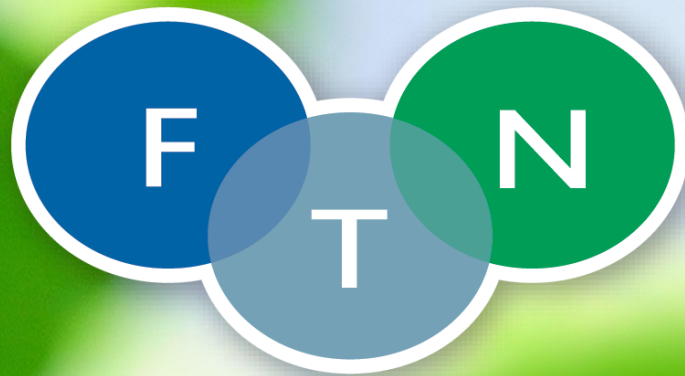




Federatie Textielbeheer Nederland





Gastheer van vandaag: Eduard Molkenboer
Directeur Synergy Health



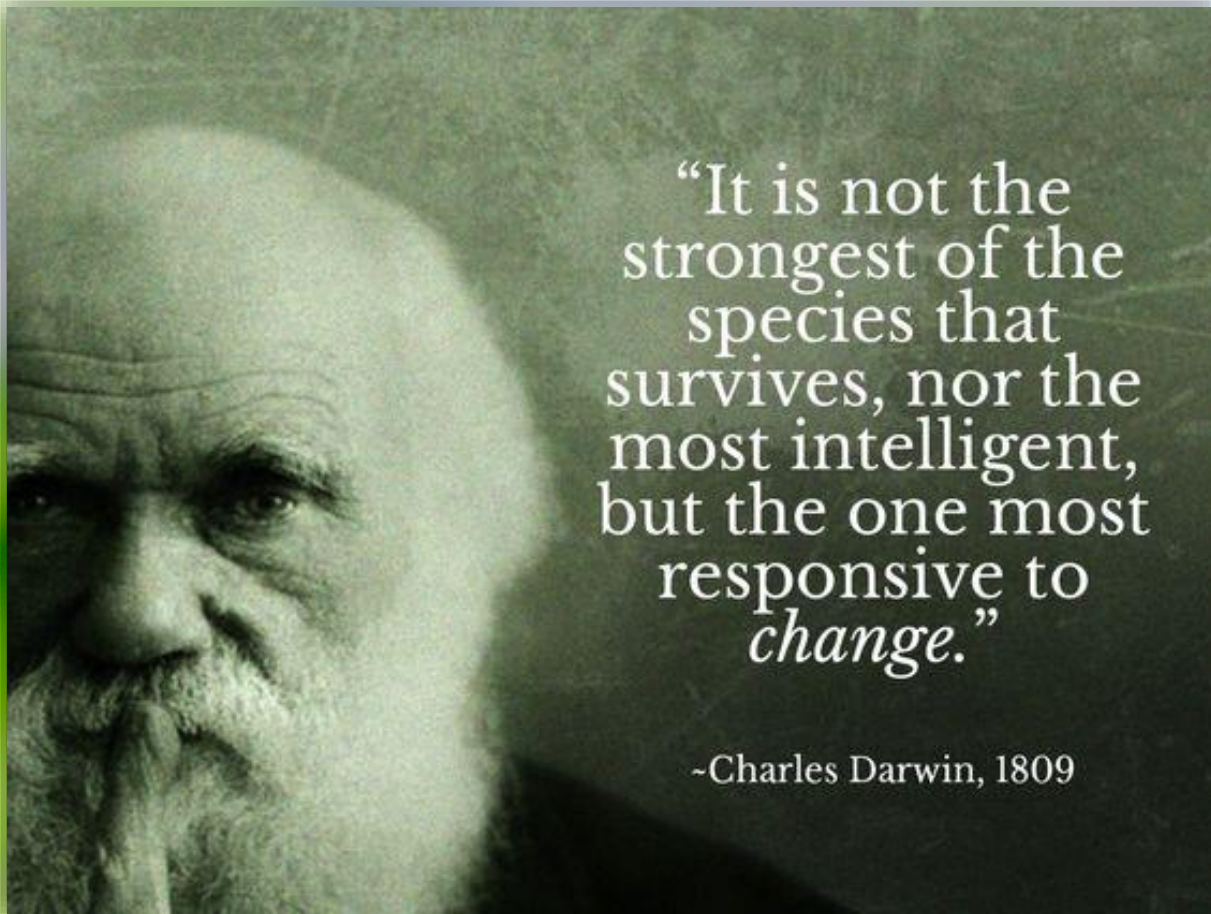


VEILIGHEIDSINSTRUCTIE

- + Indien het brandalarm af gaat, wordt u verzocht op uw plaats te blijven en te wachten op instructies. Indien het alarm tijdens de rondleiding afgaat blijft u bij elkaar op de ‘verzamelspot’
- + De nooduitgangen zijn aangegeven. Ook de roldeur naast het scherm zal in geval van nood worden geopend om de conferentieruimte te verlaten
- + U bent allen geregistreerd. Indien er ontruimd wordt, dient u te verzamelen op de parkeerplaats van Machinefabriek Latenstein



Welkom door FTN voorzitter 2017:
Stef de Win



“It is not the
strongest of the
species that
survives, nor the
most intelligent,
but the one most
responsive to
change.”

~Charles Darwin, 1809





Presentatie 'Markt(r)evolutie in de zorg'

Markt(r)evolutie in de zorg



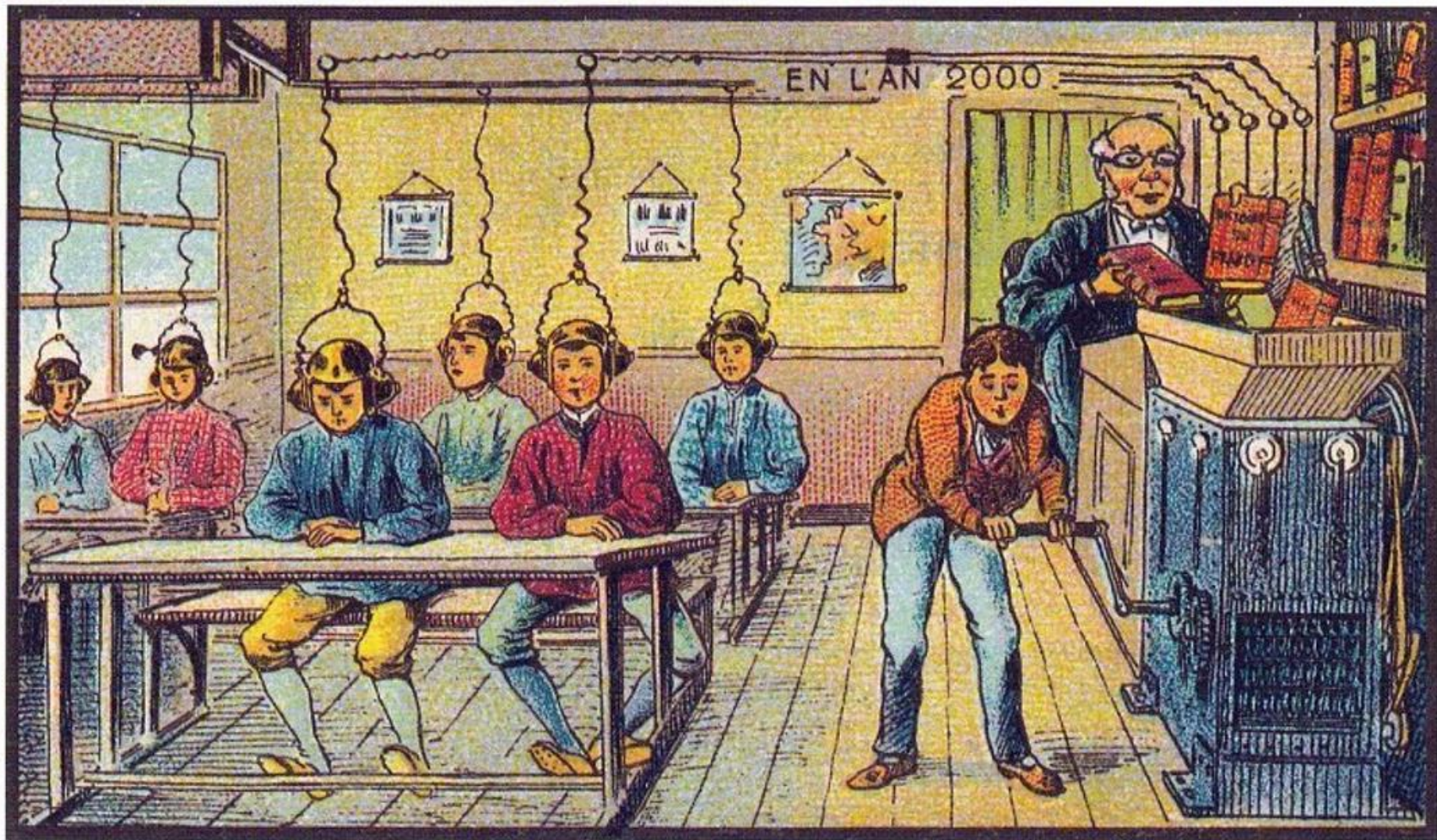
Dr. Willem Peter de Ridder

Tiel, 17 november 2016



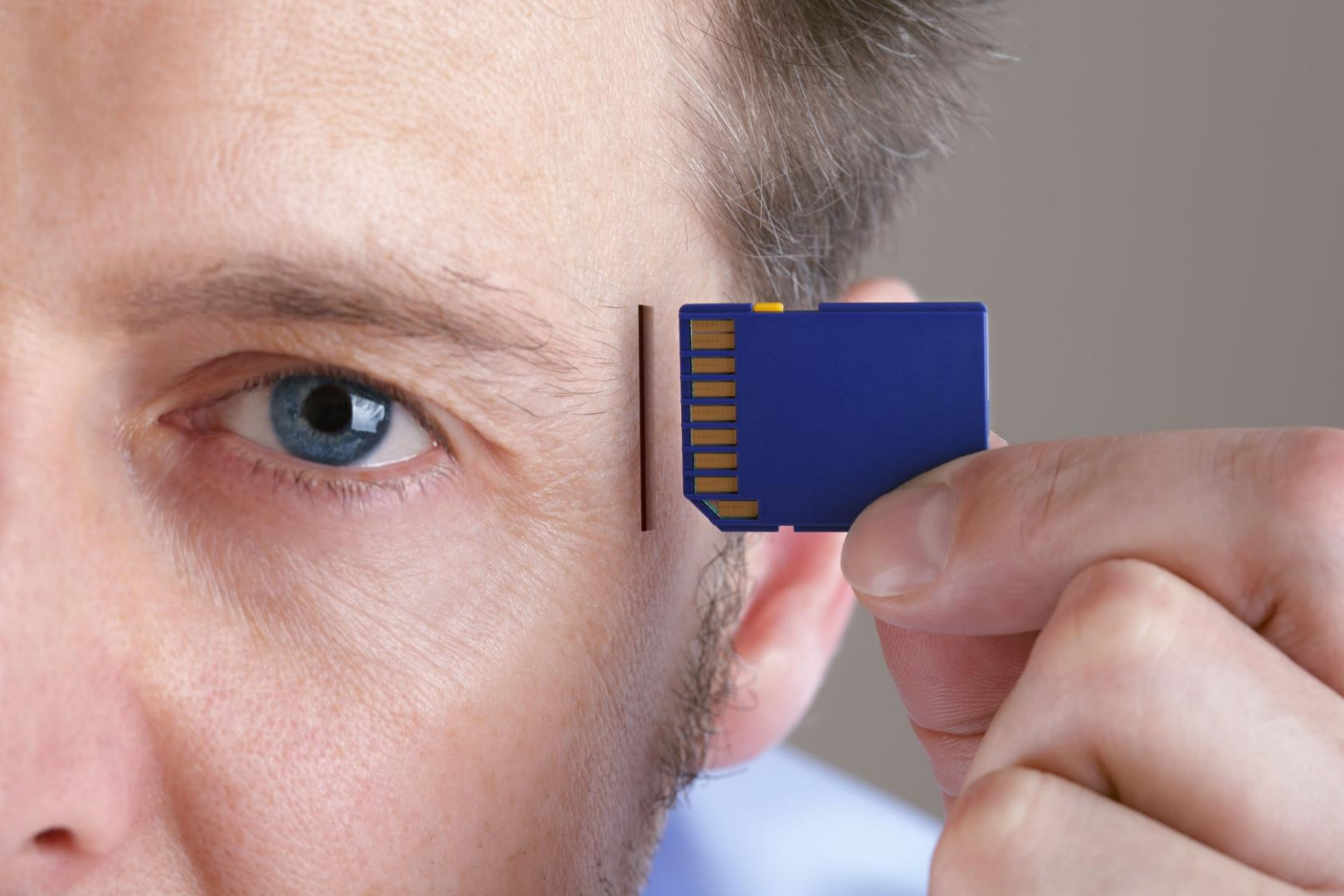
Futures Studies





At School





Revolution
in Egypt

Joe Klein: What the U.S. should do
On the Streets: Hope meets anxiety
Muslim Brotherhood: What it wants

Oscars:
Portraits of
star power

TIME

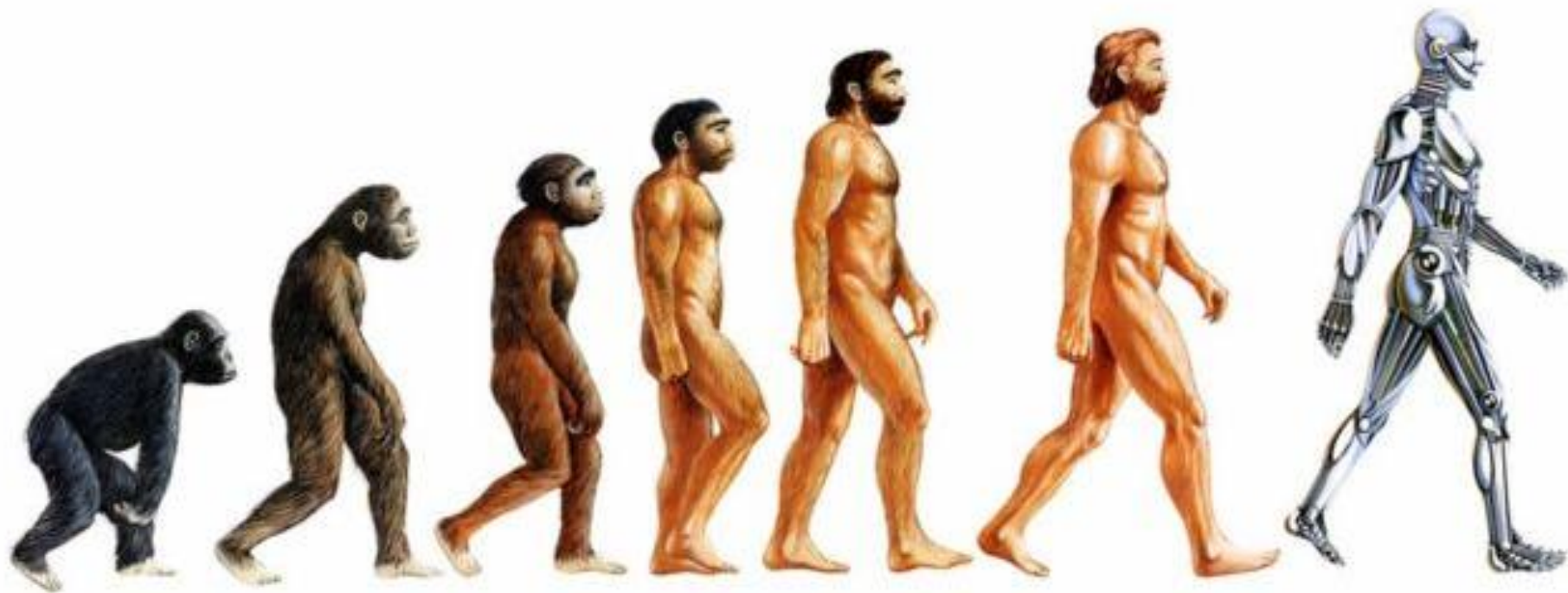
2045

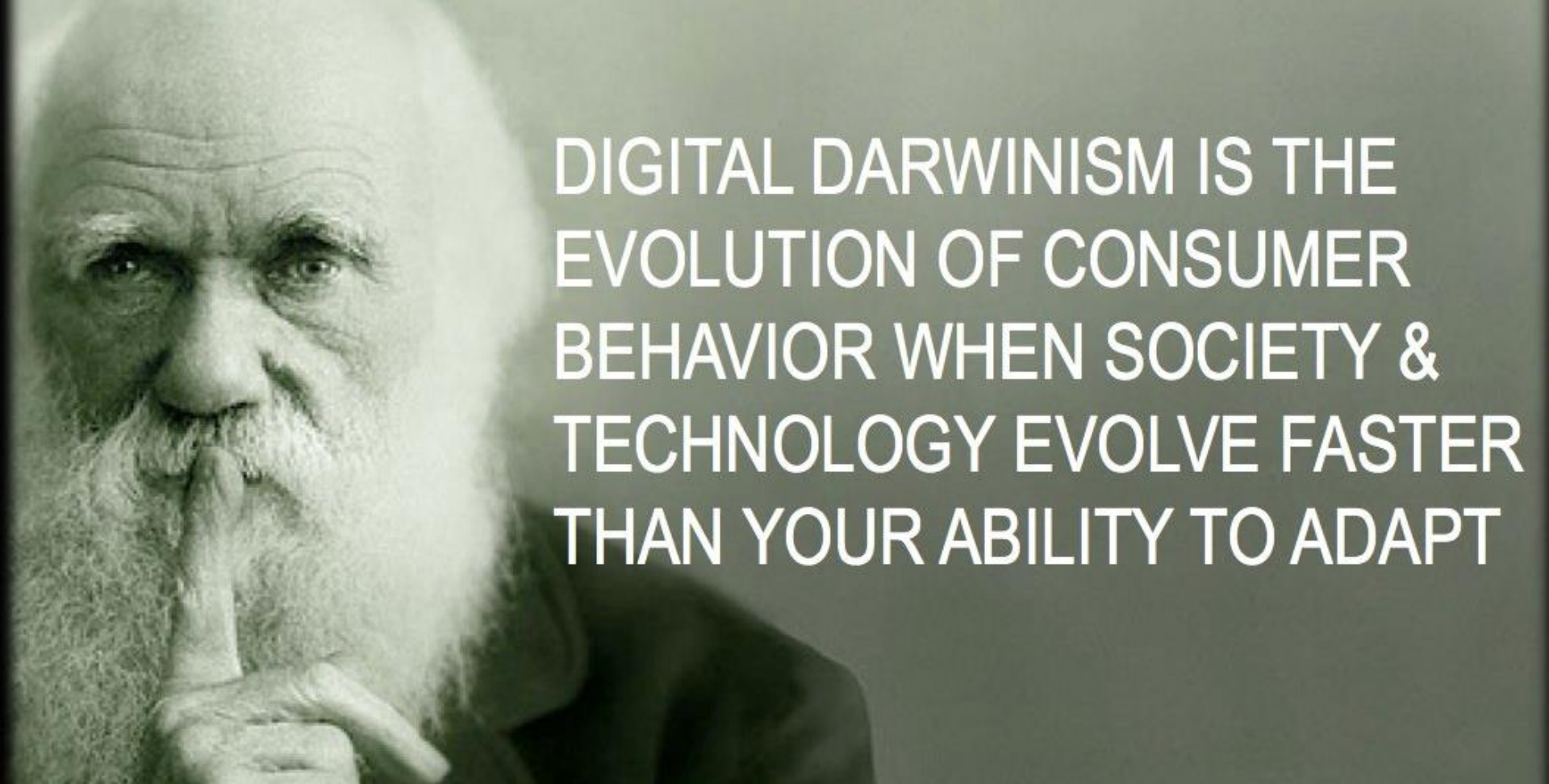
The Year Man Becomes Immortal®

BY LEV GROSSMAN

© 2011 Time Inc. Magazine
All rights reserved.
TIME, THE YEAR MAN BECOMES IMMORTAL, and
the logo are trademarks of Time Inc. Magazine.







DIGITAL DARWINISM IS THE
EVOLUTION OF CONSUMER
BEHAVIOR WHEN SOCIETY &
TECHNOLOGY EVOLVE FASTER
THAN YOUR ABILITY TO ADAPT



Agenda

- 4^e industriële revolutie: exponentiële ontwikkeling van de technologie
- Nieuwe toepassingen en business modellen in de zorg
- Management van de digitale transformatie
- Samenvatting: roadmap naar de toekomst



4^e industriële revolutie:
exponentiële ontwikkeling van
de technologie



Vier industriële revoluties: mechanisatie, massa productie, automatisering, robotisering



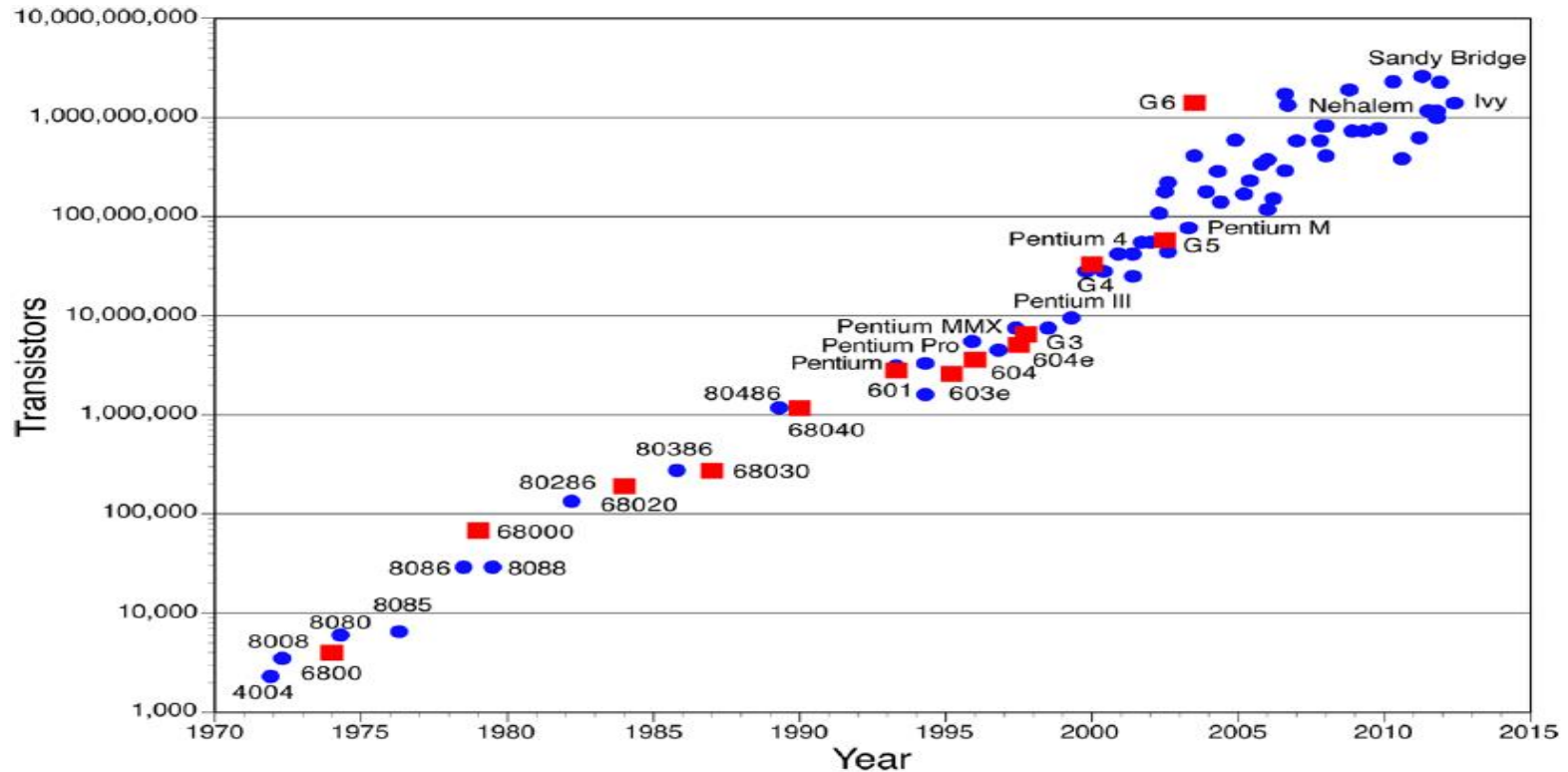
COMMITTED TO
IMPROVING THE STATE
OF THE WORLD

Navigating the next industrial revolution

Revolution	Year	Information	
	1	1784	Steam, water, mechanical production equipment
	2	1870	Division of labour, electricity, mass production
	3	1969	Electronics, IT, automated production
	4	?	Cyber-physical systems



50 jaar wet van Moore



Elke twee jaar is de omvang
van de digitale innovatie even
groot als het totaal van de
innovaties in alle jaren daarvoor

Acceleratie in innovatie





**“OUR
QUANTUM COMPUTER
IS
100 MILLION TIMES FASTER
THAN PC.**

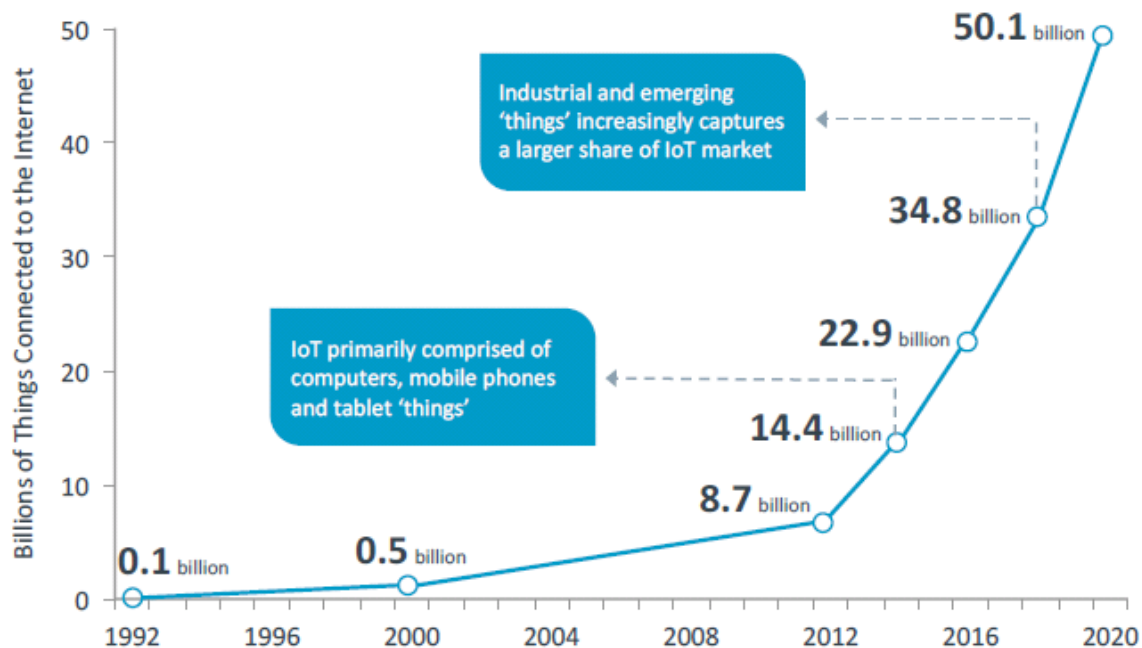
- GOOGLE



Internet of Things

Projecting the 'Things' Behind the Internet of Things

From 2014-2020, IoT grows at an annual compound rate of 23.1% CAGR



90% van alle data is verzameld
in de afgelopen 2 jaar



Digitale disruptie: de oliebaronnen zijn vervangen door de whiz kids van Silicon Valley



Top 5 Publicly Traded Companies (by Market Cap)



Tech



Other



Source:
www.visualcapitalist.com/chart-largest-companies-market-cap-15-years







Nieuwe toepassingen en business modellen in de zorg



Digitalisering van de zorg

Robotis
ering



Kwaliteit
en
efficiëntie

Teleme
dicine



Extramur
ale zorg

Wearab
les

Van sick
care
naar
health
manage
ment

atige
intellige



Profession
ele
patiënt





1. Robotisering







Robots in de operatiekamer





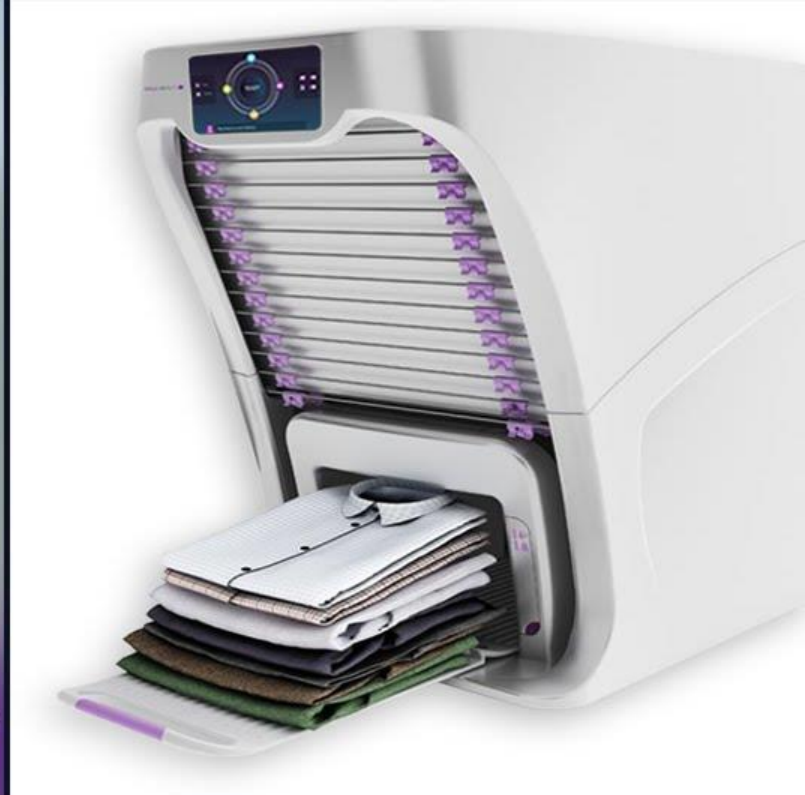
Zora, sociale robot in de zorg



Riba, assistent van de verpleging

A photograph of a robotic arm in a pharmacy. The arm is white and black, with a digital display showing '0.00'. It is positioned in front of tall shelves filled with various boxes of medicine. The background is slightly blurred, emphasizing the robot.

Robots in de apotheek



Foldimate: automatisch kleren vouwen





OHEA bed maakt zichzelf op





2. Telemedicine - zorg op afstand





Ook voor thuis



3. Wearables





Quantified Self
self knowledge through numbers



9520
DAYS LIVED



43
DAYS RECORDED

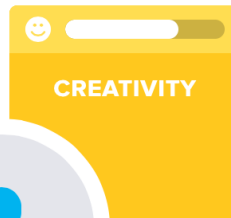
James



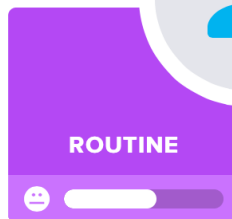
TODAY
NOVEMBER 21ST



HEALTH



CREATIVITY



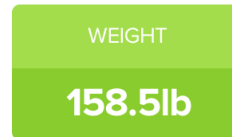
ROUTINE



PLEASURE



TODAY
NOVEMBER 21ST



WEIGHT
158.5lb



HEALTH STATUS
100%



GLASSES OF WATER
7



STRESS LEVEL
20%



STEPS
7854



CALORIES
562cal



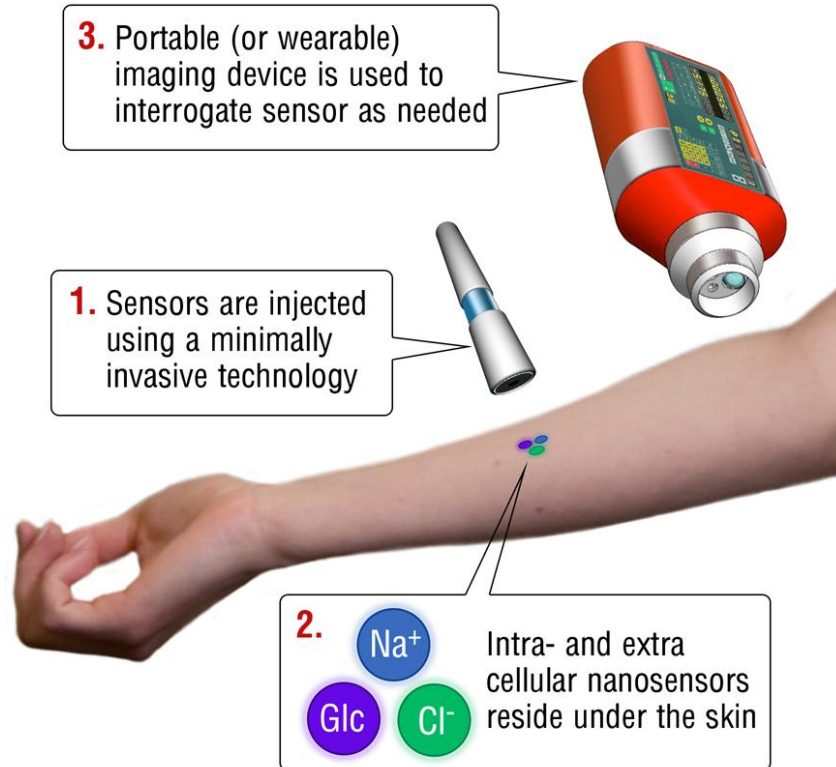


Google

Reveals The Smart Contact Lens



Tracking door middel van nanosensors



A person is shown from the waist up, wearing a black, form-fitting garment. The garment features a white grid pattern and several circular microchip sensors. The person's arms are extended, showing the garment's flexibility and the placement of the sensors. The background is white.

E-textiel of fibretronics: textiel met microchips

CONTROLLING YOUR DEVICES



Google en Levi's: interactieve jeans

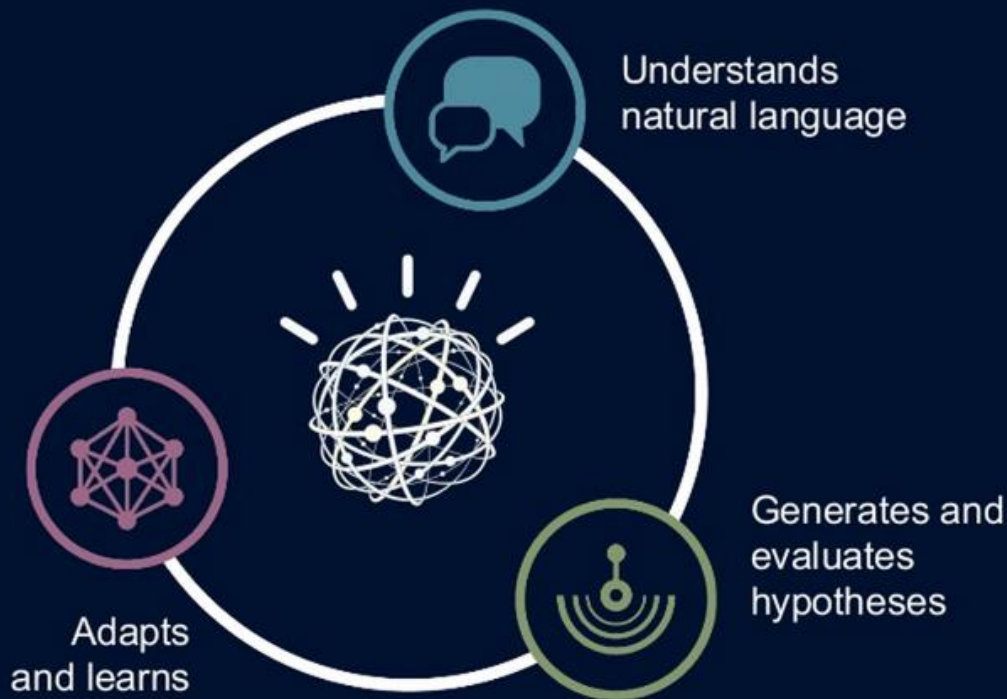
4. Kunstmatige intelligentie



Watson is cognitive computing

Cognitive computing systems **learn and interact naturally** with people to extend what either humans or machine could do on their own.

They help human experts make **better decisions** by penetrating the **complexity of Big Data**.



IBM Watson, expert advies voor artsen

WATSON:
Treatment options are listed based on the information available.

Request Pre-auth

Treatment Options to Consider

Identified Options

☒	Treatment plan 1 Systemic Chemo: Cisplatin, Pemetrexed, Bevacizumab	Confidence 95%	Acceptable match with patient preferences	EVIDENCE
☐	Treatment plan 2 Systemic Chemo: Carboplatin, Paclitaxel, Bevacizumab	Confidence 45%	Unacceptable match with patient preferences	EVIDENCE
☐	Treatment plan 3 Systemic Chemo: Erlotinib	Confidence 8%	Preferred match with patient preferences	EVIDENCE

Radiation and Surgery are unlikely to be appropriate.

Ask Watson





Transparantie van data geeft de patiënt
zeggenschap



Met data benchmarking sturen op kwaliteit en kosten

Patients Like Me, Wiser together, dr. Foster



- 400,000+ members
- 2,500+ conditions
- 70+ published research studies
- 31 million data points



Transforming patients into consumers.

Everyone wins with better outcomes and lower costs.

WiserTogether delivers better outcomes, lower cost and more satisfied consumers by bringing clinical evidence, cost and patient-reported ratings together in a personalized consumer experience at the point of decision.

Our solution leverages science and information-seeking consumer behaviors to help people find and engage with their best treatment options. [More about our solutions](#)

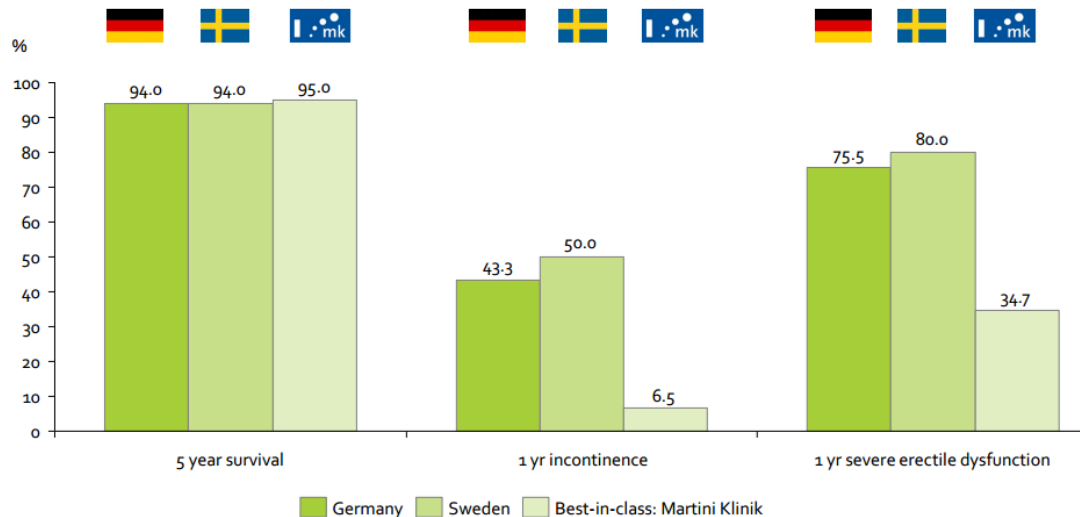


- 69 million data points for treatment comparison



Superspecialisatie wordt superwinstgevend

- Tien urologen in de Martini-Klinik in Hamburg doen 2200 operaties vanwege prostaatkanker per jaar en behalen aantoonbaar betere resultaten dan waar ook ter wereld.
- 25% van de patiënten reist meer dan 300 km.



Bron: International Consortium for Health Outcomes Measurement

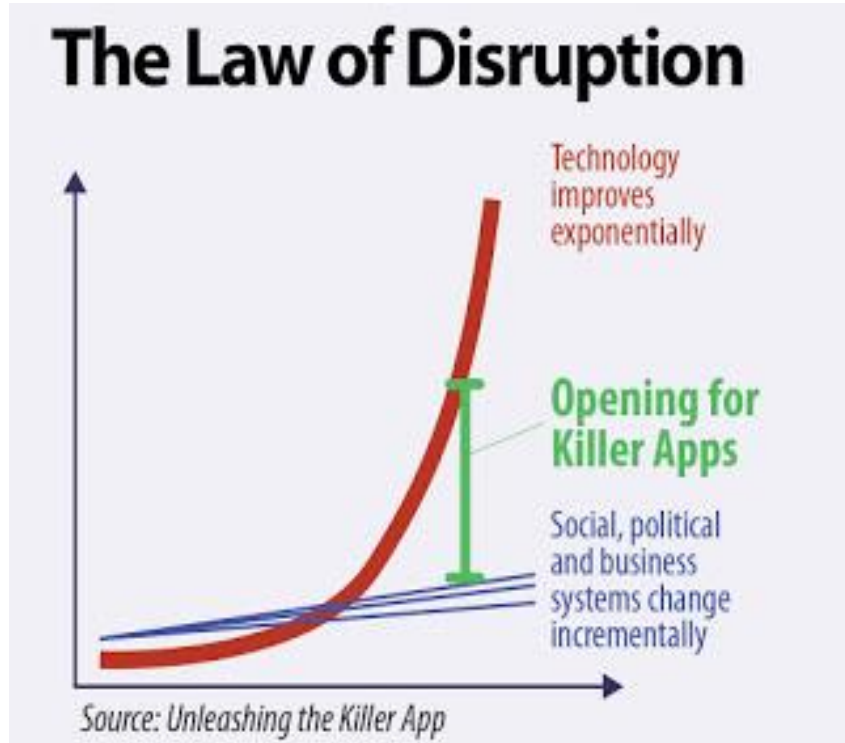


Management van de digitale transformatie



Planning gebaseerd op huidige technologische trends leidt tot onderschatting van de toekomst

- De eerste fase van exponentiële technologie is bedrieglijk
- Onderschat nieuwe of kleine spelers nooit
- Wees niet bang voor kannibalisatie van je eigen business



Succesvol innoveren

Robuuste
doelstelling
g

Meerdere
scenario's

Kennis
mobilisere
n

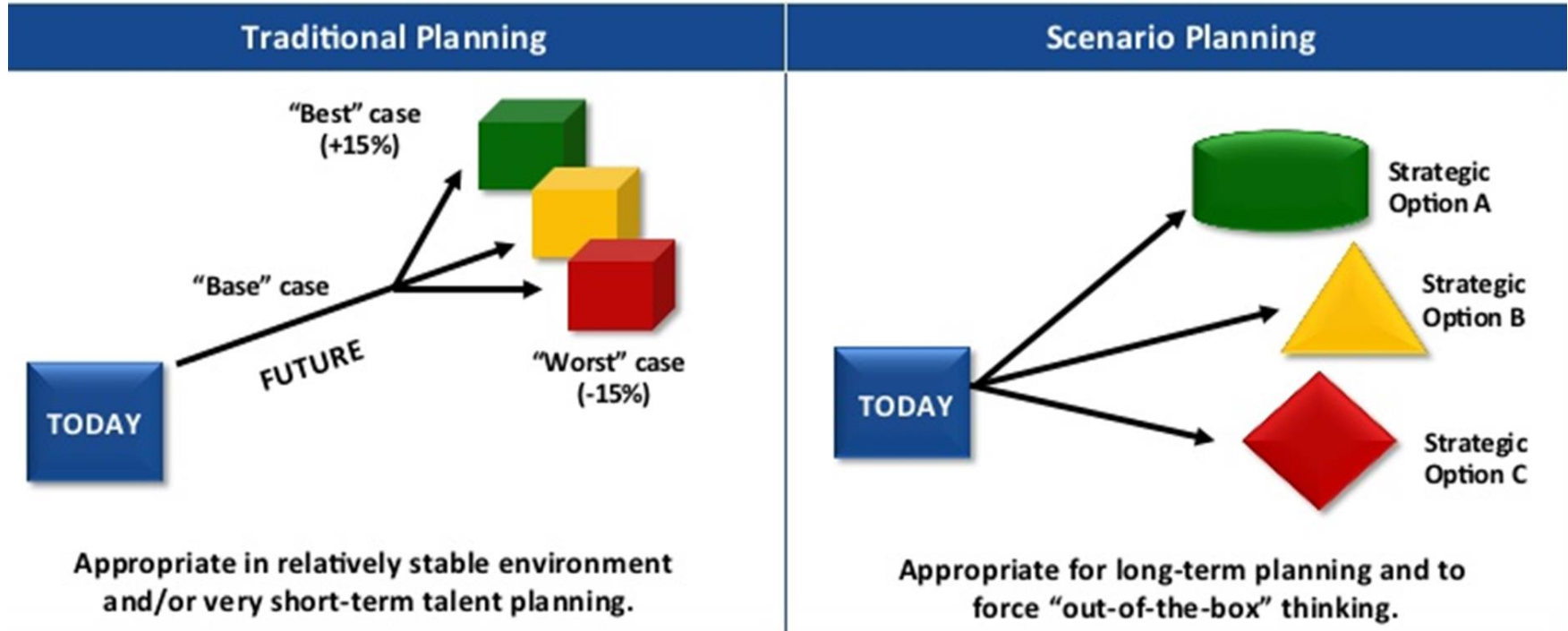
Experime
n-teren



1. Robuuste, ambitieuze doelstelling vanuit het perspectief van de eindklant: “de patiënt in control”

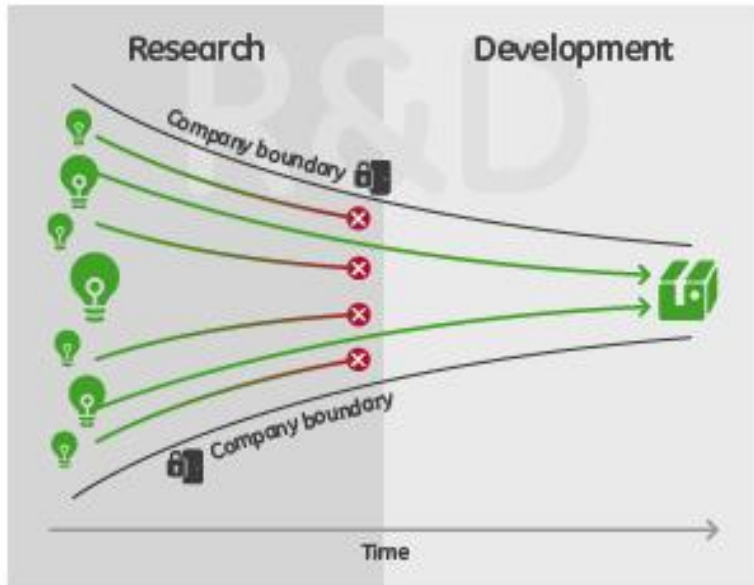


2. Voorbereiden op verschillende uitkomsten door middel van scenarioplanning



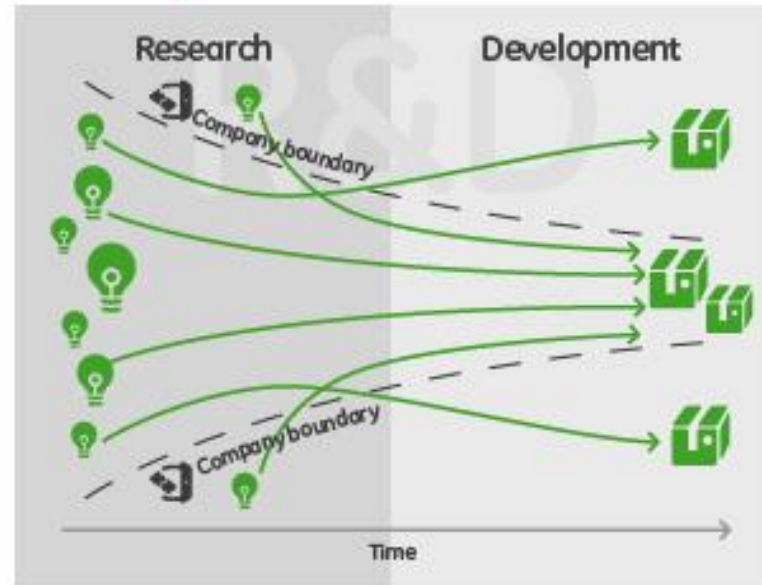
3. Innovatie kan niet meer zonder kennis van buiten te mobiliseren: open innovatie en crowdsourcing

Closed Innovation Concept

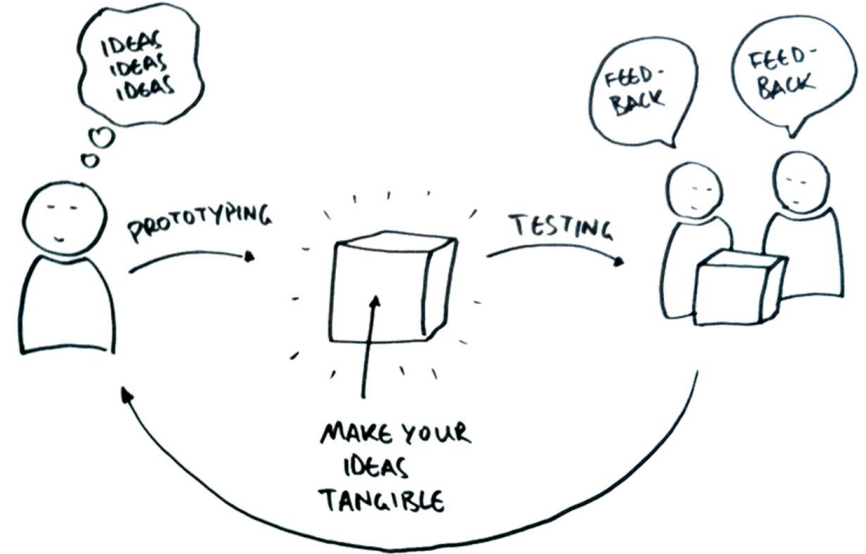
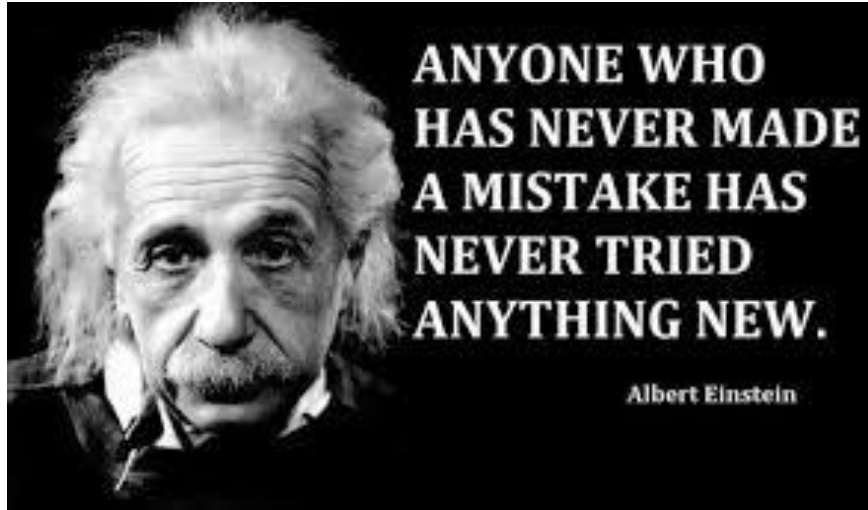


VS

Open Innovation Concept



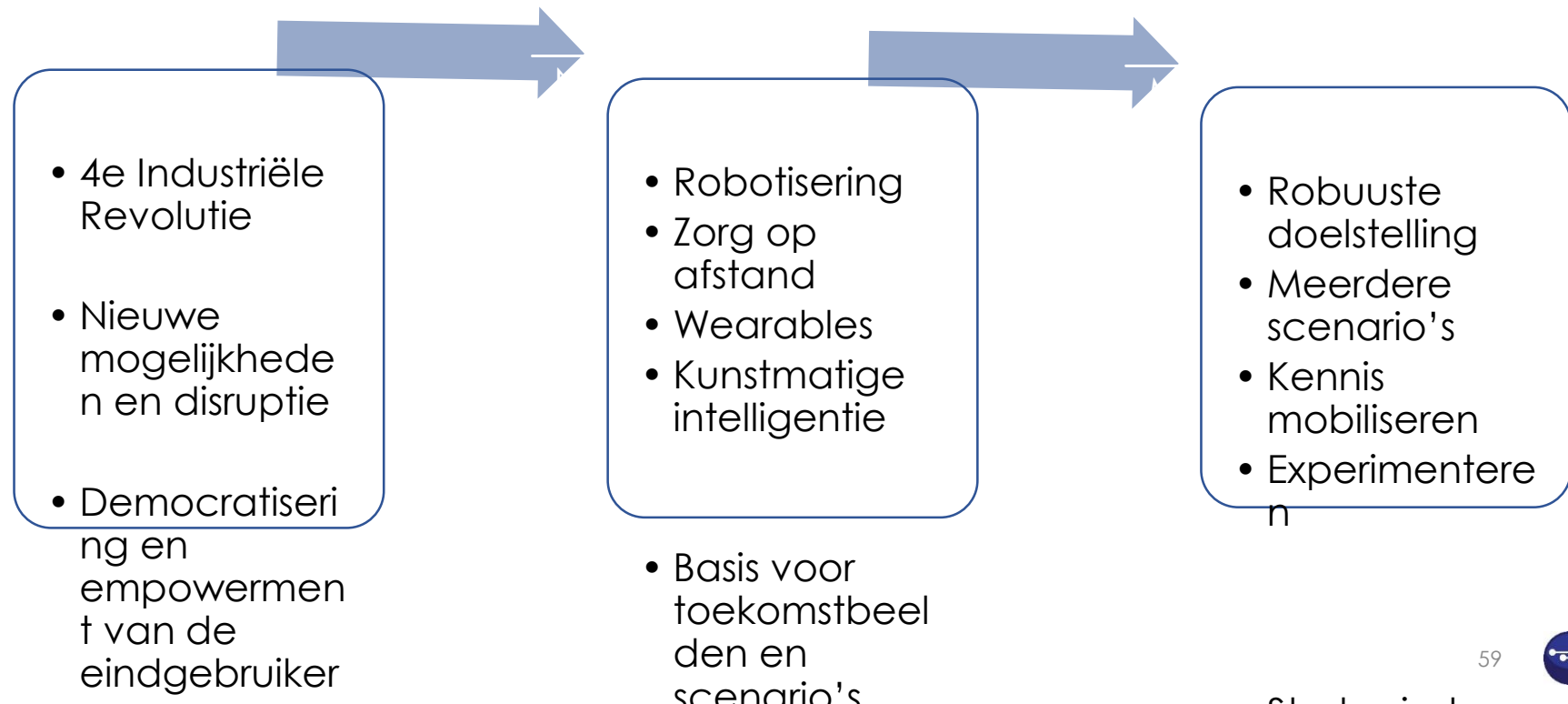
4. Experimenteren: fouten maken hoort bij het innovatieproces



Samenvatting



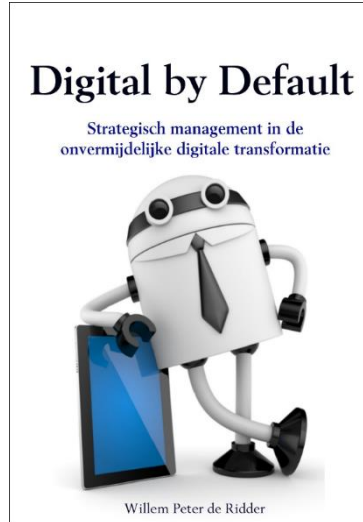
Strategische roadmap naar de toekomst in 3 stappen





Futures Studies

- Futures Studies ondersteunt organisaties bij het verkennen van de toekomst, het formuleren van een toekomstbestendige strategie en het managen van disruptie.
- Onze benadering is gebaseerd op data, feiten en internationaal onderzoek.
- Wij delen onze kennis door middel van publicaties, presentaties, workshops en consultancy.



Verschenen
januari 2016

Volg mij

E-mail:

willempeter.deridder@futuresstudies.nl

Website:

www.futuresstudies.nl

LinkedIn:

www.linkedin.com/in/wpderidder

Twitter:

@wp_deridder





Presentatie 'De wondere wereld van Hotels'



De wondere wereld van Hotels

Hans van der Kooij
Domeinmanager

Begrijpen begint met feiten

Onze branche en onze vereniging

De Horeca



17,2
miljard
omzet/ja
ar

KHN



231.000
medewerker
s
63% van alle
medewerkers
70% loonsom

Wat weet je straks wel?

- Wat gebeurt er in de wereld?
- Wat maakt future proof ondernemen zo moeilijk?
- Wat zijn de meest hotelrelevante trends?
- Wat doen, kunnen en moeten hoteliers daarmee?
- Wat vraagt dit van hoteliers en hun omgeving?



Wie kan de toekomst voorspellen?



Eén ding is zeker: niks is meer zeker.....



<35



It's a VUCA world

- De wereld is: **beweeglijk – onzeker – complex – dubbelzinnig**
- Dit vraagt: **begrijpen – kiezen – scherp zijn - flexibel blijven**



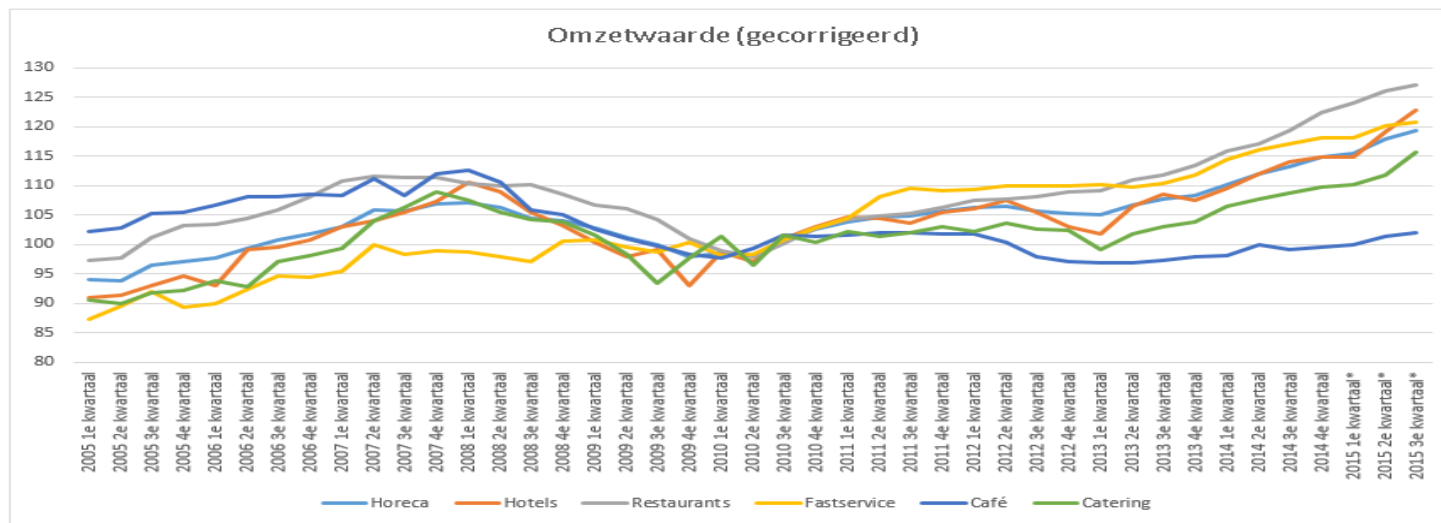
Dat maakt ondernemen als zeezeilen



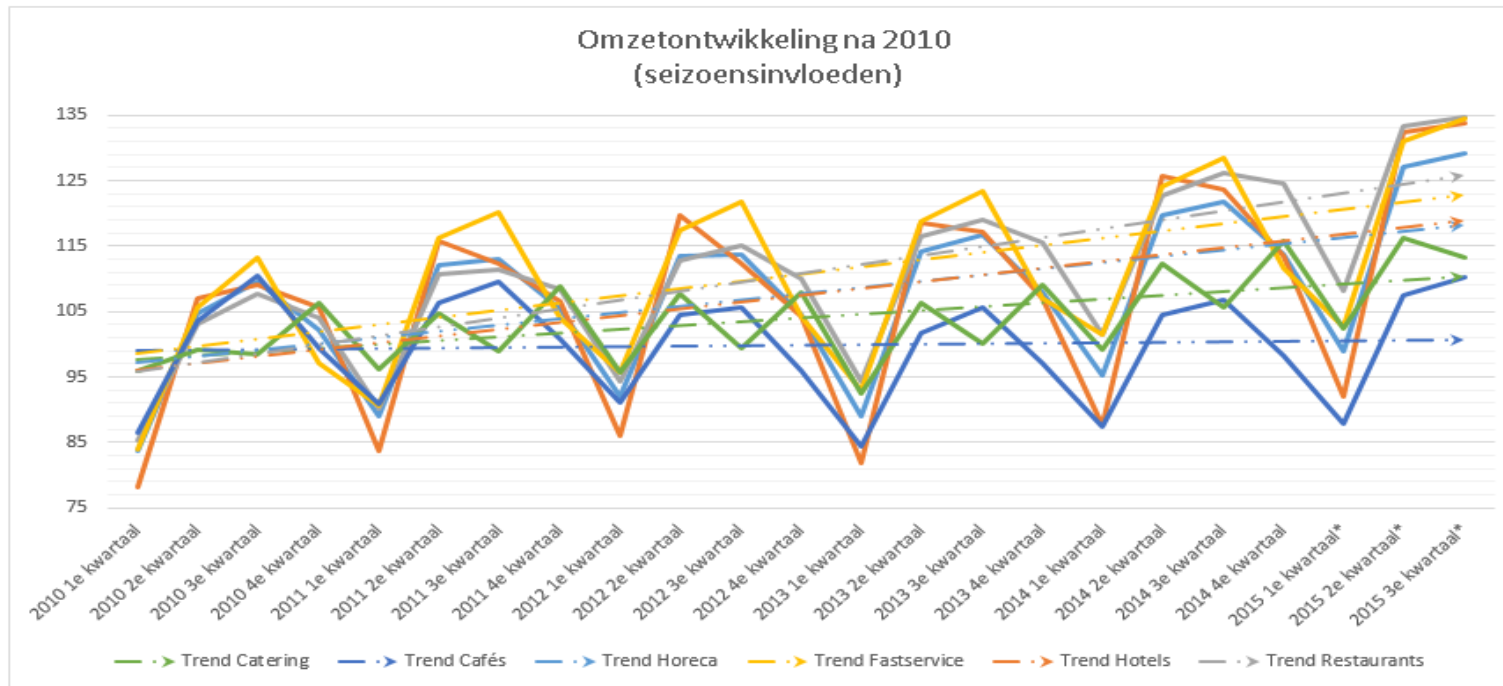
Begrijpen begint met feiten: Branche herstelt gestaag

2015: Jaar van groei

- Groei van omzetwaarde in alle sectoren
- Groei van consumentenvertrouwen
- Groei toerisme is belangrijke factor achter het herstel in de branche



Horeca is pieken en dalen



Schijn bedriegt

Aantal bedrijven groeit harder dan de omzet

Sinds 2007			
	Omzetontwikkeling	Ontwikkeling outlets (aantal)	Gewogen omzetgroei
Hotels	19%	43%	-24%
Restaurants	15%	26%	-11%
Fastservice	27%	33%	-7%
Cafés	-6%	-15%	10%

- Omzet groeit, maar **aanbod groeit harder** (relatief kleiner taartstuk)
- **Drankensegment omgekeerd**: minder omzet over veel minder bedrijven (relatief groter taartstuk)
- I.h.a. **meer horecamomenten**, maar **lagere besteding** per bezoek
- Ook **concurrentie van buiten de branche**: retailers, culturele instellingen, evenementen, pop-ups en particulieren
- **Online distributie** nestelt zich tussen horeca en gast
- **Mainstream verdwijnt**

Horeca in de toekomst?



- Is er een toekomst voor de horeca?
- Gaan we in de toekomst alleen nog maar gezond eten?
- Bestaat de “kroeg” nog?
- Gaan mensen nog wel ‘uit eten’?
- Worden obers ingewisseld voor robots?
- Is eten en drinken in de

Toekomstmuziek?



Restaurant Harbin, provincie Heilongjian, China

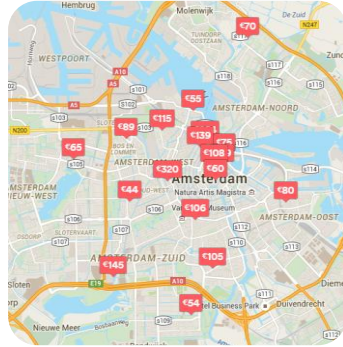


Henn-na-hotel



2000 recepten

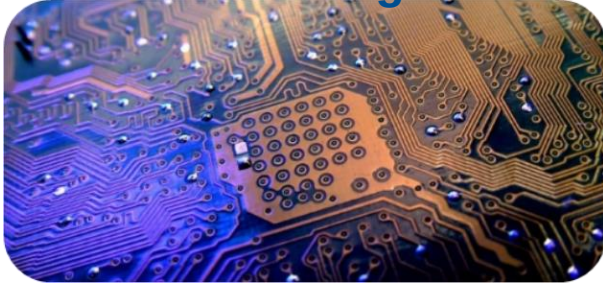
Wat zien we bij Hotels



- Opkomst van **lifestyle** concepten.
- **Peer2peer** blijft groeien.
- Meer aandacht voor **lokaal**.
- **Technologie** zorgt voor veranderingen in de dienstverlening.
- De **beleving** blijft leidend.
- **Persoonlijke aandacht** en **verrassing** maken het verschil

Drijfveren in de toekomst

Technologie



Levensstijl



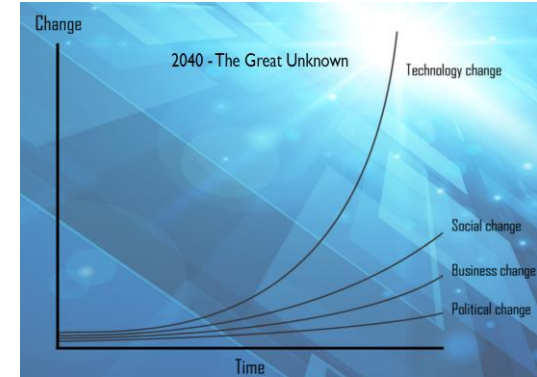
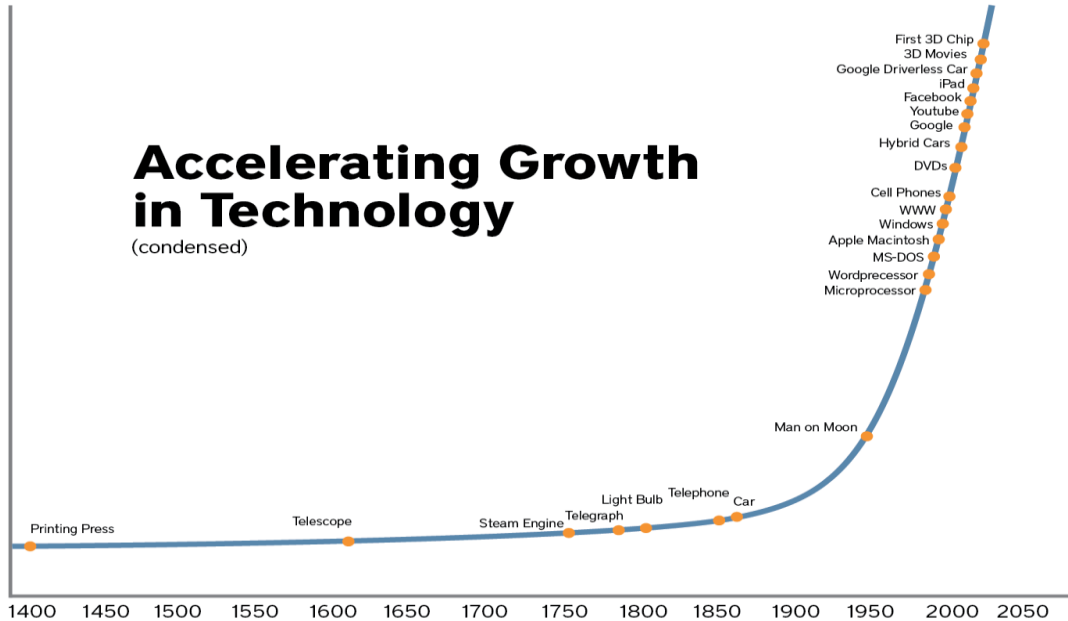
Nieuwe economie & Samenleving



Demografie

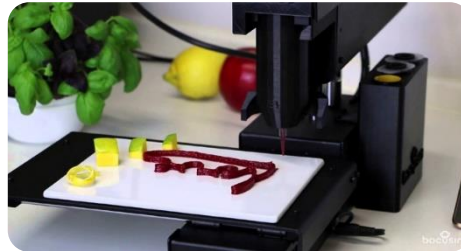
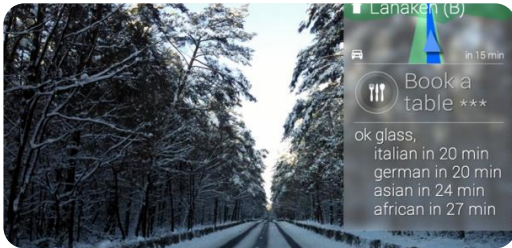


Drijfveer van verandering: Technologie



- Meer
- Sneller
- Beter
- Slimmer
- Belangrijker
- Vertrouwer
- Afhankelijker
-

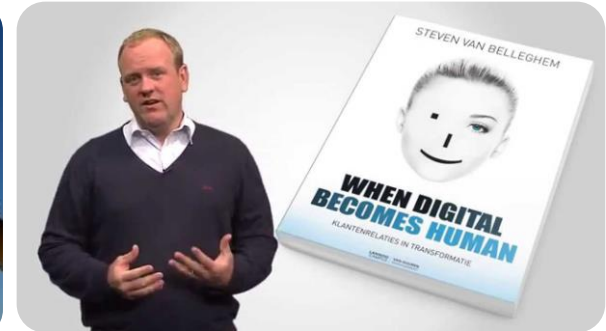
Drijfveer van verandering: Technologie – Kans of bedreiging?



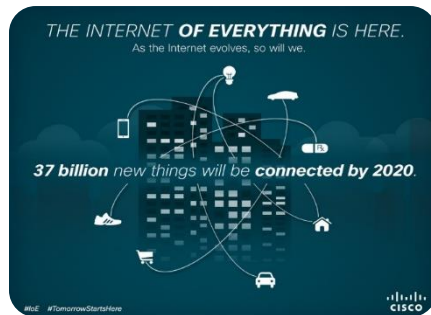
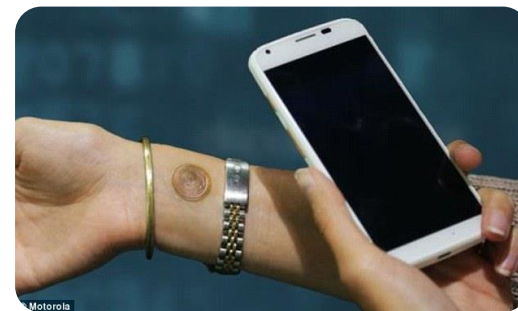
Humans have shorter attention span than goldfish, thanks to smartphones

A Microsoft study highlights the deteriorating attention span of humans, saying it has fallen from 12 seconds in 2000 to eight seconds

Behoefte aan persoonlijke aandacht als tegenkracht? Kansen voor horeca en gastvrijheid!



The Internet of Everything is nog maar het begin Beacons, NFC, RFID,



Aan de achterkant: Big Data – meer dan een hype, maar...



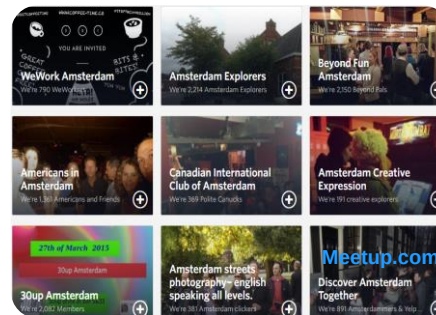
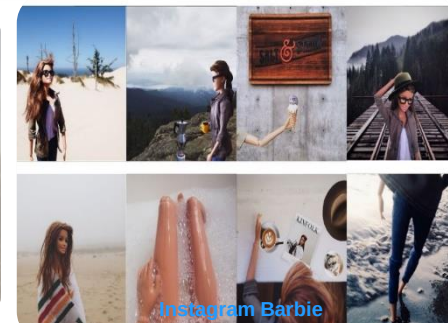
Data is the new oil.
It's only useful when
it's refined!

Jess Greenwood, Contagious



Drijfveer van verandering Levensstijl

- Zelf aan het roer
- Flexibiliteit
- Tribes en subculturen
- **Consumptie is uiting van levensstijl**
- Sociale media: rimpeleffect en snelheid
- **Paradox:** Zelfontplooiing en onderscheidingsdrang versus eenheidsgevoel binnen netwerken.
- **Hyperactieve levensstijl** van generatie Y & Z



Effect en kansen voor horeca

Levensstijl



- Zoektocht naar **unieke ervaringen, beleving en waardevolle herinneringen**
- **Hotelkeuze is inherent** onderdeel van de individuele levensstijl.
- Ruimte voor **personalisering en lifestyleconcepten**
- De snelheid waarin hypes ontstaan neemt toe, **vernieuwingsgraad wordt hoger (andere terugverdien periodes)**
- Verwachting van **service anytime, anyplace and anywhere**
- Groei van **potentiële horecamomenten**

Lifestyleconcepten



Drijfveer van verandering

Nieuwe economie & samenleving

- Wereldwijde **crises** en **onzekerheden**
- Verschuiving naar een **nieuwe economie & samenleving**
- **Nieuwe vorm van organiseren:**
 - lokale initiatieven
 - participatie
 - circulaire economie
 - deeleconomie
- **Grenzen vervagen:** tussen wonen, winkelen, werken, leven, uitgaan, maar ook tussen online en offline.
- **Flexibilisering van de arbeid:** aantal zzp'ers neemt snel toe.



We leven niet in een
tijdperk van **verandering**,
maar een verandering van
tijdperk.

bron: Rotmans, 2014



Effect en kansen voor de horeca

Nieuwe economie & Samenleving



- **Spreading in consumptie:** richting 24-uurs economie => Meer dagbesteding, ontbijt in opkomst.
- **Meer horecamomenten**, gemiddeld **lagere besteding**.
- **Hybrideconsument:**
 - Prijsbewust bij gewone aankopen
 - Meer betalen voor bijzondere ervaringen en waarde (emo of €)
 - **'Free' or 'fabulous'** principe
- Binnen de **'deeleconomie'** is iedereen ondernemer.
- **Gast kijkt anders naar de horeca:** een tafel, stoel en internetverbinding maakt ook een werkplek.
- **Uit eten, drinken en slapen is niet beperkt tot de (traditionele) horeca.**



Collaborative Economy Honeycomb Version 1.0

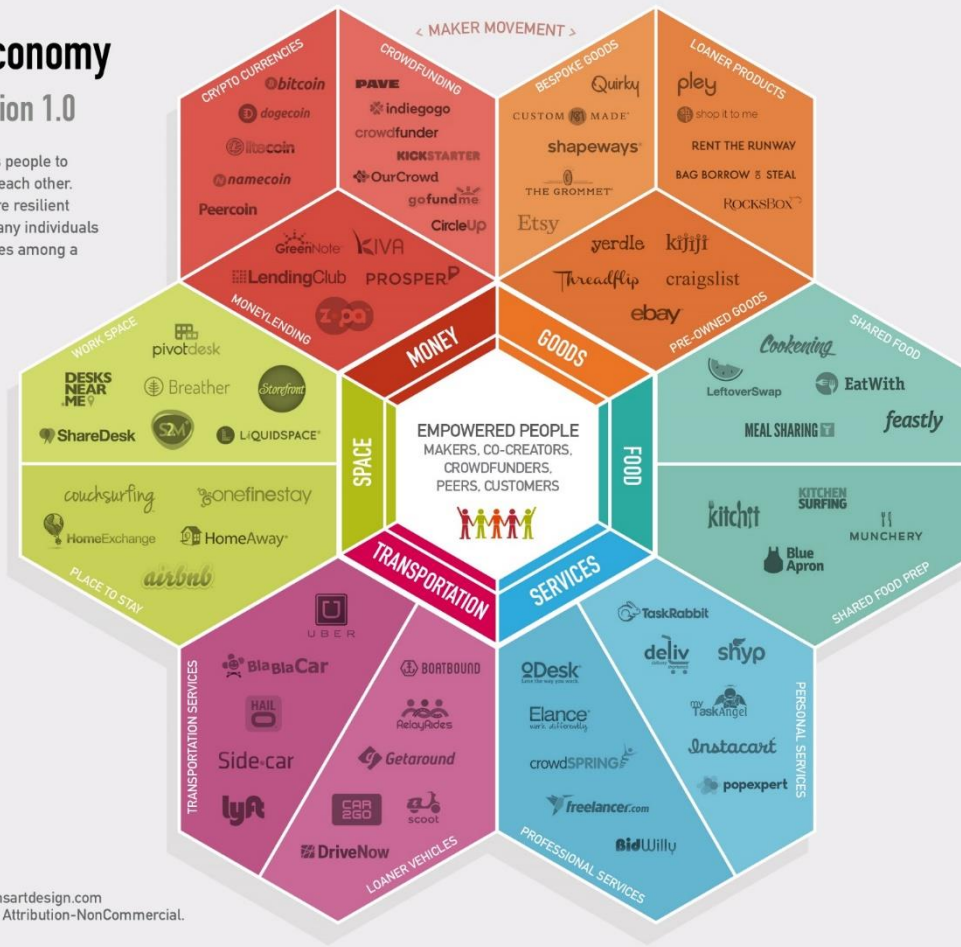
The Collaborative Economy enables people to efficiently get what they need from each other. Similarly, in nature, honeycombs are resilient structures that efficiently enable many individuals to access, share, and grow resources among a common group.

In this visual representation, this economy is organized into discrete families, sub-classes, and example companies. To access the full directory of 9000+ companies visit the Mesh Index, at meshing.it/companies managed by Mesh Labs.

By Jeremiah Owyang
@Jowyang

With input from:
Neal Gorenflo (@gorenflo),
Lisa Gansky (@instigating),
Shervin Pishevar (@sherpa),
Mike Walsh (@mwals),
Brian Solis (@briansolis),
Alexandra Samuel (@awsamuel),
and Vision Critical (@visioncritical).

Design by Vladimir Mirkovic www.transartdesign.com
May 2014. Creative Commons license: Attribution-NonCommercial.



KEY MARKET FORCES



SOCIETAL DRIVERS

- DESIRE TO CONNECT
- SUSTAINABLE MINDSET
- POPULATION INCREASE



ECONOMIC DRIVERS

- FINANCIAL CLIMATE
- UNTAPPED IDLE RESOURCES
- STARTUPS HEAVILY FUNDED



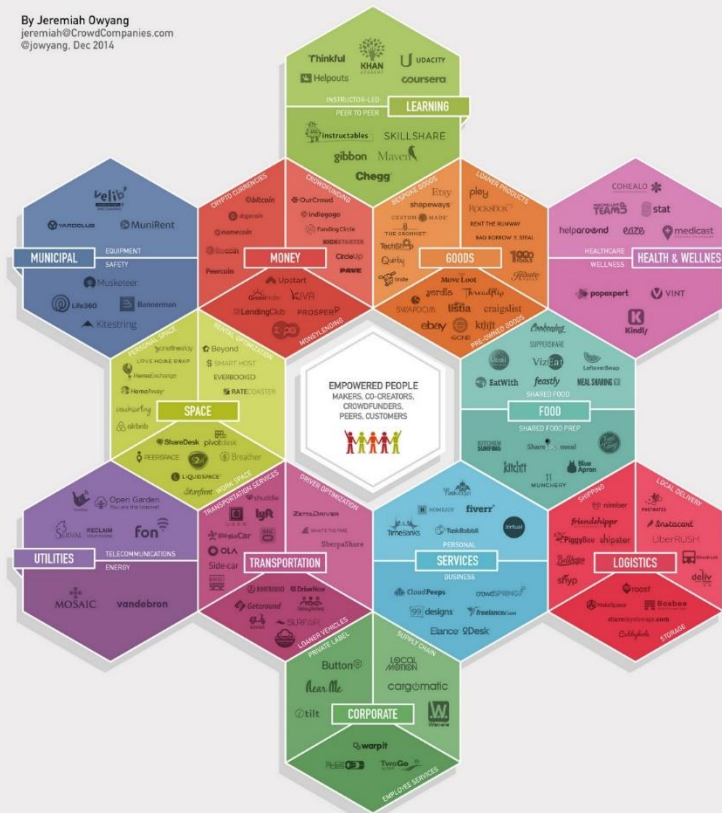
TECHNOLOGY ENABLERS

- INTERNET OF EVERYTHING
- MOBILE TECHNOLOGIES
- SOCIAL NETWORKS



www.crowdcompanies.com

By Jeremiah Owyang
jeremiah@CrowdCompanies.com
©jowyang, Dec 2014



With input from:
Lisa Gansky (@lisingaling), Neal Gorenflo (@ngorenflo), Shervin Pishevar (@shervin), Mike Walsh (@mwalsh), Brian Solis (@briansolis), Alexandra Samuel (@awsamuel), Bill Johnston (@billjohnston), Angus Holden (@angusjohnston), Augie Ray (@augieray), Jeff Friedman (@jefrfriedman), John Sheldon (@jsheldon), Jamie Sandford (@jsanford), Arun Sundararajan (@ajlauran), Jonathan Wichmann (@janebarwlich) and Vision Critical (@visioncritical).
Design by Vladimir Krikovic www.transanddesign.com. Creative Commons License. Attribution-NonCommercial.



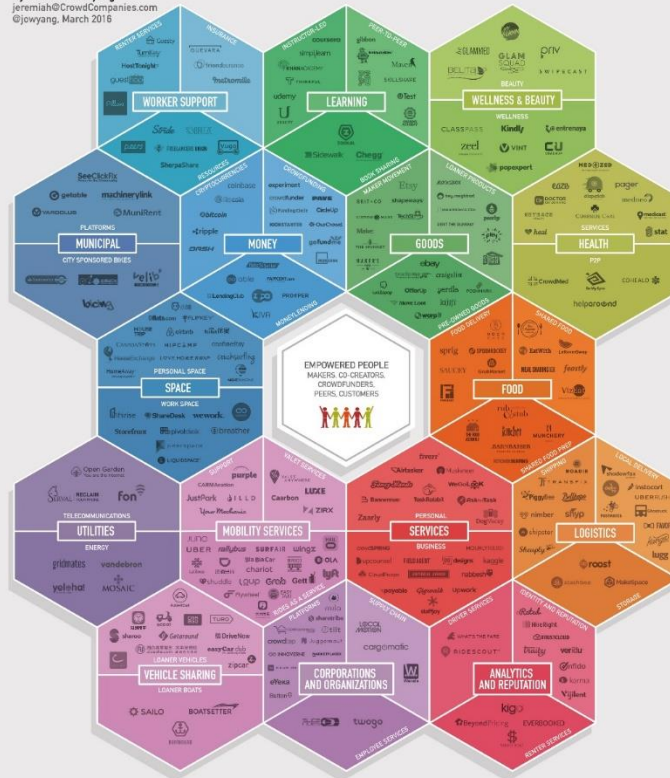
Collaborative Economy Honeycomb Version 3.0

The Collaborative Economy enables people to get what they need from each other. Similarly, in nature, honeycombs are resilient structures that enable access, sharing, and growth of resources among a common group.

In the original Honeycomb 1.0, six distinct categories of startups were represented by the inner track of hexes. After a short period of time, Honeycomb 2.0 expanded to include six additional categories, placed on the outer perimeter.

In the new Honeycomb 3.0, four hexes are added on the corners for a total of sixteen. Beauty, Analytics & Reputation, Worker Support, and the large Transportation hex is split into two distinct hexes.

By Jeremiah Owyang
jeremiah@CrowdCompanies.com
@jowyang, March 2018



With input from:
Carl Bolten, Matt Cass, John Cox, Emily Cooper, Shelly Clark, Lisa Gendry, Julie George, Neal Gorenfeld, Greg Hodges, Bill Johnston, Karen Knaus, Andrew Lasker, Gregory Lapina, Angus Mathias, Andreas Pappas, Sherrin Pateras, Angie Ray, April Rittner, Jeff Rodman, Alexandra Samart, James Sandford, John Sheridan, Arun Sundararajan, Brian Sells, Julie Sells, Mike Walsh, Jonathan Weinman, and Karen Wilcox.
Design by Vladimir Milosavljevic from TransArtDesign.com. Creative Commons license. Attribution-NonCommercial.

CROWDTM
COMPANIES
www.crowdcompanies.com



Drijfveer van verandering

Demografie



- Verstedelijking (Randstad 2050 wonen > 10 miljoen Nederlanders)
- Vergrijzing & ontgroening
- Eenpersoonshuishoudens en tweeverdieners.
- Eenzaamheid in de samenleving neemt toe

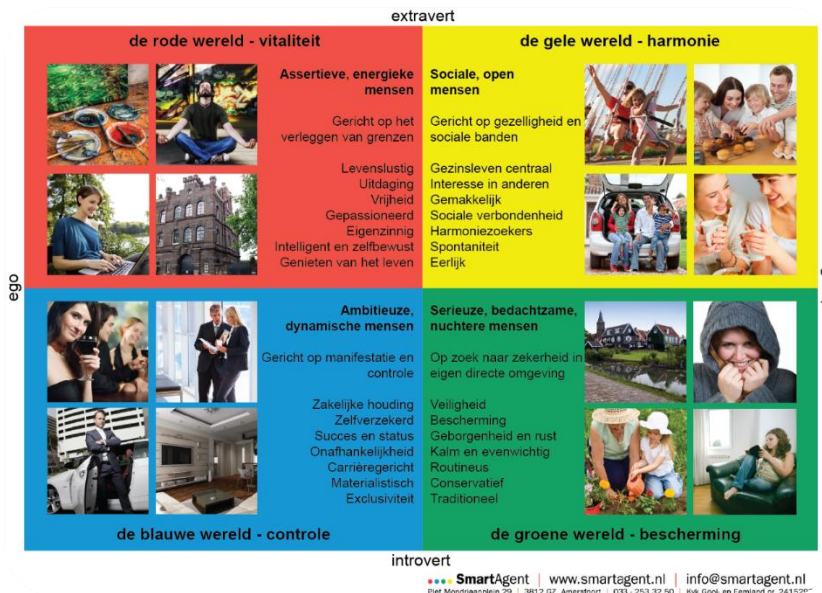
Effect en kansen voor horeca

Demografie



- Steden **economische en sociale centra**, met ruimte voor grote **diversiteit**.
- Vergrijzing & ontgroening:
 - Vraagstukken en **kansen rondom zorg**
 - Meer aandacht voor **gezondheid en vitaliteit**.
 - **Vitale ouderen** → veel tijd, hoge bestedingen
- Groeiend potentieel voor **alleen eters** in restaurants, maar ook in afhaal en bezorgen.
- **Horeca als ontmoetingsplek** een belangrijke rol in de samenleving.

Wat is het DNA van je gast?



Consumenten veranderen

*Mondig en
veeleisend*



Het moet ertoe doen



Niet bezitten, maar delen



Anytime, anyplace, anywhere



*Bewust leven
Gezond en fit leven*



Grenzen vervagen

Zes grote horecarelevante gasttrends



Puur



Persoonlijk



Peer-2-Peer



Gemak/hyperactieve leefstijl



Samenwerken



Gezondheid

Trend 1: Puur

Het product en ambacht centraal – respect voor product, herkomst en afval – doen waar je goed in bent

- **Weten wat je eet en drinkt**, waar het vandaan komt en hoe het gemaakt is.
- **Duurzaamheid en MVO**
- **Eerlijke en pure** ingrediënten, zonder kunstmatige toevoegingen.
- Waardering voor **kwaliteit en ambacht**
- **Authentiek/oorspronkelijk** en **storytelling** worden gewaardeerd.
- Gast wil vooral een **goed gevoel overhouden** aan zijn bezoek.



Puur Block 62 (Breda)



- Eat – Shop – Sleep:
- Ontbijt/Lunch/Diner
- Bed & Breakfast
- Maken hun eigen producten, olies, chutneys etc.
- Winkel waar ze eigengemaakte producten verkopen

Landgoed Salentein - Nijkerk



- Smaak, beleving en pure passie
- Wijn uit eigen bodega's en vlees van eigen runderen in Argentinië
- Van fok tot kok volledig bij het proces zijn betrokken, garanderen we de dieren een prachtleven en onze gasten in

Trend 2: Persoonlijk

Ken je gast – Speel in op zijn/haar behoeftes – een bijzondere, persoonlijke beleving is geld waard.

- Gasten zijn steeds **kritischer** met hun geld.
- Geven **geld aan iemand i.p.v. aan iets**.
- Verwachten **persoonlijkheid, karakter** en een goed verhaal dat past bij **hun eigen waarden en persoonlijkheid** (DNA match).
- **Beleving en herinnering** tellen, i.p.v. product/dienst.
- Geld over voor **verrassing en een unieke ervaring**
- **Onderscheidend** vermogen is cruciaal.



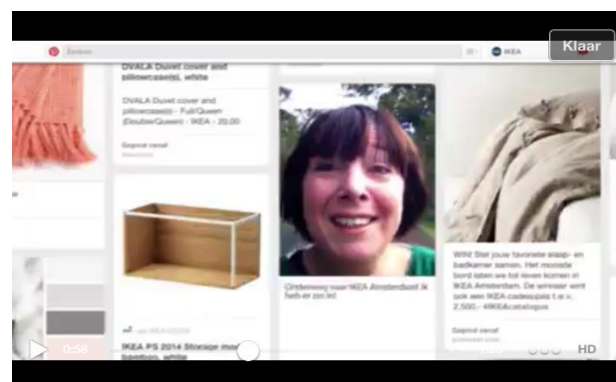
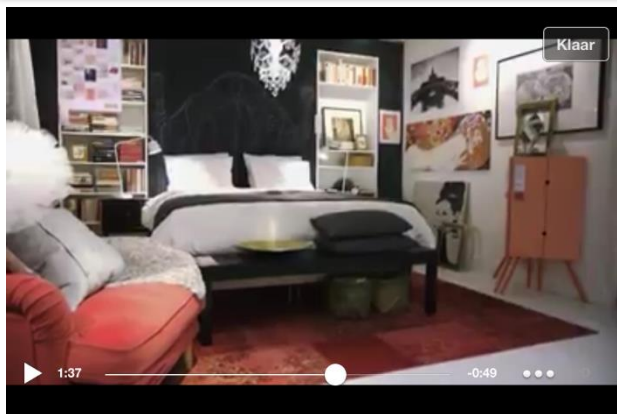
CHOICEandTRUTH

I've learned that people
will forget what you
said, people will forget
what you did, but
people will never forget
how you made them
feel.

Maya Angelou



Persoonlijk #IKEA catalogus pinterest actie



Persoonlijk

Ken je doelgroep, biedt een beleving die daarbij past

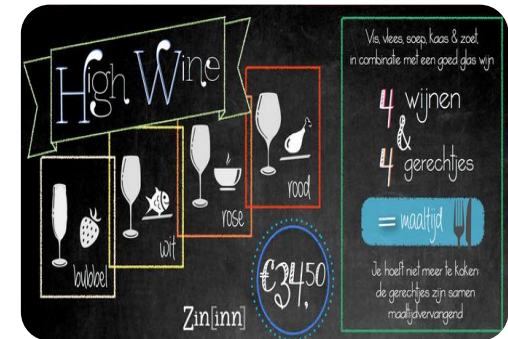
Feminisering: Richt je op de vrouw

- Vrouwen besteden steeds meer in de horeca
- Gaan vaker met vriendinnen op stap
- Waarderen gezellig en knus
- En laten we eerlijk zijn, de mannen volgen vanzelf...

Naast sfeer en inrichting, ook activiteiten

- High Wine
- Vriendinnenweekend
- Ladies night/vrouwvriendelijke vrijdag
- Modeshow
- Kledingruil
- Breien

Het tegenovergestelde gebeurt ook: Denk aan Man Cave (Utrecht) en Only for Men (Doesburg), Cut Throat Barber & Coffee (Amsterdam).



Persoonlijk

De Dames van de Jonge (Giethoorn)



- Inspelen op je doelgroep
- 80% van de gasten uit het buitenland, merendeel Chinees.
- Noodlecooker op de kamers
- Heeft erwtensoep omgevormd tot breakfast soup (sugar!).
- Samenwerking met AirBNB locaties

Persoonlijk



Zoku: Private Spaces



Zoku: Social Spaces



Jeanette en Ronnie Degen laten trots een kamer van hun 'internethotel' in het Gelderse Laren zien.

Foto: Reinier van Willigen

 Deel op FB 448

 Tweet 48

 g+ 1



za 09 mei 2015, 11:35

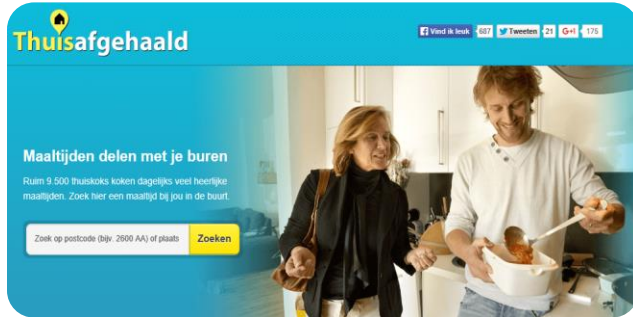
Doe-het-zelfhotel onbemand

van onze correspondent

LAREN - Digitaal inchecken in een hotel is vandaag de dag gemeengoed, maar een hotel zonder receptie is op z'n zachtst gezegd toch wel opmerkelijk.

Trend 3: Peer to Peer

(AirBnB – couchsurfingthuisafgehaald.nl – huiskamerrestaurant – AirdnD-zuipkeet)



Peer to Peer Delen? Als je bedenkt...

Facebook: Het grootste mediabedrijf die zelf geen content maakt.



Alibaba: De grootste retailer, maar heeft zelf geen voorraad.

Airbnb: Het grootste hotel zonder kamers of eigen gebouwen.



Uber: Het grootste taxibedrijf zonder auto's (Uberpop).

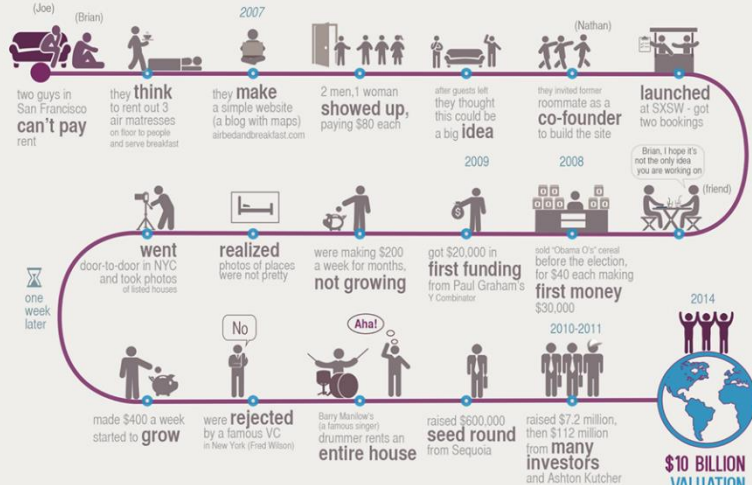
NB IT dringt de fysieke samenleving in en
verandert deze structureel

Omvang Airbnb

HOW AIRBNB STARTED

Or How 3 Guys Went From Renting Air Mattresses To A 10 Billion Dollar Company

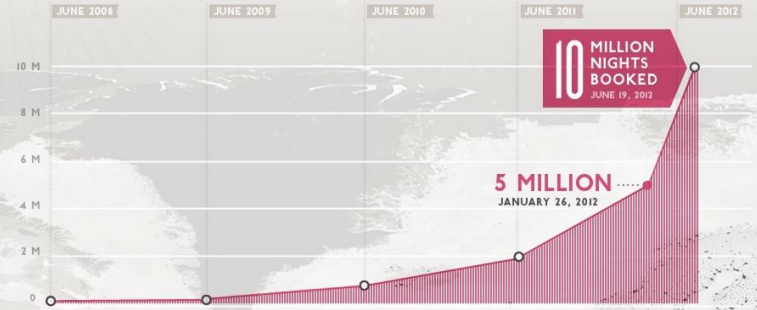
BY ANNA VITAL



Funders and Founders

based on reports in Telegraph, WSJ, and The Atlantic

GUEST NIGHTS BOOKED



A NIGHT IS BOOKED...

IN 2008 —



every-
DAY

IN 2009 —



every-
5 MIN.

IN 2010 —



every-
MINUTE

IN 2011 —



every-
10 SEC.

IN 2012 —



every-
2 SEC.

Waarom kiest een gast voor P2P?

(thuisafgehaald.nl – huiskamerrestaurant – airbnb – couchsurfing – zuipkeet)

“Wat heeft zij wat ik niet heb?”, “echt versus niet-echt”

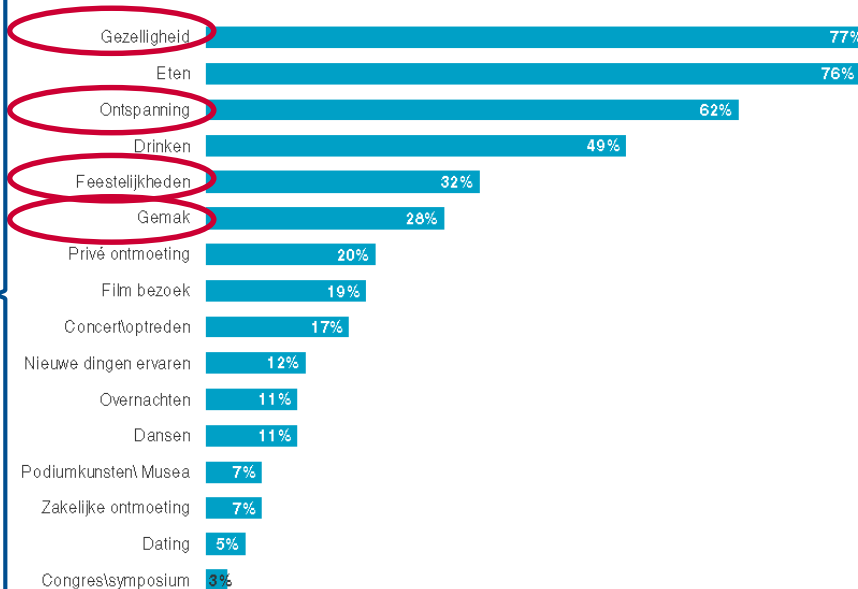
waarom kiezen consumenten voor zelforganiserende p2p eten, drinken, slapen?

Peer to peer:

- Goedkoop
- Sympathiek
- Persoonlijk
- Authentiek
- Gemak
- Herkenbaar
- Lokaal
- Kleinschalig
- Puur
- *Feels like home*
- Charme van amateurisme

versus

Wat zijn voor u de voornaamste redenen om de horeca te bezoeken? (n=1.310)



Trend 4: Gemak & Hyperactieve leefstijl

De gast heeft steeds minder tijd – wil alles kunnen – altijd – overal – 24/7

- **24-uurs** economie
- **Altijd bezig, altijd onderweg**
- **Minder tijd en minder geduld** (online kan alles meteen en snel).
- Willen niet meer wachten, verwachten dat alles mobiel gefaciliteerd kan komen.
- **Omschakelmoment** is meestal ook een horecamoment
- “I want it **all** and I want it **now**” (Generatie Y&Z)
- Faciliteren van 800.00 **zzp-ers**
- **Sociaal, Lokaal en Mobiel** (SoLoMo)



Gemak & Hyperactieve leefstijl



Tesco Home Plus youtube



Pick up points

Gemak & Hyperactieve leefstijl

Seats to meet en de zzp-markt



Kennis aanwezig op 11 Maart 2014

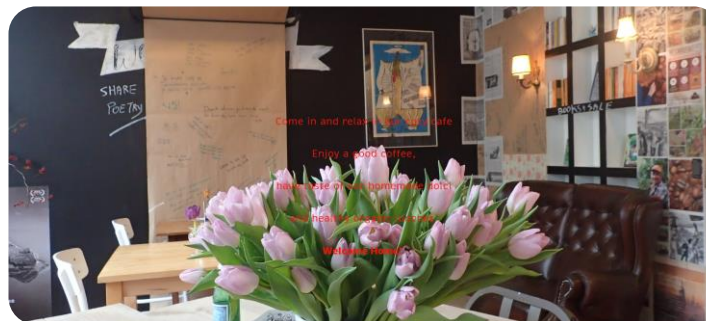
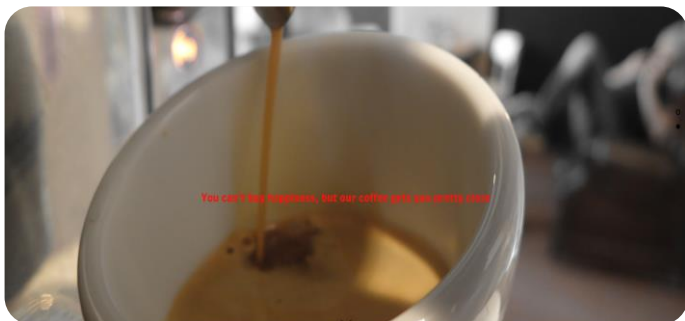
social media	3	indesign	3	projectmanager	2	wordpress	2
engels	2	food design	2	book design	1	audits	1
wereldburger	1	publieksgeschiedenis	1				



 SEATS2MEET.COM

Hyperactief/ZZP

Cowork 67degrees - Hilversum



Trend 5: combineren & samenwerken

Vervaging van traditionele momenten in de tijdsbeleving van de gast. Wonen, werken, winkelen, reizen en horeca worden steeds vaker gecombineerd.

- Het **horecamoment vervaagt**: de tijd en plaats waarop men buitenshuis eet- en/of drinkt staat steeds minder vast
- **Co branding** geeft dubbele merkwaarden
- **Scheidslijnen verdwijnen** tussen online- en offline, tussen wonen en werken, etc.
- **Blurring**: de grens verdwijnt tussen retail, dienstverlening, zorg en horeca, etc.
- **Horeca de onderliggende factor, ondersteunende factor of het middelpunt?**



Combineren/samenwerken Foodcourts en foodhallen



Trend 6: Gezond

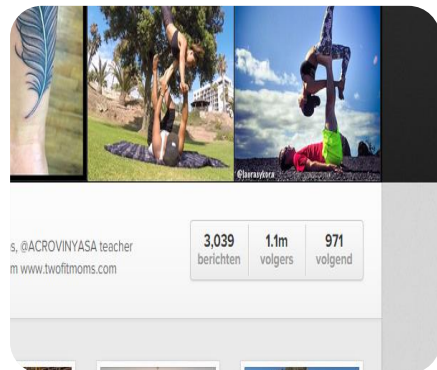
Gasten worden steeds bewuster van hun gezondheid – lifestyleconcepten – relaxen – ont-stressen

- **Gezonde levensstijl** belangrijker
- **Verwachting dat de horeca** hier een rol in heeft (68%)
- Steeds drukker levensstijl vraagt om **relaxmomenten** en momenten om te 'ont-stressen' en te ontgiften.
- Op zoek naar balans, zingeving en inhoud
- Invloed van **technologie en sensoren**
- Kansen: **Horecare, toegankelijkheid, vereenzaming, tafeltje-dekje**



Trend Gezond

Gezondheid als een leefstijl, ook in de horeca



Samenwerken: Holland Casino en Park Inn



Wat kun en moet je met trends?

5 Opties

- ~~1. Tegenhouden (kan niet)~~
- ~~2. Negeren (zolang 't kan)~~
3. Ongevoelig voor maken/uitsluiten
4. Incorporeren/meebewegen
5. Omarmen/maximaliseren

NB gebruik slim, maar wordt geen onderdeel van



Trends houd je niet tegen, maar...

- Trends zijn als **landschappen waardoor je rijdt**
- Het tegenhouden van trends is als **het willen veranderen van de seizoenen**
- Je kunt wel de **randvoorwaarden beïnvloeden** en vertragen
- **Coalitievorming** helpt
- Voor KHN: **level playing field** als basisvereiste



KHN over Retailagenda: Drank- en Horecawet staat gelijk speelveld in de weg

17-03-2015



Moet retailprobleem horecaprobleem worden?

Vandaag stuurt minister Kamp van Economische Zaken de zogenaamde Retailagenda naar de Tweede Kamer. In deze agenda staan afspraken tussen marktpartijen en overheden om winkelgebieden aantrekkelijker te maken. Eén van de concrete afspraken is meer ruimte voor winkels om horeca 'erbij te doen'. KHN vindt dit geen goede zaak:



Airbnb officieel weer toegestaan in Amsterdam



Huisregels

5 ARTIKELLEN ALLES WEERGEVEN

- Wat zijn de regels met hygiëne?
- Thuisafgehaald aansprakelijk?
- Huisregels kok
- Huisregels afhaler
- Thuisafgehaald als burenpatform

Voorbeeld: negeren... zolang het kan?

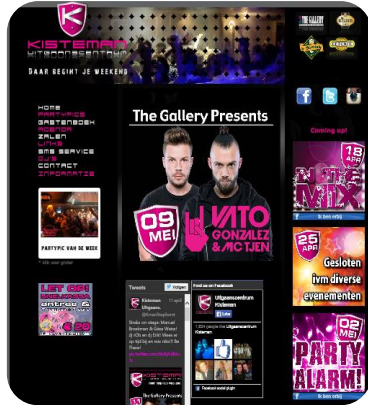


- Klassiek decorum als USP
- Differentiatie op locaties, verhalen en allure



Het alternatief: Flexibel zijn

Kisteman Staphorst: Van Discotheek tot pannenkoekenbezorging

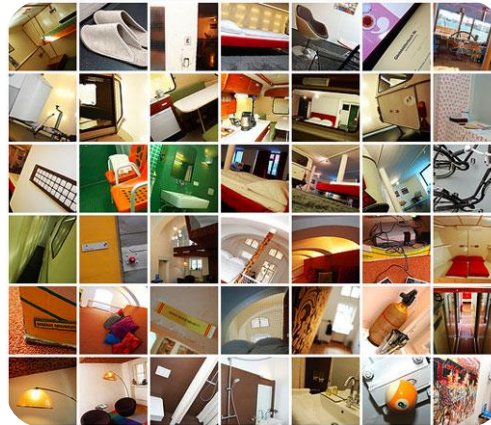


Voorbeeld: Peer to peer



Ongevoelig voor maken

Incorporeren



Pixelhotel - Linz



Maximaliseren

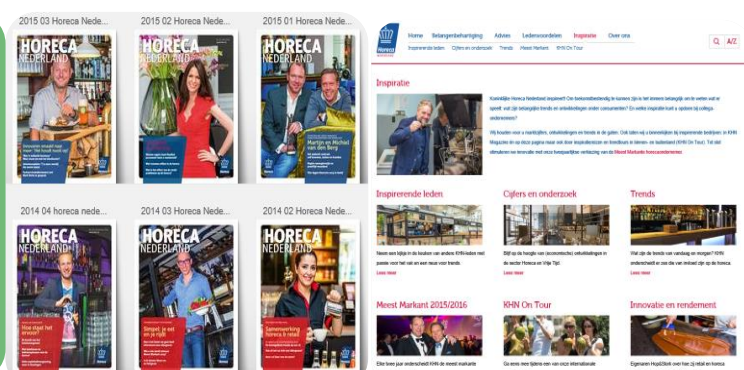
Creëer je eigen toekomst



Samenwerken



Kijk vooral af....



Durf te falen

"I have not failed.

I've just found
10,000 ways that
won't work."

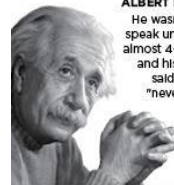
~ Thomas Edison

PersonalExcellence.co

FAMOUS FAILURES

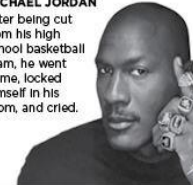
ALBERT EINSTEIN

He wasn't able to speak until he was almost 4-years-old and his teachers said he would "never amount to much"



MICHAEL JORDAN

After being cut from his high school basketball team, he went home, locked himself in his room, and cried.



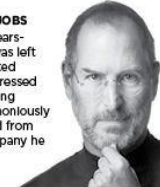
WALT DISNEY

Fired from a newspaper for "lacking imagination" and "having no original ideas."



STEVE JOBS

At 30-years-old he was left devastated and depressed after being unceremoniously removed from the company he started.



OPRAH WINFREY

Was demoted from her job as a news anchor because she "wasn't fit for television."



THE BEATLES

Rejected by Decca Recording Studios, who said "We don't like their sound—they have no future in show business."



**IF YOU'VE NEVER FAILED,
YOU'VE NEVER TRIED ANYTHING NEW**

Wees van de fun in het leven



Alles moet kloppen – tot in de puntjes

Kazerne Eindhoven



Zesjescultuur
of drive om
te excelleren?

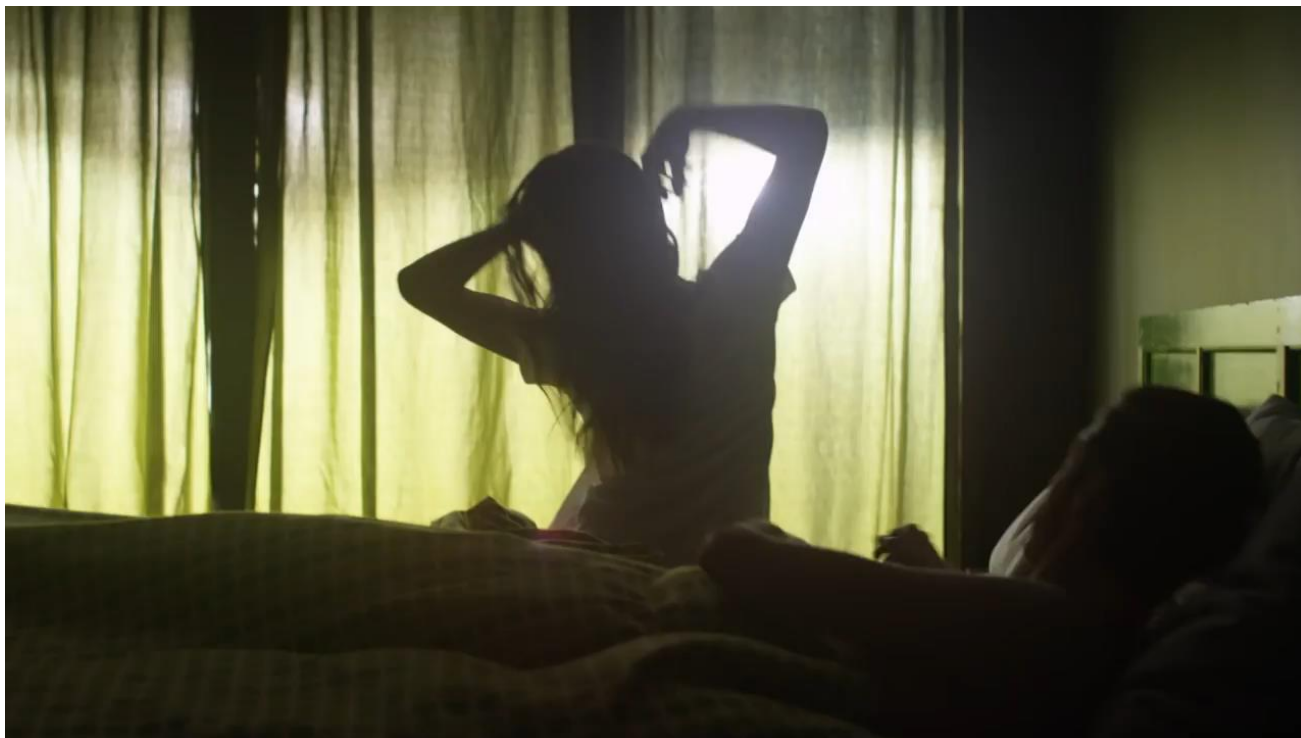
HMS Host



‘Hoofdpijn’ dossiers



Slimme bedden



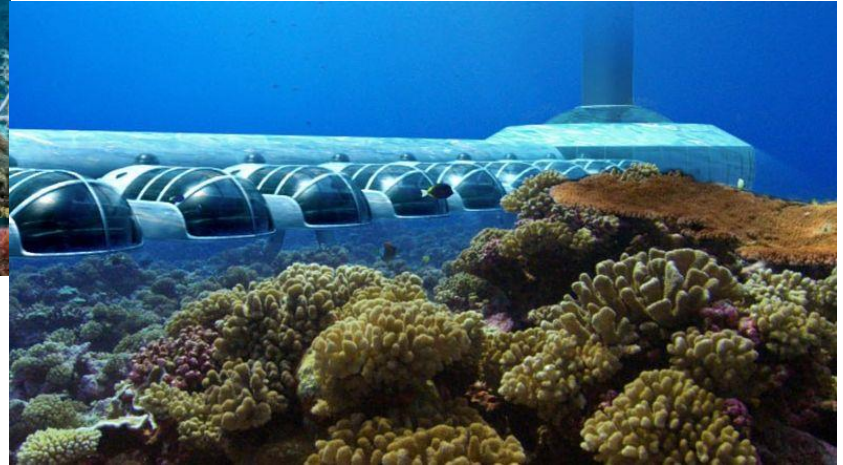
Of toch liever een hoodie kussen...



Ruimte-hotels



Onderwater hotels



Ter afsluiting wijze woorden Ilja Gort...





Presentatie 'Een blik op de toekomst van handel & industrie'



Samenvatting & conclusies

