EM

EIJSINK MATTERS / EDITIE 10 / 2020

10

6.

JUBILEUM

10 jaar Eijsink Matters

“We willen mooie verhalen van ondernemers delen. Anderen inspireren.”

EN VERDER...

10. DE HOLTWEIJDE **13.** SERGIO VYENT **16.** NATURALIS **20.** BROUWERSSPECIAL **24.** COFFEE & COCONUTS **26.** QR-BESTELLEN **34.** SCHEIWIJK **36.** ZIEKENHUISSPECIAL **40.** VEGAN JUNK FOOD BAR **46.** LUSH **48.** SLAGHAREN **52.** AHOY **60.** GIETHOORN

Yes! We can...

STRATEGISCHE MARKETING

Wij verdiepen ons graag in jouw doelstellingen, sterktes, doelgroepen, (online) concurrentie en ontwikkelingen in de markt. Vanuit deze kennis kunnen wij op maat een plan van aanpak maken.

ONLINE EXPOSURE

Wij helpen jouw online activiteiten af te stemmen op jouw doelen en verwachtingen. Zo wordt het effectief, krachtig en persoonlijk.

DESIGN & REALISATIE

Wij zorgen voor een duidelijke herkenbare identiteit van jouw bedrijf en bewaken consequente invulling daarvan.

BUDGET SPREIDING

Wij kunnen een constructie bieden waarbij je het marketingbudget kunt spreiden, zodat het beter aansluit op de cashflow binnen het bedrijf.

...do it.

Of het nu gaat om een corporate identity, app, website, verpakking, directmail, 3D, VR, 360° concepten, interactieve oplossing of productintroductie: alles draait om een goed idee en de uitvoering daarvan. Creatie is de basis voor onderscheidend vermogen, verrassend en anders is de sleutel tot succes.

Mail ons op info@vdveer.nl of bel +31 53 432 4242

VANDERVEER
CREATIVE AGENCY

BESTE Lezer,

Ik trek de deur van een lege vergaderruimte achter me dicht, zet mijn telefoon op stil. Tien edities Eijsink Matters liggen voor me, uitgewaaierd op tafel. Één voor één pak ik ze op, blader ze rustig door. Bedoeld en onbedoeld heeft 10 jaar lang EM honderden mooie herinneringen vastgelegd. Autoritten langs unieke ondernemingen. Bijzondere gesprekken waar je een week later nog energie van hebt. Onverwachte, waardevolle nieuwe partnerschappen. En de herinnering aan mijn broer Jan [oprichter van Eijsink, red.] die de eerste Eijsink Matters helaas nooit gedrukt heeft kunnen zien, maar wel dit fantastische podium heeft gecreëerd waarin we al een decennium lang gastvrijheid, innovatiekracht en ondernemerschap mogen vieren.

Foto: Matijs Hanenkamp

Eijsink viert al vanaf onze start de grote én de kleine dingen. Van collega's die al 25 jaar bij ons werken tot een 100% tevredenheidscore bij onze servicedesk. Van 35 jaar Eijsink en met z'n állen naar Tuckerville, tot 'gewoon' het teamgevoel en belang van familie onderstrepen met een familiedag in Attractie- & Vakantiepark Slagharen (p. 48). Het is niet alleen goed en gezellig om samen bij belangrijke mijlpalen stil te staan: hoe meer je viert, hoe meer je ook hebt om naar uit én terug te kijken!

Rotterdam Ahoy heeft dit jaar ook veel te vieren. Niet iedereen kan zeggen dat ze het Eurovisie Songfestival hebben binnengehaald (p. 52)! En niet alleen muzikaal, ook museaal delen we felicitaties uit, want Naturalis bestaat in 2020 maar liefst 200 jaar. Tijd dus om Trix en de andere 41.999.999 natuur-historische collectie-stukken te bezichtigen (p. 16). Ook groei is trouwens een feestje waard. De Beren, begonnen in 1984 met één locatie, zit inmiddels op 42 restaurants plus 21 bezorglocaties and counting. Snap ik wel trouwens, met zulke saté (p. 14).

Over lekker eten gesproken, dat kan zowel met als zonder vlees. De verrukkelijke plantaardige gerechten van Vegan Junk Food Bar (met dezelfde hippe kleuren als de graffiti op de muur) zijn niet te versmaden (p.40). Eenzelfde aantrekkelijk kleurenpallet vind je bij Lush – hoewel ik daar geen hap van het assortiment zou nemen (p.46). Verpakkingsvrij werken, natuurgebieden herstellen, een verbod op dierproeven voor cosmetica bewerkstelligd: zeker het vieren waard. Net als de succesformule van Pavarotti – hier straalt de culinaire kracht van de authentiek Italiaanse keuken in het monumentale stationspand van Delft (p.28). Oude loketten dienen bijvoorbeeld als uitgifte voor de keuken. Terugkijken om vooruit te kijken.

> Het is niet alleen goed en gezellig om samen bij belangrijke mijlpalen stil te staan: hoe meer je viert, hoe meer je ook hebt om naar uit én terug te kijken!

Net als dus in 10 jaar Eijsink Matters. Tien nummers vol inspirerende verhalen uit de praktijk, tips & tricks en handvatten om nóg meer plezier uit je werk te kunnen halen. Een jubileum waar we ontzettend trots op zijn. En hoewel ik de laatste editie net heb dichtgeslagen, sta ik alvast met één been in de volgende. Waarin vast nog veel meer te vieren valt!

Aan alle lezers: hartelijk dank voor 10 jaar Eijsink Matters. Met warme groeten,

René Eijsink
Commercieel Directeur

6.

JUBILEUM

Eijsink Matters

10 jaar

TECH

Gadgets
56.

16.
NATURALIS
INSTITUUT VOOR
BIODIVERSITEIT EN BELEVING

REDACTIONEEL

COLUMN

SERGIO VYENT
LIEFDE VOOR GASTVRIJHEID
13.

46. **LUSH**
IN GEUREN EN KLEUREN

REDACTIONEEL

SPECIAL

20. **BIERBROUWERS**
TWENTSE BIERBROUWERIJ
EN JOPENBIER

SPECIAL

60. **GIETHOORN**
GROEN LABYRINT ZONDER WEGEN

REDACTIONEEL

BOL.COM
DE WINKEL VAN
ONS ALLEMAAL
32.

52.
ROTTERDAM AHOY
PODIUM VAN
WERELDFORMAAT

REDACTIONEEL

OPLOSSING

48. **SLAGHAREN**
ATTRACTIE- & VAKANTIEPARK
VOL AVONTUUR

En verder...

REDACTIONEEL

LANDGOED DE HOLTWEIJDE 10
OPTIMAAL WELBEVINDEN

COFFEE & COCONUTS 24
MULTI-LEVEL HANGOUT

SCHEIWIJK 34
VOOR FIJNPROEVERS

VEGAN JUNK FOOD BAR 40
FUNKY COMFORTFOOD

DE IJZEREN MAN 42
STRANDPAVILJOEN VOL RECREATIEMOGELIJKHEDEN

IJVER 58
BIJZONDERE HOTSPOT OP ICONISCHE NDSM-WERF

GOED DOEL 66
STICHTING AMBULANCE WENS

OPLOSSING

DE BEREN 14
HEEL NEDERLAND BERENVRIEND MAKEN

PAVAROTTI 28
DEZE SUCCESFORMULE SMAAKT NAAR MEER

SPECIAL

ZIEKENHUIZEN 36
UMCG EN OMMELANDER ZIEKENHUIS GRONINGEN

COLUMN

BJÖRN NIJHUIS 31
DATA OMZETTEN IN KANSEN

HANS OFFRINGA 51
WAAROM WHISKY?

TECH

QR-BESTELLEN 26
EXTRA SERVICE EN GASTVRIJHEID

ADVERTORIAL

CCV 44
KLAAR VOOR DE TOEKOMST IN BETALEN?

10 jaar Eijsink Matters

Onze directieleden blikken samen terug op alle highlights van maar liefst 10 jaar Eijsink Matters! Hoewel die lang niet allemaal in dit artikel passen, hebben we enkelen voor je op een rij gezet. Wat een jubileum. Op naar de volgende 10 nummers van EM!

"Allerlei opties passeerden de revue, maar uiteindelijk draaide de inhoud om 'all matters Eijsink' en informatie die er toe doet. Vandaar EM. We dachten trouwens eerst aan een naam die als afkorting óók een woord kon vormen, zoals 'WIT', voor 'Wonen In Twente'. 'Kassa's Uut Twente' heeft de eindstreep niet gehaald…"

Over de naam 'Eijsink Matters'

"In het Louwman Museum staat een voor ons extra leuk stuk historisch erfgoed: de enig overgebleven automobiel van het Amersfoortse merk Eysink, Nederlands oudste autofabrikant."

Over artikel 'Louwman laat autogeschiedenis herleven' – EM 2011

"Alexander Beach Club was één van onze eerste klanten die booq QR-bestellen ging gebruiken. Hun gasten zijn laaiend enthousiast over zulke service bij de strandbedden. Het is daar trouwens altijd goed toeven, zelfs in de winter gezellig bij het haardvuur."

Over het artikel 'Alexander Beach Club' – EM 2019

"We hadden net het hele Paleis op de Dam geautomatiseerd, en daardoor een ingang bij het marketingteam van het Koninklijk Huis. In eerste instantie hielden ze de boot af – de Koningin mocht niet op de cover. Uiteindelijk zijn we in de auto gestapt om face to face onze charmes in de strijd te gooien. Met succes!"

Over de cover met Koningin Maxima – EM 2014

"Eijsink Matters was de droom van Jan Eijsink, onze oprichter. Hij was ontzettend trots op onze mooie klanten en wilde hun verhalen naar buiten brengen. Anderen inspireren. Hij kon trouwens ook geen nee zeggen – waar nu elk nummer 68 pagina's telt, was dat bij de eerste editie 84. Elk mooi verhaal moest er gewoon in! Tot ons verdriet stierf Jan vlak voordat het magazine werd gedrukt. Voor ons staat hij aan de basis van dit bijzondere jubileum."

Over het ontstaan van Eijsink Matters en de eerste editie – EM 2011

"Wijngaard Hof van Twente was toen al, en nog steeds, heel bijzonder. Niet alleen omdat hier echte Twentse wijn wordt gemaakt, maar omdat ze als zorgboerderij een plekje bieden voor mensen met een beperking. Zoals ze zelf zeggen: op de Wijngaard komt u verder!"

Over het artikel 'Wijn van Twentse bodem' – EM 2012

"Onze vorige salesdag sloten we af met een teamuitje naar Over the Edge – schommelen over de rand van het dak van de A'DAM Toren! Ik zal stiekem verklappen dat sommige collega's subtiel hun beurt voorbij hebben laten gaan."

Over het artikel '360° Amsterdam, A'DAM Toren' – EM 2017

"Wie er op de cover staat, houden we intern altijd geheim tot de week voor de Horecava – het is een soort traditie geworden. Dat betekent naar de printer rennen, mappen verstoppen, je scherm wegdraaien. En dat collega's quasi-onschuldig naar binnen lopen om te kijken wat er op je bureau ligt."

Over het tot stand komen van nieuwe covers

"Ha, 'Bakker Bas'. De eerste bakker die in Haaksbergen op zondag open ging, toen dat nog helemaal niet mocht. Burgerlijke ongehoorzaamheid."

Over de cover met Bas Nijhuis – EM 2018

Grand Hotel Amrâth Kurhaus – EM 2015

"Museum Voorlinden is echt een pareltje – gelukkig wordt ze door steeds meer mensen ontdekt. Familie vroeg me laatst of we er al wel eens van hadden gehoord, ha, natúúrlijk: even de Eijsink Matters er bij pakken."

Over het artikel 'Museum Voorlinden' – EM 2017

"In 2016 kreeg EM een make-over, een nieuwe frisse look. Dat we Dafne Schippers op de cover mochten plaatsen, voelde als een gewonnen thuiswedstrijd. Dafne is namelijk vaste headliner bij de FBK Games in Hengelo – het grootste internationale atletiekevenement van Nederland. Hier zijn we al zo'n 25 jaar als trouwe sponsor bij betrokken."

Over de make-over van EM en cover – EM 2016

Wollebrand – EM 2014

"We hebben een speciale band met het DeLaMar Theater. Zij hebben ons zelfs geholpen met het tot stand komen van onze eerste cover, met Joop van den Ende, en later met die van Chantal Janzen."

Over de covers van EM 2011 en 2013

TESO – EM 2015

"Dries en CO roept ook meteen mooie herinneringen op. Een klant vanaf het eerste moment, 35 jaar geleden."

Over het artikel 'DRIES en CO' – EM 2018

"Ilse DeLange – 2019 was een bijzonder jaar. We bestonden 35 jaar en zijn met álle collega's en hun partners naar Tuckerville geweest, het muziekfestival van Ilse in Enschede. Een topdag!"

Over de cover van EM 2019

"Het Nationaal Opera & Ballet had problemen met hun toenmalige kassa, en zijn toen als een van onze eerste grote klanten overgestapt op ons inhouse ontwikkelde kassasysteem booq POS. Voor ons een mijlpaal."

Over het artikel 'Nationale Opera & Ballet' – EM 2016

"Het is altijd fijn om langs Stadshotel Woerden te gaan. Wieteke en Ed Breuren zijn niet voor niets samen uitgeroepen tot Meest Markante Horecaondernemers van 2019/2020. Dit jaar bestaat hun onderneming 5 jaar. Er gaan er zeker nog vele volgen."

Over het artikel 'Stadshotel Woerden & Van Rossum' – EM 2015

"Oranjerie 't Vogelhuis bestaat sinds 1934. Hier is al de derde generatie van de familie aan het werk. Texel heeft voor ons sowieso altijd iets speciaals. Het is een warme gemeenschap, je voelt je er snel thuis."

Over het artikel 'Restaurant Vogelhuis-Oranjerie' – EM 2018

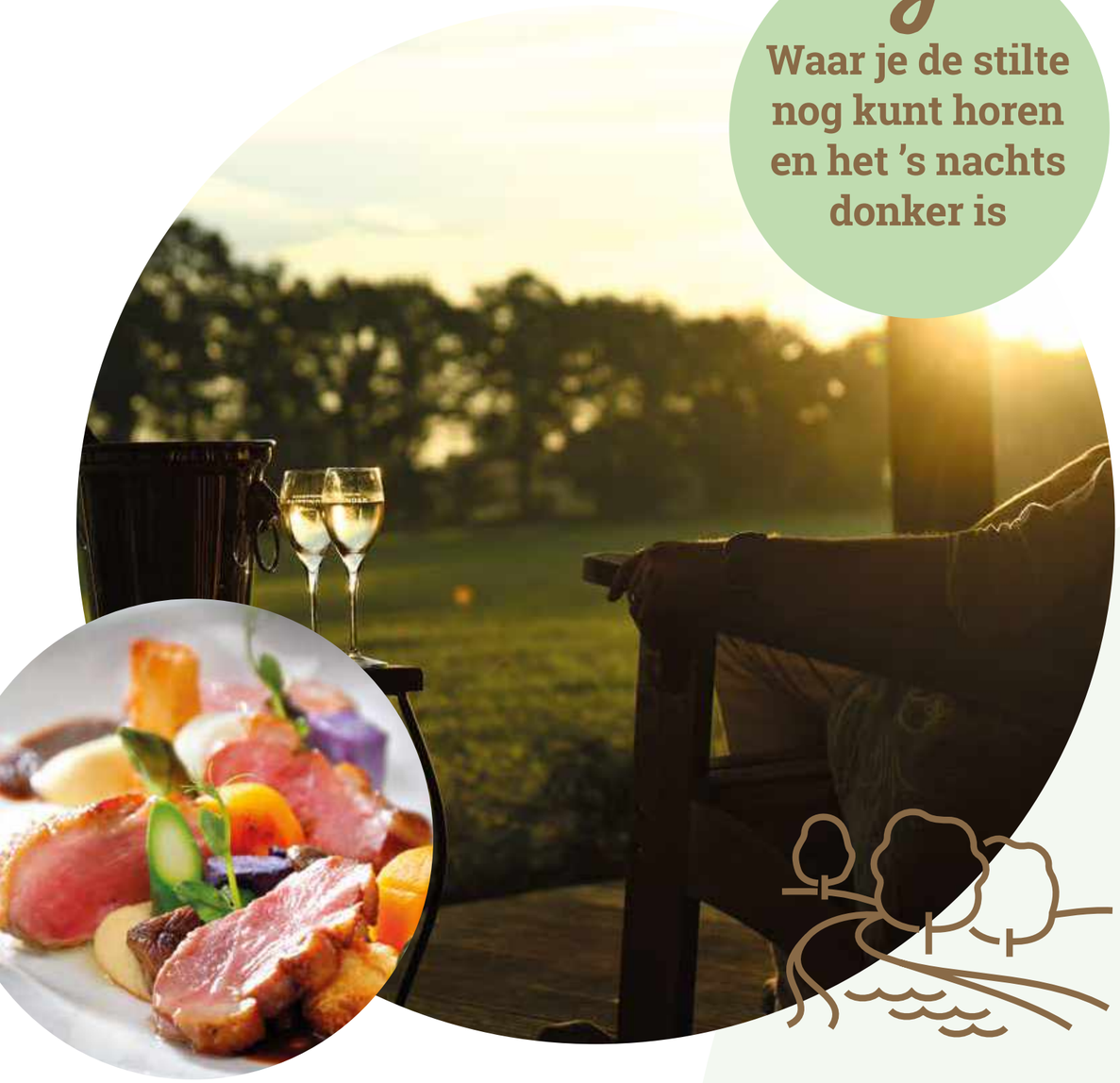
TerSpegelt – EM 2019

"Won Yip, ook wel bekend als Mr. Dam Square en de Koning van de Dam. Rechtdoorzee, glashelder, en bij alles wat hij doet kijkt hij al 30 jaar vanuit het perspectief van de gast. Over zo iemand kun je blijven schrijven."

Over het artikel 'Horeca-tycoon Won Yip' – EM 2014

Landgoed de Holtweijde

Waar je de stilte nog kunt horen en het 's nachts donker is



In de Noordoostelijke hoek van Twente rijd je een landweggetje af richting een paradijs omringd door fraaie uitzichten en licht glooiende weilanden. Marcel en Marlies Vlek-Wijnbergen heten je van harte welkom op Landgoed de Holtweijde.

TEKST Lisa Oude Lenferink FOTO Landgoed de Holtweijde

Optimaal welbevinden

Op adem komen en nergens anders aan denken, daarvoor komen de gasten naar het bosrijke Lattrop. Op het landgoed van 13 hectare geniet je in royale suites met de nieuwste voorzieningen met meer dan je mag verwachten. Toegang tot het beautycentrum, sauna, fitness, golfbaan en tennisbaan is dichtbij. Ook kinderen kunnen zich vermaken: in het binnenzwembad, op de trampolines of schommels tussen de bomen. Chef-kok Rob Fiselier bereidt in het Bib Gourmand bekroonde restaurant culinaire hoogstandjes van streekproducten. De ambiance is rustiek, elegant en romantisch. In de winter een openhaardvuur en in de zomer prachtige tuinen. Twee derde van de gasten ontvlucht de stad en is afkomstig uit het westen van ons land, maar Landgoed de Holtweijde biedt ook plek aan Twentse weekendbezoekers of de ontdekkende internationale gast.

Van herberg tot hotellerie en landgoed

Ondernemerskoppel Marcel en Marlies ontmoeten elkaar op de Hotelschool in Maastricht en gaan eerst separaat en later samen aan de slag in de hotellerie. Toch lonkt de wens om 'iets eigens' te gaan ondernemen. Via compagnon Lucas Petit komen ze in contact met de oud-eigenaar van de Holtweijde, en in 2007 verhuist het gezin met vier dochters naar Lattrop. Qua voorzieningen is het landgoed compleet en in goede staat. Voorzichtig wordt gekeken naar overlevingskansen, geïnvesteerd en gerenoveerd. Vooral intern wordt er gesleuteld. Marcel: "Wij zijn voorstander van operationele verantwoordelijkheid en geven onze managers de vrijheid om hun afdeling optimaal te organiseren. Natuurlijk leidt dat af en toe tot een beslissing die je wellicht zelf niet had genomen, maar dit geeft de mogelijkheid, wanneer we vrij zijn, zelf het landgoed te kunnen verlaten."

De kracht van het hotel berust op de mentaliteit van onze medewerkers

Jongleren

Het ondernemen als echtpaar en zorgen voor een warm nest voor de kinderen was zeker af en toe jongleren. "Vooral in de tijd van de lagere school. Maar in de 20 jaar dat we samenwerken hebben Marlies en ik nog nooit onenigheid gehad. We hebben ieder een eigen liefhebberij. Ik ben meer zichtbaar aan de voorkant van het bedrijf, met de gasten en medewerkers. Marlies zit meer in de backoffice en richt zich op de organisatie- en administratieve kant. De zorgzame antenne die ze in haar rol als moeder heeft ontwikkeld, helpt ons in sociale situaties. Het team is ons heel veel waard."

Uitzonderlijke gasttevredenheid

De kracht van het hotel berust op de mentaliteit van die waardevolle medewerkers. “Twentenaren zijn relaxed, hebben het hart niet op de tong en werken onverstoorbaar door. Zij stralen rust uit. De wisselwerking met aangeboren vriendelijkheid en onze omgeving maakt het een gouden combinatie. We benadrukken rust en ruimte. Als ik gasten vraag wanneer ze zijn aangekomen, moeten ze nadenken. Zij krijgen het gevoel dat de tijd stilstaat, ook al zijn ze net binnen. Een ander voorbeeld is dat we verbodsbordjes die op het terrein stonden, hebben weggehaald om de ongedwongenheid te benadrukken. Wij proberen verwachting en werkelijkheid bij elkaar te brengen, zonder onwaarheden. Als een gast een hotel binnenkomt verwacht deze een proces: een vraag naar je reservering, legitimeren en het invullen van gegevens. Bij ons gaat het anders. Wij steken een hand toe, heten je welkom, vragen of je een plezierige reis hebt gehad en of je een kopje koffie wilt. Ontzorgen met een persoonlijke touch.”

Twents noaberschap

“Wat wij mooi vinden aan de Twentse omgeving grenzend aan Duitsland? Dat je hier zonder te kijken de straat kunt oversteken. Je kunt urenlang wandelen en fietsen door de bossen en rustieke dorpen. De film is elke dag anders, iets wat ik in het begin niet zag. Ik zie de natuur elke dag veranderen met de seizoenen. Mijn favoriete maand is mei, waarin alles ontpopt en we gasten zo lang mogelijk buiten kunnen ontvangen in de ruimte tussen de landerijen. We zien wilde hazen, reeën en vogels. En ook de mensen in de boerenbedrijven om ons heen maken van het landgoed een gemoedelijke plek. Eigenlijk is ons bedrijf een vreemde eend in de bijt, kijkend naar de authentieke agrarische werkzaamheden om ons heen. Maar er heerst wederzijds respect en we hebben veel aan elkaar in allerlei situaties in ‘de buurt.’ Dit Twentse noaberschap stelde ons vanaf het begin op het gemak.”

Trots op de zaak en het gezin

“Waar ik trots op ben is dat we in 2016 onze marketing en sales over een andere boeg hebben gegooid. Een nieuwe website, maandmailings, aanbiedingen. Dedicated marketing van achter het bureau, die voor ons bijzonder succesvol is. Elke maand groeien we, afgelopen augustus was succesvoller dan december.” Trots is Marcel ook op zijn dochters, die inmiddels allemaal uit huis zijn en in Amsterdam wonen. Ze studeerden af als juf, arts en twee aan de Hotelschool. Of ze ooit bij de Holtweijde gaan ondernemen? “Wellicht, maar dat willen ze alleen als ik weg ben”, grapt Marcel.

We benadrukken rust en ruimte

Liefde voor Gastvrijheid

De afgelopen 5 seizoenen heb ik in het First Dates Restaurant zo’n kleine 2.000 kandidaten en ongeveer 12.000 ‘achtergrond-eters’ mogen ontvangen. Als Maître D’ stuur ik het gehele team aan, binnen een voor de horeca erg vreemde setting.

Een setting met een 40-tal camera’s, regiewagens, productieteams, kandidatenbegeleiders, visagie, licht-/geluidspersonen (m/v), opnameleiders, callsheets en natuurlijk de plek waar het allemaal moet gebeuren: het First Dates Restaurant. In deze arena loopt een diversiteit aan singles binnen, maar ondanks dat de gasten qua leeftijd, geaardheid en levensverhaal heel erg uiteen lopen, komen ze allemaal met hetzelfde doel. De liefde!

Die basale zoektocht naar liefde en geborgenheid waar eenieder naar zoekt, doen deze moedige singles niet via de ontelbare datingsites of bij de lokale bar/dancing, maar in het First Dates Restaurant en voor het kritisch oog van de Nederlandse kijker. Dat aspect maak het extra spannend en kwetsbaar. Je kunt je voorstellen dat door dit gegeven de zenuwen in het rood kunnen schieten, wat bij menig single ook gebeurt (ook al zeggen ze van niet).

Juist op dat bizarre kruispunt, van overweldigd zijn door de zenuwen en het openen van de deur naar een potentiele nieuwe liefde, sta ik met mijn team klaar om deze gasten te verwelkomen. We staan klaar om de singles te ontvangen met warmte, een lach en met veel, heel veel gastvrijheid. Hierdoor kan iedereen aarden en wordt het wachten op je blind date gemakkelijker, de spanning over wat voor ze ligt minder. De singles voelen zich erg op hun gemak, waardoor zij zich kunnen focussen op hun date. Door met mijn team gastvrijheid zo hoog in het vaandel te hebben, blijkt elke keer weer dat alle gasten zich heel erg thuis en welkom voelen in ons restaurant. We hebben de vreemde setting kunnen veranderen naar een setting waar mensen kunnen shinen.

Graag wil ik van deze gelegenheid gebruikmaken om een lans te breken voor de gastvrijheid op de werkvloer, maar dan in de breedste zin van het woord. Niet alleen naar je gasten toe, maar ook naar je personeel. In deze moeilijke tijden om goed personeel te krijgen en vast te houden, denk ik dat gastvrijheid naar zowel buiten als binnen een belangrijke stap is. Als je team ervaart dat ze gastvrij ontvangen worden binnen het bedrijf, dan zullen ze dat ook oprecht uitstralen naar de gasten die ze ontvangen. Met liefde voor gastvrijheid is veel te bereiken. ■

Sergio Vyent is bekend van zijn uitstekende gastheerschap (én karakteristieke lage stem) in de BNNVARA-programma’s First Dates en First Dates Hotel. Daarnaast steekt hij zijn kennis van gastvrijheid – na dertig jaar in de horeca – ook in zijn functie als teamleider bij de Openbare Bibliotheek Amsterdam.

De Beren

Heel Nederland Berenvriend maken

42 restaurants plus 21 bezorglocaties and counting. Franchise horecaketen De Beren is flink aan het groeien. “We willen dat heel Nederland ons kent en bij ons komt genieten van onze befaamde spareribs, malse kipsaté, stevige burgers en al het andere lekkers”, vertelt Wouter Langhorst, IT-Manager De Beren.

TEKST Annabelle Boom FOTO De Beren

“Goede, verse producten gebruiken en gasten benaderen alsof ze je eigen vrienden zijn. Dat is wat De Beren uniek maakt”, vertelt Wouter. Als IT-Manager faciliteert hij dagelijks de groei van de organisatie. “We zijn heel toegankelijk dankzij onze warme, hartelijke en directe communicatie. Dat maakt dat we een breed publiek aantrekken. Gezinnen, sportteams, vriendenclubs, maar ook mensen die komen voor een zakendiner.”

Van afwasser tot IT-Manager

Wouter begon zelf ruim 13 jaar geleden als afwasser bij De Beren in Dordrecht. “Bedienen, gasten ontvangen, achter de bar en in de keuken staan: ik vond alles interessant. Nóg interessanter dan mijn IT-studies”, vervolgt hij lachend. Hij werd de jongste chef-kok van De Beren ooit en kreeg de verantwoordelijkheid om als keukenmanager nieuwe vestigingen door heel Nederland te openen. De kennis uit de praktijk komt nog steeds uitstekend van pas in zijn huidige functie als IT-Manager. “Ik ken de processen op de werkvloer en spreek ook de taal van de techneuten. Dat maakt het schakelen makkelijker.”

Landelijke dekking

“We streven naar een landelijke dekking met De Beren. Vorig jaar zijn er vijf nieuwe vestigingen geopend en voor dit jaar staan er in ieder geval al acht in de planning, maar ik verwacht dat dit nog verder gaat oplopen. We zoeken naar ondernemers waarmee we echt een toekomst kunnen opbouwen. Mensen die bij ons passen en die veel kennis hebben van de lokale markt. De kandidaat-franchisenemers krijgen een intensieve training. Ze komen stagelopen zodat ze alles kunnen leren kennen, én zodat beide partijen ondervinden of de samenwerking inderdaad past. Het voordeel van deze franchise-constructie is dat we vanuit het hoofdkantoor van alles faciliteren om de ondernemer te ontzorgen. Door ze de tools te geven om zaken op efficiënte wijze te regelen, kunnen zij zich beter focussen op tevreden medewerkers en enthousiaste gasten.”

Commercieel plannen

“Eén van de fronten waarop veel winst te behalen viel, was het inplannen van personeel. We hebben daarom meerdere personeelsplanningspakketten tegen het licht gehouden om de beste te selecteren. Voor ons was dat de booq Personeelsplanner. Ten eerste omdat het heel gebruiksvriendelijk is. Je kunt er intuïtief je weg in vinden. Ten tweede omdat er goede support geleverd wordt. We groeien snel en iedere nieuwe locatie gaat direct met de booq Personeelplanner werken. Dan heb je dus op korte termijn een goede training nodig, en dat lukt altijd. En ten derde omdat er binnen het platform veel mogelijkheden zijn om commercieel bewust te roosteren. Want eenvoudig een rooster maken is één ding. Maar een goed rooster iets heel anders!”

> We willen dat heel Nederland ons kent en bij ons komt genieten

Naturalis

Instituut voor biodiversiteit én beleving

Het 'oude' Naturalis barstte uit haar voegen: gemaakt voor zo'n 150.000 bezoekers per jaar kon ze de inmiddels ruim 400.000 bezoekers niet goed meer kwijt. Bovendien groeide de natuurhistorische collectie naar maar liefst 42 miljoen stukken (!) die verspreid lagen over verschillende depots, zodat het toenemend aantal Naturalis-onderzoekers steeds vaker van de ene kant van Leiden naar de andere moest fietsen om wat op te halen. Tijd dus om alles onder één nieuw, indrukwekkend dak te brengen!

TEKST Maud Etman FOTO Mike Bink, Koen Mol en scagliolabrakkee / Neutelings Riedijk Architects

Voor het oog van het publiek worden dieren geprepareerd, dinobotten onderzocht en interessante onderzoeken getoond

Wie binnenloopt in het nieuwe Naturalis, waant zich in een andere wereld. Van de rauwe natuurstenen gevels tot het imposante atrium en de prachtig ingerichte zalen, alles viert de schoonheid van moeder Aarde. Het voelt als méér dan een natuurhistorisch museum. En dat moet ook. Josien Schraverus, senior communicatieadviseur, legt uit: "Voor veel mensen zijn we vooral bekend als museum, maar daarnaast is Naturalis een wetenschappelijk instituut voor biodiversiteit. We doen uiteenlopende onderzoeken die ons kennis leveren over de natuur en het behoud ervan. Omdat we bijvoorbeeld ontzettend veel bijen in onze collectie hebben, soms van honderden jaren oud, kunnen we onderzoeken wat door de tijd heen met hen is gebeurd. Onderzoekers zien onder meer dat aan bijenpootjes van lang geleden levende bijen veel stuifmeel kleeft van planten die nu niet of nauwelijks meer voorkomen. Die waren voor het voortbestaan van de bijen mogelijk belangrijk. Wetenschappers kijken of het terugbrengen van díe plantensoorten wellicht een oplossing kan zijn."

Live wetenschap

In het nieuwe pand, geopend in augustus 2019, zijn álle facetten van Naturalis in één gebouw ondergebracht. Het museum biedt nu voldoende ruimte voor haar bezoekersstromen, maar ook het volledige depot, kantoren en de laboratoria zitten bij elkaar. Leuk weetje over de bouw? "Een aantal opgezette dieren moest wegens hun omvang al tijdens de bouw het pand in. We ontdekten dat als bepaalde deuren eenmaal gemonteerd waren, onder andere onze opgezette Afrikaanse olifant en giraf niet meer naar binnen konden. Dus ze zijn al maanden voor de opening stof- en stootvrij ingepakt, en het museum ingetakeld!" Het museum is ingedeeld in verschillende thema-zalen, zoals het ontstaan van de aarde, de dood, de ijstijd en de dinotijd. Daarnaast kun je – altijd gratis – de Live Science zaal bezoeken. "Hier zijn wetenschappers en collectiebeheerders van Naturalis aan het werk. Voor het oog van het publiek worden dieren geprepareerd, dinobotten onderzocht en interessante onderzoeken getoond. Je mag vragen stellen, of zelf een voorwerp meenemen om door ons te laten identificeren."

Zien, doen en beleven

Naturalis probeert actief de zintuigen van haar bezoekers te prikkelen. "In de zaal Dinotijd bijvoorbeeld staan de skeletten tegen een achtergrond van de omgeving en tijd waarin deze dieren leefden. Je ziet ze bewegen, je hoort geluiden. Hiervoor is kennis gebruikt uit onderzoeken door onze paleontologen." En beleving betekent niet alleen zien, maar ook dóen. Wie bijvoorbeeld de speciale verrekijker in de zaal IJstijd op de prehistorische mammoeten of een steppewisent richt die op een maquette staan, ziet de dieren via virtual reality tot leven komen. Kinderen kunnen échte ijstijddinosaurusbotten uit een bak halen en bestuderen. Of een insect of kristal bekijken onder een microscoop. En je kunt op een soort skippybal een – jawel – spermarace houden. Wie het snelst hupt, stuurt op een scherm 'zijn' zaadcel als eerste naar de finish: de eicel.

Ze is een beetje onze Nachtwacht

Trix
Van een unieke replica van één van onze voorouders gemaakt op basis van wetenschappelijk onderzoek, tot een complete wand vol lieveheersbeestjes: Naturalis heeft een unieke collectie (verzameld over maar liefst 200 jaar – het instituut viert haar jubileum in 2020!). Op de vraag wat het meest bijzondere stuk in Naturalis is, is volgens Josien echter maar één antwoord. "Onze T. rex, 'Trix'." Trix leefde zo'n 66 miljoen jaar geleden. "Deze Tyrannosaurus rex is een van de grootste en meest complete skeletten ter wereld – van deze omvang en kwaliteit is slechts een handvol gevonden." Los van de unieke historische waarde van Trix, is Naturalis ook nog wereldwijd gezien het énige museum waar de echte, loodzware schedel op het T. rex-skelet is gemonteerd. "In samenwerking met het Black Hills Institute in South Dakota hebben we het skelet geprepareerd en op deze manier opgebouwd." Uniek en een must see. "Ze is een beetje onze Nachtwacht." ■

Food Waste Challenge

De Nederlandse horeca kan besparen door minder voedsel te verspillen

De Nederlandse horeca verspilt jaarlijks ruim 51 miljoen kilo voedsel. Daar doen we samen wat aan met de Food Waste Challenge! Met hulp van Wastewatchers en Hotelschool The Hague zijn horecaondernemers 6 weken lang de uitdaging aangegaan! De resultaten van de challenge maken wij bekend tijdens de Horecava.

Lees meer op rabobank.nl/ ***foodwastechallenge***

Rabobank

DE TWENTSE BIERBROUWERIJ

Trots oet Twente

Horeca: zijn roots liggen er niet helemaal, maar zijn hart des te meer! De markante Frank Hendriks begon in 2008 met zijn Twentse Bierbrouwerij. Ruim 10 jaar later is Twents Bier verkrijgbaar door heel Twente en heeft de brouwerij in Hengelo een prachtig nieuw thuis gekregen mét proeflokaal en volop ruimte voor vergaderingen en feesten. “Ik wil dat de Twentse Bierbrouwerij de woonkamer is van Twente. Als je écht volop wilt genieten van lekker eten en drinken in een mooie setting en voor een sympathieke prijs, moet je hier zijn!”

TEKST Annabelle Boom FOTO Eijsink

BIER MOET NAAR MEER SMAKEN. ÉÉN BIER IS GEEN BIER

Kom je uit een echte horecafamilie?

“Nee, helemaal niet! Mijn vader was timmerman en mijn moeder secretaresse. Als broekie wist ik nog niet zo goed wat ik wilde, dus ging ik – net als mijn vrienden – naar de LTS. Maar eigenlijk was dat niets voor mij. Een van mijn leraren zei: ‘Frank, jij moet iets in de consumptieve technieken gaan doen’. En hij had gelijk. Na mijn dienstplicht ben ik een koksopleiding gaan doen en me verder gaan specialiseren als instellingskok en dieetkok. Ruim 18 jaar heb ik als kok gewerkt, tot ik mezelf de vraag stelde: ‘ga je dit tot aan je pensioen doen?’
Het antwoord was nee. Ik begon een eenmans-cateringzaak en opende in 2008 de Twentse Bierbrouwerij in de oude Hazemeijer-fabriek nabij het centrum van Hengelo, de plek waar mijn vader 45 jaar timmerman was. Mét proeflokaal, want heerlijk bier en goed eten, dat is de ultieme combinatie!”

“Eén bier is geen bier”

“Na 1,5 jaar heb ik het horecagedeelte verkocht om me volledig op de brouwerij te focussen. Ieder bier dat ik brouw moet de juiste balans hebben: zacht, mild, toegankelijk en ‘doordrinkbaar’. Het moet naar meer smaken, want één bier is geen bier. Het is hartstikke mooi om nieuwe dingen te proberen en met ingrediënten te stoeien. Als basis gebruiken we de beste grondstoffen van het Twentse land en we hebben inmiddels een mooi, breed pallet bieren. Het Twents Premium Pils en 7 speciaalbieren. In die periode is ook het aantal punten waar je Twents Bier kunt krijgen flink gegroeid. Ik ben wel selectief in wie het mag verkopen. Het moet wel passen. Het zijn echt bieren van de regio, voor de regio. Ik wil dat Twents Bier groots wordt, maar wel in een straal van ongeveer 100 kilometer rondom Hengelo. Ik zeg altijd tegen mijn klanten: ‘As d’r wat is, mu-j mie bell’n. Dan bun ik d’r met ‘n uur’.

Einde van de pioniersfase

“Ik onderneem vanuit passie. Toen de uitbater van het proeflokaal in 2013 failliet ging, ging mijn ondernemersbloed sneller stromen. Ik kocht het terug van de curator en blies het nieuw leven in. Het liep al snel goed en samen met mijn ambitieuze linker- en rechterhand Jaap van den Berg en Nathalie Olde Wolbers besloot ik dat we die 10-jarige pioniersfase moesten afsluiten en de brouwerij een eigen thuis moesten geven. Alles in eigen beheer, mét ruimte om te groeien, om grote feesten te houden en in een groenere omgeving. Ons oog was gevallen op het oude bedrijfsrestaurant van Signaal/Thales waar mijn moeder vroeger werkte. Dankzij een giga-verbouwing is de ouderwetse boerderij veranderd in een modern, industrieel pand met veel glas. Oktober 2018 openden we de deuren en sindsdien loopt het storm.”

Wat is het geheim van het succes?

“Gastvrijheid. Ik geloof er heilig in dat je vrienden moet maken. Gasten moeten zich echt thuis voelen. Je wil dat ze het leuk vinden om op de hoogte te blijven van het reilen en zeilen en regelmatig langs komen. Social media is daarbij ook belangrijk. Ik merkte al snel dat mensen het leuk vinden om online te zien waar je mee bezig bent. Maar wat je plaatst moet wel passen en hout snijden. Efficiency en controle zijn ook ontzettend belangrijk. Als je een goede, snelle structuur hebt, heb je meer tijd en aandacht voor je gasten. Daarom hebben wij gekozen voor handhelds en keukenschermen. Onze mensen kunnen zonder te kijken bestellingen invoeren waardoor ze ondertussen met de gasten kunnen praten, dat maakt echt het verschil. ■

TWENTSE BIERBROUWERIJ
Food & Drinks • Meeting & Events

Jopenbier

Haarlem weer brouwersstad

Hoewel Haarlem een rijke brouwers-geschiedenis kende vanaf de 14e eeuw, sloot in 1916 Het Scheepje, de laatste Haarlemse brouwerij, haar deuren. Eeuwig zonde, maar gelukkig bracht brouwerij Jopen hier in 1994 verandering in. Ze bracht Haarlem terug op de bierkaart, de Jopenbieren gooien zelfs internationaal hoge ogen en de Jopenkerk is inmiddels een begrip. Bedrijfsleider Barry de Haan zag vanaf de zijlijn hoe de brouwerij zich ontwikkelde, en sprong zodra hij de kans kreeg in het diepe.

TEKST Maud Etman FOTO Jopen

Horeca zat bij jullie al in de familie?
"Ja, ik rolde er zo in via het café van mijn vader. Het zat altijd vol, en als we livemuziek hadden was er geen doorkomen aan. Dan wurmde ik mezelf met mijn dienblad tussen de dansende gasten door. 'Mag ik nog wat bij jou bestellen?' 'Natuurlijk! Zeg het maar!' En dan kwam dat viltje uit de broekzak om de bestelling achterop te noteren. Bij terugkomst werd datzelfde viltje gebruikt om het bestelde biertje op te plaatsen want weggooien is zonde, zei vaders altijd. Zo zat ons ingenieuze administratiesysteem in elkaar."

Wat bracht je naar Jopen?
"Dat begon in datzelfde café. In 1994 bestond de stad Haarlem 750 jaar. Om dit te vieren riep het gemeentebestuur elke burger en ondernemer op iets leuks te verzinnen. We bedachten een tweedaags live-muziekfestival voor de deur van ons café: een lang gekoesterde droom van mijn vader. De stichting Haarlems Biergenootschap diende ondertussen een plan in om Haarlems bier terug te brengen. Ze vonden recepturen uit 1407 en 1501 in het stadsarchief. Beiden werden naar de hedendaagse tijd gebrouwen en bleken uiterst smaakvolle bieren. En zo is het Jopenbier ontstaan – vernoemd naar 'Jopen': grote biervaten van 112 liter die vroeger overal op de Haarlemse kades stonden. Met dat bier als gift aan de stad stond ik op ons eigen muziekfestival mijn eerste Jopenbiertje te tappen. Jopenbier-eigenaren Michel Ordeman en Lydian Zoetman waren in die tijd student in Haarlem, en kwamen regelmatig in mijn café een drankje drinken of dansje wagen. We hielden contact en toen de geruchten rondgingen dat ze een kerk hadden gekocht, vroeg ik uit nieuwsgierigheid hoe dat nou zat. Nog geen uur later belt Michel en vraagt hij om eens koffie te drinken met elkaar..."

Het laat zich raden hoe dat verder is gegaan.
"In goed overleg ben ik mij toen gaan verdiepen in dit prachtige project en van A tot Z meegenomen in het opzetten van de Jopenkerk. De historische Jacobskerk in het Raaksgebied werd omgetoverd tot een volledig operationele brouwerij, grand café en restaurant. Het is inmiddels een van de grootste brouwerijen van Nederland. Op dit moment hebben we zo'n 70 eigen craftbieren. Diverse bieren zijn inmiddels bekroond met prijzen: European Beer Stars, World Beer Awards en goud bij de Dutch Beer Challenge. We proberen ons niet alleen te onderscheiden in smaak, maar ook in gastbeleving. Via de menukaart en de bediening proberen we zo veel mogelijk informatie te delen over de verschillende bieren. Zo kun je bewust kiezen voor een smaak die bij je past. En zo veel mogelijk proberen!"

Waar zie je als horecamanager de meeste kansen?
"Kundige service en gastvrijheid op maat. Maar ook met de juiste automatisering. We hebben bijvoorbeeld unieke narrowcasting, waarmee we op een groot scherm kunnen laten zien welke bieren op tap verkrijgbaar zijn. Dat zijn er namelijk minstens 30, waarvan diverse dagelijks wisselen. Verder zijn we van een ratelende bonprinter achter de bar naar een digitaal bonnenscherm gegaan. Voorheen moest je al je uitgeprinte bonnetjes eerst sorteren, daarna tellen hoeveel van welk product je moest pakken en dit vervolgens in een logische volgorde regelen. Nu kan ik bonnen uit dezelfde wijk op kleur samenvoegen en staan de producten automatisch in de meest handige pakvolgorde op de bon. Dat bespaart zo veel tijd dat onze runners steeds belangrijker zijn geworden. En we kijken altijd verder naar nieuwe mogelijkheden, zoals een bestelzuil of QR-bestellen. Zo ben je opeens ver voorbij die beschreven bierviltjes en een boodschappentas vol blocnotes voor de boekhouder. Wat een tijd." ■

Jopen: grote vaten die vroeger op de kade stonden

CT Coffee & Coconuts

Multi-level hangout

Alles wordt met evenveel liefde en aandacht gemaakt

Adembenemend mooi. De uit de *roaring twenties* afkomstige art-deco bioscoop in het bruisende hart van de Amsterdamse Pijp. Binnengestapt zorgen de drie splitlevels gelijk voor een wow-effect. Wat een licht. Wat een ruimte. Vol hangende tafels, smoothiebowls en coconut lattes. Perfect voor lange, luie brunches, drankjes in de middag en stijlvolle avonden. Bij Coffee & Coconuts vind je good vibes!

TEKST Lisa Oude Lenferink FOTO Coffee & Coconuts

Het idee voor de zaak start bij Bas Beijer, eerder bedrijfsleider bij strandpaviljoen Tijn Akersloot en ondernemer achter Hutspot Café. Elke dag fietst hij langs het Ceintuurbaan Theater, en komt dus met dit pand op de proppen. Hij weet zijn oud-collega's Jasper van 't Nederend en Ruerd Akersloot van strandpaviljoen Tijn Akersloot mee te krijgen als gelijkwaardig partner en met z'n drieën maken ze er een fantastische plek van. Jasper vertelt: "Het leven in de stad is hectisch. Wij wilden een relaxte plek creëren waar je uit de drukte kan ontsnappen, maar toch de energie van de stad voelt. Waar denk je dan aan? Een kokosnoot onder de palmboom, een kop koffie in een loungestoel. Coffee and Coconuts!"

New York meets Bali

"Het pand stond al tijden leeg, werd helemaal gestript en in originele staat teruggebracht. Details als de glas-in-lood ramen en de oude tribune van de bioscoop zijn behouden gebleven. Het resultaat heeft het gevoel van een all day café, open van 8 tot 19 uur." De zaak heeft uit zichzelf veel steun verworven op Instagram, van bloggers en influencers. Hoewel de ruimte enorm is, zit het er bijna altijd vol met kletsende vriendinnen, werkende studenten en dagjesmensen waardoor het zoeken is naar een plekje. De mengelmoes van gasten wordt benadrukt door het interieur. Zo zijn er zachte banken waar je heerlijk in wegzakt, knusse koffietafels en fijne werkplekken. Maar niet overal. "Op sommige tafels staat een bordje 'laptop free table' omdat dit gewoonweg niet voor iedereen gezellig is." De tropische maar toch industriële sfeer kenmerkt zich door veel licht, comfort en natuurlijke materialen. Denk aan hout en bamboe. Aan de bakstenen en witgekalkte muren hangen zwart-wit portretten, die zelfs te koop zijn.

Funky and fresh

Dat er steengoede koffie en een verse kokosnoot (met een scheutje limoen of rum) op de menukaart staan, is met de gelijknamige naam natuurlijk geen verrassing. Eigenlijk is alles een feest voor het oog en de maag. Huisgemaakte sappen, coconut pancakes, scrambled egss met feta en avocado. Coffee & Coconuts is zeker niet alleen voor vrouwen, want er worden ook bites, bier en burgers geserveerd. Thai Thai bier van de Amsterdamse Oedipus Brouwerij, saté ajam of beef taco's, bijvoorbeeld. "We verzorgen goed, eerlijk en vers eten, dat betaalbaar en toegankelijk is, waarbij we geen concessies doen aan kwaliteit. Alles wordt met evenveel liefde en aandacht gemaakt. Daarbij proberen we zoveel mogelijk te wisselen en telkens iets nieuws te bieden."

Happy team

Naast het spectaculaire interieur en de heerlijke gerechten is de succesfactor van de zaak het supervriendelijke personeel. "De mensen met wie je werkt zijn je verlengstuk. Je kan iedereen alles leren maar niet om aardig te zijn. Leuke, spontane mensen die met een glimlach uitserveren zorgen nou eenmaal voor een hoog serviceniveau."

Geen concessies

Ondernemen met een dagzaak is zeker anders dan een strandtent. "Op het strand mis je de continuïteit. Ondernemen met een koffiezaak is daarom makkelijker. De uitdaging zit in het leveren van continue kwaliteit. Vijf jaar geleden waren we nieuw en werden we meteen als hotspot bestempeld. We moeten altijd hands-on zijn en voortdurend hard werken om onze gasten een perfecte ervaring mee te geven. We hebben het geluk dat mensen voor Coffee & Coconuts in de rij staan, maar dat mag niet vanzelfsprekend zijn."

Coffee & Cononuts Bali

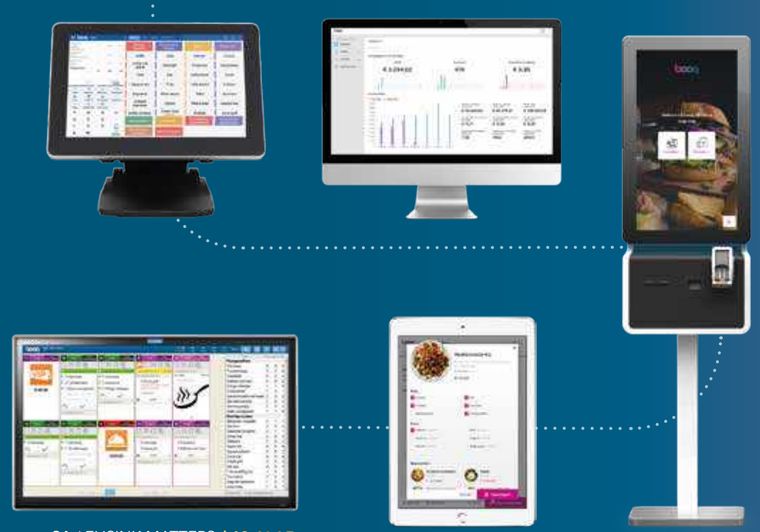
Na een aantal jaar het vakantiegevoel naar Amsterdam te hebben gebracht, was Coffee & Coconuts klaar om naar een tropische bestemming te gaan. In november 2018 werd een vestiging op Bali geopend, waar compagnon Ruerd inmiddels woont. In surfparadijs Canggu bevindt de zaak zich in zijn natuurlijke habitat. Mét een gelijkwaardig concept, uitstraling en evenveel liefde als in Amsterdam, maar wel lokaal getweakt. De verhuizing naar een nieuwe locatie op Bali is in volle gang. Hier hoopt Coffee & Coconuts in april 2020 te heropenen. ■

QR-bestellen

Antwoord op het personeelstekort, geen wachttijd meer voor gasten, efficiëntere werkwijze, hogere service en extra omzet!

De énige volledig geïntegreerde oplossing voor QR-bestellen!

De gastbestelling wordt rechtstreeks gekoppeld en gestroomlijnd met je kassa, bar-/keukenschermen, bestelsite, bestelzuilen en backoffice. Je gebruikt hiervoor gewoon je bestelsite, die je ook kunt inzetten via de browser of bestelzuilen. Altijd in jouw huisstijl.



Hoe het werkt:

Gasten scannen de QR-code met hun smartphonecamera en kunnen direct bestellen. Het is niet nodig een app te installeren, te navigeren naar een webversie of in te loggen.

Laagdrempeligheid
Scannen, bestellen, betalen, en klaar! Je gasten hebben zelf de controle. Bovendien is QR-bestellen erg makkelijk en vinden gasten het vaak leuk!

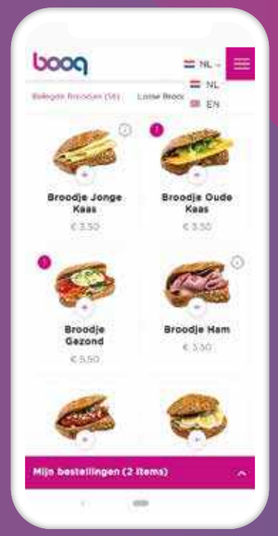
Ontlast je personeel
QR-bestellen lost problemen met onderbezetting door het personeelstekort of op piekmomenten op. Deze digitale medewerker is nooit ziek of op vakantie.

Extra service
QR-bestellen betekent extra service toevoegen. Zelfs op plekken waar de personele bezetting voorheen ingewikkeld was, zoals bij strandbedden.

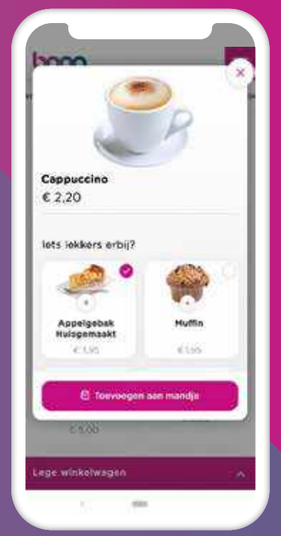
Boost je omzet
Je verliest geen gasten meer omdat ze te lang moeten wachten. De eerste resultaten tonen aan dat gasten zelfs sneller meer bestellen. Ook is de doorlooptijd per tafel korter en geen extra personeel nodig bij drukte.

Flexibel
Je kiest zelf waar en wanneer je QR-bestellen inzet: terras, theater, snackbar, hotelkamer, strandstoel of ijssalon. Je kunt persoonlijk uitserveren aan tafel of laten afhalen bij een speciaal uitgiftepunt.

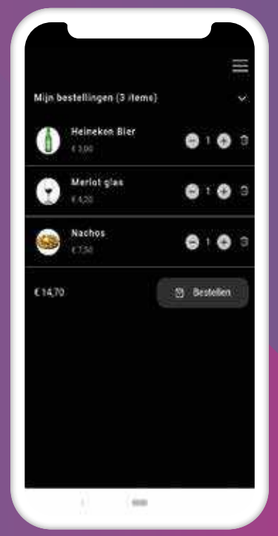
Dé voordelen:



Meertalig opgezet, dus inzetbaar voor internationale gasten inclusief internationale betaalmethoden zoals Sofort.



Slimme cross- en upselling via pop-ups in het bestelproces. Of verplaats je hardlopers naar de slimste posities op je menukaart. Zo verkoop je nóg vaker appeltaart met slagroom bij de koffie, en een kaasplankje bij de wijn.



Dark-mode mogelijk, zodat je gasten ook tijdens een voorstelling in een donkere zaal ongestoord kunnen bestellen.

Kies uit verschillende betaalmethodes; iDEAL, creditcard, betalen bij bezorgen/afhalen of boeken op tafel/kamer.

Onze klanten over QR-bestellen:

Esgo Kuiper,
Eigenaar De Eendracht Abcoude:
"Op dit moment worstelt een flink deel van de horeca met een personeelstekort. booq QR-bestellen is hierbij een zeer welkome oplossing. Bij uitstek geschikt voor de 'verborgen seizoenen', de onverwacht drukke momenten buiten de zomer om wanneer je bezetting er niet op berekend is. De investering en maandbedrag zijn een no-brainer, dit heb je zo terugverdiend."

Pim de Lange,
Eigenaar Ter Marsch & Co Amsterdam:
"Wij gebruiken booq QR-bestellen in 233 hotelkamers voor in-room-dining. Het geeft een enorme boost, omdat het gasten nog meer vrijheid en gemak biedt."

Alexander Balk,
Eigenaar Alexander Beach Club Noordwijk:
"QR-bestellen is de ideale manier om ook op het strand goede service te bieden. Onze gasten bestellen eenvoudig vanaf hun strandbed en reageren heel positief. En bestellingen komen automatisch op de bar- en keukenschermen, waardoor we ze supersnel kunnen klaarmaken en uitserveren. Ideaal!"

booqonline.nl/qr-bestellen

Pavarotti

YOUR SHORT BREAK TO ITALY

Deze succesformule smaakt naar meer!

Verse pizza's en pasta's, rijkbelegde crostini's op grote houten planken, desserts om je vingers bij af te likken plus een snelle, goede service voor een lage prijs. Dat is Pavarotti. En wil je niet direct aan tafel of gewoon lekker borrelen? Dan is de gezellige wijnbar waar je maar liefst 18 verschillende soorten wijn (maar ook gins en aperitivo's) met heerlijke bites kunt bestellen echt iets voor jou. Met vestigingen in Zoetermeer, Delf, Kijkduin en Leiden staat de teller van de succesformule op vier. Pavarotti smaakt naar meer!

TEKST Annabelle Boom

FOTO Pavarotti

René Bogaart, eigenaar van horecaconcern BIG Horeca, is de drijvende kracht achter het concept Pavarotti. De charismatische ondernemer heeft een trackrecord waar je u tegen zegt en werd in 2019 nog uitgeroepen tot Meest Markante Horecaondernemer van Zuid-Holland. Ook eindigde hij in de top 3 van Nederland. Na zaken als Volle Maan, Gina en Clooney heeft hij met Pavarotti een concept ontwikkeld dat vraagt om het openen van meerdere vestigingen. "We spelen met onze aantrekkelijk geprijsde, vers bereide authentieke Italiaanse gerechten, de vele zitplaatsen en hoge omloopsnelheid in op de trend om vaker buiten de deur te eten. De juiste locatie is daarbij natuurlijk van cruciaal belang. We zoeken daarom altijd iets speciaals, een unieke locatie", vertelt Alexandra Duijsens, rechterhand van René Bogaart.

Monumentaal stationsgebouw

In Delft is Pavarotti gehuisvest in het oude stationsgebouw. "Het is een monumentaal pand, dus we hebben bepaalde dingen in hun originele staat behouden. Hierdoor is het extra bijzonder geworden. De oude loketten dienen bijvoorbeeld als uitgiftepunt voor de keuken. Heel veel mensen die komen eten zeggen 'wow, dit was vroeger het perron!'. Ze herkennen het echt en het is heel leuk om hun enthousiasme te horen. De zaak die we in 2020 openen in Kijkduin grenst aan de drukbezochte boulevard én heeft een zonnig terras dat uitkijkt op het strand en de zee. Mooier en centraler kan haast niet. Voordat Kijkduin gaat spelen, opent eerst Pavarotti Leiden aan de Nieuwe Rijn. Ook op het gebied van inrichting willen we iets unieks bieden. We werken samen met Rivièra Maison; wanneer hun collectie wisselt, verandert de inrichting van onze zaken gewoon mee. Iedere paar maanden wordt de sfeer dus aangepast aan de nieuwste trends en het seizoen."

Nooit meer een zoemende bonnenprinter

"Om onze zaken succesvol te kunnen runnen zijn snelheid en kwaliteit superbelangrijk. Toen we een aantal jaar geleden op zoek waren naar een nieuwe leverancier voor de kassasystemen, was het uitgangspunt dus ook dat zoveel mogelijk processen geautomatiseerd moesten worden. Dankzij het brede scala aan interessante oplossingen én omdat we een goed gevoel bij ze hadden, kozen we voor Eijsink. Door naast nieuwe kassa's en handhelds direct de booq Bar/Kitchen Manager keukenschermen te implementeren, werden de zoemende bonnenprinter en bonnenrails verleden tijd. De chefs zien op de digitale schermen precies wat ze moeten doen en waar collega's mee bezig zijn. Iedereen was al snel enthousiast, omdat ze merkten dat ze sneller en efficiënter kunnen werken. En dat moet ook wel met zaken met 500 zitplaatsen en grote terrassen."

OUDE LOKETTEN DIENEN BIJVOORBEELD ALS UITGIFTEPUNT VOOR DE KEUKEN

Nieuwe manieren van service

Inmiddels heeft Pavarotti Delft een eigen booq bestelwebsite mét bezorgservice en een handige bestelzuil in de zaak. "Dankzij de bestelsite kan iedereen eenvoudig thuis of onderweg bestellen en de pizza's, pasta's of lunchspecials thuis laten bezorgen. Doordat iedere bestelling automatisch in de kassa en op keukenschermen komt, besparen we veel handling en dus tijd. Over deze website-bestellingen hoeven we natuurlijk ook geen commissie te betalen. Dat maakt het extra interessant! Steeds meer mensen weten de bestelsite te vinden. De actie 'bestellen zonder bezorgkosten' die we via social media uitgezet hadden, ging als een trein. Op die manier konden we direct een groot bereik en effect creëren."

To Go bestelzuil

"De bestelzuil in de zaak is voor onze To Go gasten. Zij kunnen op deze wijze bestellen en betalen en binnen 10 minuten hun pizza of pasta meenemen; het werkt superefficiënt. En omdat de bestelzuil zichzelf wijst, is minder personeel nodig. Uiteraard is er wel iemand beschikbaar om de gasten te helpen indien gewenst, maar in praktijk blijkt dit eigenlijk niet nodig. Het grote voordeel van de booq-bestelsite is dat we er ook eenvoudig acties aan kunnen koppelen. Als we bijvoorbeeld bij een bestelling boven de 50 euro iets gratis willen weggeven, kunnen we dat zelf zo instellen. De omzet die we via de bestelsite en bestelzuil genereren, is ook inzichtelijk via hetzelfde dashboard als de kassa's en handhelds. Alles komt direct uit bij het hoofdkantoor, waardoor we maximaal inzicht hebben. En deze manieren van service passen natuurlijk perfect in ons cashless-principe." ■

OMDAT DE BESTELZUIL ZICHZELF WIJST, IS MINDER PERSONEEL NODIG

Data omzetten in kansen

Vroeger was een kassa een kassa. Je sloeg een bedrag aan en drukte op een groep zodat de omzet per dag en per periode vastlag.
Dat kassasysteem blijft het hart van je organisatie, maar is inmiddels vér voorbij die knoppenkast op de toonbank. Het is de centrale hub van je bedrijfsvoering: je stuurt je bedrijfsvoering bij dankzij de juiste rapportages, je backoffice en het inzicht in je belangrijkste KPI's. Maar hoe houd je dat overzicht als je werkt met verschillende softwareoplossingen die allemaal een ander aspect van je bedrijf stroomlijnen?

Björn Nijhuis
Operationeel Directeur Eijsink

Alles draait om de data van je offline én online verkoop, het regelen van de juiste bezetting, je bar- en keukenmanagement, het stroomlijnen van reserveringen, kiezen voor de juiste bestelmethoden zoals QR of selfservice… Softwareoplossingen die steeds geavanceerder worden en je daarom steeds betere rapportagemogelijkheden bieden. Het is vaak nog aan jou om uit de gegevens van die oplossingen zélf de belangrijkste lessen te trekken. Maar dat kan voortaan anders, met booq BI.

booq BI is een splinternieuwe business intelligence tool waarmee je op grafische wijze inzicht krijgt in belangrijke data uit je bedrijfsprocessen. Daar waar je nu vaak tabellen toepast voor rapportages, krijg je hier juist direct visueel inzicht in de vorm van handige diagrammen en grafieken. Denk maar aan alle omzetten van je locaties, verkopen van artikelgroepen of artikelen en bijvoorbeeld je personeelskosten. Wil je zien hoe je kassaverkoop, QR-bestellingen, personeelskosten en online reserveringen zich met elkaar verhouden? Done. Verschillende locaties vergelijken? Alles komt naast elkaar in beeld. Twee periodes naast elkaar zetten? De grafieken passen zich automatisch aan. Ging je vroeger na een jaar met een doos vol papieren naar je accountant die je dan kon vertellen hoe je er nou eigenlijk voorstond, nu zie je dat met booq BI 24/7 direct, in realtime.

Hoe beter je dataverwerking, hoe beter de informatie die je er uit haalt. booq BI verbindt de data van ál onze booq Bricks. Alles wat flexibel is in jouw organisatie, kunnen we daardoor samenvoegen en rapporteren. Hoe verhouden je tafelreserveringen zich tot de verkoop van je weekspecial? Welke cocktails verkopen het best tijdens de pubquiz-avonden, en hoe verhoudt zich dat per vestiging? Hoeveel orders verwerkte de keuken afgelopen weekend tijdens piekmomenten? Al die losse puzzelstukjes vallen nu in elkaar met booq BI als het ultieme bindmiddel.

Tot dusver waren BI-tools vooral toegankelijk voor grote organisaties, door de hoge basisinvestering en onderhoudskosten. Dat vonden we onzin: zo'n overkoepelend inzicht is voor elke ondernemer van toegevoegde waarde. En dus heeft Eijsink booq BI ontwikkeld. Ook voor kleinere zaken is booq BI aantrekkelijk geprijsd. Bovendien onderhouden wij zelf de BI-rapporten en grafische weergaven, en zit je dus niet met ingewikkeld onderhoud of lastige upgrades. Komen er binnen booq nieuwe Bricks bij, zoals bijvoorbeeld vorig jaar booq QR-bestellen? Dan nemen we deze ook op binnen booq BI. Zo kunnen wij jou de beste service blijven bieden, en beschik jij altijd over het meest optimale overzicht van je bedrijfsvoering. ■

bol.com De winkel van ons allemaal

Zo'n 2,5 miljoen websitebezoekers per dag, ruim 21,5 miljoen leverbare artikelen, meer dan 20.000 zakelijke partners en maar liefst 50.000 vierkante meter magazijn...
We duiken in het hoofdkantoor van bol.com, de grootste webwinkel van Nederland en België. In 'de winkel van ons allemaal' wordt alles namelijk steeds bewuster, duurzamer én leuker. Ook als het gaat om de inwendige mens.

TEKST Maud Etman FOTO Eijsink

Bol.com groeit hard – in tegenstelling tot de vierkante meters van haar restaurant. Waar een paar jaar terug nog zo'n 600 collega's dagelijks kwamen lunchen, zijn er dat nu al zo'n 1000. Volgens Horeca Manager Remko Smid is het groeiende team bol.com'ers dan ook zijn grootste uitdaging. "Ons horeca-team kan niet evenredig mee blijven groeien met het aantal mensen – je moet oplossingen zoeken in het stroomlijnen van logistieke processen en slimmere productie."

Om zo veel mogelijk collega's te kunnen bedienen in het centrale restaurant, is dit in 2019 niet alleen flink verbouwd, maar werd ook het voedingsconcept aangepast. "Voorheen hadden we hier wel 100 losse items waar je uit kon kiezen. Dat zorgde voor keuzestress, dus mensen liepen meestal een tijdje rond voor ze naar de kassa gingen. Nu werken we meer in menu's, die dagelijks wisselen. Zo heb je nog steeds de keuze, maar loopt alles wel sneller door. Ook gebruiken we alleen nog selfservice-kassa's; zeker samen met contactloos betalen gaat afrekenen dan razendsnel."

Naast het centrale restaurant is ook een kleiner restaurant toegevoegd, 'de Vertrekhal' – ingericht met landenthema's. "Hier kun je à la Schiphol snel een broodje of salade halen. Zo verzorgen we dagelijks nog eens 300-400 lunches." Om nóg een extra maaltijdoptie aan te bieden, is bol.com met vaste foodtrucks gaan werken. "Die staan bij onze hoofdingang voor de deur. We hebben regelmatig een Surinaamse foodtruck, een Vietnamees concept en op vrijdag standaard een viskar – kibbeling, haring, maar ook gewoon verse vis die mensen kunnen meenemen voor thuis." Een ontbijtje kun je trouwens ook halen bij de AH to go… in het hoofdkantoor van bol.com. "We zijn onderdeel van Ahold Delhaize, en dit is een fantastische uiting van die samenwerking. De prijzen liggen hier relatief laag – 50 cent voor een koffie. Veel collega's maken hier voor of na het werk gebruik van."

Bol.com heeft haar hele catering in eigen beheer, en ziet het als een belangrijke spiegel voor het bedrijf. "Als webwinkel staan we dicht bij onze klanten. Persoonlijk, goede klantenservice, herkenbaar: dat is onze kracht. Neem het inspelen op Sinterklaastradities, iets wat ze bij internationale webwinkels bijvoorbeeld niet kennen. Zo'n persoonlijke aanpak hebben we intern ook." Flexibiliteit is daarbij onmisbaar, legt Remko uit: "Als we om 10 uur 's ochtends horen dat een afdeling een record heeft gehaald en er is om 14 uur 's middags champagne nodig voor 1000 man, dan regelen we dat."

Persoonlijk, herkenbaar, dat is onze kracht

Het horecateam probeert lopende acties en feestdagen zo veel mogelijk terug te laten komen in hun assortiment, liefst met humor. "Met Singles-day regelden we bijvoorbeeld hartjes-snoepjes voor alle pantries. En met het Black Friday Festival hadden we een zwarte bol met black angus-burger, of zwarte pasta met fruit de mer. Zo zetten we de business weer in het zonnetje, met een knipoog. Dat is echt onderdeel van de bedrijfscultuur."

Ook duurzaamheid en gezondheid zijn vaste pijlers van bol.com. Een van de doelen is bijvoorbeeld om in 2025 klimaatneutraal winkelen mogelijk te maken. Dat betekent een CO_2-uitstoot van 0 gram per pakket. "Denk aan zo min mogelijk verpakkingsmaterialen gebruiken, karton recyclen, en door duidelijke productinformatie het aantal retouren reduceren." Zo'n duurzame aanpak speelt natuurlijk ook bij voeding. "We hebben het gebruik van plastic zo veel mogelijk uitgefaseerd. De disposables die we gebruiken zijn nu grotendeels van bioplastics of ruitsuiker. Ook bieden we intern geen flesjes water meer aan, maar stimuleren we collega's om een Dopper of Camelback te nemen – een fles die je kunt hergebruiken."

De gemiddelde bol.com'er maakt graag bewuste voedingskeuzes tijdens de lunch, vertelt Remko. Het cateringteam faciliteert dat dus zoveel mogelijk. "We communiceren op ons interne platform Workplace over onze weekmenu's, leggen ons nieuwe restaurantconcept uit, en onze voedingsspecialist blogt regelmatig over slimme tips of adviezen. We nodigen daarnaast sprekers uit die in ons auditorium voor zo'n 250 man vertellen over gezond én lekker eten, of de combinatie met sport. In onze restaurants is alles heerlijk vers, veel plantaardig, en doen we lekker veel groenten in maaltijden... Zo maken we van de lunch echt een fijn pauzemoment." Van betuttelen is overigens geen sprake, lacht Remko. "Als een broodje kroket op vrijdagmiddag voor jou echt een geluksmomentje is, dan kan dat gewoon natuurlijk!" ■

Scheiwijk voor Fijnproevers

"Een walhalla voor foodies" en "het maakt niet uit waar ik vandaan kom, maar ik moet gewoon altijd even naar jullie toe rijden, als is het maar voor een bak koffie". De recensies van Scheiwijk voor Fijnproevers maken overduidelijk dat dit een plek is waar je niet alleen komt om je auto vol te tanken.

TEKST Annabelle Boom FOTO Eijsink

Waar tanken bijzaak is

Scheiwijk is al jaren de culinaire pitstop langs de A27 bij Hoogblokland en sinds 2013 kun je ook in Eemnes genieten van alles wat ze te bieden hebben. 'Wat vindt de weggebruiker nu écht belangrijk? Waar is hij naar onderweg, wat komt hij doen en wat zou hij fijn vinden om hier aan te treffen?' Telkens weer zijn dat de vragen die broer en zus René en Ingrid de Wagenaar, de eigenaren van Scheiwijk voor Fijnproevers, stellen om de verwachting van hun gasten te overtreffen. "Het kan zijn dat iemand hier stopt omdat hij wat lekkers wil, maar bijvoorbeeld ook omdat er onderweg naar een afspraak nog een cadeautje gekocht moet worden. Daarom hebben we gekozen voor een luxe shopconcept en heerlijke, verse producten. We zijn zelf echte fijnproevers en willen ook onze gasten het beste bieden", vertelt Ingrid de Wagenaar.

Betalen voor kwaliteit

Je treft bij Scheiwijk een assortiment dat niet echt 'des tankstations' is. Van luxe olijfoliën, theesoorten en chocolade tot kookboeken, bakvormen, servies, snijplanken en sinaasappelboompjes: de keuze is reuze. En alle maaltijden worden versgemaakt, grotendeels op de locaties zelf. "Wij zijn ervan overtuigd dat het ook bij een tankstation niet alleen maar snel, snel, snel hoeft. Je hoeft niet met fabrieksproducten te werken, maar kunt ook zelf je broodjes bakken en sauzen maken." Wokschotels met biefstukpuntjes, broodjes vis gekruid met een eigengemaakt boemboe en een befaamd broodje carpaccio met huisgemaakt pesto zijn enkele van de succesnummers. "Onze ervaring is dat mensen best geld willen uitgeven, maar dan verwachten ze wél kwaliteit. En terecht natuurlijk!"

Verwonderde blik

"Het mooiste is als mensen hier met een verwonderde, glunderende blik binnenkomen. Verbaasd over alles wat we te bieden hebben. Sinds wij de zaak in 2009 van onze vader overnamen is het streven geweest om van Scheiwijk voor Fijnproevers een bestemming an sich te maken. Eentje waar mensen speciaal naartoe gaan. Niet zozeer omdat ze hun tank moeten vullen, maar omdat ze het hier fijn vinden, ze echt wat lekkers willen eten of een mooi cadeau zoeken. Brandstof is niet iets waar je je mee kunt onderscheiden. De mooiste en lekkerste producten en goede service wel. Daar rijden mensen echt voor om!" ■

Je treft bij Scheiwijk een assortiment dat niet echt 'des tankstations' is

UMCG

Langer gezond en actief

Het Universitair Medisch Centrum Groningen (UMCG) is de grootste werkgever van Noord-Nederland: ruim 12.000 medewerkers werken hier aan zorg, onderzoek, opleiding en onderwijs. Haar fundamenteel en klinisch onderzoek behoort zelfs tot de internationale wetenschappelijke top. De rode draad? Bouwen aan de toekomst van gezondheid.

TEKST Maud Etman FOTO UMCG Groningen

Het UMCG biedt complexe zorg die andere ziekenhuizen niet kunnen bieden. Hiervoor is vaak high-end apparatuur en specifieke deskundigheid nodig, zoals bij orgaantransplantaties, hemofiliebehandelingen en kinderoncologie. “We pionieren in onderzoek en opleidingen”, vertelt stafadviseur Dienst Bouw & Facilitair Riejanne Slaghuis. “Zo kunnen we hier patiënten behandelen die elders in de regio of soms zelfs elders in Nederland niet terecht kunnen.”

Lifelines

Een van de unieke onderzoeken van het UMCG is het Lifelines-project. Al vanaf 2006 worden in nauwe samenwerking met de huisartsen van Noord-Nederland deelnemers geworven, met als doel minimaal 165.000 participanten – 10% van Noord-Nederland. Decennialang worden hun gezondheidsdata geanonimiseerd gevolgd, onderzocht en vergeleken. “Dat betekent dat onder meer al 6 miljoen flesjes bloed voor Lifelines afgenomen zijn!” De informatie uit het project helpt met nieuwe gezondheidsinzichten. “Nierspecialisten focusten bijvoorbeeld sterk op het willen beïnvloeden van het eetpatroon van patiënten na transplantaties, omdat veel van hen dikker werden. Dankzij Lifelines weten we nu dat deze mensen niet dikker worden door te veel eten, maar door te weinig lichaamsbeweging, een slechte conditie en te lage spiermassa. Ze hebben dus revalidatie nodig in plaats van dieetbeperkingen.”

Vet gezond

Het UMCG kijkt actief verder dan behandeling en genezing. “We kijken naar preventie, onderzoeken de oorzaken van veroudering en geven voorlichting over gezondheid. Neem onze doelstelling Healthy Ageing. Je kunt soms niet voorspellen hoe je lichaam op een behandeling reageert, maar je kunt wél de kans vergroten op een spoedig herstel. We hebben een proef lopen waarbij je voorafgaand aan een ingreep deelneemt aan een soort fitnessprogramma. Als je lijf in betere conditie is, helpt dat vervolgens met je herstel.” En ook al vóórdat je patiënt bent, wil het UMCG graag haar lokale omgeving ondersteunen. “Onze voedingsdeskundigen ontwikkelden samen met Theater De Steeg de voorstelling Vet gezond, die wordt opgevoerd op middelbare scholen. Die gaat in op eetproblemen en hoe deze je zelfvertrouwen beïnvloeden. Zo wordt het makkelijker om over te praten.”

Het hele ziekenhuisterrein is rookvrij, óók buiten voor de deuren

Logischerwijs is het streven naar gezond leven ook terug te zien in de restauratieve voorzieningen van het ziekenhuis. Hoofd UMCG Restaurants & Cateringservices Renee van Veen: “We hebben drie grote restaurants, die samen zo’n 4.000 gasten per dag ontvangen. Daarnaast heeft ons eigen revalidatiecentrum, Beatrixoord in Haren, ook een eigen restaurant: het Tuincafé. We willen qua voeding onze gasten en patiënten niet betuttelen – je kunt nog steeds een kroketje krijgen – maar vooral wél genoeg gezonde keuzes aanbieden. Verse salades, weinig gezoete frisdranken, maaltijden met minder zout. We maken zo veel mogelijk zelf, en ook steeds meer via lokale leveranciers.”

Rookvrije toekomst

Als het om gezondheid gaat, durft het UMCG de kar te trekken. Begin 2019 werd het héle ziekenhuisterrein rookvrij. Er wordt dus ook niet buiten voor de deuren gerookt. Riejanne: “Overal de asbakken weg en extra handhaving. Vooral intern moet je zoiets enorm goed communiceren. Wie nu een rookpauze wil, moet een stuk verder lopen en is dus langer weg. Ingewikkeld voor leidinggevenden. Bovendien is het oprecht een lastige verslaving, waarbij we collega’s die willen stoppen zo goed mogelijk ondersteunen. Denk aan campagnes, Stoptober... Dat heeft zeker resultaat. Belangrijk, want ook de volgende generatie plukt hier straks de vruchten van.”

Om het ziekenhuis toekomstbestendig te houden, zit het UMCG middenin een enorm bouwprogramma. In 10 tot 15 jaar tijd wordt haast het volledige ziekenhuis verbouwd. “In het hart van een ziekenhuis dat 24/7 draait, bouwen we eigenlijk een nieuw ziekenhuis. Een nieuwe ‘hotfloor’ – operatiecentrum, spoedeisende hulp en intensive care. Dat zorgt voor bijzondere uitdagingen. Als er net een operatie gaande is kun je niet met een drilboor in de kamer ernaast aan de slag. En dus nemen we de tijd, zodat we het echt góed kunnen doen: bouwen aan de toekomst van gezondheidszorg.” ■

Ommelander Ziekenhuis Groningen

De regie terug bij de patiënt

Ommelander Ziekenhuis Groningen

Een verhuizing, samensmelting van ziekenhuizen en een volledig nieuw voedingsconcept: Ommelander Ziekenhuis Groningen heeft de laatste jaren een flinke metamorfose ondergaan. Mét mooi resultaat: de lijnen zijn korter, de maaltijden op maat gemaakt voor specifieke patiëntondersteuning en het percentage voedselverspilling is met zo'n 35 procent gezakt, naar praktisch nul!

TEKST Maud Etman FOTO Ommelander Ziekenhuis Groningen

Een ziekenhuis in het Noorden heeft andere uitdagingen dan een ziekenhuis in het Westen: denk maar aan meer vergrijzing en een verspreide doelgroep in een krimpgebied. Maar het heeft juist ook een extra stuk verbondenheid en toegankelijkheid: patiënten die hun klompen bij de ingang van de polikliniek kunnen neerzetten, of die naderhand nog een kopje koffie komen doen met 'hun' verplegers. Volgens Hoofd Voeding & Klant Contact Centrum Linda Bodewes staat het Ommelander Ziekenhuis heel dicht bij haar patiënten. "Het is een gemoedelijk ziekenhuis, waar we de zorg zo dicht mogelijk bij de mensen brengen."

Van proces- naar vraaggestuurd

Om de beste regionale zorg te kunnen blijven bieden, startte eind 2015 de bouw van een nieuwe ziekenhuislocatie in Scheemda waar de verouderde ziekenhuislocaties Delfzijl en Winschoten samen konden komen. Bovendien werd het nieuwe Ommelander Ziekenhuis een zelfstandige dochterlocatie van het Universitair Medisch Centrum Groningen (UMCG). Linda: "Zo kan het UMCG beter focussen op de complexe behandelingen met combineerde problematiek, en kunnen wij ons juist meer richten op de basisziekenzorg."
De verhuizing en omvorming van het Ommelander Ziekenhuis bood de uitgelezen mogelijkheid om het voedingsconcept binnen het ziekenhuis te optimaliseren. Voor bezoekers en medewerkers zijn volledig nieuwe restauratieve voorzieningen neergezet met duurzame producten. Qua patiëntenvoeding kwam de omslag van proces- naar vraaggestuurd produceren. "Op basis van geschatte aantallen gingen voorheen standaardmaaltijden naar afdelingen, waar ze geportioneerd werden. De beleving hiervan was vaak slecht. Overgaar, slordig op een bord. Zonde, want voeding doet heel veel voor je herstel. Zet je een lekker bord eten neer, dan eet iemand ook beter. Daarom zijn we vraaggestuurd gaan produceren."

Zelf je maaltijd kiezen

Dat betekent dat de patiënt nu veel meer keuzes zelf kan maken. "We bieden een ruime selectie aan maaltijden én maaltijdmomenten; je kunt zowel 's middags als 's avonds warm eten, als je dat wilt. Onze medewerkers zijn uitgerust met een iPad waarmee ze elke dag de afdelingen langsgaan om de keuzes op te nemen. Daarbij geven we tekst en uitleg, we maken er een leuk moment van. Je kiest waar je op dat moment zin in hebt, en dat wordt voor je gemaakt." Op basis van die digitaal doorgegeven maaltijden krijgt het ziekenhuis verse, deels voorbewerkte maaltijdcomponenten aangeleverd. Die worden in de keuken geportioneerd op basis van de bestellingen, en zodra de maaltijd klaar is, direct uitgeserveerd. "De reacties zijn fantastisch. 'Het lijkt hier wel een hotel.' Dat is waar je het voor doet, dat je met je voedingsconcept bijdraagt aan iemands gesteldheid en herstel."

Minder voedselverspilling

Met allergieën en diëten is uiteraard ook rekening gehouden. "Ons voedingsconcept is gekoppeld aan ons Elektronisch Verpleegkundig Dossier, zodat je bij het opnemen van de menukeuzes per patiënt de mogelijke beperkingen ziet. Niet alleen een allergie of dieet, maar bijvoorbeeld ook de mate van ondervoeding, of een opbouwschema voor optimaal herstel na een operatie. Daar kun je dan met extra eiwitrijk voedsel of juist zachtere maaltijden optimaal op inspelen."

Naast het patiëntenbelang was ook duurzaamheid een belangrijke beweegreden voor de voedingstransitie. "Buiten het feit dat je voor patiënten een ontzettend mooi concept neerzet met veel keuzevrijheid, gaan we zo ook enorm omlaag in voedselverspilling omdat we alleen nog op vraag produceren. Waar we in het verleden op schatting maaltijden meegaven aan afdelingen, weten we nu precies wat nodig is. De verspilling is daarom nagenoeg nul, terwijl dat met de oude systemen soms 35 procent van het budget was." ■

Zet je een lekker bord eten neer, dan eet iemand ook beter

Vegan Junk Food Bar

FUNKY COMFORTFOOD

Wie bij veganistisch eten denkt aan alleen maar saaie groenten en 'healthy super foods', heeft dit toch echt verkeerd. Edwin Streep maakte van dit stoffige imago iets tofs: een hippe burgerbar met comfortfood op plantaardige basis. Na vijf vestigingen is het duidelijk waar vegans met vette trek moeten zijn: Vegan Junk Food Bar!

TEKST Lisa Oude Lenferink FOTO Vegan Junk Food Bar

Edwin, ook eigenaar van het Amsterdamse pingpongcafé Parck, liet al jaren hamburgers in zijn zaken serveren. Als veganist miste hij in onze hoofdstad een plek waar hij goed en vooral lekker kon eten. Op Koningsdag 2017 werd de eerste Vegan Junk Food Bar op het Staringplein geopend. Het liep zo storm dat er rijen buiten stonden te wachten en er diezelfde avond niets meer te bestellen viel. Totale leegverkoop gebeurde daarna nog een aantal keer. Hoe duidelijk kan het zijn dat er een toenemende vraag is naar vegan voedsel?

No reservations

Er is geen plek als Vegan Junk Food Bar (VJFB voor insiders). Een verscheidenheid aan verrukkelijke plantaardige gerechten in een landschap vol graffitimuren, hiphop- en R&B-muziek in een kunstig interieur. Qua uitstraling een echte snackbar, wit betegeld met hoge tafels en soms een aanschuifbarretje langs de muur. Reserveren kun je niet, dus staan er rijen tot op de stoep. Achter het raam zitten mensen met grote bakken frites versierd met felgekleurde sausjes en groente. Elke locatie heeft een soortgelijk menu en een geweldige sfeer. Zo is de zaak aan het Staringplein meer een afhaalzaak met terras en zijn de locaties in de Pijp, Downtown, East Side en Rotterdam echte restaurants met een uitgebreidere kaart met salades, desserts, cocktails en gin.

Go vegan or go home

De 100% plantaardige snackbar doet geen concessies aan smaak, sfeer of beleving. Op de kaart prijken klassieke burgers, vele varianten bitterballen en classy sashimi. Het meest bestelde gerecht is 'The Notorious Sumo Burger': een dubbele hamburger met cheddarkaas, uienringen, jalapenos en lekkere huissaus. De structuren van de verschillende onderdelen evenaren vlees. Niet alleen de burger maakt tenslotte de smaak, maar alles bij elkaar: de juiste saus, het broodje, zoet, zuur. De 'loaded fries' zijn ook een hot item, een grote friet met shoarma en allerlei garneringen erop. Kaas en bepaalde broden worden speciaal voor VJFB gemaakt. Nachtelijke trek in fingerfood zoals nuggets, uienringen of springrolls? Doordeweeks zijn ze tot 01:00 uur geopend en in het weekend zelfs tot 03:00 uur.

Gamechanger

Lekker fout snacken, maar wel goed voor de wereld zijn: Vegan Junk Food Bar wil de traditionele voedselindustrie veranderen door plantaardige alternatieven te bieden met voordeel voor je gezondheid, de planeet en dieren. Interessant feit is dat zowel de klanten als het personeel niet 100% veganistisch zijn. Veganistische gasten nemen hun vleesetende vrienden mee, en die zijn bij het binnenwandelen compleet verbaasd door het aanbod en gaan overstag.

For future reference

Dat de formule werkt, blijkt wel. Na vier locaties in Amsterdam werd de vraag gesteld waar een nieuwe vestiging zou moeten komen. De meeste stemmen waren voor Rotterdam, waar VJFB afgelopen jaar aan de Schiedamse Vest opende. Ook won het concept al twee Vegan Awards. In Groningen opent VJFB in 2020. Het is een kwestie van tijd voor de volgende vestiging in Nederland of daarbuiten wordt aangekondigd, tot groot genoegen van liefhebbers van plantaardig eten én influencers die niet kunnen wachten om het kleurrijke eten vast te leggen. Een langgekoesterde droom wordt in 2020 werkelijkheid: de opening van een restaurant in Barcelona. ■

Verrukkelijke plantaardige gerechten in een landschap vol graffitimuren

DE IJZEREN MAN

Het begon eigenlijk als scheldnaam. In 1890 groef een stoombaggermolen namelijk een flinke hoeveelheid zand af in de regio Vught, om onder meer spoordijken aan te leggen. De arbeiders die dit voorheen met de hand deden, waren niet bepaald blij met de komst van de 'IJzeren Man'. En die naam bleef hangen, ook toen na het werk de zandput zich met water vulde en langzaam een onvergetelijke recreatielocatie ontstond. Te midden van een prachtige, bosrijke omgeving en aan het langste zoetwaterstrand van Nederland.

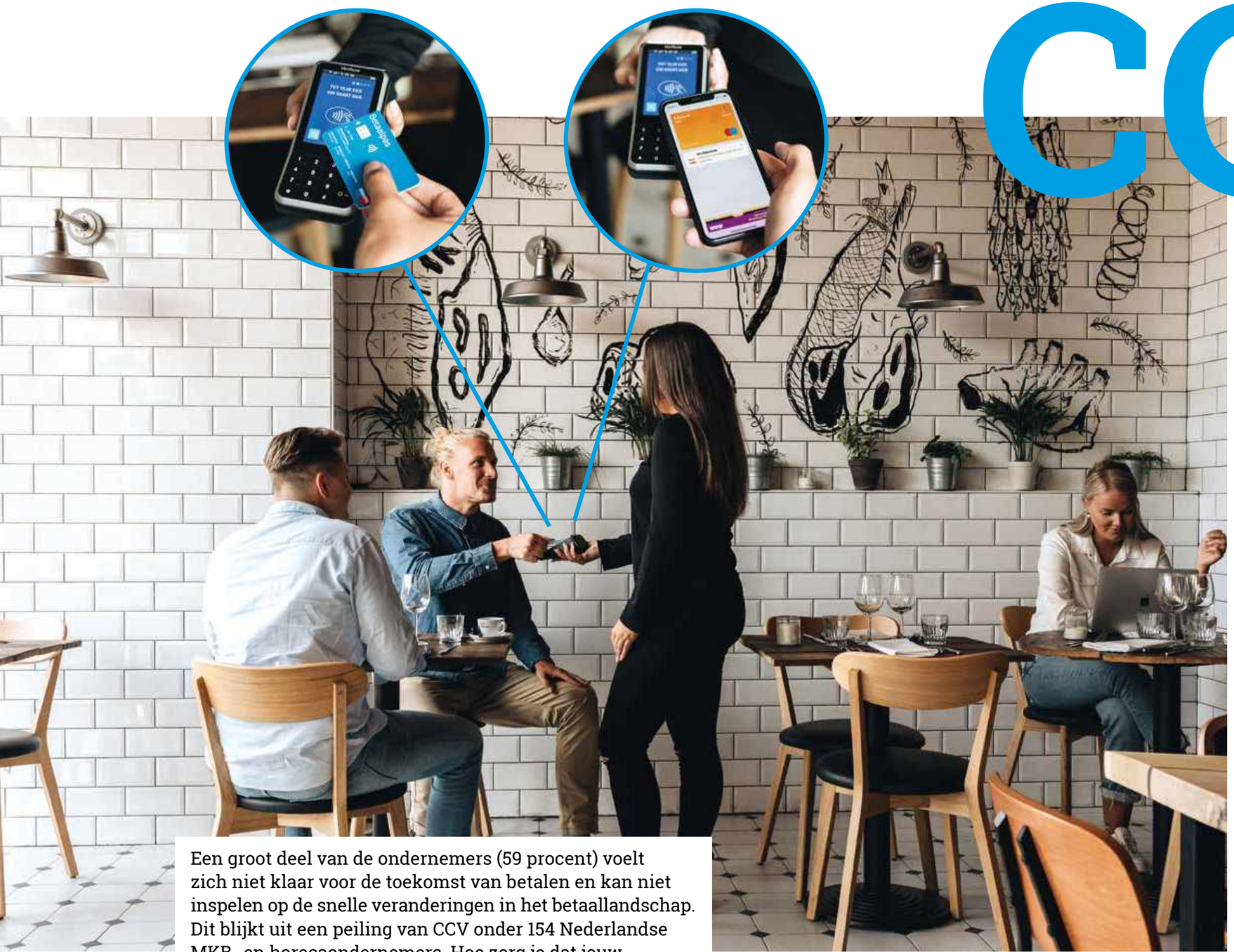
TEKST Maud Etman FOTO IJM

Eind 2018 kregen de Vughtse projectontwikkelaar Bas van de Ven en ervaren horeca-ondernemer Rob van de Velde het idee om de bestaande horecalocatie van de IJzeren Man te kopen. Rob: "Ik sprak met Bas op het terras van de IJzeren Man over het reilen en zeilen van het Strandhuys. We zagen heel veel mogelijkheden. De zaak stond niet te koop, maar toch ging het opeens heel snel. In november vond het eerste gesprek plaats, in januari konden we aan de slag." De nieuwe eigenaren begonnen met een flinke verbouwing in samenwerking met architect 'De Horeca Fabriek', bekend van Mama Kelly in Amsterdam. "We hebben alles een level hoger getild."

Vooral de horecafunctie bij het IJM Strandhuys moest worden versterkt. "Je kon hier al terecht voor een drankje en een broodje, maar we wilden echt een lunch- en dinerlocatie neerzetten. Zodat het niet alleen met mooi weer vol zit op het terras en aan het strand, maar óók doordeweeks of in de winter. Er is nu een nieuwe serre met vloerverwarming en flexibel dak. Bij mooi weer kan de volledige serre worden geopend. Op de koudere dagen sluit het dak en zit je heerlijk in een overdekte, verwarmde ruimte. Zo kun je het hele jaar door toch 'buiten' zitten, in de winter bij een grote open haard voor een gezellige sfeer. Een grotere, duurzame keuken zonder gas, met keukenschermen in plaats van een constant zoemende printer zodat het keukenteam veel meer rust heeft. Een compleet nieuw lunch- en dinermenu met uitgebreide wijnkaart en bijvoorbeeld gebakjes van De Rouw – de beste patisserie van Vught en omstreken. Je herkent het IJM Strandhuys haast niet meer terug." Bovendien is niet alleen het horecagedeelte aangepakt, ook de recreatietak van de onderneming is flink uitgebreid. Je kon al komen suppen, kanoën of bijvoorbeeld waterfietsen, maar ook midgetgolfen, de speeltuin of op piratenspeurtocht. Dit jaar zijn daar nog nieuwe speeltoestellen en twee grote waterglijbanen aan toegevoegd.

De openingstijden zijn verruimd, de servicegraad is omhoog. Nu al is dit terug te zien in de waardering van de gasten. "We krijgen alleen maar leuke reacties, mensen zien het als een aanwinst voor Vught. De IJzeren Man is een ontmoetingsplek voor jong en oud, dat willen we zo houden. Leuke activiteiten en lekkere gerechten voor een mooie prijs, zodat deze unieke locatie voor iedereen toegankelijk blijft. En de toekomst brengt nog meer moois. Zo willen we onder meer een pannenkoekenhuis toevoegen, onze drie eventzalen van het IJM Strandpaviljoen upgraden en later vervangen door nieuwbouw met daarop een hotel, zodat je ook kunt overnachten in dit mooie natuurgebied. Ik kan maar één ding zeggen: kom het hier gewoon zelf ontdekken." Vinden wij een ijzersterk idee! ■

IJM IS EEN ONTMOETINGSPLEK VOOR JONG EN OUD, DAT WILLEN WE ZO HOUDEN



CCV

Een groot deel van de ondernemers (59 procent) voelt zich niet klaar voor de toekomst van betalen en kan niet inspelen op de snelle veranderingen in het betaallandschap. Dit blijkt uit een peiling van CCV onder 154 Nederlandse MKB- en horecaondernemers. Hoe zorg je dat jouw horecazaak voorbereid is?

Is jouw horecaonderneming klaar voor de toekomst in betalen?

1. BIED DE GEWENSTE BETAALMETHODE VAN JOUW KLANT AAN

38 procent moet vaak 'nee' verkopen bij een gewenste betaalmethode van een klant. Miranda Aarnoudse, Commercial Director bij CCV Nederland: "Voor een onderneming is betalingen ontvangen essentieel. Het is dus belangrijk dat je inspeelt op de wens of de vraag van de klant. Ook als het gaat om betalen. Dit draagt bij aan de beleving en serviceverlening waar jij je als ondernemer mee kunt onderscheiden."

In de horeca zien we een groei in het gebruik van de mobiele telefoon als betaalmiddel. Apple Pay wordt na de recente lancering in Nederland al door 17,5 procent genoemd als favoriet. Het traditionele pinnen is veruit het populairste. Contactloos betalen is inmiddels koploper (87,7 procent) en populairder dan contant betalen.

Wist je dat je op alle huidige CCV-betaalautomaten kan betalen met Apple Pay? Dit is namelijk dezelfde technologie als de contactloze betaalpas.

2. SNELLER EN MAKKELIJKER BETALEN

Als horecagasten de kans krijgen om sneller, gemakkelijker en misschien wel leuker af te rekenen, dan leidt dat zeker tot hogere omzet. "Voorheen moest je de bediening wenken voor de bon en vervolgens achter de bediening aan lopen om bij de bar af te rekenen. Nu kunnen gasten bijna altijd aan tafel afrekenen", vertelt Miranda. Via de nieuwste QR-bestelmethodes kunnen gasten met hun eigen smartphone een bestelling doorgeven en online afrekenen. Ook een selfservicekiosk kan veel efficiëntie bieden en zorgen voor gemak en snelheid. De bediening kan zich zo volledig focussen op het uitserveren van de bestellingen en de volledige aandacht geven aan de gasten.

In een aantal gevallen zal een integratie van de bestel- en betaalmodule met het kassasysteem noodzakelijk zijn om het proces nog verder te optimaliseren. Daar werken Eijsink en CCV elke dag hard aan. We zorgen dat self-service en betalen een fijne ervaring is, welke betaalmethode jouw gast ook kiest.

3. BELEVING EN SERVICE

Nieuwe methoden om te bestellen en te betalen dragen op een positieve manier bij aan de beleving en service. Miranda: "Om de beleving en service van de horecaonderneming te optimaliseren helpt het invoeren van de nieuwste betaal- en besteloplossingen."

Een bijkomend voordeel voor horeca-ondernemers is dat je met deze nieuwe technieken de kans krijgt om meer te weten te komen over jouw gasten. Als de gast namelijk bereid is om persoonlijke gegevens via de app achter te laten, kan de ondernemer op een relatief eenvoudige manier doelgerichte acties delen. Daardoor is de kans groot dat gasten vaker zullen terugkomen.

NIEUWE BETAALMETHODEN DRAGEN BIJ AAN BELEVING EN SERVICE

IN BAD MET LUSH

Bruisende bath bombs, glimmende shower jellies en sappige brokken zeep. In de 'delicatessenzaak' van Lush vol inspirerende, handgemaakte cosmetica dwarrel je ontspannen rond terwijl je allerlei 'lekkers' in je mandje legt. De geur- en kleurrijke producten met namen als 'Honey, I washed the kids' zijn een begrip onder de liefhebbers en zien er haast eetbaar uit.

TEKST Lisa Oude Lenferink FOTO Lush

Op het moment dat we Ruby Lee van Hoorn (PR Manager Nederland en België) bellen is ze toevallig in Poole – Engeland, waar cosmeticamerk Lush in 1995 door Mark Constantine en Liz Weir werd opgericht. "Onze missie is om op een vernieuwende wijze verzorgingsproducten te maken zonder daarbij dieren, milieu of mensen uit te buiten. Ieder product wordt met de hand gemaakt van verse en vegetarische ingrediënten. Daarbij is 65 procent inmiddels verpakkingsvrij."

Strijden voor je idealen

Het draagvlak van het campagnevoerende cosmeticabedrijf is enorm: 1000 winkels verspreid over 51 landen, waarvan 10 in Nederland. Tal van voorbeelden illustreren de creatie van positieve impact. Zo leidden langdurige campagnes en lobbyen in de politiek tot het verbod op dierproeven bij cosmetica-testen in de EU. Dankzij de verpakkingsvrije naked shampoo bars, die je maar liefst 80 keer kunt gebruiken, werden er de afgelopen 5 jaar 30 miljoen minder plastic flessen geproduceerd. "Om palmolie uit de productieketen van zeep te verwijderen en de verwoestende impact op het milieu van Indonesische regenwouden te verminderen, hebben we een eigen palmolievrije zeepbasis ontwikkeld. Dankzij de opbrengst van onze Orangutan-zeep worden beschadigde palmplantages opgekocht en als leefgebied voor onder andere orang-oetans hersteld."

In geuren en kleuren

Veel karakteristieke kenmerken van Lush zijn zonder vooropgezet plan ontstaan. De sterke geur vanwege het verpakkingsloos werken bijvoorbeeld. Het succes van het retailkanon is toe te schrijven aan haar oprechte intrinsieke motivatie die voelbaar is in het wereldwijd gelijke assortiment en betrokken medewerkers. "Klanten weten wat ze kunnen verwachten als ze binnenlopen. We proberen écht te luisteren naar de individuele behoeftes, want ieder mens is uniek. Het is niet ongebruikelijk dat je na een half uur kletsen en gedeelde levensverhalen de winkel verlaat. Onze medewerkers gaan rustig het gesprek aan, vertellen het verhaal achter de producten en de ingrediënten, en laten je met zorg ruiken, voelen en uitproberen. Deze chemie tussen klant en medewerker en persoonlijke storytelling maken de beleving zo oprecht mogelijk."

De naakte waarheid

Door het vinden van het juiste product bij de specifieke wensen van een persoon, ga je verspilling tegen. De klant koopt geen onnodige hoeveelheid producten. Ook vind je bij Lush geen dure marketing, advertenties of aanbiedingen. "We kopen ethisch verantwoord in. Dat wil zeggen dat we kijken in hoeverre de inkoop van onze grondstoffen een positief effect heeft op mens en milieu. Dit effect willen we niet beperken door bepaalde kortingsacties. We hanteren een fair price en zien je liever happy met één product naar huis gaan, dat je dagelijks gebruikt."

Een warm bad

Lush voelt als een warm bad voor hele verschillende mensen die gezamenlijke idealen nastreven, of je nu klant of werknemer bent. Telkens leer je over nieuwe onderwerpen en raak je bijzonder geïnspireerd. "We zijn trots op waar we staan, maar willen nog eindeloos veel kwesties onder de loep nemen. Een spannend project is dat we winkeltechnologie willen verduurzamen, kritisch kijken waar stukjes soft- en hardware vandaan komen en welke impact dit heeft. Zo hebben we een app ontwikkeld, die dankzij machine learning technologie en het scannen van een verpakkingsvrij product, allerlei product-informatie met je deelt. Van een beschrijving van de geur tot hoe je het gebruikt, en van de ingrediënten tot het effect op je gemoedstoestand." ■

Dankzij de opbrengst van onze Orangutan-zeep worden beschadigde palmplantages opgekocht en als leefgebied voor onder andere orang-oetans hersteld

Het avontuur gaat door!

Vakantiehuisjes verhuren met een shetlandpony en een wagentje; in de hoogtijdagen liepen dankzij oprichter Henk Bemboom maar liefst 800 pony's door wat toen nog Ponypark Slagharen was. Ruim 50 jaar later zijn de pony's verdwenen en is Attractie- & Vakantiepark Slagharen veel meer geworden dan de som van haar nieuwe delen: een pretpark, een vakantiebestemming, een tropisch waterpark en sinds kort ook een uniek klimpark. Hoe breng je zulke verschillende aspecten samen tot één totaalbeleving?

TEKST Maud Etman FOTO Attractie- & Vakantiepark Slagharen

Met 30 attracties, veel live entertainment en diverse familieshows is Attractie- & Vakantiepark Slagharen een van de grootste attractieparken van Nederland. Daarnaast maken haar 650 vakantieaccommodaties en 230 campingplaatsen ook een flink vakantiepark. Gasten mogen niet alleen na sluitingstijd nog het park in (diverse winkels en restaurants blijven open), maar kunnen ook terecht in waterpark Aqua Mexicana, dat met haar zandstrand en interactieve glijbanen zelfs in de winter voor tropisch plezier zorgt. Het Black Hill Ranger Path zorgt op zijn beurt voor een unieke klimervaring met onder meer boulders en een spannende rollglider. "Die veelzijdigheid maakt ons uniek in de Benelux", legt commercieel directeur Jo-Ann Venema uit. "Wat ons bezig houdt, is dat we de beleving op het vakantiepark, in het waterpark én in het attractiepark samen laten komen tot één geheel. Een totaal andere wereld waar gasten worden meegenomen in een Wild Wild-west avontuur en waarin familiebanden worden aangehaald."

Bezoekersstromen reguleren

De familie Bemboom verkocht in 2012 het park aan het Spaanse concern Parques Reunidos, dat ruim 60 attractie- en dierenparken exploiteert (waaronder ook Bobbejaanland in België en Movie Park Germany in Duitsland). Zo kwamen nieuwe kennis en financiële middelen beschikbaar. Jo-Ann: "We hebben extra kwaliteitsimpulsen kunnen geven aan het park. Bij het reguleren van onze bezoekersstromen, bijvoorbeeld." Het park ontvangt zo'n miljoen bezoekers per jaar; het nieuwe entreegebouw versoepelt de instroom en ook de parkeersituatie is aangepakt. "Voorheen moest je om bij het park te komen eerst een loopbrug over óf een reguliere weg oversteken. Nu loop je via een speciale voetgangerstunnel meteen naar het park, en begint de beleving al echt vanaf de parkeerplaats. Aankleding, muziek: je krijgt meteen dat Wilde Westen-gevoel."

Oudste looping van Nederland

De meeste attracties staan in dit Wild West-thema, zoals de nieuwste achtbaan Goldrush. Deze vervangt een belangrijke attractie uit de Slagharen-geschiedenis: "De Goldrush verving de Looping Star [geopend in 1979, red], de allereerste achtbaan van Nederland met een looping. Daarvan is op gepaste wijze afscheid genomen. Fans konden komen overnachten in tentjes onder de attractie, en tokkelden van de achtbaan af. Die activiteiten werden geveild voor een goed doel; jaarlijks kiezen we een goed doel waarvoor we alle sponsormiddelen bundelen. Dat zijn altijd doelen gericht op het bezorgen van een mooie dag aan kinderen die daar anders weinig kans toe zien. Het voltallige team van Slagharen koestert mooie herinneringen aan dit soort dagen, wij worden ook zelf geïnspireerd door instanties als SOS Kinderdorpen, Stichting de Opkikker en de Cliniclowns. Voor ons gaat het bezorgen van een glimlach verder dan de parkgrenzen."

Voor ons gaat het bezorgen van een glimlach verder dan de parkgrenzen

Interactieve attracties

Mooie herinneringen maken is voor de organisatie sowieso de rode draad. “Plezier is het mooist als je dit kunt delen. Dat kan in allerlei vormen. Een recent voorbeeld is een speciaal event waarbij we families vroegen om hun leukste park-ervaring online te zetten. De meest ludieke foto’s hebben we geplaatst op de achterzijde van onze attractie Cable Cars. Zo brengen we authentieke ervaringen tot leven en kregen deze belevenissen, waar het plezier vanaf straalt, een centrale plek in het park.”

Om haar doelgroep optimaal te blijven bedienen, doet het park uitgebreid onderzoek. “We hebben een breed aanbod aan attracties voor de doelgroep families met kinderen in de leeftijd van 4 tot 12 jaar. We duiken nu verder in hybride attractie-vormen, met meer interactie, zodat je nog meer je eigen beleving kunt bepalen. Door bij de start van een attractie te kiezen of je vooruit of achteruit gelanceerd wordt. Of door het toevoegen van een competitie-element.”

Offline én online ticketing

Daarnaast wordt de zakelijke markt steeds belangrijker. “Ondernemingen willen vaker met het thema familie invulling geven aan een bedrijfsuitje. Soms breng je meer tijd door op je werk dan thuis; het is goed om niet te vergeten hoeveel positieve invloed zo’n gezellige dag met collega’s en het hele gezin heeft. Daar kunnen wij als park een mooie rol in spelen. Elk bedrijf is welkom voor een zakelijk event op maat, van 10 tot 12.000 gasten.”

De totaalbeleving die Slagharen biedt, wordt ondersteund door haar ICT-organisatie. IT Manager Bas van Bemmel: “We onderhouden een breed aanbod aan apparatuur, van camera’s en telefonie tot de website en mailservers. Hierbij zijn we afhankelijk van partners die meedenken en uitstekende service bieden. Eijsink heeft ons laten zien dat ze dat kunnen, en dat ze doen wat ze beloven. Om de interne processen soepeler te laten verlopen, het gebruik te vereenvoudigen en de mogelijkheden voor de toekomst uit te breiden, was mij al snel duidelijk dat we over moesten gaan naar één systeem. booq Ticketing maakt voor ons de gezochte combinatie van online en offline, ticketing, merchandise en horeca. Zo hebben onze mede-werkers de gebruiksvriendelijkheid en flexibiliteit die we zochten, zodat de teams meer tijd overhouden voor onze belangrijkste waarden: gastvrijheid en samen plezier maken.” ■

We duiken nu in hybride attracties, met meer interactie

Waarom whisky?

Talloze websites en boeken, nationale en internationale tijdschriften, overal evenementen: over geen enkele sterke drank ter wereld wordt meer geschreven en gepraat dan whisky. Hoe komt dat toch?

Als je naar de ingrediënten kijkt, lijkt het een eenvoudig verhaal. Het enige wat je immers nodig hebt om whisky te maken is helder, schoon water, graan en gist. Maar daar begint het pas. Overal ter wereld kan whisky gemaakt worden. (Ook wel geschreven als whiskey, door de Amerikanen en de Ieren.) Het basisprincipe is hetzelfde, maar elke distillateur heeft zo zijn eigen aanpak. Single malt whisky wordt bijvoorbeeld in een koperen ketel gestookt van gemoute gerst. Bourbon daarentegen in een metershoge distilleerkolom, van een mengsel van maïs, gemoute gerst en rogge of tarwe. En de Ieren gebruiken weer een mix van gemoute en ongemoute gerst. Rijpen gebeurt in eikenhouten vaten. De Schotten hebben een voorkeur voor gebruikte exemplaren waar eerst bourbon of sherry in heeft gerijpt, terwijl de Amerikaanse stokers voor hun bourbon nieuwe eiken vaten nodig hebben, wat daar wettelijk zelfs verplicht is.

Dat vat is heel belangrijk, want het bepaalt voor 70 procent de uiteindelijke smaak van de whisky, die kleurloos de ketel uitkomt en gedurende de rijpingstijd kleur, geur en smaak ontwikkelt. De meeste whisky’s moeten minimaal drie jaar rijpen voordat het goedje whisky genoemd en als zodanig gebotteld mag worden. Het type vat, de rijpingstijd en het microklimaat dragen allemaal specifiek bij aan de smaak. Zo kan een distilleerderij een hele serie verschillende single malts op de markt brengen, gebaseerd op een-en-hetzelfde distillaat uit hun koperen ketels. Doordat veel whisky ook geblend wordt, zijn de mogelijkheden in principe eindeloos.

Maar dat is niet alles. Whisky is door een Schotse collega van mij wel eens de ‘most social lubricant in the world’ genoemd. Dat onderschrijf ik. Het wordt in alle lagen van de bevolking gedronken door zowel mannen als vrouwen. Laatstgenoemden zijn regelmatig actief als master distiller of master blender, omdat vrouwen over het algemeen beter kunnen ruiken en proeven dan mannen. En investeren in whisky kan ook – het wordt niet voor niets het vloeibare goud genoemd. Het voordeel ten opzichte van aandelen is, mocht de markt inzakken, dat je je belegging altijd nog kunt opdrinken… En waarschijnlijk heb je dan ook wel een stevige borrel nodig. Gelukkig voor de investeerder is het rendement al jarenlang aantrekkelijk en het ziet er vooralsnog niet naar uit dat dit gaat veranderen. Er is zelfs een Nederlands bedrijf, Scotch Whisky International genaamd, dat een officieel whisky-beleggingsproduct heeft dat door de Amsterdamse Financiële Autoriteit is gecertificeerd. Maar ik dwaal een beetje af. Terug naar het consumeren van mijn geliefde drank. Wat whisky al niet teweeg kan brengen - Slainte Mhath! ■

Hans Offringa is tweetalig auteur en media-expert. Hij schrijft al 30 jaar over whisky en heeft zo’n 25 boeken over deze bijzondere drank gepubliceerd, waaronder de bestseller ‘Wat je als whiskyliefhebber moet weten’. Onder de naam The Whisky Couple ontwikkelt hij samen met zijn vrouw Becky daarnaast regelmatig marketingproducten voor de internationale whisky-industrie.

ROTTERDAM AHOY

Een podium van wereldformaat en meester in het organiseren van evenementen die je bijblijven: al bijna 50 jaar is Rotterdam Ahoy de trotse gastheer van een breed scala aan briljante events en entertainment van het hoogste niveau. Altijd met de drive om uit te blinken. Top of mind? Het Eurovisie Songfestival in mei 2020 en de opening van het gloednieuwe Rotterdam Ahoy Convention Centre!

TEKST Lisa Oude Lenferink FOTO Rotterdam Ahoy

De geschiedenis van Ahoy begint in 1950 bij de wederopbouw van de stad na de oorlog. In een grote hal toonde toen tentoonstelling Rotterdam Ahoy' het havenherstel aan de wereld. Deze hal bleef staan en werd geëxploiteerd als de Ahoy'-hal. In 1968 begon de bouw van het huidige Ahoy, een locatie die verbonden is met veel goede herinneringen. Pink Floyd trad in 1971 op als eerste internationale artiest, vele wereldsterren volgden.

Pink Floyd trad in 1971 op als eerste internationale artiest, vele wereldsterren volgden

Wij zijn Rotterdam

Susanne Blaas, Marketing & Communications Manager en al 12,5 jaar werkzaam bij Ahoy, is verknocht. "Bij Ahoy gebeurt ontzettend veel. We brengen mensen samen die dezelfde interesses delen en we zorgen voor positieve ervaringen, groot of klein, die je leven verrijken. Zelf kan ik eindeloos genieten van de magische sfeer van North Sea Jazz, nieuwe verrassingen bij De Vrienden van Amstel LIVE en ik krijg nog steeds kippenvel van een kolkende massa bij grote sporttoernooien zoals het EK Volleybal of WK Shorttrack. Daarnaast wordt er altijd naar de toekomst gekeken en lanceren we nieuwe producties die passen bij de stad Rotterdam: haar handen-uit-de-mouwen mentaliteit, het internationale karakter en de nieuwsgierigheid naar die stip voorbij de horizon."

1,5 miljoen bezoekers per jaar

De groei ging hard. In de loop der jaren zijn de voorzieningen flink uitgebreid. Alleen bij Ahoy vind je een Arena (eerder het Sportpaleis), zes Beurs- & Evenementenhallen en een Congres- & Vergadercentrum onder één dak. Een triple-play-venue. "Uniek in binnen- en buitenland is dat wij onze ruimtes kunnen verbinden, ook voor veel organisatoren is dat interessant. Bij een concert de connectie tussen de Arena en het VIP-event, bij een sporttoernooi een sleuf voor sporters tussen de hallen. Bij Ahoy kan in principe alles en wij hebben voor elke gelegenheid de juiste ruimte. Een wielerbaan of ijsbaan in de Arena? Geen probleem. Iedereen – van dancefans en bankiers tot kunstliefhebbers en topatleten – moet zich in Ahoy op zijn plek voelen."

Evenement op maat

"De uitdaging zit vooral in de stroomlijning van gelijktijdige evenementen, waarbij de juiste combinaties belangrijk zijn voor het succes. Grote aantallen zijn we gewend. Bij het North Sea Jazz Festival faciliteren we bijvoorbeeld drie dagen achter elkaar in totaal ruim 80.000 mensen, binnen en rondom op de buitenterreinen, waarop we extra tenten plaatsen. De Vrienden van Amstel LIVE is jaarlijks goed voor zo'n 150.000 bezoekers in onze Arena. Elke dag hebben we te maken met een ander type gast en onze medewerkers op de vloer moeten zorgen dat iedereen een goede ervaring heeft. Door middel van trainingen en de juiste briefing zorgen we ervoor dat onze catering, beveiliging en parkeerwachters goed voorbereid zijn. Daarnaast kijken we ook continu gebouw- en organisatiebreed naar verbeteringen op het gebied van gastvrijheid."

Open Up

Als kers op de taart werd het ultieme event op de wishlist binnengehaald: de 65e editie van het Eurovisie Songfestival. Heel de wereld zal zien dat Rotterdam twee weken lang de trotse stadshost is van de meest spraakmakende muzikale show ter wereld. "Het was ongelofelijk spannend, tot het laatste moment. We zijn ontzettend trots dat ons bidboek de organisatie NPO / AVROTROS / NOS en European Broadcasting Union heeft overtuigd. Onze veelzijdige locatie heeft de doorslag gegeven, dat is een eer. Bovendien hebben we veel ervaring met het organiseren van grootschalige events, internationale pers en live TV-producties zoals de MTV European Music Awards in 2016. Samen met de Gemeente Rotterdam en partners zijn we druk bezig met het uitwerken van de plannen. Vol enthousiasme gaan we een imposant festival met sideprogrammering neerzetten, dat een impuls geeft voor de stad en een visitekaartje zal zijn voor Nederland."

Ready to move

Naast de voorbereidingen voor het songfestival is de bouw van het gloednieuwe Rotterdam Ahoy Convention Centre (RACC), waarmee Ahoy in capaciteit zal verdubbelen, in volle gang. Ook RTM Stage wordt uniek: niet alleen wordt het de perfecte concertzaal met een capaciteit van 7000 personen, tevens is de zaal in een mum van tijd om te toveren tot het grootste auditorium van Nederland met 2750 stoelen en een XL-seated variant met circa 4000 stoelen. De ruimte en faciliteiten (zoals meerdere balkons, comfortabele stoelen en sublieme akoestiek) maken RTM Stage ideaal voor concerten, comedy, theaterproducties maar ook voor grote plenaire sessies. Op de tweede en derde etage van het state-of-the-art congrescentrum komen maar liefst 35 breakout rooms die los van elkaar of gezamenlijk ingezet kunnen worden en plek bieden aan 50 tot 1000 gasten. Ook bevindt zich hier de Expo Foyer, voor gala's, diners en recepties. Het Convention Centre is multi-inzetbaar en direct verbonden met Ahoy Plaza en de beurshallen. Daarnaast ondergaat het Ahoyplein in de komende jaren een metamorfose en ontstaat een nieuw entreegebouw vanwaar alle hallen bereikbaar zijn. Met bovendien een mega-Pathé en nieuw hotel voor de deur. Eind 2020 gaan de deuren van het RACC open voor bezoekers. In januari 2021, wanneer Ahoy 50 jaar bestaat, vindt de officiële opening plaats.

Hard werken

Ahoy timmert hard aan de weg. En niet zo'n beetje ook. "Met de bouw van het internationale congrescentrum willen we mooie (inter)nationale congressen aantrekken om de stad te laten groeien als zakelijke hotspot. In lijn met het project Hart van Zuid moet het Ahoyplein een belangrijke ontmoetingsplek worden die economisch, sociaal en cultureel versterkt. Daarnaast houden we ons vizier altijd open voor nieuwe eigen producties, naast huidige producties zoals o.a. het ABN AMBRO World Tennis Tournament, de maritieme vakbeurs Europort, Kerstcircus Ahoy en het nieuwe e-sportevent DreamHack. En dan is er ook nog ons 50-jarig jubileum dat we in 2021 uitgebreid gaan vieren. Mooie tijden in aantocht!" ■

Het nieuwe Convention Centre is multi-inzetbaar en direct verbonden met Ahoy Plaza en de beurshallen

Gadgets

TEKST Lisa Oude Lenferink

1

1 / Filmen zonder trillen
De favoriete momenten uit je leven haarscherp op video vastleggen zonder dat het beeld schudt? De DJI Osmo Pocket is een 3-assige gestabiliseerde handheld camera waarmee je in een handomdraai de mooiste HD-beelden schiet. Het anti-slip handvat is ideaal om (zakelijke) vlogs op te nemen. Dankzij de ingebouwde face tracker volgt de lens het onderwerp en zijn handzame formaat maakt dat hij in iedere broekzak past. Met verschillende opnamemodi als First Person View, Motionlapse en Nightshot geef je je creativiteit ruim baan.

dji.com/nl/osmo-pocket

2 / Net als Tamagotchi
Dat je huisdier alleen zit omdat jij naar je werk moet is niet altijd ideaal. En thuiskomen met het zicht op een scheur in je bank of kapotgekauwde pumps al helemaal niet. PetChatz Pawcall 2 is jouw digitale dierenopvang. Communiceer met je huisdieren, geef snoepjes én speel spelletjes. Bovendien heeft het apparaat kalmerende opties voor aromatherapie, waarmee je nuttige etherische oliën kunt afgeven tijdens moeilijke tijden zoals slecht weer of harde geluiden. Interactief communiceren met je huisdier op afstand was nog nooit zo makkelijk!

petchatz.com

2

3

3 / Briljante waterfles
Deze briljante LARQ-waterfles is de nieuwste ontwikkeling in de wereld van waterzuivering. De zelfreinigende waterfles gebruikt UV-C licht om bacteriën met één druk op de knop uit je water te verwijderen. Handig voor op vakantie of tijdens een wandeltocht door de bergen, want je hoeft geen extra water mee te nemen en tapt gewoon van een natuurlijke waterbron. De waterfles van ultralicht roestvrij staal reinigt zichzelf en het water op intelligente wijze om de 2 uur, om fris te blijven en stinkende bacteriën te voorkomen. Laad de fles slechts 1 keer per maand via USB op om je water dagelijks 24 uur koud of 12 uur warm te houden. Waar je ook heen gaat, LARQ is de perfecte reisgenoot.

livelarq.com

4

4 / Oogmeditatie
Gemiddeld spenderen we meer dan 10 uur per dag achter een digitaal scherm. We weten allemaal dat te veel beeldschermtijd negatieve gevolgen heeft voor lichaam en geest. Maar als je door je baan of levensstijl apparaten niet kunt vermijden, kun je op z'n minst nadelige effecten verzachten. Het meditatie-apparaat van Umay leg je op je ogen om deze te laten rusten. Het verlicht stress en ontspant je hersenen door middel van meditatieve warmte en trillingen. Sluit je dag af met oogmeditatie en herstel de gezondheid van je ogen.

umay.care

5

5 / Uniek speelgoed
Voor fantasierijke kinderen kan elk alledaags object speelgoed worden. Met de toolkit van Toyi is elk kind een speelgoedontwerper. Verschillende elementen zoals een wiel, een hand of oog kunnen met flexibele connectoren verbonden worden. Een waterfles transformeert zo razendsnel in een raket, een oude doos in een treincompartiment of een dennenappel in een schattig monster. Je kids verbeteren spelenderwijs hun creativiteit door individueel of samen met vriendjes hun droomspeelgoed tot leven brengen. Spelen met Toyi wordt nooit saai!

kickstarter.com

6

6 / Shirt zonder vlekken
T-shirts waar je zonder problemen rode wijn of spetters pastasaus op kunt knoeien? En waarin je ook nog eens geen last hebt van zweetvlekken? Klinkt als een wondershirt, te mooi om waar te zijn, maar het is er echt. De vezels van de T-shirts van Labfresh zijn voorzien van vochtafvoerende nanotechnologie. Ze stoten vloeistoffen van buitenaf af, terwijl de binnenkant goed ademt waardoor vocht snel droogt. Zilverdeeltjes in het garen doden geurveroorzakende bacteriën. Zweetvlekken zijn niet zichtbaar, zelfs in de meest vochtige klimaten. En Labfresh is ook nog eens een Nederlands product!

labfresh.eu

7

7 / Avontuurlijke rugzak
Je zoekt naar een kwalitatieve outdoortas, waarmee je je ook in de stad durft te vertonen? De DEW Avo Dry Bag is een duurzame rugtas met minimalistisch design voor zowel de outdoor-avonturier als stadsbewoner. Hiermee switch je eenvoudig van week naar weekend. De Avo rugzak is volledig waterdicht, luchtdicht en diefstalproof. De tas heeft tal van mooie features zoals ergonomische schouderbanden, luchtventilatie op de rug en reflecterende banden. Bovendien heeft de tas meerdere sluitingen voor verschillend gebruik. Zo kun je de bovenkant van de tas vouwen of rollen. Aan de binnenkant zit een uitneembare sleeve (met schouderbanden!) voor je laptop. In welke situatie dan ook, Avo 'has got your bag'.

yourdew.com

8

8 / Slim ontstressen
Stressballen zijn heerlijk om je frustraties op los te laten. Met de slimme stressbal SQUEGG raak je niet alleen je stress kwijt, maar verbeter je ook je grijpkracht. Grijpkracht? Ja, misschien niet iets waar je vaak over nadenkt, maar wel belangrijk voor dagelijkse taken. SQUEGG met haar zachte siliconenhoes is licht, draagbaar en zit vol sensoren die nauwkeurig de knijpkracht van je elleboog, vingertoppen en pols meten. In de app zie je door middel van Bluetooth-technologie elke dag je verbeteringen én ga je door krachtverbeterende spelletjes de concurrentiestrijd met je vrienden aan. Stop SQUEGG in je zak en knijp je frustraties weg waar je ook bent.

kickstarter.com

IJver

Bijzondere hotspot op de iconische NDSM-Werf

Facts:
8 meter hoog
Twee verdiepingen
Plek voor 650 + mensen
250 m² buitenterras
100 m² binnenterras
Iedere dag geopend
32 tapkranen
Meer dan 100 bieren

Een prachtige, meer dan 100 jaar oude scheepsbouwloods op de Amsterdamse NDSM-Werf, mét horeca-vergunning. Hoe mooi wil je het hebben? Vanaf het moment dat ondernemers Reinout Ezinga en Sikko de Jong hoorden over de mogelijkheid om een zaak te beginnen in het monumentale pand, waren ze verkocht. In augustus 2019 opende bier- en spijsrestaurant IJver haar deuren en vanaf het begin is er niets dan lof. Inclusief de nominatie voor de Entree Award: Best Restaurant Concept!

TEKST Annabelle Boom FOTO IJver

Warm, intiem en sfeervol, dat waren de uitgangspunten in het ontwerp van IJver. Een plek waar je op ieder moment van de dag terecht kunt. Waar het altijd comfortabel en gezellig aanvoelt, of je nu voor een ontbijt komt, koffie met wat lekkers, lunch, borrel, (zakelijk) diner, feest of vergadering. "Een behoorlijke uitdaging voor een zaak van dit formaat," vertelt Tim Jongens die samen met Reinout, Sikko, Herman Klukkert en Arne Kleijn eigenaar is van IJver. Maar we kunnen niet anders concluderen dan dat dat ontzettend goed gelukt is!

Sfeervolle mix van oud en nieuw

Aan het monumentale pand zelf mocht natuurlijk niet veel gedaan worden. Daarom werd een volledig nieuw gebouw in de scheepsloods gerealiseerd. Zodra de plannen concreet waren, begonnen de mannen met het verzamelen van bijzondere elementen voor de inrichting. Het werd een combinatie van industriële elementen, vintage meubelen zoals houten lattenbanken afkomstig uit een oud Pools treinstation, heldere kleuren, authentieke lampen en grote planten. Gevonden elementen en nieuwe elementen die naadloos aansluiten en een sfeervol geheel vormen. Met verschillende ruimtes en gezellige hoekjes waar je rustig kunt kletsen, lekker kunt werken, een verjaardag kunt vieren of zakelijke bijeenkomst kunt houden, alles is mogelijk. En het mooie van een 'gebouw in een gebouw' is dat ze naast het buitenterras van maar liefst 250 m² ook een binnenterras van 100 m² hebben kunnen realiseren. "Zo kun je bij ons het hele jaar door op het terras zitten, droog en verwarmd. Lekker!"

IJver-ig

"De typografie die gebruikt is in het logo is ter plekke gevonden en werd vroeger dus echt gebruikt. Ook de naam IJver is een verwijzing naar het harde en ijverige werken dat al 100 jaar gebeurt in de loods. Én de zaak zit natuurlijk vlakbij het IJ. Bovendien past IJver ook bij ons als eigenaren," vervolgt Jongens. "Het geeft aan hoe wij in elkaar zitten en hoe we de zaak runnen."

Bijzondere 'bierstelzuil'

Met maar liefst 32 tapkranen, taptafels en koelkasten vol bijzondere bieren en gerechten waarin bier een hoofdrol speelt, is IJver echt een walhalla voor bierliefhebbers. "Bijzonder is dat gasten hier via de bestelzuil zelf hun bier kunnen uitzoeken en betalen en daarna mogen ze het zelf uit de koelkast pakken. De bestelzuil trekt echt de aandacht en maakt de drempel om eens wat nieuws te proberen laag. Via de speciaal ontwikkelde vragentrechter wordt ingezoomd op je smaakvoorkeuren en volgt een advies welk biertje je – uit de ruim 100 mogelijkheden – echt moet proberen. De reacties zijn enthousiast. Mensen vinden het heel leuk om de bestelstelzuil te proberen. Voor de echte biergeeks die nóg meer willen, komt het zwarte boek op tafel. Daarin staan bieren met een ander smaakprofiel en prijsklasse. Bijvoorbeeld bieren die 2 jaar vatgerijpt zijn en die je met respect moet drinken. Maar je moet niet denken dat we ons alleen op bierliefhebbers richten hoor! Ook voor wijndrinkers hebben we met zorg heerlijke wijnen uitgekozen. Dat smaakt ook prima bij bijvoorbeeld een haantje gestoofd in Weizenbier", besluit Jongens lachend. ■

Charmant Giethoorn

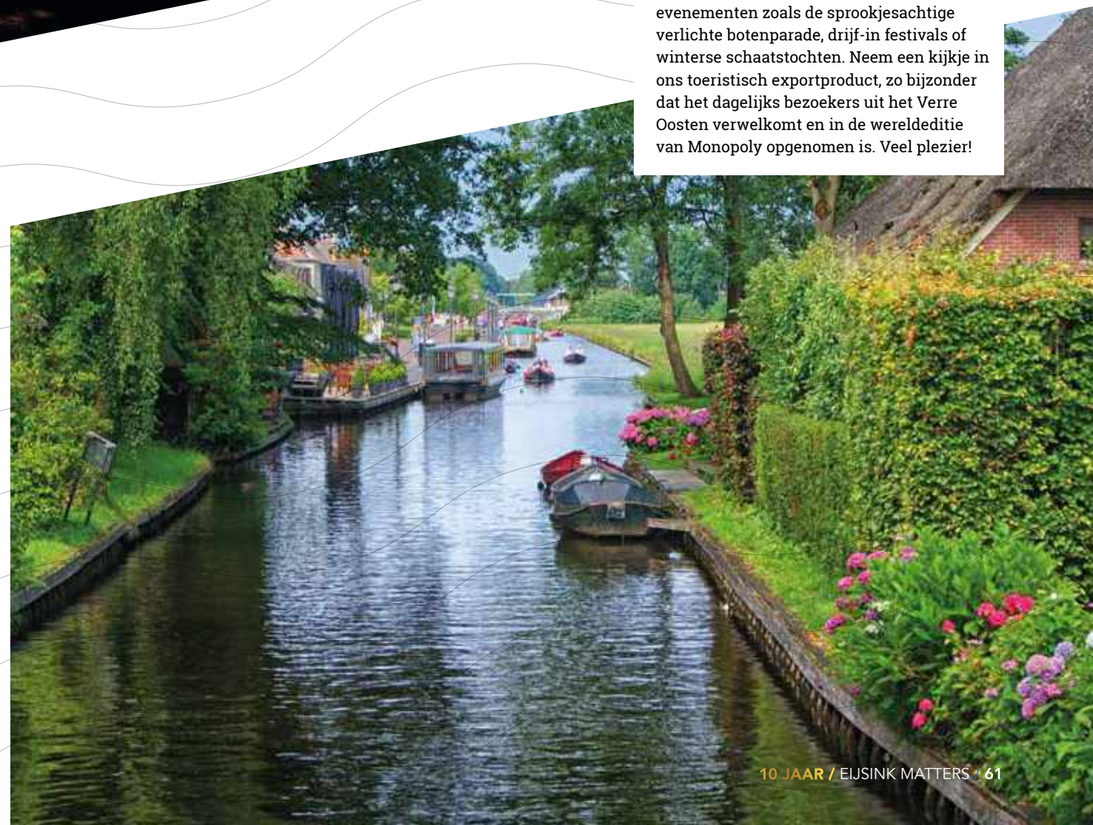
Turfdorp zonder wegen

We gaan naar Giethoorn! Hét dorp in de kop van Overijssel waar waterwegen de hoofdrol spelen. Gelegen in natuurgebied Weerribben-Wieden, het grootste aaneengesloten laagveenmoeras in Noord-West Europa, is dit unieke dorp zonder wegen bijzonder. Gevormd door zijn rijke historie, de fluisterbootjes waarmee je onder de typische boogbruggetjes doorvaart en het jaarlijks overweldigend aantal toeristen.

TEKST Lisa Oude Lenferink FOTO De Witte Hoeve, De Rietstulp, Eetkamer van Giethoorn, Fanfare, 't Vonder en Smit's Paviljoen

De idyllische elementen die 'Hollands Venetie' karakteriseren zijn te danken aan menselijke handen: het vroegere turfgraven

Giethoorn is een prachtig groen labyrint van plassen, meren, slootjes, mysterieus ogende moerasbossen, uitgestrekte rietpercelen en bloemrijke hooilanden. De idyllische elementen die 'Hollands Venetie' karakteriseren zijn te danken aan menselijke handen: het vroegere turfgraven. In het turfdorp vindt het verkeer plaats over het water, de enige doorgaande verbinding door het dorp over land is een fiets- en wandelpad. Minimaal eens in je leven moet je met een Gieters fluisterbootje richting de Bovenwijde varen en wandelen over houten loopbruggen langs de Dorpsgracht. Om plekken te ontdekken die anders onbereikbaar zijn. Om stille uitzichten en rietgedekte bultrugboerderijen langs de waterkant te aanschouwen. Wil je Giethoorn nog beter beleven? Sluit aan bij bruisende evenementen zoals de sprookjesachtige verlichte botenparade, drijf-in festivals of winterse schaatstochten. Neem een kijkje in ons toeristisch exportproduct, zo bijzonder dat het dagelijks bezoekers uit het Verre Oosten verwelkomt en in de wereldeditie van Monopoly opgenomen is. Veel plezier!



De Witte Hoeve

Pannenkoeken, wie houdt er niet van! Voor de lekkerste van Giethoorn moet je in het 'Zuudende van Gietern' bij De Witte Hoeve zijn. Dit gezellige pannenkoekenrestaurant, gevestigd in een modern verbouwde boerderij aan de Dorpsgracht, is echt een aanrader. De ambiance maakt het een gezellig familie-restaurant, waar het lastig is om een keuze te maken. Want naast 30 soorten klassieke en speciale pannenkoeken als de Geytzwammen pannenkoek, Rietdekker met stroopwafel-stukjes en Brugwachter met kipsaté, kun je bijvoorbeeld ook kiezen voor een brood-specialiteit, maaltijdsalade of plate. Voor grotere groepen is er het lekker pannen-koekenbuffet, waarbij jij zorgt voor de finishing touch – spek, kaas of appel – op de pannenkoek. En wat dacht je van pannenkoektapas? Diverse pannenkoeken die in pizzapunten worden gesneden en elke keer met andere toppings worden aangevuld, totdat iedereen genoeg heeft gegeten. De Witte Hoeve heeft meerdere zalen voor groepen van 2 tot 250 personen en is hét adres voor een verzorgde familie- of vriendendag, bijvoorbeeld gecombineerd met de rondvaartboot. Helemaal leuk is 'Culinair Giethoorn' waarbij je op één avond bij verschillende restaurants van een gerecht geniet en het fluisterbootje klaarstaat om je naar de volgende locatie te brengen. Wij zeggen doen! ■

Zuiderpad 32

Tijdens 'Culinair Giethoorn' vaar je langs verschillende restaurants voor een gerecht

Een goedgevulde knapzak gaat mee voor onderweg en door een spannende puzzel blijft geen enkel plekje van het Hollands Venetië onontdekt

Restaurant de Rietstulp

Lunch, brunch, diner, buffet, barbecue, high tea, private dining of kookworkshop: bij Restaurant de Rietstulp doen ze niet moeilijk. Welk culinair uitje je ook kiest, dit restaurant staat garant voor volledige verzorging, kwaliteit en een gastvrije bediening. De Rietstulp is een begrip in Giethoorn, op ongeveer 300 meter van de historische dorpskern. Niet alleen kun je je dagje uit hier onderbreken voor iets te eten, toeristen kunnen overnachten in het vakantiehuis én het bruist er van de activiteiten. Met 'Giethoorn van A tot Z' verken je met je vrienden, familie of collega's al puzzelend het prachtige dorp. De dag begint met koffie en gebak, daarna stap je aan boord van een boot. Bijvoorbeeld de elektrisch aangedreven rondvaartboot met verwarming, lift en een deskundige gids. Een goedgevulde knapzak gaat mee voor onderweg en door een spannende puzzel blijft geen enkel plekje van het Hollands Venetië onontdekt. Als afsluiter wacht een driegangendiner in de Rietstulp. Wil je meer avontuur? Los met zijn allen een moord op vanaf het water of stop onderweg om te boogschieten. Bij het team van de Rietstulp voelt elk gezelschap zich thuis! ■

Dominee T.O. Hylkemaweg 15

Eetkamer van Giethoorn

De naam 'Eetkamer' zegt het al, een knusse plek waar iedereen zich thuis voelt in een sfeervolle ambiance. In 2013 beginnen de toen jong en onbezonnen Gerben en Annelore een restaurant, net buiten het centrum van Giethoorn. Inmiddels heel wat jaartjes verder zetten zij met een ontspannen sfeer, goede service en kwaliteitsproducten een totaalbeleving neer. Eten, drinken én genieten. Net als het warme interieur met veel leer en hout spreekt de opmaak van de gerechten op de borden tot de verbeelding. Hier komen de mooiste kleurencombinaties, rijkste smaken en meest verse producten samen. Het enorme kleurrijke terras, het restaurant met houtkachels en de gezellige serre maken van één van de jongste restaurants van Giethoorn een trekpleister. De bbq-party, tapasavond of een proeverij van de nieuwe seizoenkaart worden massaal bezocht. Het afhalen van een snelle hap bij het afhaalpunt is ook mogelijk. Creatief zijn ze bij de Eetkamer van Giethoorn zeker; de mooiste picknickmanden, high teas of ontbijtjes worden voor je samengesteld, voor bijvoorbeeld je trouwdag, verjaardag, moederdag of vakantie-uitje in de buurt. Alles ziet er tiptop uit. Made with love! ■

Vosjacht 6B

Grand Café Fanfare

Midden in het dorp vind je Grand Café Fanfare. De naam is afkomstig van de film Fanfare, de Nederlandse komedie uit 1958 waarin een jonge dirigent naar het dorp wordt gehaald om de fanfare te leiden. Wie het Grand Café binnenstapt, treedt binnen in de nostalgische wereld van deze film. Natasja & Arie-Willem Vermeij zijn sinds 2007 de trotse eigenaren van deze prachtige locatie, waar het altijd gezellig druk is en de bootjes voor de deur langs naar het meer varen. Voor zowel kleine als grote groepen worden tal van activiteiten aangeboden: personeelsfeestjes, trouwerijen en buffetten in de Tubazaal, of een actief arrangement op het water van de Bovenwiede. Het team van Fanfare blijft je verrassen. Producten worden met zorg en aandacht gekozen en bereid. Kies bijvoorbeeld voor een Gieters twaalfuurtje, sharing menu of wijnproeverij. Op het ruime en 's avonds verwarmde terras met heerlijke stoelen is het genieten van de fluisterbootjes en gezelligheid van het dorp. Je favoriete drankje, borrelplank én muzikaal optreden maken je avond compleet! ■

Binnenpad 68

Treed binnen in de nostalgische wereld van de film Fanfare

Smit's Paviljoen

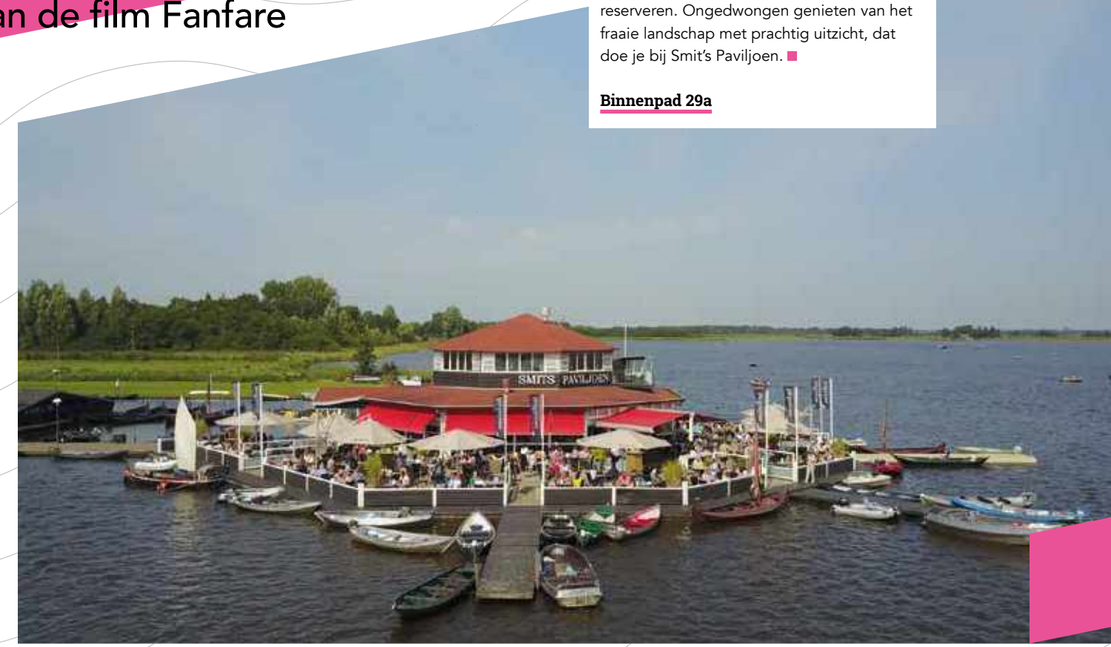
Een heerlijk kopje koffie met een panorama-view over natuurgebied Weerribben-Wieden erbij? Smit's Paviljoen heeft het enige terras van Giethoorn met uitzicht over het meer. Het iconische paviljoen van de familie Smit is al 85 jaar een boegbeeld voor Giethoorn en zowel lopend als varend te bereiken. Als je met een fluisterboot, (zeil)punter, kano of relaxte sloep bij Smit's Paviljoen uitvaart, zit je meteen op het meer. Vanaf hier zijn er diverse mogelijkheden voor het varen van een mooie route: door het oude centrum of een mooie vaartocht door het nationaal natuurpark. Er is een speciale routekaart ontwikkeld met mooie tochten, variërend van een uur tot een dagtocht, die je de mooiste plekjes laten zien. Bestel een picknickmand en ga zelf op pad! Natuurlijk sluit je de dag af met een lekkere burger, verfrissend drankje of smaakvol diner bij het paviljoen. Voor groepen zijn er bovendien arrangementen, lunches, buffetten en barbecues te reserveren. Ongedwongen genieten van het fraaie landschap met prachtig uitzicht, dat doe je bij Smit's Paviljoen. ■

Binnenpad 29a

Restaurant 't Vonder

Vroeger bevolkten de belangrijkste Gieterse dorpelingen, zoals de dokter en burgemeester, de grootste en opvallendste woningen. Het pand van Restaurant 't Vonder is er daar een mooi voorbeeld van. Bijzonder is de unieke trapgevel, geplaatst om het aanzien van de voormalige dokterswoning te vergroten. Vanaf 1985 werd 't Vonder als horecabestemming in gebruik genomen en groeide van koffieshop uit tot café-restaurant. Er is prachtig uitzicht op de dorpsgracht en de mensen die de vaarwateren verkennen vanaf het verhoogde terras, vanuit het sfeervolle restaurant én de serre. Je kunt hier terecht voor een kopje koffie, lekkere lunch of een hapje en een drankje. Wij lopen zeker ook warm voor de eigentijdse gerechten met een lokale twist van de uitgebreide dinerkaart. Ook voor groepen zijn er veel mogelijkheden. De serre is af te sluiten van het restaurant en daardoor uitermate geschikt voor een originele workshop of gezellige barbecue met familie of collega's. De knusse en huiselijke sfeer maakt 't Vonder bovendien erg geschikt voor een intieme bruiloft. Vanaf de eigen parkeerplaats zijn alle bezienswaardigheden van het dorp op loopafstand. Bij het 't Vonder doen ze er alles aan om je een onvergetelijke dag te bezorgen. ■

Binnenpad 14



Het achthoekige houten paviljoen is al 85 jaar een boegbeeld voor Giethoorn

STICHTING AMBULANCE WENS NEDERLAND

Stichting Ambulance Wens

Nog één keer genieten van frisse boslucht of ruisende golven, een wedstrijd van je favoriete voetbalclub bijwonen of nog een bezoek aan je ouderlijk huis. Het lijken allemaal hele gewone dingen, maar voor terminale, bedlegerige mensen haast onmogelijk. Terwijl juist in die laatste levensfase het zo ontzettend belangrijk is om de ellende even opzij te zetten en te genieten. Daarom zorgen de 270 vrijwilligers van Stichting Ambulance Wens dagelijks dat de wensen van terminaal zieke mensen uitkomen.

Zijn werk als ambulancechauffeur was voor Kees Veldboer de aanleiding om in 2007 de Stichting Ambulance Wens Nederland op te richten. Jaren terug vervoerde hij een ernstig zieke voormalig zeeman. “We namen een omweg via de haven en ik was diep geroerd door het geluk dat hij hierdoor beleefde. De man wilde niets liever dan nog één keer op een schip varen, en met een paar telefoontjes kon ik dat regelen. Hij genoot zo intens! Dat was voor mij aanleiding om te kijken hoe dit op grotere schaal te realiseren was. Nog geen twee maanden later was de stichting een feit!”, vertelt Kees Veldboer, directeur van de Stichting Ambulance Wens.

“Jaren later hebben we gelukkig al vele wensen kunnen vervullen. Het is onze missie om iedere terminale, bedlegerige patiënt de aandacht te geven die hij of zij verdient. Hun wensen lopen uiteen van het bezoeken van een plek waar ze bijzondere herinneringen aan hebben, tot het bijwonen van het afzwemmen van een kind of kleinkind, het bezoeken van een concert of musical, of langs het ouderlijk huis. Hiermee zorgen we hopelijk voor een lichtpunt en een betere kwaliteit van leven in de laatste periode”, zegt Kees. “De reacties van de patiënten en hun naasten zijn onbetaalbaar.”

Het is onze missie om iedere terminale, bedlegerige patiënt de aandacht te geven die hij of zij verdient

“Ik ben ontzettend blij met onze 270 vrijwilligers die zich met volle overgave inzetten. De chauffeurs werken allemaal bij de ambulancedienst, brandweer of politie en alle begeleiders zijn medisch geschoold: verzorgenden, verpleegkundigen en artsen. Zij zijn de spil van de stichting, zonder hen zouden we dit niet kunnen doen. Datzelfde geldt natuurlijk voor de vele donateurs, sponsoren en organisaties die ons een warm hart toedragen. Zonder samenwerkingen met organisaties als de Apenheul, Stichting Vaarwens, Efteling, Burgers Zoo en Diergaarde Blijdorp, en donaties vanuit heel Nederland zouden wij niet zo veel wensen kunnen vervullen. Daar zijn we dan ook ontzettend dankbaar voor.” ■

www.ambulancewens.nl

Colofon

2020 • Jaargang 10 • Nummer 10

Eijsink Matters is een uitgave van:
Eijsink Afrekensystemen b.v.

Reacties n.a.v. dit magazine kun je sturen naar:
Eijsink Afrekensystemen b.v.
Postbus 456
7550 AL Hengelo
E-mail: marketing@eijsink.nl

CENTRAAL TELEFOONNUMMER:
0880 55 66 77

Hoofdkantoor:
HENGELO
Platinastraat 25
7554 NC Hengelo

AMSTERDAM
Airport Businesspark Lijnden
Singaporestraat 68
1175 RA Amsterdam-Lijnden

DEN HAAG
Industrieterrein Wateringse Veld
Turfschipper 50
2292 JA Wateringen

EMMELOORD
Industrieterrein Nagelerweg
Platinaweg 4
8304 BL Emmeloord

OOSTERWOLDE
Veengang 1
8431 NJ Oosterwolde

BREDA (INSPIRIUM)
Kronenburgwerf 20
4812 XR Breda

AMSTERDAM (INSPIRIUM)
tt. Melissaweg 43
1033 SP Amsterdam

Redactieraad:
Annabelle Boom
Maud Etman
Lisa Oude Lenferink

Vormgeving:
VanderVeer Creative Agency, Enschede

Druk:
Drukkerij Tesink

FSC www.fsc.org MIX Papier van verantwoorde herkomst FSC® C021660

© Copyright 2020
Alle rechten voorbehouden. Niets uit deze uitgave mag worden verveelvoudigd, opgeslagen in een geautomatiseerd gegevensbestand of openbaar gemaakt, hetzij elektronisch, mechanisch, door fotokopieën, opnamen, of enige andere wijze, in elke vorm, zonder voorafgaande schriftelijke toestemming van de uitgever.

De informatie in deze uitgave is met zorg samengesteld. Redactie en uitgever kunnen niet verantwoordelijk gehouden worden voor onverhoopte fouten of onjuistheden, noch voor onvolledigheid van de informatie. Zij aanvaarden geen aansprakelijkheid voor eventuele gevolgen. Gebruikers van deze informatie wordt aangeraden deze informatie niet geïsoleerd te gebruiken maar af te gaan op hun professionele kennis en ervaring en de te gebruiken informatie te controleren.

Tafelreservering

booq

De beste reserveerervaring voor je gasten én je medewerkers

Commissievrij reserveren via Google, Facebook en je eigen website.

Reserveringswidget responsive zichtbaar op al je websitepagina's.

Verleid je gasten met aantrekkelijke arrangementen.

Overzichtelijke tafelplattegrond én gastenlijst.

booqtafelreservering.nl
0880 55 66 77

EIJSINK

WIST JE DAT WIJ DE ALLERBESTE SERVICE EN KWALITEIT BIEDEN?

Boeken, bestellen, bereiden, bedienen, bemensen, betalen, binden en beheren: dat regelen wij van A tot Z. Zo maken we ondernemen mooier, winstgevender en eenvoudiger.

With pleasure!

WIJ ZIJN **ALTIJD BEREIKBAAR** EN BIJ JOU **IN DE BUURT**

0880 55 66 77
eijsink.nl

EIJSINK