

Kampri's kijk op de Toekomst

Wim Kamphuis, Bea Steenbekkers, Sofia Kleyweg, Harmannus Harkema, Jan Verschoor

Kampri Group B.V., Postbus 71, Gildestraat 10, 8263 AH Kampen, w.e.h.kamphuis@kampri-support.nl, 038-3315060

Kampri, inrichter van toprestaurants en topkeukens in Nederland en in groeiend tempo ook buiten Nederland, richtte in oktober 2007 het Restaurant van de Toekomst in. Geleverd werd de totaalinrichting van het restaurant, (uitgezonderd de tafels en stoelen), de keuken en het sensorisch lab.

De inrichting van het Restaurant van de Toekomst

In zowel het restaurant als in de keuken is Kampri's visie op gastvrijheid, sfeer en presentatie, gecombineerd met inzet van de nieuwste technologie, te ervaren. De buffetmeubelen zijn transparant en open. Zij laten de gerechten en de dranken als vanzelf stralen. Routing van gasten en van personeel zijn perfect op elkaar afgestemd. Er is veel bewegingsvrijheid voor de gasten en men wordt op een prettige manier verleid. Een leuk gesprek kan doorgaan, terwijl men kijkt en kiest. De nieuwe gebruiksvriendelijke kassaopstellingen werken mee aan de juiste sfeer. Vloer, wanden, en verlichting maken het geheel af.



De kassa's in het restaurant zijn zelfbedieningskassa's. De bezoekers van het Restaurant loggen in met hun ID-kaart en selecteren op de touch-screen display de producten op hun tray. Het kassa-systeem werkt op basis van vertrouwen en draagt daardoor bij aan een gastvrije sfeer. De verlichting wordt geregeld via een complex belichtingssysteem. Hierdoor kan het licht in het restaurant subtiel van kleur veranderen. De onderzoekers of de cateringmanager kan de ambiance in het restaurant op deze manier nauwkeurig regelen.



Buffets & food presentation

Eén van de blikvangers in het restaurant zijn de buffetunits waarop de producten worden gepresenteerd. Deze units vormen één van de factoren voor de onderzoekers om de sfeer en de presentatie in het restaurant te veranderen.

De buffetunits zijn vrij verplaatsbaar en door toepassing van crust ice energiezuinig. De precieze besparing van deze techniek is moeilijk te meten, vanwege de grote hoeveelheid variabelen zoals de afkoeling van de omgeving, de hoeveelheid ijs nodig voor de koeling en de hoeveel ijs nodig voor een uitnodigende presentatie. Nieuwe technieken zoals een koudedamppresentatie van salades zorgen voor meer besparing en een prikkelende beleving (zie Research & innovation).

De kassa met groot kleurdisplay en touch-screen is op dit moment nog steeds een zeer vernieuwend kassasysteem.

Er wordt echter inmiddels gewerkt aan een kassa, die d.m.v. beeldanalyse herkent welke producten op het dienblad staan en die de bezoeker in staat stelt om af te rekenen zonder de producten zelf op de kassa aan te slaan. Deze nieuwe kassa zal binnenkort in het Restaurant van de Toekomst worden geplaatst.



De keuken

Kampri creëert optimale ergonomie door in de keuken van het Restaurant van de Toekomst in hoogte verstelbare kooktafels te installeren. Afzuiging en luchtcirculatie in alle ruimten zorgen voor prettige werkomstandigheden



voor het Sodexo personeel. Tegelijkertijd worden ongewenste luchtjes vermeden.

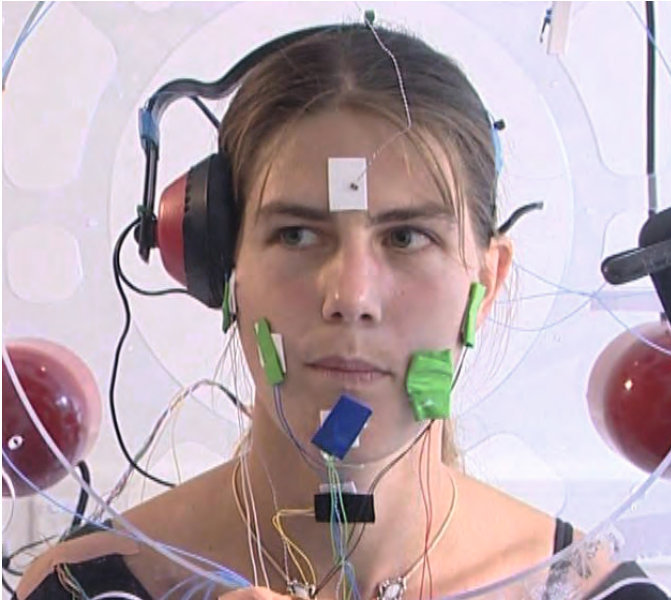
De nieuwe stoomoven van Culion zorgt voor gemak en een constante hoge kwaliteit van alle te koken, te braden, te bakken en te regenereren producten. Constante kwaliteit is belangrijk voor het doen van vergelijkingstesten, zowel in het Restaurant van de Toekomst als in het aangrenzende sensorische laboratorium.



Research & innovation

Kampri werkt met verschillende afdelingen van Wageningen UR samen aan nieuwe ontwikkelingen. Met de Intelligent Systems groep (Rick van de Zedde en Franck Golbach) wordt gewerkt aan een robot die de vuile vaat automatisch in de vaatwasmachine zet. Met de Consumer Science groep (Rene de Wijk en Marchel Gorselink) wordt gewerkt aan één project, waarin met behulp van Vision straks automatisch wordt afgerekend.

Eerder dit jaar hebben Kampri en Wageningen UR (Bea Steenbekkers, Sofia Kleyweg, Jan Verschoor en Harmannus Harkema) gekeken naar een manier om de saladeverkoop onder lunchende consumenten te stimuleren. In het dagelijks leven is immers de consumptie van groente en fruit veelal minder dan de aanbevolen dagelijkse hoeveelheid, ondanks het feit dat mensen op de hoogte zijn van het gezondheidbevorderende effect van deze producten. Kampri heeft een saladebar voorzien van vernevelaar



geleverd (op pagina 4), die onderzocht is in het Restaurant van de Toekomst en op een cateringlocatie in Hoevelaken. Het oogmerk van het onderzoek is het aantrekken van klanten enerzijds en het terugdringen van derving anderzijds.

De vernevelaar is een instrument dat boven de schalen met salades is geplaatst. Hij genereert via ultrasone techniek een waternevel boven het uit te stallen product. Bij juiste afstelling komen er geen waterdruppels op het product maar verdampt de nevel. Er wordt verondersteld dat de nevel ervoor zorgt dat de salades een verser uiterlijk hebben, waardoor de perceptie van de kwaliteit van de salades zal verbeteren. De hypothese in het onderzoek was dat deze technologie ervoor zorgt dat meer mensen worden aangetrokken tot de saladebar en verleid worden om meer salade te kopen.

Een veldexperiment is uitgevoerd om consumentengedrag rond de saladebar te meten door de Consumer Science groep Wageningen UR. Dit is gedaan door middel van observatieonderzoek tijdens lunchtijd in het Restaurant van de Toekomst. Hier is geregistreerd hoeveel mensen de saladebar benaderen en welke salades ze (eventueel) nemen. Daarnaast zijn de kassadata geanalyseerd om aanvullende informatie te verzamelen. Ook is een focusgroepdiscussie gehouden met consumenten om een indruk te krijgen van de perceptie van de vernevelaar en de perceptie van de kwaliteit van de salades in deze saladebar. Behalve in het Restaurant van de Toekomst is de observatiestudie ook op een cateringlocatie elders in het land uitgevoerd.

De observatiestudie besloeg beide keren 9 weken. De eerste drie weken vormden de nulmeting, waarbij de salades zijn aangeboden in de reguliere saladebar. Daarna is gedurende drie weken de mobiele saladebar met vernevelaar gebruikt om de salades aan te bieden. Tot slot is de nulmeting drie weken lang herhaald.

In het Restaurant van de Toekomst leidde de aanwezigheid van de vernevelaar niet tot hogere verkopen van salades, mogelijk doordat de verkoop van salades onder de bezoekers in het Restaurant van de Toekomst al vrij hoog is. Wel was zichtbaar dat meer mensen de saladebar benaderden. Een aantal bezoekers gaf aan twijfels te hebben bij de vernevelaar; men vertrouwde het verspreide 'gas' dan wel de gehele technologie niet of men vindt het energieverspilling. Anderen waren echter positief: deze personen vinden de salades er frisser uitzien en verwachten dat ze verser zijn. Om de negatieve perceptie van de nevel te neutraliseren, is op de tweede onderzoekslocatie een bordje boven op de vernevelaar geplaatst met de boodschap "U ziet een nevel van druppeltjes gezuiverd water". De vernevelaar lijkt op deze locatie een positieve invloed te hebben, zowel op het aantal mensen dat een salade koopt (+13%) als op het type salade dat gekocht wordt (een verschuiving van salades met dressing naar rauwkost). Het resultaat daarvan is onder meer dat de derving van niet verkochte salades met zo'n 8 % verminderde.

Naast het effect van het uiterlijk van de saladebar op het aankoopgedrag van consumenten, is ook onderzocht of er een adiabatisch koeffect optreedt waardoor de temperatuur van de lucht en boven de uitgestalde producten kan afkoelen. De grootte van dit effect en de bijbehorende randvoorwaarden zijn in een aantal tests bepaald. Het koeffect van verneveling op het temperatuurverloop rond een uitgesteld product in de saladebar blijkt vooral afhankelijk te zijn van de temperatuur van het uitgestalde product t.o.v. de omgevingstemperatuur en de luchtvochtigheid in de ruimte.

In een saladebar zonder ijs en product is een afkoeling van ca. 4°C gemeten bij kamertemperatuur en lage luchtvochtigheid. Deze afkoeling door verneveling heeft plaats over de gehele breedte van de saladebar en tot ca 10 cm daarboven. Een randvoorwaarde hierbij is wel dat de relatieve luchtvochtigheid niet te hoog mag zijn of worden, omdat dit het koeffect sterk kan beperken. Dit kan worden voorkomen door het meubel bijvoorbeeld niet in een te kleine ruimte met weinig vochtafvoer te plaatsen. Bij uitstalling van producten op ijs en dus met een veel lagere temperatuur dan de ruimtetemperatuur, levert de verneveling geen toegevoegde waarde voor de afkoeling van het product of de lucht daaromheen. Het product is in dat geval al koud genoeg.