



De Globale Stand van Zaken in de Horeca

2021



Inhoudsopgave

Stand van zaken in de horeca: 2021	01
---	-----------

Uitdagingen en trends in de sector	02
Personeel	03
Gastgedrag	07
Horecatechnologie	08
Conclusies: Uitdagingen en trends in de sector	11

Vanuit het perspectief van de gast	12
Ondersteunen van restaurants	13
Vereisten voor veilig dineren	17
Veelgebruikte betaalmethoden	21
Uitgaven tijdens de feestdagen	23
Conclusies: Vanuit het perspectief van de gast	26

Wij staan voor jullie klaar	27
------------------------------------	-----------



Stand van zaken in de horecasector: 2021

In de horeca is **verandering de enige constante**.
De gebeurtenissen van het afgelopen anderhalf jaar hebben dat gevoel voor de meeste eigenaren, uitbaters en werknemers nogmaals bevestigd.

Hoewel de sector zoals we hem kennen fundamenteel is veranderd, hebben de omstandigheden uit 2020 en 2021 horecaprofessionals geholpen bij het vinden van nieuwe inkomstenbronnen, het moderniseren van hun bedrijfsvoering en het verhogen van hun efficiëntie. Diezelfde omstandigheden hebben ruimte gecreëerd voor een dialoog rondom het belang van veiligheid voor gasten en personeel, evenals over de inherente waarde van horecaprofessionals – van de hostess tot de kok.

We hebben wereldwijd een enquête afgenomen bij meer dan 2.000 restauranthouders, uitbaters, managers én gasten om er zo achter te komen hoe het afgelopen jaar hun kijk op de sector heeft veranderd—zowel ten goede als ten kwade—en hoe ze zich gaan aanpassen naar toekomstige verwachtingen.

Hoewel de meningen over fooi, betalingsmogelijkheden, personeel en gastgedrag uiteenlopen, is er één ding dat zeker is: de mensen die in de horeca werken of te gast zijn, zijn gepassioneerd over hun sector, en zullen er alles aan doen om het gemeenschapsgevoel levend te houden door het runnen en steunen van zelfstandige ondernemingen.



Uitdagingen en trends in de sector

Lightspeed nam een enquête af bij 850 restauranthouders, managers en uitbaters uit Noord-Amerika en Europa om te zien hoe de uitdagingen en trends zich in de verschillende regio's tot elkaar verhouden en hoe marktleiders van over de hele wereld deze problemen aanpakken.





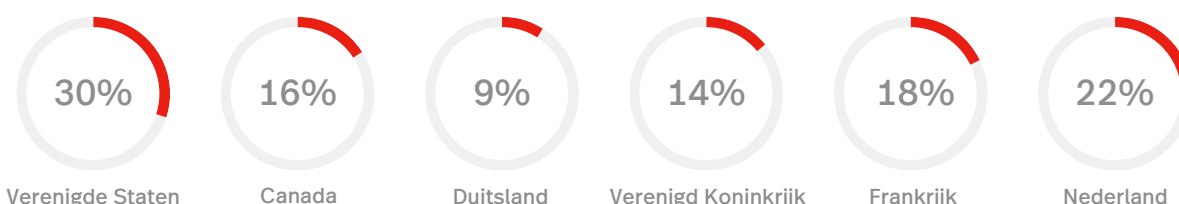
Personeel

Volgens [Statista](#) daalde het aantal restaurantmedewerkers in de VS van 2019 tot 2020 met 2,2 miljoen. Respondenten van Lightspeed's enquête bevestigden dat dit een wereldwijd probleem is in de gehele sector. **48% van de restaurantuitbaters meldde dat ze moeite hebben gehad om hun werknemers te behouden** tijdens de pandemie.

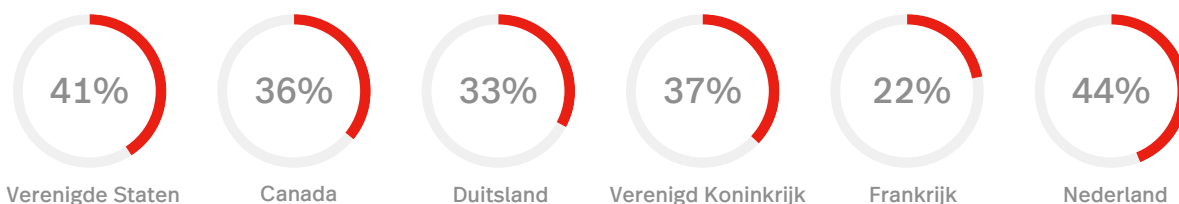
Onderstaande tabel toont enkele veelvoorkomende manieren waarop restaurants zich aanpassen om tegemoet te komen aan de verwachtingen van hun gasten en tegelijkertijd de gezondheid en het welzijn van hun werknemers beschermen.

Hoe restaurantuitbaters omgaan met het tekort aan arbeidskrachten

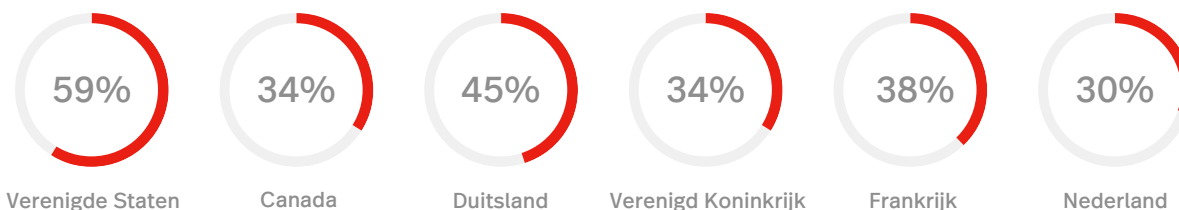
Vanwege personeelstekort zijn we minder uren open



We werken met minder personeel dan we nodig hebben



We hebben de lonen/vergoedingen verhoogd om personeel aan te trekken/te behouden



Doordat een groot aantal mensen de horeca volledig achter zich lijkt te laten, **is het nog niet duidelijk of het personeelstekort van tijdelijke of van permanente aard is**, en zo ja, hoelang het zal duren.

De eisen en verwachtingen ten aanzien van het personeel zullen heroverwogen moeten worden om een hoog verloop te voorkomen, en ook zal men moeten zorgen voor betere arbeidsvoorwaarden, lonen en vergoedingen.



“Waar je vroeger misschien iemand aannam die ervaring had in XYZ, is het nu meer van, misschien heeft hij relatief relevante ervaring opgedaan met iets heel anders. Wat volgens mij noodzakelijk is om een goed team op te bouwen, is enthousiasme en mensen die er echt willen zijn. Al het andere is een bonus.”

– Grace Ouellette, General Manager, Collective Arts Brewing





Hoe restaurantuitbaters verwachten aanpassingen te maken rond personeelsbezetting in de toekomst

Verenigde Staten



Canada



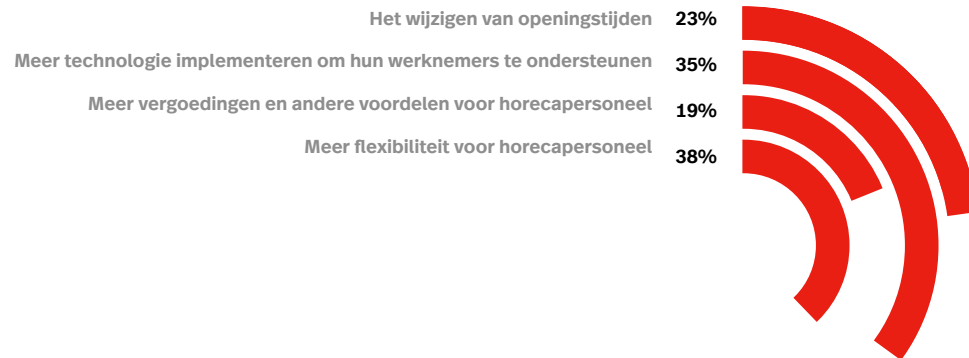
Duitsland





Hoe restaurantuitbaters verwachten aanpassingen te maken rond personeelsbezetting in de toekomst

Frankrijk



Verenigd Koninkrijk



Nederland





| Gastgedrag

Er zijn verschillende redenen waarom de wereldwijd ondervraagde restaurantuitbaters problemen hebben bij het behouden van hun werknemers, en een toename van moeilijk gedrag onder gasten is er daar één van. Hoewel men altijd al te maken heeft gehad met lastige gasten, hebben de coronaregels en -restricties een nieuwe epidemie van onwenselijk gedrag gecreëerd – dit varieert van mensen die de verzoeken van werknemers negeren tot ernstig verbaal geweld.

Hoewel er overal meldingen zijn van wangedrag, is het op sommige plekken meer aanwezig dan op andere.

- ✓ **De VS is het enige ondervraagde land waar de meerderheid (62%) van restaurantpersoneel aangeeft dat gasten veeleisender zijn dan ooit tevoren.**
- ✓ **Frankrijk is het enige ondervraagde land waar de meerderheid (54%) van restaurantpersoneel aangeeft dat gasten begripvoller zijn dan voorheen.**
- ✓ **In Canada, het VK, Duitsland en Nederland is de verhouding tussen het aantal medewerkers dat vindt dat gasten veeleisender zijn en het aantal medewerkers dat vindt dat gasten begripvoller zijn ongeveer gelijk, met respectievelijk 45% en 46%.**

Naast de veranderende houding van gasten ten opzichte van restaurantpersoneel, hebben vermeende veranderingen in het geven van fooi er ook toe geleid dat veel horecamedewerkers de sector verlaten.

In de VS meldde 45% van de respondenten dat gasten het afgelopen jaar meer fooi zijn gaan geven, terwijl 39% aangaf dat gasten minder fooi zijn gaan geven. In Canada en Europa ligt het percentage gasten die betere fooien geven iets lager (gemiddeld 36%) en het percentage gasten die slechtere fooien geven ongeveer even hoog. Dit kan echter te maken hebben met de afwijkende cultuur rond het geven van fooi in deze regio's.

Hoewel de verwachtingen voor fooi per land verschillen, krijgt restaurantpersoneel in Europa en Canada doorgaans een veel hoger uurloon dan hun Amerikaanse tegenhangers. Deze verdienen soms niet meer dan \$2,13 per uur als basisloon, afhankelijk van de staat waarin ze wonen. Aangezien voor veel restaurantmedewerkers in de VS een groot deel van het inkomen afhankelijk is van fooi (minstens 18-20% per rekening), worden zij het hardst getroffen door de veranderende houding ten opzichte van fooi geven. Daarnaast neemt de populariteit van bezorg- en afhaalmaaltijden en online bestellen alsmaar toe, en wordt Amerikaanse bediening in full-service restaurants hard getroffen door het feit dat veel gasten minder fooi geven voor bestelmaaltijden dan voor een maaltijd ter plaatse.

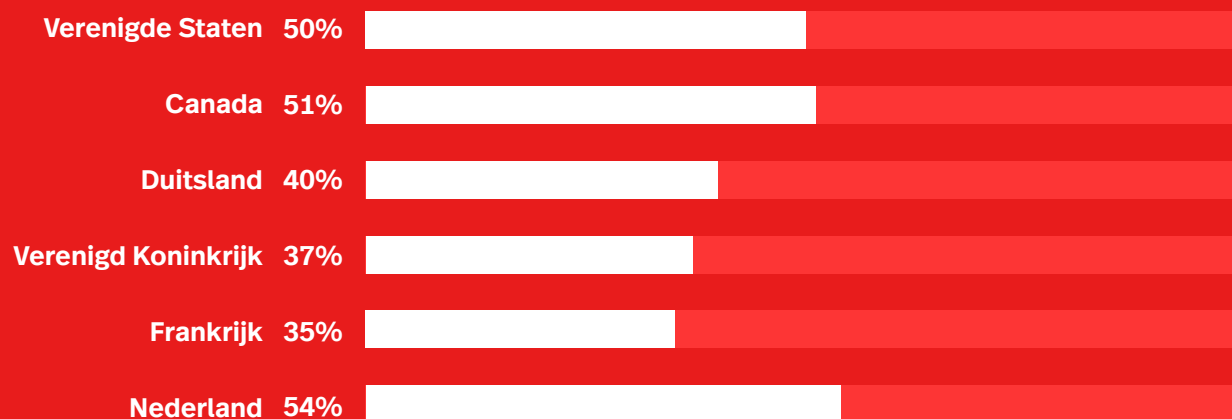


Horecatechnologie

Gemiddeld was **87% van de respondenten het er of 'enigszins' of 'zeer' mee eens dat het invoeren van nieuwe technologie de afgelopen twee jaar van cruciaal belang is geweest voor het overleven van hun bedrijf**. Wanneer we dit opsplitsen per type restaurant, zegt 47% van de uitbaters van full service restaurants (FSR) en 37% van de uitbaters van quick service restaurants (QSR) dat nieuwe technologie van cruciaal belang is geweest voor hun zaak.

Ook staan steeds meer mensen, zowel restaurantpersoneel als gasten, open voor het idee om technologie te gebruiken om standaard processen te automatiseren en stroomlijnen. Dit is een andere trend die verband houdt met het tekort aan arbeidskrachten. Hoewel het ooit werd gezien als een bedreiging voor menselijke banen, is automatiseringstechnologie nu noodzakelijk om de ontstane gaten in het rooster op te vullen en het verkleinde personeelsbestand te ondersteunen.

Restaurantuitbaters die van plan zijn om binnen de komende 2-3 jaar automatiseringstechnologie te implementeren





“Er wordt enorme technologische vooruitgang geboekt, en ik denk dat de pandemie veel bedrijven heeft gedwongen om zich af te vragen: Hoe kunnen we de ervaring voor onze gasten verbeteren en hoe kunnen we deze sneller en efficiënter maken door middel van technologie? Mijn advies is om het te omarmen en het in je voordeel te gebruiken.”

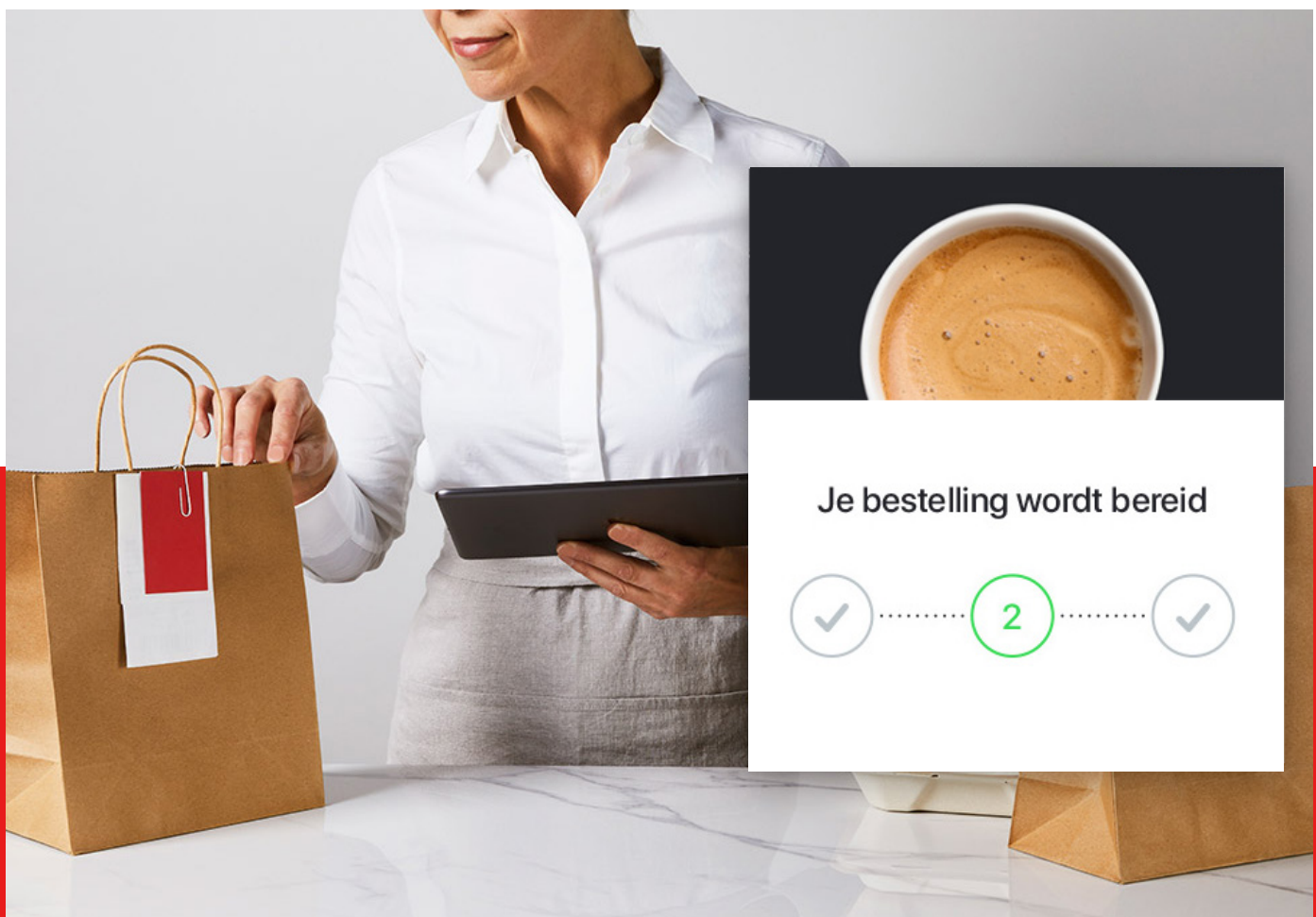
– Al Harrison, Vice President of Information Technology, Driftwood Hospitality Management





Vanuit het oogpunt van de consument is de mogelijkheid om online te bestellen – hetgeen veel horecabedrijven de afgelopen anderhalf jaar grotendeels overeind heeft gehouden – een onmisbare functie geworden. Donald Burns, een prominente horecaconsultant uit de VS met een wereldwijde gastenlijst, legt uit: “De pandemie verandert de hele dynamiek van de restaurantsector, en het effect is blijvend. Het duurt 30 dagen om een gewoonte aan te leren. **In de post-COVID economie zou afhalen wel eens veel belangrijker kunnen worden dan het ooit was.**”

De meeste mensen willen restaurants ondersteunen door rechtstreeks bij het restaurant zelf te bestellen, in plaats van via een externe app. Dus als jouw bedrijf nog geen met het kassasysteem geïntegreerd online bestelplatform heeft, is nu het moment om dit te overwegen.





Conclusies: Uitdagingen en trends in de sector

De omgang met restaurantpersoneel verandert

- ✓ Om personeel te kunnen aannemen en aanhouden, is het belangrijk om te kunnen concurreren met andere uitbaters. Zorg ervoor dat je geboden salaris, vergoedingen, werktijden en andere belangrijke factoren zich goed verhouden tot die van je concurrentie, zodat je er zeker van kan zijn dat je beste medewerkers niet door iemand anders worden weggekaapt.
- ✓ Onderhoud het contact met je personeel. Organiseer maandelijkse of driemaandelijkse check-ins of verzin een anonieme manier waarop ze feedback kunnen geven, zodat jij voor iedereen de beste werkomgeving kunt creëren.

Breng gastvrijheid en beleid in evenwicht

- ✓ Het tijdperk van 'de klant is koning' ligt achter ons. Nu sommige gasten zich steeds veeleisender gaan gedragen, is het aan de restaurantuitbater om streng doch rechtvaardig te zijn bij het uitvoeren van zijn gastenbeleid, om zo zijn personeel en de andere gasten te beschermen tegen het wangedrag van een kleine groep mensen.
- ✓ Zorg ervoor dat jouw personeel in lastige situaties voor zichzelf, elkaar en de andere gasten op kan komen, door gerichte training en een duidelijk, goed gecommuniceerd beleid te bieden.

Technologie is essentieel om jouw bedrijf toekomstbestendig te krijgen

- ✓ Hoewel automatiseringstechnologie ooit werd gezien als een 'job killer', biedt het de onderbezette horeca nu juist ondersteuning, zodat het personeel dát men heeft niet overwerkt raakt.
- ✓ Online bestellen geniet de voorkeur op dit moment en dit zal naar verwachting alleen maar toenemen. Gasten willen jouw bedrijf graag rechtstreeks ondersteunen. Daarom is een geïntegreerd online bestelplatform, dat jouw eigendom is en door jou wordt beheerd en gepromoot, de sleutel tot het besparen op kosten van derden.



Vanuit het perspectief van de gast

Na meer dan anderhalf jaar van aanpassing en constante heruitvinding voor de horeca, kan het moeilijk zijn om voorbij de werkelijkheid van de dag te kijken. Maar wat verwacht de gast van nu nou eigenlijk van een restaurantervaring? Om je te helpen bij het beantwoorden van deze vraag hebben we restaurantbezoekers in Noord-Amerika en Europa gevraagd hoe zij de toekomst van uit eten gaan voor zich zien.

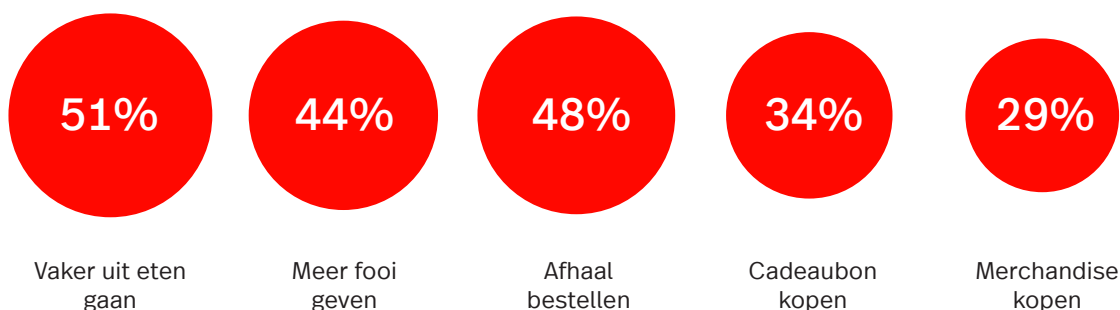




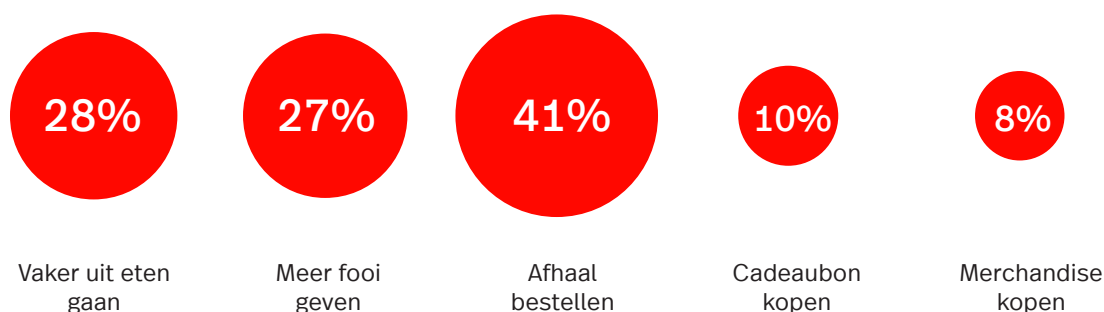
Ondersteunen van restaurants

We vroegen restaurantbezoekers van over de hele wereld **hoe ze van plan zijn restaurants in de loop van het komende jaar te ondersteunen** en dit waren de meest voorkomende antwoorden.

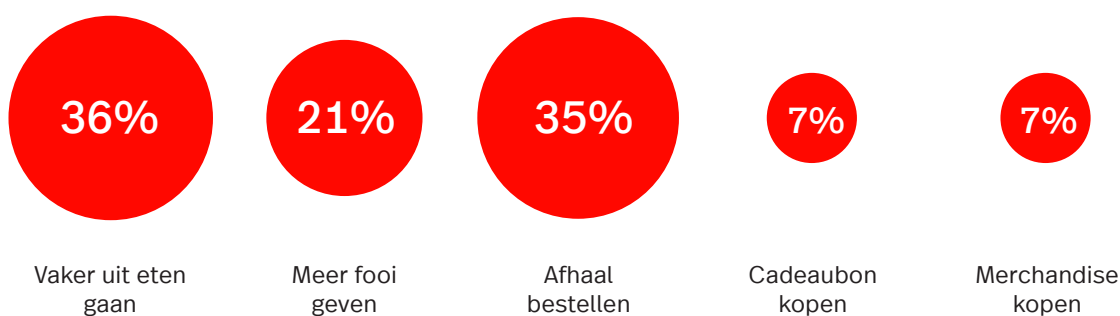
Verenigde Staten



Canada



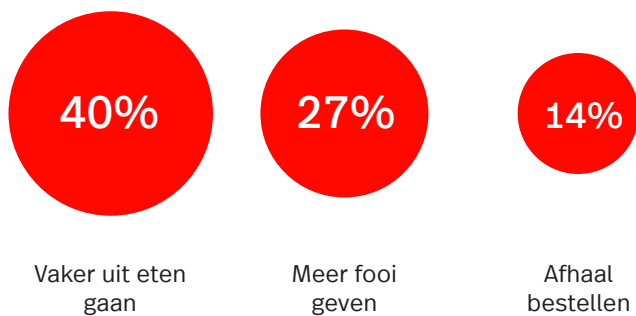
Verenigd Koninkrijk



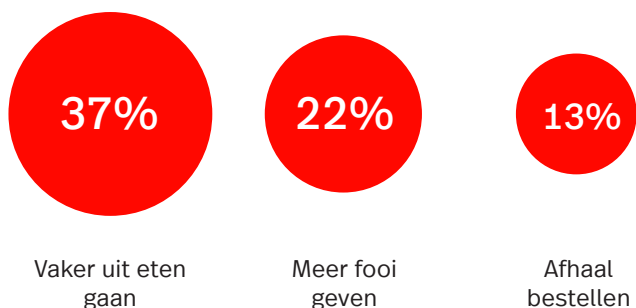


Hoe gasten het komende jaar restaurants willen ondersteunen

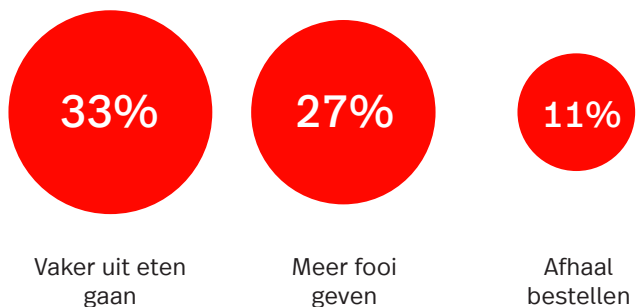
Duitsland



Oostenrijk



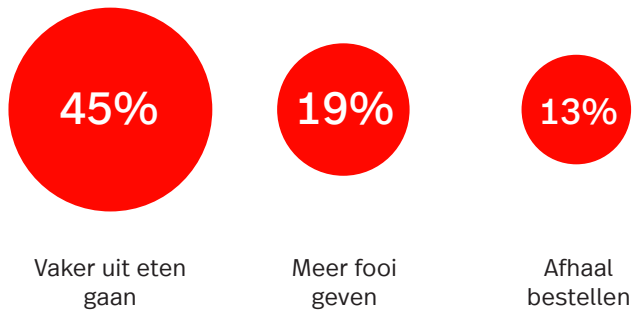
Zwitserland



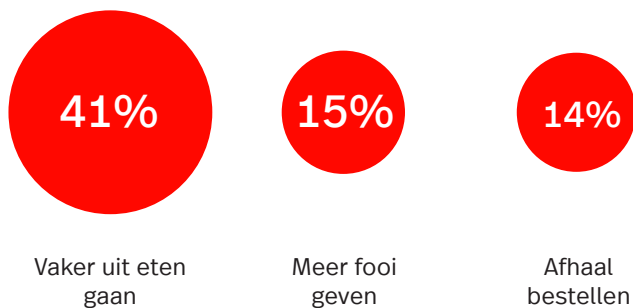


Hoe gasten het komende jaar restaurants willen ondersteunen

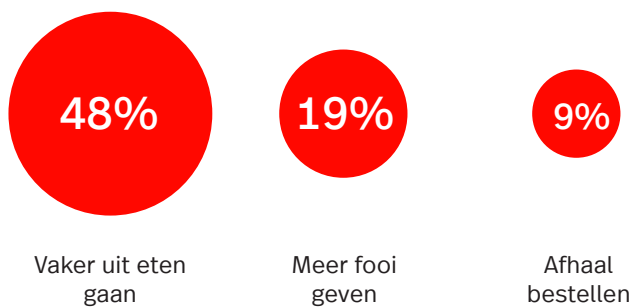
Nederland



België



Frankrijk





De populairste (en meest voor de hand liggende) manier waarop gasten van plan zijn om lokale restaurants te steunen, is door vaker uit eten te gaan naarmate dit weer mogelijk is.

Hoewel de meeste Europeanen klaar zijn om weer 'ouderwets' uit eten te gaan, zijn respondenten uit het VK en de VS ongeveer gelijk verdeeld tussen bestellen en uit eten gaan, met slechts een lichte voorkeur voor de eerste mogelijkheid in beide regio's. Alleen in Canada is uit eten gaan niet het populairste antwoord. Canadezen houden het voorlopig eerder op bestellen.

Ook hier komt de kwestie van fooi weer aan de orde. Hoewel veel meer respondenten in de VS (44%) van plan zijn om betere fooien te geven, wordt het daar cultureel gezien ook eerder verwacht dat er (goede) fooien gegeven worden.

Hoewel veel Canadese en Europese respondenten ten tijde van deze enquête misschien nog niet met cadeaubonnen bezig waren, is dit nog altijd een goedkope en effectieve manier om extra inkomsten te genereren. **De gemiddelde Amerikaan heeft voor 167 dollar aan ongebruikte cadeaubonnen liggen, wat pure winst oplevert voor de onderneming waarvan deze zijn.** Bovendien komen de feestdagen eraan, en een makkelijk toegankelijke website waarop men last minute een cadeaubon of merchandise kan kopen zou jou en je gasten kunnen helpen weer iets makkelijker het einde van het jaar door te komen.



Bekijk hoe het alles-in-één platform van Lightspeed je helpt om aan de verwachtingen van gasten te voldoen

Plan een gesprek in



Vereisten voor veilig dineren

Hoewel gasten staan te popelen om weer uit eten te gaan, zijn ze nog steeds voorzichtig. Dit is hét moment om je veiligheids- en hygiënevoorschriften te herzien en ervoor te zorgen dat zowel gasten als personeel zich veilig voelen.

De antwoorden op deze vraag liepen uiteen, maar de belangrijkste boodschap bleek dat de meeste mensen – gemiddeld 53% van de respondenten in de VS, het VK, en Canada – graag zien dat de mondkapjesplicht blijft bestaan voor gasten en personeel (behalve tijdens het eten natuurlijk).

Andere interessante inzichten zijn o.a.:

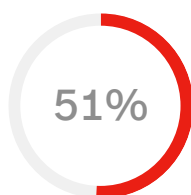
- ✓ In vergelijking met andere regio's geven in de VS veel meer mensen (40%) er de voorkeur aan in de buitenlucht te dineren.
- ✓ In de VS (37%) en Canada (36%) zijn gasten het meest bereid om een vaccinatiebewijs te overleggen alvorens een etablissement te betreden, gevolgd door het VK (22%), Zwitserland (22%) en Nederland (20%).
- ✓ Gasten in Frankrijk verlangen het meest naar meer persoonlijke interactie met de bediening – slechts 11% van hen is geïnteresseerd in zelf bestellen – en geven er in plaats daarvan de voorkeur aan dat restaurants het aantal gasten beperkt als veiligheidsmaatregel.



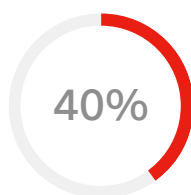


Wat gasten nodig hebben om zich veilig te voelen wanneer ze uit eten gaan

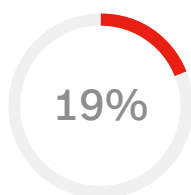
Verenigde Staten



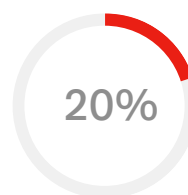
Mondkapje/
gezichtsscherm



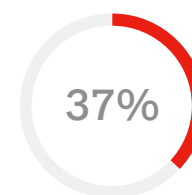
Eetruimte in de
buitenlucht



QR-code/digitale
menu's

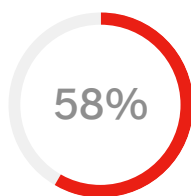


Zelf bestellen aan
tafel

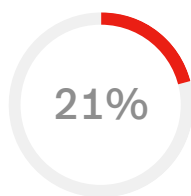


Vaccinatiebewijs voor
gasten en personeel

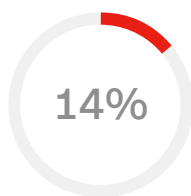
Canada



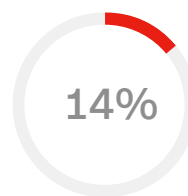
Mondkapje/
gezichtsscherm



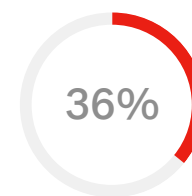
Eetruimte in de
buitenlucht



QR-code/digitale
menu's

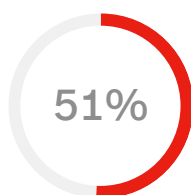


Zelf bestellen aan
tafel

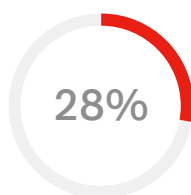


Vaccinatiebewijs voor
gasten en personeel

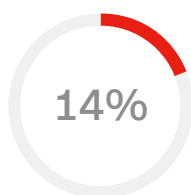
Verenigd Koninkrijk



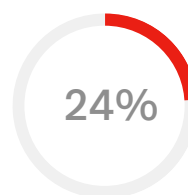
Mondkapje/
gezichtsscherm



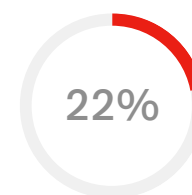
Eetruimte in de
buitenlucht



QR-code/digitale
menu's



Zelf bestellen aan
tafel

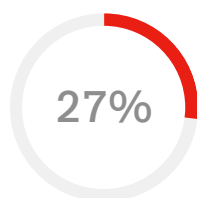


Vaccinatiebewijs voor
gasten en personeel

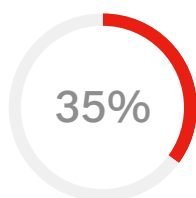


Wat gasten nodig hebben om zich veilig te voelen wanneer ze uit eten gaan

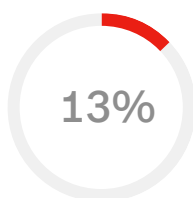
Duitsland



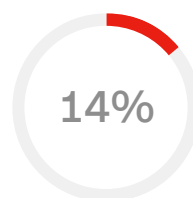
Limiet op het aantal aanwezige gasten



QR-code/digitale menu's

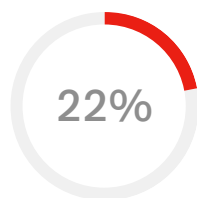


Zelf bestellen aan tafel

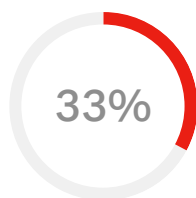


Vaccinatiebewijs voor gasten en personeel

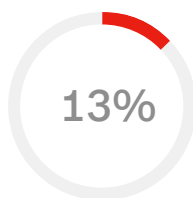
Oostenrijk



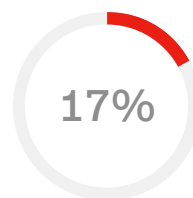
Limiet op het aantal aanwezige gasten



QR-code/digitale menu's

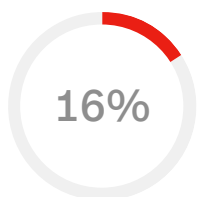


Zelf bestellen aan tafel

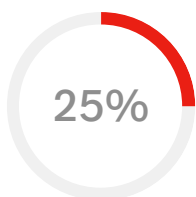


Vaccinatiebewijs voor gasten en personeel

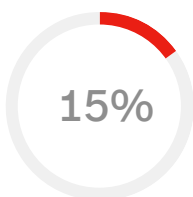
Zwitserland



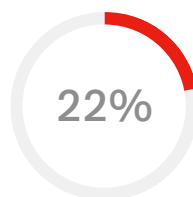
Limiet op het aantal aanwezige gasten



QR-code/digitale menu's



Zelf bestellen aan tafel



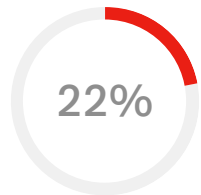
Vaccinatiebewijs voor gasten en personeel

*Gegevens verzameld uit twee onderzoeken, gegevens variëren voor EMEA en NoAm/UK

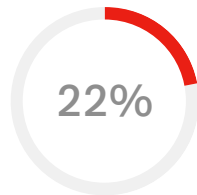


Wat gasten nodig hebben om zich veilig te voelen wanneer ze uit eten gaan

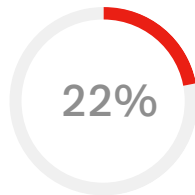
Nederland



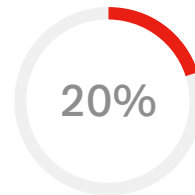
Limiet op het aantal aanwezige gasten



QR-code/digitale menu's

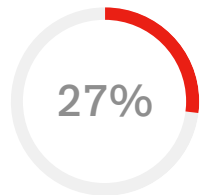


Zelf bestellen aan tafel

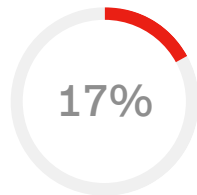


Vaccinatiebewijs voor gasten en personeel

België



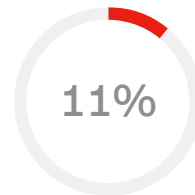
Limiet op het aantal aanwezige gasten



QR-code/digitale menu's

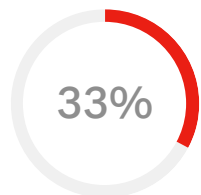


Zelf bestellen aan tafel

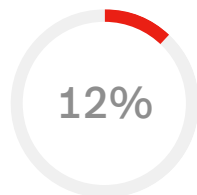


Vaccinatiebewijs voor gasten en personeel

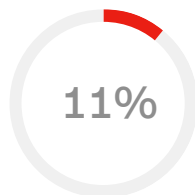
Frankrijk



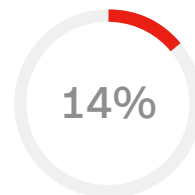
Limiet op het aantal aanwezige gasten



QR-code/digitale menu's



Zelf bestellen aan tafel



Vaccinatiebewijs voor gasten en personeel



Veelgebruikte betaalmethoden

Creditcards en betaalpassen zijn momenteel nog steeds de meest gangbare manier om te betalen. Contactloze betalingen winnen echter op de meeste plaatsen aan populariteit. Het gebruik ervan is momenteel het laagst in de VS (betaalpassen met een RFID-chip werden hier pas geïntroduceerd nadat ze al jaren gemeengoed waren in Europa), maar het begint aan terrein te winnen.

Hoewel contactloos betalen op dit moment misschien nog niet de voorkeur geniet, **verwachten veel respondenten dat het uit veiligheidsoverwegingen op meer plaatsen zal verschijnen**. Uit de enquête blijkt dat consumenten in de VS (30%), Canada (39%) en het VK (44%) die vaker uit eten gaan, tegenwoordig verwachten dat er een contactloze betaaloptie beschikbaar is – zelfs als het niet hun voorkeursbetaalmethode is.

Hoe gasten momenteel het liefst betalen in restaurants

Verenigde Staten



5%
Contactloos



31%
Contant



61%
Creditcard of pinpas

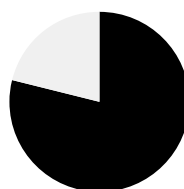
Canada



15%
Contactloos



15%
Contant



79%
Creditcard of pinpas

Verenigd Koninkrijk



12%
Contactloos



18%
Contant



68%
Creditcard of pinpas



Hoe gasten momenteel het liefst betalen in restaurants

Duitsland



28%
Contactloos

Zwitserland



26%
Contactloos

Oostenrijk



26%
Contactloos

Nederland



27%
Contactloos

België



17%
Contactloos

Frankrijk



12%
Contactloos



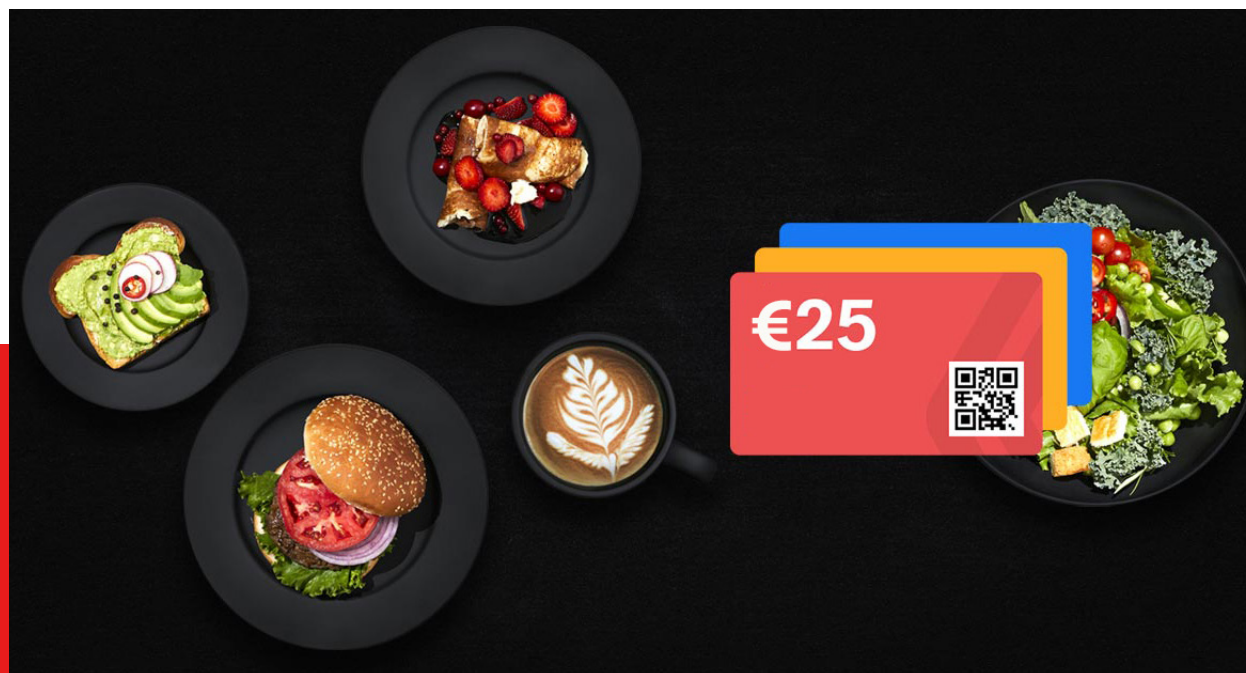


Uitgaven tijdens de feestdagen

Vanwege COVID-19 moesten restaurants het in 2020 zien te stellen zonder de gangbare drukte rond de feestdagen: de borrels, catering en familiefeestjes die normaal gesproken in de wintermaanden verzorgd moeten worden en waar ze sterk van afhankelijk zijn gingen dat jaar niet door.

Sommige respondenten willen de komende feestdagen weer gaan vieren zoals ze voorheen gewend waren, terwijl anderen behoedzaam blijven.

- ✓ Amerikaanse consumenten (31%) voelen zich meer op hun gemak om een bedrijfsfeest in een restaurant te organiseren, terwijl mensen in Canada (4%) en het VK (9%) hier minder toe geneigd zijn.
- ✓ Hoewel ze misschien nog niet klaar zijn voor drukke feesten, zijn veel respondenten in Canada (39%) en het VK (51%) toch van plan om tijdens de feestdagen uit eten te gaan met een kleine groep vrienden en/of familie.
- ✓ Cadeaubonnen zijn populaire cadeaus in de VS (43%) en Canada (37%). In het VK is het geven van cadeaubonnen minder populair, maar er is nog steeds veel vraag naar en, zoals we hierboven al zeiden, zijn ze een goedkope en effectieve optie voor eventuele last minute shoppers. Als je geen cadeaubonnen aanbiedt in jouw restaurant, gaan potentiële gasten misschien wel ergens anders heen.





Hoe gasten van plan zijn restaurants in hun feestdagen op te nemen

Bedrijfsevenement organiseren in een restaurant of bar



Feestje organiseren voor familie en/of vrienden in een restaurant of bar



Afspreken voor een drankje en diner met vrienden en familie



Catering bestellen bij een restaurant voor een feestje





Hoe gasten van plan zijn restaurants in hun feestdagen op te nemen

Een cadeaubon als cadeau kopen



Ik weet niet zeker hoe ik me voel over uit eten gaan tijdens de feestdagen



Geen van bovenstaande/Overig





Conclusies:

Vanuit het perspectief van de gast

Help gasten je te ondersteunen door middel van extra inkomstenbronnen

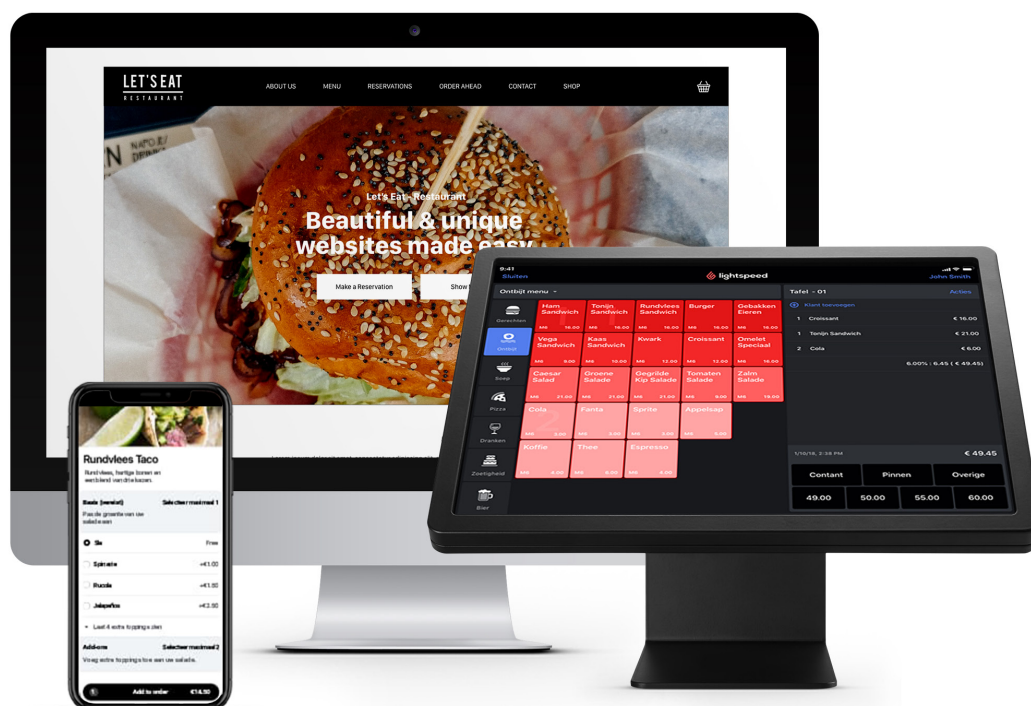
- ✓ Hoewel veel gasten graag weer uit eten willen en ook maaltijden zullen blijven bestellen, loont het om ze de mogelijkheid te bieden om jouw bedrijf op een andere manier te ondersteunen. Dit kan bijvoorbeeld door het verkopen van merchandise, cadeaubonnen, of andere artikelen.
- ✓ Zorg ervoor dat je toch bereikbaar bent voor gasten die niet naar je restaurant kunnen komen, maar het desalniettemin willen steunen. Dit doe je door ze de mogelijkheid te bieden om artikelen via een webshop te kopen.

Blijf op de hoogte van wat gasten willen

- ✓ Hoewel gasten er helemaal klaar voor zijn om weer uit eten te gaan, zijn ze nog niet van plan om alle voorzichtigheid overboord te gooien. Maak het belang van de veiligheidsmaatregelen duidelijk aan je werknemers, en kijk eens rond in je restaurant om te zien of er nog andere manieren zijn om gasten en team veilig te houden.
- ✓ Wat betreft technologie: de mogelijkheid om online te bestellen is een must. Het is een kwestie van meedoen of achterblijven. Daarnaast zullen veel gasten op de uitkijk zijn naar plaatsen waar ze contactloos kunnen betalen als extra veiligheidsmaatregel.

De feestdagen kunnen ook dit jaar weer onvoorspelbaar worden

- ✓ Afgezien van in de VS, zullen de meeste gasten nog niet bereid zijn om met een grote groep collega's samen te komen. Ze zullen er eerder voor kiezen om met vrienden en familie samen te komen in een kleinere, intiemere setting. Zorg er daarom voor dat je een veilige, gastvrije en ontspannen ervaring kan bieden wanneer het zo ver is.
- ✓ Bedenk manieren waarop je, door een tekort aan grootschalige evenementen, misgelopen inkomsten kunt inhalen. Verkoop cadeaubonnen en merchandise (en promoot deze vakkundig), en bied afhaal of catering aan tijdens feestdagen – van volledige maaltijd tot alleen bijgerechten ok cocktails.



Wij staan voor je klaar

Het complete ondernemersplatform van Lightspeed ondersteunt ondernemingen die de ruggengraat vormen van de wereldeconomie. Het helpt ondernemers te vereenvoudigen, op te schalen en bij het bieden van uitzonderlijke klantervaringen. Ons online ondernemersplatform transformeert en verenigt digitale en fysieke processen door verkoop via verschillende kanalen, het uitbreiden naar nieuwe locaties, wereldwijde betalingen, financiële oplossingen en toegang tot leveranciersnetwerken.

Opgericht in 2005 in Montréal, Canada, staat Lightspeed genoteerd op de New York Stock Exchange en Toronto Stock Exchange (NYSE: LSPD) (TSX: LSPD). Met teams gevestigd in Noord-Amerika, Europa en Azië-Pacific bedient Lightspeed retail-, horeca- en golfondernemingen in meer dan 100 landen.

For more information, please visit: lightspeedhq.nl

On social media: [LinkedIn](#), [Facebook](#), [Instagram](#), [YouTube](#), and [Twitter](#)

Zie Lightspeed in actie

Praat met een expert