

IK DOE MIJN ZAKEN ZO...



HORECA IS TOPSPORT

Een ontspannen sfeer wil interim-manager Ard Hopstaken creëren in sportsbar Time Out; de gasten moeten zich thuisvoelen. „Exceed expectations is het toverwoord.”

door Jeannine Sok

„Horeca is topsport! Een inkoppertje, maar zeker bij dit bedrijf van toepassing.” Ard Hopstaken glimlacht, terwijl hij zorgvuldig een prachtige cappuccino bereidt. Ard is interim-manager bij Time Out, een bijzonder horecabedrijf op niveau, gevestigd binnen de muren van het nieuwe multi-

functionele Topsportcentrum in Almere. Hij neemt plaats aan tafel in de sportsbar, de grote oranje lampen zorgen voor warmte en gezelligheid in deze moderne omgeving. Er heerst een ongedwongen sfeer. Onder het genot van een lekker drankje kun je, als je dat wilt, vanaf hier de inspan-

ningen van de sporters goed volgen. „De rol die ik bij Time Out vervul is te vergelijken met die van een technisch directeur en coach van een sportteam. Ik ben de coach van het horecateam. De bedrijfsleider Carola is aanvoerder, zij is degene die het team direct aanstuurt. En dat doet zij fan-

‘Gaan we voor de bitterballen of kaviaar?’

tastisch!” Ard roemt Carola om haar flexibiliteit, creativiteit en uithoudingsvermogen. „En natuurlijk niet te vergeten hoe goed ze in staat is zich in te leven in de gasten van het Topsportcentrum.”

HOLLEN OF STILSTAAN

„In de pauze van een wedstrijd leveren wij onze topsport. In een hele korte tijd meer dan driehonderd gasten helpen; dat vergt iets van je organisatie. Dat red je soms niet met het bestaande team.” Hij staat voor een hoog serviceniveau dat zo goed mogelijk aan de verwachtingen van de gast voldoet. Soms betekent dat meer personeel inzetten, meer dan eigenlijk bedrijfsmatig is geoorloofd. „Exceed expectations is het toverwoord...”

WILLERS & MOETERS

Ard onderscheidt zijn gasten bij Time Out in twee groepen: de ‘willers’ en de ‘moeters’. Aan de ‘willers’ is het volgens Ard niet zo moeilijk je producten te verkopen: zij komen net als bij reguliere horecabedrijven vrijwillig iets eten en drinken. „De moeters, dat zijn de sporters en hun publiek, daar ligt onze uitdaging. Zij zijn, bij wijze van spreken, tot ons veroordeeld, ze komen vooral voor de wedstrijd. Tijdens de pauze komen zij misschien wel iets drinken. Horecaverkopen worden dan vooral impulsaankopen. De kunst is om deze gasten tot besteder te maken en het hen naar de zin te maken. Wij proberen gasten te verleiden iets te kopen nuttigen door een warme uitstraling en de geur van bijvoorbeeld versgebakken brood.”

SPEL

„Het is regelmatig voetballen met de keeper achter het doel,” legt Ard beeldend uit. „In deze tijd willen gasten vaak goud ontvangen, maar hebben slechts

budget voor brons. Dat is onmogelijk zou je denken. Hoe kun je dan nog winnen? Het vergt creatief ondernemerschap, een voorbereid team en een goede relatie met leveranciers en overige partijen waar we mee samenwerken. Wekelijks bespreekt Ard met de bedrijfsleider de evenementen die er plaatsvinden. „Gaan we voor de bitterballen of kaviaar?” De bedrijfsleider snapt het spel. „Soms serveren wij broodjes worst, een andere keer staat een pistoletje met gerookte zalm op het menu. De producten stemmen wij bewust af op de behoefte van de doelgroep die op dat moment het Topsportcentrum en dus ook het hart van het centrum, Time Out, gaat bezoeken.”

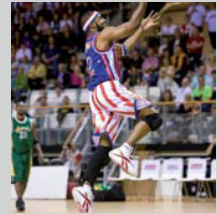
SAMEN WINNEN

„Het tweeënhalfjarig huwelijk met Topsportcentrum Almere is net een gewoon huwelijk; je moet aan de relatie blijven werken. Inmiddels raken we steeds beter op elkaar ingespeeld. Wij kunnen niet afzonderlijk van elkaar opereren. Overleg en écht samenwerken is noodzakelijk. Dat verwacht en eis ik ook van onze medewerkers en leveranciers, ik wil dat ze meedenken. Soms winnen we samen, soms verliezen we. Van belang is dat we één team zijn dat echt wil investeren in de relatie. Ik ga niet shoppen wanneer de appels bij een andere leverancier goedkoper zijn: daar win je op de langere termijn niets mee. De korte termijn kent alleen verliezers. Ons doel is: samen winnen! Door te leven en te laten leven.”



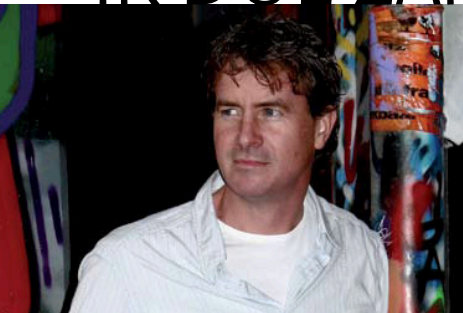
Time Out sportsbar & events, Almere
(036) 5486870
ard@timeouthoreca.nl
www.timeouthoreca.nl

TIME OUT



Ard Hopstaken: „Ons doel is samen winnen! Dat vergt creatief ondernemerschap, een voorbereid team en een goede relatie met leveranciers en overige partijen waarmee we samenwerken.”

IK DOF ZAKEN MET...



Ard Hopstaken doet zaken met leveranciers die flexibel zijn en bereid zijn om mee te denken. „Ik wil een langdurige relatie met ze opbouwen. Pas dan kun je echt iets voor elkaar betekenen.“



TIME OUT

Horecabedrijf Time Out is gevestigd binnen de muren van het nieuwe multifunctionele Topsportcentrum in Almere. Onder het genot van een lekker drankje kun je vanaf hier de inspanningen van de sporters goed volgen. „De rol die ik bij Time Out vervul is te vergelijken met die van een technisch directeur en coach van een sportteam.“

BAZAR COFFEE & TEA



DUURZAAM

„Gasten willen tegenwoordig een verhaal bij de koffie die ze drinken. Alleen genieten van de geur, smaak en kleur van koffie is niet meer genoeg.“ Sabine Poulich weet wat belangrijk is voor horecaondernemers en gasten die horecabedrijven bezoeken. Ze speelt er handig op in. „Er zijn verschillende manieren om koffie te drinken. Denk bijvoorbeeld aan een sterke espresso, een latte macchiato, een prachtige cappuccino. Of lekker lang genieten van een caffè lungo. Voor elk moment van de dag en voor elke koffievriant heeft Bazar de juiste espressomelange ontwikkeld. De koffie die wij leveren heeft meer te bieden dan alleen een goede smaak. Onze koffie is verbouwd door koffieboeren die voldoen aan een vastgestelde internationale gedragscode, UTZ Certified.“

 www.coffeeandtea.com

CULINAIRE CREATIVITEIT

„Wij zijn in staat in te spelen op bijna alle culinaire wensen van onze relaties en hun gasten. Samen met Time Out zorgen wij er voor dat bij de gast een tevreden gevoel ontstaat,“ vertelt Jan van de Meer. „Echt meedenken met relaties; dat is wat de creatieve culinaire medewerkers dagelijks doen. Bijna alles is mogelijk: grote getallen hebben geen invloed op de kwaliteit van de producten, het blijft 'gewoon' goed. Onze actuele kennis zorgt ervoor dat we meevaren op innovaties en trends die de markt van ons vraagt. Op elke culinaire vraag hebben wij een creatieve oplossing. Door korte communicatielijnen zijn wij in staat om flexibel te reageren.“



Hierdoor is Food Facilities geen gewone leverancier, maar een partner op culinair niveau.“

 www.foodfacilities.nl

FOOD & FACILITIES

GASTVRIJHEID

„Start je carrière in de gastvrijheidsbranche en word een topmanager! Dat is het motto van Mise en Place. De basisvaardigheden en competenties van een topmanager komen overeen met de ervaring die onze mensen op doen tijdens het werken in deze branche.“ Enthousiast vertelt Sam de Geus dat je als student of tijdelijke kracht dankzij Mise en Place heel wat kunt bereiken.



Waar exclusiviteit, gastvrijheid en beleving samenkomen, is vaak ook het internationale personeelsbureau te vinden. „Mise en Place heeft de leukste bijbanen in de wereld van horeca en evenementen. Personeel op oproepbasis moet flexibel en gastvrij zijn. Dat is de basis. Elke situatie is anders en opdrachtgevers verwachten topprestaties van de tijdelijke krachten. Deze verwachting is onze doelstelling en die past uitstekend bij die van Time Out.“

 www.miseenplace.eu

MISE EN PLACE

PERIER'S VLEESBEDRIJF

KWALITEIT

„Wij bieden onze klanten een ruime keuze aan kwaliteitsproducten, eigenlijk veel te veel om op te noemen,“ vertelt Buffy Perier van het familiebedrijf dat al sinds 1971 bestaat. Perier's Vleesbedrijf werkt, om een voorbeeld te noemen, met o.a. Angus, Hereford, Sebu en Branco runderen uit Zuid-Amerika. Groeihormonen zijn absoluut uit den boze; alles is 100% puur natuur! De hygiëne-eisen zijn extreem hoog. Het vlees wordt niet ingevroren maar gaat vacuüm verpakt op transport, hierdoor kan het vlees rijpen en wordt het nog malser. Bij aankomst heeft het vlees een houdbaarheid van ongeveer drie maanden. „Wij denken vanuit de behoefte van de klant en spelen in op de technische en maatschappelijke veranderingen. Kwaliteit, flexibiliteit, persoonlijk contact en service; dat vinden wij belangrijk.“

 www.perier.nl



SLIGRO

PROFESSIEEEL

„Wat voor evenement Time Out ook organiseert, de belangrijkste doelstelling is dat de gast het naar zijn zin heeft en met een goed gevoel op het evenement terugkijkt. Sligro ondersteunt graag. Wij hebben jarenlange ervaring in het ondersteunen en organiseren van evenementen,“ aldus Aat de Vries van Sligro.



Sligro weet als geen ander dat de kwaliteit van vele aspecten, waaronder goed eten en drinken, het succes van een evenement bepalen. „Kwaliteit kost geen geld. Slechte kwaliteit wel“: dat is al jaren ons motto. Het aangekochte of geleverde product moet aan alle verwachtingen en doelstellingen voldoen, het moet bruikbaar zijn. Sligro staat bekend als 'Foodprofessional bij uitstek', een groothandel die gaat voor kwaliteit. En dus niet alleen in het leveren van producten.“

 www.sligro.nl

HÉMAN



BETROUWBAAR

Sinds jaar en dag geldt bij Héman maar één simpele lijfspreuk: 'Kwaliteit is onze basis'. „Wij staan in voor onze verhuurde artikelen en een snelle levering. Ons verhuurbedrijf is opgericht begin vorige eeuw en staat voor betrouwbaarheid en service,“ aldus John Heeroma van Héman. Héman verhuurservice levert voor verschillende activiteiten door het hele land, en is een begrip in de Nederlandse evenementenwereld. Het voortdurend werken aan een kwalitatief hoogwaardig product is de waarborg voor continuïteit en groei. „We kunnen dan ook rustig zeggen: to be continued. Wij zijn de professionals achter de schermen,“ vertelt John, die naast Time Out ook bijvoorbeeld Hermitage Amsterdam/Café-restaurant Neva en de RAI Amsterdam in zijn klantenbestand heeft staan.

 www.heman.nl