



Wiert Jan Siefkes

NVM Business in coronatijd #8

Wiert Jan Siefkes - Colliers International

8 mei 2020



„Het laatste wat we moeten doen is bij de pakken neerzitten.“

De coronacrisis maakt een ongekende creativiteit en ondernemingszin los in de horecasector, constateert Wiert Jan Siefkes, associate director Food & Beverage van Colliers International. Ook Colliers doet volop mee met een speciale coronawebsite, een serie webinars en strategisch marktadvies.

“In deze zware tijd is het belangrijk dat het kabinet beseft hoe groot de meerwaarde van de horecasector is. Ze zorgt voor samenhang en levendigheid in woon- en kantoorgebieden en is een onmisbaar economisch fundament van winkelgebieden. Ook het sociale aspect is niet te onderschatten; het is bijna een eerste levensbehoefte.

Ik ben blij dat ik kan zeggen dat we bij Colliers de markt nog door zien gaan, alleen op een lager tempo dan voorheen. De focus van ons team ligt momenteel op nieuwbouwprojecten, huur en verhuur. Voor projectontwikkelaars en



Wiert Jan Siefkes

NVM Business in coronatijd #8

vastgoedeigenaren analyseren we het verzorgingsgebied en onderzoeken we welke Food & Beverage-concepten het beste passen bij de bestaande functies.

Nieuwe opdrachten

Zo gaat één van onze opdrachtgevers door met de ontwikkeling van projecten aan het Osdorpplein en Amstelstation in Amsterdam. De lokale ondernemers willen hier nog steeds hun F&B-formules openen; ze kijken verder dan de huidige situatie. Half april kregen we ook nog nieuwe F&B-opdrachten voor de Zuidas. Ook zijn we bezig om een aantal buitenlandse concepten zoals Flat Iron, Big Mama en Cricket naar Nederland te halen. Dergelijke concepten zullen veel kwaliteit toevoegen aan het bestaande F&B- en retaillandschap. Deze activiteit in crisistijd zegt veel over de kracht van horecaondernemers.

Creativiteit

Het is te hopen dat nieuwe F&B-concepten en formules die zich op één product of doelgroep richten niet wegvallen. Want juist zij dragen bij aan de diversiteit van het aanbod. Gelukkig maakt deze crisis enorm veel creativiteit los onder horecaondernemers. Dit zijn geen mensen die bij de pakken neer gaan zitten. Tientallen restaurants zoals Kaagman & Kortekaas, Caron, Restaurant Floreyn, Pesca en RIJKS zijn Delivery- en To go-concepten gestart.

The Breda Group is ook inventief; vanuit hun restaurant Maris Piper hebben ze Food Court De Pijp geopend. Restaurantketen Loetje blijft ook actief; in 8 van hun 22 zaken zijn ze zelfs een Drive-In begonnen.

Bekende leveranciers zoals Brandt & Levie en De Lindenhoff hebben besloten hun producten samen te voegen in mooie maaltijdboxen. Deze initiatieven kunnen leiden tot blijvende nieuwe horecaconcepten.

Ook zijn veel ondernemers bezig om te kijken hoe ze hun zaken post-corona weer kunnen exploiteren. Interieurs worden omgegooid, met terrasopstellingen word geschoven; het is schaken voor professionals geworden. Dit zijn mooie voorbeelden van ondernemerschap, creativiteit en strijdbaarheid in een moeilijke tijd.



Wiert Jan Siefkes

NVM Business in coronatijd #8

Best practices

Ook wij denken na hoe we de horecamarkt kunnen ondersteunen. Ons team benadert de ondernemers al sinds het begin van de verplichte sluiting proactief. We willen dit structureel vormgeven door een tweewekelijks webinar op te zetten, waarin we met een aantal ondernemers brainstormsessies houden. Daarbij kunnen ze vragen aan elkaar stellen, hun best practices delen en vertellen hoe ze post-corona denken te opereren.

Internationale kennis

We staan bovendien volop in contact met onze internationale collega's: van Europa tot Azië, waar het allemaal begon. Al die kennis verzamelen en delen wij met onze relaties via een speciale website.

We adviseren horecaondernemers vooral te kijken naar landen in Azië en ook Noorwegen. Zo laten in China restaurants nu heel goed zien hoe hygiënisch ze zijn. Bij de voordeur staan desinfectiemiddelen, het personeel heeft mondkapjes op, ze dragen handschoenen en nemen vaak het interieur af, terwijl je koks steeds hun handen ziet wassen. Gasten krijgen zo direct het gevoel dat ze met een gerust hart naar binnen kunnen.

Sanering

De F&B- en retailmarkt wacht waarschijnlijk een sanering. De crisis biedt echter ook een uitgelezen kans om de winkelbalans te verbeteren. Colliers kan nu al helpen bepaalde retailgebieden te herpositioneren. We ontwikkelen visies op de optimale winkelsamenstelling en schrijven concepten voor nieuwe horecaformules. Op die manier matchen we concept met locatie.

Heb je een lege winkelunit, zet die dan in als To go-vestiging voor horecaformules. De verhuurder kan ook ruimte vrijmaken voor een studiokeuken, waar koks workshops kunnen geven. Dat is commercieel interessant, trekt extra bezoekers en voegt beleving toe.

NVM Business-leden raad ik aan in contact te blijven met alle businesspartners; van eigenaren, huurders, leveranciers tot collega-makelaars. Wat leeft er? Hoe komen we samen het beste uit de strijd? Hoe gaat de toekomst eruit zien? Maar ik wil ze vooral oproepen om straks weer massaal de horeca te bezoeken."

Persoonlijk

Heeft deze coronacrisis bij u tot nieuwe inzichten geleid?

"Ik verwacht dat we in de toekomst meer omzetafhankelijke huren krijgen,



Wiert Jan Siefkes

NVM Business in coronatijd #8

waarbij de verhuurder kan meeprofiteren van de successen van de ondernemer en ondersteunt in een moeilijker tijd. Een goede samenhang van f&b met wonen, retail, hotels, leisure en kantoren wordt nog belangrijker. Een goed voorbeeld is winkelcentrum Groot Gelderlandplein in Amsterdam. De tijd van alleen 'hokken vullen' is definitief voorbij."

Is het leven minder of juist meer hectisch geworden?

"Ik heb een jong gezin, waardoor er weinig vrije tijd is. Mijn vrouw en ik wisselen de zorg af voor onze kinderen met online calls en meetings en ander werk. Vaak 's avonds proberen we beiden twee à drie keer in de week te blijven sporten om gezond en fit te blijven."

Zal u ook na de coronacrisis meer thuis en online werken?

"Ik voorzie meer videocalls, waarbij een deel van de collega's op kantoor zit en een ander deel thuis is. Volledige online meetings gaan ook vaker plaatsvinden, verwacht ik. Zelf zal ik niet meer thuiswerken. Ik vind de interactie met collega's op kantoor erg belangrijk. Ik merk dat dit ook tot meer creativiteit leidt en je er sneller kan schakelen."

Denkt u minder buitenlandse reizen te maken in het post-coronatijdperk?

"Nee, niet minder dan voorheen. We kozen er al bewust voor om alleen lange afstanden te vliegen en kortere afstanden met de auto of trein te doen."

In welke horecazaak kunnen we u treffen als de lockdown voorbij is?

"Ik bezoek graag bruine kroegen zoals Café Maxwell, Café Van Leeuwen of Café Kuyper, alle drie bij mij in de buurt in Amsterdam. Ik ben ook erg benieuwd naar restaurants als Slagerij de Beurs, No Rules en Clos. Deze zaken zouden namelijk opengaan op het moment dat de overheid de horeca sloot."