EM

EIJSINK MATTERS / EDITIE 9 / 2019

OPLOSSING

JACK BEAN:
TOEVALLIG
100% PLANTAARDIG

6.

INTERVIEW

Ilse DeLange

“Ik ben veel verder als persoon, artiest en songwriter”

Foto: Paul Bellaart

EN VERDER...

12. TERSPEGELT **15.** TONY CHOCOLONELY **22.** INTRATUIN DUIVEN **28.** GADGETS **32.** MULTIPLATFORM BOOQ **36.** SPECIAL DUURZAAMHEID **48.** MARCEL LOHR DENKT ANDERS **50.** HAPPY ITALY **56.** CONTENTMARKETING **60.** BOURGONDISCH BREDA

Strategy, concept and creation

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.

Geen uitdaging te groot!
Wij maken graag een voorstel voor jouw idee.
Mail ons op info@vdveer.nl of bel +31 053 432 4242

VANDERVEER
CREATIVE AGENCY

BESTE Lezer,

Als we ons plasticgebruik niet gaan minderen, zit er in 2050 meer kilo plastic dan vis in de zee. Bam. Zulke feiten blijven bij mij altijd langer rondspoken dan comfortabel. De discussie rondom duurzaamheid komt vaak vergezeld van griezelige voorspellingen en sprekende noodzaken. Dat maakt het al snel zwaar, en dan schuif je het misschien liever opzij. Of vooruit. Maar dat hoeft helemaal niet. Duurzaamheid is júist iets waarmee je dingen efficiënter kunt maken. Goedkoper. Luchtiger. Léuker. Duurzaamheid rolt daarom deze editie als een rode loper door ondernemersland. Want mooie initiatieven nodigen uit tot meer!

Foto: Mathijs Hanenkamp

Bezoek bijvoorbeeld Jack Bean, dat bewijst dat 'toevallig 100% plantaardig' eten ook 100% heerlijk is (p. 44). Of kijk naar The Green House, een circulair restaurant waar aanschaffen, gebruiken en weggooien verandert in bewaren, hergebruiken en omdenken. Koffiedrab als bodem om oesterzwammen op te kweken, bijvoorbeeld (p. 36). En Cirl aan de Amsterdamse Zuidas, met 550 zonnepanelen op het dak, bedrijfskleding van gerecyclede petflessen en dove 'gebaarista's' in dienst, omdat ook 'social waste' onnodig is (p. 38). Beiden promoten het 'right to copy', zodat iedereen met hun goede ideeën aan de slag kan.

Iedereen. Sámen dus. Want duurzaamheid betekent ook duurzame relaties. En het begeleiden van volgende generaties. Verbinden. Daarom is onze coverkandidaat Ilse DeLange ambassadeur voor structureel muziekonderwijs voor basisschoolkinderen (p. 66). Ook roept ze haar mede-ondernemers in Twente op om samen met haar het festival Tuckerville tot unieke trekpleister voor de regio te maken (p.6).

Duurzaamheid rolt daarom deze editie als een rode loper door ondernemersland. Want mooie initiatieven nodigen uit tot meer!

En ja, verbinden betekent risico's durven nemen. Volgens Ilse is die uitdaging met jezelf blijven aangaan, heel gezond, óók als je niet weet hoe iets gaat vallen. Volgens mij ook.

Laten we dus verontrustende voorspellingen gewoon omdenken. Als we wat minder plastic produceren, loopt de CO_2-uitstoot en daardoor de klimaatbelasting terug. Als we af en toe wat minder vlees eten, koken we straks misschien wel nóg creatiever. En als we allemaal een minuutje minder lang douchen, besparen we jaarlijks al 28 miljard liter water. Prima haalbaar. Zo maken we samen ondernemen alleen maar mooier!

Veel leesplezier

René Eijsink
Commercieel Directeur

6.

INTERVIEW

Ilse DeLange

TECH

Gadgets

28.

REDACTIONEEL

52.

EYE FILMMUSEUM

EYECATCHER AAN HET IJ

REDACTIONEEL

MEDDENS

4 VERDIEPINGEN VOL ALLURE

16.

36.

DUURZAAM

GROENINSPIRATIE VAN THE GREEN HOUSE & CIRCL

SPECIAL

OPLOSSING

50.

HAPPY ITALY
THE FAST ITALIAN

56.

TECH

CONTENTMARKETING
RUIS VS. CONTENT

SPECIAL

60.

BREDA
BOURGONDISCHE STAD MET
BRABANTSE GASTVRIJHEID

OPLOSSING

12. **RECREATIEPARK TERSPEGELT**
5-STERRENTREKPLEISTER
VOOR JONG ÉN OUD

47.

COLUMN

THE BEST SOCIAL MEDIA
INHAKEN OF
AFHAKEN

En verder...

REDACTIONEEL

THEATER ORPHEUS 10
AAN MUZEN GEEN GEBREK

INTRATUIN DUIVEN 22
SHOPPEN, HAPPEN ÉN KLIMMEN

DEDAKKAS 26
HORECAPAVILJOEN OP EEN PARKEERGARAGE

ALEXANDER BEACH CLUB 30
365 DAGEN VITAMINE SEA

BARTHOLOMEUS GASTHUIS 34
AL 650 JAAR DE DEUR WIJD OPEN

GRAND BOUTIQUE HOTEL-RESTAURANT HUIS VERMEER 40
KONINKLIJKE LUXE IN EEN MODERN JASJE

SUPERMARKT TENSUNDERN 42
STOPPING POWER OP DE GRENS

MEER MUZIEK IN DE KLAS 66
MUZIEKONDERWIJS VOOR ALLE BASISSCHOOLKINDEREN

OPLOSSING

JACK BEAN 44
TOEVALLIG 100% PLANTAARDIG

BAKKERIJ NOLLEN 54
SMAAK VAN PURE AMBACHT

SPECIAL

ONDERWIJS 18
ROC MONDRIAAN, NHL STENDEN EN
HOTELSCHOOL THE HAGUE

INTERVIEW

MARCEL LÖHR 48
HET GEHEIM ACHTER 5 SUCCESVOLLE HORECAZAKEN

COLUMN

ANGELA URSEM – TONY CHOCOLONELY 15
100% SLAAFVRIJ DE NIEUWE NORM

EIJSINK

MULTIPLATFORM BOOQT SUCCES 32
HARDWARE- EN BESTURINGSSYSTEEMONAFHANKELIJK

ADVERTORIAL

CCV 58
3 ONTWIKKELINGEN OP BETAALGEBIED

'GEWOON VOORUIT KIJKEN' MET Ilse DeLange

Vanwege een overvolle agenda is ze overal en nergens, dus spreken we telefonisch af. En dat was eigenlijk niet te merken... Vanaf haar eerste zin bubbelt er enthousiasme en warmte door de lijn. Een heerlijk open gesprek met rasartieste Ilse DeLange over haar jaar vol hoogtepunten en al het moois dat nog gaat volgen.

TEKST Maud Etman FOTO Paul Bellaart en SetVexy

2018 WAS JE JUBILEUMJAAR: 20 JAAR SINDS JE EERST ALBUM WORLD OF HURT. MAAR OOK HET JAAR VAN DE EERSTE THE VOICE SENIOR, EEN OEUVRE AWARD, CARRY UNDERWOOD OP JE ÉIGEN NEDERLANDSE FESTIVAL ÉN EEN ROL IN DE AMERIKAANSE HITSERIE NASHVILLE. HOE DAN?!

"Af en toe heb ik ook van die momenten dat ik denk, hoe dan?! Mijn jubileumjaar, voor het eerst na het succes met The Common Linnets weer een solo-album, spelen in een tv-serie… Het is op alle fronten spannend. Ik hou ervan om bezig te zijn, mezelf in het diepe te gooien, dan mag je alleen maar hopen dat dingen goed vallen. En de laatste tijd is er nogal wat goed gevallen, haha."

WAT DEED HET JUBILEUM MET JE?

"In principe ben ik zo'n nuchtere Twent die zegt: 'Gewoon vooruit kijken, niet te veel in het verleden blijven hangen, genoeg mooie dingen in het verschiet'. En dat vind ik ook wel echt. Maar toen het zo ver was dat we in Carré de hele plaat World of Hurt mochten spelen, was dat toch een emotionele avond. Emotioneler dan ik toe durfde te geven. Het voelt zo gek: het kán nog helemaal geen 20 jaar zijn. Toch is het zo. De ervaring heeft me wel zelfverzekerder gemaakt. Ik ben op het punt dat ik het steeds leuker vind anderen te helpen bij hun carrière, om een klankbord te zijn. Ik ben veel verder als persoon, als artiest en als songwriter."

IK BEN VEEL VERDER ALS PERSOON, ALS ARTIEST EN ALS SONGWRITER

MIJN DROOM IS OM ER EEN MEERDAAGS FESTIVAL VAN TE MAKEN

JE NIEUWE SOLO-PLAAT ILSE DELANGE DEBUTEERDE VOOR HET EERST LIVE OP TUCKERVILLE, JE EIGEN FESTIVAL. IS DAT EXTRA SPANNEND?

"Op Tuckerville voelt het juist alsof er heel veel mensen staan die het je allemaal erg gunnen. Dat is een enorme steun in de rug. Het gekke met dit album is dat het meteen heel vertrouwd voelde. Het is nieuw, maar het lijkt voor mij alsof de liedjes al jaren bestaan. En ik merk dat dat ook zo overkomt op het publiek."

HOE IS TUCKERVILLE ONTSTAAN? LIEP JE AL LANG MET HET IDEE ROND?

"Ja, al jaren. Ik wilde heel graag iets doen in de regio waar ik geboren en groot geworden ben. Ik voel zo'n verwantschap tussen Twente en mijn tweede thuis, Tennessee. Gemoedelijkheid, naoberschap, elkaar wat gunnen en elkaar helpen. Heel nuchter zijn, geen kapsones. Gewone mensen bezig met hun dagelijks leven. Dat wordt in Tennessee ook verteld in de muziek daar. Hoe mooi zou het zijn als ik die muziek waar ik zo van hou hier ook zo'n podium kan geven?

Tuckerville moest écht een festival zijn. Het liefst midden in het groen, in een recreatieachtige omgeving, en dat vonden we in Enschede. Als daar de schemering valt en de muziek te horen is, is het haast sprookjesachtig. We programmeren trouwens niet alleen country, maar ook Americana en popmuziek die aanschuurt tegen rootsy muziek, zoals George Ezra. Dat gaat heel goed samen, het trekt een gemêleerd publiek. Tuckerville wordt steeds meer een volwaardig familiefestival, waarbij ik graag nog meer de ondernemers in Twente zou betrekken. We moeten ons eerst bewijzen, dat snap ik, maar samen kunnen we het écht groots maken. Het is goed voor de hele regio: hotels zitten vol, de horeca is blij. Daar ben ik trots op. Mijn droom is om er een meerdaags festival van te maken. Een gegeven in de regio, net als Concert at Sea in Zeeland. Dat vraagt om nog meer betrokkenheid van de regio, dus bij deze: Tukkers, sluit je aan!"

EN DAN VAN JE EERSTE PLAAT OPNEMEN IN NASHVILLE NAAR 20 JAAR LATER ACTEREN IN DE AMERIKAANSE HITSERIE RONDOM DE UNIEKE MUZIEKSCENE DAAR.

"Dat was totaal onverwacht! Ik had een paar jaar geleden in m'n kop gehaald dat ik in die serie moest. Dan graaf je wat in je netwerk en zet je wat lijntjes uit, maar dat liep uit op niets – zoals verwacht. Tot ik in Amerika koffie dronk met producer en muzikant T Bone Burnett. Zoals ik wel bij meer mensen grapte, zei ik: "Wat moet ik nou doen om in die serie te komen?!". Knipoog, lachen, je weet wel. Toen bleek dat zijn vrouw Callie Khouri was, de bedenkster van die hele serie. Als ik dat geweten had… Ik voelde me echt een oelewapper! Maar ik mocht haar ontmoeten, en toen is het snel gegaan. Eerst naar auditie in LA, met het script onder de arm, op van de zenuwen alle blaadjes door elkaar. En uiteindelijk stond ik écht scenes te spelen met Deacon, Scarlett en Daphne [karakters uit de serie Nashville, red.]. Zo onwerkelijk, en dat in mijn jubileumjaar! Nu ga je vragen of het iets concreets heeft opgeleverd. Nee, nog niet, haha, maar het was een prachtige ervaring!"

WAS JE ROL BEWUST ZO DICHT NAAR JEZELF GESCHREVEN, ALS COACH VAN THE VOICE?

"Ilse DeWitt, coach bij een talentenjacht: dat was geen toeval natuurlijk. Ze hebben me vooraf uitgebreid ondervraagd over mijn werk als coach bij zo'n show. Hoe het er backstage aan toeging – ze wilden natuurlijk drama horen, en dat het eng is. Dat is in werkelijkheid natuurlijk niet, maar dat hebben ze er voor de serie wel van gemaakt, haha."

JE MOCHT ZELFS JE EIGEN NUMMER LOVE GOES ON ZINGEN.

"Dat was echt de kers op de taart. Er zijn zo veel geweldige songwriters betrokken bij de serie die specifiek voor de scenes speciale nummers schrijven. Dus dit was heel bijzonder. Juist dit liedje dat zo veel voor me betekent, dat over het overlijden van mijn vader gaat, mocht ik zingen. Dat was ook heel passend, omdat een van de hoofdpersonen uit de serie worstelde met het verlies van haar moeder."

JE HEBT ZO VEEL VOOR ELKAAR GEBOKST ALS ARTIEST, ALS ONDERNEMER. MOET JE DAARVOOR NIET HEEL HARD KUNNEN ZIJN?

"Dat hoop ik niet. Natuurlijk heb je in een 20-jarige loopbaan momenten waarop je gefrustreerd kan raken, of hard kan worden. Maar dat heb ik niet laten gebeuren. Ik probeer mezelf voor te houden: wat er ook gebeurt, ik kan áltijd muziek blijven maken. Begrijp me niet verkeerd, ik ben echt wel een strebertje hoor. Er zit een enorme drive in mij. Goed is niet goed genoeg, het onderste moet uit de kan. Dat verwacht ik van mezelf, maar ook wel van mijn omgeving. Maar hard? Dat denk ik niet. Soms moet je duidelijk zijn, of afscheid nemen van mensen. Dat zijn de niet leuke dingen van het ondernemen, maar het hoort wel bij groeien. Ik ben eerlijk, maar niet hard. Omdat mijn passie én de mensen om me heen me juist nauw aan het hart liggen."

KUN JE DE MUZIEK DAN WEL EENS LOSLATEN? WAT IS VOOR JOU PURE ONTSPANNING?

"Er zit bijna altijd muziek in mijn hoofd. Ik kan niet goed stilzitten, vakanties aan het strand liggen of op een bedje langs het zwembad. Dat is twee dagen leuk, dan word ik onrustig. Dat heb ik van m'n ouders meegekregen: die gezonde onrust van er op uitgaan, avontuur, dingen ontdekken. En dat heeft me gebracht waar ik nu ben. Veel positieve energie, dingen bouwen, met nieuwe schrijvers samenwerken die ik nog nooit heb ontmoet… Eigenlijk elke keer die confrontatie met jezelf aangaan, dat vind ik heel gezond. Maar als ik dan een dagje vrij heb, kan ik ook echt genieten van heel de dag in een joggingsbroek lopen en me daar niet schuldig over voelen. Netflixen, lekker eten, een goed glas wijn. Heerlijk. Als het maar niet te lang duurt!" ■

ER ZIT EEN ENORME DRIVE IN MIJ

SCAN EN LEES ONLINE HET HÉLE INTERVIEW!

Theater Orpheus: aan muzen geen gebrek

Als zoon van een koning en een muze stond Orpheus volgens de Griekse mythologie bekend vanwege zijn ongeëvenaarde muzikale en dichterlijke kwaliteiten. Heel toepasselijk dus dat een van onze mooiste en grootste theaters naar hem is vernoemd: Theater en Congrescentrum Orpheus in Apeldoorn.

TEKST Maud Etman FOTO Sven Scholten

Hele kleine dingen voegen al veel toe

Orpheus heeft met de grootschalige herinrichting haar historische regionale karakter behouden en er landelijke aantrekkingskracht bij gekregen. Met drie theaterzalen met een capaciteit van totaal 2250 gasten draait het volgens F&B Manager Marc Hermsen allemaal om de beleving van de gast. “Wie een theater bezoekt is écht even een avond of middag uit. Wij willen onze gasten compleet ontzorgen.”

Compleet ontzorgen

Daarom zitten bij Theater Orpheus deze services gewoon bij je ticket in: de garderobe, vooraf een kopje koffie en in de pauze of achteraf een lekker drankje. Dat is niet alleen prettig voor de gast, maar óók voor het theater – piekmomenten zijn op deze manier beter te verwerken. En zo blijft er meer tijd over voor gastvrijheid. Marc: “Een kopje koffie of een glas cola: dat zijn vaste factoren die in elk theater hetzelfde zijn. Maar onze medewerkers maken het verschil.” En dus worden nieuwe én bestaande medewerkers kundig opgeleid. “We hebben interne trainers, maar halen ook regelmatig externe kennis binnen. Hele kleine dingen voegen al veel toe. Bijvoorbeeld een kleine attentie om gasten te verrassen bij hun vertrek, het doorgeven van eventuele files of als het regent even meelopen naar de auto met een paraplu.”

Congreslocatie

Het serviceniveau van Theater en Congrescentrum Orpheus staat ook goed bekend bij de congresmarkt. Marc: “Wij zijn naast een theater ook een veelzijdige congreslocatie. We hebben niet alleen de ruimte, maar óók de techniek en alle overige faciliteiten. Ook kunnen wij helpen met het boeken van artiesten en sprekers, ondersteunende marketing en eventmanagement. Van begin tot het einde ontzorgen wij onze opdrachtgevers. We maken graag veel mogelijk. Wij zijn uniek in onze veelzijdigheid.”

Complete make-over

Om te kunnen blijven voorzien in de behoeftes van zowel de congresgasten als de theatergasten, is een nieuw meerjarig herinrichtingsplan ingezet. Afgelopen zomer hebben de subzalen op de bovenverdieping een metamorfose gekregen. Vorige zomer kreeg een van de foyers en het Theaterrestaurant al een complete make-over. Duurzaamheid en flexibiliteit zijn de belangrijkste pijlers voor Theater Orpheus. Ook zijn er indrukwekkende beelden van de Veluwe te vinden op de gordijnen en de bars. Een prachtige ode aan de lokale omgeving.

Regiotheater

Het theater blijft de komende jaren in fases vernieuwen en optimaliseren, om zo de kwaliteit te bewaken. Zeker nu Orpheus is aangesloten bij de Stichting Theateralliantie. Deze stichting heeft als doel grote multidisciplinaire theaterproducties met een internationale uitstraling tot stand te brengen voor de Nederlandse theaters. “Zo was in het verleden de bijzondere voorstelling Warhorse een maand lang te zien bij ons. En afgelopen seizoen de fantastische musical Fidler on the Roof, met Thomas Acda.” Voor zo’n productie komen mensen uit het hele land naar Apeldoorn, vertelt Marc. “Dat is niet alleen positief voor ons als theater, maar ook voor Apeldoorn als stad. De aankomende jaren zullen wij onze functie als regiotheater nog verder uitbreiden.” Reken er dus maar op dat je ook dit jaar hier veel bijzondere voorstellingen op het podium vindt.

Mis het niet! ■

Recreatiepark TerSpegelt

Investeren in de manier waarop

Luxe kampeerplekken, bijzondere accommodaties, het altijd zomerse SterrenStrand, tienduizenden gasten op jaarbasis en een track-record waar je u tegen zegt: 5-sterren Recreatiepark TerSpegelt is al ruim 50 jaar een trekpleister voor jong en oud. "Om gasten supertevreden naar huis te laten gaan heb je, los van goede accommodaties en voorzieningen, écht de juiste medewerkers nodig. Daar zetten we hoog op in, omdat we niet alleen het beste recreatiepark, maar ook de beste werkgever in de branche willen zijn!"

TEKST Annabelle Boom FOTO TerSpegelt en Eijsink

Michel Huigevoort (directeur) en Dorien Verschuijten (Manager Marketing & Communicatie) vertellen dat de camping die de familie Keijzer in 1968 begon, in de loop der jaren uitgegroeid is tot een recreatiepark van maar liefst 68 hectare. Luxe en het buitenleven staan centraal. "Het park is ingericht om te genieten van het buitenleven", vertelt Dorien. "Zo zijn er ruime kampeerplekken aan het water met privé-sanitair en unieke huuraccommodaties zoals volledig ingerichte WaterLodges, met prachtig uitzicht over het water. We zitten hier ook echt in een fantastisch gebied. Om de hoek ligt de Cartierheide, een heel mooi stukje van Natuurgebied De Kempen. Je kunt er heerlijk wandelen, fietsen of paardrijden. En als je kleine kinderen hebt, is het Kabouterpad een absolute aanrader."

Beste werkgever

Wat ook echt onderscheidend is, zijn de medewerkers. "Vanzelfsprekend moeten alle voorzieningen op het park tiptop in orde zijn. Maar zonder goede medewerkers is het maar een verzameling van dingen", stelt Michel. "Je hebt écht de juiste mensen nodig, dus daar investeren we fors in. Onze mensen krijgen hele uitgebreide trainingen en er zijn veel mogelijkheden om door te groeien. Om de sfeer goed te houden organiseren we regelmatig leuke bijeenkomsten en feesten voor de medewerkers. Zelfs een reis naar Lapland ter ere van ons 50-jarig bestaan! We hebben de ambitie om het beste recreatiepark én de beste werkgever in de branche te zijn. In 2018 werden we voor de tweede keer achtereenvolgend verkozen tot 'Beste leerbedrijf', dat zijn mooie dingen."

Eco-footprint verkleinen

"We vinden de mening en wensen van onze medewerkers heel belangrijk. Eind 2017 hebben daarom met z'n allen een nieuwe missie en visie geformuleerd. Daaruit kwam naar voren dat ook zij niet alleen de ambitie hebben om de beste

te zijn. Ook de manier waaróp is belangrijk. Duurzaamheid was een belangrijk aandachtspunt en ze vinden het belangrijk om een zo klein mogelijke eco-footprint te hebben. We zijn daarom begonnen met een circulaire economie challenge. We kijken heel bewust naar alles wat we doen en alle nieuwe vakantieverblijven worden waar mogelijk circulair gebouwd."

Paradijs voor strandaanbidders

Op het terrein van TerSpegelt zijn maar liefst 3 recreatieplassen. Dankzij het mooie strand is de locatie ook erg geliefd bij dagjesmensen. Ook bij minder mooi weer, want dankzij het indoor-SterrenStrand kun je hier van april tot en met oktober in je zwembroek of bikini rondlopen. Speelkastelen, een voetjes-van-de-vloer-pad, diverse zwembaden: het is hier heerlijk vertoeven.

WE HEBBEN DE AMBITIE OM HET BESTE RECREATIEPARK ÉN DE BESTE WERKGEVER IN DE BRANCHE TE ZIJN

Gastvrijheid van de toekomst

"Mensen raken steeds meer gewend aan hogere serviceniveaus en zijn kritischer geworden. Voor ons is het daarom belangrijk om een gebruiksvriendelijk en flexibel kassasysteem te hebben. Met bijvoorbeeld handhelds waarmee we aan tafel bestellingen kunnen opnemen, of de booq Kitchen Manager die we bij Strandpaviljoen De Wijde Blick gebruiken! Doordat bestellingen direct als digitale bonnen op de keukenschermen verschijnen, verloopt het bereiden sneller en soepeler. Iedereen weet precies wat de status is van de gerechten. Ook voor de bediening is het heel prettig dat ze zelf kunnen zien hoe lang dingen nog duren", vertelt Michel. Hij vervolgt: "De technologie ontwikkelt zich natuurlijk razendsnel. Vrijwel iedereen heeft een smartphone en mensen brengen veel tijd online door. We hebben daarom gezocht naar een partij die niet alleen een goede kassa kan leveren, maar ons écht kon helpen met het verhogen van het serviceniveau door in te spelen op nieuwe ontwikkelingen en behoeften. Een partij die voor ons SterrenStrand en bij LekkerSnacken een handige bestelwebsite met bestelzuilen kon realiseren waarmee we aan de verwachting van onze gasten voldoen. Bij Eijsink hadden we direct een goed gevoel. Ze hebben een breed scala aan oplossingen die interessant zijn voor ons. We spreken eigenlijk dezelfde taal. De bestelwebsite en zuilen voor broodjes, friet en snacks zijn echt een succes! Gasten geven aan dat ze het heel prettig vinden dat ze online kunnen bestellen, en we zien het ook terug in de omzetcijfers. Die zijn goed! Ook wij hebben te maken met krapte op de arbeidsmarkt. Het mooie is dat we met de oplossingen van Eijsink met minder mensen evenveel gasten van de juiste service en kwaliteit kunnen voorzien!" ■

DE BESTELWEBSITE EN ZUILEN VOOR BROODJES, FRIET EN SNACKS ZIJN ECHT EEN SUCCES

100% slaafvrij de nieuwe norm

We willen alle chocofans bewust maken van de ongelijkheid in de cacaosector

Na een lange vergadering, een hippe workout in de sportschool, met je tante in dat gezellige restaurantje bij de koffie of... zucht... er zijn zoveel momenten dat je echt effe chocolade moet eten. Mnom mnom, da's genieten.

Maar niet voor iedereen in de chocoladeketen is het genieten. De keten is namelijk ongelijk verdeeld. Miljoenen boeren aan het begin van de keten produceren cacao. Miljarden consumenten aan het eind van de keten genieten van chocolade. En in het midden? Daar zit een handvol chocogiganten dat er baat bij heeft de inkoopprijs van cacao onmenselijk laag te houden. De cacaoboer leeft hierdoor in armoede, met kinderarbeid en moderne slavernij tot gevolg.

Daarom wil Tony's Chocolonely het systeem veranderen; samen maken we 100% slaafvrij de norm in chocolade. Niet alleen in onze chocolade, nee, in álle chocolade. Wereldwijd. Hoe we dat doen? Door bewustwording te creëren, het voorbeeld te geven en anderen te inspireren. We willen alle chocofans bewust maken van de ongelijkheid in de cacaosector. Als winkels, restaurants, cateraars én chocofans eisen stellen en actief vragen naar eerlijke chocolade, nemen chocoladebedrijven eerder hun verantwoordelijkheid om dat te volgen. Ons team investeert in lange termijn-samenwerkingen met de cacaoboeren, we maken betere prijsafspraken (bovenop de fairtrade-premie) en trainen cacaoboeren om hun oogstopbrengsten en hun organisatie te verbeteren, zodat de boeren een leefbaar inkomen bereiken. Dat betekent ook andere spelers inspireren om in actie te komen en actief zoeken naar partners die ons model willen volgen. Hiervoor laten we zien welke impact we maken, delen we onze lessen en staat onze deur altijd open voor een goed gesprek.

Daarbij kijken we altijd kritisch naar onszelf: waar kunnen we meer impact maken? Zoals met het Child Labour Monitoring & Remediation System! Hierbij trainen we lokale boeren in een gemeenschap die toezicht houden op het risico op kinderarbeid, en interviewen we natuurlijk structureel kinderen. Ontdekken we kinderarbeid? Dan praten we met partners, ouders en andere belangrijke spelers over activiteiten die wel of niet geschikt zijn. We regelen een geboorteacte (zodat een kind naar school kan gaan) of mede-organiseren activiteiten waarmee extra inkomsten verdiend kunnen worden. Alles zodat kinderen niet per se hoeven te werken.

Goed voorbeeld doet dus goed volgen. Daarom verhogen we ook de druk op de industrie door het gesprek aan te gaan met de politiek, ngo's en wetenschap, zodat de industrie uiteindelijk werkt volgens Tony's recept voor slaafvrije cacao. Dat recept vraagt om vijf ingrediënten in de juiste mix: traceerbare bonen, een hogere prijs, sterke boeren, lange-termijn-denken en een betere kwaliteit voor productiviteit. Ik ben trots dat we daarin concreet mooie stappen maken. Maar we kunnen het niet alleen! Hoe meer mensen kiezen voor slaafvrije chocolade, hoe eerder 100% slaafvrij de norm wordt.

Doe je mee? ■

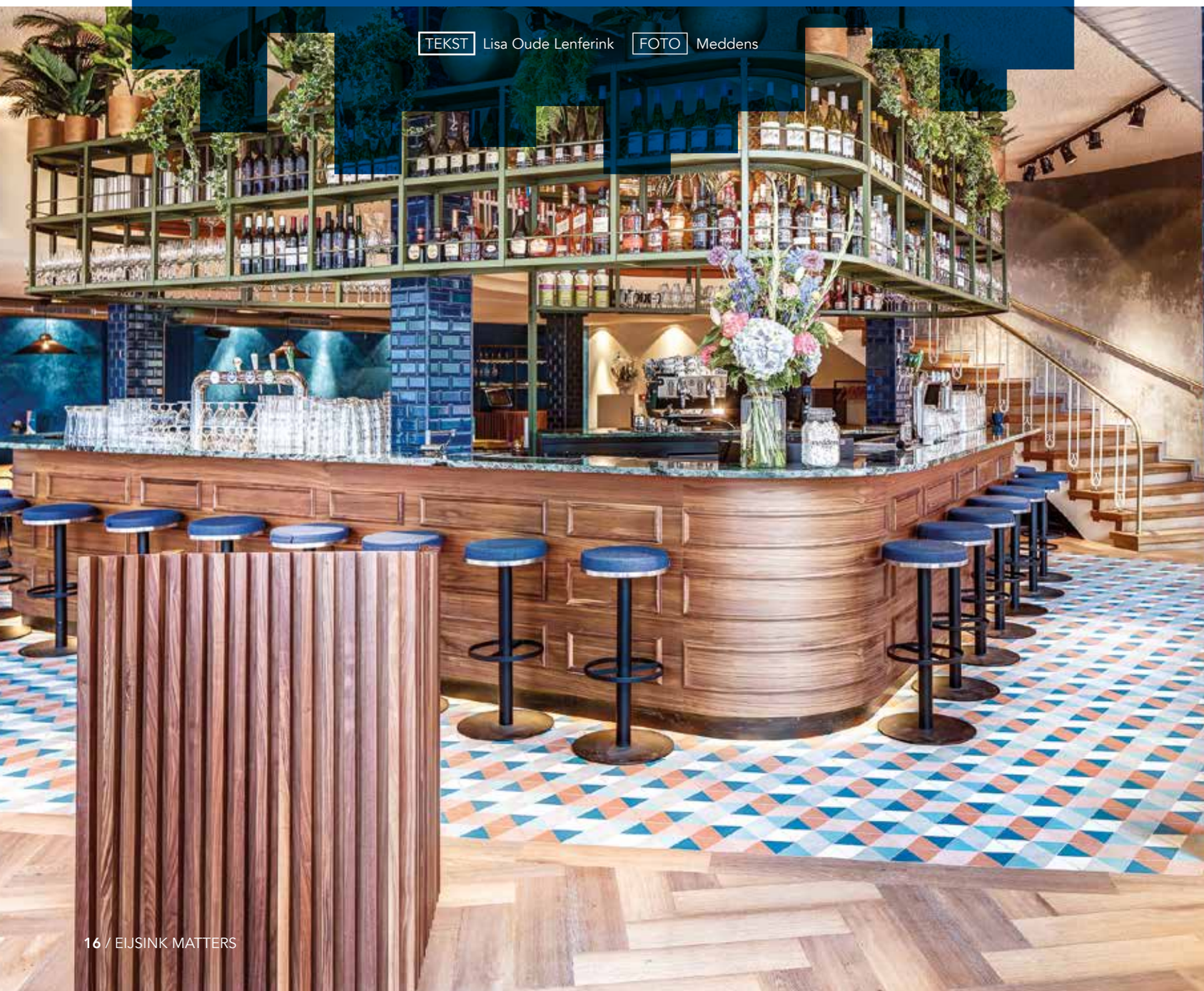
Angela Ursem is International Movement Maker bij Tony's Chocolonely – een Nederlands merk dat strijdt voor 100% slaafvrije chocolade.

Meddens

Vier verdiepingen vol allure

Roze behang met paradijsvogels, fluwelen stoelen met messing frame en indrukwekkende lampen met een knipoog. Bloedmooi. Dat is Meddens. De horecazaak biedt vier verdiepingen vol kunst, drankjes, hapjes en gezelligheid. Van een open en ongedwongen sfeer beneden tot een intieme setting boven. Hier bruist het vanaf de lunch tot het diner en de middernachtelijke drankjes. Meddens is een aanwinst voor Hilversum.

TEKST Lisa Oude Lenferink FOTO Meddens



Van warenhuis naar hippe foodbar

Meddens vind je in het voormalige en gelijknamige warenhuis op de hoek van de Hilversumse Kerkstraat en 's-Gravelandseweg. In 2011 sloot het chique warenhuis na 34 jaar definitief haar deuren. Niemand hapte toe, dus stond het pand tot begin 2018 leeg. Marco van Velthooven, ondernemer achter onder meer Restaurant Club Rex, Cafe Burger en Fat Joe's, blies het monumentale pand gelukkig nieuw leven in. "Het pand heeft al klasse van zichzelf. Voor de transformatie tot restaurant is de binnenkant gestript. Het enige wat behouden bleef is de fraaie wenteltrap, die nu als centrale spil alle verdiepingen met elkaar verbindt."

Elke verdieping een eigen karakter

Gevoel voor stijl heeft Meddens overduidelijk en het instagrammable interieur is op social media veelbesproken. Marco: "Bij binnenkomst word je verwelkomd door kleur en een warm gevoel. Met een vette knipoog naar vrouwelijk, want vrouwen bepalen waar gegeten wordt." De begane grond is licht door de grote ramen en overweldigt je met haar rijke materialen en grafische patronen. Bij de 360-graden ronde bar en zitjes is het een plek van komen en gaan. Boven vormen tafeltjes op splitlevel-verhoging voorzien van grijstinten en zachte stoffen een plek om intiemer te tafelen. Hier word je letterlijk een kijkje in de keuken gegeven door de open 'visafslag' en keuken. De derde verdieping in urban jungle stijl met veel beplanting is uitermate geschikt voor private dining of meetings. Betonstuc op de muren en vloer in visgraatpatroon doen je denken aan New York. Als klap op de vuurpijl heeft Meddens een enorm terras met plek voor 130 gasten, heerlijk in de zon.

Viswalhalla

"Meddens is een all day foodcafé met toegankelijk en informele sfeer waar je terecht kunt voor lunch, diner en borrel", licht Marco toe. "De grote centrale bar speelt de hoofdrol. Hier neem je plaats voor wijn met oesters, een gin tonic of voor kleine hapjes als bruschetta en garnalenkroketten." De focus van het restaurant ligt op vis, waaruit het menu voor 70% bestaat. Hoge torens met fruits de mer en kreeft passen perfect op zo'n stijlvolle plek. Geen zin in vis? De kaart biedt ook veel vlees- en vega -opties. "Van steak tartare en boneless chicken met truffel tot aan een bietenrisotto of tartaar van avocado en hummus. Alle gerechten worden vers bereid door ons team van topkoks in de open keuken, wat zorgt voor een enorme eetbeleving."

Het wauw-effect

In het weekend vult de dj met soulmuziek de open ruimte, wat Meddens perfect maakt om tot laat te blijven borrelen. Het publiek dat Meddens bezoekt? 30-plus, hoger opgeleid en merendeel vrouw. Marco: "Het totaalsfeertje maakt ons als Hilversumse ondernemers onderscheidend. Naast het lekkere eten en unieke interieur moeten het licht- en geluidsplan bijvoorbeeld ook helemaal af zijn. Het wauw-effect draait om beleving en sfeer. Meddens is helemaal van nu." ■

De grote centrale bar speelt de hoofdrol

Special: ONDERWIJS

ROC Mondriaan, NHL Stenden en Hotelschool The Hague: sterke onderwijsinstellingen met eigen visie. Hoe stuur je op kwalitatief goed onderwijs, meer kennis door internationalisering en de ontwikkeling van duurzaamheid? En hoe stoom je studenten klaar voor de digitaliserende toekomst?

TEKST Lisa Oude Lenferink, Maud Etman en Annabelle Boom FOTO ROC Mondriaan, NHL Stenden en Hotelschool The Hague

ROC Mondriaan het talent van de toekomst

Wedstrijden en zo'n 80 externe evenementen per jaar. Met sterke focus op het opdoen van praktijkervaring binnen en vooral ook búiten de muren van de school stoomt een bijzonder betrokken team van docenten jong talent klaar voor de hospitalitybranche.

Iedere dag anders

"In de horeca kan iedere dag anders zijn. De ene dag heb je een bruiloft, de volgende dag een gezelschap dat komt vergaderen. Vanaf het begin van het opleidingstraject leren we onze studenten snel te schakelen en altijd maximale service te bieden. Gastvrijheid, daar draait het om! Het kan zo maar zo zijn dat we de school de ene dag ombouwen tot een discoheek met cocktailbar en de volgende dag de catering verzorgen bij bijvoorbeeld ADO Den Haag", vertelt Frank Plaatsman, Operation Manager bij ROC Mondriaan.

Externe events

Zo'n 850 studenten beginnen hier jaarlijks aan een opleiding in de richting Horeca en Facilitaire dienstverlening of de internationaal georiënteerde International Hotel and Management School. Van een koksopleiding tot Gastheer/Gastvrouw en van Facilitair leidinggevende tot Manager/Ondernemer horeca/hotel. ROC Mondriaan heeft vier eigen restaurants en een hotel dat door de studenten wordt gerund. "Daarnaast vinden we het belangrijk dat studenten jaarlijks deelnemen aan diverse externe evenementen. Van kook-en baristawedstrijden tot meedraaien in de catering op grote eventlocaties. Dit vinden de studenten erg leuk om te doen en superleerzaam."

Docenten en oud-studenten

"Het bijzondere aan ROC Mondriaan is de betrokkenheid van de docenten. Ik maak regelmatig mee dat een docent terugkomt op een vrije dag om een leerling wat extra begeleiding te geven. En ook de goede relatie met oud-studenten is iets waar we erg blij mee zijn. Succesvolle oud-studenten geven hier regelmatig gastcolleges en dat maakt altijd diepe indruk op de studenten." Om het onderwijs up-to-date te houden werkt ROC Mondriaan veel samen met het bedrijfsleven en bijvoorbeeld Koninklijke Horeca Nederland. Digitalisering is daarin een belangrijk onderdeel. "Tegenwoordig heeft iedere zaak een eigen website; internet en sociale media zijn belangrijke oriëntatiekanalen voor potentiële gasten. Daarom leren we de studenten bijvoorbeeld ook hoe ze daar mee om moeten gaan."

Toekomst van Hospitality

"We leven in een periode dat trends steeds sneller gaan en mensen steeds meer verwachten. Het aanbod in de supermarkten is steeds groter; je verrast echt niet meer met een croissantje en verse jus d'orange, maar moet écht zorgen voor een stuk beleving als je het verschil wilt maken. Dus niet alleen heerlijke gerechten en perfecte service, maar ook een uniek effect creëren door bijvoorbeeld een gerecht op te dienen met stikstof of rook. Horeca is zoiets moois!" ■

Succesvolle oud-studenten geven regelmatig gastcolleges, dat maakt altijd diepe indruk

Multi-campus NHL Stenden hanteert de juiste mix

De toekomst in als ondernemende en vindingrijke professional, die kennis om kan zetten in innovatieve oplossingen. Dat is waarom studenten voor NHL Stenden kiezen. Op deze multi-campus hogeschool met vestigingen in binnen- en buitenland, ligt de nadruk op het verleggen van je grenzen en werken aan wereldwijde innovatie.

Vanaf 1 september 2018 hebben Stenden Hogeschool en NHL Hogeschool hun krachten gebundeld. Dit is volgens Douwe van Dijk, F&B Manager binnen Stenden Hotel, een logische stap. "We stonden met twee hogescholen aan hetzelfde plein. NHL trok meer studenten uit de regio en Stenden was meer internationaal georiënteerd. Samengaan zorgde dus voor een hele mooie mix van ruim 20.000 studenten van 68 nationaliteiten!"

Studenten als gast

Douwe legt uit dat NHL Stenden zich onderscheidt op de service naar haar studenten. "Al onze studenten zijn onze gasten. Het is belangrijk om hen zo goed mogelijk te bedienen. Daarom werken we steeds meer toe naar onderwijs op maat, varianten op de reguliere lesprogramma's. Een voorbeeld daarvan is dat je in plaats van het lezen van een handleiding, alle instructies in een video kunt bekijken. E-learning is daarbij een onmisbaar element, want de student van nu wil graag digitaal geïnformeerd worden."
Niet alleen de lesmethode maar ook de locaties spelen binnen NHL Stenden een grote rol. "We hebben vestigingen in Thailand, Qatar, Zuid-Afrika en Bali. Daarmee geven we onze studenten de mogelijkheid in het buitenland modules te volgen. In Zuid-Afrika zit bijvoorbeeld de minor Wijn. En op Bali kan de minor Eventmanagement gevolgd worden. Je duikt zo in een hele andere cultuur, een onbetaalbare ervaring."

Testcentrum

Dat beetje extra bieden, daar gaat de hogeschool voor. Ook binnen de horeca-tak waar Douwe in gespecialiseerd is. "We hebben hier een functioneel restaurant, hotel, bar en een lobby. Daarnaast nog een bedrijfsrestaurant, grand café en een koffiecorner. Samen met de collega's van de catering, doen we de volledige catering binnen NHL Stenden. Een uitdagende tak van sport. Je moet de juiste mix vinden tussen onderwijs en praktijk: je studenten moeten veel leren maar óók op een nette manier een 6-gangenmenu kunnen uitserveren aan een betalende gast. Het commerciële deel kan daarbij schuren. Daarom vragen we ook regelmatig de studenten om hun input. Hoe moeten we volgens hen het onderwijs vorm geven? Sommigen zijn meer gebaat bij structuur, anderen hebben graag meer vrijheid. Zo blijven we onszelf verbeteren."
In samenwerking met partners en leveranciers blijft NHL Stenden daarbij innoveren. "Denk aan een testcentrum waarbij we in ons hotel of restaurant nieuwe software of producten voor bedrijven zouden kunnen testen. Kruisbestuiving op een goede manier, zodat het bedrijfsleven straks naar NHL Stenden gaat kijken voor de laatste ontwikkelingen en trends. Dat lijkt me fantastisch." ■

We hebben vestigingen in Thailand, Qatar, Zuid-Afrika en Bali

64 nationaliteiten kleuren Hotelschool The Hague

Met je diploma de wijde wereld in. Dat is de ambitie van jaarlijks zo'n 500 studenten die in de warme, bruisende en internationale community van Hotelschool The Hague de veelzijdigheid van Hospitality Management ontdekken. Mét hulp van innoverende cases, internationale stages én trainers uit het bedrijfsleven. Hotelschool The Hague behoort tot de top 5 beste hotelscholen ter wereld.

Human touch

Afgestudeerde studenten waaieren internationaal uit naar diverse (top)posities in de snel veranderende wereld, zoals in hotelmanagement, sales & marketing, banken, entertainment, foodservice, maar ook de gezondheidszorg, diverse start-ups en IT. Sjaak Ouwejan (Manager Practical Education & Operations, van origine Michelin-chef die via stagiaires in aanraking kwam met de Hotelschool The Hague) werkt dit jaar 30 jaar bij de nu genaamde Hospitality Business school. "De term Hospitality breidt zich als een olievlek uit. Digitalisering en robotisering worden steeds meer in ons vak verweven, maar daarbij wordt gastvrijheid en de 'human touch' belangrijker. Daar leiden we onze studenten voor op."

Culturele rijkdom

De vestigingen in Den Haag en Amsterdam zijn identiek in het onderwijsaanbod en de jaarlijks 256 toegelaten studenten. Om zichzelf als zelfstandige hotelschool te bedruipen, opende in 2002 de tweede Amsterdamse locatie en groeide de internationalisering. "Door onze cultuur waarin wij de wereld hebben bevaren, onze talen kennen en vooruitstrevend zijn, is de grote Internationale aantrekkingskracht een luxe. Rijkdom van de school zijn de studenten uit 64 verschillende landen. Deze brengen allemaal hun eigen cultuurervaring mee, hetgeen natuurlijk extra leerzaam is binnen het reguliere onderwijsprogramma van de school. Dat wij studenten tijdens het praktijkonderwijs in teams van verschillende samenstellingen laten werken, is zowel voor de studenten als hun begeleiders en coaches leerzaam en gevarieerd. Het is een enorme uitdaging om een internationaal team aan te sturen dat uit Aziatische, Europese en Amerikaanse medestudenten bestaat."

Real learning experience

Om een brug te slaan met het bedrijfsleven is het onderwijsprogramma eigentijds. De leerlijn loopt van basisvaardigheden op het gebied van veiligheid en hygiëne naar praktijkervaring in diverse outlets als front office, housekeeping, keukens en restaurants. In studentenhotel Skotel leren en werken studenten met commerciële kamers ingericht door diverse hotel brands. Buitenlandse stages en outdoor trainingen met rolmodellen stomen studenten klaar voor een managementfunctie. Partnerships met leveranciers, lidmaatschap van diverse netwerken, integratie van de nieuwste technische ontwikkelingen en maatschappelijke projecten rondom actuele thema's maken volgens Sjaak het onderwijsprogramma zo up-to-date mogelijk. "Iedereen is 'eager to learn'." ■

De term Hospitality breidt zich als een olievlek uit

Shoppen, happen & klimmen

Intratuin Duiven als dagje uit

Bekend door Nederlands grootste en mooiste kerstshow, haar uitgebreide collectie potplanten én Rivìera Maison. Tegenwoordig is Intratuin Duiven veel meer dan een tuincentrum. Het afgelopen jaar breidde het filiaal uit van 16.000 naar 24.000 m², ongeveer 3,5 voetbalveld. Halverwege de winkelroute van nu 1 kilometer lang, zit misschien wel de belangrijkste vernieuwing: een prachtig restaurant met 1000 zitplaatsen én megaspeelparadijs voor kinderen.

TEKST Lisa Oude Lenferink FOTO Eijsink

Bloemetje halen

Hoe kunnen we de bezoekers tijdens 3 maanden Christmas World een zitplaats in onze horeca bieden en hoe trekken we meer publiek naar de fysieke winkel in de rest van het jaar? Die vragen gingen volgens Koen van Riswijk, horecamanager en projectleider van het verbouwingsteam, vooraf aan de verbouwing. "Door remodelling is ons publiek veranderd. De bestaande klantengroep die naar ons tuincentrum kwam is uitgebreid met gasten die speciaal voor de speeltuin en het restaurant komen. Óf juist voor de retail/leisure-combinatie. Terwijl kinderen los gaan in de speeltuin, laten (groot)ouders zich verleiden in onze tuin- en sfeerwinkel. Met onderweg als middelpunt ons vernieuwde restaurant, waar nu altijd een aangename zitplaats te vinden is. En natuurlijk kan, 'even snel een bloemetje halen', hier ook nog steeds."

Zwart bestek

Warm, levendig en groen. In het restaurant, wat tegenwoordig de naam De Proeftuin draagt, kijk je je ogen uit. Het centrale gedeelte lijkt op een oude fabriekshal met veel vintage, planten en bomen. "Alles hebben we zelf bedacht en ontworpen", vertelt Koen trots. "Mogelijk gemaakt door diverse trendtours door het land." Het groots opgezette restaurant met open bovenverdieping oogt absoluut niet massaal. Wel botanisch. Oriëntaal. Lief. Stoer. Elke zithoek heeft een andere maar toch afgestemde stijl en vormt in zijn geheel een moderne, gebalanceerde entourage. "We hebben 30 verschillende stoelen en 8 verschillende stijlen. Je kan, bij wijze van, elke dag langkomen, en toch in heel andere setting zitten."

DOOR BELEVING GAAN WE DE STRIJD MET CONCURRENTIE AAN

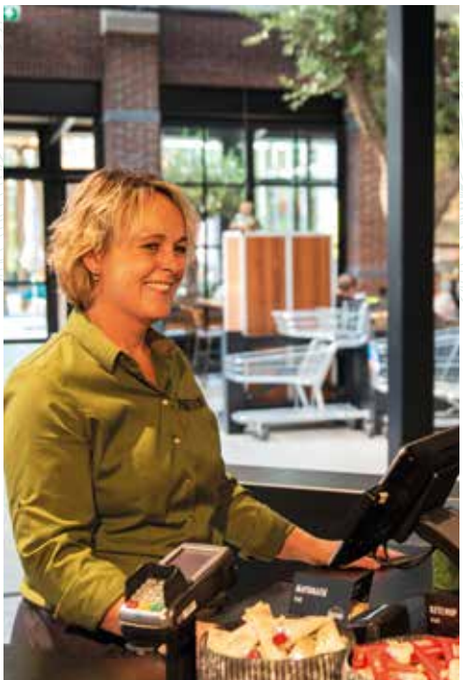
Niet alleen de fluwelen stoelen, oogstrelende lampen en het opvallend stijlvolle zwarte bestek nodigen uit snel een kijkje bij De Proeftuin te nemen. Het heerlijke assortiment van ontbijt tot diner wordt door de 65 enthousiaste horecamedewerkers voor je neus bereid. Smoothies, broodjes, salades, soepen, warme gerechten en gebak vormen het menu. "Seizoenswisselingen zoals je in het tuincentrum vindt, zie je ook in het menu. Voor kinderen is een kindermenu verkrijgbaar. Ook kan je bij ons terecht voor high tea, zónder reservering. Alle versproducten komen dagelijks uit De Groentetuin, onze groente-, fruit- en notenwinkel tegenover De Proeftuin met het volledig aanbod van de groenteboer. Hier kan het winkelend publiek ook terecht buiten Intratuin om."

Geluidsdicht

Vanuit De Proeftuin wandel je zo De Klimtuin binnen. Kinderen (en ouders) kunnen zich naar hartenlust vermaken in dit gratis toegankelijke speelparadijs, bij mooi én slecht weer. De binnenspeeltuin in de stijl van een oude fabriek bestaat uit vier niveaus vol glijbanen, klimnetten en trampolines. Koen: "Mogelijke overlast door spelende kinderen gaan we uit de weg door geluidsdichte deuren. Gasten in het restaurant en de winkel krijgen niks van het klimpark mee." De binnenspeeltuin staat in verbinding met een indrukwekkende buitenspeeltuin waar het mogelijk is te klimmen en klauteren tot 9 meter hoog. Zowel de allerkleinsten als oudere kinderen kunnen op ontdekkingsreis gaan. Veilig, uitdagend en mogelijk onder toeziend oog van de ouders op het buitenterras.

8.000 m² extra beleving

Planten, interieur, verlichting en decoratie. Alle productgroepen zijn van een update voorzien én ruimer opgezet. Waar eerder 220 soorten tuinmeubels te koop werden aangeboden, zijn het er nu 350. Volgens Koen was expansie een logische stap: "Mensen zullen altijd bij Intratuin blijven kopen, ze willen immers de plantjes naast elkaar zien, net zoals ze thuis op de vensterbank komen. Wat we gedaan hebben, is er iets extra's aan toevoegen om de doorlooptijd te verlengen. De retail/leisure-combinatie van winkelconcept met restaurant en gratis speeltuin maakt dat mensen naar ons toekomen voor een dagje uit, waar ze maar al te graag een paar uur voor rijden. Van Christmas World tot kinderfeestjes en live cooking tot workshops. Door échte beleving te bieden, gaan we de concurrentiestrijd aan." ■



Rabo **Bizzy**

De bankrekening die je boekhouding doet.

Alsof je een alerte assistent hebt die jouw boekhouding regelt. Kijk hoe Rabo Bizzy voor jou kan werken op:

*Rabobank.nl/**Bizzy***

Rabobank

DeDAKKAS

“Verantwoord omgaan met de aarde is een must.”

We gaan terug naar 2014. Dennis de Waart staat op het dak van parkeergarage de Kamp en dagdroomt: ‘Dit lelijke gebouw op de prachtigste plek van Haarlem, daar moet toch meer uit te halen zijn?!’. Hij visualiseerde een groen horecapaviljoen, compleet met terras en stadspark. Vier jaar later is DeDAKKAS een feit. In gesprek met mede-oprichter Jeroen Spek over duurzaam ondernemen en het waarmaken van je dromen.

TEKST Annabelle Boom FOTO DeDAKKAS

"Verantwoord omgaan met de aarde is een must. Punt. Dennis en ik hebben beide een voorliefde voor duurzaam en verantwoord ondernemen en willen mensen op een leuke manier prikkelen om anders met het milieu en voedsel om te gaan. Niet op een belerende manier, maar door te laten zien hoe het óók kan. Een voorbeeld daarvan is de bovengemiddeld verantwoorde menukaart, met een hoofdrol voor groente. Bewust niet 100% vegetarisch, want dan mis je een deel van je doelgroep én daarmee de kans om ze op een positieve manier te verrassen. Het is bijvoorbeeld altijd leuk als we echte vleeseters laten ervaren en vertellen dat er toch echt geen vlees in de bitterbal zit."

Voedingsrijke bodem

Er is heel goed nagedacht over het ontwerp van DeDAKKAS. "We wilden een relaxte plek creëren waar mensen kunnen genieten van lekker eten en drinken, het prachtige uitzicht, akoestische verrassingsoptredens, een yogales en nog veel meer. Maar wel op een verantwoorde manier en onbewust een stukje bewustzijn op het gebied van duurzaamheid stimuleren." Het pand bestaat voornamelijk uit glas, zodat je maximaal van het prachtige uitzicht kunt genieten, en ook voor het dakterras zijn duurzame materialen gebruikt. Ruim 80% van de materialen kan elders hergebruikt worden. Circulair bouwen was een absolute voorwaarde, maar bij DeDAKKAS gaan ze veel verder dan dat. "We laten zien dat je prima succesvol én duurzaam kunt ondernemen. De koelingen draaien bijvoorbeeld op slechts 1 koelmotor, terwijl veel soortgelijke horecazaken er vaak wel 20 gebruiken. Met efficiënter energiegebruik besparen we al tot 30%, en met de restwarmte kunnen we opnieuw verwarmen." Dankzij de composteermachine veranderen de restjes in een voedingsrijke bodem voor de dakmoestuin van 120m^2 die steeds meer vorm krijgt. "We hebben een bijenkorf op het dak en binnenkort verwelkomen we ook onze eerste kippen", vertelt Jeroen enthousiast. "Fijn ook om te merken dat duurzaam ondernemen gasten en ook personeel echt aanspreekt."

Grenzeloos vertrouwen

Vanuit zijn achtergrond als architect kon Dennis zijn ideeën als geen ander visualiseren in pakkende beelden. En hoewel het plan meteen ontzettend positief ontvangen werd door lokale ondernemers en de potentiele gasten, betekent dit niet dat het binnen no-time in kannen en kruiken was. "De parkeergarage had geen horecabestemming volgens het bestemmingsplan, om maar iets te noemen. Maar we hadden grenzeloos vertrouwen in onze visie en het concept. Dat gaf altijd de kracht om door te gaan. Toen hulp en geloof bij de gemeente steeds groter werd, kwam het in een stroomversnelling. Alles financieren via de bank zagen we niet zitten. We gaven het verhaal verder vorm en startten een crowfunding-campagne die zeer succesvol bleek! We haalden ruim binnen de looptijd de maximale 200% van het doelbedrag. Bijkomend voordeel: de campagne zorgde direct voor mega-naamsbekendheid. Dan zit je toch ook heel anders weer bij de bank en potentiële leveranciers."

Lange-termijn-relaties

Bij de keuze voor leveranciers stonden 'verantwoord, duurzaam en contact' centraal. DeDAKKAS doet hoofdzakelijk zaken met kleinere, lokale bedrijven. "Ondernemers met dezelfde passie als wij. Die niet voor korte-termijnwinst gaan, maar bewust kiezen voor duurzaam ondernemen. We hebben iedere leverancier met volle overtuiging gekozen. Het is veel meer dan een platte deal. We gaan voor langetermijnpartnerships. Een soort vriendschap." Zo kozen ze bijvoorbeeld voor Moyee als koffieleverancier omdat zij niet alleen verrekt goede koffie hebben, maar er ook voor zorgen dat de koffieboeren in Ethiopië 50% verdienen van wat er in de keten aan de boon wordt verdiend. Een fairchaingedachte die veel verder gaat dan fairtrade.

DeDAKKAS heeft nu een vergunning voor 10 jaar. Na 2 jaar horen ze of ze definitief kunnen blijven. "Dat hangt bijvoorbeeld af van de buurt en de politiek. Onze hart en ziel zit in de zaak. Dat is ook waarom het zo goed werkt. Geen marketingtrucje, maar puur en oprecht. Als het aan ons ligt, blijft DeDAKKAS heel lang die fijne plek voor de stad en mensen inspireren!" ■

MET CROWDFUNDING HAALDEN WE 200% VAN HET DOELBEDRAG

Gadgets

TEKST Lisa Oude Lenferink

1

1 / Nooit meer in de knoop
Soms vraag je je af welke magische krachten je broekzak bevat, wanneer de snoertjes van je oordopjes er wéér als een grote warboel uit komen. GARY 2.0 is een piepklein doosje met daarin een haakje. Door het draaiende mechanisme worden de dopjes automatisch opgerold. Als je elke dag een minuut bezig bent om jouw oordopjes uit de knoop te halen, dan bespaart deze slimme gadget je elk jaar zes uur knoeien met het snoer. Dat zijn toch 12 afleveringen van de gemiddelde Netflix-serie!

kickstarter.com

2 / Maak je hond gek
Staat je trouwe viervoeter te stuiteren omdat hij behoefte heeft aan beweging, maar heb jij nét even geen tijd? WickedBone is een interactief speelmaatje in de vorm van een bot. Rent je hond? Dan snelt de WickedBone er achteraan. Zet je hond de achtervolging in? Dan gaat WickedBone er vandoor. Negeert je hond het speeltje? Dan daagt de WickedBone uit met behulp van responsieve triggers als beweging, aanraking en geluid om tóch te komen spelen.

kickstarter.com

2

3

3 / Interactief buitenspeelgoed
De Wanderwatch is 's werelds eerste slimme game-horloge voor kinderen. Dankzij de ingebouwde GPS-ontvanger en de camera kunnen kinderen allerlei buitenspelletjes doen. Een skelter wordt een politieauto en een stokpaard maakt een galopperend geluid. Avonturen leggen je kids zelf vast met de ingebouwde camera. En jij als ouder volgt de locatie via de app en kan via tekst, gesproken berichten en tekeningetjes met ze communiceren. Buitenspelen was nog nooit zo leuk en veilig!

wanderwatch.com

4

4 / Op reis met We.Stream
Nee, We.Stream is geen reisorganisatie maar een wifi-hotspot met cloud-simtechnologie met dekking in meer dan 100 landen. Met deze gadget van Nederlandse bodem kun je tijdens een zakelijke reis of vakantie toch online blijven. Veilige wifi op reis zonder dat het nodig is om een lokale simkaart aan te schaffen. Zo zijn hoge roamingskosten buiten Europa verleden tijd.

we.stream/eu/

5 / Plant met pootjes
Het kan nu echt: een plant als huisdier. De Chinese ondernemer Sun Tianqi vond een manier om planten te laten lopen, dansen en spelen. Met spinachtige bewegingen kan deze robot Hexa, met een plant op zijn rug, probleemloos obstakels beklimmen om zich naar een plekje in de zon te verplaatsen. De robot geeft zelfs aan wanneer de plant dorstig is. Handig voor degenen bij wie zelfs cactussen nog van de dorst omkomen!

vincross.com/en/hexa

5

6

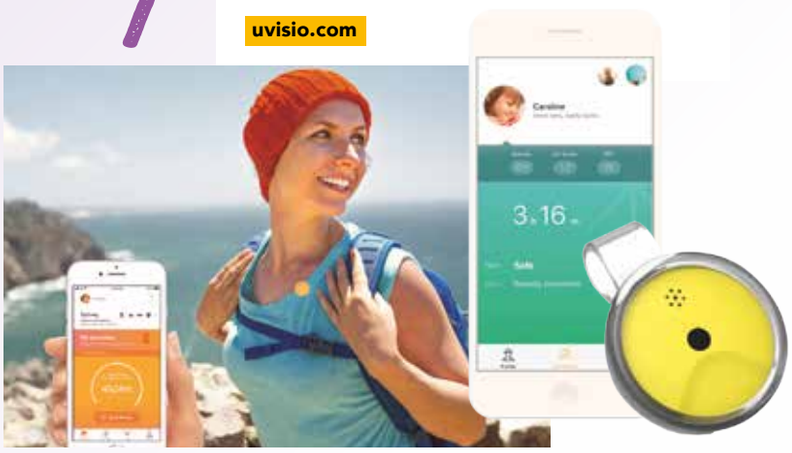
6 / Luchtige vulling
Hoe fijn het ook is om ruimte over te houden in je koffer wanneer je op vakantie gaat, van door elkaar gegooide eigendommen wordt niemand blij. Kies voor PaQ! PaQ plaats je over je ingepakte spullen en blaast zichzelf op totdat je koffer volledig is gevuld. Nooit meer gekreukte kleding, lekkende shampoo of ingedeukte schoenen. Via koppeling met je smartphone krijg je zelfs een melding wanneer je koffer aankomt op de lopende band, zodat je er niet bij hoeft te wachten.

kickstarter.com

7 / Zorgeloos zonnen
Zonlicht houdt ons met haar vitamine D gezond, maar teveel UV-straling is gevaarlijk. De waterdichte Sunclip van het Eindhovense UVisio detecteert de hoeveelheid straling van de zon en waarschuwt je via de app op je mobiele telefoon om op tijd zonnebrandcrème op te smeren. Het handige apparaatje dat je eenvoudig aan je kleding klikt, herkent patronen zodat zonadviezen op maat worden gegeven. Zo verbrand je nooit meer!

7

uvisio.com



8

8 / Glutenvrij
Mensen met een glutenallergie of -intolerantie weten er alles van: soms is het zo lastig om écht glutenvrije producten te vinden. Daarom ontwikkelde 6SensorLabs uit San Francisco een speciale gadget waarmee je gluten kunt opsporen. In apparaatje Nima, zo klein dat het in je broekzak past, stop je een stukje van je eten. Via een snelle scheikundige test van 3 minuten weet je of er gluten gevonden zijn. En dat is nog niet alles, via de bijbehorende app bewaar je de uitslagen en deel je ze met je medemens.

nimasensor.com

Alexander Beach Club

365 dagen vitamine Sea

Zilte zeelucht, ruisende golven en een sfeervolle ambiance: bij Alexander Beach Club beleef je 365 dagen per jaar het ultieme strandleven. De grote ramen, natuurlijke materialen en prachtige terras zorgen dat je je zo dicht mogelijk bij de natuur waant. En de luxe Ibiza-vibe inrichting, uitgebreide kaart en het vriendelijke personeel maken dat het je aan niets ontbreekt: beach days are the best days!

TEKST Annabelle Boom FOTO Alexander Beach

Beach days are the best days!

"Het strand is altijd mooi. Onder de brandende zomerzon, tijdens een wervelende herfststorm of op een ijskoude winterdag. Daarom zijn we dus gewoon iedere dag van het jaar geopend", vertelt Alexander Balk, eigenaar van Alexander Beach Club. "In de zomermaanden draaien we meer dan 300 couverts per avond, maar ook de kerstdagen zijn al snel helemaal volgeboekt. Ik ben zelf een echte strandliefhebber, en het Noordwijkse strand is geweldig."

Zomerse koek-en-zopie

Alexander was eerder al eigenaar van het nabij gelegen Alexander Hotel en kreeg jaren geleden de kans om het pand van het strandpaviljoen te pachten van de gemeente. Die greep hij met beide handen aan. "Vroeger, zo'n 25/30 jaar geleden, heerste er nog een beetje een 'koek-en-zopie-cultuur' in een zomers jasje. Mensen wilden graag een drankje, ijsje en een misschien een keer een broodje, maar dan had je het wel gehad. Tegenwoordig willen en verwachten gasten veel meer. De strandtenten zijn luxe, volwaardige restaurants geworden."

Voetjes in het zand

In 2014 is het paviljoen daarom heel rigoureus vernieuwd. Vanuit de 'voetjes in het zand-gedachte' is alles opnieuw vormgegeven. Veel hout, touw en steen om binnen en buiten vloeiend in elkaar over te laten lopen. "Natuurlijk, maar met een hoog comfortgehalte, want het moet hier het hele jaar heerlijk vertoeven zijn. In de zomer lekker buiten, en in de winter gezellig bij het haardvuur".

Summer Seafood Sensation

"We onderscheiden ons van andere zaken doordat we gerechten van hoogwaardig niveau aanbieden. In de zomermaanden ligt onder het mom 'Summer Seafood Sensation' de focus op visgerechten. Gerookte zalm en carpaccio kun je overal krijgen, maar voor een overheerlijke fruits de mer moet je bij ons zijn!"

Van bruiloft tot dancefeest

Borrels, bedrijfsfeesten, dancefeesten, bruiloften: bij Alexander Beach kan het allemaal! Het is een officiële trouwlocatie en in de rustigere maanden organiseren ze onder het mom 'Alexander Beat Club' regelmatig populaire dancefeesten met grote headliners. "Het is mooi om te zien dat acties en events altijd fanatiek opgepikt wordt door de media en flink gedeeld via social media. Dit medium is ook echt hartstikke belangrijk voor ons."

Zonnige toekomst

De plannen voor de nabije toekomst zijn al erg concreet. "We willen een echt relaxed terras realiseren en service gaan verlenen bij de strandbedden, zodat je ook daar kun genieten van een hapje en drankje." Een heerlijk vooruitzicht! ■

Multiplatform boogt succes

Het restaurant zit voller dan vol, de keuken draait op volle toeren en de bediening is non-stop bezig met haar gasten. Je hebt net orders opgenomen aan een tafel van 12 – een verjaardag – met enkele maatwerkaanpassingen in verband met allergieën. En net als je alles wilt bevestigen op je kassa-app, tikt een passerende collega je per ongeluk opzij. Daardoor valt je handheld (iPhone) uit je handen op de grond. Kapot. Paniek?

TEKST Bjorn Nijhuis FOTO Eijsink

Bjorn Nijhuis - operationeel directeur Eijsink

Nah. Je loopt gewoon even naar achter en pakt een reserve-handheld. Een Android-smartphone deze keer. En als er geen reserve was geweest, had je ook nog de kassa-app gewoon op je eigen mobiel kunnen installeren. Je logt in met jouw vaste bediendenummer, en de app start precíes waar je net gebleven was. Alle bestellingen van je tafel staan er dus nog steeds in, wachtend op je bevestiging. Je hoeft je gasten niets opnieuw te vragen en kunt gewoon soepel door met je dienst. Dát is booq.

JE KUNT ZELFS OP ÉÉN LOCATIE MET VERSCHILLENDE BESTURINGSSYSTEMEN WERKEN

Hardware- en besturingssysteem onafhankelijk

Ons zelfontwikkelde businessplatform booq is méér dan de slimste tabletkassa. Het is een multiplatform POS-systeem dat we steeds meer hardware- en besturingssysteem onafhankelijk maken. Waarom? Nou, omdat Eijsink zowel de kleine bakker op de hoek als de grote, landelijke cateraar wil kunnen ondersteunen. Met opties in elk prijssegment, áltijd van goede kwaliteit. Ik vind dat software zich moet kunnen vormen naar je wensen, en níet dat jij de zaak moet beperken aan de hand van je systemen. Dat zie ik ook terug in de praktijk: als ondernemer van nu wil je zelf kiezen of je met vaste kassa's, tablets of professionele handhelds wilt werken. Of een mix daarvan, natuurlijk. Wij willen die flexibiliteit, die schaalbaarheid, nóg beter maken. En dus is booq nu, naast de Android-basisapplicatie, ook uitgebreid met iOS en Windows! Je kunt zelfs op één locatie met verschillende besturingssystemen werken. Een vaste kassa met Windows, een Android-tablet op de bar en iPhones als handhelds op de vloer. Ik hoop dat we zo ondernemers én hun teams ongekend veel extra vrijheid bieden.

100% flexibiliteit

Ik zie die flexibiliteit ook echt als de toekomst. En niet alleen zakelijk – over een aantal jaren regelen we waarschijnlijk praktisch alles met de handzame smartdevices die we bij ons hebben. Daarom ontwikkelen we booq bewust zo dat het zich naar jóuw voorkeuren gedraagt. Alle belangrijke functies zijn bijvoorbeeld op verschillende manieren benaderbaar: tikken, swipen, een knop ingedrukt houden... Zo kun je een rekening splitsen of artikelen verwijderen van een bon zoals dat voor jou het prettigst werkt. En het snelst. Bovendien is booq volledig responsive, dus de lay-out schaalt perfect naar de grootte van het device dat je gebruikt. Wil je de indeling aanpassen? Doen! In seconden heb je kolommen toegevoegd of de lettergrootte aangepast. Heb je wel 15 handhelds in huis maar draaien deze nooit allemaal tegelijk?
Of heb je 's avonds een heel ander kassagebruik dan overdag? Ook daar hebben we aan gedacht: we werken met een 'gelijktijdige gebruikers'-systeem, waarbij je betaalt voor het aantal kassa's dat je tegelijk actief wilt hebben. En je verkoopstatistieken? Die worden nooit op lokale devices bewaard maar gaan goed versleuteld door naar de cloud. Dataintegriteit gegarandeerd.

Ik denk dat we zo een nieuw pad inslaan in het 'kassalandschap', en in gastvrijheid. Met dit platform draait je werk om mensen, service en kwaliteit. Niet om lastige programma's of onvindbare data. Klinkt goed, toch? Voor mij begint de toekomst vandaag. ■

Bartholomeus Gasthuis houdt de deur wijd open

Geroezemoes, het getik van kopjes op schotels… Brasserie Zunte is een ietwat verstopte horecaparel in de Utrechtse binnenstad. Het is hier dagelijks gezellig druk met mensen uit de binnenstad, passanten én de bewoners van het Bartholomeus Gasthuis. Brasserie Zunte is onderdeel van deze oudste zorginstelling van Utrecht. Het kleinschalige méér-dan-verzorg- en verpleeghuis heeft het gezicht naar de stad en, als het nodig is, zorg in de rug.

TEKST Maud Etman FOTO Bartholomeus Gasthuis

3 V's voor iedere gast

Jong en oud loopt bij het Bartholomeus Gasthuis al zesenhalve eeuw heen en weer over de drempel. Brasserie Zunte is een relatief jonge tak in deze historie en tegelijk een belangrijke. Hoe? Door de kwaliteit en gastvrijheid én omdat hier voor iedereen de deur open staat. Remko van Loenen, horecamanager: "Onze keuken voldoet zeker niet aan het clichébeeld van een instellingskeuken. Hier gaan we voor ontzéttend lekker en vers eten. Ons motto bevat 'drie V's': verrassend, verfrissend, verleden. We kijken naar kleurcombinaties, stemmen af op de seizoenen en gebruiken lokale producten. We proberen in elk gerecht voor ieder wat wils te stoppen. Iets knapperigs, iets beetgaars, verschillende texturen en smaken. We doen bij events ook regelmatig live cooking, we hebben buffetten in het weekend en bij mooi weer een bbq in onze binnentuin. Gasten en bewoners zijn altijd enthousiast over de kwaliteit."

De jaren vieren

Naast prettig wonen, zorg, gezelligheid en heerlijk eten kun je in het gasthuis terecht voor verzorging van het ouder wordende lichaam. Nicolien van Wees, PR: "In ons Salus Huys hebben we onder andere een eigen kapsalon, pedicure en schoonheidsspecialiste. Gespecialiseerd in de ouder wordende mens. 'Gewoon', ontspanning en verzorging op maat en juist de jaren vieren." In een historisch pand als het Bartholomeus Gasthuis vind je een aantal prachtige (vergader)-ruimtes anno 2018 met respect voor de historie. Agnes & Catharijne bijvoorbeeld is fijn voor kleinschalige bijeenkomsten en workshops. De Smeezaal, de vroegere ziekenzaal, heeft een mooie akoestiek, geluidsversterking (inclusief ringleiding voor slechthorenden) en podium en is daardoor perfect voor congressen, vieringen en optredens. Het Otium is ideaal voor vergaderingen maar ook voor yoga en meditatie. En de fantastische Regentenzaal – waar het College van Regenten van het Bartholomeus Gasthuis al sinds 1632 vergadert! – past juist goed bij een bijzonder diner, kamerconcert of intieme bijeenkomsten. Je kunt er zelfs trouwen!

Utrechters voor Utrechters

Het Bartholomeus Gasthuis hanteert het UvoorU-concept: Utrechters voor Utrechters. Nicolien vult aan: "We willen graag dat iedereen hier kan komen genieten van een goede kop koffie, een lunch, sportieve en creatieve activiteiten, een bezoekje aan de pedicure of een concert. Omdat 'gewone' gasten hier marktconforme prijzen betalen, is er ruimte om mensen met een kleine beurs tegemoet te komen. Zo kan iedereen meedoen. Bedrijven vragen ons regelmatig of ze iets voor ons kunnen betekenen. Dan zeggen wij: zeker, kom langs en houd je bijeenkomst in ons Gasthuis! Met de opbrengst van de zaalverhuur en banqueting kunnen wij weer meer betekenen voor alle inwoners van de Utrechtse binnenstad." Naast verhuur aan derden organiseert het Bartholomeus Gasthuis voor de bewoners en mensen uit de wijk activiteiten en evenementen. Denk aan een concert, een lunchplek voor wie aanspraak zoekt, een zanguur, het 'open atelier' waar mensen creatief kunnen zijn en het maandelijkse Seniorencafé met altijd een interessante lezing of sfeervolle muziek. ■

De rode draad is Zorgeloos Verzorgd ouder worden, al ruim 650 jaar!

Van een herberg in 1367 naar het Gasthuis dat het nu is: het Bartholomeus Gasthuis is er nog steeds voor iedereen. Het biedt onder meer toekomstbestendige serviceappartementen, waar ouder wordende Utrechters met het gezicht naar de binnenstad kunnen wonen en zich verzekerd voelen van, mocht dat nodig zijn, zorg in de rug. Ze kunnen altijd terugvallen op de faciliteiten van het huis. De rode draad is Zorgeloos Verzorgd ouder worden, al ruim 650 jaar!

THE GREEN HOUSE UTRECHT:

circulair paviljoen vol verhalen

TEKST Lisa Oude Lenferink FOTO The Green House

Niet steeds aanschaffen, gebruiken en weggooien. Maar bewaren, hergebruiken en omdenken, met als doel een circulaire wereld met zo min mogelijk afval. Welkom in The Green House! Dit restaurant, urban farm en 'green hub' in één is een broedplaats voor circulariteit, waar eten, drinken en gastvrijheid voor verbinding en inspiratie zorgen. Wij spraken Ernest van de Voort, manager marketing & concepten bij foodservice-organisatie Albron, over dit bijzondere project.

100 experimenten op basis reduce, re-use en recyle

Groene hotspot

The Green House verlevendigt de komende 15 jaar het Utrechtse gebied tussen het Rabobank hoofdkantoor en Rijkskantoor De Knoop, in navolging van het bestemmingsplan en duurzaamheidsdoelstellingen van de Nederlandse overheid. Zónder concessies aan smaak, beleving en comfort. Ernest: "Momenten van ontbijt, lunch, diner en borrel brengen mensen bij elkaar, of dat nu sociaal of zakelijk is. Deze verbinding laat je openstaan voor nieuwe ideeën. Door op een fijne plek informatie en inspiratie te faciliteren, hopen we een brede groep mensen op het gebied van duurzaamheid wakker te schudden. Dit gaat boven verwachting; het is twee keer zo druk als verwacht, op social media is er veel aandacht en we geven continu rondleidingen!"

Reduce, re-use en recycle

Binnen The Green House vormen 100 experimenten de circulaire wereld op basis van 3 principes: reduce (minder grondstoffen), re-use (bestaande materialen in nieuwe functie), recycle (grondstoffen terugbrengen naar de oorspronkelijke vorm). Het streven is een stekkerloze keuken, nu al met 40% minder apparatuur gerealiseerd door bijvoorbeeld ovens op olijfpitbriketten. Binnen 24 uur worden afvalstoffen op locatie gecomposteerd. Zo wordt koffiedrab gebruikt om oesterzwammen te kweken én verwerkt tot bitterballen. "Eigenlijk willen we ons 'levend laboratorium' uitbreiden tot 1000 experimenten. Een stevige ambitie, die deels niet zal slagen. Toch zal dit andere geïnteresseerden helpen versnellen. Wij promoten het 'right to copy', omdat we samen het hogere doel dienen om de aarde te ontlasten en daarmee bestaanszekerheid bieden."

Albron voegt nog een vierde principe toe, re-connect. "Menselijke arbeid is de belangrijkste grondstof, zij maken de gerechten, brengen deze bij je aan tafel en delen ons verhaal. Daarom wordt hier 20 procent van het werk vervuld door mensen met een afstand tot de arbeidsmarkt. 'No social waste'!"

Zicht op groen

De warme ambiance maakt The Green House een uitzonderlijke plek, die voor het bedrijfsleven fungeert als clubhuis, voor buurtbewoners als buurthuis en waar voorlopers van circulariteit kunnen brainstormen. "Je komt om een glas wijn te drinken of een hapje te eten en loopt spontaan tegen onze open keuken of het meubilair met een herkomstverhaal aan."

Natuur is de grote inspiratiebron. Een levendige groene wand – welke voor verkoeling en luchtzuivering zorgt – is hier het toppunt van. Met al dat groen is het duidelijk dat je veel groente op de menukaart kan verwachten, maar liefst 80%. Aan de hand van een sterrenkwalificatie per gerecht op de criteria CO_2, lokaliteit en vitaliteit worden gasten gestimuleerd andere keuzes te maken. Waarna volgens 'Dutch cuisine' in het seizoen, zonder kunstmatige toevoegingen en met zo min mogelijk verspilling gekookt wordt. Circulariteitsverhalen worden ook gedeeld in vier gethematiseerde vergaderzalen en The Urban Farm op de eerste etage, de publiektoegankelijke kas waarin 40 smaakmakers worden verbouwd voor eigen gebruik.

Businessmodel voor de toekomst

Vanwege de tijdelijke bestemming is het paviljoen modulair gebouwd en volledig demontabel, van de fundering tot aan de staalconstructie. "Waarom zouden we, gezien de tijdelijke bestemming, betalen voor het eigendom van stoelen, kookgerei of verse groenten? Door de overstap op pay-for-use betalen we voor gebruik in plaats van bezit, en verdienen de betrokkenen gedane investeringen gedurende 15 jaar terug. Het zou fantastisch zijn als het thema circulariteit daarna zijn relevantie verloren heeft omdat het overal normáál is, en wij met The Green House een bijdrage hebben kunnen leveren. Hoe fraai zou het zijn om The Green House op het Museumplein in Amsterdam of als schoolgebouw in Marokko of Afrika neer te zetten?" ■

SCAN EN LEES ONLINE HET HÉLE INTERVIEW!

Circl

inspiratiepaviljoen aan de Amsterdamse Zuidas

Duurzaam is ook gewoon heel gezellig en lekker

Pal voor hun Amsterdamse hoofdkantoor realiseerde ABN AMRO een bijzonder paviljoen om te werken en te ontspannen. Circl, zonder e, is circulair tot in de naam, want: 'We gebruiken niets wat we niet nodig hebben'. Dit living lab inspireert om op een duurzame manier met de aarde om te gaan. Een plek waar gasten ervaren dat je prima spullen kunt hergebruiken en afkunt met minder energie, zónder in te leveren op comfort, sfeer en smaak. Marjan Oosting, General Manager van Vermaat, de exploitant van het restaurant en de Rooftopbar, vertelt over strijden tegen voedselverspilling en streven naar zero waste. "We laten graag zien dat circulair en duurzaam ook gewoon heel gezellig en lekker is!"

TEKST Annabelle Boom FOTO Circl

"Ik beschrijf Circl vaak als een soort lego-pakket: wanneer je het af zou breken, kun je 100% van de materialen hergebruiken." Veel van de Circl's materialen hebben ook al eerder op een andere plek of andere manier dienst gedaan. Zo komt een deel van de kozijnen uit de oude Philips-fabriek, zijn de vloeren gemaakt van resthout, de stoelen van gerecyclede koelkasten, banken van oude matrassen en de bedrijfskleding van gerecyclede petflessen. "We willen zo duurzaam en energiezuinig mogelijk zijn. Daarom hebben we 550 zonnepanelen op het dak, vangen we regenwater op om de rooftoptuin water te geven en de toiletten door te spoelen en zetten we dankzij een wormenhotel groenteafval om in compost. We zijn continu op zoek naar nieuwe groene mogelijkheden; bijvoorbeeld schoenen van plastic uit de oceaan en serviesgoed dat gemaakt wordt van restporselein.
Er is zoveel mogelijk!"

Geredde groente

Groente is minder milieubelastend dan vlees. Op de kaart van Circl krijgen ze daarom de hoofdrol. "Onze leverancier Instock koopt overtollige producten van supermarkten. Ondanks hun kwaliteit zouden ze anders verspild worden, maar wij maken er de heerlijkste gerechten mee. We werken idealiter met lokale producten, maar als boontjes uit Kenia anders vernietigd worden, gebruiken we ze graag! En asperges die een groeiboost hebben gehad dankzij een warmtekanon zijn niet duurzaam en zullen we normaal nooit kopen. Máár als diezelfde asperges anders weggegooid worden, is het een ander verhaal. Ongeveer 20% van de kaart bestaat uit vlees en vis. We kiezen alleen voor producten waar een overschot aan is, zoals geitenbokjes en wilde zwijntjes. En we benutten ook de minder gangbare delen van die dieren. Chefkok Rudolf Brand is mega-creatief en zorgt iedere dag weer voor een heerlijk menu. Circulair betekent echt niet dat je moet inleveren op comfort, sfeer of smaak!"

Bijzondere bereidingswijzen

Omdat Circl ook in de keuken beperkt elektriciteit wil gebruiken, kiezen ze vaker voor bewaar- en bereidingswijzen als wekken en fermenteren. "We hebben daardoor minder koel- en vriesruimte nodig en verbruiken veel minder stroom. In de Rooftopbar hebben we als enige in de Benelux een Steampunk, een apparaat waarmee je door middel van een vacuümtechniek en stoom de lekkerste thee trekt. Het residu gaat niet weg, dat gebruiken we voor dressings en cocktails. We vinden het een uitdaging om zo efficiënt mogelijk met middelen om te gaan."

Social waste tegengaan

"We willen niet alleen voedselverspilling, maar ook social waste tegengaan. Zo hebben we drie Gebaarista's (dove barista's) in dienst. Op het scherm in de eventruimte zie je hoe je in gebarentaal koffie of thee kunt bestellen. Op hun shirt staat: 'Ik hoor niet, maar zie alles. Heb je hulp nodig, tik me dan aan'. Dat gaat supergoed en zorgt voor hele leuke reacties. Door Circl hebben we al zoveel geleerd over circulariteit en duurzaamheid. Die kennis delen we graag. We spreken niet van copyright, maar 'right to copy', want we willen juíst dat mensen zelf met deze ideeën aan de slag gaan. Communicatie is essentieel om mensen er van bewust te maken dat er hele goede alternatieven zijn voor dingen die zij gewend zijn." ■

We vinden het een uitdaging om zo efficiënt mogelijk met middelen om te gaan

Grand Boutique Hotel-Restaurant

Huis Vermeer

Een viersterrenhotel, ingericht met 18e eeuws antiek en persoonlijke, toegankelijke gastvrijheid. Een uitstekend restaurant en een jong, enthousiast team met de ambitie om in 2019 een Bib Gourmand te behalen. Bij Hotel-Restaurant Huis Vermeer in Deventer word je onder-gedompeld in koninklijke luxe met een modern jasje.

TEKST Annabelle Boom FOTO Hotel Restaurant Huis Vermeer

De geschiedenis van het pand voert terug tot 1880. In dat jaar gaf de Deventerse bankier Chris Vermeer opdracht om het pand tegenover de Lebuinuskerk om te toveren tot woonhuis. In 2013 opende de zaak haar deuren, nadat antiquair en edelsmid Wim van Dijk ruim 4 jaar lang iedere dag met veel liefde en passie werkte om het pand in volle glorie te herstellen. Avalon Wijnen, leidinggevende bij Huis Vermeer, vertelt enthousiast dat Vermeer het gevoel van toen met het comfort van nu weet te verenigen. "De klassieke inrichting met 18e eeuwse antiek en de persoonlijke manier waarop wij onze gasten benaderen zijn een mooie, unieke combinatie die veel mensen aanspreekt. Van zakenmensen tot dagjesmensen, we hebben veel gasten die ons regelmatig bezoeken. En ook bruidsparen en ouderen weten ons goed te vinden. Het leuke is dat hier altijd heel veel verschillende mensen aan het ontbijt zitten."

Gasten vinden het leuk wanneer de chefs aan tafel uitleg geven over het gerecht

Warm bad

Het geheim van een goedlopende zaak is volgens Avalon een gepassioneerd team. "Het is best lastig om het juiste personeel te vinden, en ik ben ontzettend blij dat we zo'n enthousiast en goed op elkaar ingespeeld team hebben. We zien elkaar erg veel en dan is het natuurlijk extra belangrijk dat de sfeer goed is. Onze mensen geven altijd aan dat het hier voelt als een warm bad. Dat ze het gevoel hebben lekker op hun plek te zitten en zich ook vertrouwd voelen om de groei van collega's te stimuleren en elkaar indien nodig te corrigeren om het beste eruit te halen. Goede communicatie is essentieel. Daarom ben ik ook zo blij met de booq Personeelsplanner, want iedereen is altijd op de hoogte van het rooster en heeft zelf inzicht in hoeveel hij gewerkt heeft. Als je je over dat soort dingen niet druk hoeft te maken, kun je lekker op je werk focussen. De standaard is hoog en we blijven trainen en elkaar prikkelen om de standaard steeds iets hoger te krijgen. En gelukkig blijft dat niet onopgemerkt!" Huis Vermeer krijgt ontzettend positieve recensies van haar gasten en staat hoog in de lijst 'Beste kleine hotels van Nederland' van Tripadvisor.

Bib Gourmand

"We hebben vorig jaar het restaurantconcept aangepast en de nadruk gelegd op de maandelijks wisselende 'Chef's Selections', waarbij onze koks 'standaard' ingrediënten op vernieuwdende wijze gebruiken. Dat bleek een schot in de roos!" En ook op de vernieuwde serre en het 'keuken aan tafel-concept' reageren gasten erg positief. "Gasten vinden het leuk wanneer de chefs aan tafel uitleg geven over het gerecht." Bij Huis Vermeer krijg je geweldige service en kwaliteit voor een scherpe prijs. "We bieden het drie-gangen-menu aan voor minder dan 37 euro, en hopen voor 2019 een Bib Gourmand te gaan behalen. We zitten in een hele goede flow en willen die stijgende lijn verder doorzetten!" ■

Supermarkt Tensundern

SHOPPING POWER OP DE GRENS

Dagelijks is het een drukte van belang rond het winkelgebied op de grens Rammelbeek-Frensdorferhaar. Duitsers vereren tuincentrum Oosterik in Noord-Deurningen met een bezoek en Nederlanders trekken naar ons buurland voor boodschappen en benzine. Op de heen- of terugweg stoppen ze bij supermarkt Tensundern. Een gezellige supermarkt die zijn bestaansrecht heeft bewezen.

TEKST Lisa Oude Lenferink FOTO Eijsink

De familie Tensundern begon de grenswinkel rond 1954 met Nederlandse producten als kaas, boter en koffie. Het assortiment bouwde voorzichtig uit: een slijterij, restaurant en souvenirwinkel werden toegevoegd. Tot op late leeftijd bleven de oprichters betrokken en dochter Marjon onderneemt tegenwoordig met een eigen shop-in-shop met sieraden, geurtjes en accessoires mee. Dennis Kok, bedrijfsleider en zelf ook al 23 jaar ter plaatse, heeft talrijke herinneringen. "Vroeger kwamen bussen vol toeristen uit Scandinavische landen, die een busreisje maakten naar de Nederlandse bloembollenvelden of kaasmakerij. Bij ons moest dan even gestopt worden om te shoppen voor koffie, kaas of vis. Ineens stroomden de gangpaden vol."

Vechten voor bestaansrecht

Al zo vaak hoorden ze dat grenswinkels in Denekamp ten dode zouden zijn opgeschreven. In het verleden wilde de vroegere gemeente Denekamp in samenspraak met buurgemeente Nordhorn deze grenswinkels zelfs een stille dood laten sterven. Dat kwam nooit van de grond. Door vol in het bestaansrecht te geloven en investeringen te doen, plus de komst van buurwinkels Die Grenze, kaasspecialist en visboer is de bedrijvigheid bij supermarkt Tensundern alleen maar toegenomen. "Het is druk, elke dag weer en zeker in de weekenden", vertelt Dennis met gepaste trots. "Zo'n grensovergang heeft altijd iets mysterieus, een bepaalde aantrekkingskracht. Chauffeurs, dagjesmensen en grenstoeristen maken er een uitje van en als toeristische attractie verdienen we zeker een goede boterham."

Grenzeloos inkopen

Een zelfstandig draaiende supermarkt geeft vrijheid in het ondernemen. "We kiezen zelf waar we inkopen, hoe we ons assortiment uitbreiden en wat de aanbiedingen worden." De dagelijks van 8 tot 's avonds 9 geopende supermarkt heeft een klantbestand tot ver in Duitsland. Waarvoor zij naar Tensundern komen? Koffie. De gekleurde koffiepakken in de schappen van de enorme koffieafdeling vinden gretig aftrek. Gevolgd door kaas, vis en blik. "Vanwege de btw op luxeproducten en statiegeld op blik is het voor Duitsers lucratief om in Nederland inkopen te doen", licht Dennis toe. "Koffie, blikjes bier en frisdrank worden bij ons massaal ingeslagen. De Nederlanders komen eigenlijk voor van alles, je vindt bij ons immers een uitgebreide Nederlandse productlijn net als in elke andere supermarkt." ■

Chauffeurs, dagjesmensen en grenstoeristen maken er een uitje van

De Vegetabulls van Jack Bean

Chili, burgers, salades... de gerechten van Jack Bean zijn niet alleen betaalbaar maar 'toevallig' ook 100% plantaardig. Volgens de eigenaren zónder het geiten-wollen-sokken-en-alles-op-Instagram-effect, maar gewoon omdat je ook zonder dat stukje vlees heel lekker kunt eten.

TEKST Maud Etman FOTO Jack Bean en Eijsink

"I'm green and it'll do fine. It's beautiful, and I think it's what I wanna be." Kermit zei het al in 1970. Dit citaat prijkt naast andere uit 'Jack and the Beanstalk' op de muren en kaarten van Jack Bean, samen met de imposante 'Vegetabull' en de 5 pijlers van hun missiestatement. Maar nergens het woord 'vegan', en al zeker niet prominent op de gevel. "Als je gaat schreeuwen, lopen mensen er in een grote boog omheen. We laten liever terloops zien dat 100% plantaardige maaltijden superlekker én eenvoudig kunnen zijn. Zodat we bijdragen aan de transitie naar een duurzaam dieet."

Toevallig plantaardig

Voordat Jack Bean ontstond, was Mathijs Huis in 't Veld al een groot voorstander van sociaal-maatschappelijk ondernemen. Hij zette onder meer NLvoorelkaar op, een soort online markt-plaats voor vrijwilligerswerk. Toen dat succesvol liep en zo'n 40-50 gemeentes dit platform whitelabel afnamen, begon het starten van iets nieuws te kriebelen. "Privé was ik erg bezig met klimaatverandering. Ik ging me verdiepen in de keten, om te zien waar we de meeste impact mee realiseren. Je spullen – de grondstoffen, waterverbruik en vervuiling die daar bij komen kijken – staan op 1, maar vleesconsumptie staat op 2! En dus niet je huis, je auto of je vliegvakantie. Ik had geen idee. Hier moeten we wat mee, dacht ik." Mathijs sloeg de handen ineen met Pepijn Schmeink, een chef-kok die ook al bezig was zijn duurzame etensvisie naar het grote publiek te brengen. In juni 2018 openden ze samen Jack Bean: 100% plantbased fast cuisine.

Jack Bean stimuleert een nieuw eetpatroon, omdat de huidige groei in vleesconsumptie niet houdbaar is voor de planeet. "Als landen als India en China net zo veel vlees gaan eten als wij, is er niet eens genoeg grond om gewassen voor al die dieren te verbouwen." Mathijs ziet daarom kweekvlees en vleesvervangers als een mooie duurzamere toevoeging aan ons dieet. "En Jack Bean speelt in op een derde stroming: inspireren en leren dat je maaltijd ook zonder vleeselement gewoon lekker en voedzaam kan zijn. Het succes zit in de combinatie. Wij houden onze richting aan omdat we daar nog een grote behoefte zagen die niet werd bediend." Jack Bean is primair op het werkende publiek gericht. "Even snel lunchen of wat halen onderweg naar huis. De vegan crowd is uiteraard ook belangrijk, maar het gros van onze gasten is gewoon flexitariër. Mensen die voor de lunch of 's avonds even iets gezonds willen eten voor een goede prijs. En dat is dan toevallig plantaardig. Zolang het lekker is, maakt dat niet uit, toch?"

Het gros van onze gasten is flexitariër

Onbemande kassa's

Een belangrijk onderdeel van de visie van Jack Bean is dat het eten betaalbaar moet zijn. Hiervoor is een efficiënte operatie cruciaal. Mede daarom kozen Mathijs en Pepijn voor een uniek concept zónder een enkele bemande kassa. Je bestelt zelf bij één van de aanwezige touchschermen óf vooraf online via de webshop. "De combinatie van offline en online dezelfde user experience is voor ons super. Daarbij speelt wel mee dat we bewust alle bestelschermen op de balie rond de keuken hebben geplaatst. Je bent fysiek nooit meer dan een meter van een medewerker verwijderd. Zij groeten je bij binnenkomst en staan ook gewoon klaar voor je vragen. Maar verder doe je alles zelf en kun je op je gemakje kijken wat je wil bestellen. Deze aanpak maakte het voor zowel de gast als voor ons een aantrekkelijk en betaalbaar concept. Maar de meeste aantrekkingskracht heeft onze keuken natuurlijk!"

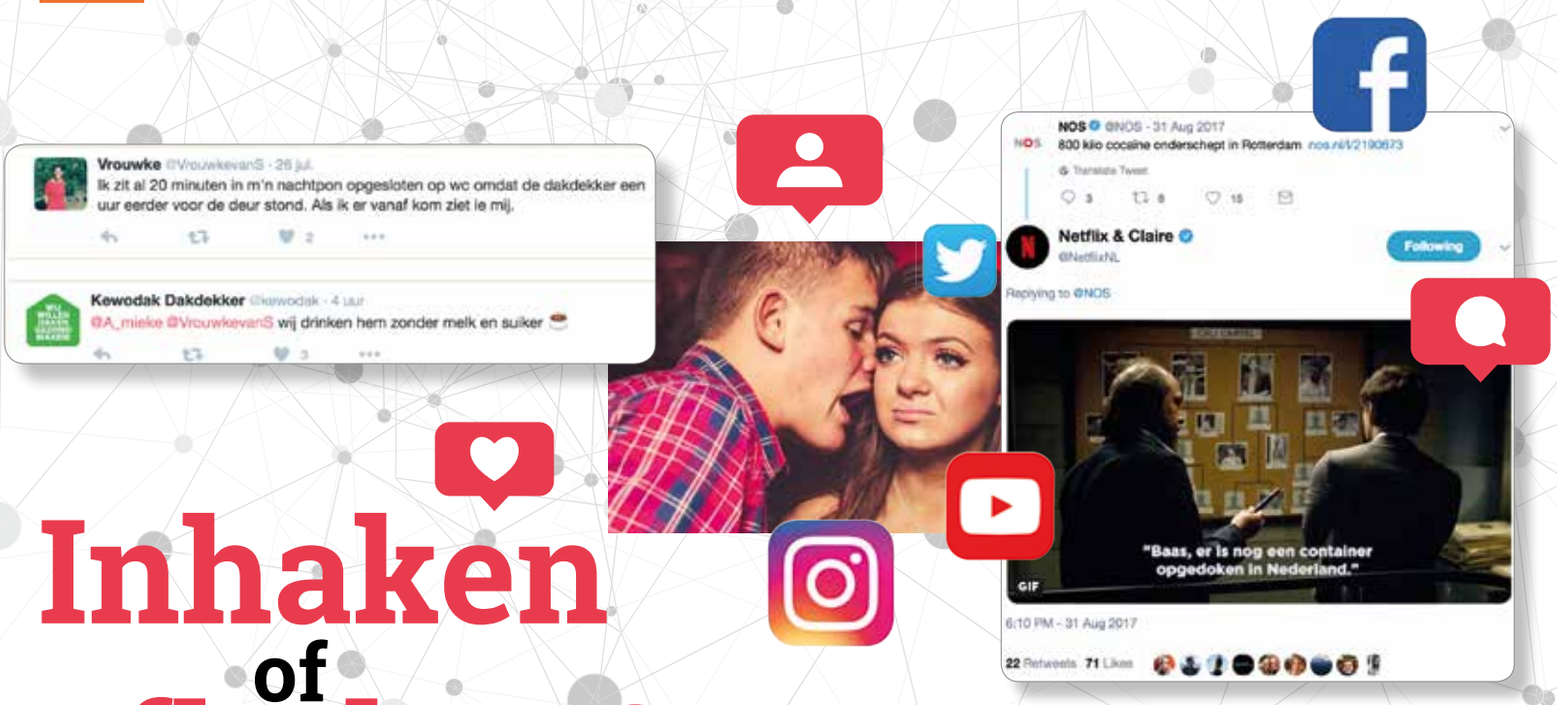
Composteerbaar

Ook in de keuken wordt duurzaam gewerkt. "We gebruiken lokale producten en gooien zo min mogelijk eten weg; het pulp van onze geperste sappen gaat bijvoorbeeld in onze hamburger. Zo willen we ook andere ondernemers inspireren: duurzaam hoeft niet per se geld te kosten, het kan juist geld besparen!" Maar het feit dat Jack Bean een to-go-concept is, blijft volgens Mathijs de grootste uitdaging. "Dat betekent per definitie wegwerpverpakkingen, en dat is niet zo duurzaam. We zorgen er nu voor dat onze verpakkingen zoveel mogelijk composteerbaar of in elk geval recyclebaar zijn, maar wat als iemand zo'n compostverpakking weggooit op het station? Dan gaat het alsnog als restafval naar de vuilverbranding. Daar zou de gemeente ondernemers erg bij kunnen helpen, als ze op plaatsen als Rotterdam Centraal hier speciale bakken voor neer zouden zetten bijvoorbeeld."

Gelukkig wordt ondanks die doorlopende uitdagingen het menu van Jack Bean superpositief ontvangen. "Laatst kregen we een online review van iemand die aangaf eigenlijk nooit vegan te eten, maar het heerlijk vond! Daar doe je het voor." En de positieve ontvangt betekent ook dat er ruimte is voor groei. De ondernemers hopen binnen enkele jaren drie vestigingen te kunnen openen in de randstad, bevoorraad vanuit een centrale keuken. "Dat is de lange-termijnambitie, maar eerst starten we hier met bezorging en catering. Zo leren we onze klanten nog beter kennen, en houden we hopelijk een concept over dat we overal neer kunnen zetten." ■

Duurzaam werken kan juist geld besparen!

SCAN EN LEES ONLINE HET HÉLE INTERVIEW!



Inhaken of afhaken?

Het is een gekke gedachte dat social media nog steeds geen vaste prioriteit zijn bij veel bedrijven. In alle eerlijkheid, niet alle ondernemers van nu zijn natuurlijk opgegroeid met Instagramfilters, viral klachten op Facebook of een Tinderduim in plaats van een tennisarm. Het digitale besef wordt wel overal groter, maar dat wil nog niet zeggen dat de aanschaf van 'social media for dummies' gaat leiden tot die gedroomde social impact. Aan de andere kant hoef je ook niet per se een bol.com te zijn met een edgy Temptation Island inhaker. Hoe moet het dan wel?

Een social strategie hebben als ondernemer is één ding, maar voor enige impact op je kanalen is creativiteit essentieel. En dat betekent níet dat je MOET inhaken op elke hype of feestdag.

Laatst ging er een foto uit een club in Edinburgh viral; een jongen schreeuwde iets in het oor van een meisje, ze was zichtbaar niet onder de indruk en het werd een grandioze meme [viraal internetconcept, red.]. Na duizenden tweets rondom de meme dacht Film1 ook leuk in te haken met een tekst als 'DE LEUKSTE FILMS EN SERIES KIJK JE HET GOEDKOOPST BIJ FILM1!'. Het gevolg: twitteraars die roepen 'doe maar niet', mensen die tweeten dat de meme officieel verpest is en mensen zoals ik die er een screenshot van maken om te kunnen laten zien hoe slecht het is (sorry). Bottom line: je kunt beter Halloween, Koningsdag of een hype overslaan als het een te-ver-van-mijn bed-show wordt, dan dat je iets forceert, het wordt afgestraft en je een voorbeeld wordt van hoe het niét moet.

Memorabele content hoeft niet gebaseerd te zijn op de inhaakkalender of een hype. Dat bewees Netflix met een sterk staaltje newsjacking onder een nieuwsbericht van de NOS. De NOS-tweet luidde: 800 kilo cocaïne onderschept in Rotterdam, waarop Netflix reageerde met een clip uit hun hitserie Narcos, over drugs in Colombia: "Baas, er is nog een container opgedoken in Nederland". Een kleinschaliger voorbeeld: een vrouw tweet vanuit de wc dat ze zichzelf verstopt in haar nachtjapon, omdat de dakdekker een uur te vroeg op haar stoep staat. Wat je niet ziet aankomen, is dat een dakdekker-bedrijf vervolgens reageert met 'we drinken hem zonder melk en suiker'. Geen idee of dit überhaupt de dakdekker in kwestie is, maar ik bel ze wel de eerstvolgende keer dat ik een dakdekker nodig heb. Omdat ze zichzelf in m'n geheugen hebben geprint door hun creatieve omgang met social media. En daarom kijk ik ook met liefde m'n films en series op Netflix.

Goed voorbeeld doet goed volgen… ■

Jasper Schilder is hoofdredacteur van The Best Social Media. Dit internetcollectief verzamelt dagelijks de meest bijzondere en creatieve social media content van bedrijven, personen en overige internethelden.

Marcel Löhr

"Ik denk vaak helemaal anders"

Zonder horeca-ervaring in no time naar vijf succesvolle horecazaken: Grand Café Brooklyn (Middelburg), Brooklyn Beach (Domburg), Club Nautique (Zandvoort), Restaurant Bellevue (Willemstad) en Bistro Het Pumpke (Willemstad). En het eind lijkt nog lang niet in zicht. Wat is het geheim? We spraken ondernemer Marcel Löhr over zijn werkwijze en kijk op de horeca.

TEKST Maud Etman FOTO Löhr BV

VAN WAREHOUSING NAAR VIJF HORECAZAKEN. UIT HET NIETS. HOE DAT ZO?

"Mijn eerste echte baan was bij Schiphol in de expeditie; de bevoorrading en verkoop van vrachtruimtes in vliegtuigen voor bestemmingen over de hele wereld. Ik kwam vervolgens terecht bij Fedex als assistent manager en bij het sollicitatiegesprek vroegen ze naar mijn ambities. 'Jouw baan', grapte ik toen tegen de General Manager. Zonder te weten dat hij na 3 weken zou wegpromoveren, en ik daadwerkelijk die baan zou krijgen. Zo kan het dus lopen. Daar ben ik op de Amerikaanse manier getraind, 'the hard way'. Op een bepaald moment had ik iets van 80 koeriers onder me."

MANAGEMENT, COACHEN, DAT BEVIEL JE?

"Precies. Ook omdat ik een echte sportachtergrond heb. Uiteindelijk ben ik in ons familiebedrijf gestapt, gespecialiseerd in de opslag van bulkgoederen. Toch was ik na een tijd toe aan een nieuwe uitdaging. Het leek me leuk om jonge mensen te coachen. Een vriend zei me eens te gaan kijken op de Horecava. Daar begon het eigenlijk. Ik vond een horecazaak in Middelburg, Grand Café Brooklyn, die geschikt leek voor overname. Zoiets blijft een risico. 'Als het niets is, dan verkoop ik het weer', dacht ik. Het bleek een schot in de roos. Daar was het altijd dynamisch, nooit saai, en ik kon bij het team mijn coaching-ei kwijt."

GEEN HORECA-ACHTERGROND, WAS DAT EEN VOORDEEL OF NADEEL?

"Ik denk vaak helemaal anders, gebruik andere invalshoeken. Daar moesten de managers wel even aan wennen. Zo wilde ik de Nederlandse Voedsel- en Warenautoriteit eens uitnodigen bij Brooklyn. Dat vond m'n team maar niets. Uiteindelijk leidde het juist tot een heel goed gesprek, en de NVWA waardeerde de uitnodiging: "Er is nog nooit een horeca-ondernemer geweest die ons zo proactief heeft benaderd om te vragen waar we op letten". Maar dat deed ik op Schiphol bij de douane al: waar letten jullie op, hoe kunnen we het met elkaar zo goed mogelijk oplossen?"

Een stuk verbinding, teamspirit, is belangrijk

Dat heb ik van de topsport geleerd

WAT IS HET BELANGRIJKSTE IN DEZE BRANCHE?

"Ik kijk primair naar de omzetpotentie van een zaak. Locatie, terras, zonligging, personeelskosten, kunnen de inkoopkosten strakker door te stapelen met je inkoopkortingen? Verder moet je proberen de processen aan de achterkant te vereenvoudigen en te integreren met andere zaken. Een inkoopsysteem als InONE, gekoppeld aan je leveranciers. De booq Personeelsplanner, gekoppeld aan je kassa's. Als je dat bij je zaken uniform kunt houden en je gooit het backoffice-sausje er overheen, dan loopt het. Daar is Eijsink ook een wezenlijk onderdeel van.
Net als het kiezen van de juiste mensen. Dat heb ik van de topsport geleerd. Ja, een kok kan koken en iemand in de bediening kan bedienen. En dat hij aardig moet zijn en gastvrij, dat zijn basisvoorwaarden. Maar daarnaast kijk ik puur naar gedrag. Onderling, naar mij, naar de gasten. Hoe reageren ze op teleurstellingen, hoe peppen ze elkaar op? In een team moet je ook wat voor elkaar kunnen doen zonder meteen iets terug te vragen. Een stuk verbinding, teamspirit, is belangrijk."

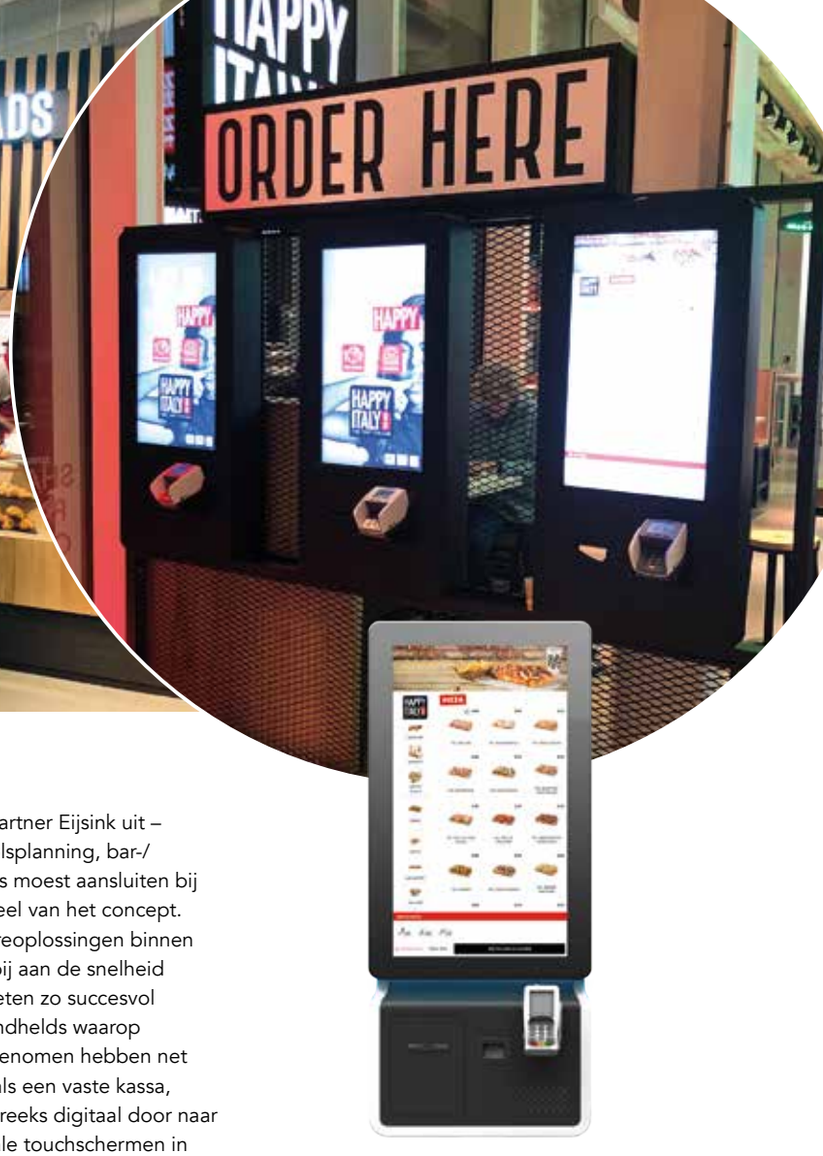
OP NAAR DE VOLGENDE HORECA-UITDAGING?

"Het leuke is, we runnen nu twee strandpaviljoens, een groot restaurant, een klein restaurant en een grand café. Ze zijn allemaal verschillend, dat vind ik het mooie. Ik ben niet zo van ketens, waar alles hetzelfde is en overal hetzelfde geserveerd wordt. Misschien niet de makkelijkste weg, maar dat geeft wel de meeste voldoening. En toevallig ben ik bezig met weer iets héél anders in de horeca. Dan zullen de mensen vast weer gaan zeggen, 'Wat doet hij nou?'. Wordt vervolgd…" ■

Everything to make you HAPPY

Van de eerste vestiging in 2011 tot ruim 20 locaties in 2019 – Happy Italy maakt Nederland duidelijk happy. Als de eerste Italiaanse fastfoodketen met dagverse ingrediënten én lage prijzen werd alleen al door mond-tot-mondreclame de populariteit van de formule snel breed bekend. Wat is hun geheim?

TEKST Maud Etman FOTO Happy Italy en Eijsink



De oprichter van Happy Italy, Daniël de Blok, was eerder eigenaar van 16 horecalocaties in Rotterdam. Dat liep goed, maar toch besloot Daniël liever al zijn energie in één concept en één team te steken, zodat hij niet steeds hoefde te schakelen tussen concepten. Dat concept werd Happy Italy, gestoeld op drie pijlers – schaalbaarheid, een wereldwijd geliefd smakenpalet en een toegankelijke prijs.

Dat wereldwijd geliefd smakenpalet werd Italiaans: pasta en pizza. En dan niet een gedroogde pasta of bevroren pizzabodem, maar alles vers. Om de kwaliteit van al die verse ingrediënten te bewaken, zorgt Daniël voor zo weinig mogelijk schakels in de keten: Happy Italy maakt al haar sauzen, degen en pasta's zelf in hun eigen fabriek. Met verse ingrediënten uit Italië.

Huisgemaakte pasta's en pizza's zijn trouwens niet alleen veel lekkerder dan hun bevroren of bewerkte tegenhangers, maar óók nog eens sneller gekookt en afgebakken. Want de doorlooptijd is voor 'The Fast Italian' cruciaal. Met vaak rijen tot buiten de deur van de grote restaurants (1000 m² doet mee) is het belangrijk dat de tafels vaak opnieuw gevuld kunnen worden met hongerige gasten. En dat lukt: met gemiddeld 40 minuten sta je met een tevreden gevoel en een volle maag weer buiten. Zonder je opgejaagd te voelen – je bestelling wordt gewoon razendsnel opgenomen en met twee keer knipperen staat deze op tafel. En je hebt al een goed gevulde pizza of pasta vanaf 5 euro. Lekker, efficiënt én misschien wel goedkoper dan het zelf maken!

Met zo'n sterke basis is het logisch dat vóór opening van de eerste vestiging de volgende al op de planning stonden. Zo kwam Happy Italy bij automatiseringspartner Eijsink uit – kassasystemen, personeelsplanning, bar-/keukenmanagement, alles moest aansluiten bij het enorme groeipotentieel van het concept. Alle software- en hardwareoplossingen binnen Happy dragen nu actief bij aan de snelheid en servicegraad die de keten zo succesvol en bekend maakt. De handhelds waarop bestellingen worden opgenomen hebben net zo veel functionaliteiten als een vaste kassa, bestellingen gaan rechtstreeks digitaal door naar de keuken én naar speciale touchschermen in de bar. Daar kan een barmedewerker bonnen starten of afronden met een enkele tik en zelfs simpel tafels combineren om zo runners een efficiëntere looproute te bezorgen. En tijd te besparen! In de booq Personeelsplanner houdt het management live de omzet en personeelskosten bij, om bij te kunnen sturen waar nodig. En vorig jaar startte Happy Italy met haar eerste splinternieuwe selfservice kioskkassa's.

Selfservice? Jawel, want naast de 'gewone' vestigingen opende Happy Italy vorig jaar Happy Italy To Go. Een puur take-away-concept, waar je tóch ook gezellig kunt zitten. Bestellen doe je als gast zelf, bij een van de bestelzuilen. Op de digitale kaart vind je naast de geliefde Happy Italy klassiekers ook diverse nieuwe gerechten zoals hamburgers én drankjes zoals milkshakes. Is je eten klaar, dan haal je dat af bij de balie en neem je het mee naar huis, of zoek je een tafeltje. Happy Italy To Go is ideaal voor winkelcentra, stations en andere drukke stadslocaties, en daar liggen volgens Daniël nog veel kansen. Ga er maar vanuit dat je deze nóg snellere en net zo lekkere tak van The Fast Italian vaker gaat zien. Want de verse ingrediënten, de unieke prijskwaliteitsverhouding en de hippe uitstraling maken het succes van Happy Italy. ■

Bestellen doe je als gast zelf, bij een van de bestelzuilen

Eyecatcher aan het IJ

Schatbewaarder, pionier en gids in de wereld van film en het bewegend beeld. In een adembenemende gebouw aan het IJ combineert het Eye Filminstituut de verscheidenheid aan filmprogramma's, tentoonstellingen en educatieve projecten. Gosse Kerkhof, medewerker Eye Shop, vertelt...

TEKST Lisa Oude Lenferink FOTO Studio Hans Wilschut, Denis Guzzo, Ralph Richter en Paul van Riel

In het Collectiecentrum beheert Eye het filmisch erfgoed van Nederland dat bestaat uit 40.000 films

Ufo

De opvallende vorm van het in 2012 geopende Eye Filminstituut, die in heel Amsterdam-Noord in het oog springt, heeft vele bijnamen: oesterschelp, ufo, straaljager. Bij de steiger van het witte, sculpturale gebouw kun je met een bootje aanmeren. Om gewoon even binnen te kijken in de bijzondere Arena waar geen muur recht staat, te genieten van een diner met weergaloos uitzicht of de indrukwekkende geschiedenis van film. Hét filmmuseum van Nederland heeft met zijn vier filmzalen, grote tentoonstellingsruimte, bar/restaurant én uiteraard de Eye Shop een breed takenpakket.

Conservering

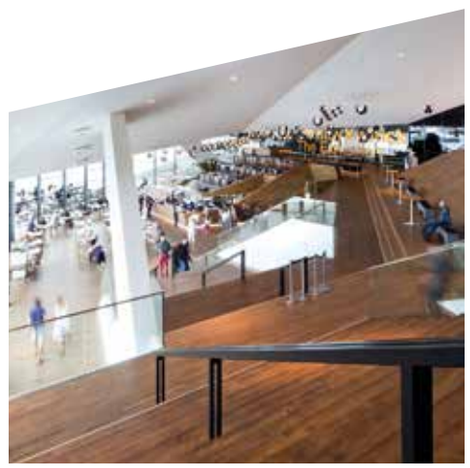
In het Collectiecentrum beheert Eye het filmisch erfgoed van Nederland dat bestaat uit 40.000 films. Deze worden aan Nederlandse bioscopen verhuurt, aan regisseurs uitgeleend ter inspiratie of zijn via speciale studieplekken inzichtelijk. Gosse: "Restaureren, digitaliseren, catalogiseren: we worden wereldwijd geroemd om onze kennis-expertise. Veel oude kopieën dreigen verloren te gaan door chemische ontbinding en kunnen alleen gered worden door kostbare conservering. Een film bewaar je bijvoorbeeld onder andere omstandigheden dan een krantenknipsel, daarom heeft elk depot zijn eigen klimaatinstellingen."

Filmervaring

Verspreid door de benedenverdieping van het gebouw, het Panorama, draait een vaste presentatie met interactieve cinema-apparaten die highlights uit de geschiedenis markeren. Daarnaast is er om de 3 maanden een andere tentoonstelling gebaseerd op een bepaalde filmstroming of regisseur. Eye onderscheidt zich van andere bioscopen door de bijzondere filmervaring. Niet alleen door de brede programmering – elke dag zo'n 20 verschillende films – van arthouse tot klassiekers, retrospectieven en Hollywoodproducties. Ook de unieke apparatuur, waarmee je bijvoorbeeld 'The Sound of Music' op filmformaat van 70 mm kunt vertonen. En wil je een film beleven net zoals dat vroeger ging? Kies dan een stille film, met live orgel- of kamerorkestbegeleiding!

Partnerships

Om de liefde voor de Nederlandse film wereldwijd te bevorderen, zorgt Eye International voor de internationale promotie van Nederlandse filmmakers in het buitenland. Waaronder de Oscar-inzending! "Samenwerkingen zijn voor ons belangrijk om de collectie toegankelijk te maken. En niet alleen in het buitenland. Door middel van landelijk educatieve programma's die het verleden, heden en de toekomst van cinema verbinden, leren we zowel jong en oud anders naar film te kijken." ■



Bakkerij Nollen

De smaak van pure ambacht!

Een heerlijke geur en een supervriendelijk ontvangst: bij Bakkerij Nollen is het lekker binnenkomen. Al bijna 100 jaar bakken ze hier op ambachtelijke wijze de heerlijkste broden, beschuiten, gebak, hartige snacks, koeken en nog veel meer. Voor hun eigen winkels én talloze supermarkten en horeca-zaken. “Onze bakkers staan gewoon nog echt met hun handen in het deeg en het deeg krijgt rustig de tijd om te rijzen. En dat proef je!”

TEKST Annabelle Boom FOTO Bakkerij Nollen

Vincent Nollen geeft al heel wat jaar leiding aan het bedrijf dat zijn opa en oma in 1921 begonnen. Tijd, temperatuur, toewijding en de allerbeste grondstoffen waren de ingrediënten waarmee Theo en Johanna Nollen de lekkerste broden ontwikkelden. Nog steeds wordt alles op traditionele, ambachtelijke wijze gemaakt van de puurste ingrediënten. Kunstmatige broodverbeteraars zijn uit den boze!

Vier generaties

Inmiddels loopt ook de vierde generatie Nollen in de bakkerij; Wout, de 18-jarige zoon van Vincent en zijn vrouw Antoinet, werkt er naast zijn studie. Projectmanager Marieke Mijnen vertelt:"Hij droomt ervan om later de bakkerij over te kunnen nemen. Hij koos daarom voor een studie Technische Bedrijfskunde en doet hier veel praktijkervaring op. Efficient werken is natuurlijk erg belangrijk, maar het werken met plezier net zo. Als dat niet in balans zou zijn, kon Bakkerij Nollen niet zo ontwikkelen als we nu doen."

Groeien en professionaliseren

“We zijn enorm aan het groeien en professionaliseren”, gaat ze verder. “Eind 2018 is onze productieruimte verdubbeld. De nieuwe hal is volledig ingericht om op ambachtelijke wijze banket te maken. Mét speciale oliebollenstraat met supersonische afzuiginstallatie waar we wel 5000 oliebollen per uur kunnen bakken. De ruimte achter de winkel in Hengevelde – waar eerder het banket werd gemaakt – is getransformeerd tot chocolade-atelier, zodat het team hier onder leiding van chocolatier Hans Hulshof ‘kan toveren met chocolade’. In het voorjaar van 2019 staat de teller op 11 winkels in Twente, de Achterhoek en Deventer. We zijn nog steeds een echte ambachtelijke bakkerij, maar wel een hele grote!”

Lekker werken

“Dat betekent dat we de juiste mensen moeten hebben voor de bakkerij én de winkels”, vervolgt HRM medewerker Sharon Keizer. De winkels onderscheiden zich niet alleen door de ambachtelijke producten en prachtige inrichting, maar ook door de productkennis en klantgerichtheid van de medewerkers. Sharon vertelt dat ze merken dat collega's het fijnst en lekkerst hun werk kunnen doen als processen soepel verlopen. Als ze zich geen zorgen hoeven te maken over urenregistratie en verloning en bijvoorbeeld eenvoudig verlof kunnen aanvragen. Daarom koos Nollen een aantal jaar geleden voor de booq Personeelsplanner met vingerscan.

"Met booq is dat allemaal goed geregeld en ook de koppeling met Nmbrs is ideaal. Het controleren en accorderen van de uren scheelt mij heel veel tijd, omdat alles automatisch gelogd wordt en overzichtelijk is weergegeven."

Sturen op resultaat

Marieke vult aan: "Dankzij de koppeling tussen de booq Personeelsplanner en de kassa kunnen we ook echt sturen op resultaat. Het heeft ook voor een belangrijk stuk bewustwording gezorgd. Hoeveel mensen heb je bijvoorbeeld nodig in de winkel? Wat is de omzet? Waarom was de omzet vorige week beter? Hebben we iets anders gedaan? En wat dan? Kunnen we slimmer werken? Is er meer behoefte aan een bepaald soort producten? Alle benodigde info om te optimaliseren halen we uit de systemen." ■

Nog steeds wordt alles op traditionele, ambachtelijke wijze gemaakt van de puurste ingrediënten

RUIS VS. CONTENT

De do's en don'ts van contentmarketing

Storytelling, communitymanagement, viral posts: allemaal termen en strategieën om nóg beter in contact te komen met je doelgroep. De rode draad? Content – materiaal met een boodschap. Van Facebookbericht tot blog, van powerpointpresentatie tot speech.
Je gebruikt het om jezelf of je bedrijf te vermarkten, in de hoop je doelgroep te overtuigen. Maar door de hype van 'contentcreatie' ontstaat online vooral veel ruis en weinig échte content. Wij helpen je langs de bomen terug het bos in.

TEKST Maud Etman

Wat wil je doelgroep?

Geholpen worden

Welke afgebakende vragen of wensen spelen bij je doelgroep? Speel daar op in. De verwarring of twijfel die je wegneemt, levert vertrouwen en loyaliteit op.

Zich herkennen

Bestaat je doelgroep uit experts? Dan kun je prima jargon en technische termen gebruiken. Is je doelgroep juist onbekend met je product? Pas je taalgebruik aan hun wensen aan.

Even wat anders!

Een knipoog, iets herkenbaars, iets moois – iets dat hen even uit het drukke dagelijkse leven trekt.

De juiste combinatie van deze drie – informatie, herkenbaarheid, emotie – zorgt voor meer interactie en mond-tot-mondreclame.

Hoe moet het niet?

Andermans content in een nieuw jasje gieten

Hoe vaker je een onderwerp ziet, hoe minder interessant.

Content herhalen

Voor je trouwe volgers lijkt het zo of je weinig te zeggen hebt.

Content creëren om ruimte te vullen

Verplicht je niet tot een blog per week of post per dag, tenzij dat inhoudelijk iets bijdraagt.

Het geheime wapen: je mensen!

1. Peer-to-peer marketing is de drijvende kracht achter 20-50% van alle aankoopbeslissingen.
2. Een merkboodschap komt gedeeld via je mensen 561%(!) verder dan via 'corporate' platforms.
3. Leads via social selling of interne ambassadeurs converteren 7x vaker dan via andere kanalen.

Bronnen: Tara Hunt, LinkedIn, MSLGroup, IBM, Marketing Advisory Network en McKinsey.

3 ontwikkelingen op betaalgebied

Eijsink en CCV maken het je makkelijk

Als het aan je gasten ligt, gaat betalen steeds sneller en gemakkelijker. Kijk maar hoe snel contactloos betalen de horeca veroverde. Wat volgt? Betalen met een smartphone bijvoorbeeld. Of zelf afrekenen bij een zelfbedieningskassa. Zo zien we 3 grote trends.

Jij hoeft je niet te verdiepen in alle nieuwe betaalmogelijkheden. Dat doet CCV wel.

1. ER ZIJN STEEDS MEER BETAALMETHODEN

Miranda Aarnoudse, Commercial Director bij CCV Nederland, licht de eerste ontwikkeling toe: "Contactloos betalen op de pinautomaat is verreweg de meest gangbare betaalmethode. Maar daarnaast is er veel nieuws op de markt. Bijvoorbeeld gasten die met hun smartphone willen betalen via Payconiq, Google Pay of Apple Pay. Diezelfde smartphone wordt al veelvuldig gebruikt om elkaar – heel Nederlands – aan tafel een Tikkie te sturen. Het gebruik van dit soort mobiele toepassingen gaat flink toenemen."

Jij hoeft je niet te verdiepen in alle nieuwe betaalmogelijkheden. Dat doet CCV wel. Zodra een nieuwe betaalmethode door de consument wordt geadopteerd, integreren wij het in onze reguliere dienstverlening. Op hetzelfde apparaat dat je al hebt. Zodat jij het eenvoudig aan je gasten kunt aanbieden.

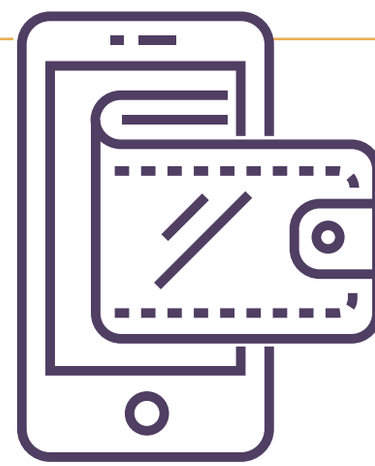
2. GEMAK VOOR DE ONDERNEMER

"Een ondernemer ziet een gat in de markt en heeft het lef een zaak te beginnen. Vroeger kocht hij een kassa en dat was dat. Vandaag zijn er steeds meer betaalmethoden en steeds meer partijen om zaken mee te doen. Ook voorraadbeheer en de boekhouding zijn gekoppeld. Dat is prettig, maar ondertussen is het hele systeem best ingewikkeld geworden," gaat Aarnoudse verder. "De ondernemer wil nu minder regelwerk en meer gebruiksgemak. Want hoe sneller de bediening, hoe meer tijd en service er is voor de klant. Dat helpt zijn zaak vooruit."

Iedereen kan overweg met de gebruiksvriendelijke kassa- en betaalsystemen van Eijsink en CCV. Bestellen en betalen lopen naadloos in elkaar over. Afrekenen in delen, met een cadeaukaart of QR-code, het spreekt voor zich. En ook de administratie is simpel, je hebt één contract. Wij handelen het verder wel af.

3. KLANTEN KUNNEN ÉN WILLEN HET ZELF DOEN

"De laatste trend staat nog in de kinderschoenen, maar wint in rap tempo terrein," besluit Aarnoudse. "Door de digitalisering zijn consumenten het gewend direct aan de beurt te zijn. Ze willen niet wachten. Niet met bestellen, maar ook zeker niet met afrekenen. Steeds vaker zien we zelfbedieningskassa's. Waar gretig gebruik van wordt gemaakt. Gasten waarderen de mogelijkheid en je team heeft extra tijd om service te verlenen. We verwachten daarom dat deze trend zich blijft doorzetten."



Van selfservice maak je een succes áls je kassa- en betaalsysteem makkelijk te bedienen is en stabiel functioneert. Daar werken Eijsink en CCV elke dag hard aan. We zorgen dat zelf betalen een prettige ervaring is, welke betaalmethode je gast ook gebruikt.

Bourgondisch Breda

In booming Breda is altijd wat te beleven. Is het niet aan de Grote Markt, dan wel in de Onze-Lieve-Vrouwenkerk of karakteristieke winkelstraten. Het prachtdecor van de historische binnenstad met daaromheen de singels, stadsparken en bossen omarmt je met een flinke portie Brabantse gastvrijheid. Breda is de Parel van het Zuiden.

TEKST Lisa Oude Lenferink FOTO DRIEQ, Mariëlle Houben, Michel Kievits en Holland Casino

Bourgondisch genieten, daar weet de sfeervolle Nassaustad vol florerende horeca, monumentale gebouwen en cultureel aanbod wel raad mee. De bruisende markt staat bekend om zijn vele cafés, restaurants en terrassen. Hedendaagse en historische monumenten zoals het Kasteel, Spanjaardsgat en Begijnhof gaan naadloos in elkaar over. Liefhebbers van cultuur of shoppen komen goed aan hun trekken dankzij de vele musea, evenementen en unieke boetiekjes. Niet alleen de stad, maar ook de omgeving is prachtig. Pronkjuwelen zijn natuurgebied het Mastbos en het Markdal. Kortom, in alle seizoenen een stad om te ontmoeten. Beleef Breda!

Chassé Theater

Theatervoorstellingen in alle genres, elke dag film, drie restaurants en persoonlijke service op hoog niveau: dat is het Chassé Theater. De programmering, dienstverlening en ambiance zijn onderscheidend en van hoge kwaliteit. Gehuisvest in een opvallend modern gebouw ontvangt zij, onder haar bijzonder golvend dak, jaarlijks 400.000 bezoekers.

Toen de nieuwbouw van het theater (vernoemd naar legerofficier David Hendrik Chassé), in 1995 werd gerealiseerd, haastten architectuurcritici uit binnen- en buitenland zich om het pand van architect Herman Hertzberger te bekijken. En terecht, want door het 'magisch besef van ruimte' met speelse uitstraling, die je bijvoorbeeld terugziet in de theaterstraat met balustrades en in de zalen met unieke stoelopstelling, blijf je rondkijken. Podiumkunsten zijn immers ook niet netjes te kaderen.

Inmiddels biedt het theater zo'n 500 theatervoorstellingen en 3.400 filmvertoningen per jaar, directe toegang tot het Holland Casino en eten en drinken naar elke smaak. Zo stel je bij de hippe bar Front je eigen Bowl Food maaltijd samen, lunch je in verschillende werelddelen bij Gerecht of geniet je van een Menu du jour in de Brasserie. Vooral de diversiteit maakt dit theater uniek: van grote Broadway-musicals tot kleine vlakke-vloer experimenten, van symfonische orkestmuziek tot uitheemse volksmuziek en van avondvullend klassiek ballet tot postmoderne film. Hier voelt iedereen zich wel ergens bij thuis. Vergeet dus niet de theateragenda te bekijken! ■

Claudius Prinsenlaan 8

De programmering, dienstverlening en ambiance zijn onderscheidend en van hoge kwaliteit

Tierelantijn Watches & Jewels

Een dagje winkelen in Breda begint bij de Barones, de overdekte winkelpassage middenin het hart van de historische stad. Hierbinnen vind je Tierelantijn Watches & Jewels. Een moderne winkel waarin fashion-jewelry in de breedste zin van het woord wordt aangeboden. Van luxe horloges en stoere armbanden tot fijne kettinkjes en opvallende ringen.

Eventjes rondkijken. De oranje accenten, strakke belijning en het open karakter van de 17 meter lange winkel trekken meteen je aandacht. Mode en trends worden door Tierelantijn op de voet gevolgd en daarop weet zij al 25 jaar in te spelen. Zo importeert de kwaliteitsjuwelier zelf Platodepalo-armbanden uit Spanje.

Met ruim 50 gerenommeerde merken is Tierelantijn een traditionele juwelier en bijouterie ineen. Van exclusief topdealerschap BuddhatoBuddha in Nederland tot topmerken als Michael Kors en TW-steel.

Eigenaar Jon Zwijsen en zijn vakmensen staan 7 dagen per week klaar om hun modieuze gasten van uitgebreid advies te voorzien. Zo scoor je prachtige en betaalbare zilveren oorbellen of pas je juist het nieuwste horloge van G-shock. Dankzij persoonlijke aandacht én onder het genot van een kopje koffie is het bij Tierelantijn heerlijk shoppen. Uiteraard kun je ook terecht voor onderhoud en reparaties van je sieraden en horloges. ■

De Barones 6

Dé perfecte uitvalsbasis voor lekker wandelen, fietsen of winkelen

Van luxe horloges en stoere armbanden tot fijne kettinkjes en opvallende ringen

Amrâth Hotel Brabant

Aan de rand van Breda vind je al 50 jaar een knus 4-sterrenhotel vol Brabantse gastvrijheid: Amrâth Hotel Brabant. Dé perfecte uitvalsbasis voor lekker wandelen, fietsen of winkelen. 's Ochtends ontwaak je in één van de 71 modern ingerichte kamers die je al het comfort bieden dat je nodig hebt. Daarna wacht het uitgebreide 'Le Good Morning Amrâth' ontbijtbuffet je op, tijdens de lunch en in de avond wordt een parade aan gastronomische seizoensgerechten in het restaurant geserveerd. Een verfrissende duik in het verwarmde binnenzwembad, relaxen in de lounge of een tocht met huurfietsen maken jouw verblijf compleet.

Zowel stellen als families loven het authentieke hotel en haar enthousiaste personeel als fijne omgeving voor een nachtje weg. In 20 minuten loop je naar het centrum van Breda om talrijke bezienswaardigheden, musea en winkelstraten te ontdekken. Daarnaast liggen vele attracties zoals de Efteling en mooie natuurgebieden het Mastbos en het Liesbos vlakbij.

Op zoek naar de perfecte ambiance voor een productieve vergadering? Voor de zakelijke gast beschikt Amrâth Hotel Brabant over 5 multifunctionele vergaderzalen en een prachtige tuin. Bijzonder geschikt om te koppelen aan culinaire belevenissen zoals walking dinners, fingerfood-buffetten en barbecue-arrangementen. Kortom, voor quality time en teambuilding ben je bij Amrâth Hotel Brabant aan het juiste adres! ■

Heerbaan 4

Barista Café

De heerlijkste geuren komen je vanuit de trendy 'woonkamer' van het Barista Café tegemoet. Versgebakken taarten, carrot cake en cookies, volgens eigen recepturen. 'Home made, with love'. Barista Café is dé plek voor een goede kop koffie, waar je de leukste mensen ontmoet en samen met vrienden óf alleen een verwenmoment beleeft.

Dat kan op elk moment van de dag, want het assortiment van Barista Café varieert van ontbijt en lunch tot fingerfood en high tea's. Smoothie bowls, sandwiches en salades, allen om je vingers bij af te likken. Ook als we het over die goede kop koffie hebben, is het moeilijk om een keuze te maken. Ristretto, Kokos Cappuccino óf toch een Roasted Hazelnut Latte?

De sfeervolle uitstraling, vlotte bediening en de wisselende kaart maken Barista Café een fijne ontmoetingsplek of stop na een stadswandeling. Bij deze koffiesommelier op de Grote Markt is het altijd druk en het publiek divers. Wanneer je ook komt, eigenaar Roy Mossink, die al op zijn 25e eigenaar werd van de franchise, ontvangt je samen met zijn team vol gastvrijheid. ■

Grote Markt 10

Ristretto, Kokos Cappuccino óf toch een Roasted Hazelnut Latte?

Holland Casino Breda

Een 14e eeuwse Kloosterkazerne omgetoverd tot een sfeervol, eigentijds gebouw. Holland Casino Breda, gevestigd in een Rijksmonument, is één van de grootste en mooiste casino's van Europa. Waar eerst nonnen en later militairen leefden, vind je sinds 2003 een bijzonder modern casino van internationale allure met monumentale stijlelementen. Pal naast het Chassé Theater – toplocatie! – en met de eigen overdekte parkeergarage Chassé Parking.

365 dagen per jaar zijn de deuren van Holland Casino Breda geopend. Misschien geniet je voorafgaand eerst van een heerlijk diner in het restaurant of daag je jezelf direct uit in de speelhal. Het uitgebreide spelaanbod met onder andere Roulette, Blackjack en veel verschillende speelautomaten biedt samen met hapjes en drankjes een unieke mix van spannend entertainment. Hier kom je voor een volledig avondje uit, met vaak speciale events of verrassende artiesten.

Het casino is een eventlocatie met sensationeel decor, waar een formeel programma geruisloos overgaat in een ontspannen setting. Rondom het centrale speelgedeelte spreken de Kapel, Proosdijzaal en Chassézaal tot ieders verbeelding. De rijke historie is zichtbaar in details, van de inrichting, zoals soldatenkisten en speciaal ontworpen ramen, tot hospitality. De hosts vertellen er graag over… ■

Kloosterplein 20

De titel 'beste lunchcafé van 2018' draagt het team met verve uit

Rondom het centrale speelgedeelte spreken de Kapel, Proosdijzaal en Chassézaal tot ieders verbeelding

Latour Kaas en Wijnkoperij

Mediterraans genieten in Breda, zussen Ilse en Jessica van Vlimmeren maken het mogelijk. Wanneer je Latour binnenkomt, valt je blik meteen op de grote vitrine vol smakelijke Franse, Italiaanse, Spaanse en natuurlijk Hollandse kaasjes, Serrano- en Parmahammen en zelfgemaakte salades. De kwaliteitsproducten zijn natuurlijk te proeven in het lunchcafé waar alles vers wordt bereid, én te koop in de delicatessenwinkel. Zo smul je ook thuis van versgesneden Iberico Bellotas, luxe kaasfondue of smeuïge boterfudge. Mmm.

Door ambachtelijke en traditionele bereidingswijzen blijven karakteristieke smaken bij Latour behouden. Een boordevolle tapasschotel. Broodje brie met rucola en truffeltapenade. Verse avocado-courgettesoep met Taleggio. Of toch een heerlijk glas wijn. Begin je al te watertanden? Wij wel! En helemaal wanneer je deze smaakvolle gerechten kunt nuttigen onder de plataan op het historische pleintje op de Veemarktstraat. De titel 'beste lunchcafé van 2018' draagt het team met verve uit. De bekende kaassalade, in de winkel te koop, is zo fenomenaal dat je er soms zelfs een bestelling voor moet plaatsen. Zeker proberen wanneer je langsgaat dus!

Bevoorrecht voelen de zussen Van Vlimmeren zich met de sfeervolle 15e eeuwse wijnkelder. Wijnliefhebbers zijn hier in grote of kleine groepen welkom voor een wijnproeverij met culinair tintje. Lurken en kurken, oftewel lekker wijn proeven, smikkelen van heerlijke hapjes en vooral veel kletsen. Voor het maken van herinneringen moet je bij Latour zijn! ■

St. Annastraat 2

MÉÉR MUZIEK IN DE KLAS

MUZIEKONDERWIJS VOOR ALLE BASISSCHOOLKINDEREN

Muziek verbindt. Het maakt ons socialer en stimuleert onze creativiteit. En toch is muziekles voor basisschoolkinderen al lang geen vanzelfsprekendheid meer. Stichting Méér Muziek in de Klas is vastbesloten om dat te veranderen. "Vanaf 2020 weer structureel muziekonderwijs voor alle 1,6 miljoen basisschoolkinderen in Nederland, dat is de ambitie!"

Jantien Westerveld, directeur van de stichting vertelt dat muziek niet alleen leuk is, maar ook goed voor de ontwikkeling: "Onderzoek toont keer op keer aan dat kinderen die structureel muziekonderwijs krijgen, beter naar elkaar luisteren, zich beter kunnen concentreren en creatiever zijn. Juist muziek legt een structurele basis voor empathie, sociale binding, kwaliteit van leven, luisteren naar elkaar en openstaan voor verschillen: onmisbare menselijke waarden in onze maatschappij. Bovendien is het voor veel kinderen een belangrijke uitlaatklep. Muziek is overal, het is onderdeel van ons dagelijks leven. In de klas zorgt het voor een positief schoolklimaat, waarin leerlingen zich afstemmen op elkaar. Muziek in de klas is dus geen vrijblijvende keuze, maar noodzakelijk!"

Méér Muziek in de Klas werkt naar haar doel toe langs drie pijlers: bewustwording, deskundigheidsbevordering en regionale samenwerkingsverbanden om muziekonderwijs te verankeren. Het televisiespelprogramma 'Lang Leve de Muziek Show' waarin basisscholen uit het hele land de muzikale strijd met elkaar aan gaan, Het Kerst Muziekgala, gratis workshops voor leraren en inspirerende, korte muzieklessen met Ilse DeLange zijn hier voorbeelden van. En met het project Méér Muziek in de Klas Lokaal zet de stichting in op duurzame verankering van muziekonderwijs in de regio, door basisscholen, pabo's, conservatoria, gemeenten, provincies, bedrijfsleven en het culturele veld aan elkaar te verbinden en te laten samenwerken.

Prominente ondernemers zoals Joop van den Ende en artiesten zoals Ilse DeLange dragen hier als ambassadeur een belangrijke steen aan bij. Maar ook allerlei enthousiaste rolmodellen uit onder meer onderwijsinstellingen, gemeenten en de publieke omroep helpen de bewustwording rondom muziek in het lesprogramma groeien. "Steeds meer scholen geven muziekonderwijs een plek in het curriculum. En steeds meer pabo-studenten doen praktijkervaring op met het geven van muziekles tijdens hun stage. Belangrijk, want zo ervaren ze die toegevoegde waarde van muziek en groeien ze in die rol. Dus we gaan nu echt van denken naar doen – steeds meer mensen zetten zich actief in voor meer en beter muziekonderwijs. Voor ons dus tijd om van bewustwording meer om te buigen naar de uitwerking van actieplannen. Uiteindelijk hopen we dat ouders en kinderen zelf om meer muziekonderwijs gaan vragen!" ■

meermuziekindeklas.nl

Colofon

2019 • Jaargang 09 • Nummer 09

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

Hoofdkantoor:
HENGELO
Platinastraat 25
7554 NC Hengelo

CENTRAAL TELEFOONNUMMER:
0880 55 66 77

AMSTERDAM
Airport Businesspark Lijnden
Singaporestraat 68
1175 RA Amsterdam-Lijnden

BREDA
Inspirium Hospitality Work(s]
Kronenburgwerf 20
4812 XR Breda

DEN HAAG
Industrieterrein Wateringse Veld
Turfschipper 50
2292 JA Wateringen

EMMELOORD
Industrieterrein Nagelerweg
Platinaweg 4
8304 BL Emmeloord

OOSTERWOLDE
Veengang 1
8431 NJ Oosterwolde

Redactieraad:
Annabelle Boom
Maud Etman
Lisa Oude Lenferink

VanderVeer Creative Agency, Enschede

Druk:
Drukkerij Tesink

MIX
Papier van verantwoorde herkomst
FSC® C021660

© Copyright 2019
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.

BALANS IN
DE KEUKEN
DAT IS EIJSINK
Van kassa's tot keuken- plus barmanagement en van personeelsplanning tot webshops gekoppeld aan je kassa:
Eijsink biedt slimme totaaloplossingen voor een bedrijfsvoering in balans. 24/7 uitstekende kwaliteit en service voor jouw zaak!
0880 55 66 77
eijsink.nl
EIJSINK
Onze vestigingen: Hengelo • Amsterdam • Breda • Den Haag • Emmeloord • Oosterwolde

WIST JE DAT WIJ DE ALLERBESTE SERVICE EN KWALITEIT BIEDEN?

Bestellen, bereiden, bedienen, betalen, bemensen 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