

Innovatie

We Canteen en Kitchen Republic intensiveren samenwerking

‘Broedplaats voor innovatieve producten’

Cateraar We Canteen gunt start-ups van het Amsterdamse Kitchen Republic een podium voor hun verrassende en innovatieve producten door deze aan te bieden in zijn food courts. Serge Knook, general manager van We Canteen, ziet voordelen in de samenwerking: ‘Start-ups krijgen de kans om hun producten aan een groot publiek te tonen en wij kunnen onze opdrachtgevers lokale, onderscheidende gerechten leveren, die met veel liefde en passie worden bereid.’

Kitchen Republic, dat gevestigd is in de Amsterdamse Houthavens, is 3 jaar geleden opgericht door Bart-Jan Veldhuizen en Emma Veerhuis. ‘Tijdens zijn studie geschiedenis en politicologie in de Verenigde Staten kwam Bart-Jan een deelkeuken tegen. Dat vond hij zo’n mooi initiatief dat hij hier graag iets mee wilde gaan doen’, zegt Emma, die zelf de hotelschool heeft gevolgd. ‘Samen kwamen we op het idee om een keuken in Washington DC als uitgangspunt te nemen voor onze eigen deelkeuken Kitchen Republic.’

In de gemeenschappelijke, 900 vierkante meter grote HACCP-keuken vol professionele apparatuur van Kitchen Republic kunnen 30 foodstart-ups tegen een vast bedrag van €850 per maand hun producten bereiden. Daarbij mogen de start-ups onbeperkt gebruikmaken van alle faciliteiten ‘We werken niet volgens een planning, maar op basis van beschikbaarheid’, legt Veerhuis uit. ‘We zijn altijd geopend, zowel overdag als ’s nachts en ook tijdens feestdagen. Iedereen kan komen wanneer hij of zij wil en dat werkt uitstekend. Er is zoveel animo voor onze ruimte, dat we vorig jaar naar een grotere locatie zijn verhuisd.’ Enkele voorbeelden van producten die in de Amsterdamse deelkeuken worden geproduceerd zijn Mexicaanse hot sauces van Let’s Salsa, biltong van Bosman’s Kitchen, granola van Granola for Gangsters en kombucha van Cultcha Kombucha (gefermenteerde thee).

Passend concept

De start-ups worden door Kitchen Republic geselecteerd. Eén van de voorwaarden is dat de producten enigszins duurzaam moeten zijn.

‘Zo hebben we bijvoorbeeld Gebroeders de Wolf als ondernemer aangesloten. Zij maken charcuterie van Schipholganzen die ze zelf schieten. Waar deze ganzen voorheen vernietigd werden, worden ze nu gebruikt om geweldige producten van te maken. We willen graag goede producten aantrekken met een kloppend verhaal.’ Een ondernemer die plofkip met frites wilde maken om met een scooter te gaan bezorgen, werd door Kitchen Republic geweigerd. ‘Dat vonden we niet duurzaam, niet innovatief en daarom niet passend bij ons concept.’

Een andere voorwaarde is dat er geen concurrerende bedrijven worden toegelaten. ‘We willen niet twee ondernemers die hetzelfde product maken. Dit zorgt ervoor dat ondernemers bereid zijn om elkaar te helpen.’

Mes snijdt aan twee kanten

Daarnaast ontstaan leuke samenwerkingen met cateraars. Zo werkt Kitchen Republic al geruime tijd samen met We Canteen. ‘Cateraars zijn op zoek naar onderscheidende opdrachten. Die willen wij graag koppelen aan onze start-ups, zodat zij een podium krijgen voor hun





Door alle food-innovaties die bij Kitchen Republic plaatsvinden, vormt het bedrijf een broedplaats voor trends.



Kitchen Republic organiseerde een B2B Morning Market waar twintig start-ups hun producten presenteerden.



Bart-Jan Veldhuizen (links), Serge Knook (midden) en Emma Veerhuis (rechts) zijn blij met de samenwerking tussen Kitchen Republic en We Canteen.

Innovatie



Droëwors is een voorbeeld van een nieuw, innovatief product.

producten en feedback kunnen ontvangen', vertelt Veerhuis enthousiast. 'Voor onze start-ups is het een mooie uitdaging om in een corporate omgeving voor dagelijks 500 tot 1500 medewerkers een product te leveren.'

Ook voor We Canteen biedt de samenwerking voordelen. 'Wij bieden lokale ondernemers, zoals kleine restaurants en foodtruck-ondernemers, een podium voor hun producten. Voor deze kleine bedrijven is het bijna onmogelijk om bij grote bedrijven binnen te komen. Via ons kan dat wel. Natuurlijk snijdt het mes aan twee kanten, want wij kunnen onze opdrachtgevers bijzondere producten bieden, die met veel liefde en passie worden bereid. Bovendien kunnen we enorm variëren. Op deze manier komen de gasten van onze food courts doorlopend in aanraking met de nieuwste trends en ontwikkelingen op het gebied van smaak, presentatie, gezondheid en duurzaamheid binnen het domein van eten en drinken', zegt Serge Knook, general manager van We Canteen.

Lekker en gezond

Dat past uitstekend bij de filosofie van We Canteen, benadrukt hij. 'Wij verzorgen bedrijfscatering voor grote, vaak internationale bedrijven, zoals TomTom, het World Trade Center in Amsterdam, Binck-Bank, maar ook de UVA HVA-campussen. Onze doelstelling is om de restaurants van deze organisaties om te vormen tot een plek waar mensen kunnen genieten van écht lekker en gezond eten. We merken duidelijk dat bij eten en drinken vaker de nadruk wordt gelegd op gezondheid. Voeding moet een bijdrage leveren aan vitaliteit. Daar willen wij als We Canteen op inspelen door de gezonde keuze de makkelijke keuze te maken en ongezonde producten, als frituur-snacks, zoveel mogelijk terug te dringen. We hebben gemerkt dat gasten hier graag in willen meegaan, als ze maar een goed alternatief wordt geboden.'

We Canteen wil meer variatie en meer keuzes bieden. Iedere dag



In de keuken kunnen dertig food start-ups hun producten bereiden.

opnieuw. 'De meeste cateraars hebben een verdienmodel op basis van inkoop en dat komt de kwaliteit vaak niet ten goede. Wij hebben geen verdienmodel op inkoop, maar willen iets gaafs neerzetten. Zo vliegen we iedere dag in onze food courts een of meer andere lokale ondernemers in. Gasten krijgen daardoor iedere dag de keuze uit andere producten en die variatie wordt erg gewaardeerd. Overigens zorgen niet alleen de lokale ondernemers voor afwisseling, de afwisseling komt terug in het complete assortiment. Zo is ons saladebuffet minder uitgebreid, maar wel dagelijks wisselend, waardoor over de hele week een breed en gezond assortiment geboden wordt. Ander voordeel is dat meer dan de helft van de start-ups van Kitchen Republic afkomstig is uit het buitenland en met de recepturen uit hun thuisland aan het werk gaat', legt Knook uit. 'Onze food courts bevinden zich vaak in een internationale omgeving. Wij vinden het erg leuk om bijvoorbeeld de Indiase werknemers van TomTom, naast alle bijzondere Nederlandse gerechten eens te verrassen met Indiase specialiteiten.'

Samenwerking met producenten

Sinds kort is de samenwerking tussen de partijen verder geïntensifieerd. 'Dat komt doordat in toenemende mate grote bedrijven bij ons komen met de vraag of onze start-ups hen kunnen helpen bij het ontwikkelen van verrassende en vernieuwende producten', verklaart Emma. 'Die verbinding tussen start-up en grotere ondernemingen lijkt steeds belangrijker te worden. Wij willen op twee manieren deze verbindingen leggen.'

De eerste manier is om samen met grote producenten projecten op te starten die innovatie op het gebied van productontwikkeling versnellen. 'Doordat de ondernemers die aangesloten zijn bij Kitchen Republic zo dicht bij de consument staan, worden trends sneller herkend. Als je dit koppelt aan het bereik en productieschaal van grote foodproducenten kunnen er mooie dingen ontstaan. De



Rich Pork wordt in de We Canteen-food courts geserveerd.



De mannen van BISQ Seafood maken heerlijke soep van vis uit de Noordzee.

'WE CANTEEN BIEDT ONZE START-UPS EEN PODIUM'

producten die in samenwerking zijn ontwikkeld, kunnen dan vervolgens op een kleine schaal snel worden getest bij de consument. Hierin werken wij dan ook nauw samen met We Canteen.'

Testen op locatie

Voorbeelden hiervan zijn zogenaamde 'corporate memberships' met Westland Kaas en Smilde Bakery. 'Voor beide partijen werken we samen met onze leden aan nieuwe producten. De ontwikkelde producten voor Smilde hebben we, in samenwerking met We Canteen, op verschillende locaties getest bij gasten. De feedback die we daar ontvangen, wordt vervolgens meegenomen om het product door te ontwikkelen.' Daarbij prijst Veerhuis de houding van We Canteen. 'Net zoals wij, is ook We Canteen van mening dat het belangrijk is om een product al in een vroeg stadium te laten testen om alvast de meningen te peilen. We gaan met elkaar op reis en tijdens deze reis kunnen we de producten bijsturen. Het is prachtig om zo gaandeweg iets heel moois te ontwikkelen.'

De tweede manier om starter en corporate te verbinden, is door het organiseren van inspiratie-evenementen bij Kitchen Republic. 'Bedrijven kunnen een dag organiseren in onze 'event-space'. Daar kunnen ze door middel van pitches en tastings verschillende startende ondernemers leren kennen en op de hoogte blijven van de laatste trends op het gebied van foodinnovatie.'

Fermentatie en vegan

Dankzij alle foodinnovaties die bij Kitchen Republic plaatsvinden, vormt het bedrijf een broedplaats voor trends. Eén daarvan is volgens Veerhuis fermentatie. 'Alles wat met fermentatie te maken heeft, is momenteel hot. Zo heeft kombucha, een gefermenteerde thee, in de Verenigde Staten al het hele frisdrankassortiment op zijn kop gezet. Inmiddels zie je in Nederland ook een snel stijgende vraag naar dit wonderdrankje ontstaan. Ook vegan zien we als een belangrijke trend. Bij ons aangesloten zijn een vegan hamburgermaker en vegan taartenbakker.'

Om de vernieuwende producten van de start-ups meer bekendheid te geven, is in de week van de Horecava een B2B Morning Market gehouden, waar meer dan 20 start-ups hun producten aan circa 150 belangstellenden presenteerden. Het event werd georganiseerd in samenwerking met Levens Cooking & Baking Systems. 'Zo willen we nóg meer bruggen bouwen tussen grote bedrijven en kleine(re) initiatieven', benadrukt Veerhuis.

Toekomstplannen

Het was aanvankelijk de bedoeling dat start-ups een jaar of twee van Kitchen Republic gebruikmaken en daarna doorgroeien naar een grotere productieruimte. Maar in de praktijk blijkt dit toch erg lastig te zijn. Daardoor blijven veel start-ups langer bij Kitchen Republic en is er minder doorstroming dan verwacht, terwijl aan de andere kant de vraag naar ruimte toeneemt. Daarom overwegen de ondernemers om uit te breiden naar een nog grotere locatie.

Naast een mogelijke uitbreiding, willen We Canteen en Kitchen Republic hun samenwerking in de toekomst verder intensiveren, benadrukken Veerhuis en Knook. 'We willen de vele gasten van de diverse We Canteen-food courts regelmatig verrassen, inspireren en verbazen met het nieuwste, het meeste innovatieve en lekkerste dat er te krijgen is.' **MC**