

# Nieuwe horeca in het WTC: passie in plaats van mainstream

Eind vorig jaar kregen WE CANTEEN en horecaondernemer Casper Reinders de prestigieuze opdracht om de horeca-activiteiten in het World Trade Center Amsterdam opnieuw vorm te geven. Als kleine partij won WE CANTEEN de aanbesteding van grote, gerenommeerde cateraars. Het geheim: ‘Wij brengen lokale horecaondernemers en grote corporates bij elkaar.’

Tekst: Peter Runhaar

“We nodigen jullie uit, maar je moet ons wel verrassen,” zo reageerde het World Trade Center (WTC) op het verzoek van WE CANTEEN om te mogen deelnemen aan de tender. Sander de Meester (WE CANTEEN) begrijpt wel dat de mensen van het WTC even aarzelden toen zijn bedrijf zich aanmeldde. Van grote, bekende partijen weet je wat je kunt verwachten, en voor megaorganisaties als het WTC ligt een keuze voor de veilige weg op zich voor de hand. Hij prijst het WTC voor het lef dat nodig was om uiteindelijk voor het veel kleinere WE CANTEEN te kiezen. De keuze toont aan dat de markt echt in beweging is, vindt De Meester: “De verhouding tus-

sen werkgever en werknemer verandert enorm. Noem het maar ‘Power to the People’. Werkgevers zien dat hun werknemers andere dingen willen dan vroeger. Ze willen geen grote anonieme cateraars meer die poeder met water mengen en dat soep noemen. En ze zijn ook op een andere manier met eten bezig, ze willen veel meer dan vroeger een beleving.”

Het concept van WE CANTEEN is bijzonder: de organisatie werkt met lokale horecaondernemers en brengt zo de horeca en de catering direct bij elkaar. Ook bij het WTC stond deze uitgangsgedachte centraal: De binnenstad moest





naar de Zuidas worden gebracht. De uitgelezen man om zo'n grote uitdaging tot een succes te maken was Casper Reinders, vond De Meester. Reinders – zeer succesvol horecaondernemer en onder meer bedenker van Jimmy Woo en Blue Boy in Amsterdam – en De Meester waren al goede bekenden. Toch was Casper Reinders even verbaasd toen hij voor het WTC-project werd benaderd: “Toen ik de naam WTC hoorde was mijn eerste gedachte: ‘He, daar ben ik nog nooit geweest’. Het idee moest ook even bij me binnenkomen, maar na een paar minuten realiseerde ik me dat dit toch wel erg vet kon worden. Ik moest uit mijn comfortzone, maar vond dat al snel heel spannend. Ook wist ik direct wie ik erbij moest nemen om er een succes van te maken.”

Toen De Meester en Reinders op locatie polshoogte gingen nemen, wisten ze al snel wat ze wilden veranderen. “Ik begreep niet goed waarom de horeca aan de pleinkant zo koud en anoniem was,” zegt Reinders. “Dat trekt totaal geen mensen uit de omgeving aan. Rondom het WTC zie je allemaal conceptachtige dingen, veel franchise en heel veilig en mainstream. Je komt nauwelijks zaken met een eigen smoel tegen. Ik wist direct dat ik het totaal anders wilde maken dan wat er was. Het moet een beetje tropisch worden, dacht ik. Met veel warme en mooie materialen.”

### Reuring en smoel

De Meester vult aan: “Het WTC had ook duidelijk de wens aangegeven om meer reuring en smoel toe te voegen. De Zuidas wil een gebied worden waar mensen willen werken, wonen, winkelen en leren. Het WTC wilde dus concepten die cross-overs zouden zijn en die ervoor zouden zorgen dat mensen die er wonen er ook 's avonds gaan eten en dat de mensen die er werken 's avonds terugkomen. Dat red je niet met een mainstream-concept.”

Samen ontwikkelden Reinders en WE CANTEEN

---

## ‘Mensen willen geen grote anonieme cateraars meer die poeder met water mengen en dat soep noemen’

---

voor het WTC een horecaconcept met vijf zeer verschillende outlets. Diversiteit werd een belangrijk uitgangspunt. In de nieuwe situatie verrijzen straks een Grand Café, een California style vegetarisch restaurant, een hip Vietnamees restaurant en een STACH eetwinkel. Ook de bedrijfskantine kreeg een totale metamorfose. “Het bedrijfsrestaurant ziet er veel meer *city like* uit,” vertelt De Meester: “Het was voorheen zo'n eet-



schuur waar je je bordje ging halen en dan weer werd losgelaten. Wij hebben er veel meer een horecagevoel aan toegevoegd door lokale ondernemers een podium te bieden. Het aanbod wisselt iedere dag. De ene dag is er roti, de volgende dag paella en daarna taco's. Allemaal wereldgerechten en iedere dag verrassend. Alles is vers. Ook het personeel is blij: Ze hebben in tien jaar nooit zulk mooi eten kunnen aanbieden.”

### Singapore

Casper Reinders nam met zijn collega Thijs Muré onder meer het Grand Café onder handen en is al even enthousiast: “We gebruiken materialen die mensen gaan verrassen. Ik werk met meubels en lampen die ik normaal ook gebruik,



Casper Reinders.

alleen is de ruimte groter dan ik gewend ben. We bestellen nu bomen van vijf meter. Dat is wel prachtig hoor. De ruimte geeft het gevoel dat je in Singapore bent. Er zit veel warmte in.

Ik doe eigenlijk altijd alles op gevoel. Ik werk vanuit passie. Ik moest wel wat meer rekening houden met een aantal voorwaarden, zoals een bepaald formaat waaraan tafels moesten voldoen. Bij het WTC komen toch wat meer regels, plattegronden en tekeningen kijken dan ik gewend ben, maar al met al heb ik veel vrijheid gekregen.”

Die vrijheid dankt hij voor een groot deel aan Sander de Meester die de liaison tussen het WTC en hem was, zegt Reinders: “Sander heeft uiteindelijk het plan gemaakt. Ik zou het er nooit doorgekregen hebben, want ik geef geen inzicht. Bij ons groeien de dingen gewoon, en in een proces neem ik rustig halverwege een afslag en maak ik muren groen die eerst geel zouden worden.”

De Meester vult aan: “Het is een soort journey geweest. Je moet beiden een stapje naar elkaar toe schuiven. Casper is gewend om volledig vrij te zijn en moet nu een aantal zekerheden duiden waar het WTC van uit kan gaan. En het WTC moet Casper het vertrouwen geven.”

### Energie

Normaal bouwt Reinders voor 20 procent van de mensen, zegt hij. Als iedereen zijn concepten mooi gaat vinden wordt het te mainstream. “Bij dit project ligt de waarheid in het midden en moet het wat commerciëler, maar het uitgangspunt verandert niet. Ik wil ook hier echt bijzondere dingen toevoegen. Dan ontstaat er een energie die wat doet met de mensen. De horeca in het algemeen is zo veranderd de laatste tijd. Met middelmaat red je het echt niet meer.”

Ook voor De Meester staat vast dat deze fusie tussen bedrijfsleven en mooie bedrijven uit de horecawereld de toekomst is. “Je kunt als werkgever maar beter erg bezig zijn met wat je werknemers willen. De nieuwe generaties maken andere keuzes, en kiezen een werkomgeving die bij ze past. Ze willen gezonder, authentieker en ze willen geen grote industriële concepten meer. WE CANTEEN is echt een kind van de deeleconomie: lokale horecaondernemers komen nooit zelfstandig bij die grote corporates binnen, maar werkgevers willen wel graag die lokale horeca naar binnen halen. Wij brengen ze bij elkaar en creëren een klimaat waarin we samen succesvol kunnen zijn.”