

“We kicken er echt op dat mensen zich onze evenementen jaren later nog herinneren”

TOM DE WEYER



ZAAKVOERDER

Witti Group

Dat catering om meer draait dan enkel de smaak, bewijst Tom De Weyer maar al te graag. Als creative owner van Wittig Group uit Heusden-Zolder timmert hij aan de weg van verhalende catering en creatieve eetconcepten op verrassende locaties. “We merken steeds vaker een vraag naar beleving. Maar beleving mag nooit het doel op zich zijn. Het is een werkmiddel om impact te creëren.”

36

“Vroeger was het als cateraar voldoende om alleen lekker eten en drinken op tafel te toveren”, begint Tom zijn verhaal. “Maar dat is tegenwoordig niet meer het geval. Catering is meer geworden dan smaak alleen. Mensen willen beleving. En net daarom is Wittig het logische vervolg op wat 15 jaar lang Taste Catering was. Want wittig is Engels voor ‘geestig’, ‘gevat’ en ‘speels’. En dat is ook waar Wittig voor staat: verhalende catering die op een creatieve manier voor beleving zorgt. Catering met een hoek af.”

“En dat doen we door het verhaal van onze klanten letterlijk te vertolken in het eten en de drank die we op tafel zetten, de manier waarop we het serveren en de locatie die we uitkiezen”, gaat Tom verder. “Want catering kan een evenement echt maken of kraken. Waarom zou je er dan niet op een creatieve manier mee omgaan? Het is niet omdat de zon schijnt dat je moet barbecuën. Mensen moeten durven om het eens over een andere boeg te gooien en voor beleving te kiezen. En je zal zien dat daar enorm veel dankbaarheid voor is. Alleen mag je nooit uit het oog verliezen dat beleving slechts

een werkmiddel is. Het mag nooit een bestemming op zich zijn. Want beleving is leuk, maar heeft weinig zin als je niet weet waarom je het doet. Impact moet altijd het doel zijn. En met die impact willen wij een verschil maken in het landschap.”

Impact creëren

“Wanneer wij een concept uitdenken, vragen wij ons dus altijd eerst af hoe wij impact kunnen creëren”, legt Tom uit. “En van daaruit gaan wij creatief nadenken over het belevingscircuit. Hoe kunnen wij beleving brengen om dat doel van impact te realiseren? Door op die manier te werk te gaan, zetten wij uiteenlopende ideeën, verhalen en boodschappen allemaal om naar momenten met impact. Voor elk type evenement en voor elk type klant. Onze catering moet letterlijk het verhaal vertellen van de persoon of de organisatie die een beroep op ons doet.”

“Onze kaaskroketten presenteren wij bijvoorbeeld in muizenvallen. Of wij hebben bijvoorbeeld een concept met 21 projectoren waar 21 tafels onder kunnen.



Door de combinatie van projectie, de presentatie van het eten en de manier waarop onze kelners het serveren, brengen wij die tafels letterlijk tot leven. Of we nu een congres of een trouwfeest organiseren, we kicken er echt op dat mensen zich enkele jaren later nog steeds bepaalde dingen herinneren. Want dat wil zeggen dat het impact heeft gecreëerd. En dat is altijd onze doelstelling.”

Een succesformule om een groep van 100 of 1000 mensen te begeisteren, bestaat er jammer genoeg nog niet. “Er zijn zoveel kleine details nodig om mensen in een bepaalde mood te brengen”, vervolgt Tom. “En je moet zoveel kleine radartjes en schakeltjes juist zetten om die impact te creëren. En dat kan alleen maar als heel je verhaal van A tot Z klopt. Van de beleving op de parking tot de beleving op de wc’s. Van het meubilair waarover is nagedacht tot de presentatie van de gerechten. Elk accent telt. En net daar kunnen we met Wittl echt een verschil maken.”

Om die beleving nog extra kracht bij te zetten, kiest Wittl steeds voor unieke en verrassende eventlocaties. “Dat kan een locatie naar keuze zijn, maar daarnaast hebben wij ook zelf een aantal locaties onder onze vleugels op de oude mijnsite van Zolder. WATT 17, de oude elektriciteitscentrale die vroeger het kloppende hart van de mijn was, is een van de meest bijzondere die we hebben. En ook Villa Zwart Goud, de

voormalige ambtswoning van de directeur-generaal, is ons stokpaardje. Het zijn stuk voor stuk prachtige gebouwen met een rijke geschiedenis.”

Limburg als hotspot op gebied van beleving

“Niet enkel de mijnterrijnen hebben op het gebied van verhalende catering enorm veel te bieden. Ik geloof dat heel Limburg een hotspot is vol unieke eventlocaties. Naar mijn mening is Limburg echt het middelpunt van de wereld (*lacht*). Maar er zit nog heel veel perceptie tegen. Wij zijn nochtans de tweede grootste toeristische regio van Vlaanderen. Wij hebben heel wat luchthavens in de buurt die op amper 40 minuten rijden liggen. Wij zitten tegen de files in. En wij hebben prachtige locaties verspreid over de provincie. En ik zeg altijd: ‘de glimlach van de bewoners en de mooie natuur krijg je er gratis bij.’”

“Maar daarnaast zit er ook heel veel expertise in Limburg”, besluit Tom. “Heel wat organisatoren van wereldevents komen uit Limburg. En in plaats van onderling te concurreren, moeten we net samenwerken. Want ik geloof echt dat als wij samen onze schouders eronder zetten, wij absoluut het hele Limburgse patrimonium internationaal op de kaart kunnen zetten. Ik geloof echt dat Limburg een enorm potentieel heeft en dat we nog veel te bescheiden zijn. En de rol van Wittl in die samenwerking is voornamelijk om creatief aan de slag te gaan met locaties en echt te kijken hoe wij die impact kunnen creëren.”