



PERSONEELSTEKORT IN DE HORECA

WAT ZIJN DE OPLOSSINGEN?

Dit is een gratis e-book en manual geschreven voor Nederlandse en Belgische horecaondernemers die anno 2022 te kampen hebben met personeelstekorten in de Foodservice. In contrast met nieuwsartikelen leggen wij niet alleen het probleem uit, maar geven ook realistische oplossingen.

Bart Mentink – LA Streetfood
13-06-2022

Inhoud

1. Inleiding	2
2. Personeelstekort	3
2.1 Hoe zijn de personeelstekorten ontstaan?.....	3
2.2 Mogelijke economische effecten van het personeelstekort?	5
2.3 Hoelang zal deze situatie duren?.....	6
3. De oplossingen	7
3.1 Menukaart.....	7
3.2 Personeelsbeleid.....	9
3.3 Concept.....	9
3.4 Apparatuur	14
3.5 Beloning	15
3.6 Hoe kunnen wij je verder helpen?.....	17

Lees dit E-book helemaal, of ga direct naar het onderwerp dat het beste aansluit bij jouw situatie!

1. Inleiding

Nog nooit eerder hebben we in West-Europa zo'n groot tekort ervaren aan personeel.

Elk bedrijf, elke instelling en zelfs de overheid worstelt met de vraag:

Hoe kom ik aan de juiste mensen?

Een paar jaar geleden was de grootste zorg van een horeca ondernemer om een succesvol concept te creëren waar genoeg gasten op af zouden komen. Maar dat is nu even je minste zorg. Want de Nederlanders en de Belgen willen tegenwoordig heel graag en vaak uit eten.

Hoeveel zou je wel niet kunnen verdienen, als je elke dag de gehele dag open zou kunnen zijn?

Met een vol terras, volle zaak, lunch, diner en borrel, 7 dagen in de week lekker knallen.

Dat zou tot ongekende resultaten leiden, toch!

In dit E-book kijken we naar twee zaken:

- Hoe is het personeelstekort ontstaan?
- En wat zijn oplossingen voor jou?

Ik weet 100% zeker dat dit E-book je nieuwe inzichten zal geven, waarmee jij een stuk van jouw probleem kunt oplossen!

Wij hebben niet alle oplossingen uit dit E-book zelf bedacht. Wij spreken jaarlijks met duizenden horeca ondernemers en hun beste tips hebben wij in dit E-Book verwerkt!

En wees niet bang. Dit E-Book is geen reclame boek.

Natuurlijk gebruiken wij in de voorbeelden onze eigen producten. Die kennen we natuurlijk het beste en we zijn overtuigd van de kwaliteit ervan. Maar als jij een ander horecaconcept hebt, waarin onze producten niet passen, dan is het niet moeilijk om het principe te begrijpen en toe te passen in jouw bedrijf.

In dit E-book zitten ongetwijfeld tips, waarmee je een paar stappen gaat maken!

Zet hem op!

En veel leesplezier,

Bart Mentink – LA Streetfood – zomer 2022



2. Personeelstekort

2.1 Hoe zijn de personeelstekorten ontstaan?

Dit is één van de meest gehoorde vragen van dit moment.

‘Waar zijn al die mensen gebleven? Hoe heeft dit kunnen ontstaan?’

En niet alleen de horeca zit met personeelstekorten. Ook Schiphol, ProRail, aannemers, ziekenhuizen, het leger, bouw- en installatiebedrijven en IT-bedrijven hebben nu grote problemen.

Het is belangrijk dat we begrijpen hoe deze situatie is ontstaan. Zo kunnen we namelijk een inschatting maken hoe lang dit nog gaat duren en of de gehele situatie in de nabije toekomst überhaupt zal verbeteren.

De personeelstekorten die we nu zien, worden veroorzaakt door de volgende macro-economische en sociaaleconomische trends:

1. De situatie voor Corona

Er was al een flink personeelstekort vóór de Corona Crisis. Door alles wat er gebeurd is in de afgelopen jaren (denk aan de lockdowns, Corona, oorlog en prijsstijgingen) zijn we het misschien vergeten. Eén van de grootste problemen in 2019 was het personeelstekort. Het was nog niet zo heftig als nu, maar er was zeker spanning op de arbeidsmarkt.

In 2019 waren er voor elke 100 vacatures slechts 93 werkzoekenden. Toen was er al een chronisch tekort dat leidde tot een historisch laag werkloosheid percentage. Het grote verschil met nu is, dat de meeste restaurants toen een goed team hadden opgebouwd met werknemers die al jarenlang bij hen werkten.

Maar het personeelsbestand van de gemiddelde horeca ondernemer is door de lockdowns behoorlijk uitgedund. En in een markt van krapte is het dan moeilijk om nieuwe mensen te vinden.

2. De uitloop tijdens Corona

Tijdens de Corona Crisis zijn veel mensen uit de horeca iets anders gaan doen. De grootste groepen collega's zijn verdwenen naar de GGD, distributiecentra, beveiliging en nieuwe marktpartijen zoals Flink en PicNic. Anderen hebben zich echt om laten scholen naar bijvoorbeeld de Zorg. Al deze branches hebben helaas specifieke voordelen ten opzichte van de horeca. Meestal verdienen de medewerkers er meer, er is meer vrije tijd en meer vrije avonden en weekenden.

3. De combinatie van vergrijzing en nieuwe aanwas

Alle vakmensen zoals koks, eigenaren en sommeliers zijn sinds de Corona periode ook weer 2-3 jaar ouder geworden, waardoor er een flink aantal gestopt zijn. Misschien zijn ze niet allemaal met pensioen gegaan, maar veel mensen kiezen er voor om op een bepaalde leeftijd de horeca te verlaten omdat het lichamelijke te zwaar wordt.

Maar de toestroom van nieuwe horecatalenten is minder geweest, doordat minder jonge mensen (studenten bijvoorbeeld) de laatste 2 jaar zijn gestart in de horeca. Studenten zijn meer thuis blijven wonen, want er was toch weinig te beleven in de studentensteden. En een bijverdienste zochten ze natuurlijk niet in de horeca, want naast bezorger, kon je er weinig doen. Daardoor missen we 2 jaar nieuwe aanwas van jonge talenten.

4. Het imago van een vak en ambacht

Jongeren studeren langer door en vaak halen ze hun neus op voor een klassieke vakopleiding, zoals de Middelbare Hotelschool. Had je in mijn tijd nog respect voor een leerling die koos voor een vakopleiding zoals de LTS of de Middelbare Hotelschool, tegenwoordig lijkt elke jongere te willen studeren om helder zicht te houden op een carrière in de IT of dienstverlening. Toonaangevende boeken zoals '4 Hour Work Week' geven jongeren sowieso het idee dat je een 'loser' bent als je met hard werken een vak uitoefent.

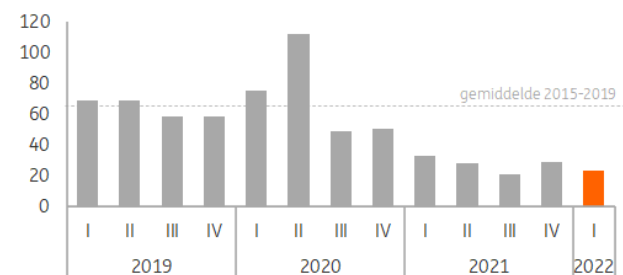
De illusie bestaat dat je een maand salaris, binnen een dag met crypto's of eft's bij elkaar kunt verdienen (of dit nou zo'n betrouwbaar model is, daar ga ik in dit E-book maar niet op in 😊). Maar het is wel een feit, dat het imago van een fulltime horeca medewerker onder druk staat.

5. Te weinig faillissementen door de Corona steun.

Begrijp me goed, het is 100% terecht dat het gehele bedrijfsleven flink gesteund is tijdens de Corona crisis. Maar één van de gevolgen is wel, dat er nog nooit zo weinig faillissementen zijn geweest als de afgelopen periode. En hoewel achter elk faillissement een groot persoonlijk drama schuilt, is het wel een gezond economisch verschijnsel. Op dit moment bestaan er bedrijven die er eigenlijk niet meer levensvatbaar zijn (zogenaamde spookbedrijven), maar door de Corona steun in leven zijn gehouden. Heel mooi natuurlijk, maar daar werken wel medewerkers, die niet bij jou aan de slag gaan.

Het aantal horecazaken dat failliet gaat lag begin 2022 nog altijd op een extreem laag niveau

Aantal faillissementen in de horeca, per kwartaal



Bron: CBS, bewerking ING Research

6. Kortstondige oververhitting van de economie na 2 jaar van stilstand

De vraag naar diensten en producten is na de afgelopen 2 jaar zo extreem aangetrokken dat er overall grote tekorten ontstaan. Het steeds rennen en weer stilstand brengt altijd extremen met zich mee. Vergelijk het als je op de snelweg in een colonne rijdt van bijvoorbeeld 10 auto's. De voorste auto zal soms heel zachtjes remmen of juist optrekken. De achterste auto moet steeds enorm veel gas geven of vol op de rem om mee te kunnen komen.

Hetzelfde werkt het met de economie. In deze periode moeten we dus heel veel gas geven... Er zijn daardoor nu meer mensen nodig, dan dat er te vinden zijn. Dus ontstaan er tekorten aan producten en aan werknemers.

2.2 Mogelijke economische effecten van het personeelstekort?

Nu we de oorzaken van het personeelstekort inzichtelijk hebben, is het goed om te kijken naar de mogelijke gevolgen voor de economie.

Iedereen kent de wet van vraag en aanbod. Er is nu veel vraag naar personeel, dus stijgt de prijs. En de prijs die we voor personeel betalen is natuurlijk het salaris. Dus de salarissen stijgen.

In de horeca vindt nu ook de klassieke 'loon-prijs spiraal' plaats. Personeel is moeilijk te vinden en de mensen die je kunt krijgen, willen flink meer verdienen. De lonen stijgen en de horeca ondernemers hebben geen andere keuze dan de prijzen van de menukaarten te laten stijgen. Dus dat zie je nu gewoon gebeuren.

Op welk terras je nu ook zit, je betaalt meer voor je biertje of broodje dan dat je gewend bent.

En dat is ook heel goed verdedigbaar. Een horeca ondernemer heeft simpelweg geen andere keuze dan de verkoopprijzen te verhogen. De loonkosten gaan omhoog, de producten worden duurder en de meeste ondernemers hebben hun financiële reserves zien verminderen. Dus moeten de prijzen omhoog.

Niet alleen de horeca ondernemers worden gedwongen om hun prijzen te laten stijgen. Het vindt plaats in vele productgroepen en branches. Hierdoor kan de consument minder kopen voor zijn salaris. Dit noemen we inflatie, oftewel waardevermindering van het geld.

Een beetje inflatie kan natuurlijk geen kwaad, en is zelfs één de doelstelling van het Europese beleid. Maar zodra het te hard gaat (zoals nu het geval is), willen de regeringen de inflatie onder controle krijgen.

En dat doen ze door rentestijgingen. Daarmee remmen ze de groei van de economie omdat wij, als ondernemers, dan meer gaan betalen voor geleend geld (voor hypotheek en investeringen bijvoorbeeld). Hierdoor ondernemen wij iets voorzigtiger, dus remt het de groei.

Het idee is dat in een afremmende economie of een recessie, de groei van bedrijven minder is. En hierdoor zal er ook minder vraag zijn naar personeel. Daarnaast groeit de werkbereidheid tijdens economische tegenwind, waardoor de mensen meer uren willen maken.



2.3 Hoelang zal deze situatie duren?

Als je de oorzaken van het personeelstekort (1.1.) en de mogelijke economische gevolgen (1.2) ervan leest, begrijp je dat dit niet op korte termijn oplost. Hier zitten we nog wel even in met z'n allen.

Dus de belangrijkste vraag is, hoe een zelfstandige horeca ondernemer zich aan deze situatie moet aanpassen en kan werken aan een duurzaam 'business model'.

Misschien ben je nu aan het 'overleven' met jouw bedrijf en leef je echt van dag naar dag. Je hebt daardoor niet de focus om je goed aan te passen aan deze nieuwe werkelijkheid. In dat geval ben ik blij dat je nu dit E-book leest, want het zal een mooi handvat zijn om vanaf vandaag alvast wat stappen in de goede richting te zetten.

Het kan ook zijn, dat je al wat verder bent. Dan heb je al een paar goede aanpassingen gedaan en doe je het op dit punt misschien al beter dan jouw concurrentie. Ook dan zul je veel aan het tweede deel van dit E-book hebben. Zie het dan als een mooie checklist waarmee je kan toetsen of je aan de juiste knoppen hebt gedraaid!

De oplossingen die hierna aan bod komen, zijn onderverdeeld in de volgende onderwerpen:

2.1 Menukaart

2.2 Personeelsbeleid

2.3 Concept

2.4 Apparatuur

2.5 Beloning

3. De oplossingen

3.1 Menukaart

De menukaart is het snelste middel om direct al een groot stuk van jouw probleem op te lossen. Ik weet zeker dat je in de afgelopen maanden al de nodige aanpassingen hebt doorgevoerd. In deze paragraaf vind je een checklist met tips die wij uit de markt, dus bij jouw collega's hebben opgehaald. Loop je ze even na, om te controleren of je overal aan hebt gedacht?

Checklist menukaart:

Halveer je menukaart

Het doet pijn, maar neem tijdelijk afscheid van 50% van je gerechten.

Het lastigste is natuurlijk om te bepalen welke je op de menukaart moet laten staan...

Zorg dat je hardlopende gerechten blijft aanbieden in elke productgroep van de 3-eenheid:

1. Comfort Food (ongezond lekker eten wat we gemist hebben)
2. Healthy Food (de kilo's er af)
3. Vegan Food (bewustzijn, minder prijsstijgingen)

Het één-middagcriterium

Werk met het volgende principe: als een werkplek voor een allround-horecamedewerker na een korte inwerkperiode nog steeds te ingewikkeld is, moet je de gerechten direct versimpelen. Ga terug naar de essentie van een gerecht en tel het aantal bordhandelingen. Less is more.

De grote uitdaging van deze stap is, dat jouw gerechten niet te simpel moeten overkomen voor de gast. Dan is het niet meer de moeite voor de gasten om naar jouw restaurant te komen. Een burger of hotdog kan natuurlijk iedereen na een korte training maken. Maar als je ervoor zorgt dat elke component een geweldige en onderscheidende kwaliteit heeft, is elke gast onder de indruk van het eindresultaat. Maak bijvoorbeeld een chefwaardige 'signature burger' met onderdelen die zorgvuldig uitgekozen en op elkaar afgestemd zijn. Wij helpen je hier graag mee.



Maak het verschil met toppings

Een kleine kaart is de makkelijkste weg om het tekort aan koks op te lossen, maar hoe zorg je ervoor dat een kleinere menukaart na verloop van tijd niet gaat vervelen voor jouw restaurantgasten en je zo uiteindelijk juist minder resultaat maakt?

Toppings zijn een belangrijk deel van de oplossing. Door hetzelfde product met meerdere combinaties van toppings aan te bieden, creëer je snel een interessante menukaart, die toch eenvoudig en snel werkt.

Bij LA Streetfood weten we bijvoorbeeld veel over de diverse toppings van burgers, hotdogs, tacos en nachos en die informatie delen we graag met je. Maar hetzelfde principe is toepasbaar voor pasta-, steak- en visrestaurants.

Verschuif de bereiding naar de producent

Maak je nog steeds zelf je eigen barbecuesaus, pulled pork, stoofvlees of guacamole? Moet je deze tijd eigenlijk niet besteden aan training en coaching van je onervaren keuken medewerkers? Zijn jouw cheesecakes echt zo veel beter? Zijn ze ook zo goed als je zelf een dag niet in de keuken staat?

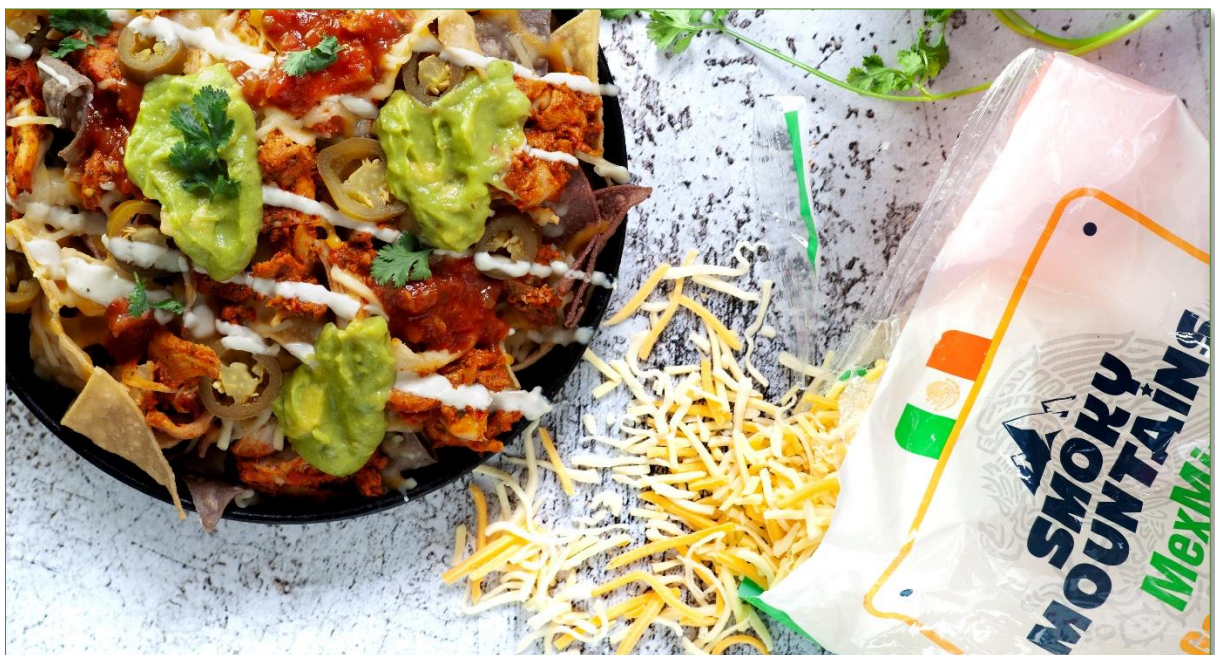
Overweeg hoogstaande kant-en-klare producten. We helpen je er graag mee.

Gebruik vergevingsgezinde producten

Het verschil tussen een nieuwe kok en een ervaren rot in het vak is naast productkennis, vaak het gevoel voor timing. Om de nieuwe kok toch een eerlijke kans te geven, moet je op zoek gaan naar vergevingsgezinde producten.

Neem bijvoorbeeld kaas die over [nachochips](#) wordt gestrooid voordat deze in de oven wordt geschoven. Als dit een gewone pizzatopping of een normale kaasmix is, dan droogt deze vaak uit als deze net iets te lang in de oven zit. Dan is de [MexMix kaasmix](#) die je iets langer in de oven kunt laten zitten, een goede oplossing.

Welke gerechten geeft jouw keukenteam in de drukte soms te rauw, te droog of te doorbakken mee en hoe kun je dit oplossen? We helpen je er graag mee!



Hardlopers op het menu moeten eenvoudig vegetarisch te maken zijn

Steeds meer mensen willen niet meer elke dag vlees eten. Natuurlijk speel je hierop in als horecaondernemer. Probeer, om het simpel te houden voor de gast en de koks, om een paar hardlopers op de menukaart zowel in vegetarisch als in vlees uit te voeren.

Conclusie:

- ✓ Het ontwerpen van de menukaart is één van de snelste en meest efficiënte manieren om de druk van de keuken te halen, en de processen snel en simpel te laten verlopen.
- ✓ Om de beleving voor de gast optimaal te houden, is het belangrijk dat je unieke en onderscheidende topproducten gebruikt, waardoor je toch het wauw-effect creëert.

Ga daarnaar op zoek, en als je iets doet met hamburgers, hotdogs, nachos, tacos, quesadillas of tosti's, [schakel dan onze hulp in en plan een vrijblijvende afspraak.](#)

3.2 Personeelsbeleid

De hele visie over horecapersoneel moet op de schop.

Mijn stelling is: jouw medewerkers zijn jouw allerbelangrijkste doelgroep.

Niemand blijft bij een bedrijf werken als de sfeer onprettig is. Hoe hoog het uurloon ook is.

Jouw medewerkers zijn mensen, die er voor kiezen een deel van hun leven bij jou door te brengen. Dat is eigenlijk heel bijzonder. Dat is een heel groot compliment. En een blijk van vertrouwen.

Hoe ga je daar mee om?

Ik weet zeker dat je vaak nadenkt over de beleving die jouw gasten ervaren als ze bij jou komen eten.

- Maar wat is eigenlijk de beleving die jouw medewerkers gaan ervaren in de komende jaren?
- Welk proces gaan ze door binnen jouw organisatie?
- Met welke bijzondere momenten?
- Wat is het stappenplan?
- In hoeverre loopt dat parallel met hun persoonlijke doelen?
- Hoe wordt het gevierd als iemand een stap heeft gemaakt?
- Waarom is het cool om bij jouw team te horen?

3.3 Concept

Even een ongemakkelijke waarheid.

We hebben in de horeca te veel stil gestaan in de ontwikkeling van het restaurant-concept.

En dat klinkt raar in een branche waar elke dag vernieuwende en hippe formules worden gelanceerd. Waarin de ene zaak er nog gaver uitziet dan de andere. Maar dat is niet wat ik bedoel. Dat is de voorkant van het concept. Het deel wat de gasten ervaren. Mij gaat het om de andere kant.

Want eigenlijk moet je wel gek zijn om in de horeca te werken. En ik mag het zeggen, want ik heb er zelf altijd gewerkt. Het was mijn passie. Wat is er gaver dan met een team onder hoge druk een topprestatie neerzetten. Lol maken, hard werken, gasten vermaken en gezellige naborrels met je collega's. Perfect toch?

Maar wat neem je allemaal op de koop toe als je in een gemiddeld horecabedrijf werkt?

Dit zijn volgens onderzoek de meest gehoorde kritieken van medewerkers:

- We verdienen in de horeca niet veel
- We werken te veel uur
- We werken wanneer anderen vrij zijn
- Ons werk heeft vaak geen aanzien in de maatschappij, het is meer een bijbaan
- Onze werkomstandigheden zijn zwaar: extreme hitte, gladde vloeren, herrie van afzuigers en apparatuur
- Onze doorgroeimogelijkheden zijn beperkt, er is een plafond
- We werken niet voor een doel of een missie

Toen ik dit voor de eerste keer las, schrok ik van het lijstje...

Om dit te doorbreken, moeten we kritisch kijken naar ons concept.

Bij het ontwerp van een concept moeten we twee doelgroepen in het oog houden.

1. De medewerker

2. De gast

In die volgorde.

Het doel is om met minder mensen meer omzet te maken.

Want dan kun je de mensen die je nodig hebt, beter belonen.

Ik daag je uit om vanaf een afstand naar jouw horecaconcept te kijken en jezelf eerlijk een paar vragen te stellen. En kijk niet of het nu direct al mogelijk is, sommige aanpassingen duren misschien langer. Het gaat om de gedachten-oefening en om een denkproces bij jou op gang te brengen.

1. Wat kun je de gasten zelf laten doen?

Ken je de Duitse pizza en pasta formule Vapiano's? Als je het nog niet kent, moet je het zeker een keer meemaken. En dan gaat het mij niet om de inrichting of de kwaliteit van de pasta, maar om het concept. Als gast doe je daar bijna al het werk. Je gaat zelf naar de kok toe die een portie verse pasta voor je bereidt. En je loopt zelf naar de bar om je flesje wijn op te halen. En, je kunt er best wel goed eten voor een klein bedrag.

Een ander voorbeeld is natuurlijk La Place. Ik weet niet of het jouw smaak is, maar eerlijk is eerlijk, de kwaliteit van het eten is behoorlijk goed. Je wordt zelf als klant aan het werk gezet: je loopt alle marktkraampjes af om je eten op te halen. En jouw afwas, die breng je zelf (via een transportband) naar de spoelkeuken.



Andere bedrijven kiezen er voor om met een bestel app te werken. Je kent ze wel, zo'n QR-code sticker op tafel waarmee de gast zelf de bestelling kan doorgeven. Het meest gehoorde commentaar vanuit de horeca ondernemer is, dat dit onpersoonlijk is en niet in hun concept past. Maar durf daar eens anders naar te kijken. Als je onderbezet staat in de bediening, en jouw gasten kunnen zowel bij een serveerster en via een app bestellen, dan zijn er toch alleen maar winnaars?

Het personeel dat er staat, heeft juist meer tijd om de drankjes te brengen, en om aandacht te geven en zich als gastheer of -dame op te stellen. Daarnaast loopt alles sneller (ergernis nummer één van de klant is lang wachten op drankjes), en maak je meer omzet. Wil de klant afrekenen omdat hun lunchpauze er bijna op zit, dan kunnen ze dat gewoon aangeven via dezelfde app, zodat je snel en efficiënt de rekening kan brengen.

Maar er zijn veel meer mogelijkheden. Ik heb ooit in een Amerikaanse Bistro gewerkt waar ze een verse salade en soepenbar hadden. Onbeperkt verse groentes, warme broden, huisgemaakte soepen, zat gewoon bij de prijs in. Dat scheelt veel werk! En uiteindelijk scheelt het zelfs in de inkoop, want de meeste mensen pakken echt alleen wat ze willen opeten, waardoor je veel minder 'waste' hebt.

Bij andere formules vragen ze je om zelf je eten op te halen. Je krijgt dan zo'n disc mee, die gaat trillen en geeft licht zodra je gerechten klaar zijn. Ikzelf heb daar, als gast, vaak helemaal geen moeite mee. Het hangt natuurlijk wel een beetje af van het concept, maar bij een lunchroom, of een snelle hap bij een goed strandpaviljoen, vind ik het wel leuk om het zelf het eten op te halen.

2. Wat kun je uitbesteden aan een producent?

Het zit nog zo in ons hoofd. We willen van grondstoffen iets unieks bereiden. Iets wat niemand anders kan. Lekker, op de authentieke wijze. En toegegeven, dat is ook het leukste dat er is. Met jouw keuken brigade, de pannetjes op het vuur, urenlang volgens een strak schema je mise en place draaien. Heerlijk.

Maar eerlijk is eerlijk, voor de gast maakt het vaak niet uit waar het pannetje op het vuur heeft gestaan. Als jij kunt organiseren dat iets volgens jouw receptuur in een kookketel bij jouw slager wordt bereid, en vervolgens per kilo diepvries wordt aangeleverd, is dat natuurlijk ook prima. De gast proeft niet waar de groentes gesneden zijn. En ook niet of jouw patisserie bij jou in de keuken of bij de plaatselijke banketbakker volgens jouw receptuur wordt gebakken.

Dat dit besef steeds meer doorbreekt is duidelijk: bij LA Streetfood zien wij de afgelopen jaren een enorme stijging in de vraag naar onze hoogwaardige convenience producten, zoals onze [lerse Cheese Cakes](#) en vleesbereidingen als: de [Pastrami](#), de [Pulled Pork Carnitas](#), [Pulled Beef Barbacoa](#) en de [Pulled Chicken Tinga](#).



3. Is dit een werkomgeving waar een medewerker trots op kan zijn?

Soms word je er verdrietig van; de keukens waarin koks moeten werken. Weinig licht, vies, slechte apparatuur, bedompt, warm, lawaaierig, geen zonlicht, glad en slechte luchtkwaliteit. Als dit de werkplek is, waarvan je wilt, dat iemand het grootste deel van zijn dag moet doorbrengen.... Dan is daar nog veel winst te behalen.

Het is de bedoeling, dat een medewerker een werkplek heeft, waarop die zo trots kan zijn, dat hij het aan heel zijn familie en vrienden wil laten zien. Bekijk het eens vanuit die kant. En maak kleine stapjes naar een optimale en prettige werkomgeving.

4. Welke extra missie of doel creëer je voor jouw medewerkers?

Kruip eens in de huid van jouw medewerker. Meestal moet hij werken als er feestjes zijn, maar vandaag kon hij vrij zijn. Op het feestje spreekt hij veel mensen, die hij al lang niet heeft gezien. Natuurlijk vraagt iedereen naar zijn werk. Wat vertelt jouw medewerker dan? *'Ik ben kok en ik bereid elk weekend heel veel saté's en biefstukken?'* Of zit er nog een verdieping in zijn verhaal?

De meeste mensen zoeken een groter doel, waarvoor ze zich kunnen inspannen. Waaraan ze zich kunnen verbinden. Misschien zelfs wel een excuus om die extra uren of die weekenddagen te werken.

Dus.... Wat is eigenlijk het grote doel van jouw bedrijf? En welke rol speelt jouw medewerker daar in?

Een paar voorbeelden uit de praktijk van 'grote doelen':

1. Een Visrestaurant kan zich druk maken om de Plastic Soup in de Oceaan en daarom, als signaal, een plasticloos restaurant voeren en dit ook eisen van hun leveranciers. Daarnaast kunnen zij een vast bedrag per couvert doneren aan het opruimen van de Plastic Soup. Hun doel is om lokaal of landelijk aandacht te vragen voor dit wereldwijde probleem en bij te dragen in gedragsverandering van de consument.
2. Een Brasserie kan zich actief inspannen om mensen met afstand van de arbeidsmarkt te betrekken in het arbeidsproces. Wat een prachtig en humaan doel! Het kan gaan om vluchtelingen, mensen met beperkingen, mensen van oudere leeftijd, het maakt niet uit.
3. Een Fastfood bedrijf kan de strijd aangaan tegen overgewicht bij jongeren door gezonde maar gruwelijk lekkere snacks te verkopen. De jeugd heeft de toekomst en hoe bijzonder is het, als je zo kan bijdragen aan een gelukkig leven en een verandering in levensstijl.
4. Een Grand Café op een historisch plein kan zichzelf zien als promotor van een levendige binnenstad en zo het ondernemersklimaat van alle winkeliers en bewoners verbeteren. Een mooie eerste stap zou zijn om een gratis plattgrond van de binnenstad te maken met daarop alle bezienswaardigheden.

Er zijn zo veel doelen voorradig, afhankelijk van jouw interesses: meer vegan tegen de opwarming van de aarde, lokaal en rechtstreeks van de boer kopen zodat deze een eerlijke prijs krijgt, enzovoort.

Het gaat er om, dat er een groter doel hangt aan jouw bedrijfsvoering. Het moet wel oprecht zijn, anders werkt het niet. Het moet om iets gaan wat jou aan het hart gaat. Want jouw team is natuurlijk niet gek. Als jij je inzet voor een beter milieu en je rijdt zelf een benzine slurpende Amerikaanse truck, dan krijg je nooit iemand mee 😊.

Bij LA Streetfood hebben we zo'n doel. Wij willen zelfstandige horeca ondernemers helpen succesvoller te worden. Het liefst doordat zij zich onderscheiden. Dat is de reden dat wij al die unieke producten importeren en de tijd nemen om samen met koks en eigenaars samen te koken en te proeven.

Maar dat is natuurlijk ook de reden dat we dit E-book schrijven. Want als we je zo kunnen helpen, doen we het graag!



3.4 Apparatuur

In de horeca zijn we van oudsher gewend dat we eenvoudig aan nieuwe medewerkers konden komen.

Zo moeilijk was het vroeger niet... Een advertentie, of een rondvraag onder je huidige personeel. Of misschien een foldertje bij een lokale school of opleiding. Een A4-tje op je raam. Een instagram post. En je had zo weer een paar nieuwe collega's.

Deze tijd is natuurlijk voorbij.

Daarom maken we in de horeca nu pas de ontwikkeling door die in andere branches al lang hebben plaatsgevonden. In fabrieken, distributiecentra, kantoren, supermarkten en winkels, overal zie je dat de efficiëntie de afgelopen decennia omhoog is geschoten.

In de horeca in het algemeen niet. De vaste reactie van veel horeca ondernemers of koks is: 'ik wil niet zo'n vreet schuur worden.' Of: 'we zijn hier geen Mac Donalds'. Dat zal allemaal wel zo zijn, maar de systemen van dit soort bedrijven zijn geniaal. Zij zijn daadwerkelijk in staat om met minder (geschoolde) handjes meer omzet te maken en snel op te schakelen.

Een deel van het succes zit in het proces en in de apparatuur. Daar is gewoon heel veel te halen.

Een paar praktijkvoorbeelden:

Wij importeren nu een paar jaar de [Roband Grillstation](#) en de [Roband Bun Toaster](#).

Met deze twee apparaten bak je op dubbele snelheid jouw burgers en toast je in een lopende band je broodjes. Zowel de burgers als de buns hoef je niet meer in de gaten te houden. Want op de Grill station zit een timer en de buns komen uit de Toaster op het moment dat ze klaar zijn.

Dus één onervaren medewerker kan met deze twee apparaten hetzelfde als twee koks met normale keukenapparatuur. Wil je deze apparatuur eens testen bij jou op de zaak? [Laat het ons weten](#), en we organiseren een gratis proefplaatsing van een week.



Maar er zijn veel meer aanbieders van innovatieve apparatuur. Ik weet niet of je ooit van Alto-Shaam hebt gehoord? Ik wou dat ik als kok en horeca ondernemer hun apparatuur had gehad. Dat had me zo veel stress, klachten en loonkosten bespaard!

Hun bekendste artikel is de warmhoudlade, waar je bijvoorbeeld rood gegrilde steaks en biefstukken 2 uur in kunt bewaren, om ze vervolgens 1 minuut af te grillen.

Maar ook een spare-rib, vis of kip is op deze wijze eenvoudig warm te houden, zonder dat het uitdroogt. Je gelooft het pas als je het proeft, maar dat is gelukkig heel eenvoudig. Alto-Shaam organiseert maandelijks gratis workshops, waar je jezelf gewoon voor kunt aanmelden! Als je enigszins serieus bent om je koksprobleem op te lossen, moet je dit gewoon doen, zodat je weet wat er speelt. Er gaat een wereld voor je open!

Klik [hier](#) om je aan te melden!

Een andere ondernemer die adviseert in de toepassing van innovatieve apparatuur, is Cuisine Corné. Heb je bijvoorbeeld ooit gehoord van een koele keuken zonder afzuiger met een goede luchtkwaliteit?

Dat scheelt veel geluid, elektriciteit en gedoe met omwonenden! Maar belangrijker nog: het creëert vooral een werkplek waar mensen graag willen werken.

Corné heeft een paar geweldige oplossingen in zijn assortiment zoals een afgesloten frituur, ovens waarin je steaks kunt bakken en houtskoolgrills waarin je jouw handen niet verbrandt.

Als je echt geïnteresseerd bent om op termijn een unieke en efficiënte werkplek voor jouw koks te creëren, dan zou ik zeker vrijblijvend contact opnemen met Corné! Klik [hier](#) en neem contact op!

3.5 Beloning

Het CBS heeft de Nederlandse economie onderverdeeld in 20 bedrijfstakken. Van al deze bedrijfstakken hebben zij het gemiddeld uurloon onderzocht. En je raadt het al, de horeca stond op nummer 20.

Dus: voor het zware werk in de keukens, op gladde vloeren, in stress, in warmte, gedurende de weekenden en de avonden, betalen wij onze mensen slechter dan andere branches.

Het klinkt zo eenvoudig: Als je betere mensen wilt, dan moet je ze meer betalen.

If you pay peanuts, you get monkeys.

Maar zo simpel is het natuurlijk niet.

Want het verdienmodel van de horeca ondernemer staat onder druk.

Omzet	100%
Inkoopwaarde	30% tot 36% afhankelijk van het concept
Lonen	33% tot 38% afhankelijk van het concept
Kosten	27% tot 30% afhankelijk van het concept

Door alle prijsstijgingen stijgt het inkooppercentage en door het tekort aan personeel stijgen de loonkosten. Dus als de horeca ondernemer niet heel goed oplet, is er helemaal geen verdienmodel meer. En dat is vervelend, want de reserves van veel ondernemers zijn ook opgedroogd door de lockdowns.

Toch willen we als werkgevers in de horeca concurreren met andere bedrijfstakken.

De enige oplossing voor wat betreft het uurloon, is door met minder mensen meer omzet te maken. Want als je minder mensen nodig hebt, ben je zeker in staat om hen meer te betalen.

In dit E-Book staan veel praktische oplossingen hoe je de efficiency verhoogt, zodat je het loonbudget kunt verdelen over minder mensen. In de vorige paragrafen over apparatuur, het concept en de menukaart staan veel tips om de efficiëntie in jouw restaurant te verhogen. Wat een goed uurloon is, hangt af van de leeftijd, de functie en in welk deel van het land jouw bedrijf zich bevindt. Uurlonen van € 14,- tot € 21,- zijn heel gewoon.

Maar wat kun je financieel nog meer doen, naast een hoger uurloon?

Deze oplossingen hebben wij in de markt opgehaald:

- Een zomerbonus voor als je bijna de hele zomer werkt
- Een dertiende maand voor iedereen die aan het einde van het jaar nog in dienst is
- Een bonusregeling bij het behalen van een vooropgesteld doel
- Uitzicht op een salarisverhoging zodra bepaalde vaardigheden zijn behaald
- 38 uur werken in een 4-daagse werkweek, zodat het weekend 3 dagen duurt
- Een fiets of scooter van de zaak
- Een studiereis naar een ander land (afhankelijk van je concept naar een wijngebied, citytrip naar London of Italiaans eten in Rome)



3.6 Hoe kunnen wij je verder helpen?

Ik weet zeker dat er in dit E-Book handvaten staan, waarmee je vandaag nog aan de slag kunt. Of andere onderwerpen zul je misschien wat langer nadenken en daar maak je misschien de komende jaren de juiste beslissingen in die goed bij jouw bedrijf passen.

Heb je nog een specifieke uitdaging of vraag, dan staan we voor je klaar natuurlijk. Deel jouw vraag met ons, en wij voorzien je graag van bijpassende oplossingen en samples.

Email: info@la-streetfood.com, Telefoon: +31 570 763 111



Arno Portegies
Culinary specialist

mobile: +31 (0)68 448 05 05
arno@latin-americanfood.nl



Bart Mentink
Sales projects

mobile: +31 (0)61 308 46 18
bart@latin-americanfood.nl



Jolien Huurdeman
Sales NL: Friesland, Groningen,
Drenthe en Flevoland

mobile: +31 (0)62 932 15 09
jolien@latin-americanfood.nl



Giulian van Zwieten
Sales NL: Overijssel en Gelderland

mobile: +31 (0)62 932 14 29
giulian@latin-americanfood.nl



Cengiz Degirmenci
Sales NL: Noord- en Zuid-Holland,
Utrecht en Flevoland

mobile: +31 (0)61 184 72 56
cengiz@latin-americanfood.nl



Tom Sprengers
Sales NL: Brabant, Limburg en
Zeeland

mobile: +31 (0)61 148 78 72
toms@latin-americanfood.nl



Jurgen Mertens
Sales België

mobile: +32 (0)468 432 288
jurgen@latin-americanfood.nl



Lawrence van Wallegem
Sales BE: Oost- en West Vlaanderen

mobile: +32 (0)469 116 624
lawrence@latin-americanfood.nl



Carlien Noppers
Event coördinator & sales support

mobile: +31 61 178 63 76
carlien@latin-americanfood.nl