

House of Drinks biedt het complete pakket

Het vorig jaar opgerichte House of Drinks wil uitgroeien tot de grootste en beste drankenleverancier binnen de festival en - evenementenindustrie. "Wij onderscheiden ons met hoogwaardige service, advies en innovatie."

De oprichting van House of Drinks, een groothandel in beverage voor grootschalige festivals en evenementen, past in de brede strategie van moederbedrijf The Support Group. Die heeft als doel om de evenementenbranche verder te professionaliseren door bedrijven bij elkaar te brengen die stuk voor stuk expert zijn binnen hun vakgebied. Food & Beverage speelt daar een belangrijke rol in. General manager Ben van Oudheusden: "Met Your Productions heeft The Support Group een eigen barproducent in huis. Via SOLID levert men barpersoneel, een eigen drankengroothandel was er nog niet. De totstandkoming

van House of Drinks completeert het geheel, waardoor we wat horea betreft een one-stop-shop kunnen zijn voor festivals en evenementen. Wij bieden het complete pakket."

Onderscheidend vermogen

De ambities van The Support Group en daarmee ook van House of Drinks worden niet onder stoelen of banken gestoken. Van Oudheusden, met zijn meer dan zeventien jaar ervaring in de horeca, heeft als hotelier, cruisemanager en restauranthouder gewerkt en kent het klappen van de zweep: "Iedereen kan blikjes cola inkopen en vervolgens weer verkopen, dat is niet zo heel span-

nend. Wij onderscheiden ons in zaken als hoogwaardige service, advies en innovatie. Alleen zo kunnen we deze branche naar een hoger niveau tillen en het evenementenlandschap verder operationeel professionaliseren. Daarin willen wij met House of Drinks dé drankenleverancier binnen de industrie worden." Afgezien van tapbier, levert House of Drinks praktisch alle soorten drank op festivals en events. Het bedrijf bestrijkt het hele traject, van de inkoop, klaarmaken van dranken en het vullen van de koelcontainers, tot de levering op de dag voor de start van het evenement. Na afloop worden de containers weer opgehaald en gaan de producten die over zijn terug.

Exclusieve drankjes en innovaties

House of Drinks biedt in overleg bepaalde dranken op unieke wijze aan op festivals en evenementen. "Wij zijn voortdurend met partijen als Red Bull, Coca-Cola en Bacardi aan het praten over de vraag hoe we producten op een evenement nóg beter weg kunnen zetten", aldus Van Oudheusden. We stellen onszelf voortdurend de vraag: hoe kunnen we blijven innoveren met het aanbod? Zo zijn we in staat op een festival een speciale bar in te richten waar je een mixdrankje kunt kopen dat alleen op dat festival verkrijgbaar is. Op die manier kunnen producenten nieuwe producten uitproberen en festivals hun gasten een onderscheidend element aanbieden. Een ander voorbeeld zijn modules waar liefhebbers met hun pasje of pinkaart bepaalde drankjes kunnen halen of zelf maken. Op deze manier zijn er veel meer soorten drank af te nemen."

Weer een andere innovatie die Van Oudheusden graag onder de aandacht brengt, is een nieuw bierpompsysteem van ICEK. Via dit systeem gaat het bier vanuit de bierwagen sneller naar de tap, zonder dat temperatuurverlies optreedt. "Waar voorheen het bier opwarmde naar zes à zeven graden doordat het een langere weg moest afleggen, blijft het bier nu constant op een temperatuur van vier graden. Daarnaast is er nog maar een grote bierwagen nodig en kost het minder elektriciteit. Met andere woorden; de kwaliteit van het bier wordt er beter door en de toepassing is duurzamer. Een win-winsituatie voor organisator, festivalganger en milieu. Het geeft aan dat we continu met partners bezig zijn hoe we onze diensten en producten naar een hoger plan kunnen brengen."

Adviseren en trends signaleren

2018 zal voor House of Drinks in het teken staan van omzetgroei. Door de kleine marges heeft het bedrijf naar eigen zeggen alleen bestaansrecht bij een groot volume. Van Oudheusden: "Wij zijn in 2017 gestart en ons volume wordt dit jaar met 50% verhoogd. Dat moet in 2019 nog een keer gebeuren. Voor nu focussen we ons op Nederland, maar daar willen we dan ook de grootste drankengroothandel in de evenementen-industrie worden." Op de vraag hoe het aanbod er precies uit gaat zien, heeft House of Drinks geen invloed. Organisaties stellen namelijk zelf het drankenpakket samen. Dat betekent niet dat het bedrijf geen adviserende rol speelt. "Wij scannen voortdurend met partners en organisatoren de markt. Als wij bijvoorbeeld een nieuwe wodka kennen waarvan we veel verwachten, dan



'Wij zijn, in tegenstelling tot veel andere bedrijven of brouwerijen, altijd bereikbaar. Zeven dagen per week'

tappen we die. En als organisatoren met bepaalde wensen naar ons toe komen, kunnen we ze er op attent maken dat een bepaald drankje veel handelingskosten met zich meebrengt. Dat is net zo goed onze taak", stelt Van Oudheusden. Ook het signaleren van trends heeft House of Drinks hoog in het vaandel staan. Van Oudheusden: "Wij organiseren regelmatig sessies met klanten, horecpartijen en mensen uit de branche om trends te bespreken en producten te testen. Zo zien we dat het fenomeen zelf-tappen in opkomst is. Dat is niet zo vreemd, want mensen houden er niet van om in de rij te staan. De vraag is of zoiets ook in Nederland gaat werken, en hoe een dergelijk systeem er dan uit zou komen te zien. In elk geval blijven we met onze partners in gesprek over de be-

leving van de festivalbezoeker, en hoe we deze kunnen optimaliseren."

Altijd bereikbaar

Uiteindelijk is service het allerbelangrijkste volgens Van Oudheusden. Hij ziet het dan ook als een sport om altijd naar behoefte te leveren. "Het geeft een kick om van tevoren alles goed te regelen en tegelijkertijd tijdens een evenement scherp te blijven. Dat er een nalevering mogelijk is als een voorraad sneller op dreigt te raken dan gepland, is van levensbelang voor een organisatie. En wij zijn, in tegenstelling tot veel andere bedrijven of brouwerijen, altijd bereikbaar, zeven dagen per week. Tijdens grote klussen heb ik altijd een paar mensen en een chauffeur stand-by staan, en de telefoon gaat nooit uit. Dat doet niemand ons na." ■



HOUSE OF DRINKS

