



***'Dit vak kenmerkt zich door gedrevenheid. Dat moeten we vasthouden en uitbouwen'***

# Lodewijk van der Grinten

# Hotelschoolbons

# stuurt horeca aan

Lodewijk van der Grinten stapte deze zomer over van de relatieve rust van de Hoge Hotelschool Maastricht naar Koninklijke Horeca Nederland. En dat heeft hij geweten. Direct na zijn aankomst begint de discussie omtrent het rookverbod en haalt zijn organisatie bijna dagelijks de media. "Er speelt nog zoveel méér in de horeca."

Tekst: Michael van Os

**H**ij gaat er goed voor zitten in zijn Woerdense kantoor, Lodewijk van der Grinten (52). Eindelijk even geen vraaggesprek over het rookbeleid en rebellerende cafés. Al komt dat onvermijdelijk aan de orde. "Die relatief kleine groep binnen ons ledenbestand is mij niet minder lief, maar het wordt tijd voor focus ook op andere belangrijke zaken zoals innovatie, vernieuwing en internationalisering," zal hij even later zeggen. "Nieuwe technologieën hebben al een enorme impact op de branche en zullen dat steeds meer gaan doen. De veranderingen zijn nog nooit zo groot geweest en snel gegaan als nu. Ook de rol van goede communicatie, op alle fronten, wordt buitengewoon belangrijk." Hier spreekt een hoogleraar, lijkt het wel, maar Van der Grinten was vanaf 2004 directeur van de Hoge Hotelschool Maastricht, voordat hij 1 juni het kantoor van Koninklijke Horeca Nederland (KHN) betrok.

## Netwerk

De nieuwe KHN-directeur is de zoon van een officier van de Koninklijke Marechaussee. Hij werd in 1956 in Vught geboren als jongste van vijf kinderen. "Voor de Hoge Hotelschool heb ik lange tijd in de horeca gewerkt", zegt hij met een serieus gezicht. In het binnenland, maar vooral ook in het buitenland. Toen hij eenmaal voor de hotelschool koos ('een fantastische opleiding'), was hij dan ook de oudste van zijn jaar. Het netwerk dat hij daar opbouwde, roemt hij nog steeds. "Al ken je iemand niet, als je met een oud-student spreekt heb je meteen contact. Goed contact."

Zijn tijd als directeur in Maastricht bespreekt Van der Grinten bijna in superlatieven. Daar zagen ze hem uiteindelijk met lede ogen vertrekken (vier jaar is immers niet lang voor zo'n functie), maar waren ze wel weer trots dat KHN door een oud-student zou worden aangevoerd. De vraag wat voor klemtonen hij wil aanbrengen bij KHN pareert hij effectief door te zeggen, "dat je dat nooit vantevoren aankondigt." Maar hij heeft het nog nooit meegemaakt, zegt hij, dat de verschillen niet na enige tijd zichtbaar werden. "Ik ken maar twee modules: vol gas of vol op de rem," klinkt het zelfverzekerd. Gevraagd wat er in die vier jaar in Maastricht zoal is veranderd, in een sector, het onderwijs dus, die niet bekend staat snel te bewegen, antwoordt Van der Grinten eerst dat hij een langzame starter is. "Ik accepteer altijd als relatieve buitenstaander een job, anders vind ik die job niet zo leuk." In Maastricht is volgens hem, kort samengevat, het hele curriculum omgegooid, zijn onderwijsaanpassingen verricht en is nieuwbouw gepleegd. Heel wat, dus.

## Ziekelijke nieuwsgierigheid

Een rode draad is lastig herkenbaar in Van der Grintens rijk geschakeerde carrière, want hij werkte ook nog zeven jaar in de ontwikkelingssamenwerking voor Plan (voorheen Foster Parents Plan); internationaal en in Nederland. Daarvoor was hij werkzaam in de commerciële sector bij Vendex en PepsiCo, in binnen- en buitenland. Bij laatstgenoemd concern hield Van der Grinten zich bezig met franchising en business development bij ketens als Kentucky Fried Chicken, PizzaHut en Taco Bell. Juist die internationale business

development-ervaring was de reden dat Plan hem die baan aanbood. “Die rode draad is er wel, die is dat ik gedreven word door een soort ziekelijke nieuwsgierigheid”, luidt zijn verklaring voor de soms opmerkelijke staaltjes van jobhopping. Niet door geldingsdrang, absoluut niet, zegt hij desgevraagd.

Werken voor multinationals als PepsiCo, een wereld waarin aandeelhouderswaarde regeert, én in de ontwikkelingssamenwerking, is dus geen punt voor Van der Grinten. “Ik heb niets tegen multinationals. Als nergens flinke winst gemaakt wordt, kun je ook geen middelen ophalen voor arme landen. Er zijn trouwens ook duidelijke parallellen: je werkt met gedreven mensen die de lat hoog willen leggen. Je ontwikkelt een visie, denkt na over concepten, geeft het goede voorbeeld en je enthousiasmeert mensen.” Wel besloot hij na PepsiCo aan zijn volgende banen een vorm van maatschappelijke relevantie te verbinden.

### Geen zitvlees

De Woerdense ondernemersorganisatie hoeft er in ieder geval niet op te rekenen dat de nieuwe directeur ook maar in de buurt komt van de elf jaar die zijn voorganger Jeu Claes heeft gediend. Van der Grinten maakte al tijdens de gesprekken voor zijn contract duidelijk dat zitvlees niet door hem is uitgevonden. Hij omschrijft zichzelf overigens wel als een workaholic. “Je moet maximaal effectief zijn in je job en dat kan heel goed in vier, vijf jaar. Ik vraag mij na een aantal jaar altijd af - en dat doen niet veel mensen is mijn ervaring - of ik, als ik 's morgens aan het werk ga, nog effectief ben. Of dat een nieuw persoon misschien wel effectiever zou zijn, frissere ideeën heeft.” Hij zwijgt een moment, wat niet vaak gebeurt tijdens het gesprek. Dan: “Als je daar eerlijk in bent heb je niet zo'n lange houdbaarheid. Dat heeft niemand.”

Voor zijn aantreden bij KHN wezen verschillende mensen in het circuit hem op de functie, ook zijn echtgenote. Bij deze organisatie van ruim twintigduizend ondernemers is het uitdagend werken, schatte hij in, met weer heel ander werk dan in zijn vorige werkkring. Uiteraard gaat hij ook vol gas aan de slag om bij het Nederlandse publieke de misconcepties over hoge horecaprijzen weg te nemen, zal hij in het alcohol- en jeugddebate inbrengen dat - even kort door de bocht - ouders de opvoeding weer in huis moeten halen en gaat hij vanzelfsprekend wijzen op de kwaliteit van de horeca, die de laatste jaren met sprongen vooruit is gegaan. “We hebben de hoogste Michelin-dichtheid gezien de omvang van ons land. Een prestatie van formaat. Sommige van onze koks zijn televisiepersoonlijkheden geworden en onze hotelscholen behoren al langer tot de wereldtop.”

Gunstig bijeffect van al die kookprogramma's op televisie is dat veel meer jongeren dan voorheen zich aanmelden om kok te worden. “Die programma's zijn een goede vorm van reclame voor het vak”, constateert de KHN-directeur dan ook. Dat komt goed uit, want er is al tijden een groot tekort aan koks in de horeca. “De belangstelling ging de laatste decennia

## ***'De bierprijs is nu ondoorzichtig, mede omdat de brouwers verschillende petten op hebben. Dat is noch in het voordeel van de gast noch van de ondernemer'***

altijd uit naar de zwarte brigade. Wat betreft de arbeidsmarkt is er nog wel wat te winnen, met name richting lage echelons en middenkader, maar het gaat wel de goede kant op. Dit vak kenmerkt zich door een gedrevenheid die je ook terug ziet in de verpleging en bij het onderwijs. Dat moeten we vasthouden en uitbouwen. Maar er komt een hoop op ons af, denk ook aan de vergrijzing en de versmelting van allerlei nationaliteiten, waarmee we moeten leren omgaan in de horeca. Het komt de komende jaren aan op vinden, boeien en binden.”

### Ondoorzichtige bierprijs

De tweede echte uitdaging die lag te wachten naast het rookdossier, is het bierdossier. Jeu Claes had dat graag willen afronden net voor zijn vertrek, maar dat is niet gelukt. Van der Grinten vat samen dat het in de gesprekken met Heineken, Grolsch, Bavaria en Inbev gaat om het “wegwerken van imperfecties” in de markt. “De bierprijs is nu ondoorzichtig, mede omdat de brouwers verschillende petten op hebben. Die van brouwer, financier en/of pandjesbaas. Dat is noch in het voordeel van de gast noch van de ondernemer.” Hij heeft de brouwers allemaal gesproken en vervolgens een onafhankelijke mediator ingesteld. “Samen kijken we wat redelijke, maar ook haalbare doelstellingen zijn. Het is een technisch ingewikkeld dossier: als je de financieringsrol wil afbouwen teneinde de transparantie in de biermarkt te bevorderen, moeten ondernemers als gevolg daarvan natuurlijk niet in de knel komen.”

### Starre Ab Klink

Op het moment van het gesprek, aan de vooravond van de ledenvergadering van Koninklijke Horeca Nederland, valt aan



## **Gouden Tips van Lodewijk van der Grinten**

- 1 Ondernemen is creatief denken
- 2 Je leven lang leren



Netwerken tijdens HotelloTOP in Maastricht.

de rookdiscussie niet veel toe te voegen. De overheid moet zorgen voor compensatie voor kleine caféhouders, maar weigert dat tot nu toe te doen. KHN had de protesten wél zien aankomen, wat sommige media ook beweren; ze had immers uitstel tot 2011 bedongen voor de groep getroffen caféhouders. “Bij ons zit de irritatie hierin: als een dijk doorbreekt of er wordt een metro aangelegd voor je deur, krijg je compensatie voor omzetverlies. We wisten dat een kleine groep buitensporig benadeeld zou worden als gevolg van het rookverbod. Dan zeg ik: overheid, zorg voor een stukje compensatie, dat is maatschappelijk wenselijk. Dan wordt die handhaving ook een stuk makkelijker.” Maar minister Ab Klinkt beweegt niet en in de Tweede Kamer is het geen groot issue, dus steun uit die hoek valt niet te verwachten. Of zijn organisatie zélf niet enige solidariteit had kunnen tonen via een financiële bijdrage? “Geen ondernemersvereniging levert financiële bijdragen, we hebben ook geen stakingskas zoals de FNV. We bieden op andere gebieden ondersteuning.” Toch blijft Van der Grinten positief. “Goede ondernemers bewegen altijd mee. Kleine stadscafés en traditionele dorpskroegen zullen andere vormen aannemen. Als ergens horeca verdwijnt, komt er altijd iets voor terug. Hoe en in welke vorm wordt door de markt uitgemaakt. De vraag is hoogstens of dezelfde ondernemers dat zullen meemaken.” Los van die lastige dossiers komt er nog iets veel ingrijpenders aan, een wellicht diepe recessie. Die vooral ook de horeca - zo leert de geschiedenis - hard zal treffen. Dat beseft de nieuwe directeur. “Het wordt de broekriem aanhalen en kosten snijden, dat sowieso, in alle segmenten van het bedrijfsleven. Maar nu komt het ook aan op toegespitste

***‘Ik vraag mij na een aantal jaar altijd af of ik, als ik ‘s morgens aan het werk ga, nog effectief ben’***

adviezen van onze kant, hoe ondernemers daadwerkelijk te ondersteunen. Daarover ga ik in januari meer zeggen. Van belang nu is intensief contact te hebben met leveranciers en banken, want als je weet dat het gaat regenen voor je leden, moet je er alles aan doen om te zorgen dat die paraplu er is.”

> **HorecaEntree** <

### Andere zaken

Favoriete restaurant:	Café Sjek in Maastricht
Gerecht:	Spinaziestamppot met een wienerschnitzel
Drank:	Rode wijn
Hotel:	Kruisheeren in Maastricht
Café:	Jonge Haan in Hilversum
Stad:	Den Bosch, Maastricht en Amsterdam
Land:	Tanzania
Grootste voorbeeld:	Mijn vader
Ambitie/missie:	Een leven lang leren
Goed doel:	Plan Nederland
Hobby ('s):	Motorrijden, lekker eten, schaken en fotografie
Merk/type telefoon:	HTC
Laptop:	Sony VAIO
Auto:	Saab
Vakantieplek:	‘Flat Dogs’ in Zambia
Muziek:	Alle muziekstijlen, voorkeur is jazz-rock
Film:	Globe
TV-programma/-serie:	Nova
Nieuwsmedium (-media):	De Telegraaf en de Volkskrant
Altijd in de koelkast:	Franse kaas
Wat anders moet in Nederlandse horeca:	Vermindering van regelgeving voor de horecaondernemer, werken aan een positief imago en vinden, binden en boeien.