

# MEEWERKEN IN HET RESTAURANT



**Theorieboek**

**Serienummer:**

**Licentie**

Voor het activeren van deze licentie kijk je op de volgende pagina.

**Te activeren tot:**

# INLOGGEN OP DE METHODESITE

Voor in dit boek vind je de licentie voor de methodesite van Tendens Ondernemer horeca: [www.tendens-oh.nl](http://www.tendens-oh.nl). Op deze methodesite vind je video's en aanvullende bronnen ter ondersteuning van de theorie.

## **Beschrijving inlogproces**

Als je voor het eerst wilt inloggen op de methodesite, moet je eerst de licentie activeren. Deze licentie vind je voor in het boek. De licentie is 24 maanden geldig vanaf het moment waarop je deze hebt geactiveerd.

### *Hoe moet je de licentie activeren?*

- Open je browser en ga naar [www.edu-actief.nl/licentie](http://www.edu-actief.nl/licentie).
- Hier vind je een video over hoe je je licentie kunt activeren. Bekijk deze.
- Volg de stappen om je licentie te activeren.
- Met behulp van je gebruikersnaam en wachtwoord kun je vervolgens inloggen op de methodesite [www.tendens-oh.nl](http://www.tendens-oh.nl).

---

### WERKEN MET [WWW.TENDENS-OH.NL](http://WWW.TENDENS-OH.NL)

Wanneer je wordt verwezen naar een video of andere soort bron op de methodesite, doe je het volgende:

- Ga naar [www.tendens-oh.nl](http://www.tendens-oh.nl).
  - Klik op 'Inloggen student'.
  - Kies de opleiding 'Manager/ondernemer horeca'.
  - Klik op het omslag van 'Theorieboek Meewerken in het restaurant' en vervolgens op 'Editie 2018' om alleen de materialen bij dit theorieboek te zien.
  - Wil je de selectie verder verfijnen, dan kun je dit doen door te filteren op hoofdstuk of bronsoort.
-

# COLOFON

Uitgeverij: Edu'Actief b.v.  
0522-235235  
info@edu-actief.nl  
www.edu-actief.nl

Auteur: Arjen Appel, Hans Veelers

Eindredacteur: Reba de Graaf

Omslagfoto: Erik Karst Fotografie

Afbeeldingen: Bilderberg; DutchScenery/Shutterstock.com; EMGA International; haveeseen/Shutterstock.com; Ivica Drusany/Shutterstock.com; Leemans Fotografie; Martin Good/Shutterstock.com; Ministerie van Infrastructuur en Waterstaat; Ministerie van Volksgezondheid, Welzijn en Sport; Olga Popova/Shutterstock.com; pavel dudek/Shutterstock.com; rocichet/Shutterstock.com; Thomas Cook; urbanbuzz/Shutterstock.com; Verbaal Visuele Communicatie

Titel: Theorieboek Meewerken in het restaurant

ISBN: 978 90 3724 490 8

© Edu'Actief b.v. 2018

Behoudens de in of krachtens de Auteurswet gestelde uitzonderingen mag niets uit deze uitgave worden verveelvoudigd, opgeslagen in een geautomatiseerd gegevensbestand, of openbaar gemaakt, in enige vorm of op enige wijze, hetzij elektronisch, mechanisch, door fotokopieën, opnamen of enige andere manier, zonder voorafgaande schriftelijke toestemming van de uitgever.

Voor zover het maken van reprografische verveelvoudigingen uit deze uitgave is toegestaan op grond van artikel 16h Auteurswet dient men de daarvoor wettelijk verschuldigde vergoedingen te voldoen aan de Stichting Reprorecht ([www.reprorecht.nl](http://www.reprorecht.nl)). Voor het overnemen van gedeelte(n) uit deze uitgave in compilatiewerken op grond van artikel 16 Auteurswet kan men zich wenden tot de Stichting PRO ([www.stichting-pro.nl](http://www.stichting-pro.nl)).

De uitgever heeft ernaar gestreefd de auteursrechten te regelen volgens de wettelijke bepalingen. Degenen die desondanks menen zekere rechten te kunnen doen gelden, kunnen zich alsnog tot de uitgever wenden.

Door het gebruik van deze uitgave verklaart u kennis te hebben genomen van en akkoord te gaan met de specifieke productvoorwaarden en algemene voorwaarden van Edu'Actief, te vinden op [www.edu-actief.nl](http://www.edu-actief.nl).

Met dank aan: Douwe Egberts, Inspectie SZW, [ilovecoffee.jp](http://ilovecoffee.jp), [www.bravilorwinkel.nl](http://www.bravilorwinkel.nl), Rivella AG, [www.vacuvin.nl](http://www.vacuvin.nl), Vangoghvodkagreece, [www.barprofessional.nl](http://www.barprofessional.nl).

# INHOUD

<b>Over dit boek</b>	<b>6</b>
<b>1. Oriëntatie op meewerken in de bediening</b>	<b>7</b>
1.1 De horecasector	8
1.2 Bedrijven en bedrijfsformules	14
1.3 Classificatiesystemen en vakbladen	17
1.4 Restaurantfuncties	21
1.5 Beroepskleding en beroepsuitrusting	23
1.6 Arbeidsomstandigheden	29
1.7 Overleg op de werkplek	33
1.8 Gastensoorten	36
1.9 Hygiënisch werken	41
1.10 Gastgericht werken	47
1.11 Commerciële vaardigheden	62
<b>2. Verrichten van voorbereidende werkzaamheden in de bediening</b>	<b>70</b>
2.1 Indeling van de voorbereidende werkzaamheden	70
2.2 Inrichten van gastenruimten	75
2.3 Opdekken van de tafel	85
2.4 Materialen van het couvert	97
2.5 Poleren van de materialen	110
2.6 Indekken van een couvert	115
2.7 Klaarzetten van warmhoudapparatuur en bereidingsapparatuur	120
2.8 Klaarzetten van audiovisuele apparatuur	123
<b>3. Serveertechnieken en het serveren van alcoholvrije dranken</b>	<b>129</b>
3.1 Draagmethoden	130
3.2 Serveermethoden	136
3.3 Serveren van huishoudelijke dranken	143
3.4 Serveren van alcoholvrije dranken	158
<b>4. Serveren van alcoholhoudende dranken</b>	<b>164</b>
4.1 Serveren van bier	165
4.2 Serveren van wijn	169
4.3 Serveren van zuidwijnen	182
4.4 Serveren van gedistilleerde dranken	182
4.5 Overige bar- en buffetmaterialen	187

<b>5.</b>	<b>Serveren van gerechten en menuleer</b>	<b>191</b>
5.1	Menukaarten	191
5.2	Wat is menuleer?	197
5.3	Samenstellen van een menu	200
5.4	Serveren van gerechten	214
5.5	Serveren van de koffietafel en het ontbijt	218
5.6	Serveren van het diner	221
5.7	Wijn-spijscombinaties en gastronomie	227
5.8	Thee-spijscombinaties en bier-spijscombinaties	234
<b>6.</b>	<b>Uitvoeren van afrondende werkzaamheden</b>	<b>237</b>
6.1	Kassa-apparatuur	237
6.2	Kassa opmaken	240
6.3	Opruimen en schoonmaken van werk- en gastenruimtes	242
6.4	Afvalverwerking en milieuvriendelijk werken	246
6.5	Voorraadbeheer en emballage	252
6.6	Overdracht lopende zaken en afsluiten van het bedrijf	254
<b>7.</b>	<b>Sociale hygiëne</b>	<b>255</b>
7.1	Wat is sociale hygiëne?	255
7.2	Regelhandhaving	258
7.3	Sociale vaardigheden	270
7.4	Gespreksmodellen	293
7.5	Alcohol	316
7.6	Drugs	329
7.7	Tabak	341
7.8	Gokken	346
7.9	Veiligheidsvoorzieningen	350
	<b>Trefwoordenlijst</b>	<b>361</b>

# OVER DIT BOEK

## **Methode Tendens Ondernemer horeca**

Als je eigenaar of bedrijfsleider bent van een horecabedrijf of -vestiging is het belangrijk dat je weet wat er speelt op de werkvloer, dat je de vaktaal spreekt en dat je in de dagelijkse werkzaamheden kunt meewerken. Zo ook in het restaurant. In dit theorieboek leer je meer over het meewerken in het restaurant. Je leert over het verrichten van voorbereidende werkzaamheden, draag- en serveermethoden, het serveren van dranken en gerechten, menuleer en afrondende werkzaamheden. Ook sociale hygiëne komt aan bod.

Het boek *Meewerken in het restaurant* is onderdeel van de methode **Tendens Ondernemer horeca**. Tendens Ondernemer horeca is een mbo-lesmethode gebaseerd op het kwalificatiedossier Ondernemer horeca/bakkerij. Opdrachten worden gepresenteerd in werkboeken en de bijbehorende theorie wordt behandeld in theorieboeken.

### *Indeling van het boek*

In *Meewerken in het restaurant* staat de hotelsector centraal. Dit wordt behandeld in de volgende hoofdstukken:

1. Oriëntatie op meewerken in de bediening
2. Verrichten van voorbereidende werkzaamheden in de bediening
3. Serveertechnieken en het serveren van alcoholvrije dranken
4. Serveren van alcoholhoudende dranken
5. Serveren van gerechten en menuleer
6. Uitvoeren van afrondende werkzaamheden
7. Sociale hygiëne.

### *Combinatie met werkboeken*

Dit theorieboek kan worden gebruikt in combinatie met het volgende werkboek:

- Meewerken in het restaurant.

In het werkboek vind je vragen en opdrachten.

## **Methodesite Tendens Ondernemer horeca**

Wanneer je [www.tendens-oh.nl](http://www.tendens-oh.nl) kunt raadplegen, staat er een pictogram in het theorieboek. Bij dit pictogram lees je welke bron je kunt opzoeken. Je komt in dit boek twee verschillende pictogrammen tegen:



BRON OP [WWW.TENDENS-OH.NL](http://WWW.TENDENS-OH.NL)

Hier lees je welk soort bron je kunt opzoeken en welke dit is.



VIDEO OP [WWW.TENDENS-OH.NL](http://WWW.TENDENS-OH.NL)

Hier lees je welke video je kunt bekijken.

# 1. ORIËNTATIE OP MEEWERKEN IN DE BEDIENING



In bedrijven waar je gasten ontvangt en eten en drinken serveert, kun je in de bediening werken. Het bekendste voorbeeld is het restaurant. Elk restaurant is anders georganiseerd en er zijn verschillende functiebenamingen voor medewerkers in de bediening. Zo kennen we restaurantmanager of maître d'hôtel, sommelier, medewerker bediening of chef de rang.

Een functie heeft verantwoordelijkheden en werkzaamheden. In de bediening heb je veel contact met gasten. Als medewerker kun je inspelen op de verwachtingen en wensen van iedere gast. Een medewerker in de bediening kent ook de hygiëneregels. Ook worden bepaalde vaardigheden verwacht die horen bij het beroep medewerker bediening: de beroepsvaardigheden. Deze vaardigheden moet hij beheersen om het beroep goed uit te kunnen oefenen.

Je leert over de volgende onderwerpen:

- de horecasector
- bedrijven en bedrijfsformules
- classificatiesystemen en vakbladen
- restaurantfuncties
- beroepskleding en beroepsuitrusting
- arbeidsomstandigheden
- overleg op de werkplek
- gastensoorten
- hygiënisch werken
- gastgericht werken
- commerciële vaardigheden.

## 1.1 DE HORECASECTOR

De aanduiding horeca is een afkorting van drie soorten bedrijven. Deze soorten bedrijven vertegenwoordigen samen bijna alle bedrijven die je in de sector tegenkomt. Dit zijn de:

- **H**OTelbedrijven
- **R**Estaurantbedrijven
- **C**Afébedrijven.

Samen vormen ze het woord horeca. Zoals in elke bedrijfstak is er ook in de bedrijfstak horeca sprake van vraag naar producten en aanbod van producten. De vraag komt van de consumenten, in de horeca gasten genoemd. Het aanbod wordt geleverd door de verschillende horecabedrijven.

### 1.1.1 DE HORECA, EEN DYNAMISCHE BEDRIJFSTAK

In totaal werken ruim 330.000 mensen in de horeca. De bedrijfstak horeca is een jonge bedrijfstak. Dat betekent dat er veel jonge mensen werken. Ongeveer 46% van het totaal aantal werknemers is jonger dan 25 jaar. Dit wijkt duidelijk af van de totale beroepsbevolking in Nederland, waar over alle sectoren slechts 15% jonger is dan 25 jaar. Daarnaast wisselen horecamedewerkers regelmatig van baan en wordt er vaak gewerkt met kleine en flexibele arbeidscontracten. Daarom spreken we van een bedrijfstak met een hoge mobiliteit en flexibiliteit.



*In de horeca kom je allerlei soorten bedrijven tegen.*

De horeca is dynamisch, omdat de sector voortdurend in beweging is. Regelmatig ontstaan nieuwe concepten, en trends komen en gaan. Het werken in de horeca heeft dynamiek door de ruime openingstijden en dus veel wisselende diensten. Ook de werkzaamheden zijn afwisselend.

#### **Het horecabedrijf**

Hoe vaak bezoek je een horecabedrijf? Misschien vaker dan je denkt. Want ook de cafetaria op de hoek, de discotheek en de schoolkantine zijn horecabedrijven. Net zoals het sterrenrestaurant en het vijfsterrenhotel. Ook het frisdrankje of biertje tijdens een popconcert in een voetbalstadion of het ijsje van de ijssalon koop je vaak bij een horecaondernemer. Er zijn in totaal bijna vijftigduizend horecabedrijven in Nederland.



### De verschillende sectoren

De Nederlandse horecabedrijven zijn ingedeeld in vijf sectoren:

1. Drankensector
2. Restaurantsector
3. Fastservicesector
4. Hotelsector
5. Partycatering.

Elke sector kent vervolgens weer zogenoemde deelsectoren.

---

De laatste jaren komt het fenomeen blurring steeds vaker voor in de horeca. Blurring is Engels voor wazigheid of vervaging. Met blurring in de horeca bedoelen we dat er bedrijven ontstaan die een combinatie zijn van horeca en detailhandel. Door deze vervaging binnen de horeca is het moeilijk vast te stellen hoeveel horecabedrijven er nu werkelijk zijn en in binnen welke sectoren ze vallen.

---

#### *De drankensector*

Onder de eerste en grootste groep horecabedrijven vallen de drankverstrekkende bedrijven. Het belangrijkste product dat deze bedrijven verkopen is drank. Hier vallen de cafés, bars, discotheken, horeca bij recreatiebedrijven, sportaccommodaties en strandtenten onder. Daarnaast zijn er de zogenoemde zaalverhuurbedrijven. In Nederland zijn er ongeveer tienduizend cafés. Met de overige drankverstrekkende bedrijven komt het totaal van deze sector op ruim zeventienduizend ondernemingen.



*Cafés en bars vallen onder de drankverstrekkende bedrijven*

#### *De restaurantsector*

Onder de restaurantsector vallen alle restaurants, bistro's, pizzeria's, wegrestaurants enzovoort. Het belangrijkste product dat deze bedrijven verkopen zijn maaltijden en gerechten. Natuurlijk kun je er ook drankjes bestellen, maar eten is het hoofdproduct. In Nederland vallen ongeveer tienduizend bedrijven onder deze sector.



*Pizzeria's en bistro's vallen onder restaurantbedrijven.*

#### *De fastservicesector*

Zoals de naam al zegt, bestaat de fastservicesector uit bedrijven waar je een 'snelle hap' kunt krijgen. Denk aan cafetaria's, de pizzakoerier, broodjeszaken, ijssalons, shoarmazaken en het pannenkoekrestaurant. Deze groep bestaat uit ongeveer tienduizend bedrijven.



*Een snelle hap haal je bij het fastservicebedrijf.*

#### *De hotelsector*

Deze vierde groep horecabedrijven, de hotelsector, verkoopt overnachtingen. Je kunt er dus slapen. Hotels, motels, pensions, bed & breakfast-bedrijven en jeugdherbergen vallen onder deze groep, die ruim 3500 bedrijven telt. Maar ook cruiseschepen vallen onder de hotelsector. Campings en bungalowparken vallen niet onder de hotelsector, maar onder de recreatiebedrijven. De dienstverlening binnen de hotelsector verschilt namelijk met die van de recreatiebedrijven. Op een camping en bungalowpark wordt namelijk niet je bed opgemaakt of je kamer schoongemaakt.



*Binnen de hotelsector vallen bedrijven die overnachtingen verkopen.*

### *De partycatering*

De overige ruim vijftienhonderd horecabedrijven zijn cateringbedrijven. In tegenstelling tot de andere bedrijven waarbij de gast naar het horecabedrijf gaat, komen de cateringbedrijven juist naar de gast toe om hun product te verkopen. Cateringbedrijven verkopen hun product dus op locatie. 'To cater' betekent provianderen (maaltijden verzorgen), ofwel: een grote groep mensen voorzien van eten en drinken.

## 1.1.2 DE CATERINGBRANCHE

### **Catering**

De term catering wordt gebruikt bij verschillende activiteiten, zoals:

- het leveren van kant-en-klaarmaaltijden, gekoeld of uit de diepvries
- het leveren van halffabricaten (convenience foods)
- traiteurs (winkels waar je luxe kant-en-klaarmaaltijden en -gerechten kunt afhalen)
- het rondbrengen van maaltijden voor onder andere oudere mensen (Tafeltje Dekje)
- het verzorgen van een hapje en drankje bij een feest.

Cateringbedrijven kunnen we onderverdelen in verschillende soorten:

- partycatering
- contractcatering.

### *Partycatering*

De partycaterers verzorgen het horecagedeelte van bijvoorbeeld feesten en partijen bij de gasten thuis of op een bijzondere locatie. Van intieme diners tot grote recepties of evenementen in de buitenlucht. Deze bedrijven vallen onder horecabedrijven en worden als aparte sector gezien. Er zijn ongeveer 1650 partycaterers in Nederland.

### *Contractcatering*

Contractcatering is de verzorging van de catering voor mensen in ziekenhuizen, verpleeginrichtingen of scholen. Of het beheren van restaurants van (grote) kantoren, banken of overheidsinstellingen. De opdrachtgever bepaalt wat hij overlaat aan de cateraar. Die kan alles uitvoeren: van calculatie tot uitgifte. Contractcaterers werken op verschillende locaties. De locatie bepaalt het soort catering.

#### VOORBEELDEN VAN CONTRACTCATERING

##### **Bedrijfscatareaars**

De bedrijfscatering vormt de grootste groep onder contractcatareaars en die vind je in personeelsrestaurants en kantines van grote bedrijven.

##### **Instellingscatareaars**

Deze cateraar is gespecialiseerd in het verzorgen van de voeding in een instelling, zoals een ziekenhuis of een verpleeginrichting.

##### **Schoolcatareaars**

Deze cateraar verzorgt de verkoop van maaltijden, snoep, snacks en automatenverkoop in de kantine of de aula van scholen.

##### **Transportcateraar**

Deze cateraar voorziet mensen van eten en drinken in bijvoorbeeld vliegtuigen, schepen en treinen.

---

Sommige cateringbedrijven combineren verschillende cateringformules, zoals bedrijfs- en schoolcatering.

---



*Partycatering*



*Contractcatareaars kunnen alles uitvoeren: van calculatie tot bereiding en uitgifte van de catering.*

### 1.1.3 INDELING NAAR HOOFDPRODUCT

De horecabedrijven in Nederland kun je indelen naar het soort product dat ze verkopen. De bedrijven zijn dan ingedeeld naar het hoofdproduct. De restaurantsector bestaat dus uit bedrijven die eten als hoofdproduct hebben. Natuurlijk worden er ook dranken verkocht in een restaurant. Een maaltijd zonder drankje zal niet vaak voorkomen. Een café daarentegen heeft dranken als hoofdproduct. Daarnaast verkopen de meeste cafés ook kleine gerechten. Denk aan een portie bitterballen, een tosti of de nootjes op de bar. Een hotel heeft de verhuur van een hotelkamer als hoofdproduct. Maar ook hier worden maaltijden, gerechten en dranken verkocht. De meeste gasten willen de dag toch beginnen met een ontbijt en voor het slapengaan nog een drankje in de hotelbar drinken.



*Ontbijt in een hotel.*

### **Combinatiebedrijven**

Naast de specifieke bedrijven als een cafetaria, café, restaurant of hotel met de verkoop van hoofdproducten, bestaan er ook combinatiebedrijven. Dit zijn bedrijven die verschillende hoofdproducten verkopen. Bijvoorbeeld een café-restaurant of een hotel-café-restaurant. Een eetcafé is ook een combinatievorm.

### **Bijproducten**

Naast de hoofdproducten eten, drank en logies bestaan er ook bijproducten. Dit zijn producten die niet direct iets met horeca te maken hebben, maar wel vaak verkocht worden in een horecabedrijf. Denk hierbij aan kranten, tijdschriften en boeken, speelautomaten en bijvoorbeeld souvenirs, toiletartikelen of snoep. Deze producten leveren vaak extra inkomsten op.

### **Zaalverhuur**

Een nog niet genoemd hoofdproduct is de verhuur van zaalruimte voor vergaderingen, congressen en feesten. Dit zijn vaak horecabedrijven, omdat er bijna altijd ook eten of drank gewenst is. Dus zaalverhuurbedrijven of congrescentra kunnen onder de horecabedrijven vallen. Ze worden dan ingedeeld in de drankensector. Het hoofdproduct in dit soort bedrijven is dus drank. Daarnaast kunnen er natuurlijk ook maaltijden geserveerd worden.

## **1.1.4 HET HORECAPRODUCT**

Wat maakt het product een horecaproduct? Eten en drank koop je immers ook bij de supermarkt. Het verschil zit in twee belangrijke elementen: gastvrijheid en het verlenen van diensten. Gastvrijheid en dienstverlening zijn niet tastbaar. Deze vormen wel een belangrijk onderdeel van het horecaproduct. Je kunt je er als bedrijf mee onderscheiden van de concurrenten. Het is iets wat gasten ervaren tijdens het kopen van het product. We zeggen dan ook dat het horecaproduct bestaat uit goederen en diensten. Voorbeelden van goederen zijn maaltijden, dranken en een bed om in te slapen. Voorbeelden van diensten zijn het serveren van maaltijden en dranken, het bellen van een taxi of het opmaken van een bed in een hotelkamer.

## 1.2 BEDRIJVEN EN BEDRIJFSFORMULES

De zes P's vormen een handig hulpmiddel bij het formuleren van de bedrijfsformule: zes kenmerken die allemaal met een P beginnen en samen de **bedrijfsformule** vormen.

### 1.2.1 DE ZES P'S

De zes P's zijn:

1. de P van plaats
2. de P van product
3. de P van presentatie
4. de P van promotie
5. de P van personeel
6. de P van prijs.

#### **De P van plaats**

De P van **plaats** gaat over de vestigingsplaats van het bedrijf. Ligt het bedrijf in een druk uitgaansgebied of ergens in de bossen? Is het bedrijf goed te bereiken en zijn de gasten bereid een stuk te rijden voor dit bedrijf? Ligt het aan een doorgaande weg? Is er voldoende parkeergelegenheid en hoeveel concurrenten zijn er in de directe omgeving?

Voor sommige horecabedrijven is de vestigingsplaats niet zo belangrijk, omdat het een bedrijf boven in de markt is en waarvoor gasten bereid zijn een eind te rijden. Voor een cafetaria is de plaats juist wel belangrijk. Er moeten veel mensen in de directe omgeving wonen en concurrenten moeten niet te dichtbij gevestigd zijn.



*Wegrestaurants zijn gevestigd langs drukke wegen.*

#### **De P van product**

De P van **product** zegt iets over het product dat een horecabedrijf verkoopt. Dat bestaat voornamelijk uit eten, drinken en/of slapen. Is het assortiment uitgebreid? Wisselen de gerechten vaak? Maakt het bedrijf gebruik van kwaliteitsproducten, wordt alles zelf klaargemaakt? Verkoopt het vis of vlees? Of alleen pannenkoeken? Moeten de producten snel klaar zijn? Ook het aanbod van diensten hoort bij de P van product. Is er bijvoorbeeld bediening of moeten de gasten zichzelf bedienen? Kortom, de P van product staat voor het totale horecaproduct van goederen en diensten.

### De P van presentatie

De P van **presentatie** zegt iets over de manier waarop het bedrijf zich presenteert. Wat is de inrichting en aankleding van het bedrijf? Kies je een trendy of klassieke inrichting? Ook de aankleding van je bedrijf aan de buitenkant hoort hierbij. Staat je naam groot op de gevel met neonverlichting of is een kleine vermelding van je naam al voldoende? Ook de presentatie van je product valt onder deze P. Hoe presenteer je de gerechten? Daarbij moet je een keuze maken uit het grote aanbod van bestek, porselein, glazen en linnengoed. Hoe kleed je jouw personeel? Dragen alle medewerkers dezelfde chique bedrijfskleding of bedienen ze gasten in een spijkerbroek? Is er achtergrondmuziek nodig in het bedrijf en welke muzieksoort kies je? En hoe presenteer je jezelf als ondernemer?



*Kies je voor een warme, eigentijdse uitstraling met klassieke elementen? Of iets heel anders?*

### De P van promotie

Om producten te verkopen maak je reclame. Je moet hier goed over nadenken. Hoe ga je reclame maken? Hoeveel geld besteed je hier aan? Na het maken van reclame evalueer je of de inspanningen resultaat opleveren. Vaak is de mond-tot-mondreclame een belangrijke vorm van reclame. Het kost geen geld en tevreden gasten zijn de beste reclame die een horecabedrijf zich kan wensen. De ondernemer kan er ook voor kiezen zich met zijn bedrijf aan te sluiten bij een keten of om lid te worden van een samenwerkingsverband. Hierdoor wordt zijn bedrijf meegenomen in de **promotie** van de gehele keten. Hiermee bespaart hij kosten en bereikt hij meer gasten.

### De P van personeel

De P van **personeel** gaat om de inzet van personeel. Hoeveel medewerkers neem je aan? Welke opleiding moeten zij hebben afgerond? Oudere werknemers met ervaring kunnen waardevoller zijn dan schoolverlaters, maar sommige bedrijfsformules vinden het juist belangrijk om jonge mensen in dienst te hebben. Betaal je ze meer dan het wettelijke minimumloon en hoe ga je om met secundaire arbeidsvoorwaarden? Het personeel is het visitekaartje van het bedrijf. Misschien is het daarom wel de belangrijkste van alle zes P's.

### De P van prijs

De P van **prijs** gaat over de kostprijs van de producten die je verkoopt. Wat laat je gasten betalen? Is de prijs-kwaliteitverhouding goed? Is de prijs van de producten hoog of laag? Dit alles heeft natuurlijk te maken met de kosten die je maakt. Kies je voor een bedrijfsformule met veel personeel en kwalitatief goede producten, dan moet je verkoopprijs hoger zijn. Geef je kortingen aan bepaalde groepen gasten? Heb je aangepaste prijzen in het laag- en hoogseizoen?



*Hoe hoog is de prijs die gasten bereid zijn te betalen voor jouw product en de kwaliteit?*

## 1.2.2 DOELGROEP BEREIKEN

De bedrijfsformule maakt duidelijk wat gasten bij jouw bedrijf kunnen verwachten. Wil je jouw bedrijf profileren als visrestaurant, maar worden voornamelijk pannenkoeken besteld, dan is de bedrijfsformule niet goed ingevuld. In dit geval pas je de P van presentatie aan. Misschien lijkt jouw bedrijf aan de buitenkant een pannenkoekrestaurant in plaats van een visrestaurant. Of zijn de advertenties in de krant onduidelijk en op vis gericht. In dat geval pas je de P van promotie aan.

Met een goede bedrijfsformule en duidelijk geformuleerde en uitgevoerde P's voorkom je misverstanden. Daarnaast kun je met de bedrijfsformule je doelgroep selecteren: de groep gasten die jij in je bedrijf wilt ontvangen. De doelgroep moet interesse hebben in jouw product. Zo zijn ouders met kinderen de doelgroep van een pannenkoekrestaurant. Een chic restaurant waar kinderen niet tot de doelgroep behoren, zal nooit reclame maken met kindermenu's en heeft geen speeltuin naast het terras.

## 1.2.3 DE MARKETINGMIX

Het belang van de verschillende P's verschilt per bedrijfstype. Zo zijn de P's van plaats en prijs een belangrijk onderdeel voor een cafetaria: je wilt niet ver rijden voor een frietje en er niet te veel voor betalen. Een exclusief restaurant boven in de markt is minder afhankelijk van de plaats en de prijs. Daar moet juist meer aandacht zijn voor meer en goed opgeleid personeel en exclusieve producten.

Zo bieden de zes P's de mogelijkheid om alle essentiële onderdelen van een bedrijfsformule op de juiste manier te benadrukken en de gasten die tot de doelgroep behoren te ontvangen. De samenhang tussen de zes P's is belangrijk. Je laat geen dure en exclusieve gerechten op een plastic bord door ongeschoold personeel in een spijkerbroek serveren. De zes P's noem je **marketinginstrumenten**. Een combinatie van de 6 P's is de **marketingmix**.

## 1.2.4 GASTVRIJHEIDSFORMULE

In de bedrijfsformule bepaal je in grote lijnen hoe je het bedrijf in de markt zet. Een gast weet op basis van een bedrijfsformule in wat voor bedrijf hij komt en wat hij daar kan en mag verwachten. Maar de bedrijfsformule zegt nog niets over de mate van gastvrijheid.



Gastvrijheid is het gevoel dat een gast ervaart tijdens zijn verblijf in een horecabedrijf. De mate van gastvrijheid kun je vastleggen in een gastvrijheidsformule.

## 1.3 CLASSIFICATIESYSTEMEN EN VAKBLADEN

### 1.3.1 MICHELIN

Net als hotels, kunnen restaurants sterren hebben. Dat zijn de zogeheten Michelin-sterren. De naam komt van het bekende Franse autobandenmerk 'Michelin'. Het bedrijf startte in 1900 met het uitgeven van een restaurantgids. Voor Nederlandse restaurants is de uitgave van de Benelux belangrijk. Restaurants krijgen Michelin-sterren als hun diensten en producten van uitzonderlijke kwaliteit zijn. Als enige restaurantbeoordelaar laat Michelin de beoordeling over aan professionele inspecteurs. Zij bezoeken potentiële sterrenrestaurants en beoordelen naar aanleiding van hun ervaring.

Een ster bemachtigen is niet eenvoudig. Zo zijn er in Nederland vaak maar twee à drie restaurants met het maximale aantal van drie sterren, slechts een handvol restaurants met twee sterren en minder dan 100 restaurants met één ster.



*Het behalen van drie Michelin-sterren is niet eenvoudig.*

#### **De Rode Gids van Michelin**

Voor restauranteigenaars is een Michelin-ster nog altijd dé standaard. Het behalen van een Michelin-ster is vaak een droom waar hard voor gewerkt wordt. In de Rode Gids van Michelin voor de Benelux staan ruim zevenhonderd Nederlandse restaurants en bijna zevenhonderd hotels. De Rode Gids van Michelin is een echte reisgids: een ingebonden boekje met dunne blaadjes dat je gemakkelijk meeneemt. De gids bevat plattegronden van steden en korte beschrijvingen van de restaurants. Michelin gebruikt vooral symbolen, zoals sterren. Zeker zo interessant zijn de 'Bibs' die staan voor een 'verzorgde maaltijd voor een schappelijke prijs'.



Weblink [ViaMichelin](#)