CATCHJOBS

Interview - Series
15 september 2026

DE MENSEN achter de NEDERLANDSE HORECA



"Vernieuwen met visie. Verbinden op inhoud."

Maaike de Reuver

HOOFDREDACTEUR & MEDE-EIGENAAR FOOD INSPIRATION

Inhoud

02 Van filosofie naar ondernemerschap

03 Van idee naar Food Inspiration

04 Eetgedrag: van de wereld naar jezelf

04 Kleinere porties & nieuwe dranken

05 Inspiratie uit Azië & technologie

06 Goed werkgeverschap & recruitment

07 AI, gasteninzicht & prioriteiten

08 Over CatchJobs & Food Inspiration

Het verhaal begint hier.

Maaike de Reuver is hoofdredacteur en mede-eigenaar van Food Inspiration. Vanuit haar studie filosofie begon ze in 2011 met WeCanteen, waarmee ze lokale ondernemers samenbracht om het aanbod in universiteits- en bedrijfskantines te vernieuwen. Vandaag volgt en duidt ze de ontwikkelingen in de wereld van eten, drinken en gastvrijheid. Voor deze interviewserie spreek ik haar over wat die veranderingen betekenen voor de Nederlandse horeca: van nieuwe eetgewoonten en technologie tot goed werkgeverschap en de mensen die het verschil maken.

George Kanis, Country Lead NL

VAN FILOSOFIE NAAR ONDERNEMERSCHAP

George: Je hebt filosofie gestudeerd. Hoe ben je in de wereld van eten en drinken terechtgekomen?

Maaike: Ik studeerde filosofie aan de Universiteit van Amsterdam. Toen ik 21 was, begon ik samen met een vriendin een idee voor een andere universiteitskantine. Het bestaande aanbod was duur, ongezond en niet lekker.

In Azië zagen we foodcourts op universiteiten, met name in Singapore. Dat leek ons het ideale model voor Nederland. In 2011 richtten we WeCanteen op. Met lokale ondernemers groeide het concept van universiteitskantines naar bedrijfskantines.



AI-gegenereerde illustratie

food inspiration

ONDERNEMERSCHAP & VISIE

Van idee naar Food Inspiration.

George: Als je daarop terugkijkt: waren jullie je tijd vooruit?

Maaike: Achteraf gezien wel. Maar op dat moment hadden we dat niet door. We vonden vooral dat de catering beter kon. Het was geen bewust plan om visionair te zijn; het begon vanuit nieuwsgierigheid. Met WeCanteen brachten we lokale ondernemers samen, ieder met een eigen specialisme, zoals plantaardig of glutenvrij eten. Zo ontstond een gevarieerder aanbod, eerst op universiteiten en later ook in bedrijfskantines.

George: Hoe kwam je vervolgens bij Food Inspiration terecht?

Maaike: We vertelden over ons concept op de Food Inspiration Days. Zo leerde ik de organisatie kennen. Later gingen we met een facilitair bedrijf een joint venture aan en verkochten we WeCanteen uiteindelijk volledig. Ons cateringconcept vulde hun schoonmaak-, beveiligings- en receptiediensten aan. Daarna ben ik als redacteur bij Food Inspiration gestart. Inmiddels ben ik zeven jaar hoofdredacteur en drie jaar mede-eigenaar. Wij delen trends en inzichten, zodat bedrijven zelf keuzes kunnen maken die bij hun merken en producten passen.

“Het begon met een heel eenvoudige vraag: waarom kan het hier niet anders?”

WE CAN TEEN

“Gezondheid wordt vaker de primaire drijfveer.”

TRENDS EN CONSUMENTENBEWEGING

Eetgedrag: van de wereld naar jezelf.

George: Er is veel aandacht voor vegetarisch en veganistisch eten. Welke bewegingen zie jij op het gebied van vleesconsumptie en gezondheid?

Maaike: De focus verschuift van puur klimaat en idealisme naar individuele gezondheid: wat is goed voor mij? Mensen zoeken producten met meer eiwitten, vezels en kleinere porties. Gezondheid wordt vaker de primaire drijfveer.

George: Dat herken ik. Ik zie bijvoorbeeld in de media dat veel veganistische restaurants het momenteel lastig hebben, terwijl gasten overspoeld worden met tegenstrijdige berichten over voeding. Krijgen consumenten niet te veel verwarrende informatie?

Maaike: Precies. Wetenschap heeft niet dezelfde marketingmachine als commerciële producenten van eiwitshakes of supplementen. Daardoor worden commerciële claims veel zichtbaarder dan onderbouwde voedingsinformatie.

HORECA-KANSEN & VERANDERENDE BELEVING

Kleinere porties. Nieuwe beleving.

George: Waar liggen concrete kansen voor de horecaondernemer in de komende vijf tot tien jaar?

Maaike: Bij dranken, met name in de alcoholvrije categorie en functional drinks. Daarnaast moeten we kijken naar portiegrootte. De zware borden van vroeger passen niet meer bij de zittende leefstijl van nu. Gasten willen flexibiliteit, delen en kleinere gerechten.

George: En hoe verandert de belangstelling voor fine-dining?

Maaike: Gasten zoeken meer afwisseling, beleving en een informelere sfeer. We bewegen toe naar fine-casual: hoogwaardige kwaliteit, maar in een ontspannen, toegankelijke setting.

“Kwaliteit blijft belangrijk, maar dat hoeft niet altijd een zwaar diner van acht gangen te betekenen.”

INSPIRATIE UIT AZIË & TECHNOLOGIE

Technologie met een menselijke ziel.

George: Jullie reizen veel voor inspiratie. Waar kijken jullie momenteel naar?

Maaike: Waar we vroeger naar de VS keken, richten we ons nu sterk op Azië. Qua digitalisering, quickservice en robotisering lopen steden in China, Japan en Korea ver voorop.

George: Klopt! Ik zag laatst tijdens een overstap in China zelf een koffierobot op het vliegveld. Binnen no-time had ik een constante kwaliteit cappuccino voor een fractie van de Amsterdamse prijs. Kan robotisering hier ook het personeelstekort oplossen?

Maaike: Achter de schermen wel. Denk aan slimme ovens, datasystemen en automatisering in de voorbereiding. Systemen die voedselverspilling meten, helpen bovendien om efficiënter te werken en minder weg te gooien.

Aan de voorkant willen Nederlandse gasten persoonlijk contact en echte gastvrijheid. Een technisch perfecte koffie is niet genoeg als de service onvriendelijk is. Vindt een gast de koffie te slap, dan kun je een nieuwe maken, uitleg geven en die bijvoorbeeld van het huis aanbieden. Zo voelt iemand zich gezien. Bij quickservice draait het juist vaker om snelheid en gemak: de juiste verhouding tussen mens en technologie hangt af van je concept.

“Technologie moet het werk ondersteunen, niet de menselijke ziel vervangen.”



AI-gegenereerde illustratie

RECRUITMENT & GOED WERKGEVERSCHAP

Geef mensen ruimte om te groeien.

George: Hoe bereik en behoud je de nieuwe generatie medewerkers?

Maaike: Pas je recruitment aan op de doelgroep. Jonge mensen solliciteren niet via een formele brief, maar via WhatsApp of Instagram DM. Laat ze snel meedraaien in een korte betaalde shift. Zo ontdek je of het aan beide kanten past. Het kanaal hangt af van de functie: voor een ervaren CFO kan LinkedIn juist geschikt zijn. Investeer daarnaast in goed werkgeverschap: opleiding, kaders én vrijheid op de werkvloer.



AI-gegenereerde illustratie

George: Waarom is begeleiding zo belangrijk?

Maaike: Als je iemand zonder ervaring nauwelijks opleidt, kun je die medewerker niet zomaar verwijten dat het werk niet goed gaat. Misschien is het de juiste persoon, maar heeft die begeleiding nodig. Training geeft medewerkers kennis die ze met gasten kunnen delen. Ook voordelen zoals een sportabonnement, een lunch tijdens het werk of korting binnen de restaurantgroep kunnen laten zien dat je in hen investeert.

George: Kies je bij het aannemen eerder voor opleiding of persoonlijkheid?

Maaike: Dat hangt af van de functie en het concept. In een keuken is kookkennis belangrijk. Andere vaardigheden kun je samen verder ontwikkelen. Niet iedereen hoeft extravert te zijn: ook rustige medewerkers kunnen veel waarde toevoegen. Aandacht en betrokkenheid kunnen op verschillende manieren zichtbaar worden.

AI, GASTENINZICHT & PRIORITEITEN

Blijf luisteren, blijf vernieuwen.

George: Hoe gebruiken jullie zelf AI bij Food Inspiration?

Maaike: Onze redactie en ons socialmediateam blijven altijd in de lead. We gebruiken AI voor voorstellen voor socialmediaposts, vertalingen en het samenvatten van rapporten. We schrijven nooit volledige artikelen met AI. Het is een hulpmiddel; de mensen houden de regie.

George: Hoe ontdek je wat je gasten werkelijk willen?

Maaike: Begin bijvoorbeeld een gastenpanel. Nodig tien vaste gasten ieder kwartaal uit voor een lunch en vraag wat zij zouden willen zien. Ondernemers denken soms dat ze hun gasten al kennen, zonder het hun te vragen. Een standaardvraag als “Was alles naar wens?” levert niet vanzelf een goed gesprek op. Echt luisteren kost relatief weinig en kan veel opleveren.

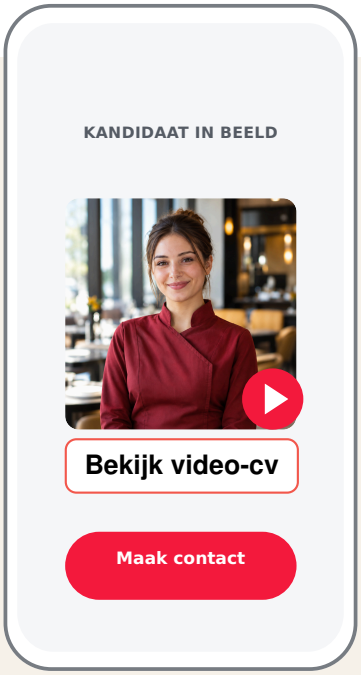
George: Welke drie prioriteiten geef je horecaondernemers mee voor de toekomst?

Maaike:

1. Investeer continu in je personeel.
2. Blijf je menu-aanbod vernieuwen en luister naar je gasten, bijvoorbeeld via een gastenpanel.
3. Stel duidelijke kaders, maar geef daarbinnen veel vrijheid en verantwoordelijkheid.

Slotboodschap

Blijf nieuwsgierig naar je gasten én naar je medewerkers. Vraag wat ze nodig hebben, luister en doe iets met hun antwoorden. Geef mensen duidelijke kaders en de ruimte om te groeien. Technologie kan ondersteunen, maar gastvrijheid begint bij persoonlijke aandacht.



ACHTER DE SERIE

Mensen maken de horeca.

Daarom verdienen persoonlijkheid en vakmanschap een plek vóór het eerste gesprek.

WAT WE DOEN

CatchJobs biedt werkgevers een platform om horecaprofielen en video-cv's te bekijken en direct contact te leggen. Kandidaten kunnen hun ervaring, motivatie en persoonlijkheid in beeld brengen. Trainingsbadges geven aanvullende informatie over gevolgde trainingen.

WAAROM

Gastvrijheid krijgt een gezicht. Een video-cv geeft een eerste indruk van hoe iemand zich presenteert en communiceert. Werkgevers kunnen die indruk combineren met ervaring, gevolgde trainingen en een persoonlijk gesprek om te beoordelen of er een passende match is.

HOE

Direct kennismaken. Werkgevers bekijken profielen en nemen contact op met kandidaten. Kandidaten presenteren zich met een video-cv. CatchJobs biedt de tool; werkgever en kandidaat maken samen de keuze.

IN DEZE EDITIE · FOOD INSPIRATION

Food Inspiration · trends, inspiratie en inzichten

Food Inspiration brengt trends, inspiratie en inzichten voor de veranderende wereld van eten en drinken. Via hun magazine, events en presentaties verbinden zij internationale innovaties met de dagelijkse horecapraktijk.

Maaike de Reuver
www.foodinspiration.com

food inspiration