



Van zorgrestaurant tot hip buurtcafé



Kinderkookcafés, driegangendiners, foto-shoots: het eetcafé van St. Pieters en Bloklands Gasthuis in Amersfoort is opvallend levendig. Niet alleen ouderen uit het woonzorgcomplex komen er graag en vaak, maar ook mensen die wonen en werken in de buurt. Dat betekent winst op meerdere vlakken. De extra omzet maakt het mogelijk verse maaltijden en veel keuze te bieden. De ouderen genieten van het lekkere eten en de levendigheid. En de buitenwereld komt in het woonzorgcomplex binnen. De motor van dit succes is horecacoördinator Arthur Karstens, die zich als instellingskok heeft ontpopt tot rasechte ondernemer.

Een houten bord op de stoep wijst voorbijgangers op de aanwezigheid van café-brasserie De Gasteling in de Amersfoortse nieuwbouwwijk Vathorst. Door de hoge ramen zie je een grote bar, strakke tafels en vrolijk gekleurde stoelen. Uit niets blijkt dat dit grand café deel uitmaakt van een zorgorganisatie. St. Pieters en Bloklands Gasthuis heeft in dit woonzorgcomplex 55 oudere cliënten met een 'volledig pakket thuis' (vpt) en kleinschalige woningen met 30 bewoners. Daarnaast wonen er ouderen die geen zorg ontvangen van deze organisatie.

Horecacoördinator Arthur Karstens, van huis uit instellingskok, verleidt voortdurend gasten om het café binnen komen. 'Ik wil een ontmoetingsplek creëren. Een plek waar mensen graag komen eten en waar reuring is', vertelt hij. Zowel buurtbewoners als bezoekers weten de weg naar De Gasteling inmiddels prima te vinden. 'Zondag om half vier zit ik afgeladen vol. Families komen gezellig borrelen met opa en oma.' Ook veel cliënten

met een VPT nuttigen hier geregeld hun maaltijd: thuisbezorgen in het appartement kost 1 euro extra.

Het eetcafé heeft een gevarieerde lunchkaart met zowel luxebroodjes als goedkope snacks. Twee avonden per week kun je hier dineren, voor bedragen tussen de 5 en 8 euro. Daarnaast bedenkt Karstens allerlei acties, zoals een Paasbrunch en een foto-shoot met Moederdag. Er is een koffieabonnement en een 10-rittenkaart voor driegangendiners met korting. Buurtbewoners mogen optreden als ‘gastchef’. ‘Veel mensen vinden het een uitdaging in een restaurant te koken. In ruil zorgen zij ervoor dat de brasserie vol zit.’

St. Pieters en Bloklands Gasthuis betrok vijf jaar geleden de nieuwbouw. Het café was meegenomen in de bouwplannen, maar er was de eerste jaren weinig aanloop. ‘Het was eigenlijk een luxe pauzeruimte voor het personeel. ’s Avonds gebeurde er niets. Dat vond ik zonde’, zegt Karstens. Bij zijn wens om leven in de brouwerij te brengen kreeg hij advies van In voor Zorg-coaches over een ondernemingsplan en een communicatiestrategie.

De instellingskok ontpopte zich als volleerde horecaondernemer. ‘Ik heb gekeken: wie wonen er in de buurt en hoe kan ik daarmee een connectie maken? Vervolgens ging ik communiceren met de connectie “oud en jong in de buurt”.’ Daarin past ook het maandelijks kindercookcafé. ‘Zes kinderen koken dan voor twintig bewoners een driegangendiner. De kinderen bedienen en eten mee met de bewoners, en hun ouders komen ook. De bewoners vinden het prachtig.’

Karstens verhuurt ook een ontvangstruimte achter het café. Buurtbewoners kunnen die huren voor bijvoorbeeld een kraamfeest. De Weight Watchers houden er bijeenkomsten en er repeteert een popkoor. ‘De dirigent van het koor kookt binnenkort een keer als gastchef. Dan eten alle koorleden hier.’ Juist zulke connecties zijn effectief, zegt Anton François, die aandachtig naar Karstens heeft geluisterd. François is expert hospitality en voedselveiligheid bij het programma Waardigheid en trots en heeft jaren in de horeca gewerkt. ‘Wat jij heel goed doet is verbindingen leggen. Uit het ene komt weer het andere voort’, constateert hij.

In het café werken professionele krachten. Karstens: ‘Ik begon met veel vrijwilligers, maar die kon ik niet voldoende sturen. Er was iemand die zomaar wegbleef, een ander katte de gasten af.’ François knikt: ‘Als je “voor het echie” gaat werken, is ook de horeca echt een vak. Dat wordt vaak onderschat.’ De personeelskosten blijven binnen de perken doordat de kok ’s morgens in een paar uur het eten bereidt en au bain marie klaarzet. De voedingsassistenten-annex-cafémedewerkers maken het af en serveren het.

Veel ouderen waren direct enthousiast over het nieuwe aanbod en de toegenomen levendigheid in de brasserie. Anderen klaagden aanvankelijk over geluidsoverlast en drukte. ‘Een groep vrouwen zei: “Wij willen niet naar een kroeg”’, vertelt Karstens. De horecacoördinator ging met alle critici praten, onder meer tijdens de wekelijkse koffieochtend in het café. ‘Ik leg uit dat wij op deze manier geld kunnen omzetten om vers eten te koken en een bepaalde service te bieden. Ik heb gemerkt hoe belangrijk het is goed te communiceren, anders gaan mensen dingen zelf invullen. Inmiddels komen de vrouwen die niet naar de kroeg wilden hier ook.’

Ook de zorgmedewerkers moesten wennen. Het café was voorheen hun domein waar ze gratis koffie dronken, nu zijn ze gasten die een tafeltje moeten zoeken en betalen voor hun cappuccino. Ze ontvangen wel tien

procent korting en krijgen de gewone koffie en thee vooralsnog gratis. Ook met hen is Karstens gaan praten. ‘Tegen hen zeg ik: “Als mensen vaker naar beneden komen, hebben ze minder zorg nodig en dat verlicht jullie werk.” Ze mogen daarnaast tegen inkoopsprijs hun teamuitjes hier organiseren. Ik zie ook bij medewerkers groei in de waardering.’

Karstens’ omzet is in twee jaar tijd met 70 procent toegenomen. De Gasteling draait nog niet quitte, maar de coördinator zit vol ideeën om de klandizie verder uit te breiden. Winst maken is echter niet het doel. ‘Ik kan geen horecaprijzen berekenen, dan komen de mensen niet meer. Waar het om gaat is dat mensen elkaar hier ontmoeten en dat we ze kwaliteit kunnen bieden.’

Het geheim volgens de gastvrijheidsexpert

Lang niet elke zorgorganisatie slaagt erin bezoekers van buiten naar binnen te halen. Wat zijn volgens expert hospitality Anton François succesfactoren bij De Gasteling? En: valt het succes nog uit te bouwen?

- **Verbindingen leggen**

‘Arthur legt heel slim verbindingen tussen de diverse bezoekers en tussen de mogelijkheden in het café, de feestruimte en het restaurant. Iemand die binnenkomt voor de ene activiteit, maakt hij ook warm voor een andere.’

- **Gastvrijheid**

‘Arthur is een echte gastheer. Hij heeft oog voor de (nieuwe) gasten, ziet bezoekers die om zich heen kijken en hoort hun vraag. Hij vertelt ook het verhaal dat achter het café zit.’

- **Coaching in ondernemerschap**

‘De coaching bij de marketing en communicatie is een goede zet geweest. Bij horeca tellen andere zaken dan alleen de maaltijdvoorziening voor de zorg.’

- **Locatie**

‘Heel belangrijk is de locatie. Je zit hier middenin een wijk, op een hoek waar mensen zien wat er gebeurt. Je móet een traffic-locatie hebben, dat geldt voor alle horeca.’

- **Geen zorguitstraling**

‘Hier is geen uitstraling van een verzorgingshuis. Dat werkt enorm drempelverlagend.’

Tips om het succes verder uit te bouwen

- ‘Het is belangrijk ook de medewerkers mee te nemen in het gastheerschap, zodat niet het hele bedrijf op de schouders van Arthur leunt.’
- ‘De volgende fase is om alle avonden open te gaan. Met alle ideeën die Arthur heeft, zit je elke avond vol. Als je dat kunt doen met goede oproepkrachten, ben je spekkoper.’
- ‘Je vaste doelgroep kun je aan je binden met arrangementen: een combinatie van eten en een belevenis voor een all-in prijs. Je kunt ook proberen mensen lid te maken van de Gasteling.’
- ‘Zoek de plaatselijke horeca op. Laat de chef van het lokale restaurant elk half jaar in jouw restaurant koken, laat de pannenkoekenbakker maandelijks pannenkoeken bakken. Zij kunnen dat (deels) doen als

sponsoring en jij hebt een vol restaurant en reuring in huis.'

tags:

[Eenzaamheid](#) (28)

thema:

[Wonen en welzijn](#) (227)