgevallen? De kleine zwarte verpakking in de badkamer met de witte letter W erop. Een condoom van het Nederlandse merk Wingman. Die met de handige vleugeltjes, bekroond met de Oscar voor productontwerp, de internationale IF Product Design Award.

Gedurfd een condoom in het verzorgingssetje? Welnee, het taboe rond het rubbertje moet er gewoon maar eens af. En wij weten heus wel dat onze bedden niet alleen maar gebruikt worden om in te slapen. Dan bieden we onze gasten graag het handigste, veiligste en meest comfortabele condoom. Hij is ook nog eens van eigen bodem. Kijk daar worden wij extra blij van.

Wonderlijk eigenlijk dat het bijna honderd jaar heeft geduurd voordat er een spectaculaire ontwikkeling in het ontwerp van condooms kwam. Terwijl het gehannes en gedoe met het rubber altijd heel veel ergernis tussen de lakens opleverde. Zoeken in het donker naar de goede kant, omdraaien, knijpen in het tuitje, er in blazen, en hem er nog niet makkelijk omheen krijgen. Je zou er een slappe van krijgen.

De Wingman is uit persoonlijke frustratie geboren. Eigenlijk in 2006 al. De Delftse ingenieur Adnan Tunovíc vindt na een wild weekeinde vol gehannes met het rubbertje, dat het anders moest. Te veel gedoe, te weinig gevoel en onveilig gebruik. Hij tekent zijn ideale condoom. En die krijgt rode vleugels en daarmee de naam Wingman. Hij is simpel met één hand om te doen.

Je pakt de vleugels, voelt wat de bovenkant is, duwt het condoom naar beneden en draait de vleugels die vanzelf loskomen weg. Twee seconden, langer duurt de onderbreking niet.

Samen met collega Paul Breur, die ook werktuigbouwkunde in Delft studeerde, ontwikkelt Adnan Tunovíc het Wingman condoom. De uitvinding van de eeuw, noemen tevreden gebruikers het product opgelucht. Eindelijk een condoom dat de pret niet bederft. In 2012 brengen ze de Wingman op de markt. Inmiddels wordt het condoom in bijna alle drogisterijen en in heel veel landen verkocht.

De bedenkers was het vooral om een nieuw concept voor veilige seks en seksuele beleving te doen. Ze zochten naar het makkelijkste, lekkerste en veiligste alternatief voor vrijen zonder condoom. De Wingman hoef je niet met je vingers aan te raken. Zo is er geen risico meer dat hij scheurt door bijvoorbeeld scherpe nagels. De Wingman is soepel en superdun. Het dunste materiaal dat voor condooms gebruikt kan worden. Je voelt hem amper. Vandaar dat Wingman de slogan *almost without* voert.

De Wingman wint in 2014 de IF Product Design Award en daarmee komt het oer-Nederlandse condoom in het rijtje van Apple, Nokia en Philips. Niet verkeerd toch? Ontdek of het een terechte winnaar is, maaruh…doe wel een beetje zachtjes voor de buren.

MIJN WINGMAN

CALVIN KAHLÉ

Marketing

Het Wingman Condoom. Niet het eerste product, waar je aan denkt als je een hotel gaat bezoeken. Het is eigenlijk zelfs een beetje apart. Want je ziet het nergens anders. Een condoom op het nachtkastje. Toch? Maar juist het feit, dat je het nergens anders ziet en dat het misschien een klein beetje shockeert is precies wat bij Gooiland past. Eigenwijs, eigentijds en anders dan de rest. Want ja, sex in een hotel is heel normaal. Sterker nog; onderzoek wijst uit dat mensen in een hotel tijdens een vakantie vaker sex hebben dan thuis. Dus ja.. Dan is het opeens niet zo raar meer. Toch? Als het dan ook nog eens een condoom is dat zo vooruitstrevend is dat het een prijs heeft gewonnen, past het eigenlijk perfect bij Gooiland. Heel gewoon dus.

EN TOEN WAS ER LICHT

MIJN LAMPJE

MARC VLAAR

Directeur Vlaar Techniek

Misschien is je opgevallen dat de kamernummers in Hotel Gooiland niet plat op de kamerdeur zijn geschroefd? Nee, wij hebben er voor gekozen de nummers te plaatsen op een wandlampje naast je kamerdeur. Een lampje, geïnspireerd op het radiobuis-lampje dat je terugvindt in oude retro radio's. Een subtiele verwijzing naar Hilversums roemruchte radioverleden. Voor de uitvoering van dit ontwerp tekent Marc Vlaar (38), eigenaar van het Hilversumse bedrijf Vlaar Techniek, specialist in elektrotechniek, telecommunicatie, beveiliging en installatiewerkzaamheden.

Dat Vlaar een grote rol kreeg toebedeeld bij de inrichting van het hotel (hij verzorgde niet alleen de wandlampjes, maar ook de verlichting in onder meer de lobby, de ontbijtzaal en de hotelkamers) voelt voor hem heel natuurlijk. "Ik loop hier al vanaf mijn zeventiende rond. Toen werkte ik hier voor mijn oude baas al in de elektrotechniek. Ik ken het pand als m'n broekzak."

Sowieso is Gooiland er voor hem altijd geweest. "Ja, ik ben een geboren en getogen Hilversummer. Daarom vond ik het ook zo te gek om aan dit project mee te werken. En ik niet alleen, alle installateurs die hier bezig zijn geweest vonden het super. Het is een bijzonder project, daar wil je graag over praten."

Terug naar het wandlampje, voorzien van cijfers uit het eigen Gooiland-alfabet. "Mooi hè, met die punt er nog tussen. Dus kamer 3 punt 02, en niet 302 aan elkaar. En dat spiraaltje in de lamp. Ja, het zit 'm in de details."

Toen duidelijk was dat het creatieve team een lampje wilde dat deed denken aan een retro radio, ging Vlaar op zoek. "Prachtig om te doen. Ik ben dan misschien wel technicus, maar creatief ben ik ook."

Vlaar is er voor honderd procent van overtuigd dat een verlichtingsplan een ruimte kan maken en breken. "Zonder licht is een ruimte niets. Met licht komt het warme gevoel. Klanten zien het vaak pas als ik een demo opstel. 'Ja, dit is precies wat ik bedoelde', zeggen ze dan."

GISPEN SILHOUET

De bedlampjes in de hotelkamers van Gooiland dragen officieel de naam Gispen Outline Tafellamp. Eén ding valt direct op: er zit geen draadje, kapje, knopje of snoertje teveelaan. Alle opsmuk is weggehaald.
De ontwerper is helemaal teruggegaan naar de essentie. Alleen de contour van een lamp is overgebleven, waarmee ook de naam van dit design is verklaard: Outline. Overbodig te melden dat juist die minimalistische vormgeving, dat functionele, pure en eenvoudige naadloos past in het interieur van Hotel Gooiland.

Leuk om te weten: de lamp is vervaardigd van 100% recyclebaar staal in de CO2-neutrale Gispen-fabriek. Daarmee is de lamp ook een toonbeeld van minimaal materiaalgebruik.

Het is ontwerper Peter van de Water die tekent voor de Gispen Outline Tafellamp. Hij studeerde in 1994 af aan de kunstacademie St. Joost te Breda in de richting architectonische vormgeving. Zijn ontwerpen onderscheiden zich door hun intelligente eenvoud, altijd gebaseerd op één sterk idee dat hij vervolgens zorgvuldig heeft uitgewerkt.

TONONE BOLT

Nog zo'n fraai staaltje van Dutch Design: de Tonone Bolt Lamp. Dit ontwerp is op verschillende plekken in het hotel terug te vinden. Wat zo gaaf is aan de hele lampenserie 'Bolt' is de hoofdrol die is weggelegd voor de vleugelmoer. Deze ambachtelijke schroefsleutel is in iedere lamp duidelijk zichtbaar, terwijl de functie evident is: het aanpassen van de stand van de lamp. Techniek en design. Het komt schitterend samen in deze Tonone Bolt Lamp.

De ontwerper heet trouwens Anton de Groof. Hij is oprichter van bureau Tonone in Den Bosch. Zijn hele creatieve team (onder andere bestaande uit ontwerpers en lokale ambachtslieden) deelt dezelfde passie: traditionele mechanica en ambachtelijk gereedschap gebruiken als uitgangspunt voor hedendaagse ontwerpen. Het resultaat: een stoere, industriële lampen-serie die teruggaat naar de basis.

Dus gebruik je straks dat ogenschijnlijk simpele lampje, let dan eens op die tot in detail doordachte eenvoud. En geniet van onvervalst Dutch Design.

DE GOOILAND STOEL

DE MACHINEKAMER

Oud ontwerp in een nieuw jasje. Zo kun je de stoelen in Hotel Gooiland het best typeren. De eetkamerstoelen, de fauteuils, de tafels en de krukken in de lobby en in de hotelkamers; ze komen allemaal van De Machinekamer, een bedrijf uit Zaandam dat is gespecialiseerd in oud en nieuw vintage design.

Pronkstukken zijn de fauteuils in de lobby, geïnspireerd op een oude buisstoel. Het oorspronkelijke exemplaar werd onlangs gevonden, diep in de kelder van Gooiland, onder een dikke laag stof. Na uitvoerige bestudering bleek het om fauteuil te gaan die architect Meertens decennia geleden speciaal voor Gooiland had ontworpen. De stoel was niet meer bruikbaar, maar heeft nu wel model gestaan voor zes spiksplinternieuwe, unieke exemplaren, ontwikkeld door de ontwerpers van De Machinekamer. Olger Blasé van De Machinekamer: “Het zijn geen kopieën maar geven wel precies de sfeer weer van toen. Door de bekleding, de kleurkeuze, de behandeling van het frame hebben de stoelen toch een heel moderne look.” Dit geldt ook voor de andere buisstoelen in het hotel. Ze zijn alle bekleed met speciaal voor Gooiland geselecteerde stoffen. ”De eetkamerstoelen zijn Dykmeyers, type Purmer, vertelt Olger Blasé: “We hebben wel een kleine aanpassing gedaan aan het oorspronkelijke ontwerp: er is een knikje gemaakt in het frame zodat ze beter stapelbaar zijn. ”Olger Blasé begint de zaak tien jaar geleden samen met zijn compagnon Rick Vroling. De mannen studeren nog als ze de eerste Gispen-kantoorstoelen op de kop tikken. Het lukt ze om de stoelen helemaal op te knappen en te verkopen via Marktplaats. Het zal het begin zijn van een flinke handel tweedehands buisframe stoelen. Al snel valt hun oog op vintage design meubelen uit de jaren ‘30 tot ‘80. Als de twee op vakantie zijn in Noorwegen verliezen ze hun hart aan Scandinavisch design. Ze komen terug in Nederland met een auto vol meubels. Hun hobby is dan hun passie geworden. De zelfontdekte business loopt zo goed, dat vanuit huis werken al snel geen optie meer is. De mannen betrekken een oude machinekamer (vandaar de naam) van een agrarisch bedrijf in Hem (West-Friesland). Inmiddels is De Machinekamer gehuisvest in de voormalige bedrijfsgarage van de Bruynzeel-fabriek. Hier is alle ruimte voor het uitstallen van de gigantische collectie design klassiekers, maar ook voor restaureren en stofferen, en voor het ontwerpen van nieuw design. Dus, ben je onder de indruk van de stoelen van Gooiland? Check dan De Machinekamer in Zaandam.

MIJN STOEL

RENSKE MARRES

Assistent Manager

Een eigen Gooiland stoel. Hoe gaaf is dat. Een pronkstuk, een statement en een uniek item. In onze lobby, het hart van Gooiland. De plek waar menig bekende Nederlander kwam voor een heerlijk avondje uit. En als je na al die uren dansen niet meer op je voeten kunt staan, duik je gewoon in de Gooiland stoel. Comfortabel, praktisch, makkelijk en Gooiland waardig. Je ziet hem alleen hier. Want hier past hij. De kleur? Rood natuurlijk. Precies passend bij de kleuren van Gooiland. Zitten maar en relax. Want daar is een stoel tenslotte voor.

PHILIPS FÖHN & TV

MIJN FÖHN

INGE KUIZENGA

Front Office Manager

‘Als je haar maar goed zit, babe, dan zing je yippy-a-yee. Het is een oudje dit liedje van Vulcano, maar de boodschap is nog hartstikke actueel. Een perfect kapsel geeft je zelfvertrouwen, je voelt je goed. Natuurlijk kan je kapper je haar als de beste stylen. Hoe doet ze dat toch? Maar ook op reis moet het lukken. De kans op een bad hair day is in Gooiland in ieder geval klein. Grijp de föhn en drogen maar. Een föhn van Philips natuurlijk. We gaan wel voor het beste. Nederlands product van bewezen kwaliteit. Dat klinkt goed hè.

Bij Philips denk je waarschijnlijk meteen aan Eindhoven, de lichtstad. Maar wist je dat ook Hilversum een stevige band heeft met het bekende Nederlandse bedrijf? Een band die honderd jaar terug gaat. Hotel Gooiland bestond nog niet eens. Het is Philips dat aan de wieg staat van Hilversum als Mediastad. In bijna ieder land zetelt de nationale omroep in de hoofdstad. Hier niet. Hier groeit een vredig en groen schapendorp uit tot het kloppend hart van de radio- en televisiewereld. Hoe dat zit?

Het is 1918 als de Nederlandsche Seintoestellen Fabriek (NSF) zich vestigt in een voormalige weverij aan de Groest in Hilversum. Op een steenworp afstand, nog geen 200 meter, van Hotel Gooiland. Een paar grote Nederlandse reders richten de fabriek in dat jaar op omdat de Engelse fabrikant Marconi door de Eerste Wereldoorlog geen seintoestellen voor hun schepen kan leveren. Ze kiezen voor Hilversum omdat hier volop goedkope bouwgrond is en er zijn voldoende arbeiders beschikbaar. In 1925 neemt Philips de NSF over en al snel rollen er duizenden radio-ontvangers van de band. Er wordt vanuit de Hilversumse Philipsfabriek volop geëxperimenteerd met radio-uitzendingen. Lekker pionieren met jazz vanuit het roemruchte Larense hotel Hamdorff.

Mooi toch, zo’n klein lesje ondernemers-geschiedenis? Dan kijk je misschien ineens met heel andere ogen naar het Philipslogo op de föhn in de badkamer en het televisietoestel in de hotelkamer. Geen toeval dus dat we nou net voor dat merk gekozen hebben. Philips hoort gewoon bij Hilversum. Daar zijn we best trots op.

SONOS

Bij Sonos hebben ze een missie. Ze willen dat mensen thuis het werk neerleggen, hun laptops wegstoppen en weer met veel plezier voluit naar muziek gaan luisteren. ‘Waking up The Silent Home’, noemen ze dat bij Sonos. Want van muziek kikkert een mens op. Maar dan moet je natuurlijk wel een beetje goed geluid hebben.

Luidspreker- en streamingexpert Sonos, vindt dat iedereen het beste verdient als het om muziek luisteren gaat. Waarom zou je je iPhone nog langer in een mok stoppen om er wat meer geluid uit te halen? Samen je oordoppen delen is romantisch maar blijft natuurlijk behelpen.

Sonos maakt het simpel. Met krachtige draadloze geluidssystemen die door het hele huis aangelegd kunnen worden. Strak en tijdloos vormgegeven. Het enige dat je nodig hebt is wifi. Streamen maar. En ontdek de liefde voor muziek opnieuw.

Sonos is een jong Amerikaans bedrijf, opgericht door ultieme muziekliefhebbers in 2002, en toch is het al één van de invloedrijkste audiobedrijven op deze planeet. Het is een merk dat inmiddels heel wat mensen terug naar audio heeft gelokt. Dan ben je goed bezig. Leuk weetje: het Europese hoofdkantoor van deze streamingpionier zetelt gewoon hier in Hilversum.

Hotel Gooiland is nu even je tijdelijke thuis, dus leg inderdaad die laptop eens weg, ga naar je favoriete playlist van Spotify en doe je ogen dicht. Luister en geniet.

MIJN GELUID

PETROY BLAAUW

General Manager

Muziek. Goed geluid. En het juiste volume. Niet te zacht, niet te hard. Het is ontzettend belangrijk. Geluid is het belangrijkste middel om emotie over te brengen. Vroeger waren we vaak heel lang bezig om het geluid goed af te stemmen en in te regelen voor evenementen. Nu gaat het een stuk eenvoudiger en dat komt door de juiste apparatuur. Die van Sonos. Geen stress meer voor een optimaal geluid. En dat is een geluid dat zo goed en subtiel verspreid wordt dat je niet eens hoort waar het vandaan komt. Ik ben enthousiast. Wat we draaien? Wat de gasten willen natuurlijk. U vraagt, wij draaien. Uh eigenlijk Sonos dus…

ASYMMETRIE IN BALANS

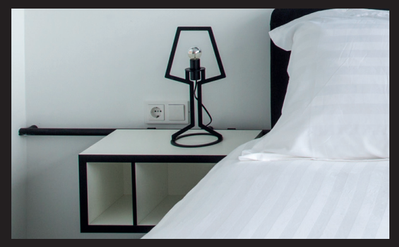
“Toen we gingen kijken en inmeten in hotel Gooiland ontdekten we dat van de 56 hotelkamers er bijna niet één dezelfde vorm en afmetingen had. Het zijn 23 verschillende typen kamers die ieder hun eigen indeling en op maat gemaakte meubels nodig hebben”, zegt architect Meyke Kooijman van bureau BFW.
Zij maakte de indelingsvoorstellen van het hotel en is de ontwerper van de opvallende zwart-witte wandmeubels, nachtkastjes en badmeubels in de kamers, het ontbijtbuffet en de receptie-bar in de lobby. Asymmetrisch in balans, open, lucht en licht en doorgaande lijnen, passend bij het gebouw van ontwerper Jan Duiker, maar wel eigentijds en multifunctioneel..

“Een uitdaging door al die verschillend ingedeelde kamers”, lacht Kooijman. “De nachtkastjes bewegen over een ronde stang aan de muur. Zo kunnen de bedden gemakkelijk uit elkaar worden geschoven zonder met de nachtkastjes te sjouwen. Aan de ene kant een liggend nachtkastje aan de andere kant een staand kastje. Die asymmetrie is ook doorgevoerd door voor twee verschillende lampjes te kiezen.“

De wandmeubels in de kamers zijn verbluffend compact en functioneel. Alles gebeurt op een paar vierkante meter. Ook hier weer asymmetrie en lucht en licht dat zo kenmerkend is voor het Nieuwe Bouwen. Aan één kant een rek om kleding op te hangen en twee open vakken om kleding neer te leggen. Een lade voor ondergoed en sokken en onderop ruimte om je koffer neer te zetten. Aan de andere kant van het bureau volop ruimte voor koffie, thee en een plantje.

Meyke Kooijman kende complex Gooiland wel, maar was nooit binnen geweest. “De grootte. Die viel me meteen op. Verrassend open en heel ruim. Maar de inrichting was niet meer van deze tijd; vergane glorie. Dat kan alleen maar beter worden, dacht ik.”

Met de kwaliteit van het complex is niks mis. “De structuur is goed. Het kan nog een hele tijd mee. Door de kolommenstructuur is het een ideaal pand om te verbouwen. Je kunt vloeren en wanden gemakkelijk wegslopen. Het gebouw is ook ontworpen om multifunctioneel te kunnen gebruiken en mee te groeien met de tijd. Dat is het Nieuwe Bouwen.”
Meyke Kooijman kijkt terug op een prachtige maar ‘krankzinnige’ klus. “Een complete verbouwing in zo’n korte tijd, dat kan helemaal niet. En toch is het gelukt dankzij een fantastisch bouwteam. Avonden en weekeinden gingen we door. Samen Christmas carols zingend. Die spirit, dat heb ik nog nooit meegemaakt.”



MIJN KAST

LINDA SMEES

Projectmanager

De kledingkast in een hotel is meestal een fantasieloos geval. Gewoon een paar schuifdeuren, wat hangers en als je pech hebt een stofnest in de hoek. De kasten van Gooiland zijn een ander verhaal. Sterker, onze kasten hébben een verhaal. Ze zijn speciaal voor ons ontworpen en alles wat Gooiland bijzonder maakt komt erin terug. Asymmetrie, lucht en licht. Lekker transparant dus. Nou vooruit voor je sokken en onderbroeken hebben we een la. In de zwarte strakke lijnen herken je wellicht de stijl van schilder Mondriaan. En die heeft een speciale band met Gooiland. Ooit verkocht de gemeente Hilversum een Mondriaan om het complex op te kunnen knappen.

PLU

Nederland en regen. Of je het nu leuk vindt of niet… die twee horen bij elkaar. Met de paraplu van Senz (puur Hollands design) doorsta je alle stormen. Geen gehannes met omklappende plu’s. Senz houdt stand in weer en wind en ziet er kek uit.

KAARSJE

& Klevering. Dat is Dutch design met een twist: tulpenvazen en deurknoppen in Delfts blauw; gele bananen kaarsen en roze spaarvarkentjes. In onze lobby vind je sfeervolle waxinehoudertjes. Brandt het kaarsje, dan lichten de Amsterdamse geveltjes op.

KNUFFEL

Takkie heet deze knuffel. Het lieve, ondeugende hondje speelt een rol in de iconische reeks Jip en Janneke van Annie M.G. Schmidt, de beroemde Nederlandse kinderboekenschrijfster. Te koop bij de receptie, ook handig als je je knuffel bent vergeten… Echt Hema trouwens.

HOEPEL OP!

Hoepelen? Jazeker! Geneer je niet, en pak die hoepel die in je hotelkamer ligt. De bedenkers van deze ‘body hoop’ beloven dat je al hoepelend in no time over een strakke buik en slanke taille beschikt. Ga voor instructies naar: https://www.bodyhoop.nl

BRILLETJE

Bijna niemand ontkomt er aan: een leesbril. En als het dan toch zo ver is, dan toch liever een hip brilletje op de neus, toch!? Al bekend met het Amsterdamse brillenmerk Ace & Tate? Mooie strakke designs voor 98 euro. Het concept is glashelder, om in de brillen-vocabulaire te blijven.

TUIMELEN EN OPTREKKEN

LUXAFLEX
MERKNAAM ALS SOORTNAAM

Een stijlicoon voor het raam. Zo omschrijft Silvia Jagtenberg van Luxaflex Nederland de mat zwarte horizontale jaloezieën van Hotel Gooiland. Alle 56 hotelkamers zijn inmiddels van deze raambekleding voorzien, wat goed is voor ruim vijftienduizend meter lamel. En de ramen van de Schouwburg, de ontbijtruimte en de foyer volgen binnenkort. “Gooiland en Luxaflex; die twee passen perfect bij elkaar. Vijftig millimeter brede aluminium horizontale lamellen. Dit ontwerp hangt nu in elke hotelkamer. Het leuke is dat Luxaflex halverwege de vorige eeuw juist hiermee groot is geworden.”

Het is 1951 als Hunter Douglas (het moederbedrijf van Luxaflex) de horizontale jaloezie lanceert op de Europese markt. Deze lichtgewicht aluminium lamellen worden Luxaflex gedoopt. Vanaf dat moment zal het product een dominante positie innemen in menig interieur. Sterker nog; zestig jaar later is Luxaflex wereldmarktleider en heeft het merk een naamsbekendheid van 98 procent.

Silvia Jagtenberg: “Dat is ongekend. Ons hoofdkantoor staat nog altijd in Rotterdam en is vertegenwoordigd in ieder continent. Wat niet iedereen weet is dat Luxaflex - naast de horizontale jaloezieën - nog veel meer verschillende soorten raamdecoratie produceert. Denk bijvoorbeeld aan de populaire Duette Shades, de Silhouette Shades, maar we zijn ook groot in buitenzonwering en horren.”

Tuimelen en optrekken
Dat Hotel Gooiland heeft gekozen voor de originele aluminium jaloezieën van Luxaflex - al zestig jaar een vertrouwd product - is voor Silvia Jagtenberg eigenlijk logisch. “Wat betreft de keuze voor dit product zaten we echt op één lijn. Naast de zo herkenbare, strakke lijnen, heeft de horizontale jaloezie ook de mogelijkheid om te spelen met licht. Dat doe je door de lamellen op te trekken, of door ze te tuimelen. Zo bepaal je niet alleen zelf welke lichtinval je prettig vindt, je kunt ook de mate van privacy naar je eigen hand zetten”, legt ze uit. “Wat ik zo leuk vind aan het concept Gooiland is dat het creatieve team op zoek is gegaan naar de historie. Het hele pand is teruggebracht in de oorspronkelijke staat, met een knipoog naar het nu. Dat vind ik een mooie prestatie. Luxaflex past, zeker met die stoere, zwarte jaloezieën, gewoon heel goed in Gooiland.”

Luxe en power
Ze is zeer te spreken over de keuze voor zwart. “Met zwart maak je een stijl-statement. Je laat zien dat je durft uit te pakken. Je maakt een duidelijke keuze voor design. Het staat ook voor power, en voor luxe. Heel krachtig!

MIJN LUXAFLEX

JURIAAN COUPERUS

Sales Representative

Onze kamers zijn niet compleet zonder goede verduistering. En daar zorgen wij voor met de perfecte raambekleding. Slapen en wakker worden doen wij namelijk met Luxaflex. Ik ben er net als heel veel Nederlanders groot mee geworden. Een echte klassieker die ik vroeger voor mijn slaapkamerraam had hangen. De Luxaflex in Gooiland is zwart, stijlvol en er komt echt geen streepje daglicht meer naar binnen. Dat is lekker in slaap vallen als je overdag een powernapje wil doen. Als je juist wil genieten van het daglicht zet je de horizontale lamellen in de juiste stand. Moet je eens zien hoe mooi het licht dan de kamer invalt. Waarom heb ik ze eigenlijk thuis niet meer…

SPELEN
MET LICHT

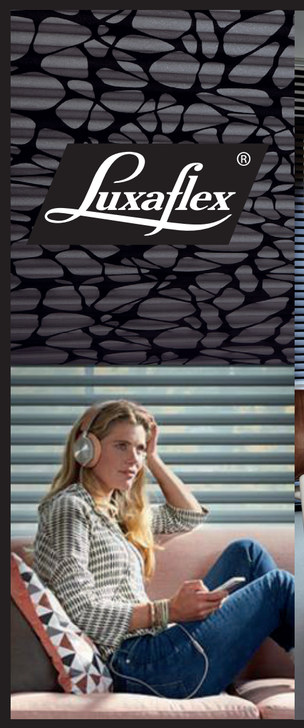
Daarnaast geeft zwart ook een behaaglijk gevoel. Het omarmt je als het ware. Het mag dan een hard materiaal zijn, het is zeker niet kil. Dat komt ook door die matte variant waar in Gooiland voor is gekozen.”

Slimme raambekleding
Het besparen van energie is wellicht niet het allereerste dat je te binnen schiet als je aan raambekleding denkt. En toch is het een issue om serieus te nemen. Luxaflex zet hier vol op in. De productlijn Duette Shades wordt door Luxaflex ook wel getypeerd als het antwoord op de energiecrisis van eind jaren zeventig. Men heeft dan al in de gaten dat goede raamdecoratie de warmte in huis houdt, en de kou juist buiten. Andersom geldt eigenlijk hetzelfde. In de lente is het nog wel fijn om de zon volop binnen te laten schijnen, als natuurlijke licht- en warmtebron. Maar wordt het echt zomers heet, dan wil je die warmte juist buiten houden, zodat je binnenshuis geen extra ventilatoren of airco’s hoeft aan te zetten. Allemaal zaken die je uiteraard één-op-één terugziet in het energieverbruik. Ander voordeel van Luxaflex is de mogelijkheid om zo lang mogelijk te kiezen voor natuurlijk licht en het gebruik van kunstlicht langer uit te stellen. Ook dit zie je terug in je energierekening.

Gerecycled aluminium
Niet alleen energiebesparing is een item waar Luxaflex al decennia mee bezig is. Ook recycling krijgt alle aandacht binnen het bedrijf. “Onze horizontale jaloezieën worden gemaakt van 98 procent gerecycled aluminium. Dat is hartstikke veel. En dat gebeurt allemaal in de fabriek, hier in Rotterdam. We werken altijd volgens de hoogste kwaliteitsnormen en passen de allernieuwste ontwikkelingen toe zoals volledig programmeerbare besturingssystemen, bedienbaar vanaf je tablet of telefoon. Kortom”, zo vat Silvia Jagtenberg één en ander nog even samen, “kies je voor een product van Luxaflex dan kies je voor duurzaamheid, zonder in te boeten aan kwaliteit.” Luxaflex? Dat is slimme raambekleding!

Horren voor Malawi
Natuurlijk staat ook Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen bij Luxaflex op de agenda. Het bedrijf ziet het als een plicht om te kijken naar de wereld om zich heen en heeft ontdekt dat ‘iets doen’ soms eigenlijk best eenvoudig is.

Eén van de projecten waar Luxaflex zich in samenwerking met Cordaid Memisa voor inzet is de strijd tegen malaria in Malawi. Deze ziekte is één van de belangrijkste doodsoorzaken onder zwangere vrouwen en jonge kinderen in Afrika. “Door zoiets simpels als het plaatsen van een hor in kraamklinieken, ziekenhuizen en scholen in de omgeving van Malingunde in Malawi worden levens van deze kwetsbare mensen gered”, legt Silvia Jagtenberg van Luxaflex uit. “En horren, ja, daar zijn wij goed in. Wij Nederlanders willen absoluut geen vliegjes in huis. Daarom zijn wij wereldwijd kampioen in horren plaatsen. In Afrika kan het plaatsen van een hor het verschil maken tussen leven en dood. Helpen in de strijd tegen malaria voelt voor ons dus heel logisch. En het werkt simpel. Schaf je een hor aan van Luxaflex dan draag je bij aan onze samenwerking met Cordaid en help je mee met het weren van malariamuggen uit de klinieken.”



FORBO

MARMOLEUM? HET MAG WEER!

Hij is verslaafd aan marmoleum. “Gewoon, omdat het alles in zich heeft”, zegt Udo Weijkamp van de firma Forbo Flooring Systems: “Het is schoon, mooi, gezond en fris en dus ideaal om in te wonen, te werken, te leren of te leven. Dat zegt toch alles?”

Dat Hotel Gooiland voor de vloeren met het meer dan honderd jaar oude bedrijf uit de Zaanstreek in zee is gegaan, is in de ogen van Weijkamp volkomen logisch. “Het klopt gewoon allemaal. Wij noemen onszelf ook wel ‘De Hollandse Meesters’. Puur omdat onze producten al decennia in Nederland worden gemaakt. We hebben hier op de Zaanse Schans nog een molen staan die de pigmenten voor ons maakt. En daarmee zitten we dus helemaal in het straatje van het creatieve team van Hotel Gooiland. Bovendien zetten wij - net als Gooiland - vol in op duurzame en milieuvriendelijke producten.”

Even voor het goede begrip: Linoleum (dat is de soortnaam, marmoleum is een variant) is gemaakt van lijnolie, afkomstig uit lijnzaad. Als de lijnolie is ingekookt, is afgekoeld en hard geworden, wordt de massa vermengd met boomhars, houtmeel, kalk en eventueel pigmenten. Vervolgens wordt het op de rug van een jutedoek geperst. Het resultaat is een ijzersterke vloerbedekking gemaakt uit enkel natuurlijke grondstoffen. “Oersterk, zeggen we altijd. Daarom zeer geschikt voor ziekenhuizen en scholen. Dat zijn ook de plekken waar iedereen het van kent.

En van gutsen. Je weet wel, dat leerde je vroeger op school bij handvaardigheid. Dan kreeg je een guts, een hol mesje eigenlijk, en daarmee sneed je een vorm in het linoleum. Zo maakte je je eigen kunstwerkje. Dat is gutsen. Zie je wel, je weet het weer. Het mooie is: iedereen die ik aan gutsen herinner krijgt een glimlach om z’n mond. Pure nostalgie.”

Dat je met deze zoete herinnering niet de grootste linoleum fabrikant ter wereld wordt en blijft, mag duidelijk zijn. Daarom besluit Forbo, ook onder druk van de veranderende marktomstandigheden, het roer om te gooien en actief nieuwe markten te gaan verkennen. “Dat werd de particuliere markt. Om die doelgroep aan te spreken, moesten we innoveren, moderniseren, met nieuwe dessins komen, nieuwe kleuren. Vergrijsd beton bijvoorbeeld, of houtlook. Alles kan met dit product.”

Het blijkt een gouden greep. Hippe designers omarmen het oer-Hollandse, duurzame product met z’n strakke, pretentieloze, stoere uitstraling. Net als winkelbedrijven, horecagelegenheden, vakantieparken, en ja, hotels. Natuurlijk vindt Weijkamp het fantastisch dat Forbo de vloeren van Hotel Gooiland mocht leggen: “Maar het belangrijkst is hoe de mensen die er werken het ervaren, en de mensen die er komen logeren. Ik weet honderd procent zeker dat het op beide groepen een zeer positieve uitwerking heeft.”

MIJN LINOLEUM

MEYKE KOOIJMAN

Architect

Linoleum, ook wel marmoleum genoemd, van Forbo bestaat als sinds 1900 en kom je overal tegen.

Ook Duiker en Bijvoet pasten het in 1936 toe in Gooiland, waarvan we nog enkele stukken in een grijstint gevonden hebben.
Als architect pas ik het vaak toe; het is een natuurproduct, verkrijgbaar in alle kleuren en onverslijtbaar: dus erg duurzaam.

En in het hotel is wederom, anno 2017, grijs linoleum toegepast: een mooie strakke tijdloze vloerafwerking.

GREEN FORTUNE

VERTICAAL GROEN

Het moet je opgevallen zijn bij het binnenstappen van de lobby. Die geur van een frisse tuin na een lekkere zomerse regenbui. Subtiel, maar net genoeg aanwezig. Het is de natuurlijke geur van onze levende groenwand. De verticaal bloeiende tuin is één van de blikvangers van het hotel.

Vijftig vierkante meter planten op de wand, aangelegd door Eelco Schutters en zijn collega’s van Green Fortune uit Amsterdam. Toen Gooiland-directeur Philip Lamers alle plannen voor de renovatie van het hotel onder ogen kreeg wist hij één ding zeker. Die plantenwand komt er. Zo frissen we de boel letterlijk op en we zitten nu eenmaal middenin het prachtige, groene Gooi. Dat laten we graag zien in het hotel. Groen geeft je gewoon een goed gevoel, je wordt er blij van. Dat verzinnen we niet zelf. Dat blijkt uit serieuze onderzoeken.

Ruim 1.500 planten zijn in de groene muur verwerkt. Ook in de vier suites van het hotel zijn in de badkamers levende plantenwanden aangelegd. Ze geven je het luxe gevoel dat je in de verkwikkende buitenlucht in bad stapt.

“Een superleuke klus”, zegt eigenaar Eelco Schutters van Green Fortune dat eerder groenwanden aanlegde bij Nike, Ikea, de NS en de Rabobank. “Die waren een stuk kleiner hoor. Dit is echt gaaf. Het is bijzonder omdat Hotel Gooiland een prachtig monument is. We werken graag in gebouwen met grote architectonische waarde. Vaak is dat nieuwbouw.

Nu eens een keer niet. Dit is een uitdaging omdat het een oud gebouw is.”

De verticale tuinen van Green Fortune bestaan uit een geniaal systeem. Schutters legt het uit: “Op de muur brengen we zwarte bekleding aan die bestaat uit honderden kleine zakjes met gerecyclede verhuisdekens aan de binnenkant. In ieder zakje wordt op een laagje korrels een plantje met kluit geplaatst. In Gooiland hebben we zo’n 25 soorten subtropische planten gebruikt die je ook in elke huiskamer tegenkomt. Vingerplant, klimvijg, vredeslelie, Philodendron Scandens.”

De plantjes, in verschillende kleuren groen met hier en daar wat rood, zijn in patronen verwerkt zodat het geen groot saai vlak wordt. Lastig water geven die plantjes op de hoge wand? Nee hoor. In de muur zijn druppelleidingen verwerkt die de planten permanent van water en voedsel voorzien. En eens per maand komt Green Fortune langs voor het onderhoud.

Groen werkt rustgevend en stressverlagend.
Die kennis stamt al uit de tijd van de jagers en verzamelaars. Groen betekende voedsel en water en dus geborgenheid en veiligheid. Niet voor niets zoeken steeds meer ziekenhuizen voor een nieuwe locatie de natuur op. Groen geneest.

Maar ook je hersenen werken beter en sneller met groen in de buurt. In alle kamers van Hotel Gooiland staan echte planten. Bij ons word je slapend slim!

MIJN GROENWAND

HELEN DE GROOT

Projectmanager

Ik hoor het iedereen nog zeggen… Een groenwand? Met echte planten? In een hotel? Kan dat wel? Ja tuurlijk kan dat, dacht ik. Want ja, wij doen het nou eenmaal anders en zo sluiten wij perfect aan bij de Gardens of Amsterdam. En helemaal toen ik het eindresultaat zag, was ik verkocht. De greenwall in de lobby vormt het groene hart van Gooiland, waar je letterlijk de frisse lucht en fijne geuren opsnuift. Het is elke keer weer een feestje om er te komen. Voor een afspraak met klanten of gewoon een uurtje werken zonder gestoord te worden. Die greenwall, die wil ik thuis ook wel. Ik zoek dan alleen nog iemand die hem zo nu en dan komt bijknippen. Vrijwilligers?

RUSTGEVEND & STRESSVERLAGEND

VOELT OOK ALS MIJN VISITEKAARTJE

KLUSSEN
OP MEGASCHAAL

“Gek he”, zegt aannemer Tim van der Lugt (28): “Ik ben een rasechte Hilversummer en was toch nog nooit in Gooiland geweest.” Inmiddels komt de man die de megaverbouwing van het hotel deed er heel regelmatig over de vloer. “Ik spreek vaak met leveranciers af in de lobby. Prachtig om dan al die *oh’s* en *ah’s* te horen. Ik ben trots op het resultaat. Het voelt ook echt als mijn visitekaartje”, lacht Tim van der Lugt, eigenaar van VDL Bouw en Onderhoud uit Hilversum.
Een bijzondere en hele gave klus, zo noemt de aannemer de verbouwing van Hotel Gooiland, die hij in een waanzinnig recordtempo uitvoerde. “Toen ik voor het eerst door het complex liep wist ik dat ik deze klus koste wat kost wilde doen. Een prachtige opdracht in mijn eigen woonplaats. Er was de afgelopen decennia niet veel gedaan viel me op. Er moest meer gebeuren dan een likje verf of een nieuw behangetje. De verbouwing moest grondig gedaan worden. Gelukkig zag Philip Lamers, de directeur van het hotel,
dat ook zo.”

Dat het om een monumentaal pand gaat gaf de opdracht extra sjeu. “Het is met een visie neergezet door Duiker en die moet behouden blijven.” Voor de verbouwing schakelde Van der Lugt veel onderaannemers en zzp’ers in. Ook allemaal uit de directe omgeving van Hotel Gooiland. Op hoogtijdagen liepen er wel 40 tot 50 mannen. Vloerenleggers, timmermannen, schilders, tegelzetters. “We hadden heel snel met elkaar het teamgevoel te pakken. Dat komt omdat je met allemaal lokale partijen werkt. We kennen elkaar.”

In amper twaalf weken heeft Van der Lugt de klus geklaard. “Eigenlijk onmogelijk natuurlijk. Er moest zoveel gedaan worden. Slopen, nieuwe wanden, nieuwe badkamers, nieuwe deuren, het hang- en sluitwerk vervangen, de vloeren gieten, stofferen, elektra vernieuwen. Er zijn mooie merken en materialen gekozen voor de verbouwing. Dat is wel heel lekker werken. Maar ook een uitdaging. Neem de mat zwarte thermostaatkranen van Hot bath. Prachtig, maar een krasje en je ziet het meteen. Voorzichtig werken dus.” Met Nederlandse kwaliteitsmerken als Mosa (tegels), Sphinx, B Dutch (baden in de suites), Forbo op de vloer en zachte karpetten van Leoxx passen de kamers helemaal binnen het Dutch Brands Hotel concept.

De wanden in de kamers zijn glad en wit gestuukt. “Voor het industriële effect hebben we in elke kamer een wand in betonlook gemaakt. Dat was even zoeken naar het juiste cementachtige materiaal. Er zit altijd wat beweging in de wanden. Dus je moet oppassen voor scheuren. Maar het is allemaal gelukt.” Soms gelooft de aannemer amper dat de renovatie echt in een kleine drie maanden gefixt is. “Echt gekke dingen zijn we niet tegengekomen. Het is een pand met een oerdegelijke basis.” Lachend: “Een paar slapeloze nachten heb ik wel gehad. Toen alles klaar was hebben we met zijn allen een klein glaasje gedronken.”

MIJN VERBOUWING

TIM VAN DER LUGT

Hoofdaannemer

“Ik rijd bijna dagelijks een keer langs Gooiland en dan kijk ik even tevreden naar het resultaat van de verbouwing. Ik voel me trots. We hebben met het bouwteam echt een grote prestatie neergezet. In zo’n korte tijd zo’n klus klaren. Dat vraagt om goed teamgevoel. En dat was er. Iedereen was bereid om ‘s avonds en in de weekeinden door te werken. Op vrijdagmiddag stond Philip Lamers met een blad bier en bitterballen voor onze neus. Om ons een hart onder de riem te steken, moed in te spreken en zo buffelden we lekker door.”

BROUWERIJ ’T IJ

Het aantal liefhebbers van speciaalbier groeit nog altijd. Een trend waar wij maar al te graag op inspelen. Dus gek op ambachtelijk en met liefde gebrouwen bier? Dan ben je bij ons aan het goede adres. Wij schenken Amsterdams bier van Brouwerij ‘t IJ. Een Zatte bijvoorbeeld (een wat zwaarder blond bier) of een Natte (een zacht donker bier). Ook lekker: een Flink (de soepele dorstlesser). Tip: bezoek het proeflokaal van de brouwerij, gevestigd in het voormalig Gemeentelijk Badhuis Funen aan de Funenkade in Amsterdam. Pik je meteen een molen mee. Deze hoort niet bij het pand, maar zorgt wel voor een mooi, oer-Hollands plaatje. Ook leuk: een rondleiding door de brouwerij: iedere vrijdag, zaterdag en zondag om 15 uur.

ZURE GEZICHTEN

Amsterdams tafelzuur? Nou, dat zijn Amsterdamse uitjes en augurken bijvoorbeeld. Ingelegde groenten dus. In Amsterdam zetelt sinds 1948 de firma Kesbeke, groot geworden met handgepelde uien. Charles Kesbeke (grootvader van de huidige directeur Oos) is in dat jaar vanuit Zeeland naar de hoofdstad verhuisd. Hij ontdekt dat Amsterdammers hartstikke gek zijn op tafelzuur. In een keldertje aan het Waterlooplein begint hij met het wassen, pekelen van augurken. Zijn product slaat aan. Terwijl de meeste zuurinleggerijen in de jaren na de oorlog omvallen, overleeft Kesbeke. En meer dan dat. Het ambachtelijke Kesbeke vind je inmiddels allang niet meer uitsluitend terug in de haringkar. Ook sterrenkoks werken samen met de tafelzuur-specialist. Benieuwd? Kom proeven tijdens de vrijdagmiddagborrel in de lobby!

DUYVIS PINDA’S

Duyvis… voor als er een fuif is. Tja, die reclameslogan komt bij veel Nederlanders van een zekere leeftijd nog altijd spontaan bovendrijven. En dan zie je ook acteur Gerard Cox weer voor je, die verkleed als vertegenwoordiger in plat Rotterdams op allerlei locaties de nootjes aan de man probeert te brengen. Geestigste scène is misschien wel zijn poging om ‘Tijgernootjes’ te verkopen aan twee nogal kakkineuze jagers. ‘Hebben we die tijger toch maar mooi even voor z’n noten geschoten’, waarop Cox antwoordt: ‘Heren, heren, ik moet nu toch echt even bellen met de Duyvis.’ Het is allemaal lang geleden. Maar de link tussen het oer-Hollandse Duyvis en ongecompliceerde vrolijkheid is altijd gebleven. Mag dus niet ontbreken tijdens onze vrijdagmiddagborrel.

SWINCKELS BIER

Nog een aanbeveling voor de ware bierliefhebber: Swinckels, pils van bierbrouwer Bavaria dat tien jaar geleden werd gelanceerd. Aanleiding: het moederbedrijf kwam toen in handen van de zevende generatie Swinckels. Wil je een beeld krijgen bij dit bijzondere pilsje, ga dan eens naar de website van Swinckels. Beleving. Daar draait het allemaal om. Of, zoals topacteur Morgan Freeman (het gezicht van Swinckels) zegt: je ‘inner voice’, die zou in je leven sowieso een hoofdrol moeten spelen. Op diezelfde website staan statements van onder meer brouwmeester Emiel Hendrikx, meesterkok François Geurds en filmmaker Martin Koolhoven. Allen praten ze over (onderbuik)gevoel, intuïtie, passie, lef, creativiteit. Allemaal zaken die hebben geleid tot deze kruidige en fruitige pilsener. Logisch toch, dat wij hebben gekozen voor Swinckels op de tap?!

DE BALLUH

Nederlanders hoeven we het niet uit te leggen, maar speciaal voor onze buitenlandse gasten even een korte schets van het fenomeen ‘bitterbal’. Een bitterbal is een zeer simpele en tegelijkertijd nogal ingenieuze snack: een vleesragout, gevangen in een knapperig gefrituurd jasje. Voor velen onweerstaanbaar. Zeker als ze van Nederlands bekendste snackfabrikant Van Dobben komen. Van Dobben is bekend geworden met kroketten - de grote broer van de bitterbal. Grondlegger van de firma is Aat van Dobben. Hij start in de zomer van 1945 zijn Amsterdamse Eetsalon Van Dobben. Nu, ruim zeventig jaar later is deze ambachtelijke snack, gemaakt van pure, eerlijke ingrediënten, niet meer weg te denken bij een vrijdagmiddagborrel. Zo ook bij ons! Check it out!

HOLLANDS GENIETEN

HOLLANDS GENIETEN

LIMEAU NADE

Nu frisdrank zo zwaar onder vuur ligt, en een beetje matig zijn met alcohol voor velen de standaard is geworden, is het goed te weten dat er een hip, verantwoord limonademerk op de markt is: Limeau - Sirop d'Amsterdam. Klinkt chic, en dat is het ook. Om te beginnen zit het al in hippe, strak vormgegeven flessen. En de smaken zijn alles behalve doorsnee: granate/cranberry; ginger ale, lemon, grapes & apple; strawberries, raspberries, blackberries & mint. Ze zijn bijzonder en fris en spreken met name volwassenen aan. De siropen bestaan uitsluitend uit natuurlijke ingrediënten, er zijn geen conserveringsmiddelen aan toegevoegd. Limeau heeft ook niets met kleurstoffen, kunstmatige zoetstoffen of stevia. Hartstikke puur dus. Een slokje en er verschijnt een glimlach op je gezicht, beloven de makers. Nou, vrolijke gezichten, die zien we graag hier in Hotel Gooiland. Limeau is te bestellen in de lobby.

KOEKJE BIJ DE KOFFIE

Een koekje bij de koffie. Als er één land in de wereld is waar dit in ieder huishouden standaard is, dan is het wel in Nederland. Een gebruik dat wij associëren met gezelligheid, een gevoel van thuis zijn, zeker als dat koekje ook nog eens uit een trommel wordt geserveerd. Een oud gebruik dat perfect past binnen de sfeer van Hotel Gooiland. In onze trommel zitten koekjes van Verkade, de beroemdste koekenbakker van Nederland. Stroopwafeltjes, speculaasjes, bokkepootjes; de inhoud van de trommel is steeds weer een verrassing. De geschiedenis van Verkade gaat een behoorlijk eind terug. Tot het jaar 1886 om precies te zijn. Het bedrijf zit gewoon in ons dna. Niet alleen door generaties lang lekkere koekjes op de markt te brengen. Ook de beroemde verzamelalbums en 'De Meisjes van Verkade' hebben daaraan bijgedragen. Verkade? Dat is smakelijke romantiek.

THEE MEESTERS

Zeg je thee, dan zeg je Pickwick. Zo simpel is dat in Nederland. De thee - voornamelijk afkomstig uit Sri Lanka, India en Indonesië - wordt al sinds 1753 in Nederland verkocht. Het is na koffie de meest gedronken drank. In Hotel Gooiland hebben we gekozen voor de Slow Tea van Pickwick, een assortiment bestaande uit vier melanges van thee, kruiden en stukjes fruit en vier pure klassieke melanges. De extra lange theeblaadjes zorgen voor een langzame extractie en een delicate smaak. Laten we de acht soorten even bij de naam noemen: Royal English, Green Velvet, Rose Berry Blues, Camilla Sunday, Golden Oolong, Ginger Green Paradise, Smooth Grey, Rooibos Dreams. Inderdaad, alleen al door die tot de verbeelding sprekende namen krijg je spontaan trek in een hete kop thee waar je lekker lang van kunt genieten. 's Ochtends, 's middags of 's avonds. Pickwick Slow Tea kan eigenlijk altijd.

HOLLANDSE TRADITIE

Chocolade hagelslag op brood. Hoe Nederlands wil je het hebben? Heerlijk! En het is echt niet alleen het favoriete broodbeleg van kinderen. Nee hoor, zeker niet als je gaat voor de specials van De Ruijter: Intens Puur, Specials Extra Puur, Specials Puur Koffie. Alsof je een hap neemt van een reep pure chocola. De Ruijter is van oorsprong een Baarnse banketbakker. Al in 1883 wordt hij hofleverancier. Zijn topproduct: 'muisjes'. Dit behoeft voor niet-Hollandse gasten wellicht enige uitleg. Muisjes (ook wel geboortemuisjes genoemd) zijn eigenlijk anijszaadjes met veel laagjes suiker eromheen. Hierdoor ontstaan kleine, harde bolletjes in de kleuren wit en roze en later ook wit en blauw. Toen, en nu nog steeds dé traktatie bij de geboorte van een kind. Het zou nog tot 1957 duren voordat De Ruijter zich aan chocolade hageltjes zou wagen, zoals gezegd een onvervalst Hollands ontbijtproduct.

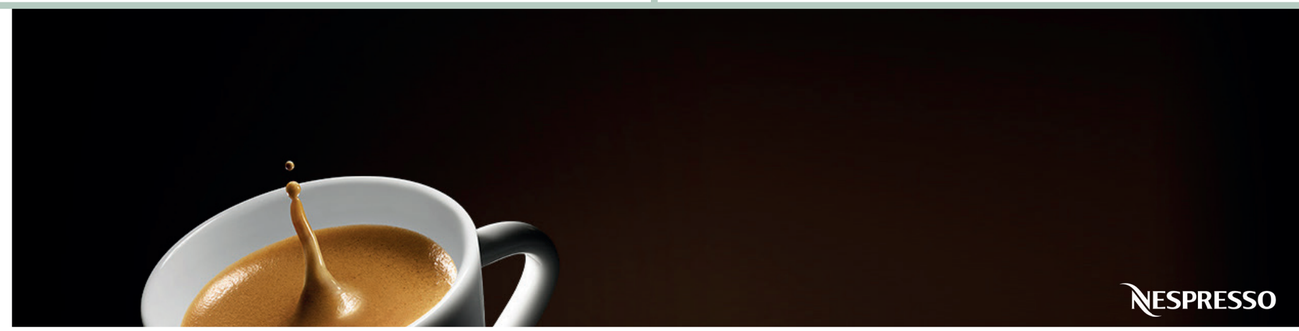
CHOCOBALLEN

Na een ijskoude dag buiten, binnen op temperatuur komen met een kop warme chocolademelk met een flinke dot slagroom. Daar worden toch heel veel mensen gewoon hartstikke gelukkig van?! Natuurlijk kun je dit bij ons aan de bar bestellen. En dan moet je wel even een keuze maken, want net als met thee is chocolademelk allang niet meer die ene standaardsmaak. Je bent gewaarschuwd, dat is geen makkelijke opgave. Wat dacht je van chocolademelk met anijs of kaneel? Met koffie of sinaasappelsmaak? Of de klassiekers puur en wit? Zeg het maar. Wij serveren namelijk de prachtige handgemaakte chocoballen van Henry Konijn. Ambachtelijk gemaakt in zes verschillende en spannende smaken. Kies er één uit de doos en laat hem langzaam in je glas met hete melk zakken. Goed roeren en klaar. Wedden dat je meteen verslaafd bent aan deze chocoballen met smaak.

ZUIVER WATER

Water uit de lokale bron. Dat is het idee achter O Original Water. Het werkt heel simpel: het water wordt gewoon uit de eigen kraan - dus eigen bron - getapt, om daarna door een eigen systeem op locatie te worden gezuiverd. Het frisse O Original Water - plat of bruisend - gaat vervolgens in mooi vormgegeven maatwerk flessen, die perfect passen bij onze huisstijl.

Maar dat niet alleen. Het slimme van O Original is dat het hele bottelproces is verschoven van de fabriek naar de locatie waar het wordt genuttigd, in ons geval dus Hotel Gooiland. Er komt geen vrachtwagen meer aan te pas. Geen transport betekent geen CO2-uitstoot. Ook plezierig: wij hoeven geen grote voorraden water aan te leggen. En die flessen, die gebruiken we gewoon steeds opnieuw. Niet alleen milieuvriendelijk, maar het scheelt ook flink wat ritjes naar de glasbak. O Original Water is lekker lokaal!



NESPRESSO MAKKELIJK

Gemak dient de mens. Maar in Hotel Gooiland gaat dit nooit ten koste van de kwaliteit. Vandaar dat de keuze voor koffie van Nespresso snel gemaakt was. En ja, George Clooney - hét gezicht van Nespresso - helpt natuurlijk ook een beetje mee. Nespresso. Nee, inderdaad, geen Nederlands merk, en daarmee binnen Gooiland een 'vreemde eend in de bijt'. Nespresso is Zwitsers, bedacht door het voedingsmiddelenbedrijf Nestlé. Nestlé en espresso vormt samen …je raadt het al… Nespresso. En toch serveren we deze lang houdbare koffie uit een capsule zonder enige terughoudendheid. Want Nespresso smaakt gewoon top.

Er zijn 24 verschillende soorten 'grand crus', afkomstig uit Colombia, Ethiopië, Costa Rica, Kenia, Brazilië, India, Mexico, Guatemala en Indonesië. Alle 24 soorten hebben ieder een eigen, heel uitgesproken smaak. Door al die verschillende aroma's, verschillende koffie en cacaobonen, verschillende manieren van branden, biedt Nespresso een koffie passend bij ieder moment van de dag.
"Wouldn't change a thing", om George Clooney nog maar eens even aan te halen. Wat blijft hij toch een geweldig acteur. Zelfs in een reclamespot geloof je hem, krijg je ontzettend zin in zo'n vers kopje Nespresso. Misschien spreekt Clooney ook zo aan omdat hij dol schijnt te zijn op Amsterdam. Natuurlijk zijn we daar gevoelig voor. En wij niet alleen. Als de acteur, scenarioschrijver en regisseur voet op Nederlandse bodem zet staat het land op z'n kop. Fans lopen uit, en iedere talkshow wil 'm aan tafel hebben. Het fijne van Clooney is dat hij ook nog heel veel te melden heeft. Zo is hij één van de medeoprichters van Not On Our Watch, een organisatie die humanitaire hulp en bescherming biedt aan kwetsbaren en ontheemden wereldwijd. Daarbij wordt de club ondersteund door onder andere invloedrijke acteurs en kunstenaars. En als je je inzet voor mensenrechten, dan gaat ook duurzaamheid je aan het hart. Zo is de combinatie Clooney en Nespresso een ijzersterke. Toch een fijne gedachte als je aan je kopje koffie nipt.

BORRELS UIT AMSTERDAM

AMSTERDAMSE GINS

Dat gin-tonic lekker is wist je natuurlijk al. Minder bekend is misschien dat gin (gemaakt van pure neutrale alcohol en botanicals als koriander, kardemom, kaneel, gember en natuurlijk jeneverbessen) oorspronkelijk een drankje van Nederlandse bodem is. In de 17e eeuw werd jenever al gebruikt als medicijn tegen maagklachten en galstenen. Engelse soldaten ontdekten bij ons de drank, namen het mee naar huis en verbasterden de naam tot gin. De Engelsen vielen meteen voor de sterke drank en sindsdien is het overal ter wereld populair. Niet zo gek dus dat, nu gin weer helemaal hip en happening is, er mooie gins gemaakt in Amsterdam op de markt zijn zoals Damrak Gin, V2C Dutch Dry Gin en Vørdings Gin. Back to the roots, met traditionele recepten in een eigentijds jasje. In The Copper in de lobby serveren we deze Amsterdamse gins met trots.

WILLEM'S WERMOED

Vermout, dat is toch dat drankje dat je moeder vroeger op verjaardagsfeesten aan haar vriendinnen schonk? Klopt, de versterkte wijn van bijvoorbeeld Martini was mateloos populair in de vorige eeuw. Vermout raakte wat in de vergetelheid, maar is helemaal terug van weggeweest. Wij willen hier graag even aandacht voor een bijzonder fraaie Nederlandse vermout: Willem's Wermoed. Een gloednieuw merk, gemaakt van Spaanse wijn en in totaal 24 kruiden, door maker Paul Selier zorgvuldig geselecteerd in samenwerking met de Hortus Botanicus in Amsterdam. Wat dacht je van alsem, tijm en dennentopjes. Het zit er allemaal in. Smaakt geweldig on the rocks maar in een mix doet deze vermout het ook perfect. En let eens op de kleur. Een prachtige kopertint. Niet zo gek dus dat cocktailspecialist Tess Posthumus deze Willem's Wermoed in de huiscocktail van Gooiland verwerkt heeft. Proost!

KLEURRIJK BOLS

Wat de oudste distilleerderij en stokerij van likeur ter wereld is? Die van Bols. In 1575 opgericht in Amsterdam. Daar opent de familie Bols dan stokerij 'het Lootsje'. Het is daarmee één van Nederlands oudste nog actieve bedrijven.
2e zoon Lucas weet van Bols een internationaal bekende merknaam te maken. Hij is grootaandeelhouder van de VOC, handig want die speelt een belangrijke rol in de aanvoer van exotisch kruiden en specerijen voor de likeuren. In 1816 sterft de laatste Bols en wordt het bedrijf inclusief 250 handgeschreven recepten verkocht. De naam Bols moet blijven. Dat is de afspraak. Sinds 2006 is Bols weer gewoon in Nederlandse handen. In die van Huub van Doorne (nazaat van de familie van de Daf auto's). Daarmee is Bols weer een echt Amsterdams bedrijf. Bols wordt in 110 landen over de hele wereld verkocht. Dan dachten wij dat we alleen groot zijn in klompen, kaas en tulpen.

WHAT THE FOCKINK?

Nog zo'n sterk drankmerk van eigen bodem met een lange geschiedenis. Wynand Fockink, prachtige naam, die je terugvoert naar het Amsterdam van de zeventiende eeuw. Toen de VOC-schepen kruiden, specerijen en suiker naar onze hoofdstad brachten en de likeurindustrie een boost kreeg. Wynand Fockink koopt in 1724 de uit 1679 daterende distilleerderij en tapperij in de Pijlsteeg in Amsterdam. Na de Tweede Wereldoorlog krijgt het bedrijf het moeilijk en wordt het overgenomen door concurrent Lucas Bols. De naam Wynand Fockink blijft. In 2013 wordt de distilleerderij in Amsterdam uitgebreid met twee grote koperen ketels. Behalve de beroemde Fockink likeuren met mysterieuze namen als Hempje licht op, Naveltje bloot, Volmaakt geluk en Eau de ma tante, worden hier nu ook Bols Genever en Damrak Gin gestookt.

Foto: Wessel de Groot

ANGELIQUE HEEFT MUZIEK IN HAAR ADEREN

In 2013 krijgt ze op het podium van theater Gooiland de prestigieuze Marconi Award voor Aanstormend Talent uitgereikt door Giel Beelen. Vier jaar later speelt Angelique Houtveen (Utrecht, 1986) in de Champions League van de radio. Elke werkdag presenteert ze van twee tot vier haar muziekshow 'Angelique' bij de KRO-NCRV op 3FM. In het Glazen Huis in Apeldoorn haalde ze in 2017 met collega's Sander en Domien miljoenen op voor het Rode Kruis.

Niet zo gek dus dat we deze vrolijke en betrokken radio-dj, die muziek door haar aderen heeft stromen, hebben gevraagd om een speciale Gooilandlijst samen te stellen die we in de lobby draaien. ,,Het eerste waar ik aan denk bij een hotel is toch jazz. Super cliché misschien, maar het moet muziek zijn die niet te veel afleidt, mensen zijn in gesprek in de lobby. Ze zijn in een bepaalde mood. Lekker ontspannen. Dan kun je geen keiharde metal-rock draaien. Maar af en toe moet je wél denken 'hé, wat is dit?' Theo Croker bijvoorbeeld. Zijn nummer 'Gonna be Alright'. Gewéldig. Het is heel modern, jazz van dertigers. Zo'n toffe sound. De Gooilandlijst is een echte feel good lijst", zegt Angelique.

Muziek speelt de hoofdrol in haar leven. De liefde voor muziek deelt ze graag met anderen. ,,Daarom heb ik de mooiste baan van de wereld. Ik mag de hele dag bezig zijn met muziek en alles wat ik mooi vind aan anderen laten horen." Haar muzieksmaak is breed en ontwikkelt zich continu. Van pop naar urban en R&B en van hiphop via dancehall tot reggae. Als klein meisje maakte ze via haar ouders kennis met de Everly Brothers, met de soul van Etta James. ,,Reden we in de auto naar Frankrijk, naar een hutje in de Dordogne en luisterden mijn broertje en ik op de achterbank naar hun muziek. Ik herinner me een vakantie dat we alleen een cd van Lionel Richie bij ons hadden, die werd drie weken gedraaid", lacht Angelique.

Ze ligt in haar jeugd regelmatig in het ziekenhuis door een bloedziekte. Muziek is dan haar afleiding. ,,De hele dag luisterde ik op mijn walkman. Naar de soundtrack van de Lion King en de Spice Girls. Later was ik verslaafd aan TMF, keek de hele dag clips, schreef de songteksten uit en zong mee. Ik was gefascineerd door wat muziek met je doet. Het raakt."
Angelique knipt en plakt in die tijd al muziek en speelt dj-tje. Lachend: ,,Geen idee toen dat het een serieus vak was waar je voor betaald werd. Ik dacht dat die jongens op de radio dat allemaal voor de lol deden."

Via een lokaal radiostation in Amsterdam komt Angelique bij de omroep in Hilversum terecht. Eerst achter de schermen. ,,Ik werkte voor Radio 5 met Tineke de Nooij. Zoveel geleerd van haar, al haar mooie verhalen over Veronica heb ik in me opgezogen. Zij was natuurlijk één van de eerste vrouwelijk dj's op de radio." Angelique vindt het goed dat er aandacht is voor meer vrouwen op de radio, maar wil er geen groot nummer van maken. ,,Ik ben als muziekliefhebber op de radio, ik draai nummers en ben toevallig als vrouw geboren. En die houden net zoveel van muziek als mannen."

MIJN COPPER BAR

CLAUDIA TJAN

Hotel Manager

Ja die naam, hoe we die verzonnen hebben? Leuk verhaal. Terwijl ik als manager meer bezig was met de laatste voorbereidingen voor de hotelopening, was daar natuurlijk de prachtige lobby. Nee eigenlijk mag het niet eens een lobby genoemd worden, want het is zoveel meer dan dat. Wij dachten, dat verdient een naam met allure. Want in de lobby wil je zijn. Of je nou komt overnachten of gewoon een kop koffie komt drinken. De lobby is the place to be. Terwijl wij na weken brainstormen de hoop hadden opgegeven voor een gave, bijzondere of coole naam, kwam daar IMA met het verlossende antwoord: gewoon 'The Copper' vanwege de koperen invloeden. Tja, die had ik ook wel kunnen bedenken. Maar eerlijk is eerlijk, een betere naam kan toch niet?

AMSTERDAM
CASTLES & GARDENS

De rijke Amsterdamse kooplui wisten het eeuwen geleden al. In het Gooi en de Vechtstreek is het aangenaam toeven. Daar moet je zijn. Om in de zomer te ontsnappen aan de stinkende, warme stad lieten zij weelderige buitenhuizen op grote lappen grond bouwen aan de oevers van rivier de Vecht. Amsterdammers beschouwden het Gooi toen al als hun ‘achtertuin’. De complete huisraad en het personeel werden ieder jaar op de boot gezet. Voortgetrokken door paarden op het jaagpad langs de slingerende rivier zakten de families langzaam de Vecht af. Het moet een schitterend gezicht geweest zijn.

Veel van deze buitenplaatsen, met tot de verbeelding sprekende namen als Slangevecht, Goudestein, Oud Over, Vreedenhorst en Rupelmonde, staan nog steeds te pronken langs de Vecht. Eén en al pracht en praal. In plaatsjes als Weesp, Muiden, Loenen, Vreeland en Nigtevecht, waar de tijd stil lijkt te hebben gestaan. Doe je ogen dicht en je ziet statige dames met ruisende rokken en opgestoken krullen naar hun theekoepeltjes aan de oever van de rivier schrijden. Eindeloos uitkijkend over het prachtige landschap.
Sommigen buitenhuizen zijn particulier bewoond, anderen in gebruik als gemeentehuis en te bezichtigen.

De beste manier om de buitenhuizen te bewonderen is per fiets of boot. Hollandser kan het natuurlijk niet. Stap op een stoere fiets van de Amsterdamse fabrikant VanMoof (te huur via de receptie van het hotel) en je bent in no time terug in de Gouden Eeuw. Of huur een sloepje in Loosdrecht en draai via de Mijndense sluis de Vecht op. Vergaap je aan de pareltjes langs de Vecht. Vergeet niet je mond af en toe weer dicht te doen.

Muiderslot
Het Gooi verlaten zonder iets van de prachtige omgeving gezien te hebben? Dat kan echt niet. Kiezen wordt nog lastig. Hotel Gooiland is een prima uitvalsbasis voor talloze tochten in de buurt. Alles is bij de hand. Bos, heide, water, geschiedenis en cultuur. Van de Loosdrechtste Plassen waar het op een mooie dag kroielt van de bootjes en het oude vissersdorp Huizen aan de voormalige Zuiderzee tot Amsterdam Castle Muiderslot, het best bewaarde middeleeuwse kasteel van Nederland. Gebouwd rond 1296 door graaf Floris V en het Rijksmuseum sinds 1878. Een kasteel zoals kinderen een kasteel tekenen. Stoer en robuust met vierkante kantelen, een gracht en een ophaalbrug. Neem de tijd om het Muiderslot te bezoeken. Tijdens de rondleiding door de ingerichte kasteelkamers voel je je jonkvrouw of ridder. Wandel door de middeleeuwse kruidentuin en pruimenboomgaard en maak kennis met de valkenier en zijn roofvogels.

Minstens zo indrukwekkend zijn de beroemde paarse heidevelden van het Gooise Natuurreservaat. Ze liggen om de hoek. Net als de acht ‘s-Gravelandse buitenplaatsen van Natuurmonumenten: Boekesteyn, Schaep en Burgh, Bantam, Hilverbeek, Spanderswoud, Land en Bosch, Jagtlust en Gooilust. Wandelend of fietsend langs de landgoederen ontdek je de boeiende cultuurhistorie van deze buitenplaatsen uit de gouden eeuw.

Zonnestraal
En dan is er op fietsafstand van Gooiland nog dat andere beroemde complex van architect Jan Duiker: Landgoed Zonnestraal. Hij tekende het sanatorium voor diamantslijpers die tuberculose hadden opgelopen, tien jaar voor zijn meesterwerk Gooiland. De overeenkomsten zijn overduidelijk. Ook hier veel licht en lucht. Gebouwd in beton met stalen raamsponningen en enkel glas. Duiker heeft zijn standaardkleuren gebruikt: wit, zwart en lichtblauw. Veel glas en veel balkons moesten ervoor zorgen dat de patiënten zo snel mogelijk beter zouden worden. Het resultaat is een mooi gebouw in een landschapspark dat op de nominatie staat voor de UNESCO Werelderfgoedlijst. Landgoed Zonnestraal is dagelijks te bezoeken.

Als je alles wil zien mag je natuurlijk gerust een nachtje bijboeken. Zó mooi is onze achtertuin.

SANATORIUM ZONNESTRAAL

VANMOOF FIETSEN
Nederlanders kunnen eerder fietsen dan praten. We hebben iets met dat stalen ros. Het zal het vlakke land zijn. De in de Achterhoek geboren broers Taco en Ties Carlier fietsen al hun hele leven, maar misten de perfecte stadsfiets. Ze staken de koppen bij elkaar en ontwierpen in 2009 de eerste VanMoof. Een stoere kale fiets. Niet kapot te krijgen. Strakke lijnen, dikke aluminium frames, sobere kleuren. Je herkent een VanMoof aan de dikke bovenbuis waarin de lichten zijn verwerkt. Beide lichten werken op zonnecellen en de accu is in het frame opgenomen. Inmiddels worden de fietsen wereldwijd verkocht. Vanuit vestigingen in onder meer Brooklyn, Berlijn, Taipei en Amsterdam.
www.vanmoof.com

MUIDERSLOT
Al meer dan 700 jaar staat Amsterdam Castle Muiderslot trots aan de monding van de Vecht in Muiden. Een kasteel zoals een kasteel hoort te zijn, met vijf torens, een slotgracht en een ophaalbrug. In 1825 werd het van de sloop gered. Na drie ingrijpende restauraties ademen de ingerichte kamers van het kasteel van graaf Floris V en de tuinen weer de sfeer van de Hollandse Gouden Eeuw. Indrukwekkend is de collectie middeleeuwse ridderwapens. Achter het kasteel ligt de pruimenboomgaard. Hier komt de bekende uitdrukking ‘Tot in de pruimentijd!’ vandaan. Met deze woorden zwaaide bewoner P.C. Hooft zijn gasten uit. Check de agenda van het Muiderslot. Er is het hele jaar door veel te doen. Van tentoonstellingen en concerten tot demonstraties van de valkenier.
www.muiderslot.nl

BOEKESTEYN
Heerlijk wandelen in parkbossen met een oud landhuis op de achtergrond. Dat kan op landgoed Boekesteyn in ‘s-Graveland. Het is één van de pareltjes van Natuurmonumenten, de vereniging van meer dan 730.000 leden met een gezamenlijk doel: zorgen voor de natuur in Nederland. Op landgoed Boekesteyn staat ook het Bezoekerscentrum Gooi en Vechtstreek. Hier organiseert Natuurmonumenten excursies, workshops en allerlei kinderactiviteiten. Het is ook het startpunt van veel wandelingen en fietsroutes. Het bos van Boekesteyn trekt altijd. In de herfst zijn het de oranje gekleurde herfstbladeren en de paddenstoelen, in de zomer de koelte die de grote beuken op het landgoed geven.
www.natuurmonumenten.nl

NAARDEN-VESTING
Vlakbij Hilversum ligt misschien wel het mooiste stadje van Nederland: Naarden-Vesting. Een stoere stad van historie, design, winkelen, vestingwerken, lekker eten en fotografie. Stad van de Matthäus Passion, van het Fotofestival, en van het Arsenaal. De thuisbasis van Nederlands bekendste (meubel)ontwerper Jan des Bouvrie. Naarden-Vesting is heerlijk compact. Zwerf op je gemak door de smalle straatjes met kinderkopjes, gluur stiekem naar binnen in de kleine robuuste vestinghuizen. Het lijkt alsof hier eeuwen niets veranderd is. En toch is de sfeer mondain. Met hippe restaurants en leuke cafeetjes. En vooruit laten we niet flauw doen je kunt heerlijk eten en drinken bij onze collega’s van het Vesting Hotel. Slapen doe je natuurlijk gewoon bij ons.
www.infonaarden.nl

WESTERHEIDE
Bij het Goois Natuurreservaat kunnen ze de klok erop gelijkzetten. Begin augustus bellen mensen uit het hele land met één brandende vraag: ‘boswachter, staat jullie hei al in bloei?’ Is het antwoord ‘ja’ dan binden ze de fietsen achterop de auto en racen richting het Gooi. Voor een flinke fietstocht door de Gooise natuur. De bloeiende heidevelden zijn net zo beroemd als de kleurige bollenvelden bij Lisse. Diep paars kleuren de Westerheide, de Blaricummerheide, de Bussummerheide en de Limitische heide. Maar ook in de andere jaargetijden zijn de heidevelden met de mysterieuze grafheuvels plekken om lekker tot rust te komen. Een half uur wandelen en je bent weer fris, kunt weer helder denken. Schrik niet van de Schotse Hooglanders die soms midden op het pad liggen. Ze zijn groot maar doen echt niets.
www.gnr.nl

HILVERSUM
THE PLACE TO BE

Eerlijk is eerlijk. In het verleden werd er best wel een beetje tegen Hilversum aangeschopt. Het zou er niet gezellig zijn, het marktplein was een kale winderige vlakte, niet veel te doen. Wie nu door Hilversum loopt en nog steeds durft te beweren dat Hilversum het niet heeft, heeft echt zijn ogen in zijn zak zitten. Hilversum is hip.

Het Marktplein met megabioscoop Vue heeft een complete metamorfose gehad. Met Chinees natuursteen op de vloer en dynamische ledverlichting heeft Hilversum het modernste plein van Nederland. Absolute blikvanger in het centrum is de nieuwe Foodhall met bierbrouwerij Mout. Het prachtige monumentale pand uit 1912 waar ooit een autogarage zat, is door eigenaren Teus Kroon en Jerry de Vries met heel veel liefde en zorg omgebouwd tot de plek waar Hilversum samenkomt. Voor een koffie, een biertje, een glas wijn en een hapje van één van de zeven internationale keukens in de hal. Van Vietnamese fresh springrolls tot Franse oesters met gin tonic. Mout is een magneet.

Kijk eens omhoog in Mout naar het gebogen dak. De bijzondere betonnen schaalconstructie was vooruitstrevend voor begin vorige eeuw. Net als complex Gooiland ook weer zo'n staaltje van kwaliteit en vakmanschap. En het scheelde niet veel of de oude garage, waar tot een paar jaar terug de Euro-bioscoop in zat, was platgegooid. Totdat achter de lelijke voorkant van de bioscoop de originele gevel nog bijna intact bleek te zitten. Hilversum schaarde zich massaal achter het pand. Dit stukje geschiedenis moest behouden blijven. En terecht. Geweldig zijn de gespiegelde afbeeldingen op de gevel van de twee bijna mythische mannen met een stuur stevig in de hand.

Opknappen en investeren werkt aanstekelijk. Tegenover Mout opende het populaire tapasrestaurant Vida haar eigen wijnbar Vineria Vida. Pal naast het restaurant, met een plaatje van een stadstuin. Daar is het heerlijk loungen in de grote zitkuil in de groene tuin of lekker bijkletsen aan één van de tafeltjes. De kaart is indrukwekkend met ruim 120 wijnen, veel vermout en cider. En de kleine Spaanse hapjes, de pinxthos, zijn onweerstaanbaar.

Vlak om de hoek van hotel Gooiland is aan de Groest BarBier begonnen. Een hippe kroeg met bier, bier en nog eens bier. Onvoorstelbaar dat hier ooit een duffe tapijt- en gordijnwinkel zat. Je waant je in New York. Ook fijn: de muziek staat zo zacht dat je bij dat speciaalbiertje ook nog een goed gesprek kunt voeren. Vergeet niet even in het herentoilet te gluren. Knap hoe je van bierfusten urinoirs kunt maken. Zou dat nou de manier zijn waarop ze aan hun bier komen…

MIJN HILVERSUM

PIETER BROERTJES

Burgemeester Hilversum

Hilversum, de stad die bekend staat om Beeld & Geluid, Hotel Gooiland, het Media Park, sanatorium Zonnestraal en het raadhuis van Dudok. Een plaats met een mooie geschiedenis.
Wat maakt Hilversum speciaal voor mij? De kenmerkende architectuur, de kunst en cultuur. En we zijn natuurlijk de Mediastad van Nederland. Hier in Hilversum begon het allemaal voor de radio en televisie. Inmiddels is daar een hele nieuwe bedrijfstak bijgekomen: de nieuwe media, de creatieve industrie. Dit maakt Hilversum 'mijn stad'. Waar Hilversummers en niet-Hilversummers iedere dag hard werken om hun stad op de kaart te zetten. Een stad die leeft, die vooruitkijkt.

DE IMPACT VAN EEN GESLAAGD EVENEMENT

"Afgelopen week stond Tineke Schouten op het podium, de dag daarna serveerden we een diner voor het personeel van Lidl in ons theater. Dan bouwen we een vloer over de stoelen. Nog dezelfde avond is de boel afgebroken voor een congres van Kerk in Nood de volgende dag. En weer een dag later hadden we een bodybuilding wedstrijd op het podium."

Petroy Blaauw, general manager van Gooiland, wil maar zeggen. "Alles kan bij ons en het theater is heel goed in te passen in evenementen. Het geeft iets extra's. Tijdens een congres zit je lekker in de originele Gispen-stoelen, de akoestiek is perfect, net als de zichtlijnen in de zaal."

En dat is dan weer het cadeautje van het monumentale Gooiland-complex van architect Jan Duiker. Naast theater en hotel sinds vijf jaar ook weer een populaire evenementenlocatie voor (bedrijfs)feesten, congressen, beurzen of vergaderingen. Gezelschappen tot 2000 personen vinden in Gooiland makkelijk hun weg. Van het Grand Café tot het grote dakterras.

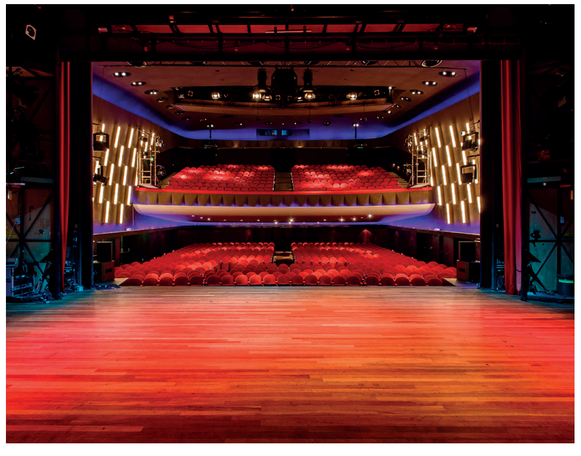
Als Blaauw in 2012 kennis maakt met Gooiland ziet hij vooral een oude locatie. Lachend: "Gooi toch dicht, zei ik toen. Drie jaar later kwam ik er werken en was onder de indruk wat Philip voor elkaar had gekregen. Met de uitstraling, de omzet. Het was zó opgeknapt."

Door een gesprek met de directeur van theater Singer in Laren valt het kwartje pas goed. "Hij attendeerde mij op het bijzondere van het pand. Een rijksmonument, karaktervol. Je kunt je klanten een prachtig verhaal vertellen, zei hij. En zo is het. Er gebeurt wat met mensen als ze het verhaal achter het gebouw horen. Zoveel sfeer en zoveel geschiedenis ligt hier. Dat inspireert."

Honderden bedrijven, organisaties en particulieren ontvingen afgelopen jaren hun gasten in Gooiland. Voor een feest of een congres. "We zijn inmiddels specialist in kenniscongressen. Starten in de grote theaterzaal en dan opsplitsen in klein sessies. Onze kracht ligt in het ontzorgen. We regelen de techniek, maar adviseren ook over het programma en de catering. Bij een financieel congres denk je misschien meteen aan Jort Kelder als dagvoorzitter, maar wellicht is iemand anders wel veel geschikter voor jouw congres. En we kunnen een dip in de dag voorkomen door een niet te zware lunch te serveren. Als iets belangrijks na de lunch op het programma staat, wil je niet dat iedereen inzakt. En niet te veel zoet serveren als mensen nog scherp moeten zijn. Je staat er misschien niet zo bij stil. Wij wél."

De locatie is opgefrist. "Zware lampenkampen en gordijnen zijn weg, de vloer is licht. Veel staal en leren krukken. Het sluit allemaal aan bij de nieuwe stijl, licht en lucht. Ook de horeca is aangepast. We schenken Swinckels bier en Nespresso koffie. Professionele machines waarmee we 600 gasten in tien minuten een cappuccino of espresso kunnen serveren. De luxe die mensen tegenwoordig ook thuis gewend zijn." Blaauw vindt dat vanzelfsprekend.

"Als onze gasten naar huis gaan hoop ik dat ze terugkijken op een dag die echt impact heeft gehad. Vroeger had iedereen het over beleving op een evenement. Het gaat nu om impact. Je hebt iets opgestoken of ervaren dat echt blijft hangen. Dan ben ik tevreden."



AMSTERDAM
CREATIVE CAPITAL

STAP OP DE PONT EN VOEL IN NOORD DE VIBE VAN VERNIEUWING

Natuurlijk is de grachtengordel met zijn hippe 9 straatjes en de gemoedelijke Jordaan een ongelooflijke toeristenmagneet. Het is er ook prachtig, maar Amsterdam is veel meer. Wat dacht je van Amsterdam Noord. Pak het gratis pontje achter het Centraal Station, steek het IJ over en stap in Amsterdams creatieve wereld. Als je ergens het gevoel hebt in een metropool te zijn dan is het hier. Je voelt de vibe van vernieuwing.

Onbetwiste blikvangers zijn het markante spaceship-achtige gebouw van Filmmuseum Eye en de naastgelegen A'DAM Toren, de nieuwe naam voor Toren Overhoeks, jarenlang het hoofdkantoor van Shell. Nu is de toren de thuisbasis van pionierende muziek- en creatieve bedrijven, hippe bars, restaurants, clubs en een hotel. A'DAM staat voor Amsterdam Dance And Music. En dat verwijst weer naar de nieuwe eigenaren van de toren: ID&T, AIR Events en MassiveMusic.

Spectaculair is A'DAM Lookout, het observatiedek (12,50 euro entree) met een ongeëvenaard panoramisch uitzicht. Je kunt het historische centrum van de stad zien, de dynamische haven, het unieke polderlandschap en de beroemde grachten. De interactieve tentoonstelling over de geschiedenis en cultuur van Amsterdam vertelt wat je allemaal ziet vanaf A'DAM Toren. De lift die in 22 seconden 20 verdiepingen omhoog gaat is al een sensatie op zich.

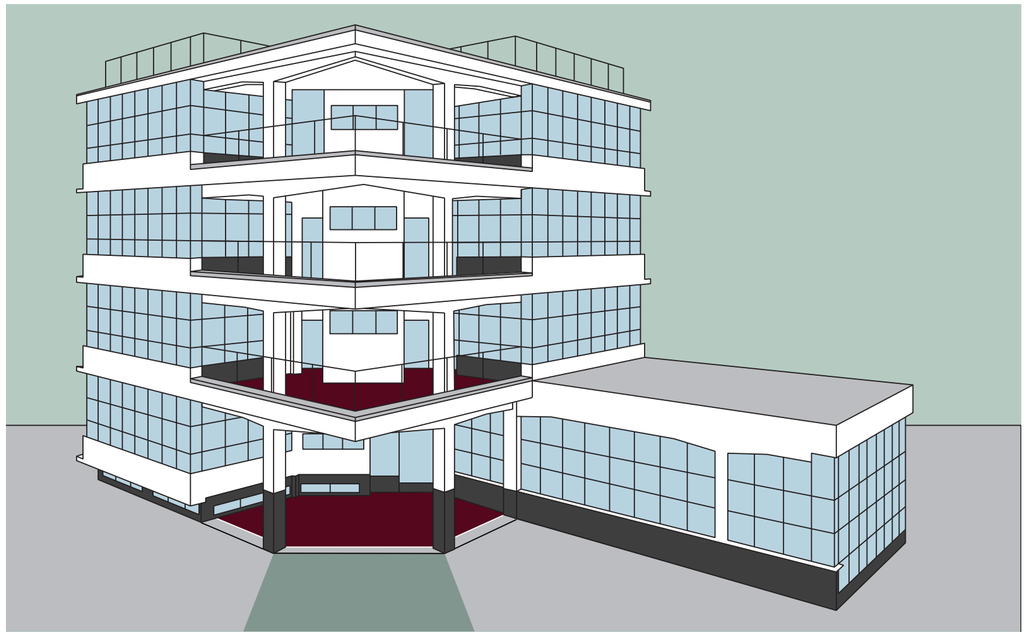
Op het dak van de toren prijkt Over the Edge: Europa's hoogste schommel. Daredevils en thrillseekers schommelen op 100 meter hoogte heen en weer over de rand van de toren met Amsterdam onder hun voeten. Neem een drankje in skybar Madam op de 20ste verdieping of strijk neer aan een tafeltje in restaurant Moon dat 360 graden draait. Signature chef Jaimie van Heije en chef de cuisine Tommy den Hartog serveren klassieke gerechten met een moderne twist.
De skyline van Amsterdam Noord wordt de komende jaren nog wereldser door de bouw van twee nieuwe wolkenkrabbers naast Eye en A'DAM Toren. In een toren van 110 meter hoog komt een viersterren congreshotel met 579 kamers van de Duitse hotelketen Maritim.
Restaurants en een skybar staan ook gepland in deze toren. De andere toren wordt met 101 meter iets lager en is een woontoren met 230 appartementen. Woontoren Overhoeks wordt de naam. Beide torens zijn ontworpen door het Amsterdamse bureau Team V Architectuur. Het is bekend van onder meer HAUT, eveneens in Amsterdam, met 21 verdiepingen de hoogste houten woontoren ter wereld.

Amsterdam staat inmiddels op de 7e plek in de ranglijst van populairste congressteden ter wereld. Niet verkeerd om in het rijtje van Parijs, Wenen en Barcelona te staan. Waarom Amsterdam zo populair is? Vanwege onze centrale ligging in Europa, de snelle verbindingen met andere landen, maar minstens zo belangrijk; we zijn een land met 180 verschillende nationaliteiten en hier kan openlijk gepraat worden over gevoelige onderwerpen als abortus en euthanasie. Waar een klein land groot in is…

In Amsterdam hoef je je nooit te vervelen. Er gebeurt zóveel. Maar hoe vind je nou de hipste clubs, de lekkerste restaurants, de nieuwste films, de mooiste musea en galeries, de gekste winkels en de leukste festivals? Gewoon op de website van iamsterdam. Het is dé gids voor Amsterdam voor bewoners en bezoekers. Op de site staat de complete culturele agenda van de stad. En die is uitgebreid.

Check de site en laat je inspireren. Vind bijvoorbeeld de gaafste dakterrassen om de stad van bovenaf te bewonderen of zoek de rustige plekjes van Amsterdam op. Want ja die zijn er echt. Fijn zijn ook de tips om lange wachtrijen bij populaire attracties te vermijden.
www.iamsterdam.com

EERSTE OPENLUCHT SCHOOL



Een gebouw dat je even de adem beneemt. Die lijnen. Dat licht. Die hele uitstraling. Herkenbaar. Inderdaad. De Eerste Openluchtschool voor het Gezonde Kind - ook bekend als Openluchtschool - is een creatie van Jan Duiker, de architect van Hotel Gooiland. De school staat in Amsterdam-Zuid. Net als Sanatorium Zonnestraal in Hilversum een prachtig voorbeeld van 'De Nieuwe Zakelijkheid', of het 'Nieuwe Bouwen' van de jaren twintig tot veertig van de vorige eeuw.

Het leuke is dat het gebouw nog altijd in gebruik is als school. Samen met de Tweede Openluchtschool vormt het de Stichting voor Openluchtscholen voor het Gezonde kind. Het zijn neutraal bijzondere scholen. Een school dus zonder religieuze basis, en met een stichtingsbestuur.

Frisse buitenlucht. Dat punt staat centraal in 1927, het jaar dat Duiker de opdracht krijgt om voor de dan net opgerichte Vereniging voor Openluchtscholen voor het Gezonde Kind, een gebouw te ontwerpen. Er is in die jaren al ervaring met Openluchtscholen, maar deze zijn tot dan toe altijd bedoeld voor zwakke, ziekelijke kinderen. Als leren in de buitenlucht en in het licht goed is voor deze doelgroep, dan moet dat toch ook goed zijn voor gezonde kinderen? Die gedachte levert uiteindelijk dit prachtige pand op, gebouwd op basis van een betonskelet. Door deze aanpak lijkt het gebouw haast te zweven. En er is een hoofdrol weggelegd voor de raampartijen (die bij mooi weer open kunnen) en voor openlucht-lokalen (gelegen op het zuiden). De Amsterdamse schoonheidscommissie is overigens niet onverdeeld blij met het werk van Duiker en besluit het gebouw een beetje uit het zicht te plaatsen, op een binnenterrein van een gesloten bouwblok, aan de Cliostraat. De oplevering van het hoofdgebouw is in 1930 en telt drie verdiepingen, zeven overdekte lokalen, vijf openlucht-lokalen. Twee jaar later wordt het poortgebouw opgeleverd.

Het gebouw is niet helemaal zonder kleerscheuren door de decennia heen gekomen. In 1955 wordt het pand nogal rigoureus verbouwd, zodanig dat volgens kenners 'het ranke karakter werd aangetast'. Later is het schoolgebouw opnieuw grondig onder handen genomen en grotendeels in oude glorie hersteld. Opvallend: de oorspronkelijke kleuren: wit, zwart en lichtblauw.

Kortom; hou je van mooie gebouwen, en staat een rondje architectuur toch al op je verlanglijstje, sla dan de Cliostraat in Amsterdam niet over. Bezoek de Eerste Openluchtschool voor het Gezonde Kind, 'het zusje van Hotel Gooiland'. Zoek de verschillen, maar zie vooral de overeenkomsten. Herken de hand van de meester, één van Nederlands beroemdste architecten: Jan Duiker.

AMSTERDAM DENIM CAPITAL

De ultieme tip voor liefhebbers van denim: shoppen in Amsterdam! De stad huisvest zo'n twintig verschillende jeansmerken: Denham, The Jeanmaker, Diesel, Good Genes, G-Star, Gsus, Kings of Indigo, Kuyichi, Levi's, Pepe Jeans, Scotch & Soda, Tenue de Nîmesen, om er maar een paar te noemen.

Vandaar dat Amsterdam ook wel de Denim Hoofdstad van Europa wordt genoemd. Dat jeans hier zo populair is heeft alles te maken met onze 'down to earth'- houding. We zijn niet zo dol op het strakke pak. Eigenlijk is het hier iedere dag 'casual Friday'.

Zeker een aanrader is een bezoek aan Denim City. Dit is het hoofdkwartier van House of Denim, het Nederlandse platform voor vakmanschap en innovatie in de denim industrie. Het is gevestigd in de Hallen van Amsterdam, de hotspot van Amsterdam-West.

In Denim City werken bedrijven en organisaties samen op het gebied van onderwijs, onderzoek, ondernemerschap en duurzaamheid in de jeansbranche. Behalve dat je bij Denim City met eigen ogen kunt zien wat er allemaal komt kijken bij het vervaardigen van een spijkerbroek, kun je hier een jeans-outfit op maat laten maken, in de door jou zelf uitgekozen stof.

Ook te gek: een spijkerbroek van Denim City zelf. Deze jeans is ontwikkeld in samenwerking met Candiani, een fabrikant van duurzaam geproduceerd, hoogwaardig Italiaans denim. Kortom; scoor hier die unieke herinnering aan Amsterdam.

IN AMSTERDAM IS HET ELKE DAG 'CASUAL FRIDAY'

SCHOOL OF JEAN

Nederland en denim. Het is een match made in heaven. Iedereen heeft wel een fijne jeans in de kast hangen. Sterker nog, de gemiddelde Nederlander schijnt er meer dan vijf te hebben. De tijd dat je je spijkerbroek alleen maar aantrok op een verloren zaterdag, ligt al jaren achter ons. Casual of chique; een goede jeans kan altijd.

Hoe populair denim is, valt ook af te meten aan het opvallend grote aantal denim-bedrijven van Nederlandse bodem: G-Star RAW, Denham, KOI, Scotch & Soda, wie kent ze niet? Ook merken als Tommy Hilfiger en Calvin Klein hebben hier hun hoofdkantoren.

Minder bekend maar zeker zo boeiend is het fenomeen Jean School, een opleiding van House of Denim (platform voor vakmanschap en vernieuwing in de denim-branche). Het is 2012 als de driejarige mbo-opleiding van start gaat op het het ROC van Amsterdam, in samenwerking met enkele grote spelers in denim-land.

Nu het bestaat denk je al snel: logisch! Want als we met z'n allen dan zo dol zijn op denim, dan is het ook wel handig om mensen specifiek in dit vakgebied op te leiden. En dat is precies wat er op de Jean School gebeurt. In deze hippe omgeving - De Hallen van Amsterdam - leren studenten alles over ontwerp- en productieafdelingen van denim-weverijen, - wasserijen, denim-brands en -retailers. En ja ook is er volop aandacht voor het pure vakmanschap. Dus leren de studenten werken met de naaimachine, leren ze patroontekenen, leren ze omgaan met verschillende stiktechnieken. Hoog in het vaandel van de opleiding staan verder innovatie en duurzaamheid.

De nieuwe school, die sinds 2015 jaarlijks goed opgeleide fashion designers en junior stylisten voortbrengt, blijkt een groot succes; er wordt zelfs een eenjarige Engelstalige opleiding aan toegevoegd, bedoeld voor buitenlandse studenten met minimaal een diploma op havo-niveau. School of Jean: uniek in de wereld, perfect passend in Denim Capital Amsterdam.

RIJG DE PARELS AANEEN IN AMSTERDAM

BEZOEK DEZE LEUKE PLEKKEN

PROEFLOKAAL WYNAND FOCKING: BUIGEN VOOR EEN BORREL

Alhoewel de likeuren en jenevers van Wynand Fockink helemaal hip zijn, heeft de tijd in het proeflokaal van de gelijknamige stokerij en distilleerderij echt stilgestaan. Precies op de plek (Pijlsteeg 31 in Amsterdam) waar in 1679 Wynand Fockink zijn imperium begon, bevindt zich nog steeds het proeflokaal. Hier worden al eeuwen zijn producten geproefd en gekocht. Helemaal leuk: de drankjes worden altijd op dezelfde manier als toen geserveerd. Dus ingeschonken in een traditioneel tulpglaasje, vol tot het uiterste randje, geserveerd op een lage toonbank. Wil je dit met fatsoen naar binnen krijgen dan zit er niets anders op: buigen voor die borrel! Dat is al eeuwen zo, en dat blijft zo. Tip: bezoek het proeflokaal (dagelijks open van 15 tot 21 uur), boek een proeverij of rondleiding door Wynand Fockink Proeflokaal.

X BANK AMSTERDAM

Liefhebbers van Dutch Design kunnen hun hart ophalen in X BANK Amsterdam. In deze winkel, gevestigd in het monumentale Kas Bank op de Spuistraat (op loopafstand van de 9 straatjes en De Dam), vind je maar liefst 700 m2 podium voor invloedrijke, veelbelovende en gevestigde designers van Nederlandse bodem. 180 stuks in totaal! Het is een conceptstore, met een hoofdrol voor innovatie en creativiteit. Je vindt er een brede mix aan producten en stijlen, in allerlei prijsklassen. Daardoor is het aantrekkelijk voor zowel lokaal als internationaal publiek. Benieuwd naar die winkel annex tentoonstellingsruimte, galerie en ontmoetingsplaats voor alles en iedereen op het gebied van mode, design en kunst? Wandel dan eens binnen bij X Bank, maandag t/m woensdag open van 10 tot 20 uur, donderdag t/m zaterdag van 10 tot 21 uur en op zondag van 12 tot 20 uur.

Foto: Daria Scagliola en Stijn Brakkee

BEELD & GELUID

Miljoenen uren radio en televisie liggen in de kelders diep onder de grond opgeslagen. Duizenden rekwisieten uit televisieprogramma's worden er veilig bewaard. Van de smoezelige beige regenjas van De Vieze Man, de meesterlijke creatie van Van Kooten en De Bie, tot Meneer de Uil uit de Fabeltjeskrant. Het is echt een must om een bezoek te brengen aan het Instituut voor Beeld en Geluid in Hilversum. Bij de ingang van het enorme Media Park, het kloppend hart van de Nederlandse radio- en televisiewereld, ligt het opvallend kleurrijke gebouw van het omroepmuseum. Maak er kennis met de vaderlandse omroepgeschiedenis, neem je eigen programma's op en leer hoe je een succesvol vlogger wordt. Heb je meer tijd, spring dan op het treintje van Hillywoodtours en laat je langs de studio's en omroepen op het Media Park voeren. Maak je omroepdagje compleet door een uitzending bij te wonen. En dan niet gaan zwaaien in de camera, dat staat echt heel raar;)
Meer info: www.beeldengeluid.nl

HOUSE OF BOLS & ACADEMY

De oudste stokerij en distilleerderij ter wereld heet Bols (1575) en staat gewoon in Amsterdam, pal tegenover het Van Gogh-museum. Een bezoekje valt zeer aan te bevelen. In het House of Bols ontdek je welke geheimen er schuilen achter de perfecte cocktail. Je voelt het, je proeft het, je ruikt het. Na een overzichtelijk portie geschiedenis die teruggaat naar de Gouden Eeuw, experimenteer je in de Hall of Taste zelf met de bijzondere effecten van geur, smaak en kleur. De Bols Meester Distillateur leert je alles over extraheren en distilleren van smaak. En natuurlijk krijg je alle gelegenheid om je eigen cocktail te shaken. Echt gegrepen door het vak? Kijk dan eens naar de cursussen van de Bols Bartending Academy. Je leest het goed. Bols is een officieel leerbedrijf en leidt sinds 2007 bartenders op! Professioneel en internationaal erkend.

HELEMAAL

HET EINDE!

HILVERSUM

1936

GOOILAND