

Tegenwind speelt drankverstrekkende sector parten

Caféhouders laten zich niet kisten



Zelfstandig ondernemen in de horeca is een mooi vak, maar vragen en zorgen zijn er genoeg. Vier caféhouders nemen eens aan de andere kant van de toog plaats om lief en leed van het ondernemerschap te delen.

Tekst: Joost Scholten - Foto's: Joost van Manen

Op uitnodiging van Marjon Prummel, hoofdredacteur van Horeca Entree en Joris Prinssen, woordvoerder van Koninklijke Horeca Nederland, bespreken vier ondernemers uit de drankverstrekkende horeca de huidige stand van zaken in de branche. Het gesprek vindt ditmaal plaats in 't Proeflokaal in de Zwolse binnenstad.

Meest Markante Horecaondernemer 2009 Arjan Broekman is gastheer van de bijeenkomst met een zware Zwolse afvaardiging en één vreemde IJmuidense eend in de bijt. Maar de pijnpunten en hoofdpijndossiers zijn voor alle vier hetzelfde. "De willekeur van de overheid maakt het ondernemers onnodig moeilijk."

Vernieuwen en verbeteren

De drankverstrekkende sector zit al enige tijd in de hoek waar de klappen vallen. Rookverbod, crisis, een matig imago en willekeur in de regelgeving en controle spelen de sector parten. Toch verzamelen zich in 't Proeflokaal vier ondernemers met vertrouwen in de toekomst. Ook al heeft die nog niet



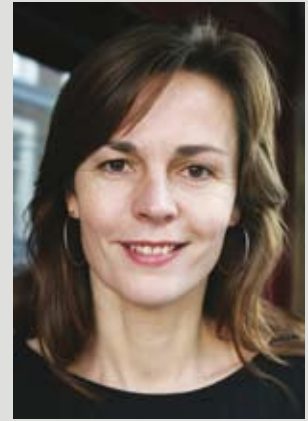
Arjan Broekman is eigenaar van 't Proeflokaal van Zwolle en gastheer van de bijeenkomst. Hij investeerde in een klimaatkast voor wijnen en schenkt diverse whisky's. Hierdoor heeft hij een gemêleerde gastenkring die iets te besteden hebben en dat graag uitgeven aan iets speciaals. Broekman werd in 2009 gekozen tot Meest Markante Horecaondernemer van Nederland.



Ton van Riele is eigenaar van Grand Café Public in Zwolle. Met de ligging naast een bioscooptheater en tegenover een museum ligt de gemiddelde leeftijd van de doelgroep iets hoger, hoewel ook jongeren er graag komen lunchen en dineren. Van Riele organiseert regelmatig (jazz)concerten en exposities in Grand Café Public. Daarnaast verzorgt van Riele ook catering.



Remco Glas is sectorvoorzitter Drankverstrekkende bedrijven van Koninklijke Horeca Nederland. Zijn uitgaanscafé Seasons in IJmuiden richt zich op jongeren en Seasons wisselt ieder half jaar van uitstraling: après-ski tijdens het winterseizoen en het beste van de zomer tijdens de warme seizoenshelft. Glas is samen met zijn vader en broer eigenaar van Seasons.



Elles Hetebrij is eigenaar van Café De Hete Brij in Zwolle. Ze wil met De Hete Brij de stamkroeg zijn voor jong en oud en organiseert regelmatig live Jazz-optredens en zo nu en dan debatten over maatschappelijke ontwikkelingen. Daarnaast is De Hete Brij vooral een typische laagdrempelige bruine kroeg met een open uitstraling waar iedereen zich thuis kan voelen.

altijd vorm gekregen. "Ik lig wel eens te draaien in mijn bed omdat ik twijfel over mijn koers", bekent Hetebrij. "Ik moet met mijn doelgroep mee veranderen, maar ik weet niet of ik hun koers wel wil volgen. Veel van mijn stamgasten krijgen kinderen. Ik ben aan het nadenken over een verbouwing om daar meer mee te kunnen doen, maar wil ik dat allemaal wel?" Vernieuwingsdrift en ondernemingszin genoeg, maar een zoektocht naar de eigen identiteit is ook belangrijk. "Wij zijn bezig met veranderingen", vertelt Van Riele. "Maar veranderingen in de horeca moeten altijd met mate. Ik heb bijvoorbeeld al dertien jaar hetzelfde logo en dat paste prima bij die tijd. Maar inmiddels wil ik een wat jongere doelgroep aan gaan spreken. Dan moet ik ook iets aan mijn imago aan gaan passen. Maar ik voer het nieuwe logo stapsgewijs in. Eerst eens de menukaart, dan de bedrijfskleding en pas na een tijd afsluiten met het nieuwe logo op het raam. De mensen moeten wennen

aan veranderingen. Daar moet je ze wel de gelegenheid voor geven."

Bondscoaches

Ondernemen in de horeca is een voortdurende zoektocht naar de balans tussen vernieuwen, meegaan met de tijdgeest en het behoud van de eigen identiteit. Het probleem is alleen: horeca is als voetbal. Deze zomer zitten er misschien 16 miljoen bondscoaches met veel verstand van voetbal naar Oranje te kijken, dat doen ze alleen tijdens een groot toernooi. De rest van de tijd zijn ze namelijk geweldige horecaondernemers. Hetebrij: "Hoe vaak ik niet te horen heb gekregen: 'Als dit mijn zaak zou zijn, zou ik het heel anders aanpakken.' Iedereen denkt er verstand van te hebben en veranderingen zijn per definitie verslechteringen. Dat maakt het moeilijk de juiste koers te zoeken." Glas: "Never change a winning team, zeggen ze vaak. Verander niets zolang het goed gaat. Maar ik zou nu willen dat

ik de afgelopen jaren wel wat aanpassingen gedaan had. Je verandert namelijk altijd, of je ervoor kiest of niet. We hadden bijvoorbeeld vaak artiesten. Maar met de komst van de euro is dat veel duurder geworden. Dat kan niet meer zo vaak. Daardoor is mijn programmering minder geworden, terwijl mijn publiek meer verwend is."

Meningen en ideeën

Om toch een goede koers te kunnen varen is feedback noodzakelijk. Hoe bepaal je wat behouden moet en wat overboord? "Ik probeer de mening te polsen van de mensen met wie ik een klik heb", vertelt Hetebrij. "Maar het is moeilijk om een eerlijk en bruikbaar antwoord te krijgen." Om die reden werkt Broekman met anonieme enquêtes. "Als ik mijn vaste gasten vraag wat ze van de zaak vinden, is alles perfect en geweldig. Maar uit een anonieme vragenlijst komen heel andere meningen naar voren. Daar heb ik veel meer aan. Maar



Remco Glas: "Ik zou nu willen dat ik de afgelopen jaren wel wat aanpassingen gedaan had."

men wat vindt en hoe slechter de naam van de horeca. Daardoor krijgen ook de goede ondernemers te weinig credits."

Cowboys en controleurs

De overheid zou de horeca wat vaker het voordeel van de twijfel mogen geven. Goed opgeleide professionals, die hun vergunningen op orde hebben, hun eigen boontjes doppen, waar redelijk mee te praten valt en waar nooit problemen zijn. Daar zouden beleidsmakers de handjes bij dicht moeten knijpen. Tussen de regels van het gesprek valt dan ook te horen dat de ondernemers teleurgesteld zijn over het gebrek aan vertrouwen. Van Riele: "Mensen komen bij ons over de vloer om te ontspannen. Maar als ze voortdurend worden gecontroleerd, als de muziek niet te hard mag en als ze voortdurend door ons op de vingers getikt moeten worden omdat de gemeente weer iets heeft bedacht gaat de ontspanning er wel af. Als we zo door gaan levert het straks stress op om een avondje uit te gaan." "Ik ben wel heel blij met de opmerkingen van Job Cohen", vergoelijkt Broekman. "Hij wil de detailhandel verbieden om drank te verkopen aan jongeren en het alleen nog in de horeca toestaan. Daar ziet hij tenminste nog controle. Als ik een jongen dronken voer, staat zijn vader morgen op de stoep om tekst en uitleg te vragen. De supermarkten worden

mensen zijn niet een avondje uit om ideeën te verdedigen of mijn concept af te kraken. Die hebben helemaal geen zin om een controversiële mening te moeten verdedigen. Daarom werkt anoniem beter." Allemaal mooi in theorie, maar de praktijk blijkt voor bijvoorbeeld Glas wat weerbarstiger. "Ik heb een capaciteit van 350 man die vanaf een uur of elf binnenkomen om te feesten. Dan hoef ik echt niet met een enquête aan te komen." Van Riele hecht veel waarde aan de mening van collega's. "Ik heb graag dat professionals die ik hoog acht en respecteer hun mening geven over mijn aanpak. We kunnen ons voordeel doen met de inzichten van anderen. We moeten niet bang zijn om van elkaar te leren."

BIBOB

Een andere uitdaging vormen de beleidsmakers. Een nieuw jaar, een nieuw pakket frustrerende en ondoordachte maatregelen. Rookverbod, glaswerk niet mee naar buiten, geluidsoverlast en nieuwe wetgeving: de frustraties over het overheidsoptreden zijn niet van de lucht. De horecaondernemers die het goed willen doen lopen tegen een muur van willekeur, onbegrip, scheve controles en meten met twee maten. "De wet BIBOB die de financiering van nieuwe bedrijven beoordeelt lijkt wel speciaal voor de horeca uitgevonden",

zegt Broekman. "Als ik een tweedehands autozaak of een kledingwinkel wil beginnen vraagt niemand naar financiering. Maar omdat de horeca een slechte reputatie heeft worden wij volledig binnenstebuiten gekeerd. Het is een selffulfilling prophecy geworden. De horeca heeft een slechte naam en dus controleert men erg streng. Hoe strenger men controleert, hoe vaker



Elles Hetebrij: "Ik lig wel eens te draaien in mijn bed omdat ik twijfel over mijn koers."

daar niet op aangesproken.” De politie mag op haar beurt minder controleren bij de zaken waar nooit problemen zijn en ingrijpen waar het wel fout gaat: bij de cowboys en amateurs. “Een tijdje terug opende iemand in Zwolle een pandje van waaruit hij gewoon flesjes bier verkocht. Zonder vergunningen en zonder iemand op de hoogte te stellen. De politie keek eens naar binnen, maar reed vervolgens gewoon weer verder. Dat is toch een uitnodiging om het illegaal aan te pakken?”

Media en imago

De media hebben veel goed gedaan voor de horeca. Met de programma's van Gordon Ramsey en Herman den Blijker werd de horeca voor het grote publiek getoond als een echt vak. Maar de media kunnen de bedrijfstak ook beschadigen. Hetebrij voelt zich af en toe een boksbal. “De ene klacht is nog niet afgelopen of het volgende dossier dient zich weer aan. Criminaliteit, overlast met roken, geluidsoverlast en dronken jongeren, alle maatschappelijke problemen worden op het bordje van de horeca geschoven. Terwijl de goeden er alles aan doen om de ontmoetingsplek van de maatschappij te zijn en in goed overleg met gemeente en bewoners eventuele overlast te voorkomen.” Broekman voelt zich soms aangetast in zijn vrije ondernemerschap. “Laatst was



Arjan Broekman: “De wet BIBOB lijkt wel speciaal voor de horeca uitgevonden.”

er bij Kassa weer een item over water in de horeca. Dat het milieu zwaar belast wordt als we bronwater in flesjes verkopen en dat we kraanwater weg moeten geven aan de mensen. Waar bemoeien ze zich mee! Zijn er geen grotere problemen om eens onder de aandacht te brengen? Zulke berichtgeving beïnvloedt de publieke opinie. Wij worden straks gezien als geldwolven omdat we mensen

niet de hele avond op een glaasje kraanwater binnen kunnen hebben.” Klachten genoeg over oneerlijke concurrentie, maar de ondernemers nemen de gelegenheid te baat om ook even prijzen uit te wisselen, strategieën te bespreken, over contracten te spreken en hun hart te luchten. De media en overheid zijn geen geschikte partners om de bedrijfstak verder te helpen. Kijken de ondernemers niet teveel naar elkaar als concurrenten en zien ze daarbij de collega's onder de ondernemers over het hoofd? “Ik zit met een aantal ondernemers in een cluster, maar daar is niet veel meer van over. Terwijl ik daar af en toe best behoefte aan heb”, zegt Hetebrij. “Maar of het nu door de crisis komt, of door de regelgeving, er is steeds meer wrijving en steeds minder samenwerking.” Van Riele en Broekman koesteren de goede buur. Broekman: “Ik heb hier geen bittergarnituur, maar als mensen dat willen bel ik gewoon even met Grand Café Public. Die komen vervolgens in hun eigen bedrijfskleding hun bittergarnituur bij mij bezorgen. Ik verleen service aan mijn gasten en mijn collega draait omzet en maakt zich bekend bij mijn gasten. Iedereen wint! Van overheden, media en controleurs hoeven we het niet te hebben, dus laten we elkaar sterker maken.”



Ton van Riele: “We moeten niet bang zijn om van elkaar te leren.”

> **HorecaEntree** <