

Vandaag ondernemen in de wereld van morgen

Tony Wijntuin is retailstrateeg bij WYNE Strategy & Innovation. Hij maakt regelmatig een professionele uitstap naar de horeca. Winkels, horeca en dienstverlening kennen voor hem weinig geheimen. Als geen ander doorziet hij de dynamiek van eten, drinken en uitgaan in de huidige maatschappij.

Tekst: Joost Scholten - Beeld: Bianca Blokland

De wereld verandert in razend tempo. De trends en ontwikkelingen vliegen ondernemers om de oren. Om niet te verdrinken in de dynamiek is het goed af en toe het oor te luisteren te leggen bij de specialisten die er hun vak van maakten overzicht te houden en inzicht te bieden. Tony Wijntuin: “Ik volg de wereld van horeca op de voet. Als liefhebber, maar zeker ook professioneel. Er zijn immers steeds meer retail-invloeden in de horeca en andersom. Ik registreer bepaalde ontwikkelingen in onze maatschappij en vat die samen in acht V's. Deze V's zijn relevant voor alle ondernemers en werkgevers in de wereld van eten, drinken en gastvrijheid.”

De Horeca-V8

De 8 maatschappelijke V's waar ondernemers niet omheen kunnen.

- **Verdichting**
“De binnensteden worden steeds drukker, vierkante meters steeds schaarser en duurder. Dat leidt ertoe dat mensen kleiner gaan wonen en vooral hechten aan goede voorzieningen in de buurt en de stad. Eten

en drinken gebeurt daardoor steeds meer buitenshuis. De horeca krijgt te maken met gasten die vaker komen en rekenen op snelheid, gemak, een goede prijs en een maaltijd die ook gezond is.”

- **Vertraging** (in mobiliteit)
“In de drukke stad is steeds minder ruimte voor de auto. De fiets, de scooter en de wandelaar hebben dan ook de toekomst. Dat heeft gevolgen voor bedrijven die veel gasten krijgen van buiten de stad. Die zullen lastiger toegankelijk zijn voor die automobilisten die niet zo eenvoudig toegang hebben tot OV.”
- **Vergrijzing**
“Na Japan is Nederland één van de landen met de hoogste vergrijzing. Dat is dus een erg interessante markt, waar niet veel aanbieders zich nog op richten. Met de juiste boodschap en geschikt aanbod is daar omzet te boeken. En ook op de arbeidsmarkt biedt dit kansen. Denk na over de kansen van mensen met wat senioriteit in de horeca. Ze hebben vaak de tijd en flexibiliteit die de branche vraagt.”

- **Verkleuring**

“Enerzijds speelt de internationalisering van het aanbod. Nieuwe horecaketens als LEON, Comptoir Libanais, Papa John’s en Five Guys krijgen steeds meer voet aan de grond. Anderzijds merken we de toestroom van expats, arbeidsmigranten en asielzoekers. Hier liggen volop kansen voor de arbeidsmarkt. In Amsterdam bijvoorbeeld worden nu actief statushouders aangetrokken als nieuwe medewerkers in de horeca.”

- **Verduurzaming**

“Een grote en onomkeerbare trend. No-waste en recycling zijn essentieel. Vegan en vegetarisch groeien door, het weinige aan vis en vlees op het bord moet van de beste kwaliteit en van onberispelijke oorsprong zijn. Dit spreekt gasten aan, maar ook medewerkers die meer zoeken in hun werk dan ‘alleen’ salaris.”

- **Versnelling**

“Naast de vertraging in mobiliteit maken we ook een versnelling mee. Technologische ontwikkelingen maken het de komende jaren nog eenvoudiger om online te kiezen, bestellen,

betalen, beoordelen en om gegevens uit te wisselen. Dat groeit alleen maar door. Op het gebied van de arbeidsmarkt moeten ondernemers kritisch kijken naar de mogelijkheden van robotisering. Welke repetitieve taken kun je overlaten aan robots?”

- **Vermaak**

“We streamen, leasen en lenen steeds meer in plaats van kopen. Dus kunnen we ons geld in andere zaken stoppen. In belevenissen vooral. Mooie reizen, lekker uit eten, theaters, festivals, dat ontwikkelt zich heel snel. Dat verklaart de sterke groei van festivals en nieuwe horecaconcepten waarbij kwaliteit en beleving samenvallen.”

- **Verbinding**

“Fysieke winkels staan onder druk door internetwinkels. Ze zullen natuurlijk niet verdwijnen, maar het zullen er wel minder worden. Maar wat er ook gebeurt, onze behoefte aan verbinden en ontmoeten blijft bestaan. Dat zit in onze natuur. Mensen willen bij elkaar komen. Horeca blijft daarmee de huiskamer van de samenleving. Ook in de maatschappij van morgen.”



Tony Wijntuin

TRENDS

De theorie Tony Wijntuin, de praktijk in de horeca

Voorbeelden van verandering

De wereld van morgen zie je al terug in een aantal concepten van nu. Tony Wijntuin demonstreert in praktijk de V's die voor de horeca essentieel zijn.



Foto: The Green House (Utrecht)

“**Verduurzaming** zien we op heel veel verschillende manieren terugkomen. De horeca heeft volop kansen om hierop in te spelen. Initiatieven als Kromkommer, waarbij groente die afwijkt van de ‘standaard’ wordt gebruikt, is een goed voorbeeld. Met betrekking tot de arbeidsmarkt is dit misschien wel de belangrijkste V. Met name jonge medewerkers zoeken zingeving en een hoger doel dan ‘alleen maar’ een baan. Horeca heeft echt unieke kansen om meer te bieden dan werk.”

Andere grensverleggende voorbeelden van horecaconcepten die een nieuwe standaard zetten op het gebied van duurzaamheid, verbinding en MVO zijn: hotel QO en restaurant Circle (beide in Amsterdam), The Green House (Utrecht) en Paviljoen aan Zee (Oostvoorne).



Foto: Stichting Movement on the Ground

“De andere grote kans biedt de V van **Verkleuring**. Er is een enorme vraag naar extra medewerkers en er is een groep statushouders die heel graag aan de slag wil. Een sterk initiatief vond onlangs plaats in de Amsterdamse horeca. Stichting Movement on the Ground organiseerde samen met een groep hotels een werfingsdag voor toekomstige horecamedewerkers met een vluchtelingenachtergrond onder het motto: van refugee naar hotel-employee. Een creatief en constructief antwoord op een wederzijdse vraag.”



“De **Versnelling** gaat alles veranderen. Bij Mr. Mofongo in Groningen ‘werkt’ al een robot mee die drankjes maakt en uitserveert. Dat zijn taken die je prima aan machines over kunt laten. Dan heeft het schaarse personeel tijd voor persoonlijke aandacht en voor het toevoegen van een signatuur aan een gerecht of cocktail. Het Robot.he restaurant in Shanghai is voor grote delen gerobotiseerd. Dat is voor ons misschien nu nog een gimmick, maar als de personeelsschaarste blijft, moeten we creatief zijn.”

“Online bestellen en betalen maakt ook al het werk efficiënter. Als je al weet wat een gast wanneer op komt halen en je hoeft ook niet meer af te rekenen, kun je veel slimmer werken. Digital Coffee in Shanghai werkt hier al mee en de nieuwe Fast Cuisine keten Jack Bean in Rotterdam is er in Nederland ver in. De Versnelling helpt trouwens niet alleen efficiënter met arbeid om te gaan, het ondersteunt ook in service. Er zijn Amerikaans concepten waarbij je via de telefoon zelf je cocktail kunt samenstellen. Dan geef je met een swipe aan of je meer rum wilt of juist minder. En met de andere ingrediënten precies hetzelfde. Zo krijgt niet alleen de gast de perfecte cocktail, die gegevens vertellen de horecaondernemer ook welke dranken en combinaties het populairst zijn.”



“De trend **Vermaak** gaat echt een heel belangrijke rol spelen in de horeca. De behoefte aan beleving wordt alleen maar meer. Horeca en vermaak gaan door elkaar lopen. Ik vind Mooie Boules in Amsterdam een uitstekend voorbeeld. Indoor jeu des boules met een goede bar erbij. Dat trekt. Gasten én medewerkers.” ■