

Coquille: Winnaarsduo Mijn Tent is Top

Ultieme kans op

De eerste editie van het uit Australië overgewaaid televisieprogramma 'Mijn tent is Top' was een groot succes. Sven en Geertje, de ambitieuze, jonge eigenaren van restaurant Coquille uit Den Bosch wonnen de strijd met een ruime meerderheid van de stemmen. Ze gingen naar huis met driehonderdduizend euro. Chefkok Sven: "Maar het feit dat we door Mijn tent is Top eindelijk de kans kregen onze droom, een restaurant op top-niveau, te verwezenlijken is belangrijker dan geld..."

In het RTL-programma volgde de kijker drie maanden lang vier koppels tijdens het opzetten van een horecaonderneming. In Den Bosch werd een gastronomisch restaurant uit de grond gestampt, in Leeuwarden een sushi-restaurant, Rotterdam kwam met een Spaans concept en Amsterdam hoopte te gaan winnen met Brasserie Suisse. Elke week werden de koppels gevolgd, gecontroleerd en besproken door een strenge jury. Geertje, vriendin en compagnon van Sven: "Meedoen betekende dat we konden profiteren van gratis publiciteit. Daar hebben we veel aan gehad. Mensen weten direct wie je bent en wat je doet."

Sven en Geertje kregen driehonderdduizend euro mee naar huis en gaan voortaan door het leven als ondernemers. De verliezende koppels konden de zaak ook gewoon houden, maar die zitten nog wel vast aan een hogere schuld bij de bank. Volgens Geertje was meedoen aan het programma het beste te omschrijven als een win-winsituatie: "Die drie ton is nooit zo belangrijk geweest voor ons. Het ging juist om de mogelijkheid een restaurant te beginnen. We hebben géén eigen vermogen, dus dit was een ultieme kans."

Eigenwijs

De Coquille ligt als een hippe juweel aan de authentieke Grote Markt van den Bosch. Omringd door brasseries en lunchrooms wijkt het gastronomische restaurant aan de ene kant af van de overige horeca en vult het aan de andere kant een leegte op. "Mijn tent is Top kiest de locatie voor je uit. Daar heb je niets over te zeggen. Toen we hier voor het eerst binnen kwamen en informatie

kregen over de zaak, wilden we eigenlijk direct nee zeggen", lacht Sven. Hij licht toe: "De adviseurs van Heineken vertelden dat het een dagzaak was, een locatie voor broodjes en koffie met gebak." Geertje knikt: "Simpele lunches; dat was nou precies wat we niet wilden."

'Toen we hier voor het eerst binnen kwamen, wilden we eigenlijk direct nee zeggen'

Maar uiteindelijk besloot het jonge stel het er toch op te wagen. Sven: "We dachten: we doen het, maar dan wel op onze manier. Dus toch met de nadruk op het restaurant en de adviezen van Heineken negerend." Geertje legt uit: "Dat was misschien eigenwijs, maar je moet wel achter je product staan. Ik wilde mijn eigen horecaonderneming. Dus wil ik niet het gevoel hebben dat ik in de zaak van iemand anders sta te werken."

Administratieve rompslomp

Waar andere ondernemers normaal gesproken jaren bezig zijn met het schrijven van een ondernemingsplan, moesten Sven en Geertje binnen een paar weken hun ideeën op papier zetten. "Verbouwen in acht weken is niet zo gek: als je huur moet betalen zonder inkomsten dan wil je zo snel mogelijk open. Maar het op orde krijgen van de hele administratieve rompslomp, het samenstellen van de menukaart, het aannemen van personeel, dat was en is eigenlijk nog steeds enorm hard werken", blikt Sven terug.

Peter Aan den Boom van MKB Servicedesk, een dienst die vragen beantwoordt van startende ondernemers of ze doorverwijst naar de juiste persoon, vindt dat het programma te weinig aandacht heeft geschonken aan de papieren molen waar startende ondernemers in terecht komen. "Je gaat de horeca in omdat je een passie hebt voor het vak, je wil koken voor mensen of gasten een mooie avond bezorgen. Het talent van de meeste horecaondernemers ligt niet bij de administratie en dus is dat één van de grootste valkuilen. Het is jammer dat daar niet zoveel aandacht voor was tijdens de uitzendingen, want ook dat hoort erbij."

24-uurs mentaliteit

Het koppel was zich, toen ze aan hun avontuur begonnen, zeer bewust van de benodigde 24-uurs mentaliteit. Sven: "We komen allebei uit de hogere horeca. Daar hebben we elkaar ook leren kennen. We weten dat het hard werken is, maar waren het er allebei over eens dat we het ervoor over hadden. De keuze voor Coquille is heel weloverwogen gemaakt. Je geeft al je zekerheden op, je verlaat je vaste baan, gaat een torenhoge schuld aan, en dan is het natuurlijk ook nog maar de vraag of je het samen kunt." Hij kijkt naar Geertje: "Dan ben je straks niet alleen je compagnon kwijt, maar ook nog je meisje."

Maar zover kwam het dus niet. Sterker nog: Sven en Geertje deden menig jurylid versteld staan door hun vakken-nis. "Nadat we ons in een paar weken tijd door de papieren hadden geworsteld, ging het restaurant open en begon het echte werk", vertelt Geertje. "PR, marketing, vergunningen: dát was allemaal

een eigen zaak

nieuw voor ons. Maar iemand een prachtige avond bezorgen niet. Ineens kon iedereen zien, waar we goed in zijn.” De jonge ondernemers zijn wel van mening dat ze het zonder hun personeel, hun familie en kennissen niet gered hadden: “De hulp kwam van alle kanten, zonder waren we niet ver gekomen.”

Nu het programma is afgelopen, valt ook de publiciteit weg. Geertje: “Voorlopig zitten we nog steeds weken van tevoren volgeboekt. Er zijn dagen in september dat we al helemaal vol zitten. Maar nu het allemaal achter de rug is, moeten we eigenlijk weer opnieuw beginnen. We moeten zorgen dat de mensen de naam Coquille niet vergeten en dat ze blijven terugkomen.” Het koppel denkt aan een intensieve PR, maar het is ook de bedoeling dat het restaurant continu blijft verrassen. “Met elk seizoen een nieuwe kaart, waarbij een asperge tenminste nog naar een asperge smaakt, maar bijvoorbeeld ook met nieuwe meubels”, schetst Sven de potentiële toekomst.

Niet voor het grote geld

Koninklijk Horeca Nederland is blij met het televisieprogramma. Woordvoerder Anthony van der Klis: “Het is duidelijk gebleken, dat het openen van een horecaonderneming keihard werken betekent. Wie een fantastisch bedrijf wil opzetten, moet zichzelf wegcijferen en zich vol passie op de onderneming storten. Vrijwel alle facetten die bij het starten van een horecaonderneming de revue passeren, zijn behandeld.”

Wie na het zien van het programma enthousiast is geworden, kan op de website van Mijn Tent is Top informatie vinden over het starten van een eigen onderneming. Toch heeft Van der Klis niet het idee dat het programma roekeloze ondernemers stimuleert zich zonder na te denken in het horeca-avontuur te storten: “Gelukszoekers zullen er altijd zijn, net als ondernemers die het uiteindelijk niet niet redden. Maar er zijn er ook een



heleboel, die het wel redden.” En voor het imago van de horeca is het programma ook goed: “Nu zien ook de mensen thuis dat het hard werken is.”

Sven en Geertje hopen in ieder geval dat duidelijk is geworden dat je in de horeca alleen iets kunt bereiken als je er ook echt in gelooft. “Er zijn momenten dat je doodziek wakker wordt, maar je moet

door, altijd”, vertelt Sven. Geertje: “De horeca heeft een slecht imago, mensen vinden het vaak te duur. Door Mijn Tent is Top hoop ik dat ze daar nu wat anders over denken. Je maakt lange dagen, maar voor het grote geld hoef je het niet te doen.” Sven lacht: “Nee, als we dat hadden gewild, waren we wel een panenkoekenhuis begonnen.”