

# ALBRON: OP ZOEK NAAR EEN VASTGOEDPARTIJ DIE 'MEEBEWEEGT', RISICO'S ÉN SUCCESSEN DEELT

2022  VISIE PRESENTEERT



**MENSENMAKEN** *de*STAD

*Jan Willem Hilbron, Algemeen Directeur (l) en Rogier Zwaan, Clustermanager Amstelveen (r)*

Albron voegt met eten en drinken sfeer en smaak toe. Overall waar mensen studeren, werken, onderweg zijn, winkelen, hun vrije tijd vieren of zorg ontvangen. In 2025 wil de organisatie dagelijks 250.000 gasten laten genieten van eten en drinken dat lekker, gezond, duurzaam en betaalbaar is. En dat in nauwe samenwerking met de vastgoedsector. Algemeen directeur Jan Willem Hilbron: 'Innoveren doe je samen.'

Albron is overall. En overall anders, zegt Jan Willem Hilbron: 'Op universiteiten zijn we de ontmoetingsplek voor studenten en in kantoren voor collega's. In winkelstraten de hotspot met Starbucks en Coffeecompany, de huiskamer van Anne&Max en het avontuurtje bij Frites Affairs. Op de TT in Assen zijn we de pitstop voor vrienden, bij Center Parcs het ongedwongen familierestaurant en in ziekenhuizen de gezonde adviseur met een bord vol beterschap. De rode draad? Bij alles wat we doen, willen wij dat iedereen er beter van wordt. Onze gasten, onze klanten, onze partners, onze medewerkers en de wereld om ons heen. Met oog voor elkaar en oprechte aandacht. Met gevoel voor smaak, waarmee we verrassen en verleiden. En kennis van zaken, want we zijn pas tevreden als het ook echt voor elkaar is.' Hoe Hilbron dat voor elkaar krijgt? In samenwerking met vastgoed Nederland: 'Ik ben op zoek naar vastgoedpartijen in Nederland die met ons willen ondernemen. Dan bedoel ik: samen risico's en successen delen.'

Tekst: *Crissy Mulder*  
Beeld: *Marcel Krijger*

## 'WE ZIJN OP ZOEK NAAR VASTGOEDPARTIJEN IN NEDERLAND DIE MET ONS WILLEN ONDERNEMEN. DAN BEDOEL IK: GEZAMENLIJK RISICO'S EN SUCCESSEN DELEN'

*Even kennismaken: wie ben je en waar kom je vandaan?*

'Aangenaam, Jan Willem Hilbron. Ik woon in Heemstede en werk mijn hele leven al in de hospitality. Via onder meer Center Parcs en HMSHost International ben ik bij Albron terecht gekomen. Eerst als directeur horeca & hospitality en sinds september 2021 als algemeen directeur. En dat bevalt me ontzettend goed.'

*Waarom werk jij je hele leven al in hospitality? Wat trekt je daar zo in aan?*

'Ik vind hospitality een fantastisch vak. Je maakt iets wat, tegelijkertijd dat je het creëert, ook geconsumeerd wordt. Dat vind ik bijzonder. Als je binnenkomt op één van onze locaties, ontstaat er een magisch moment. Je wordt welkom geheten en geniet. En dat voelt goed. Ik vergelijk het weleens met de lastige taak van een cabaretier. Hij moet op een bepaald moment iets creëren met mensen die hij niet kent. De ene mop valt goed. De andere niet. Dat speelveld vind ik interessant.'

*Wat is jouw persoonlijke uitdaging?*  
'Dat 'magische moment' op grote schaal creëren, in combinatie met duurzaam en gezond eten. Dan kun je écht verschil maken.'

*Hoe geeft Albron die missie vorm?*

'Albron is een allround hospitality bedrijf. Dat betekent dat wij in verschillende sectoren actief zijn. Zo zitten we tegenwoordig niet alleen meer in de bedrijfs catering, maar bijvoorbeeld ook in de zorg en commerciële horeca. De rode draad? Elke dag weer, proberen wij iedereen lekker, gezond, duurzaam én betaalbaar te laten eten.'

*Hoe krijg je dat voor elkaar: duurzaam én betaalbaar?*

'Als je iets duurzaam maakt, is het vaak ook kostbaar. Dus moet je ervoor zorgen dat je het slimmer doet, zodat een product duurzaam én betaalbaar is. Voorbeeldje: onze participatie in een kippenfarm. Deze farm is CO2 neutraal en levert 3-sterren-beter-leven-eieren. Dankzij onze participatie krijgen wij die duurzame eitjes voor een goede prijs. Dan heb ik het over duurzame eitjes voor tienduizenden mensen per dag. Kijk, dan maak je stappen.'

*Welke trends zie je in jouw vakgebied?*

'Ik zie heel sterk een onderscheid tussen de trends die gaande waren voor Corona en de trends die door Corona versterkt worden. Neem gezonder eten en drinken. Een trend die al even speelde. Grotendeels veroorzaakt door de millennial, die in onze branche een steeds belangrijkere rol speelt. Hij wil zelf bepalen wat hij eet en drinkt. En hecht belang aan de herkomst van producten en het verhaal erachter. Die trend vertaalt zich in meer variatie op de menukaarten en een gezonder aanbod. Tegelijkertijd eet en drinkt de millennial op andere momenten. Geen drie, maar zeven keer per dag. Op die 'extra momenten' wil hij vooral een supersnel en goed betaalbaar aanbod. Dat vertaalt zich naar een trend in 'to go' en meer convenience.'

*Hoe spelen jullie in op die convenience trend?*

'Voor onze bedrijfsomgevingen hebben wij een samenwerking met AH to go. Dat betekent dat er naast een bedrijfsrestaurant nu ook een 'to go' aanwezig is. Daar kun je de hele dag eten en drinken halen. En dat is handig, omdat de werktijden ook verschuiven. Millennials komen bijvoorbeeld vaak 's morgens om tien uur pas binnen. Terwijl ouderen liever al om acht uur beginnen. Dat betekent: andere behoeftes. Zo is ontbijten op kantoor ineens een belangrijk onderdeel geworden, terwijl dat een paar jaar geleden nog helemaal geen issue was.'

*Wat is een typische post-Corona trend?*

'Werken we weer eens met elkaar op één locatie? Dan moet het vooral leuk zijn. Er ontstaat vaak een klein evenementje, waardoor werken op kantoor haast 'event driven' wordt. Daar hoort dan bijvoorbeeld ook uitgebreid, gezond en duurzaam lunchen bij. Maar werken we thuis? Dan is snelheid een must. Mede dankzij dat vele thuiswerken neemt convenience een snelreinvlaar.'

*Welke invloed heeft die convenience trend op jullie strategie?*

'Je ziet ons nu bijvoorbeeld ook steeds meer in de winkelstraten van Nederland. Dat is het resultaat van de transitie waarin wij zitten. Wij zijn daar waar je onderweg bent. Of je nu een dagje uit bent, gaat winkelen, van huis naar werk gaat of terug: je komt Albron overall tegen.'

*Welke rol speelt het vastgoed daarin?*

'Wij zijn eigenaar van onder meer Coffeecompany en franchisenemer van Starbucks. Die locaties exploiteren wij namens de merken. Dat betekent dat we de casco's huren van vastgoedpartijen, waar wij met onze eigen medewerkers horeca draaien. In de komende jaren openen we graag nóg meer nieuwe locaties. Uiteraard in goede samenwerking met vastgoed Nederland.'

*Wat is jouw oproep aan de vastgoedpartijen in Nederland?*

'Wij zijn continue op zoek naar mooie locaties om aan te huren in Nederland. Het liefst in combinatie met meerdere locaties, waardoor we kunnen clusteren vanuit duurzaamheid en efficiëntie. Daarbij zijn we op zoek naar vastgoedpartijen in Nederland die met ons willen ondernemen. Dan bedoel ik: met elkaar een goede invulling vinden en gezamenlijk risico's en successen delen.'

## 'WE MOETEN TOE NAAR EEN MODEL WAARIN WE MET ELKAAR MEEBEWEGEN. DAAR HEEFT DE EIGENAAR VAN HET ONROEREND GOED OOK BELANG BIJ'

*Gezamenlijk risico's en successen delen: wat houdt dat in?*

'In het verleden kenden we een vaste huurprijs, die vaak ook nog eens torenhoog was. Dat is in deze tijd echt passe. Door de hele coronaproblematiek is dat geen haalbaar model meer. We moeten toe naar een model waarin we met elkaar meebewegen. Daar heeft de eigenaar van het onroerend goed ook belang bij. We hebben elkaar nu eenmaal nodig. Zo simpel is het.'

*Wat staat er op het programma voor 2022?*

'We gaan onverminderd door met het zoeken en openen van nieuwe locaties. Op dit moment bijvoorbeeld in Amstelveen. Zo bouwen we voort op de strategie om overall in Nederland te zijn waar mensen onderweg zijn. De grote toekomstdroom? Een netwerk in Nederland van mooie oplossingen waar je terecht kunt voor lekker, gezond, duurzaam en betaalbaar eten.'



**Jan Willem Hilbron**  
Algemeen Directeur  
Albron

**Wat wilde je vroeger worden?**  
Kapitein

**Welke wijze les neem jij ter harte?**  
Ook al klinkt iets soms

niet fijn, toch kan er wel degelijk een kern van waarheid in zitten, dus laat je door de toon niet afleiden

**Van wie heb je het meeste geleerd?**  
Walter Seib, de CEO van HMSHost

**Ben jij altijd zeker van**

**je zaak?**

Ja, voor 85 procent wel

**Waar kunnen ze jou wakker maken?**

Voor een lekkere, gezonde, groene smoothie

**Waar kun je wakker van liggen?**

Van de verantwoordelijkheid die ik voel voor alle mensen die afhankelijk zijn van onze organisatie

**Waar ben je trots op?**

Op Albron; een bedrijf dat al meer dan 100 jaar oud is en, dankzij haar mensen, in staat is om de transitie te maken waar we nu als branche en bedrijf in zitten

oprichter van Anne & Max. Zij weten beiden op eigen kracht een merk van de grond te tillen. En dat is knap!

**Wat is je favoriete sport?**

Kitesurfen

**Ben je een eenzelganger of een groepsdier?**

Groepsdier

**Introvert of extravert?**

Extravert

**Optimist of pessimist?**

Optimist

**Welk vakantieland is het fijnst?**

Italië

**Wat wil je graag nog eens doen, wat je nu nog niet durft?**

Mijn zweefvliegbrevet halen