

WATTOR'S RAMEN

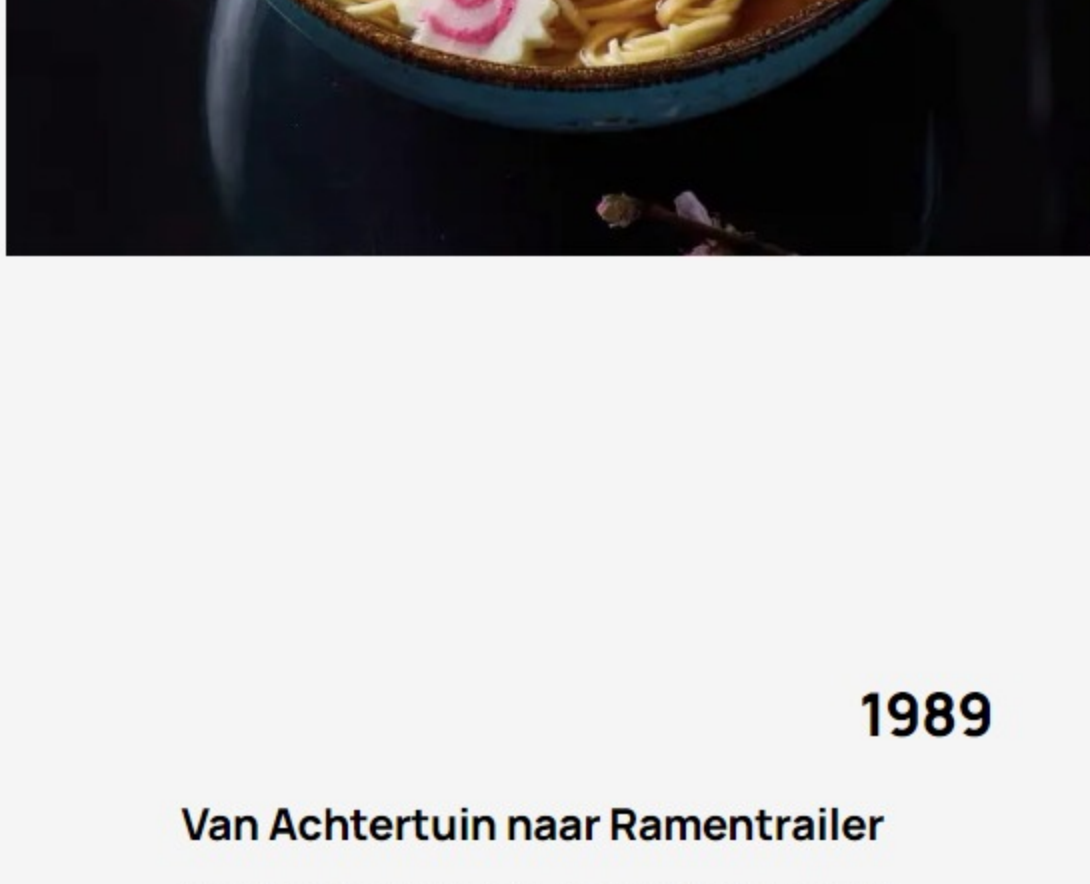
Smaken die Verbinden

De Geschiedenis en Toekomst van Wattor's Ramen – Van Achtertuin tot Marktleider

1984

Het Begin in de Achtertuin

In een kleine achtertuin in het dorp Hoogeveen begon mijn vader, Xi JonPong, met een simpele droom: de authentieke smaak van Japanse ramen naar Nederland brengen. Met een kleine zelfgemaakte kraam en een paar familiegerechten verkocht hij zijn eerste kommen ramen aan buren en vrienden. Het begon als een passieproject, maar al snel groeide de vraag naar zijn heerlijke bouillons en perfect gekookte noedels.



1989

Van Achtertuin naar Ramentrailer

Na vijf jaar hard werken in zijn achtertuin, maakte Xi JonPong in 1989 een grote stap: hij nam een voedseltrailer en bracht zijn ramen naar de mensen toe. Met zijn rijdende keuken kon hij op verschillende plekken in Hoogeveen en omgeving staan, waardoor steeds meer mensen kennismaakten met zijn unieke smaken. De trailer werd al snel een begrip – klanten kwamen speciaal langs voor een warme kom ramen, vers bereid met liefde en vakmanschap. Dit was het begin van Wattor's Ramen als een echt groeiend bedrijf.

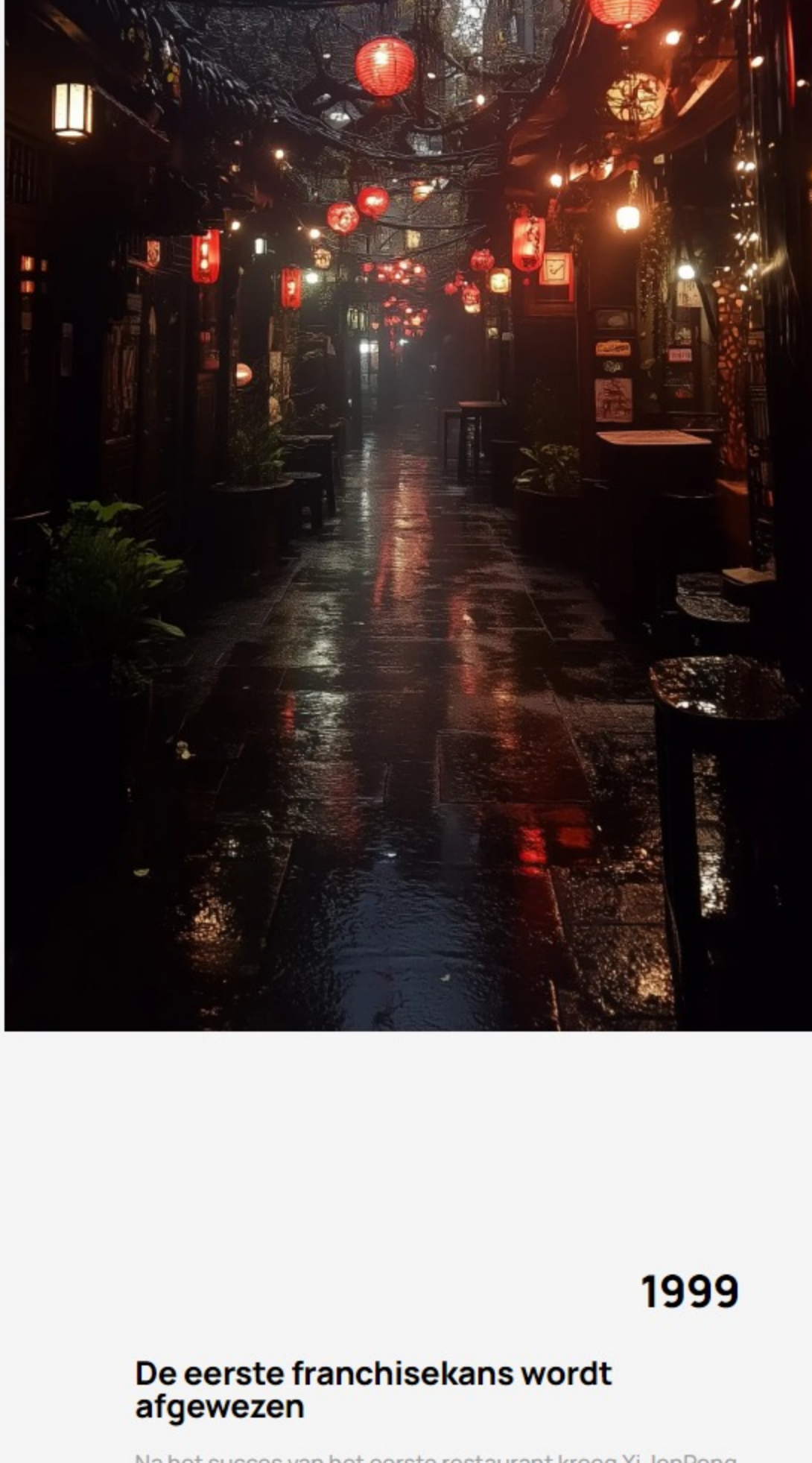


1993-1994

Festivals en uitbreidingen

In 1993 besloot Xi JonPong zijn recepten verder te verfijnen door samen te werken met lokale boeren in Drenthe voor zijn ingrediënten. Door rechtstreeks bij boeren in de regio in te kopen, kreeg hij dagelijks verse groenten, vlees en specerijen, wat de kwaliteit van zijn ramen aanzienlijk verhoogde. De nadruk op lokale vers werd een kernwaarde van Wattor's Ramen, en dit gaf zijn gerechten een extra authentieke smaak.

In 1994 nam het bedrijf deel aan zijn eerste grote festival in Nederland. Xi JonPong en zijn foodtruck trokken naar een druk bezocht evenement in de regio. De festivalbezoekers stonden in lange rijen voor zijn ramen, wat leidde tot een enorme stijging van de vraag. Het succes op het festival was zo groot dat Xi JonPong besloot om zijn trailer naar meerdere andere festivals te brengen. Dit markeerde de overgang van Wattor's Ramen van een lokaal project naar een breder bekend merk. Dankzij deze evenementen bereikte Wattor's Ramen een veel groter publiek en groeide het bedrijf snel.



1999

De eerste franchisekansen wordt afgewezen

Na het succes van het eerste restaurant kreeg Xi JonPong een aanbod om een franchisemodel op te zetten. Hoewel de kans verlokend was, koos hij ervoor om nog even klein en persoonlijk te blijven, zodat hij de kwaliteit kon bewaken. Dit bleek later een slimme zet.



2006-2008

Festivals en doorzettingsvermogen

In 2006 besloot Wattor's Ramen zijn rijdende trailer naar verschillende foodtruck festivals in Nederland te brengen. Dit was een strategische zet die resulteerde in een enorme toename in naambekendheid, met lange rijen klanten bij elke foodtruck. Van Lowlands tot Pinkpop, de ramen werden een festival-hit. De combinatie van de unieke, authentieke smaken en de gezellige sfeer van de foodtruck trok een breed publiek aan. Dankzij de positieve reacties kreeg Wattor's Ramen niet alleen meer lokale klanten, maar ook mensen van buiten de regio die kwamen kennismaken met het merk.

In 2008, midden in de economische crisis, stond het bedrijf voor grote uitdagingen. De verkoop daalde, maar door flexibiliteit en doorzettingsvermogen wist Xi JonPong het bedrijf door deze moeilijke tijd te leiden. Het personeel bleef gemotiveerd en er werden slimme aanpassingen gemaakt, zoals het aanbieden van goedkopere lunchopties en afhaalmaaltijden, waardoor klanten het gevoel kregen dat ze altijd kwaliteit konden krijgen, zelfs in de moeilijkste tijden. Deze periode van doorzettingsvermogen legde de basis voor toekomstige successen en toonde aan hoe belangrijk het is om je aan te passen aan veranderende tijden zonder de focus op kwaliteit te verliezen.



2013-2015

Groeien en vernieuwen

In 2013 nam Odon het bedrijf over van zijn vader, Xi JonPong, en begon de richting van het bedrijf verder te ontwikkelen. Onder zijn leiding groeide Wattor's Ramen snel, met de opening van de 20ste winkel in Utrecht. Deze uitbreiding markeerde een mijlpaal in de groei van het bedrijf, dat zich snel verspreide naar grotere steden in Nederland. Odon besloot het bedrijf verder te professionaliseren, met meer focus op consistente en klanttevredenheid.

In 2015 breidde Wattor's Ramen zijn merk uit door ramensetjes in supermarkten aan te bieden. Klanten konden nu de beroemde bouillons en noedels van het restaurant thuis bereiden, wat de merkbekendheid verder vergrootte en een bredere klantengroep bereikte. Deze stap bleek enorm succesvol, omdat het niet alleen de populariteit van Wattor's Ramen vergrootte, maar ook de band met klanten verstevigde. De combinatie van meerdere vestigingen en de supermarktproducten zorgde ervoor dat Wattor's Ramen een grotere plek veroverde in de Nederlandse markt en buiten de restaurantmuren nog steeds erg geliefd was.



2022-2023

Plantaardige innovaties en de eerste flagship store

In 2022, met de groeiende vraag naar duurzame en plantaardige opties, introduceerde Wattor's Ramen hun eerste volledig vegane ramen. Dit gerecht was een combinatie van de traditionele smaken van Wattor's Ramen met een moderne, plantaardige twist. Het succes van deze ramen trok een breder publiek aan en bewees dat traditionele smaken en moderne, duurzame benaderingen perfect samen konden gaan. Deze stap versterkte de reputatie van Wattor's Ramen als een vooruitstrevend merk dat inspeelt op de behoeften van klanten die steeds meer op zoek zijn naar verantwoorde, plantaardige keuzes.

In 2023 werd de eerste flagship store geopend in Amsterdam, een restaurant dat verder ging dan alleen het aanbieden van heerlijke ramen. Deze nieuwe vestiging bood een compleet nieuwe beleving, waarbij gasten niet alleen groeten van het eten, maar ook mee leidden over de geschiedenis van Wattor's Ramen en de reis van Xi JonPong van zijn achtertuin tot de grote keten die het nu is. In de flagship store konden klanten ook interactieve workshops volgen, waarin ze meer te weten kwamen over de kunst van het ramen maken. Het werd een unieke locatie die het verhaal en de missie van het bedrijf verder versterkte en de ervaring van het eten van ramen naar een hoger niveau tilde.



2025

Internationale Expansie

In 2025 zet Wattor's Ramen een grote stap door onze eerste internationale vestigingen te openen. Na jaren van succes in Nederland, breiden we uit naar twee iconische steden wereldwijd: New York, Madrid, Tokyo, Parijs, Berlijn, Oslo en London. Deze steden zijn zorgvuldig gekozen vanwege hun diverse eetgemeenschappen en de vraag naar authentieke en kwalitatieve ramen. We willen onze unieke smaken en cultuur delen met de wereld en onze ramenliefhebbers wereldwijd verwelkomen. Het is het begin van een spannende nieuwe fase voor Wattor's Ramen, met een visie om de ramenervaring internationaal naar nieuwe hoogtes te brengen.



1986-1987

Eerste klanten en signature gerecht

In 1986 begon Xi JonPong een groep vaste klanten te krijgen, die regelmatig terugkwamen voor zijn ramen in de achtertuin. Deze trouwe klanten waren de kern van zijn succes en bouwden zijn reputatie op in Hoogeveen. Hun positieve mond-tot-mondreclame zorgde ervoor dat steeds meer mensen geïnteresseerd raakten in zijn ramen, en het idee om het bedrijf uit te breiden begon steeds serieuzer te worden.

In 1987 introduceerde Xi JonPong zijn signature gerecht, de Wattor's Ramen. Dit gerecht bestond uit een unieke bouillon met een geheimie mix van kruiden en specerijen die Xi JonPong zelf had ontwikkeld. Dit gerecht werd al snel het icoon van het merk, en het onderscheidde Wattor's Ramen van andere ramenrestaurants in de regio. Klanten kwamen van ver om het gerecht te proeven, wat leidde tot meer bekendheid en het verlangen om Wattor's Ramen uit te breiden naar andere delen van Nederland. Dit was het begin van de iconische ramen die de basis zouden vormen voor het succes van het bedrijf in de komende jaren.



1991

De eerste werknemer

Met de toenemende vraag naar zijn ramen en de groei van zijn rijdende trailer kon Xi JonPong het werk niet meer alleen aan. In 1991 nam hij zijn eerste medewerker aan, een goede vriend die hem hielp met koken en bedienen. Dit was het eerste teken dat Wattor's Ramen meer dan een eenmanszaak zou worden.



1996-1997

De grote stap naar een vaste locatie

In 1996 besloot Xi JonPong een reis naar China te maken om zijn familie te bezoeken, maar ook om inspiratie op te doen voor zijn ramenspecieën. Tijdens zijn tijd in China ontdekte hij nieuwe ingrediënten, kruiden en technieken die hij zou toepassen in zijn eigen gerechten. Deze reis vormde de basis voor de verbeteringen aan zijn bouillons en de verfijning van zijn recepten. Het idee om de smaken van China te combineren met de Japanse ramenstijl werd een belangrijke inspiratiebron voor het restaurant.

In 1997, na de reis, besloot Xi JonPong zijn droom waar te maken en opende hij zijn eerste ramenrestaurant in Hoogeveen. Deze stap betekende de overgang van een mobiel bedrijf naar een vaste locatie waar klanten dagelijks konden genieten van de unieke, verfijnde ramen. Het restaurant werd meteen een hit en trok klanten uit de hele regio. Dit markeerde het begin van Wattor's Ramen als een gevestigde naam in de Nederlandse horeca, en de groei die volgde zou het fundament leggen voor de successen die zouden komen.



2001-2003

Bekendheid en innovaties

In 2001 werd Wattor's Ramen erkend met de prijs voor 'Beste Ramen van Nederland', een belangrijke mijlpaal die de kwaliteit van de gerechten vastlegde. Dit was het eerste restaurant in de schijnwerpers zette. De prijs zorgde voor een enorme toename in bezoekers, met name door de uitgebreide pers aandacht die het bedrijf kreeg. Deze erkenning maakte van Wattor's Ramen een gerenommeerde naam in de Nederlandse horeca. De klantengroei was enorm, en Xi JonPong begon te merken dat zijn ramen niet alleen lokaal populair werden, maar ook buiten zijn directe omgeving bekendheid kregen.

In 2003 besloot het bedrijf om te experimenteren met seizoensgebonden menu's. Dit bracht een frisse wind in het aanbod: extra romige tonkotsu ramen voor de wintermaanden en lichtere, verfrissende yuzu shio ramen voor de zomer. Het seizoensgebonden menu werd goed ontvangen, omdat het klanten de kans gaf om telkens iets nieuws te proberen en hun interesse vast te houden. Dit was ook het moment waarop Wattor's Ramen begon te experimenteren met variaties, zoals het aanpassen van vegetarische ramenopties en het toevoegen van speciale toppings.



2010-2011

Digitalisering en expansie

In 2010 begon Wattor's Ramen actief gebruik te maken van sociale media zoals Facebook en Instagram om hun merk te promoten en nieuwe klanten aan te trekken. Het resultaat was een flinke toename van de naambekendheid, vooral onder jongere ramenliefhebbers. Dit leidde tot lange wachttijden bij de vestigingen, maar ook tot een groeiende fanbase die regelmatig de nieuwe foto's en menu-items deelde.

In 2011 werd het tijd voor de volgende stap: een centrale productiekeuken werd geopend. Dit stelde Wattor's Ramen in staat om de bouillons en andere basisingredienten op grotere schaal te bereiden, wat de efficiëntie verbeterde en de kwaliteit van elk gerecht uniform hield in de verschillende vestigingen.

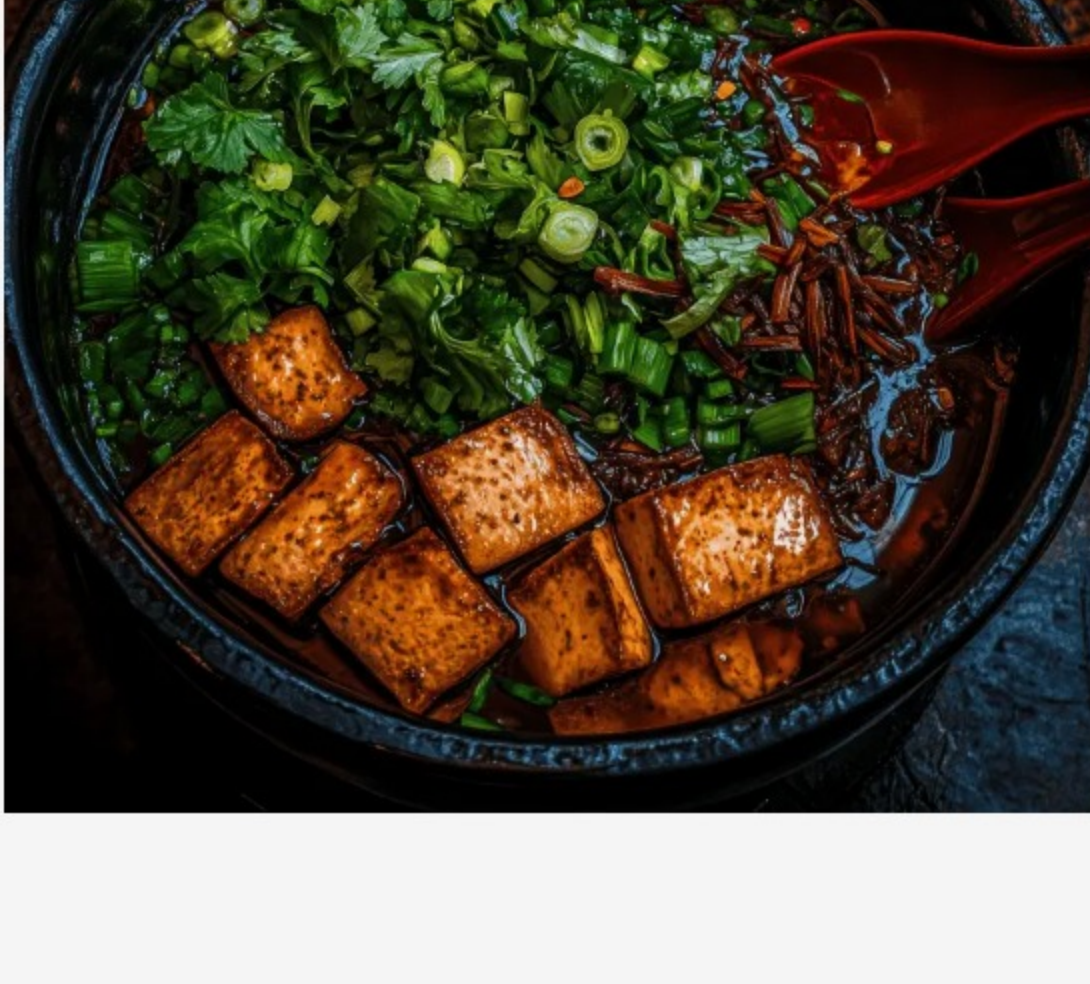


2018-2019

Samenwerking met een chef en duurzaamheid als kernwaarde

In 2018 besloot Wattor's Ramen hun menu naar een hoger niveau te tillen door samen te werken met een bekende Japanse ramenchef. Deze samenwerking leidde tot de ontwikkeling van een limited-edition ramensamenwerking die zo populair werd dat deze een vast onderdeel van het menu werd. De chef bracht nieuwe technieken en inzichten in de traditionele ramenkunst, wat resulteerde in een unieke smaksamenleving die zowel bestaande als nieuwe klanten aantrok.

In 2019, met de groeiende aandacht voor duurzaamheid, besloot Wattor's Ramen zijn impact te verkleinen. Het bedrijf verkreeg plastic verpakkingen door biologisch afbreekbare alternatieven, introduceerde meer vegan opties op het menu en ging actief op zoek naar duurzame leveranciers. Dit was een belangrijke stap voor het bedrijf, omdat het zowel de smaak als de verantwoordelijkheid naar de planeet combineerde. Duurzaamheid werd een kernwaarde van het merk, wat klanten aansprak die niet alleen voor heerlijk eten gingen, maar ook voor een restaurant dat rekening hield met de wereld om ons heen.



2024

Het Grootste Ramen-Keten van Nederland!

Na decennia van groei en innovatie is 2024 een historisch jaar voor Wattor's Ramen: we openen ons nieuwste en grootste filiaal in Rotterdam. Dit pand, waarin we €1,5 miljoen hebben geïnvesteerd, is niet zomaar een restaurant – het is een ware attractie die de groei van Wattor's Ramen naar een open-kaukelconcept en speciale eetervaringen die klanten volledig onderdompelen in de wereld van ramen.

Met vestigingen verspreid over het hele land, kunnen we met trots zeggen dat Wattor's Ramen nu de grootste ramen-restaurantketen van Nederland is. Maar onze missie blijft hetzelfde als toen mijn vader begon: authentieke, smaakvolle ramen serveren met liefde en vakmanschap.

Van een achtertuin in Hoogeveen naar een nationale keten – en dit is nog maar het begin! 🍜💖



Toekomstplan

Uitbreiding na 2025

Na het succesvolle openen van onze eerste internationale vestigingen in 2025, heeft Wattor's Ramen ambitieuze plannen voor de toekomst. We willen in 2026 en daarna meer locaties openen in de landen waar we al actief zijn, zoals New York, Madrid, Tokyo, Parijs, Berlijn, Oslo en London. Door de enorme vraag en positieve reacties van onze klanten, is het onze ambitie om in deze steden verder uit te breiden en onze ramen nog breder beschikbaar te maken.

We willen niet alleen groeien in de steden waar we al gevestigd zijn. Onze ambitie reikt verder: we kijken naar nieuwe markten in andere landen. We hebben de intentie om onze authentieke ramen naar nieuwe wereldsteden te brengen, zoals Sydney, São Paulo, Dubai, München en Los Angeles. Elke stad biedt unieke kansen om onze smaken te delen en een nieuwe groep ramenliefhebbers aan te trekken.

We blijven ons inzetten voor de hoogste kwaliteit van ingrediënten, de beste kooktechnieken en een authentieke ervaring voor al onze gasten. Wattor's Ramen wil niet alleen een restaurantketen zijn, maar een wereldwijd symbool van de liefde voor ramen, met een aanwezigheid in de belangrijkste steden wereldwijd.

Kom bij ons werken

Ben jij gepassioneerd over koken en het creëren van heerlijke gerechten? Houd je ervan om mensen blij te maken met je culinaire talent? Dan is Wattor's Ramen de plek voor jou! We zoeken gedreven mensen die net zoveel van ramen houden als wij en die hun deel uit te maken van een geweldig team, dan nodigen wij je uit om samen met ons onvergetelijke eetervaring te creëren. Kom werken bij Wattor's Ramen en maak van elke maaltijd een moment om van te genieten!

LEES MEER

SOLICITEER