

Kleinste café van Zwolle wint titel

# Arjan Broekman is Meest Markante Horecaondernemer



Met 35 vierkante meter vloeroppervlak is 't Proeflokaal waarschijnlijk het kleinste café in Zwolle. Maar het zijn de grootse daden van eigenaar Arjan Broekman die hem de titel Meest Markante Horecaondernemer van het Jaar opleveren. Hij zet zijn café voortdurend op de kaart met de organisatie van evenementen en zijn spraakmakende wijnkaart. Ondernemerschap draait om creativiteit, is Broekmans heilige overtuiging.

Tekst: Anne-Marie van Ommen - Foto's: Ruud Ploeg

De uitreiking van de titel Meest Markante Horecaondernemer was een van de hoogtepunten van het jaarcongres van Koninklijke Horeca Nederland op 3 november in het Beatrixtheater te Utrecht. Nadat Aleid Wolfsen, burgemeester van Utrecht het congres had geopend en een aantal spraakmakende sprekers zoals Loek Hermans (voorzitter MKB Nederland), René Boender (trendwatcher), Harry Starren (grootmeester in management) en voorzitter KHN Hajé de Jager de revue hadden gepasseerd, brak voor de twaalf Markant-finalisten het moment suprême aan. Guido van Woerkom

(hoofddirecteur ANWB) betrad het podium om eindelijk de winnaar van de verkiezing van de Meest Markante Horecaondernemer bekend te maken. Na winnaar Arjan Broekman, werd Wim Postma van Stajonskofjehus Molkwierum uit Friesland tweede en Toon Naber, general manager van Grandhotel Karel V Utrecht derde.

## Creatief

De jury was onder de indruk van het creatieve ondernemerschap van Arjan Broekman. "Het zijn voor veel caféhouders moeilijke tijden. Broekman is erin geslaagd om met

een klein café zonder rookruimte succesvol te zijn." Ook was de jury erg te spreken over de evenementen die Broekman organiseert. Evenementen die een positieve uitstraling hebben naar zijn zaak. Zo organiseerde Broekman vier jaar geleden voor het eerst de zogeheten Moedertandemdag, inmiddels een jaarlijks terugkomend fenomeen bij 't Proeflokaal. "Iedereen verklaarde me toen voor gek, maar toch verkocht ik alle honderd tandems voor die dag binnen twee weken. Geweldig als je dan dat grote gemêleerde gezelschap – niet alleen moeders en dochters - door de natuur ziet fietsen. Twee stamgasten van

## 'Wijn beslaat dertig procent van mijn bruto-omzet'



me zorgden voor theatrale acts onderweg, twee vrienden voor de catering. Dit laatste jaar heeft zelfs sterrenkok Jonnie Boer eraan meegewerkt."

Broekmans optimisme werkt dan ook aanstekelijk. Zeker toen zijn straat was opengebroken en hij besloot van de nood een deugd te maken. Maandagavond dacht hij het plan uit, dinsdag zat hij bij de gemeente, woensdag had hij de vergunning rond en zaterdag had hij zijn zin: de opengebroken straat was het decor van een overweldigende beachparty in het centrum van de stad. Wie wilde, kon zelfs een duik (in duikuitrusting) maken in een kuip gevuld met 22.000 liter water. "Over een kleine honderdvijftig meter was van alles te beleven. Je kon zelfs surfen op een rodeostier, want de stier had plaats gemaakt voor een surfplank. En het weer zat enorm mee", blikt Broekman terug. "Eén groot succes, met op het hoogtepunt van de dag zeker vierhonderd gasten." Broekman is ervan overtuigd dat vooral de kleine cafés dingen moeten verzinnen om de gasten te blijven trekken.

Hoewel de evenementen hun uitwerking niet hebben gemist, draait het daar niet alleen om in 't Proeflokaal. Broekman zet stevig in op service. Zo kiest hij voor topkwaliteit glaswerk, wil hij absoluut gedreven en deskundig personeel achter de bar en staat gastvrijheid hoog in het vaandel.

Zo weet Broekman van 80 procent van z'n gasten wat ze drinken.

### Wijnbar

Niet alleen de jury is erg enthousiast over

de bijzondere wijnkaart van 't proeflokaal. Ook wijnspecialist Hubrecht Duiker roemt de kaart op zijn website. Voor Broekmans is zijn wijnbar inmiddels een belangrijk paradepaardje geworden. Hij merkte in 2005 dat de afzet van speciaalbier terugliep. "Ons werkoppervlak is klein, dus je moet heel bewust met je investeringen omgaan. De koelkast die er stond, werd daarom vanaf dat moment steeds meer gevuld met wijnen. Dat ging goed. Al snel besloeg wijn vijftien procent van mijn bruto-omzet. In 2006 heb ik een wijnklimaatkast aangeschaft. Mijn brouwer waarschuwde me nog: 'Dat gaat ten koste van je bieromzet'. Niets is minder waar. Sindsdien beslaat wijn dertig procent van mijn bruto-omzet, maar is mijn bier- en frisafzet ook meegegroeid."

Met 36 open wijnen – oftewel per glas te bestellen – sprak hij volgens verwachting inderdaad een nieuwe doelgroep aan. "Nu zie ik bijvoorbeeld regelmatig mensen komen die

eerst uit eten zijn geweest en nog even willen naborrelen. In dat opzicht profiteren wij mee met de grote ontwikkelingen die Zwolle de laatste jaren op culinair gebied heeft doorgemaakt. Daarin onderscheiden wij ons denk ik ook. Wat heeft een gemiddeld café deze gasten meestal te bieden? Een paar soorten wijn en verder bier. Bij ons zie ik dat de vrouwen liever nog voor een aparte wijn gaan, voortbordurend op de avond die ze al hebben gehad. De prijzen variëren van 3,50 euro tot 12,50 euro per glas. En de mannen? Die bestellen vaak gewoon hun biertje of een van de 36 soorten whisky's die wij hebben staan. "Wijnrecensenten kijken hier vaak hun ogen uit, dat zo'n klein café dit doet. Maar er is dus publiek voor!" Met de titel Meest Markante Horecaondernemer van het Jaar op zak zullen steeds meer gasten hun weg vinden naar 't Proeflokaal.

> **HorecaEntree** <

### Markant-verkiezing

De verkiezing van de Meest Markante Horecaondernemer is een initiatief van Horeca Entree en Koninklijke Horeca Nederland. Met de wedstrijd worden horecaondernemers met markante en innoverende ideeën over het ondernemerschap in de horeca onderscheiden. De Markant is de enige, sectorbrede prijs binnen de horecabedrijfstak. Van de hotelmanager van het vijfsterrenhotel tot de eigenaar/ondernemer van een cafetaria op de hoek, het trendy restaurant of het sfeervolle café. Het gaat om ondernemers die, naast dat zij hun vak uitstekend verstaan, zich onderscheiden van hun collega-ondernemers. De jury bestaat uit Lodewijk van der Grinten, directeur Koninklijke Horeca Nederland; Marjon Prummel hoofdredacteur van de vakbladen Horeca Entree en Proost!; Ron Blaauw, de Meest Markante Horecaondernemer van 2007; Joop Braakhekke, eigenaar van restaurant Le Garage; Peter Klosse, dr. in de Smaak en eigenaar van De Echoput en Hans van Driem, directeur Holland Business Promotion Office.