

EEN INNOVATIEVE KETEN DIE BETAALBARE KLASSIEKERS LEVERT KAN AMSTERDAM VEROVEREN



de AMSTERDAMSE MENSENMAKENDE STAD
VASTGOEDWEEK
VISIE

Mark Roos en Bram Stokman

De Amsterdamse horecamarkt bloeit en groeit, constateren **Bram Stokman** en **Mark Roos**, beiden registermakelaar en partner bij **Adhoc horecamakelaars**. Maar met name door de hard stijgende kosten moeten ondernemers scherp aan de wind varen. De partners van Adhoc horecamakelaars, NVM Business-lid van het eerste uur, over noodzakelijke innovatie, nieuwe hotspots en hun horecapassie.

Amsterdam is als historisch fraaie hoofdstad met jaarlijks ruim 20 miljoen toeristen de onbetwiste horecastad van Nederland.

Beeld: Marcel Kriger

‘Rotterdam wordt weliswaar steeds populairder als horecastad, maar daar liggen de hotspots ver uit elkaar. Utrecht is ook een toplocatie maar is een klein-Amsterdam. In een stad waar het centrum overgaat van de ene in de andere populaire locatie, zijn overall drukke gebieden. In Amsterdam wordt dan ook voor elke plek grif betaald door beleggers en exploitanten’, typeert Stokman de stad.

Roos benadrukt dat de vele toeristen niet per se het Amsterdamse horeca-aanbod bepalen. ‘Dat geldt eigenlijk alleen voor het centrum en deels de Jordaan. Elders

richten ondernemers zich op de smaak van de Amsterdammers. Dat laat onverlet dat de kwaliteit van het horeca-aanbod in het centrum steeds beter wordt. Platvloerse zaken maken steeds meer plaats voor smaakvolle en hoogwaardige horecaconcepten. Adhoc ziet het als haar verantwoordelijkheid daaraan bij te dragen. Zo hebben wij de Seafoodbar naar de Beurs van Berlage gehaald. In het souterrain van de Beurs komt een gaaf horecaconcept die we in maart namens de eigenaar hebben gecontracteerd. Voorbeelden van deze transformatie zijn ook de nieuwe gastropub Rokin 85 van 400 m² van Won Yip, Bar du Champagne en restaurant ‘Trees aan de Zeedijk.’



Mark Roos

‘PLATVLOERSE ZAKEN IN HET CENTRUM MAKEN STEEDS MEER PLAATS VOOR HOOGWAARDIGE HORECACONCEPTEN’

Omzet verdubbelen

Hoewel Adhoc al ruim 48 jaar bestaat, opende het kantoor pas in 2016 een kantoor in Amsterdam, vertelt Stokman. ‘De reden om hier fysiek te zijn was om te groeien. Dat is ons gelukt; Adhoc is nu de grootste verhuurmakelaar in de stad en 40 procent van onze totale omzet behalen we hier. We zijn nog lang niet uitgegroeid. Onze omzet in Amsterdam kunnen we binnen vijf jaar met gemak verdubbelen. Onze beginnende makelaars bouwen nu aan hun eigen netwerk, straks gaan ze vliegen.’

De band tussen Adhoc horecamakelaars en NVM Business is innig, verklaart Roos. ‘Onze oprichter Fred Grem was NVM-lid toen hij Adhoc in 1978 begon. Als eerste horecamakelaar is hij de nestor van ons vakgebied. Hij wilde niet alleen dat Adhoc NVM-lid was maar ook alle Adhoc-makelaars betrokken zijn. Dat was voor Fred een vereiste, omdat het NVM-lidmaatschap voor hem stond voor kwaliteit. Zelf was hij dan ook zeer actief binnen NVM; hij gaf les aan makelaars, was voorzitter van de afdeling Gouda en daarna actief in het landelijke bestuur. Bovendien hielp hij altijd collega bedrijfsmakelaars. Voor ons als zijn opvolgers is NVM Business evenzeer onmisbaar, of het nu de data, juridische bijstand, het netwerk of de kennisbijeenkomsten betreft. Ook al zijn we een nichepartij, we voelen ons gelijkwaardig aan de andere NVM Business-leden.’

Van casco tot goedlopende zaak

Oprichter Grem eiste ook dat zijn makelaars waren opgeleid aan de Hogere Hotelschool, memoreert Stokman. ‘Fred zei altijd dat iemand met horecapassie het makelaarsvak kan leren maar andersom niet. Ook Mark en ik zijn samen begonnen als stagiairs onder Fred. Bij Adhoc hebben we allemaal een intrinsieke motivatie; we houden van horeca, zijn gastvrij, goed met mensen en altijd bereikbaar. Het allerleukst is om met horecaondernemers te praten, te horen hoe het gaat, wat hun toekomstplannen zijn, waar ze tegen aan lopen en wat hun succesvol maakt. Een mooi moment is als een lege betonnen ruimte een half jaar later vol met blije mensen zit en loopt als een trein. Dan voel ik me trots dat ik daaraan een bijdrage heb kunnen leveren.’

Beiden combineren hun makelaarsexpertise met horecakennis. ‘Op de hotelmarkt richten we ons met name op de verkoop van kleinere familiehotels tot middelgrote hotels. Maar onze kernactiviteit is de (ver)huur en (ver)koop van restaurants, lunchrooms en cafés. Strategisch advies vormt daarin een cruciaal onderdeel. Wij weten hoe van een casco pand tot een draaiend horecabedrijf te komen. We geven aan wat voor soort horeca waar werkt, wat er technisch kan in een pand, hoe de terrasbezetting is, hoe groot de passantenstroom. Dat doen we voor horecaondernemers en ontwikkelaars en beleggers zoals COD, Amvest, Unibail, Wereldhave, Achmea, NLV en ASR. Of het nu nieuwbouw, transformatie of herontwikkeling is.’

Winnende horecaconcepten

Welk horecaconcept mist er in Amsterdam of zou enorm aanslaan? ‘Als ik horecaondernemer was, zou ik een restaurantformule met

betaalbare klassiekers beginnen’, oppert Roos. ‘We zijn op F&B-inspiratietour geweest naar Londen en New York. Wat daar succesvol is, komt over een paar jaar vaak in een bepaalde vorm naar Amsterdam. Zelf zie ik Burger & Lobster graag naar Amsterdam komen. Deze Amerikaanse formule in caféstijl

verovert Londen en zie ik ook hier aanslaan’, verklaart Stokman.

Roos beaamt dat. ‘Betaalbare kwaliteit is een winnend concept. Heel populair in Amsterdam zijn Franse bistro’s. Ze hebben een kleine kaart met klassieke gerechten. Omdat er minder koks nodig zijn, drukken ze de personeelskosten. Pastabar Spaghetteria die we aan enkele Amsterdamse vestigingen hebben geholpen, doet het ook slim met een wisselende kaart van zeven klassieke pastamaaltijden.

Hoewel de totale vraag het aanbod niet overstijgt, is er wel extra vraag naar grotere ruimten. Maar het stadsbestuur geeft in de oude stadsgebieden geen nieuwe horecabestemmingen uit. Adhoc heeft dan ook een flinke lijst van (internationale) horecapartijen die vooral in het centrum, de Pijp en Jordaan ruimte zoeken.’

Nieuwe hotspots

Om het centrum te ontlasten, ziet de gemeente Amsterdam toeristen echter graag naar andere plekken gaan zoals Sloterdijk, Bijlmer Arena/ Amstel III en Buikslotermeerplein. Roos ziet deze gebieden nog niet zomaar uitgroeien tot nieuwe horecahotspots. ‘Vooral die laatste niet. Temeer omdat in Noord al reeds horecahotspots bestaan als de IJ-oever, NDSM en het gebied rondom de Papaverweg. We zien partijen wel met een schuin oog kijken naar Bijlmer Arena/ Amstel III, waar duizenden woningen en nieuwe voorzieningen komen en de Amsterdamse Poort wordt herontwikkeld. Hoewel partijen zich de toekomstpotentie kunnen voorstellen vinden ze het gebied voorslagnog te uitdagend om er grootschalig te investeren.’

Een nieuw gebied als Overamstel ziet Stokman wel een echte hotspot worden. ‘Overamstel, dat al dicht tegen de binnenstad ligt, wordt een nieuwe stadswijk met grote gebiedsontwikkelingen als Amstelkwartier en Bijlmerbakswijk. Ketens als Postiljon en Van der Valk hebben er al hotels gevestigd. Wij hebben grote panden aan de Amstel verhuurd aan gerenommeerde restaurants George Marina en L’Osteria.

Het ligt ook vlakbij station Amstel, waar veel kantoren, hotels en gewilde restaurants zitten. Zelfs een drukke verkeersweg als de nabij gelegen Wibautstraat geldt inmiddels als drukke horecastraat.’

De Adhoc-makelaars willen horecaondernemers en nieuwkomers wel meegeven dat het Amsterdamse horecabeleid op de schop gaat. ‘Er komt binnenkort een veelomvattendere herijking onder de noemer Horecabeleid 2025. Kortere openingstijden gaan waarschijnlijk straks voor heel Amsterdam gelden. Ook het terrassenbeleid wordt strenger, waarvoor dan een

omgevingsvergunning moet worden aangevraagd. Dat kan allerlei juridische ellende met zich meebrengen. De gemeenteraad moet nog groen licht geven. Maar als het voorstel onverkort wordt aangenomen, geeft dat een stukje onzekerheid dat mogelijk zal worden ingeprijsd. De kans is namelijk dat de omzetspotentie lager wordt, wat een negatief effect zou kunnen hebben op de huur- en beleggingswaarden’, waarschuwt Stokman.

Innovatie door kostenrevisie

Roos vreest dat ondernemers de dupe worden. ‘Amsterdam wil het overtoerisme tegengaan en een ander soort toeristen aantrekken; minder jonge feesttoeristen, meer cultuurminnende toeristen. Maar het lijkt me niet de bedoeling het verdienmodel van horecaondernemers te verkleinen. Iedereen denkt dat horecaondernemers zich vanwege de hoge prijzen scheel verdienen. Het tegenovergestelde is waar. De horeca is duur, omdat de kosten sinds 2022 de pan zijn uitgezeten; vooral de energiekosten, de personeelskosten en inkoop, maar ook de huurprijzen in veel gevallen stevig zijn geïndexeerd.’

De oude kostenbenchmark werkt niet meer, expliciteert Stokman. ‘Voorheen bedroegen de personeelskosten 30 procent van het totaal. Nu loopt dat richting de 40. De huurkosten lagen op ongeveer 7 procent. Maar na twee jaar indexatie van 10 tot 15 procent kruipen die richting de 10. Dat is voor veel horecaondernemers niet meer te doen. Wie een marge van 10 tot 15 procent haalt, doet het heel goed. Kleine zaken zitten meestal onder de 10 procent. Horecaondernemers moeten iets bedenken om de kosten te beperken; meer efficiency en automatisering, robotisering; wie daarin slaagt, is de winnaar van morgen. Iedereen beseft dat dit moet; we staan dan ook aan de vooravond van een noodzakelijke innovatiegolf.’



Bram Stokman

‘OVERAMSTEL WORDT EEN NIEUWE STADSWIJK DIE KAN UITGROEIEN TOT HORECAHOTSPOT’



Mark Roos horecamakelaar/partner Adhoc horecamakelaars b.v. Vooral bezig met: Verkoop van horecaondernemingen en verhuur van horecaruimten Wil bereiken: Dat ik over 15-20 jaar nog steeds dezelfde ‘feeling’ heb met de ontwikkeling van horeca in het algemeen, horecaconcepten en jonge horecaondernemers Over 10 jaar: Zijn we als kantoor gegroeid en hebben we een nog sterkere positie in de markt Het kantoormoment van de dag: De eerste kop koffie vroeg in de ochtend Beste restaurant: Restaurant Entrepot, heel goed eten in een ongedwongen sfeer. Persoonlijke noot, ik verhuurde dit bijzondere pand in 2017 aan hen De lekkerste koffie: Komt uit onze koffiemachine op kantoor Waar staat de stad voor in vier woorden: Thuisgevoel, horeca, dynamisch, historie Favo public space: Aan de waterkant langs de Amstel, ter hoogte van Café Hesp Favoriete winkel: No Label aan de Willemsparkweg Mooste gebouw: Het Amstel Hotel, gebouwd als hotel om de stad internationaal op de kaart te zetten. Bovendien is de locatie aan de Amstel schitterend Mooste straat: De Linnaeusparkweg en dan vooral de kruising met de Hogeweg Persoonlijke City secret: Café de Amstel aan de Amstelkade Eerste herinnering aan Amsterdam: Ik ben opgegroeid in Duivendrecht en ben op mijn zesde gaan voetballen in Sportpark Middenmeer en dan in het Linnaeusstraat Welke mensen maken echt verschil in Amsterdam: Overamstel/Amstelkwartier Voor mij zijn dat de horecaondernemers. Zij hebben een grote invloed op de levendigheid en sfeer van een bepaald gebied of straat Welke buurt is echt in opkomst: Overamstel/Amstelkwartier Wat gaat echt goed in de stad: De Watergraafsemer en dan in het bijzonder Park Frankendaal Wat is de mooiste route om te hardlopen of te fietsen: Ik loop graag een rondje langs de Vecht vanaf het centrum van Weesp (gemeente Amsterdam)

Bram Stokman horecamakelaar/partner Adhoc horecamakelaars b.v. Vooral bezig met: Verhuur van horeca-units Wil bereiken: Heb al veel bereikt, doel is dat Adhoc ooit 100 jaar bestaat en nog steeds top is Over 10 jaar: Ben ik bijna 54 en hoop ik nog steeds elke dag plezier te hebben in mijn werk Het kantoormoment van de dag: Als er weer een deal via DocuSign is voltooid Beste restaurant: De Juwelier aan de Utrechtsestraat 51 De lekkerste koffie: De Koffieschenkerij. Een oase van rust en een bijzondere plek midden in het drukke centrum Waar staat de stad voor in vier woorden: Divers, historisch, bruisend, aantrekkelijk Favo public space: Vondelpark Favoriete winkel: Profumo Mooste gebouw: Hirschgebouw (maar dat is geen horecagebouw), dus dan De Waag op de Nieuwmarkt, maar er zijn zoveel prachtige gebouwen in de stad Mooste straat: Brouwersgracht Persoonlijke City secret: Proeflokaal de Ooevaer Eerste herinnering aan Amsterdam: Schoolreisje met de basisschool vanuit Aikmaer Welke mensen maken echt verschil in Amsterdam: Ondernemers Welke innovatie werkt in Amsterdam: Houtbouw Welke buurt is echt in opkomst: Zuidoost Wat gaat echt goed in de stad: Volgens sommige mensen zelfs te goed; toerisme En wat moet echt beter: De stad moet ondernemen beter faciliteren Wat mag nooit weg of veranderd worden: Tolerantie Waar in de stad ben je graag als je even tijd voor jezelf nodig hebt: Op kantoor Wat is de mooiste route om te hardlopen of te fietsen: Westerpark + De Bretten