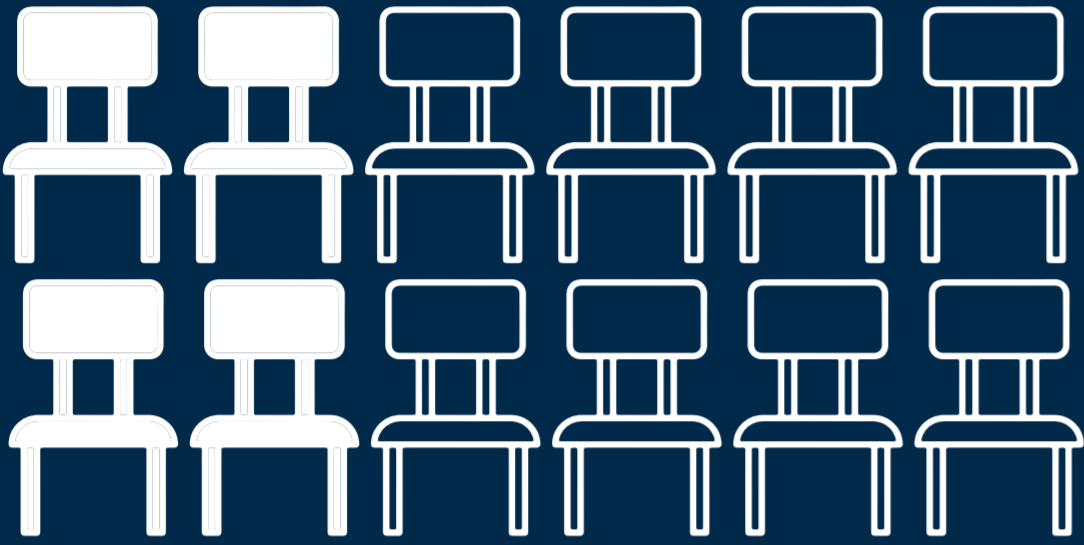


# WOUTERS HORECACOURANT

## DIT IS HORECA IN 2024 IN 10 VOORSPELLINGEN

Wat zijn de trends, waar moeten we op letten, wat is in en wat is uit? Ieder jaar maak ik een trendvoorspelling voor het nieuwe jaar. Hiervoor gebruik ik inzichten uit de markt, ontwikkelingen uit het buitenland en natuurlijk mijn glazen bol.

Want er kan altijd iets gebeuren waardoor alles ineens weer heel anders is. In deze editie van Wouters Horecacourant de 10 belangrijke bewegingen van 2024, die eerder verschenen op wouterverkerk.nl.



### 1 HET JAAR VAN DE STOEL

Alles draait om bezetting, we gaan stoelen in een restaurant steeds meer zien als vliegtuigstoelen. Stoelen die niet zijn verkocht leveren niks meer op, het vliegtuig vliegt weg en de kans omzet te maken met die stoelen komt nooit meer terug. Zo is het in een restaurant ook. De stoelen op dinsdagavond, daar pakt je zaak de winst. Niet op die van zaterdagavond, die zitten toch wel vol. Een restaurant met 60 zitplaatsen heeft 180 stoelen per dag te verkopen. Zestig bij de lunch en twee keer zestig bij diner.

Je draait dan een dubbele shift. Dat zijn 1260 stoelen per week. In deze rekensom is de bezetting van veel restaurants maar 30%. Tja, dan moet je wel heel hoge prijzen vragen als je nog iets wilt verdienen. En omdat de marges toch al onder druk staan, zit er niks anders op dan te gaan werken aan je bezetting. Dit jaar draait om het gevecht om de gast op maandag-, dinsdag- en woensdagavond! Je bezetting laten stijgen met bijvoorbeeld 5% maakt een enorm verschil in je resultaat.

### 2 PERSONEEL: VAN ALLES VAST EN PERSONEEL FLEX, NAAR ALLES FLEX EN PERSONEEL VAST

Nu de wereld er ineens helemaal anders uit is komen te zien en personeel niet meer vanzelfsprekend is, merk je aan alles dat het model van alleen maar flexibel personeel niet langer houdbaar, laat staan duurzaam is. Dat medewerkers naar huis sturen aan alle kanten verkeerd voelt, omdat je juist zo hard moest vechten om ze aan je te binden en ze amper te vinden zijn. Dus wat zien we nu gebeuren? In plaats van 'alles vast en het personeel flex'

zien we op steeds meer plekken het omgekeerde ontstaan. Personeel is het vaste gegeven dat er op zoveel mogelijk momenten is, en om de drukte wat meer te reguleren worden alle andere onderdelen flex. Flexibele openingstijden, flexibele prijzen, flexibele assortimenten, flexibele capaciteit, flexibele service en zelfs flexibele concepten. 2024 is het jaar van de omslag naar flex. Niet van personeel maar van alle andere dingen!

Je wilt dat mensen over jouw bedrijf en dienstverlening zeggen:

**'Dáár snappen ze het!'**

Ga op zoek naar 'het', omschrijf het, onderhoud het en koester het.

Laat me je inspireren!

### 3

## DE 'WHY' VAN DE ONDERNEMER WORDT VERDER OP DE PROEF GESTELD

Waarom doe je wat je doet? Waarom kies je voor het assortiment dat je hebt? Op welke grond kies je leveranciers? Waar word je door gedreven? De antwoorden op die vragen, die vormen je 'Waarom' en als het antwoord op al die vragen financieel gedreven is, dan kan het best zo zijn dat er een dag komt

dat er steeds minder gasten en of medewerkers voor jou kiezen. Hoe sta je in maatschappelijke thema's? Wat doe je nou echt om het welzijn van je medewerkers te bevorderen? De tijd dat jouw bedrijf alleen wordt gekozen omdat je de lekkerste biefstuk hebt, is definitief voorbij en komt nooit meer terug.

### 4

## VEILIGHEID, LEEFSTIJL EN OMGANGSVORMEN KOMEN PROMINENT OP DE AGENDA

Als verlengstuk van beweging nummer drie, merk je dat er meer en meer aandacht komt voor de manier waarop we met elkaar omgaan in de horeca. Hoe veilig is dat voor medewerkers? Wat is ongewenst gedrag en wat is een geintje? En als je oog hebt voor de mentale gezondheid van je medewerkers,

heb je dat dan ook wel voor hun fysieke conditie? Wat je beleid op het gebied van sport, van voeding, van alcohol en van lichamelijke belasting? Ondernemers die 'al die moderne fratsen' zat zijn en alsmaar herhalen dat ze 'vroeger gewoon zonder zeuren doorwerkten' worden in 2024 verder in het nauw gedreven.

### 5

## WAAR VOOR JE GELD GAAT OVER JE TOTAALPRODUCT

Een gast geeft voor een product in drie delen zijn geld uit. Een derde is bestemd voor het gerecht of het glas met inhoud, een tweede deel van 33% is bestemd voor de zaak met alles erop en eraan en tot slot betaalt een gast voor de service van de medewerkers en de mate waarin

hij of zij wordt ontzorgd. Wanneer je prijzen van de inkoop van een product stijgen, stijgt de verkoopprijs mee. Zorg in 2024 dus ook dat je waarde toevoegt aan je zaak en je service. Anders zal je gast het terecht niet meer snappen.

33%

WAT  
ETEN & DRINKEN

33%

HOE  
CONCEPT

33%

WIE  
SERVICE

### 6

## DYNAMISCHE PRIJZEN, NIET ALLES IS ALTIJD EVEN DUUR

Eerder had ik het over vliegtuigstoelen en ook die zijn lang niet altijd precies even duur. Een horecastoel zal in 2024 steeds vaker op verschillende momenten een andere prijs hebben. Voor 19.00 al klaar? Dat is voor-

deliger dan op zaterdagavond om 19.30 aanschuiven. Een diner op dinsdag? Dat hoeft ook niet dezelfde prijs te hebben als de nu vaak veel te goedkope zaterdagavond.

### 7

## PROGRAMMERING EN EVENTS MAKEN HET VERSCHIL (EEN CONCEPT IN EEN CONCEPT)

De programmering van het restaurant wordt steeds belangrijker. Van een jaarlijks bockbierfestival tot een maandelijks jazz avond, van een eerste zondag van de maand High Wine, tot je wereldberoemde moederdag-brunch. Een lijst, liefst

lekker ver van tevoren gepland met alle evenementen van de komende maanden is een belangrijk onderdeel van je communicatie. Je zaak laten bruisen, nieuwe paden verkennen en je gast aan de hand nemen.

## PARTNERS

Al vele jaren werkt Wouter met een groep trouwe partnerbedrijven die in zijn ogen de logische keuze zijn voor een modern horecabedrijf. Zij zijn bij bijna alle initiatieven betrokken en waren ook vandaag zichtbaar en onzichtbaar van de partij. Partners zijn in er in twee smaken: Vrienden van de Show en bedrijven waar Wouter een nóg intensievere samenwerking mee is aangegaan. Hij is ambassadeur van deze bedrijven!

### VRIENDEN VAN DE SHOW:

**EYES FOR  
DETAILS,  
BOONSTRA  
WIJNEN,  
SMIT'S  
DELICIOUS,  
ORDERLI,  
DUVEL  
MOORTGAT,  
UPPERBLOOM**

WOUTER  
IS BRAND-  
AMBASSADOR  
VAN:

**SVH,  
UNITOUCH,  
THE DUTCH  
COCKTAIL CLUB,  
THE BRANDING  
CLUB,  
BIDFOOD,  
CHOCOMEL,  
NOBELS DRINKS,  
JAM! HORECA**



### SCHRIJF JE IN VOOR MIJN NIEUWSBRIEF

Columns  
wouterverkerk.nl

Adviesbureau  
verkerkbartstra.nl

Webshop  
horecabo.nl

Horecabegeleiding  
planboutique.nl

Instagram, LinkedIn, Facebook  
Wouter Verkerk

8

## HARD VAN ACHTEREN EN ZACHT VAN VOREN

Sommige ketens zijn zo hard van achteren, dat ze aan de voorkant ook niet meer zacht kunnen zijn. 'Sorry, dat kan niet want we krijgen de sauzen kant en klaar geleverd.' 'Nee, dat staat niet in onze kassa' en zelfs: 'Dat had u een week van te voren bij ons per mail moeten aangeven!' Het is heel goed om je zaak strak te organiseren. Ik zeg niet voor niets altijd: 'Het kan met een plan!' maar het is minstens zo belangrijk om de persoonlijke, menselijke maat niet uit het oog te verliezen. Hier liggen grote kansen voor zelfstandige bedrijven ten opzichte van de hele grote jongens.

9

## VEGAN BLIJFT MAAR IS NIET DE NORM

Een paar jaar geleden leek het wel alsof binnen de kortste keren de consumptie van dierlijke producten snel tot het verleden zou behoren. Dat heeft anders uitgepakt. Vegan is iets wat er zal zijn, waar we ook over blijven nadenken, maar het is niet de norm geworden. Juist in de horeca eten sommige mensen af en toe een stuk vlees waar ze dat thuis bijna niet meer doen. We zien langzaam het volgende patroon ontstaan: Eerst was er slecht maar goedkoop vlees, toen was er veel focus op geen vlees en nu zie je naar Amerikaans voorbeeld heel goed vlees terugkomen op de menukaarten maar wel tegen veel hogere prijzen.



10

## LOYALITEIT IS NIET ALLEEN VOOR HONDEN

Mijn vriend Gijsbregt Brouwer zegt al jaren: Loyalty is for dogs. Maar hij krijgt ongelijk. Spaarkaarten, puntensystemen, cadeaus voor trouwe gasten en voordelen tot gratis gerechten aan toe, worden zie je in 2024 overall. Dat is niet zo gek want we verdienen pas echt geld aan gasten die bij ons terugkomen. De terugkerende gast is de levensader van het horecabedrijf en daar doen we alles voor. Creativiteit is hierin geboden!

# HET KAN MET EEN PLAN

## PLAN BOUTIQUE 2024

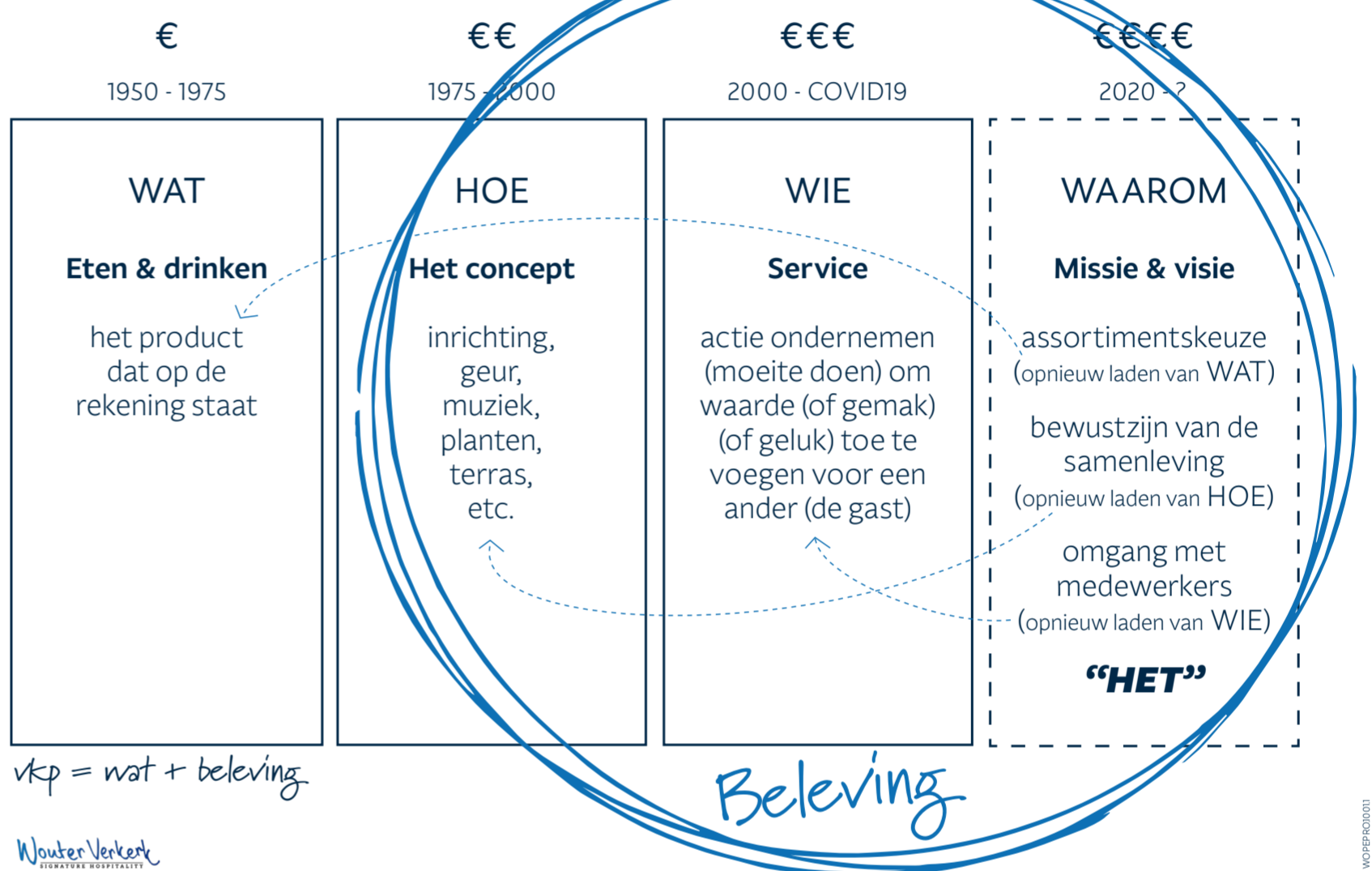
Plan Boutique richt zich in 2024 op drie diensten.

1. Transitie. In een super intensief traject van zes tot zestien weken pakken we alles aan, implementeren we onze 12 beproefde methodieken, structureren, plannen en omschrijven we je nieuwe 2.0 bedrijf en zorgen we dat we je achterlaten met een volledig ingevulde jaarkalender.

2. Begeleiding. Bedrijven die na de transitie behoefte hebben aan begeleiding, kunnen voor maximaal 12 maanden kiezen voor een op maat gemaakt begeleidingsprogramma.

3. Masterclasses en cursussen. Een open inschrijvingsprogramma voor opleiding, inspiratie en verbetering van medewerkers en managers van Moderne Horecabedrijven.

## Moderne horeca



# 1000 kleine dingen

HET VERSCHIL TUSSEN EEN 8 EN EEN 9

- besteding stijgt
- reviews top
- bezetting stijgt
- wachlijst personeel
- regeert vooruit
- marges onder druk
- personeelstekort
- achter de feiten aan
- marketing lukt niet
- niet druk
- opgegeven
- geen personeel
- leeft uit kassa



## KWALITEIT IS 1000 KLEINE DINGEN

Het thema '1000 kleine dingen' laat me niet los. De voorwaarde om aan de 1000 kleine dingen te beginnen is echter wel dat je de 100 grote dingen voor mekaar hebt. Anders zijn die kleine dingen als een vlag op een modderschuit. Wél een paar lieve woorden op een rekening schrijven maar geen goede bediening, slechte koffie en vlekken op tafel. Dat is gek. Wél een klein cadeautje voor gasten maar geen enkel zicht op je verdienmodel en geen plan voor je gast? Plank mis! Basis blijft: 100 grote dingen vormen de basis voor een stevige stabiele 8, de weg van een 8 naar een 9 of hoger bestaat uit 1000 kleine dingen. Scoor je een 6 maar probeer je de weg naar een 8 te vullen met die 1000 kleine dingen, dan sla je een modderfiguur.

10

9

8

7

6

5

4

3

2

1



SCHRIJF JE IN VOOR MIJN NIEUWSBRIEF