

Inspiratie voor 2020, uit 2019

Voor u ligt een boekje met de highlights van de trends uit 2019 gespot door het team achter de website horecatrends.com. Deze website biedt sinds 2007 dagelijks inspiratie en trends binnen de gastvrijheidsindustrie, dus voor hotels, restaurants, drankensector, fastservice sector en leisure. Trends die onder andere onderverdeeld worden in eten, drinken, gastvrijheid, design, duurzaamheid, samenwerken, social media en techniek. Vanuit horecatrends.com wordt een wekelijkse trendmail verstuurd waardoor u in één oogopslag de trends kunt scannen. Daarnaast geven we trendsessies voor hotelscholen. Mocht u hierin geïnteresseerd zijn, kunt u contact opnemen met de samenstelster van deze inspiratie, Marjolein van Spronsen.

Horecatrends.com is het visitekaartje van Van Spronsen & Partners horeca - advies, een horeca-adviesbureau voor de gastvrijheids- en vrijetijdsindustrie en sinds 1987 actief binnen deze branche. Onze werkzaamheden zijn gericht op optimalisatie van de horeca en leisure voor zowel ondernemers, projectontwikkelaars als voor gemeentes.

Van Spronsen & Partners horeca-advies geeft maandelijks inzicht in een branche binnen ons speelveld, de meest recente 'Branche in beeld'-onderzoeken gaan over: Het Chinees-Indische restaurant; De Golfbaan; De Klimhal; Het Wereldrestaurant en het 4-sterren Hotel. Indien er trends worden gespot over het onderwerp worden hier aparte trendboekjes over samengesteld. Deze brancheprofielen met cijfermatige gegevens over de huidige situatie en een toekomstvisie en de trendboekjes zijn gratis te downloaden van onze website www.spronsen.com. Deze publicaties worden vaak gebruikt door hotelschoolstudenten.



Rijnsburgerweg 80, 2330 AD Leiden
071 541 8867

Hoofdstukken

Voorstellen....	1
Inhoud	1
Trends of inspiratie?	3
Trends hotels	4
Trends restaurants	8
Trends drankensector	12
Trends fastservice sector	17

Trends of inspiratie?

In het eerste boekje dat wij schreven voor de Uitgeversgroep, gingen wij uitgebreid in op wat nu echt een trend is. Tegenwoordig is iets al heel snel een 'trend', er is echter een groot verschil tussen trends, hypes en inspiratie. Wij begonnen in 2007 met onze website horecatrends.com maar bieden grotendeels inspiratie, echter wel gebaseerd op trends in hoofdlijnen.

Echte trends nemen hun tijd in de adoptiecurve. Zo schrijven we al vanaf het begin over initiatieven op het vlak van duurzaamheid en dat waren er in 2007 echt nog niet zoveel. Als je vandaag de dag nog niet bezig bent afvalmanagement, minder voedselkilometers en bijvoorbeeld kleinere porties aanbieden, ben je hard op weg om achter te gaan lopen. Er zijn al collega-ondernemers die bezig zijn met circulair ondernemen. Dus met de bouw van je pand of de inrichting nadenken over het gebruik van de grondstoffen op een manier die het hergebruik daarvan maximaliseren en zoveel mogelijk waardeverlies voorkomen. Die ondernemers hebben daarnaast vaak een zero-waste filosofie en koken zoveel mogelijk met streek- en seizoensproducten. Maar circulair ondernemen is nog niet mainstream, alhoewel we door de klimaatverandering, de stikstofproblematiek etc. ook hierin snel een ontwikkeling verwachten. Elke ondernemer zal moeten gaan nadenken over het effect van zijn ondernemerschap op het milieu en zijn directe omgeving.

Ondernemers zijn altijd op zoek naar succes en als ze iets langs zien komen wat er 'gaaf', 'spectaculair' of er zelfs uitziet als een 'moneymaker', wordt er vaak overgegaan tot het creëren van hun versie van de 'trend'. Zo hebben wij in februari 2017 'Freakshakes' gespot, binnen no-time waren deze in veel zaken te verkrijgen. Deze freakshakes zijn tevens een mooi voorbeeld van de huidige lijn in de trendwereld, veel is gericht op duurzaamheid, gezondheid en consuminderen maar we blijven ook gecharmeerd van de luxe en overdaad. Als ik dit schrijf zijn er nog geen voorspellingen gedaan over de kerstmenu's maar ik garandeer je dat we echt niet met z'n allen vegetarisch, veganistisch of zelfs alleen maar gezonde producten gaan zitten eten met kerst. Alhoewel het percentage mensen dat wel nadenkt over een gezondere maaltijd tijdens kerst elk jaar licht stijgt.

Dus als ondernemer is het zaak om, binnen jouw concept, beide type gasten een heerlijke maaltijd voor te zetten en een gezellige avond te bezorgen. Met de enorme versnelling waarin de 'vegan' hamburgers, nuggets enzovoorts op de markt zijn gekomen kun je als ondernemer niet meer volstaan met de standaard vegetarische gerechten zoals een salade met geitenkaas. Veel 'trendwatchers' hebben dit al zo vaak aangegeven dat er eigenlijk nergens meer alleen een salade met geitenkaas als vegetarisch alternatief op de menukaart zou mogen staan. ;-)

Als ondernemer moet je de identiteit van je bedrijf en het imago goed in beeld hebben, wil je kunnen inspelen op langskomende trends. Welke gasten wil je graag ontvangen in je bedrijf en op welk niveau van gastvrijheid? Als je al een tijdje bezig bent en het concept wilt omgooien, dan is het essentieel om te onderzoeken of dit concept in jouw omgeving zal aanslaan. In Amsterdam wordt een hip, trendy concept vaak met open armen ontvangen, maar in de provincie kan dit dik tegenvallen. Doe maar normaal en we willen gewoon lekker eten, is daar nog steeds erg populair. Dus pas op voor 'high-end gelul' en hou de piramide van Maslow in het achterhoofd. Zo wordt vaak aangegeven dat steeds meer mensen beleving als belangrijker ervaren dan 'bezit', maar voor het grootste deel van de consumenten is de dagelijkse realiteit natuurlijk de basisbehoefte van wonen, brood op de plank en geld voor vervanging van essentiële bezittingen.

Enkele voorbeelden van trends en hoe deze worden geïmplementeerd

Het inspelen op inspiratie vanuit de 'trendwereld' is leuk! Als een horecaondernemer is het gaaf om een keer een gerecht met een drone naar je gasten te vliegen en als je dit aan je personeel overlaat dan vinden ze dat helemaal geweldig! Het gaat echter nog altijd veel minder snel dan dat het naar de tafel wordt gebracht, wat aangeeft dat het nog geen oplossing is voor het probleem van 2019, personeelstekort. In het buitenland hebben we ondertussen een aantal restaurants gespot waar geëxperimenteerd wordt met robots op de vloer. Dit blijkt nog in de kinderschoenen te staan, maar er zijn al enkele concepten die een combinatie maken van techniek en personeel dat redelijk lijkt te werken. Bijvoorbeeld in San Francisco heeft een restaurant een paar robots rijden waarop de gerechten worden geplaatst die door een personeelslid worden uitgeserveerd aan tafel. In Londen is recent een tweede vestiging van de Cheese Bar (Pick & Cheese) geopend met een lopende band waaraan de gasten zitten en waarop bordjes met kaas rond gaan. Het principe van de sushi lopende band hetgeen ook scheelt in de inzet van personeel.

Veel inspiratie op horecatrends is echter ook gericht op wat we wereldwijd aan nieuwe concepten spotten. Ze hebben we dit jaar geschreven over 'The Simple Greek', een fastfood concept rond Grieks eten. Zo'n concept hebben we nog niet eerder gezien in Europa. En alhoewel we de Beyond Meat burger al een paar jaar geleden hadden gespot in Amerika, zijn dit soort vegan burgers dit jaar echt doorgebroken. Elk fastfood concept heeft een vegan variant voor zijn burgers of nuggets. Ondertussen zijn veel partijen bezig met het ontwikkelen van kweekvlees en vis in laboratoria en alhoewel het nu nog niet eens mag worden geproefd volgens de diverse voedselwaakhonden is dit natuurlijk ook een kwestie van tijd. Toch horen we van mensen die al jaren vegetarisch zijn dat deze ontwikkelingen er ook voor zorgen dat mooie groentegerechten uit diverse menu's verdwijnen ten koste van deze 'vleesvervangers' en daar zit ook weer niet iedereen op te wachten.

Maar ook de technologische ontwikkelingen komen aan bod, zo hadden we in september een gastblog van het bedrijf Radar uit Engeland over 'Geofencing'. Startup Radar is van mening dat API's (application program interface) de volgende stap zijn in de SaaS (Software as a Service). Zij geven aan dat het bezorgen van maaltijden niet echt duurzaam is en dat ophalen het best mogelijke alternatief lijkt, waarbij 'last-mile delivery' wordt uitbesteed aan de klant. De primaire motivatie voor je klanten om de voorkeur te geven aan bezorging is gemak: bezorging is vaker de eerste keuze voor klanten die niet in een restaurant willen aankomen om te ontdekken dat hun bestelling nog niet klaar is en ze aldaar ter plekke nog moeten wachten. Dit is waar geofencing de afhaalervaring kan stroomlijnen; snel en efficiënt voor de klant en kosten effectiever voor het restaurant. Geofencing-tracking in de restaurant-app kan het restaurant helpen door waarschuwingen te activeren en de keuken te vertellen wanneer de bestelling moet worden gestart of wanneer de klant vastzit in het verkeer. Voor de klant kunnen relevante berichten worden verzonden om hen eraan te herinneren op het optimale tijdstip naar het restaurant te gaan, afhankelijk van de afstand. McDonald's en Burger King in Amerika zijn hiermee volop aan het experimenteren. Een behoorlijk technische ontwikkeling die in november 2019 ook bevestigd werd doordat Deliveroo in Engeland begint met een service die ze 'Pickup' noemen. Dit gaan ze binnenkort ook in Nederland uitrollen.

Eén trend waar alle restaurants aan mee kunnen doen, is de mogelijkheid bieden van kleinere porties! Kijk maar eens op de website van KleinePorties. Er zijn veel gasten die geen grote porties eten en daarnaast kan het ook een vorm van upselling zijn. Mijn moeder van 80+ gaat graag uit eten maar heeft aan een portie lasagna bij haar favoriete Italiaan meer dan genoeg. Dan eindigen we de maaltijd met een espresso. Recent zijn wij bij een andere Italiaan uit eten geweest waar ze heeft genoten van één bruschetta, half portie meloen met ham en een voorgerecht met tong. Ik hoef jullie niet voor te rekenen welke ondernemer meer verdiende!

Trends | hotels

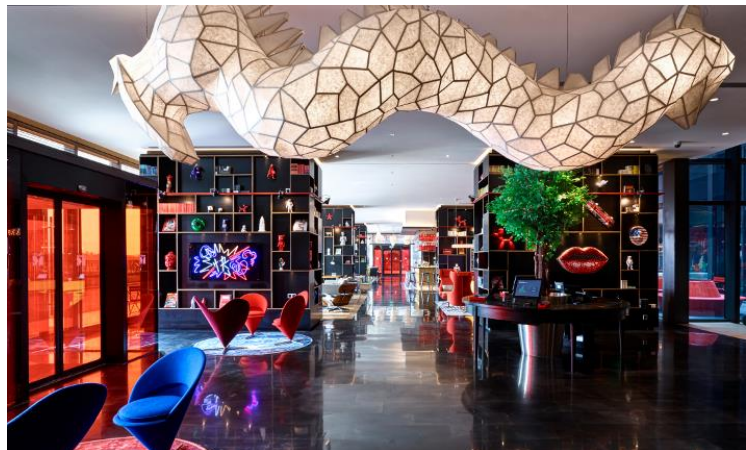
■ Sinds een aantal jaar zien we de opkomst van hotels waar de vierkante meter oppervlakte een ondergeschikte rol speelt. Zij maken slim gebruik van technologie en kiezen er voor om met kwalitatief hoogstaande materialen te werken, hiermee richten zij zich op de tech-savvy reizigers. Denk hierbij aan concepten zoals Yotel (hiervan is recent het eerste hotel in Amsterdam geopend) en citizenM. Dit soort concepten groeien snel. citizenM heeft ondertussen zo'n 13 vestigingen wereldwijd en Yotel komt nu naar Europa met hun cabins. Zij zijn ook al bezig met de introductie van eenzelfde concept op



de appartementenmarkt: Yotelpad. De kamers van dit soort concepten mogen dan klein zijn, de gemeenschappelijke ruimtes daarentegen zijn volledig gericht op het ontmoeten, werken en samen ontspannen. Kijk maar eens naar de foto van de citizenM.

Een kamer in de Yotel vestiging in Amsterdam - credits Ashkan Mortezapour Photography

De hal in de citizenM in Shanghai - credits richard powers for concrete



Daarnaast zijn concepten als CityHub (vestigingen in Amsterdam, Rotterdam en in 2020 ook in Kopenhagen) op de markt gekomen. Gericht op een goed bed, gezamenlijke badkamer en stadsbezoek voor jongeren. Dit soort concepten zijn al een aantal jaren op de markt, maar we zien nu ook in Nederland een soort boutique-achtige variant hiervan op de markt komen. Zo schreven we dit jaar



over de opening in Utrecht van het BUNK hotel. En daarvan gaat binnenkort de tweede vestiging open in Amsterdam. Beide hotels zijn gevestigd in kerken en met een knipoog spreekt BUNK uit dat het, ondanks dat het natuurlijk wel een hotel is, vooral een plek gaat zijn waar iedereen zich welkom voelt. BUNK is voor en van iedereen. Het zijn sociale plekken met veel aandacht voor kunst en cultuur.

Bunk hotels in Utrecht en Amsterdam

Ook Accor is druk bezig met het in de markt zetten van een nieuw, alternatief budget hotel. Hun concept 'greet' moet een weerspiegeling zijn van de verplichtingen die de groep is aangegaan ten aanzien van lokale betrokkenheid en een antwoord bieden op de nieuwe gastverwachtingen met betrekking tot duurzaam toerisme. Als gast kun je hier verwachten; upcycled meubels afkomstig van rommelmarkten, zoals glazen potjes die als bedlampjes worden gebruikt, verse, eenvoudige en lokale producten en een vriendelijke, unieke sfeer. Het eerste hotel van dit merk, het 'greet hotel' Beaune opende afgelopen april haar deuren.



Het concept 'greet' van Accor. Eerste vestiging is geopend in Beaune en er staan meerdere openingen gepland. De ambitie: 300 hotels in Europa in 2030.



AccorHotels heeft trouwens vorig jaar ook het mobiele accommodatie concept 'Flying Nest' op de markt gebracht waarmee ze op evenementen, binnen no time exclusieve slaapplekken kunnen opzetten. Hiermee wonnen zij vorig jaar de award 'Best Innovation In Hotel Concept 2018' op de World Wide Hospitality Awards.

The Flying Nest - credits Sebastien Dupic

JO&JOE hoort ook bij de Accor Group en zij gaan intrekken bij IKEA in Wenen. De bovenste twee etages van de IKEA aldaar worden 'Open house by JO&JOE' vanaf 2021 gevestigd. Zij gaan daar hostel en hotel elementen combineren met daarnaast een aantrekkelijk aanbod van restaurants.

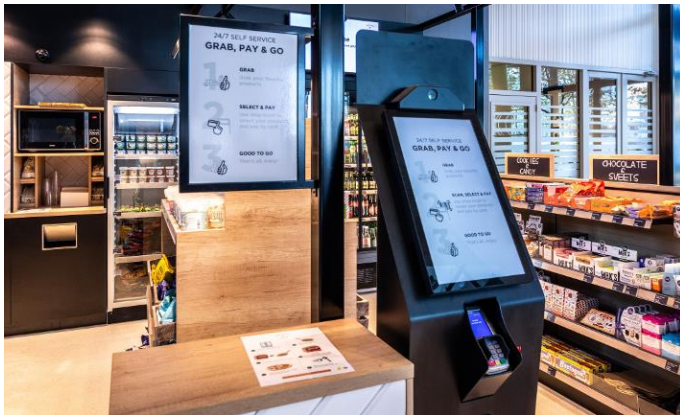
Ondertussen openen er ook steeds meer vestigingen van 'The Student Hotel'. Vanaf de opening in 2020 van dit concept in Delft heeft Nederland 8 locaties van deze hoogwaardige hotelfaciliteiten voor korte en langere verblijven.

■ Ondertussen blijven de boutique hotels onverminderd populair, in Nederland hebben we bijvoorbeeld recent de opening van het Boutique Hotel Sir Franklin in de binnenstad van Middelburg gehad. Dit hotel met de eerste cocktailbar van Zeeland en brasserie Sir Franklin heeft een mooie, eigenzinnige inrichting!



Boutique hotel Sir Franklin in Middelburg

■ In de hotelkamers zien we steeds vaker dat de minibar leeg is. Met concepten zoals Jutter Speijs in de hotellobby is een lege koelkast snel op te vullen, volledig naar de gast zijn eigen voorkeur. Deze 24/7 onbemande foodmarkets van Jutter Speijs zijn ondertussen in meerdere hotellobby's in Nederland te vinden. Hotels zijn de dagelijkse kosten en moeite kwijt om de minibar te vullen en te



onderhouden. Voor gasten biedt de kleine winkel een uitgebreider assortiment met meer producten. De shops kunnen naar eigen wens ingevuld worden met lokale producten en bovendien wordt het design aangepast zodat het past bij de uitstraling van het hotel. Het vullen van de shops is in handen van Jutter Speijs, de hotelier heeft hier dus geen omkijken naar.

Jutter Speijs' Food Market

■ Natuurlijk spelen ook hotels in op de trends 'duurzaamheid'. Alhoewel wij eigenlijk niet meer kunnen spreken over een trend, het is steeds meer een verplichting geworden waar je niet omheen kunt en hopelijk ook niet omheen wilt. Ongeacht dat het behoorlijk lastig is om duurzaam te bouwen. Zo heeft het Hilton London Bankside in februari van 2019 een 'Vegan Suite' geopend. De suite biedt een volledige veganistische ervaring, van een op planten gebaseerde incheckbalie en keycard tot vegan-vriendelijke bedden, eco-linnengoed en een eco-katoenen tapijt. Daarnaast zien we steeds meer hotels die de plastic amenities verwijderen uit de badkamers en grote flessen shampoo enzovoorts neerzetten. Een meer eigentijdse oplossing hiervoor is natuurlijk de Nohbo Drops, hetgeen staat voor 'no bottles'. Dit concept van druppelvormige verpakkingen hebben we een aantal jaar geleden gespot in Amerika en is vorig jaar op de Horecava geïntroduceerd in Nederland door het bedrijf Bunzl Foodservice.



Nohbo Drops in Nederland verkrijgbaar

Een ander duurzaam initiatief is een goed idee voor al die horecaondernemers die altijd lopen te klagen dat tankstations teveel omzet wegsnoepen met de verkoop van maaltijden: oplaadpalen bij je pand neerzetten voor de elektrische auto's en fietsen. McDonald's is deze palen aan het uitrollen in Nederland en gasten van 'Van der Valk' hotels kunnen gaan 'amberen'. Sinds april kun je bij vijf hotels via een Amber hub 100% elektrische auto's of e-bikes reserveren. Je kunt dus daar ook je auto opladen en tegelijkertijd ook zelf opladen ;-).



Drive Amber bij de Van der Valk Hotels

■ In de binnensteden zien we dat vaak dat horeca (restaurants, grand cafés, koffiezaken etc.) gebruikt wordt om de leegstand in de winkelgebieden op te vangen. Hetgeen vaak overlast veroorzaakt voor de bewoners (roken buiten de horecabedrijven en geluidsoverlast) en de concurrentiepositie voor de horecabedrijven niet bevordert. In Japan hebben we ENSO ANGO's, vijf op zen geïnspireerde hotels gespot die in de herfst van 2018 zijn geopend en fungeren als één, om de reiziger onder te dompelen in de levende cultuur van Kyoto. Elke accommodatie bevat gemeenschappelijke ruimtes en faciliteiten. Op deze manier verblijven gasten niet in één hotelgebouw, maar hebben ze de keuze uit vijf verschillende gebouwen, gelegen in de charmante straten van het centrum van Kyoto. Een idee voor de grote winkelpanden die leeg komen te staan?

Facade Enso Ango building Tomi, credits Satoshi Asakawa



■ Natuurlijk zien we ook prachtige marketing voorbeelden. Zo zijn de 'rooftops' van hotels erg populair. Hierop zien we veel cocktailbars openen (hotelbars zijn sowieso erg populair in de grote steden), maar ook veel pop-up concepten. Vaak aangepast aan het seizoen, zo hebben we eind 2019 geschreven over 'the Rooftop Winter Cinema' boven op de daktuin van The Berkeley in Londen. Maar in ons eigen Amsterdam kun je bij Floor17 op het dak van het Leonardo Hotel Rembrandtpark genieten van een drankje en het spel XL Rooftopsjoelen.



Ze organiseren zelfs 's werelds eerste kampioenschappen XL Rooftopsjoelen in januari 2020! Vorig jaar kon je hier trouwens 'curling' spelen met vrienden onder genot van een drankje. In de zomer zien we op rooftops hotelkamer concepten (slapen onder de sterren), openluchtbars en bijenhotels.

Rooftopsjoelen op het Leonardo Hotel Rembrandtpark

Dit jaar schreven we ook over het pop-up Taco Bell Hotel, het pop-up Barbie huis via Airbnb en in januari 2020 opent het pop-up Hotella Nutella.

Het lijkt erop dat marketingafdelingen van bekende merken hun weg hebben gevonden naar de hotelwereld. We vragen ons af wanneer er een pop-up verschijnt in een Nederlands hotel en van welk merk?



Hotella Nutella

Trends | Restaurants

■ Afgelopen najaar heeft Van Spronsen & Partners horeca-advies het brancheboekje 'De Chinees-Indische restaurants in beeld' gepubliceerd, hieruit blijkt dat in circa 10 jaar het aantal Chinees-Indische restaurants met ruim 22% is gedaald. Natuurlijk is het nog steeds de meest voorkomende buitenlandse keuken maar het aantal daalt snel. Het traditionele 'Chinees-Indische restaurant' mag het dan zwaar hebben, toch hebben we de laatste paar jaar een aantal gave Oosterse concepten op de markt zien komen! Zoals Happyhappyjoyjoy dat kleurrijke streetfood gerechten uit Azië op een



moderne manier serveert in ondertussen al 3 vestigingen in Amsterdam. Zij openden in het najaar van 2019 ook het concept 'Hurryhurrygogo', dit concept tilt het woord 'snackbar' naar een compleet ander niveau; het is een bar waar je óók kunt snacken. IQ Creative rolt op deze manier Happyhappyjoyjoy in een andere vorm verder uit in Amsterdam.

Hurryhurrygogo - Singel 460 in Amsterdam

Daarnaast zien we ook een aantal 'Chinese restaurants' die de authentieke keuken uit diverse Chinese regio's centraal zetten. Zo is in Amstelveen recent Amber Garden geopend, onderdeel van de internationale 'Yisheng Group'. De liefhebbers van de authentieke Chinese keuken kunnen hier genieten van 'shared dining' gerechtjes onder andere uit Beijing, Shanghai, Chengdu, Guangzhou en Xi'an. Je kunt bij de gerechten genieten van wijnarrangementen die bij de gerechten zijn geselecteerd. Voor degene die alcoholvrij willen drinken, ze serveren ook mocktails gebaseerd op thee. Zoals chef Shaun Song zegt: "You no longer need to go to China to be able to enjoy the best dishes China can offer". *Restaurant Amber Garden in Amstelveen*



Natuurlijk is er ook een beperkt aantal restaurants die culinair hoogstaand koken (zoals bijvoorbeeld restaurant O&O met een Michelinster en restaurant Zheng in Den Haag van chef Han Ji). In juli 2019 heeft Chef Kelvin Lin zijn lunchroom Nayolie in Voorschoten na een sluiting van enkele maanden heropend als food & wine bar. Onder de nieuwe naam 'Nayolie by Kelvin Lin' wordt een zeer onderscheidende modern Aziatische keuken gevoerd met gerechten in bistronomiestijl.



Food & Wine bar Nayolie by Kelvin Lin in Voorschoten

Eind augustus opende PakuPaku, het allereerste Japanse fondue (in 't Japans ShabuShabu) restaurant van Amsterdam haar deuren op het Beukenplein 3 in Amsterdam. Zij geven ook 'language events', tijdens deze events kunnen expats en anderstaligen op een speelse manier de Nederlandse conversatie oefenen en eenmaal per week is er in PakuPaku een 'join-table'.

■ De vegetarisch, veganistische keuken is sterk in opkomst, althans in de snackwereld. Burgers zoals de Beyond Burger, Impossible Burger, groenteburgers enzovoorts. Dat we met zijn allen steeds meer naar een plantaardig dieet toegaan is duidelijk, en begrijp me niet verkeerd: goed. Het is een goede ontwikkeling voor de planeet en het is een goede ontwikkeling voor onze gezondheid; kortom super. Wat we echter van de 'diehard vegan' meekrijgen is, dat ze sinds een paar jaar een soort standaard 'vegan burger' geserveerd krijgen. Als je niet oppast worden deze de nieuwe 'geitenkaas salade'. Zeker aangezien deze burgers ook bij restaurants en grand cafés erg populair zijn. Uit onderzoek blijkt trouwens dat met name flexitariërs deze burgers bestellen. Veel top chefs hebben heerlijke vegetarische en veganistische menu's op hun menukaart staan maar in de meeste restaurants hebben vegetariërs nog niet het idee dat er creatief nagedacht is over de keuze.

Zoals we in 2017 al aangaven, worden de producten voor de 'vegan' keuken geconfronteerd met een dilemma, hoe transparant zijn zij over de ingrediënten van hun product? De consument wil transparantie rondom de producten die hij of zij koopt. Dat wil zeggen geen kunstmatige conserveringsmiddelen; zo weinig mogelijk verwerkt voedsel in het product; vee dat gevoed is met vers gras; uitloopkippen; lijngevangen vis; het vlees in de verpakking moet het liefst traceerbaar zijn naar één beest; zo min mogelijk zout en suiker enzovoorts. Maar als je gaat kijken naar de producten in de 'nieuwste ontwikkelingen' op vleesgebied, de bijna niet van echt te herkennen 'vegan burgers', dan word je geconfronteerd met een lijst van ingrediënten waar menig consument niet van zal kunnen bepalen wat dat precies inhoudt. Voor producten zoals Memphis Meats, een start-up die vlees produceert direct uit de diercellen waardoor de dieren niet meer gefokt hoeven te worden, is deze 'begrijpelijke transparantie' een grote uitdaging.

Zo ook voor start-up Wild Type dat in 2019 voor het eerst een privé (officieel mag kweekvis uit een laboratorium nog niet gegeten worden) proeverij van sushi organiseerden. Ze serveerden het eerste pond van in een laboratorium gekweekte zalm. Sushi gemaakt met cellulaire landbouwtechnologie. De missie van Wild Type is om de meest heerlijke, duurzame vis en vlees op de planeet te maken. Een product maken dat niet alleen lekker smaakt, maar waar we ons ook niet schuldig over hoeven te voelen als we het eten.

Wild Type tasting menu - Sliced salmon on a chip of avocado



■ Ook in 2019 hebben we weer een aantal gave voorbeelden gezien van specialisatie zoals Pick & Cheese, een Cheese Bar in Londen waar men Engelse kazen kan eten. Je maakt je keuze door bordjes te pakken van een transportband waaraan je plaats neemt.

Pick & Cheese in Londen in Seven Dials Market



En bijvoorbeeld Arros QD, het paella restaurant van de drie Michelinsterren chef Quique Dacosta in Londen. Hier geeft hij de rijstcultuur van de oostkust van Spanje een plek op het culinaire podium.

Quique Dacosta met één van zijn paella's.

Ook een gaaf voorbeeld is de in april geopende Kebab Queen in Londen. Hier serveert chef Manu Canales zijn gasten een zeven gangenmenu dat direct op de, op maat gemaakte, verwarmde Dekton-counter wordt opgediend. Wat dacht je van Foie Gras Kebabito, een gegrilde shish kebab of een Döner Risotto?

Kebab Queen - by Manu Canales



■ Sinds een paar jaar is het frietje ook aan het 'verluxe' dat wil zeggen; speciale aardappelrassen, speciale sauzen en grote chefs die hun naam hieraan verbinden. Voorbeelden hiervan zijn Frites Atelier van Sergio Herman, friet met champagne en kaviaar bij Tante Nel in Rotterdam en friet met stoofgerechten bij Bram's Gourmet Friet. Vaak zijn het luxe snackbars, de nieuwste vestiging van Frites Atelier in Brussel is echter meer restaurant, het heeft de meeste vierkante meters tot nu toe en is 7 dagen open van 's middags tot 's avonds laat. Exclusief voor deze Brusselse locatie is het assortiment uitgebreid met enkele plats du jour.

Frites Atelier in Brussel



■ Eén trend die in 2019 populair is geworden zullen we ook zeker in 2020 nog veel zien! De zogenaamde ‘collabs’ of ‘crossovers’. Op Micheliniveau zijn evenementen waar chefs samen hun gasten verwennen al een paar jaar erg populair. Voor de culinaire snobs zijn deze evenementen een mooie manier om tegelijkertijd bij een flink aantal Michelinsterren te kunnen hebben gegeten ;-). Maar we zien nu de gaafste samenwerkingsvormen ontstaan. Zo hebben we geschreven over de



Cheeseburger Dumplings van Mimi Chengs & Emily in New York, de Taiko x FEBO langoustine frikandel met groene curry, truffel, saffraan en chopped Ketel1 cubes.

Taiko X FEBO, langoustine frikandel

Een andere chef uitnodigen om samen te koken, de zogenaamde ‘collabs’, zien we tegenwoordig op elk niveau. Het is natuurlijk ook motiverend om samen met een sterrenchef in jouw keuken te koken en je gasten een bijzondere avond te bieden! Ook buiten het westen wordt dit gedaan, bijvoorbeeld in het restaurant van Hotel De Draak in Bergen op Zoom vindt op 3 april Hemingway X Daalder plaats, dan komt chef Dennis Huwaë koken. Dit jaar zagen we ook dat de chefs van het RIJKS naar restaurant Locavore (Ubud, Bali) gingen om daar te koken terwijl hun collega’s van Locavore in het RIJKS kwamen koken, ‘Trading Places’. Een mooi voorbeeld kwam ik recent tegen op Instagram: Black Seed Bagels in New York gaat de ‘The Crown Shy X Black Seed Bagel’ verkopen. Een bagel naar keuze uit hun assortiment dat wordt belegd met een combinatie bedacht door restaurant ‘The Crown Shy’ (* Michelin 2020). Ik durf erom te wedden dat we allemaal nieuwsgierig zijn naar bijvoorbeeld een bagel waarvan Jonnie Boer het beleg creëert!

■ Ook de restaurants kunnen niet meer om duurzaamheid heen. Je kunt niet meer aangeven dat je duurzaam bezig bent als je een kaasplankje verkoopt met alleen kaas uit de buurt. We zien voorbeelden langskomen van restaurants die aardig op weg zijn om zo circulair mogelijk te ondernemen. Zo is in november de tweede vestiging van restaurant SILO in Londen geopend. Dit zero-waste restaurant van chef Douglas McMaster heeft een innovatieve aanpak die terugkomt in alle aspecten van het restaurant tot in de keten van zijn toeleveranciers. Van directe handel met boeren tot en met compostering van restjes, zijn doel is om het voedselproductieproces circulair te sluiten.

Een mooi voorbeeld van én duurzaamheid én samenwerken is de Beste Brabantse Borrelplank. Een vegetarische borrelplank met een assortiment van fantastische borrelhappen waar geen vlees aan te pas komt. En ook nog eens voor 80% van Brabantse makelij. De Beste Brabantse Borrelplank is ontwikkeld door: FoodUP! Brabant, Dutch Cuisine, Sligro en Visit Brabant. De plank is samengesteld door Dutch Cuisine en het doel is om deze plank bij zoveel mogelijk horeca op de kaart te krijgen.



Trends | Drankensector

■ Eén van de grootste trends binnen de drankensector is de mocktail! Een steeds groter wordende groep mensen wil bewust minder alcohol drinken. We worden dan ook al een jaar of twee regelmatig verrast met nieuwe non-alcoholische drankjes. Zo hebben we in 2018 Seedlip gespot, de eerste gedistilleerde non-alcoholische drank, blended en gebotteld in Engeland. Seedlip heeft een eigen maceratie (koude extractie) methode gecreëerd in koperpotten en heeft een distillatie en filtratie proces voor alle individuele botanicals dat 6 weken duurt. Seedlip's bevat geen calorieën, is suikervrij, vrij van zoetstoffen en kunstmatige smaakstoffen, waardoor een Seedlip & Tonic een alternatief is voor een G&T, wanneer je een lekker alcoholvrije avond wilt hebben.



Seedlip, de eerste gedistilleerde niet-alcoholische drank

In 2019 werd CEDER'S gelanceerd op de Nederlandse markt, ook een alcoholvrij alternatief voor gin. Het premium merk met Zweedse en Zuid-Afrikaanse roots bevat alle smaken van gin, maar zonder alcohol. CEDER'S wordt gemaakt met klassieke gin ingrediënten en zeldzame Zuid-Afrikaanse planten, waarvan sommige alleen in de Cederbergen van de West-Kaap in Zuid Afrika voorkomen. De plantenextracten worden gemengd met zuiver Zweeds water en gebotteld en geproduceerd in Zweden.



CEDER'S wordt gemaakt met klassieke gin ingrediënten en zeldzame Zuid-Afrikaanse planten, waarvan sommige alleen in de Cederbergen van de West-Kaap in Zuid Afrika voorkomen. De plantenextracten worden gemengd met zuiver Zweeds water en gebotteld en geproduceerd in Zweden.

CEDER'S Crisp

Ook in 2019 gespot: STRYK™! Een nieuwe reeks van zero-proof gedistilleerde dranken uit Engeland. Hiermee komt STRYK tegemoet aan de groeiende vraag van Gen X naar smaakvolle alcoholvrije dranken. STRYK is voornamelijk gericht op de leeftijd van 18-35 jaar en gepositioneerd als een merk voor degenen die ervoor kiezen geen alcohol te drinken maar wel onderdeel willen blijven van het feest. STRYK NOT GIN combineert het extract van sparrennaalden, munt, salie, koriander en komkommer. STRYK NOT VODKA heeft menthol- en komkommertonen met een tarweachtige ondertoon en veroorzaakt in de mond een pittige, peperige, verwarmende afdrank. STRYK NOT RUM bevat smaken van kruidnagel, eikenhout, vanille en rozijnen.



Stryk lifestyle

- Natuurlijk blijven de cocktails ook populair, zelfs zo populair dat we diverse non-alcoholische drankjes op de markt zien komen die gebaseerd zijn op cocktails. Zo kwamen we Be-Mocktails tegen die twee trends combineren, de vraag naar natuurlijke en gezonde voeding en de populariteit van de cocktail. Be-Mocktails zijn ‘natuurlijke mocktails’, ze zijn 100% natuurlijk en alcoholvrij. De ingrediënten zijn speciaal geselecteerd op basis van hun gezondheid bevorderende werking.



Be-Mocktails

De cocktails die enorm populair zijn geworden (en gebleven) zijn bijvoorbeeld de G&T in al zijn varianten, de Aperol Spritz, de Negroni (met Campari) en de Espresso Martini. Vooral in Londen en New York hebben we brunch concepten gezien waar je onbeperkt een bepaald type cocktail kunt drinken tijdens het brunchen.



Onbeperkt Espresso Martini's drinken tijdens een brunch? Credits Tia Maria.

- Op koffiegebied zien we ook veel ontwikkelingen, één van de opvallendste is wel de opkomst van de ‘Cold Brew’. Nog steeds niet erg populair in Nederland maar wel in bijvoorbeeld Amerika. Starbucks experimenteert hiermee in al hun Starbucks Reserve Roastery vestigingen wereldwijd. In oktober lanceerde Starbucks ‘Bar Mixato’ in de Starbucks Reserve Roastery Shanghai. Deze nieuwe cocktailbar moet gaan zorgen voor een beter aanbod in de avonduren in dit Chinese ‘koffiewonderland’ door het combineren van speciaal koffie-vakmanschap met het maken van bijzondere koffie & thee cocktails en mocktails.



Bar Mixato in Starbucks Reserve Roastery Shanghai

Starbucks opende trouwens onlangs ook zijn eerste Starbucks Now™ vestiging, een innovatieve, express retail-ervaring die de fysieke en digitale contactpunten van Starbucks integreert. Door de kenmerkende Starbucks-caféomgeving te combineren met Mobile Order & Pay en Starbucks Delivers™, kunnen klanten en bezorgers hun favoriete drankjes en eten gemakkelijk bij Starbucks opdrinken en ophalen.

■ We blijven ook concepten spotten die het ‘spelletjes spelen’ voor volwassenen weer centraal zetten. Een paar jaar geleden hebben we in Montréal Randolph Pub Ludique Quartier Latin gespot waar de gasten onbeperkt bordspelletjes kunnen spelen. Er is zelfs keuze uit meer dan 1500 spellen. In



december is in Den Haag de befaamde coffee bar Hometown, gelegen aan het Buitenhof, heropent na een metamorfose. Het intieme interieur met vintage elementen is in ere hersteld, de liefde voor de koffie is gebleven. Het concept is echter uitgebreid met bijzondere drankjes waardoor je hier ook een borrel in het begin of later op de avond kunt drinken en ook hier kun je veel bordspelletjes spelen.

Spelletje spelen bij coffee bar Hometown

Ook Tapperij De Eeuwige Jeugd in Amsterdam is een spelletjes café, een tapperij, cocktailbar, karaokebar en proeflokaal. Met speciaalbieren op de tap, snacks uit de keuken, een ruim terras en maar liefst vier verschillende ruimtes waar je terecht kan voor ongedwongen borrelen, spelletjes spelen en af en toe een dansje. Zoals de eigenaren aangeven: De Eeuwige Jeugd zit van binnen, dus haal eruit wat erin zit. ‘Oud worden kan altijd nog’!



Tapperij De Eeuwige Jeugd

■ Speciaalbieren zijn al een aantal jaren populair en we zien steeds meer kleinere brouwerijen opengaan die ook maaltijden aanbieden. Of je kunt er je eigen biertje laten brouwen. Een mooi initiatief dat al enkele prijzen heeft gewonnen is Bird Brewery. In 2019 zijn zij duurzame samenwerkingen aangegaan met ruim honderd gepassioneerde horecazaken en speciaalzaken. Voor



elke liter van hun bier dat bij zo’n ‘Groen Nest’ wordt verkocht, planten zij één boom. In juli stond de teller op meer dan 30.000 bomen! Ze zijn trouwens nog steeds op zoek naar horecabedrijven en speciaalzaken die een ‘Groen Nest’ willen worden.

Bird Brewery plant bomen samen met duurzame groene nesten

Een ander initiatief komt van Lowlander. Winter 2018/19 riep botanisch brouwer Lowlander alle Nederlanders op hun kerstboom na de feestdagen niet weg te gooien, maar aan hen te doneren voor het brouwen van een winterbier.

De oproep was een groot succes en na het met de hand plukken van alle sparrennaalden kan het resultaat nu geproefd worden. Dit jaar was de Lowlander's Winter IPA in de horeca en in de schappen van Albert Heijn te vinden.



Lowlanders Winter IPA



Er is in 2019 zelfs een culinair biertje op de markt gekomen van de nieuwe Nederlandse brouwerij De Goede & De Stoute. Zij vielen begin augustus met hun eerste gastronomische vonkelbier 'Vuurzee' in de prijzen op de World Beer Awards en de International Beer Challenge. 'Vuurzee' is een elegant blond bier (tripel) dat met de Pinot Noir-druif en champagnegist is bereid.

Brut Bier 'Vuurzee'

■ In de drankensector wordt de duurzaamheid vooral door leveranciers veroorzaakt, zo is de Carlsberg Group bezig met het ontwikkelen van de 'Carlsberg Green Fiber Bottle', 's werelds eerste 'papierene fles' voor bier.



Het flesje wordt gemaakt van duurzaam geproduceerde houtvezels, het is zowel 100% biobased als volledig recyclebaar.

Prototype van de 'Green Fibre Bottle' met Carlsberg pilsner

Natuurlijk kun je in je bar ook het één en ander doen om de plastic berg te verminderen. Zo hebben we de afgelopen jaren heel veel alternatieven voor plastic rietjes gespot. Onder andere Wheat Straws, rietjes van bamboe, van avocadopitten en Stroodles, de rietjes van pasta!

Stroodles, the pasta straws



Een prachtig voorbeeld voor koffiezaken is Kaffeeform. Koffiekopjes gemaakt van koffiedik. Kaffeeform, biedt hiervoor een oplossing in de vorm van de productie van espressokopjes, bekers en



schotels gemaakt van gedroogd koffiedik en biopolymeer. De kopjes lijken op steen maar zijn licht en gemakkelijk op te pakken. Het materiaal voelt glad aan, is duurzaam, is bestendig tegen de vaatwasmachine en overleeft in principe zelfs valpartijen op harde oppervlakten!

Kaffee Form to go cups

■ The Drinkworks® Home Bar van Keurig® is een nabije toekomst ontwikkeling voor ons in Europa. Met dit apparaat kun je thuis, in een hotellobby of hotelkamer met één druk op een knop zelf professionele cocktails maken. De Drinkworks Drinkmaker berekent de exacte hoeveelheid water en koolzuur die nodig zijn voor elke gepatenteerde Drinkworks-pod. Het portfolio van Drinkworks bevat meer dan twintig verschillende recepten gemaakt samengesteld door cocktailshakers en drankwetenschappers. Zij hebben bijvoorbeeld pods voor klassiekers zoals de Moscow Mule en de Old Fashioned, aangevuld met nieuwere aanbiedingen zoals Lemon Bubbly en Whiskey Sour. De machine is al wel te koop in Californië, Florida en Missouri. We vragen ons af wanneer we de eersten in hotellobby's of hotelkamers gaan zien en natuurlijk in Europa!



The Drinkworks® Home Bar by Keurig®

■ Een bijzonder project uit Italië. Internationaal ontwerp- en innovatiekantoor CRA-Carlo Ratti Associati heeft in samenwerking met het wereldwijde energiebedrijf Eni een experimentele 'Circular Juice Bar' ontwikkeld die sinaasappelschillen gebruikt om bioplastiek te maken, waarna daarvan gloeidraad wordt gemaakt waarvan 3D wegwerpbekers worden geprint waaruit je het vers geperste sap kunt drinken. Onder de naam 'Feel the Peel'.



Feel the Peel by CRA Carlo Ratti Associati for Eni - credits Nicola Giorgetti

Trends | Fastservice sector

■ In het bezorgen van maaltijden is nogal wat beweging. Alhoewel we in 2017 al schreven over experimenten met het bezorgen door robots en drones moeten we constateren dat we anno 2020 hiermee nog steeds aan het experimenteren zijn. De techniek is aanwezig maar om het in onze maatschappij te integreren is nog lastig. Wat we wel hebben gespot is het overgaan naar bezorgen met elektrische scooters en fietsen. Zelfs in Amerika is Domino's Pizza een samenwerking aangegaan met Rad Power® Bikes, Noord-Amerika's grootste e-bike merk. Sindsdien hebben Amerikaanse vestigingen van Domino's Pizza de optie om op maat gemaakte e-bikes te gebruiken voor het bezorgen van pizza's. Rad Power® Bikes heeft ook een vestiging in Nederland (Utrecht), van waaruit het team werkt aan vergelijkbare samenwerkingen met Europese bedrijven. Zo worden hun fietsen bijvoorbeeld ingezet in drie Europese steden bij het ELVITEN programma dat laat zien dat elektrische voertuigen kunnen bijdragen aan de mobiliteit in een stad.

Domino's Pizza delivery e-bike by Rad Power Bikes



In Nederland is begin dit jaar trouwens een 'Verklaring voor Verkeersveiligheid' voor bezorgers opgesteld door De Nederlandse Vereniging Van Maaltijdbezorgers (NLVVM), Veilig Verkeer Nederland (VVN) en de Vereende (verzekeringen).

Eén van de nieuwste ontwikkelingen in de bezorgmarkt is de zogenaamde 'Dark Kitchen' of in het Nederlands 'Spookkeuken'. Dit zijn keukens waar alleen gekookt wordt voor bezorgdiensten. In 2019 is Albert Heijn hiermee gaan experimenteren, hun Dark Kitchen dient als productiepunt voor zowel de bezorging naar thuisadressen als naar de nieuwe eethoeken van de supermarkt. Deze Dark Kitchen's zelf zijn niet nieuw. De bezorgmarkt is booming en in steden als New York en Londen is het een bekend fenomeen. Deliveroo kwam een aantal jaar geleden met hun Roobox containers, containers zonder ramen die ondernemers kunnen huren om hun capaciteit en marktruimte te vergroten. In Londen bestaat er zelf een Roobox-park.

■ Natuurlijk kunnen we in de wereld van de Fastservice sector niet om de 'vegan' producten heen. Elk zichzelf respecterende fastservice keten heeft één of meerdere 'vegan' alternatieven. Eén van de eerste vegan burgers die op de markt kwam, de 'Beyond Burger' is wereldwijd enorm populair. We hebben in 2019 testen gespot met hun producten bij McDonalds in Canada, de Beyond Fried Chicken™



bij Burger King en de 'Beyond Meatball Marinara sub' bij Subway in Amerika en op nog veel meer plekken. Ook in Nederland is deze burger in veel restaurants en grand cafés te proeven.

Een ander plantaardig, duurzaam concept wat recent geopend is in Londen is Neat Burger. Vijf keer FIA Formule 1 Wereldkampioen, Lewis Hamilton, werkt samen met horeca-organisatie 'The Cream

Group' en investeerders waaronder UNICEF Ambassadeur en vroege investeerder in Beyond Meat, Tommaso Chiabra, om een revolutie te veroorzaken in de fastfood wereld. Ze openden hun eerste vestiging op 2 september vlakbij Regent Street in Londen. Neat Burger belooft de manier waarop mensen plantaardig voedsel zien te transformeren door niet alleen aantrekkelijk te zijn voor diegenen die een plantaardig dieet volgen, maar ook voor vleeseters, die heerlijke vleesvrije gerechten willen eten die duurzamer, gezonder en ethischer zijn. Het team heeft ambitieuze plannen om het concept wereldwijd uit te breiden met 14 franchise vestigingen in de komende 24 maanden.

Enkele andere veganistische en vegetarische concepten die we in 2019 hebben gespot zijn bijvoorbeeld de 'Flexitarian Bastards' uit België. Deze food start-up uit Belgisch Limburg, wil de leemte in het vegetarische snackaanbod opvullen.

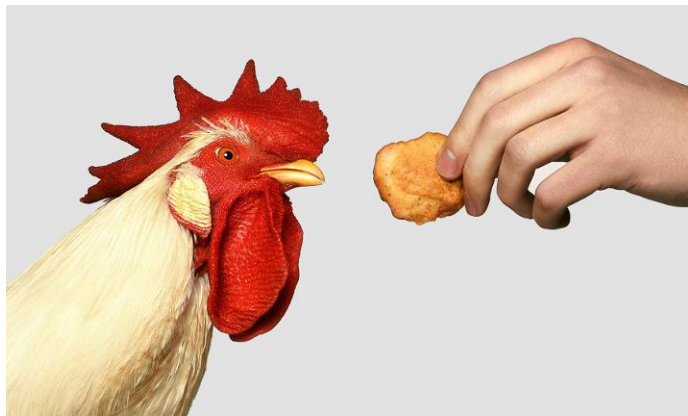
En hoe kan je dat beter doen dan met een vegan alternatief voor de nummer één frituursnack, de frikandel? Zij creëerden hun Vega Frick! Een klassieke frikandel scoort gemiddeld 224 Kcal en 18 gram dierlijk vet terwijl de Vega Frick niet meer dan 74 Kcal en slechts 0,5 gram plantaardig vet per 100 gram op de weegschaal zet.

Vega Frick van de Flexitarian Bastards



In Amerika hebben we bijvoorbeeld de NUGGS, 's werelds eerste veganistische 'kip nugget' startup, gespot in september 2019. Gelanceerd door de 19-jarige oprichter en 'tech wizz kid' Ben Pasternak en gefinancierd met 7 miljoen dollar onder leiding van McCain. Geld dat hij gebruikt om 'de meest geavanceerde nugget op aarde' te maken. Een bijzondere benadering van het ontwikkelen van voedsel: het bedrijf brengt met regelmaat nieuwe 'updates' van zijn NUGGS uit. De formule wordt voortdurend verbeterd op basis van gebruikersfeedback. De oprichter Ben zegt daarover: "NUGGS wordt ontwikkeld op de kruising van voedsel en het internet". Bekijk hun Instagram account maar eens waar ze recent hun 1.4 release van het product lanceerden, natuurlijk met 'release notes'.

NUGGS



Een ander concept De Krekerij. We weten dat een groot gedeelte van de eetbare insecten vol goede voedingsstoffen zitten maar toch zien we ze nog maar weinig terug op de Nederlandse menukaarten. Sander en George van De Krekerij zijn sinds 2018 bezig om hier verandering in te krijgen. Zij verkopen de krekelburger en – pasta en bitterballen via hun foodtruck. *De Krekerij*

En alhoewel we ze vorige keer ook al vermelden, kunnen we in 2020 ook echt niet meer om ze heen. De Vegan Junk Food Bar, zij hebben ondertussen al drie vestigingen in Amsterdam en één in Rotterdam en er zijn plannen voor Barcelona in 2020!

Vegan Junk Food Bar



Ook op het gebied van vegetarische sushi kon je afgelopen zomer in Amsterdam eten bij het plantaardige sushi pop-up restaurant in De Ruimte. Aan de Distelweg 38 werd sushi geserveerd zoals in miso gemarineerde tofu met bimi en uien jam of gegrilde aubergine met rijsbessenrijst.

Plant Based Sushi

In Parijs, in de BHV (Bazar de l'Hôtel de Ville) Marais Homme op de rue du Temple serveert Onda, 'une crêpe brésilienne'. Deze crêpe wordt 'la tapioca' genoemd en is echte Braziliaans streetfood. 'La tapioca' is een 'galette' (een soort hartig pannenkoekje) met een fluwelen textuur gemaakt van cassavemeel. 'La tapioca' is veganistisch, glutenvrij en lactosevrij!

La tapioca bij Onda, Parijs



■ 'The Simple Greek' herdefinieert het traditionele Griekse restaurant met een interactief concept dat ingrediënten van hoge kwaliteit, open keukens en Griekse sfeer combineert in een fastcasual setting. In 'The Simple Greek', een concept uit Pennsylvania, creëren gasten pitabroodjes of bowls met Mediterrane ingrediënten. Dit concept is één van de snelst groeiende concepten voor franchiserestaurants in de VS. Het speelt in op de populariteit en gezondheidsvoordelen van het bekende Mediterrane dieet en is een 'build-your-own'-concept. *The Simple Greek - exterior of restaurant in Dresher, Pennsylvania.*



■ Ook in de fastservice sector kwamen we dit jaar een pop-up tegen. Vooral in combinatie met samenwerken kunnen deze pop-ups voor beide partijen positief uitpakken. Zo heeft de Kopstootbar in Amsterdam een pop-up keuken waar om de paar maanden een nieuwe chef in de keuken staat. Afgelopen zomer konden de gasten van deze bar genieten van Luca's pizza's!

Van Leeuwen opende afgelopen zomer in de JuiceBrothers kiosk aan de Admiraal de Ruyterweg in Amsterdam een tijdelijke vegan ijssalon. De JuiceBrothers kiosk stond volledig in het teken staan van het vegan ijs. Naast voor het Van Leeuwen ijs konden klanten er natuurlijk nog terecht voor de sappen van JuiceBrothers.

JuiceBrothers kiosk



En het laatste maar zeker het leukste voorbeeld! Haute cuisine uit hagelnieuwe festivalautomatiek. Zwarte Cross combineerde in 2019 culinaire wereldklasse met de efficiëntie van fastfood in de nieuwe sterrenautomatiek 'Le Clique Claque'. Met een ramvol programma op de crossbaan en op de 33 podia is tijd een kostbaar goed op het grootste festival van Nederland. Fastfood biedt hierin uiteraard een uitkomst, maar zoals festivaldirectrice Tante Rikie altijd zegt: "My body is my temple, keartjen", dus



bedacht sterrenchef Rik Jansma drie Michelinrechten voor snackbarprijzen. Le Clique Claque op de Zwarte Cross, gevuld met kemperlandhoen (kip uit IJzerveorde) met zwarte truffelprei en Pata Negra-ham, gepocheerd hoeve-ei met kaviaar, bieslookmayonaise, crème fraîche en aardappel of lauwwarme croque monsieur met tomaat, kreeft en basilicum.

Le Clique Claque op de Zwarte Cross

■ Buiten de opkomst van de vegan burgers en nuggets gebeurt er natuurlijk ook van alles op het gebied van duurzaamheid. McDonald's Nederland heeft eind 2018 aangekondigd dat het het recyclen van haar afval gaat maximaliseren in de komende zeven jaar. Ze gaan nascheiding inzetten om restafval om te zetten in (her)bruikbaar materiaal. Momenteel wordt ruim een derde van het afval van McDonald's gerecycled, in 2020 zal dat de helft van het afval zijn. McDonald's heeft de ambitie om in 2025 al het afval van gasten en keukenafval te recyclen, dat is zo'n 20.000 ton.

Deze ambitie past in het internationale 'Scale for Good' programma van McDonald's.



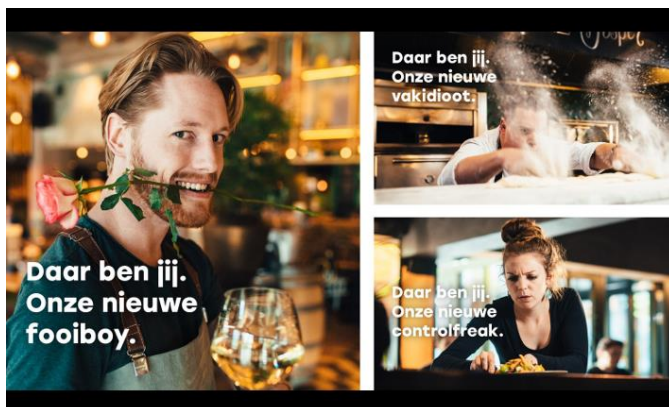
Maar ook kleinere initiatieven zo hebben we in België ‘mei plasticvrij!’ gespot en de keten Foodmaker speelde hierop in door vanaf dat moment in alle Foodmakervestigingen warme dranken te serveren in een zogenaamde Billie Cup. Het concept van deze herbruikbare beker is simpel: je krijgt je warme drankje in een Billie Cup, en betaalt daarvoor 1 euro waarborg. De waarborg krijg je terug als je de lege beker terug binnenbrengt in één van de deelnemende zaken in Vlaanderen.



De Billie Cup

■ Een negatieve trend waar de hele horeca mee heeft te maken is het personeelstekort. Toch hebben we in 2019 een aantal inspirerende initiatieven op dit vlak gezien. Zo ging Debuut Horeca op een originele manier op zoek naar personeel. Als het aan Debuut Horeca ligt, mogen die vakmensen best een uitgesproken en typisch karakter hebben. Dus ging het bedrijf met een originele campagne op zoek naar versterking voor hun ‘imperfect-perfecte team’.

Dus niet de clichés zoals ‘we zoeken horecatoppers en -tijgers’ maar een aantal typische karakters zoals een perfectionist, een lomperd of een regelrechte vakidoot van een chef. Om de juiste mensen te bereiken, laat Debuut deze karakters zien in een reeks miniverhalen op social media, op posters, in restaurants en in vakbladen.



Debuut Horeca zoekt personeel

En restaurantketen De Beren lanceerde in mei 2019 de ‘De Beren Academy’. Met behulp van dit trainingsprogramma leren de medewerkers van de populaire horecaformule op een interactieve manier alle ins & outs over hun functie. Bijzonder én uniek aan het programma is dat het speciaal voor en door De Beren medewerkers ontwikkeld is. Hierdoor sluiten de trainingen naadloos aan op de functies binnen de restaurants. Zo kunnen medewerkers door middel van video’s, gemaakt door eigen medewerkers in eigen vestigingen, praktische dingen leren over bijvoorbeeld het zetten van een goede bak koffie óf juist het schoonmaken van de koffiemachine. Behalve het goed onder de knie krijgen van hun eigen functie, biedt De Beren Academy de medewerkers ook serieuze mogelijkheden om door te groeien.



De Beren Academy