



‘DE TAART MOET NU OPNIEUW VERDEELD WORDEN’

Corona heeft er bij de horeca flink ingehakt. De onzekerheid is groot en dat blijft nog wel even zo. Juist dan blijkt het belang van specifieke marktkennis. Met ruim 40 jaar ervaring is Adhoc horecamakelaars een baken in woelige tijden. Ook in deze barre tijden vinden er transacties plaats. Adhoc kent de kopers.



Henk Sluiter
*Commercieel directeur en partner
Adhoc horecamakelaars*

Henk Sluiter schrikt niet zo gauw. Hij heeft al heel wat ups en downs in de horeca meegemaakt en kent de veerkracht van de sector. Dus hield hij vanaf dag 1 van de coronacrisis lijsten bij van wie er nog wel in de markt waren voor horecavastgoed of horecalocaties. Na de eerste schok kwamen er al gauw weer klanten die zeiden: ‘Bel me als er wat moois vrijkomt!’ Inmiddels zijn die lijsten alweer behoorlijk lang.

Over zichzelf maakt Henk Sluiter zich dan ook geen zorgen. ‘Van dit jaar zullen we niet rijk worden, maar wij zijn een gezond bedrijf. We hebben vet op de botten en kunnen wel tegen een stootje - ook een coronastoot.’ Maar voor veel horecaondernemers is het een ander verhaal. ‘In bepaalde segmenten is het

huilen met de pet op. Vooral bedrijven die afhankelijk zijn van evenementen en feesten en partijen en kleine bedrijven met weinig vierkante meters hebben het lastig.’

Toch is het niet allemaal kommer en kwel, benadrukt hij. Restaurants en Grand-cafés deden het na de eerste klap beter, zeker de grotere. Ook de staycation en de warme zomer hebben de situatie positief beïnvloed. ‘Het is maar net waar je zit en wie je bent. Een hotel in Valkenburg draaide kerstweken sinds ze weer open waren, en een luxe verwenhotel in Friesland was elke dag bomvol. En ik sprak eind augustus een ondernemer in een watersportplaats die zei: ‘Ik kan niet bellen, want ik heb het zo druk, ik moet door!’ Dat zijn positieve geluiden.’

Helaas heeft de branche sinds die tijd een tweede sluiting voor de kiezen gekregen. Toch is hij over het grotere plaatje niet negatief. ‘Er gaan horecabedrijven failliet. Dat is natuurlijk een drama voor de betrokkenen en dat gun je niemand, maar voor de sector is het niet slecht. De afgelopen jaren is er zo exponentieel veel horeca bijgekomen dat het evenwicht zoek was. De concurrentie was veel te groot. Corona heeft daar een streep doorheen gezet. De taart moet nu opnieuw verdeeld worden en dat is voor de branche heel gezond.’

Welke veranderingen zie je in de markt door corona?

‘Ten eerste de enorme opkomst van to-go en bezorgen. Veel horecabedrijven hebben

‘We zien in alle nieuwe contracten wel iets van een coronabepaling,’

in de crisis een to-go of bezorgservice in het leven roepen of de reeds bestaande service versterkt. Mooie voorbeelden zijn ShabuShabu en De Beren, die juist nu extra gas geven op de groei van to-go. Verder is het belang van terrassen toegenomen. Buitenruimte is nu een grote plus geworden, omdat het de drempel om naar de horeca te gaan, verlaagt. Ook het gedrag van de consument is veranderd. Doordat veel mensen thuiswerken en bovendien proberen de drukte te vermijden, is (voor de tweede lockdown) het in de horeca op andere momenten druk dan vroeger. Het klassieke patroon van ‘volle bak op vrijdag, zaterdag en zondag’ is doorbroken. De drukte is nu meer verspreid over de week. Ik ben benieuwd of dit na de coronacrisis ook zo blijft....’

Welke invloed heeft corona op de huurcontracten?

‘Vroeger zag je veel ketens die alle contracten op de holding zetten. Maar in deze crisis was die constructie ineens een molensteen om de nek. Men kiest nu liever voor de constructie waarbij elke vestiging een aparte vennootschap wordt met een eigen verantwoordelijkheid voor de huur. Ook de relatie tussen huurder en verhuurder is veranderd. Nu huurders niet meer in de rij staan voor een ruimte, is er bij de onderhandelingen over het huurcontract meer sprake van echt overleg. Verhuurders begrijpen wel dat ze concessies moeten doen. Dat vertaalt zich vaker in (deels) omzetafhankelijke huur. Dat is voor huurders een mooie manier om de risico’s enigszins af te dekken en voor verhuurders een extraatje als huurders het goed doen.

Verder zien we in vrijwel alle nieuwe contracten wel iets van een coronabepaling: afspraken over wat er gebeurt als de horeca opnieuw op slot gaat. Ondernemers die nu een contract tekenen, tonen lef en willen dat ook beloofd zien, bijvoorbeeld in langere huurvrije perioden en huurkortingen/ingroeihuur.’

Wat is je verwachting voor de toekomst?

‘Ik zie positieve tendensen. Wel met de aantekening dat het ‘dagkoersen’ zijn, maar er zijn zeker lichtpuntjes. Zo had ik verwacht dat ketens na de eerste lockdown langer zouden wachten met zoeken naar nieuwe locaties, maar eigenlijk gaat dat prima. Ondernemers hebben het idee ‘we moeten door’ en tonen interesse in groeikansen. Dat is ook goed nieuws voor ons, want we hadden net een aparte afdeling opgezet voor de expansie van ketens. Maar de belangrijkste reden voor optimisme is het publiek. Consumenten maken zo gauw het kan weer massaal gebruik van de horeca, ondanks alle onhandigheid van handen wassen, 1,5 meter afstand en spatschermen. Op sommige plekken leek het wel kerstdruk! Dat geeft vertrouwen. We gaan ervanuit dat we half 2022 weer op een redelijk normaal niveau zitten.’

Welk advies heb je voor horecaondernemers?

‘Zorg dat je je ventilatie op orde hebt. Een goed ventilatiesysteem kan in deze tijd voor de consument een factor zijn

die het verschil maakt en bepaalt waar hij heengaat.’

Tot slot even los van corona: wat is momenteel de grote trend in de horeca?

‘De combinatie van horeca en leisure. Oftewel de ‘Doe-horeca’. Mensen vinden het leuk om naast een hapje en drankje ook wat te doen. Dat vertaalt zich in de combinatie van horeca met jeu de boules, pingpong, biljart, darten of bowlen. Maar dan niet het ouderwetse bowlen/steengrillen, maar een totaal nieuwe beleving in een hippe vorm. De BoulesBitesBar en Mooie Boules zijn mooie voorbeelden van toonaangevende formules die jeu de boules een totaal nieuwe betekenis hebben gegeven.

Ook de Westfield Mall of the Netherlands is een ontwikkeling waar horeca en leisure zich op een mooie manier mengen. Een prestigieus project waar de leisure-component een belangrijke plek inneemt in de uitgaansbeleving. Zo komt er een sportsbar van 3.000 m² en een Mega bioscoop. Het eindresultaat is on-Nederlands gaaf!’ •

‘WE KUNNEN WEL TEGEN EEN STOOTJE – OOK EEN CORONASTOOT,’



ZAKELIJKE TERUGBLIK

Belangrijkste moment: I juni 2020; horeca gaat weer (gedeeltelijk) open
Mooiste deal: Elke deal

Beste bijeenkomst: Normaliter Mopic en Provada

Wie heeft je geïnspireerd: Het hele Adhoc-team

Top 3-projecten: Westfield Mall of the Netherlands, expansie Shabu to go, verkoop Instock Utrecht en Den Haag

Welke app het meeste gebruikt: WhatsApp
Beste zakenboek: Michelin Gids

PERSOONLIJKE TERUGBLIK

Mooiste moment: Alle momenten met vrienden aan een mooi diner
Topserie Netflix: Breaking Bad

Beste boek: Alle geschiedenis-non-fictieboeken

Beste tv-programma: Sergio & Axel: Van de Kaart

Vakantie: Er stond een mooie reis gepland met het gezin naar Zuid-Afrika, maar ging niet door vanwege corona
Corona: Thuis in de tuin met schitterend weer en een mooi glas wijn

Meest gelachen: De filmpjes die ik ontving voor mijn 50e verjaardag