

‘WIJ ZITTEN AL 40 JAAR BOVENOP DE TRENDS’

Horeca neemt een steeds belangrijker plek in binnen (winkel)centra. Terecht, want goede horeca is cruciaal voor de verblijfsduur en de beleving van de bezoekers. Dat vergt specifieke marktkennis. Adhoc horecamakelaars heeft die in huis. ‘Iedereen kan horecaruimte verhuren, maar kennis hebben van het plaatje erachter, is iets heel anders. En juist dat maakt het verschil!’

Horeca is hot. Het belang van een goede formule op de juiste plek valt niet te onderschatten. Daarom is horeca tegenwoordig een belangrijk onderdeel van vastgoedontwikkelingen. Als horecamakelaar is **Henk Sluiter** daar natuurlijk blij mee, maar het succes heeft ook een keerzijde. Hij waarschuwt voor een overkill. ‘Horeca is explosief gegroeid. Zeker B en C-locaties worden wel eens te makkelijk met horeca ingevuld. Op sommige plekken is het maximum bereikt. Ik hoorde laatst een vastgoedadviseur zeggen dat er in bepaalde steden nog wel 30 procent horeca bij kan, maar dat lijkt mij veel te optimistisch. De horecaconsumptie is weliswaar toegenomen, maar niet in dezelfde mate als het aantal vierkante meters. Het piept en kraakt (op sommige plekken) in de sector, omdat de taart onder meer ondernemers verdeeld moet worden. Er moet wel een gezond evenwicht blijven.’

TRENDS _ Dat evenwicht en het personeelstekort zijn wat hem betreft de grote uitdagingen voor de komende tijd. Horecaondernemers spelen daar volgens **Sluiter** op creatieve wijze op in. Hij ziet verschillende trends. ‘Ten eerste de ketenvorming. Formulematig werken helpt om je te onderscheiden en het personeelstekort aan te pakken. Door standaardisatie en een centrale keuken kun je met minder koks toe. Bovendien biedt het voordelen bij de inkoop. Ook samenwerken is een duidelijke

trend. Inkoopcombinaties schieten als paddenstoelen uit de grond. Het scheelt nogal of je 10.000 of 100.000 hamburgerbroodjes moet kopen. En dan zijn er nog de ‘multi ondernemers’: horecaondernemers die hun risico spreiden en hun slagkracht vergroten door in verschillende combinaties met elkaar samen te werken. Een andere oplossing om personeel vast te houden en de bezetting op orde te krijgen is om bedrijfsleiders mede-eigenaar te maken. Dat zijn allemaal maatregelen om de moordende concurrentie de baas te worden.’

De stijgende bouwkosten zijn daarbij een complicerende factor. ‘Vroeger kostte het gebruiksklaar maken van een restaurant zo’n 1.200 euro per vierkante meter. Tegenwoordig zit je al snel op 1.800 tot 2.000 euro. Het wordt steeds gekker. Ik ken vestigingen waar een ondernemer zomaar 100.000 euro kwijt is aan licht en geluid. Hoe lang is zo’n trend houdbaar?’



Loetje



Loetje

PRIVATE EQUITY _ In zo’n kapitaalsintensieve concurrentiestrijd zijn het volgens **Sluiter** de multi-ondernemers en de creatievelingen die boven komen drijven. Wie synergie en efficiency weet te realiseren, zit gebakken. Ondernemers die dit goed in de vingers hebben, kunnen rekenen op interesse van beleggers, stelt **Sluiter**. ‘De laatste 1,5 jaar heeft private equity de horeca ontdekt. Vorig jaar heeft Waterland, een grote investeringsmaatschappij, Debuut Horeca gekocht, een van de grootste horecaondernemingen van Nederland. Die groeiende interesse van beleggers voor horeca biedt kansen aan ondernemers die hun zaak strak georganiseerd hebben. Wij hebben ook in deze business de contacten. Wij weten welke eisen de equity partijen stellen aan een dergelijke overname.’

TAXATIE _ Adhoc biedt daarbij de helpende hand, bijvoorbeeld met taxaties. Juist nu de koek opnieuw verdeeld wordt, is het



Spaghetteria



Heinde en Ver Den Bosch

belangrijk om in zee te gaan met een taxateur die weet hoe de horecamarkt in elkaar steekt. ‘Het taxeren van horeca is maatwerk’, stelt **Sluiter**. ‘Doordat Adhoc al decennialang ervaring heeft in horecavastgoed, maken wij echt het verschil. Wij spreken de taal van de ondernemers. Wij weten wat in een bepaald gebouw op een bepaalde locatie aan omzet gerealiseerd kan worden en welke huur reëel is. Iedereen kan horecaruimte verhuren, maar kennis hebben van het plaatje erachter, is iets heel anders. Juist die vakkennis wordt steeds belangrijker naarmate de markt groeit. In de horeca gelden echt andere regels dan in de retail. Wij kennen die regels als geen ander. Daardoor helpen wij beleggers aan winst en ondernemers aan een mooie locatie. Onze taxateurs zijn in staat om objectief en zorgvuldig een betrouwbare taxatie uit te voeren die inzicht geeft in de marktwaarde van de onderneming en/of het horecavastgoed.’

UITBREIDING _ Om de markt nog beter te kunnen bedienen heeft Adhoc een nieuwe afdeling opgericht. Bart Klaasboer is als aanhuurmakelaar aangesteld om ketens te helpen bij hun expansie. De focus ligt daarbij op het verwerven van geschikte locaties. ‘Onze specialiteit’, zegt **Sluiter**. ‘Doordat we diep in de lokale markt zitten, weten we precies hoe ondernemingen presteren, wie goede



Sugo

overnamekandidaten zijn en waar interessante locaties vrijkomen. Als er een nieuwe investeerder/formule/keten op de markt komt, zitten wij daar aan tafel. We zijn geen CBRE of Cushman & Wakefield, maar doen wel mee met de top van de markt. Daar ben ik oprecht trots op.’

OP STAP _ Om dat spel goed te blijven spelen, houdt **Sluiter** ook de internationale trends goed in de gaten. Daarvoor gaat hij elk jaar een paar dagen op stap om zich onder te dompelen in de horeca van een wereldstad. Vorig jaar was dat New York. ‘Leuk om te doen en heel zinvol als je voorop wil lopen in de branche. Daar zie je namelijk precies wat onze kant opkomt. Vegan, streetfood, duurzaam, lokaal, biologisch, kleine brouwerijtjes en taprooms. Bier is echt een ding aan het worden en ook koffie groeit onverminderd voort. Zo houden we onze expertise op peil en kunnen we onze klanten optimaal adviseren.’



Henk Sluiter

Hoe ziet de horeca eruit in de stad van de toekomst?

Meer ketenvorming en franchise vermoedelijk. Meer standaardisering van processen. Robots die deel van werk koks over kunnen nemen. Meer op kwaliteit product, gezond, alcoholvrij, vegetarisch, vakmanschap (beste koffie, speciale bierjes). Nog meer aandacht voor de inrichting, en sneller wisselende inrichting. Gast blijven interesseren. Consument/gast weet en verwacht meer en gaat dat opzoeken.”

Welke buitenlandse voorbeelden zie jij graag naar Nederland komen? ‘Ik word niet per se enthousiast van buitenlandse ketens. Zie liever onderscheidende concepten. Dus hoeft niet formulematig, maar kan wel gebaseerd zijn op iets dat we in buitenland zien.’ New York; The Egg Shop was top, Katz Deli, vegetarisch/veganistisch op topniveau (a la Dirt Candy NY), zaken waar eten overgaat in uitgaan (The Vandal). Balthazar een top brasserie, kan zo aan Rembrandtplein (dan trek je niveau plein ook omhoog). Ik denk wel dat Chipotle en Chick-fil-A nog zullen komen. Aantal echte Speak Easy (cocktail)bars zou leuk zijn.”

Welke innovatie gaat het verschil maken in de horeca? ‘Robots, ovens die steeds meer kunnen, goede vleesvervangers’

Wat heeft de Nederlandse horeca met stip nodig?

‘Goed en gastvrij personeel”

Mijn verborgen talent.... ‘Ik houd van koken en vind het leuk om nieuwe recepten/bereidingen te proberen en daar dan vervolgens een passende wijn bij uit te zoeken.’

Wat wil ik nog bijleren.... ‘Ik wil mij nog meer verdiepen in bedrijfsovernames d.m.v. aandelenovername.’

Missie voor 2019.... Net als in 2017 en 2018, wederom de grootste en meest toonaangevende horecamakelaar van Nederland zijn, (maar daarnaast voornamelijk veel plezier in mijn werk hebben met hele fijne collega's. Wij hebben echt een TOP team!)

Dit raakt mij persoonlijk.... ‘Als ik mensen “echt” kan helpen. Dat geeft enorme voldoening.”

Mijn inspiratiebron.... ‘Ondernemers met lef’

De ultieme ontspanning.... ‘Varen/dobberen met onze sloep op de Reeuwijkse Plassen (met een flesje koude rosé).’