

# Food porn, robot-obers en raketgeleerden

Wat hebben food porn, robot-obers en raketgeleerden nou met elkaar te maken? Eigenlijk best veel. Dat ontdek je als je de film van het Knowledge Event van de Hotelschool Management School Maastricht kijkt. Onder leiding van presentatrice **Simone van Trier [F 1988]** krijg je een kijkje in de keuken van de hotelschool. Nee, niet in de keuken van het restaurant. Maar in de keuken van drie lectoraten: Future of Food, Global Minds @ Work en Data-driven Hospitality.

DOOR **JUDITH HOUBEN**

**S**inds vorig studiejaar zijn deze drie lectoraten van Zuyd Hogeschool onlosmakelijk verbonden aan de hotelschool. Maar wat doen ze precies? Ter ere van de 71<sup>ste</sup> verjaardag van de hotelschool, gaat alumna Simone van Trier op onderzoek uit. 'Ik bevind me op heilige grond. Want in de jaren tachtig heb ik het grote voorrecht gehad hier zelf te mogen studeren. Nooit gedacht dat ik hier nu in 2021 terug zou zijn om dit programma te presenteren', zegt ze met een stralende lach voordat ze

de lectoren Dai-In Danny Han, Ankie Hoefnagels en Martijn Zoet het hemd van het lijf vraagt.

## Huwelijksaanzoek

Van lector Ankie Hoefnagels van Global Minds @Work wil ze eerst weten waarom Hotel New York in Rotterdam haar favoriete hotel is. Hoefnagels lacht. 'Omdat het een van de eerste boutique hotels van Nederland is. Maar ook omdat mijn man me hier ten huwelijk heeft gevraagd.' 'Dus ook emotionele herinneringen zijn belangrijk', concludeert Van Trier.

Klopt, maar dat is niet zozeer waar Hoefnagels onderzoek naar doet.

## Diversiteit en pizzadozen

Waar ze wel onderzoek naar doet? Bijvoorbeeld naar gevolgen van de groeiende diversiteit op de werkvloer. Hoefnagels merkt dat lang niet altijd helder is wat diversiteit nou precies is en waarom het van belang is. 'Diversiteit betekent niet zoiets als een zwarte, lesbische vrouw aan je team toevoegen. Sterker nog, diversiteit is niet eens altijd nodig. Om bijvoorbeeld pizzadozen te vouwen, voegt diversiteit niets toe. Bij beroepen waar het gaat om complexe kennis wel. Dat geldt dus voor ongeveer 80 procent van alle banen. Maar dan moet je wel gaan kijken naar het soort diversiteit dat je nodig hebt', vertelt Hoefnagels.

## Blote voeten

'Als je bijvoorbeeld een raket gaat bouwen, heb je vooral veel verschillende wetenschappers nodig. Dus cognitieve diversiteit.

Je hebt er niets aan om een Russische, Chinese en Amerikaanse deskundige te vragen. Je moet gewoon de mensen met de meeste toegevoegde waarde in huis halen. Maar in de zorg of bijvoorbeeld bij de politie werk je met mensen uit alle lagen van de bevolking en dan is een afspiegeling van de samenleving in je team wel weer nodig', zegt Hoefnagels. Ze herinnert zich een Marokkaans Nederlandse vrouw die bij haar

moeder in het verzorgingshuis woonde. 'Die vrouw liep graag op blote voeten en wilde zittend op een kussen op de grond eten. Niemand begreep haar en ze lieten haar links liggen. Voor haar was het fijner geweest als het team verzorgers diverser was.' Hoefnagels weet dat een divers team, slimmere en betere keuzes maakt. Dat betekent niet alleen meer voldoening op de werkvloer en bij klanten. Het leidt ook tot meer winst.'

## Anders eten

Van lector Dai-In Danny Han prof Future of Food wilt Van Trier weten of hij zijn lievelingsgerecht, Japanese Gyoza (dumplings, red.), helemaal zelf klaarmaakt. 'In de tijd dat ik in Japan woonde, kocht ik de meestal kant-en-klaar voor in de vriezer', biecht de lector op. Het motto van Dai-In Danny Han is 'you know more than you can eat'. Dit heeft alles te maken met ons huidige voedselpatroon. 'We weten eigenlijk allemaal wel dat we zo niet door kunnen gaan voor de planeet. Dat geldt zowel voor de productie als de consumptie van voeding. De coronapandemie

heeft ook laten zien dat ons huidige systeem fragiel en alles behalve duurzaam is.' Dit betekent andere keuzes maken als je in de voedingsindustrie werkt, maar ook als je voor je eigen boodschappen in de supermarkt bent.

## Alles draait om beleving

'Voedselervaring van consumenten is daarom een belangrijk gebied waar we meer onderzoek naar willen doen. Want of je nou de supermarkt binnenwandelt, een hotel bezoekt of een sterrenrestaurant, alles draait om de beleving', zegt Han. Hij weet dat er tegelijk tal van technische ontwikkelingen zijn die beangstigend kunnen zijn voor bedrijven in de sector. 'Vooral in de wereld van hospitality. Neem nou robots. Hoe ga je in je restaurant opeens een robot-ober of serverster naar je gasten sturen? Ons onderzoek vormt tevens een richtlijn die hierbij helpt. Maar we onderzoeken ook welk businessmodel futureproof is zodat bedrijven zich op een duurzame manier kunnen ontwikkelen.' Het lectoraat Future of Food kan dit



Dr Ankie Hoefnagels - Professor  
Global Minds @ Work



*Dr Danny Han -  
Professor Future of Food*



onderzoek niet alleen doen en zal dit samen met tal van partners uitvoeren. En dat geldt ook voor de onderzoeken van de andere twee lectoraten.

### Chocomelk

Zoals dat van lector Martijn Zoet: Data-driven Hospitality. Maar eerst wil gastvrouw Van Trier opheldering over zijn lievelingseten en drinken. Zoet kun je 's nachts namelijk wakker maken voor een biefstuk gevuld met zalm en voor chocolademelk. 'Ehm, nou niet alle drie tegelijk. Maar biefstuk gevuld met zalm vind ik inderdaad lekker.' Van Trier moet er niet aan denken en Zoet eigenlijk ook niet toen hij het voor het eerst op een menukaart zag staan. Het leek me totaal niet lekker. Maar uit nieuwsgierigheid heb ik het toch besteld en ik vond het juist een geweldige combinatie', lacht hij. Tja, en dan zijn guilty pleasure. 'Chocolademelk. Liefst elke dag een of twee glazen. Heerlijk!'



*Dr Martijn Zoet - Professor  
Data-driven Hospitality*

### Food porn

Maar smaak is niet alles. Het oog wil ook wat zo blijkt uit het food porn onderzoek van Zoet en zijn team. Van Trier: 'Onderzoek naar food porn? Leg eens uit.' 'Je kent dat wel, mensen die in het restaurant eerst een foto maken van een mooi opgemaakt bord nog voordat ze ook maar een hap hebben geproefd', vertelt Zoet. 'Als ze die foto dan ook nog meteen op internet posten, maken ze eigenlijk reclame voor dat restaurant terwijl ze helemaal niet weten of het ook zo lekker smaakt als het eruit ziet. Zo'n foto trekt natuurlijk klanten. Daarom doen we hier onderzoek naar. Er zijn rond food porn online zelfs hele communities ontstaan.'

### Toekomstperspectief

Zoet wil verder benadrukken dat studenten niet bang hoeven te zijn voor zijn lectoraat. 'Veel studenten denken dat je voor ons lectoraat over geavanceerde wiskundige kennis moet beschikken, maar dat is helemaal niet het geval. Ook al werken we veel met data. Ik hoop dat studenten juist zien hoe ze die data in hun voordeel kunnen laten werken. Al die info helpt je bijvoorbeeld om je klanten beter te kennen. Stel je hebt een hotel en een van je gasten checkt veel later dan gepland in. Dankzij die data weet je niet alleen dat zijn vlucht zes uur vertraging heeft gehad. Maar ook bijvoorbeeld wat zijn lievelingsdrankje is. Dus bij aankomst, kun je meteen zijn koffer van hem overnemen en hem zijn favoriete drankje aanbieden nog voordat hij hier

zelf om heeft hoeven vragen.' In het geval van Zoet dus een groot glas chocolademelk. En daar blijft het niet bij. Door wereldwijd alle vacatures op het gebied van hospitality nauwlettend te analyseren, weet dit lectoraat precies welke skills verlangd worden van de toekomstige professionals die nu nog aan de hotelschool studeren. Studenten een goed perspectief in de hospitality bieden, is meteen ook een belangrijke schakel tussen de onderzoeken naar food porn, robot-obers en het verschil in diversiteit in een kantoor of bij raketgeleerden.

On September 28<sup>th</sup> we celebrated the 71<sup>st</sup> birthday of Hotel Management School Maastricht with our **Virtual Knowledge Event - Research Edition!** Scan the QR-code to see the film (45 minutes, in English) of our three professors.

