



absoluut uniek en heel bijzonder project. We richten ons met name op de 'double income' gezinnen, bourgondische ondernemers en liefhebbers van lekker eten, mooie wijn en gezelligheid. De zaak moet een huiskamer en ontmoetingsplek worden en de bar gaat daarin een belangrijke rol spelen. We willen een plek zijn waar je met vrienden of zakenrelaties afspreekt voor een uitgebreid diner of te genieten van een goed glas wijn of champagne met oesters."

OPPORTUNISME

De overname van de exploitatie van dit monumentale pand is iets dat tekenend is voor de bedrijfsvoering van Oud London. Van Dijk: "We handelen nogal eens uit opportunisme; kansen zien en pakken. Wanneer iets voorbij komt waar we een goed gevoel bij hebben en waarin we mogelijkheden zien, dan pakken we dat aan." Dit begon al in de jaren '70, toen eigenaar Nico Bakker 'Hotel Restaurant Oud London' in Zeist van zijn vader overnam. Hij zag kansen om het restaurant met motel uit te breiden naar een

'JUIST IN CRISISTIJD KOMEN DE MOOISTE KANSSEN VOORBIJ'

viersterrenhotel. Vervolgens kwamen er onder andere vergaderzalen en wellnessfaciliteiten met een zwembad bij en heeft het uiteindelijk de vorm gekregen die het nu is. We werken ook veel samen met onze burens van de KNVB. Zo zijn we sinds kort partner van de KNVB met ons 'Home of Jong Oranje', een deel van het hotel is ingericht als huiskamer voor de spelers van Jong Oranje."

EIGEN SIGNATUUR

Het bleef echter niet bij 'enkel' het uitbreiden van de bestaande locaties. In de booming golfjaren '90, breidde Oud London uit met de overname van een golfbaan in Alkmaar, in 2002 werd gestart met een cateringbedrijf, restaurant Hermitage en in 2016 ook Slot Zeist. De OLHG exploiteert tevens het Grand Café bij begraafplaats/crematorium Bosrust. "Het unieke aan onze bedrijven is dat ze elk een eigen signatuur hebben, een unieke uitstraling en een eigen 'brand', we zijn geen ketenbedrijf met filialen. Aan de voorkant ziet niemand dat hetzelfde bedrijf er achter zit, maar aan de achterkant zit het heel slim in elkaar. De kracht zit in de backoffice van de organisatie: de admi-

nistratie, HRM, marketing, sales en niet te vergeten de directievoering. Hierdoor kan de bedrijfsleiding van de locaties afzonderlijk zich echt bezighouden met de voorkant van het bedrijf en zich richten op kwaliteit en gastvrijheid."

HET GOUD IN JE BEDRIJF

Uitblinken in gastvrijheid is iets waar Oud London zich in wil onderscheiden. Van Dijk: "Wat ondernemers zich moeten beseffen, is dat de mensen op de vloer het goud zijn voor je bedrijf. Vaak wordt het gezien als de hoogste kostenpost, maar wij kijken daar anders naar. Voor ons is het de meest waardevolle 'asset'. Zorg dat je mensen een idee hebben waar het over gaat. Wij organiseren

bijvoorbeeld DNA-bijeenkomsten voor elke nieuwe medewerker. Of dit nu een nieuwe hotelmanager of een afwashulp is. We nemen hen mee in onze normen en waarden, waar we voor staan, hoe we met elkaar omgaan en hoe onze geschiedenis in elkaar zit." De medewerkers van Oud London krijgen zelf de mogelijkheid om eigen wijn te maken, een project dat onlangs heeft geleid tot een gouden en zilveren medaille in de Wijnkeuring van de Lage Landen 2021. Van Dijk: "We maken dus wel even de allerbeste rode wijn van Nederland en België." Ook hierin geldt dat iedereen daar aan mee mag doen, dus niet alleen de sommelier. We zijn nu een Academy aan het oprichten, waar



we - samen met onze leveranciers - onze medewerkers iets extra's kunnen bieden: een barista-workshop, druiven plukken of een dag meelopen met de horecaslager bijvoorbeeld. Dit doen we ter educatie, maar ook omdat het je medewerkers een ervaring meegeeft. We willen onze mensen instrumenten aanreiken om te gebruiken én het werk leuk te maken, waarmee we ook voor de gast waarde kunnen toevoegen. Daarmee houden we onze mensen gemotiveerd en kunnen we nieuwe medewerkers aan ons binden. En die nieuwe medewerkers heeft ook Oud London hard nodig, nu de bezetting en bestedingen in onze bedrijven ronduit goed zijn." Verwoerd: "Onze mensen komen nu ook uit de lockdown. Dat betekent dat ook zij moeten schakelen van heel rustig naar ongelofelijk actief, dat kan leiden tot psychische druk of lichamelijke klachten. De uitdaging voor ons wordt ook hoe we daarmee omgaan. Hoe houd je de mensen gezond en gemotiveerd? We hebben daar aandacht voor, we polsen regelmatig hoe het gaat. Daarnaast zorgen

we ervoor dat de beloning goed is en waken we voor de vrije tijd."

DIRECTIETANDEM

Nu de DGA, Nico Bakker, bijna de leeftijd van 78 bereikt, is het tijd om een stap terug te doen en bestuurstaken uit handen te geven. Verwoerd: "Erik en ik springen op de directietandem en nemen vanaf begin volgend jaar alle bestuurstaken binnen

'DE MENSEN OP DE VLOER ZIJN HET GOUD VOOR JE BEDRIJF'

de groep over." Van Dijk: "We werken al een lange tijd voor Oud London en kennen de normen en waarden erg goed, die houden we dan ook graag in stand. Dit gaat heel erg over continuïteit, kwaliteit, loyaliteit en betrouwbaarheid. We gaan dit zeker



doortrekken de toekomst in, naar onze gasten, medewerkers en leveranciers.”

Met Erik als Algemeen Directeur en Dorine als Directeur Bedrijfsvoering weten ze elkaar voor 100% aan te vullen. Verwoerd: “Bij mij is iets weloverwogen doen altijd beter, dat komt ook door mijn financiële achtergrond. Liever weloverwogen keuzes dan een sprong in het diepe. Toch hebben we die sprong ook nodig om onderscheidend te blijven.”

CONTINUÏTEIT

Met het huidige DNA zetten Dorine en Erik het bedrijf voort, maar wel met een eigentijds tintje. Van Dijk: “Op dit moment zitten we in een transitie waarbij wij het bedrijf de verdere toekomst in gaan leiden, met voor ons als speerpunt dat we het familiebedrijf zullen continueren. In de horeca zie je niet veel familiebedrijven meer. Veel eigenaren leggen het bijltje erbij neer en stoppen of worden opgeslokt door grote ketens. Als familiebedrijf blijf je altijd geneigd verder vooruit te kijken. Dat betekent dat je open staat voor kansen die op de langere termijn interessant kunnen zijn. De exploitatie van de grote zaal van de sociëteit is hier een goed voorbeeld van. Juist in een moeilijke crisisperiode komen de mooiste kansen voorbij. Een beetje tegendraads ondernemen dus. Ondernemerschap is heel belangrijk in onze organisatie, wij als directie voelen ons ook echt ‘ondernemers in loondienst’. We hebben geen blauwdruk gekregen hoe het bedrijf te runnen, maar er is ruimte voor nieuwe initiatieven, met oog voor kwaliteit, gastgerichtheid en hospitality.”

BELANGEN

Vernieuwend en vooruitstrevend, maar altijd met behoud van de eigen identiteit. Of het nu gaat om een nieuwe directie, die de legacy van Nico Bakker blijft voortzetten, een nieuwe locatie -met een historische betekenis-, of catering inzetten op iconische, museale plekken. Wat Oud London onderscheidend maakt, is de mogelijkheid om in complexe, vaak monumentale omgevingen met meerdere gebruikers goed te acteren. Van Dijk: “Waar meerdere - culturele, maatschappelijke en commerciële - belangen een rol spelen, vaak in combinatie met een locatie met grandeur, met de sociëteit als aansprekend voorbeeld, kunnen wij goed aanvoelen waar de behoefte van de gebruikers liggen. Dit begon als businessmodel in 2004, toen musea en andere culturele instellingen door het dichtdraaien van de subsidiekransen ineens commercieel moesten denken. Wij zijn ingesprongen om de prachtig mooie



ruimtes te verhuren voor besloten groepen. Met de zaalhuur die wij afdroegen, kon in onderhoud blijvend voorzien worden, en de horeca-omzet was voor ons. Van daaruit hebben we geleerd hoe het is om met meerdere belangen in locaties te acteren. Dit zullen we ook bij de sociëteit voortzetten, waar de eigenaar de mogelijkheid behoudt om hier activiteiten te organiseren, maar we het ook openstellen voor het grotere publiek.”

DUURZAAMHEID

Van aandacht voor de verschillende belangen, komen we automatisch uit op de ontwikkelingen die vanuit de markt op den duur een belangrijke rol gaan spelen. Van Dijk: “Eén van de belangrijkste, uitdagende ontwikkelingen is wel duurzaam en verantwoord ondernemerschap. Het besef over klimaat en CO2-uitstoot zit in een stroomversnelling en de consu-

ment maakt hierin keuzes, veel meer dan een paar jaar geleden. Dat betekent voor ons dat wat we hier gaan doen meer lokale betekenis gaat krijgen. Is het nog wel verstandig om een fles wijn de hele wereld over te laten vliegen, als je dit ook zelf kunt maken in de Betuwe en daar ook nog een prijs mee wint? En waarom een stuk biefstuk uit Uruguay laten komen, in plaats van een boer uit de buurt? Dit is wel iets dat sterk speelt, niet alleen vanuit onze eigen motivatie een maatschappelijke betrokkenheid, maar ook omdat de gast er steeds meer naar vraagt, ook op het gebied van vegetarisch en vegan.”

Grand Bar-Restaurant de Vereeniging opent naar verwachting op 1 februari 2022 haar deuren aan de Mariaplaats 14 te Utrecht. Kijk voor meer informatie over Oud London en haar locaties op www.oudlondon.nl

