



Eric Singerling aan de bar van café Premier: „We blijven aan de weg timmeren.”

Café Premier in Ede plust in 2009 naar verwachting 20 procent, terwijl de omzet afgelopen jaren ook gestaag toenam. Hoezo crisistijd? Volgens ondernemers **Eric Singerling en Hans Versteegh** ligt de basis van het succes in ‘blijven investeren’ en ‘je eigen plan durven trekken’.

CAFÉ PREMIER, EDE ALTIJD BEZIG BLIJVEN

De flinke omzetsijging bij café Premier komt niet uit de lucht vallen. Een stevige dosis ervaring, creativiteit en lef, gekoppeld aan forse investeringen, liggen aan de groei ten grondslag. In 2008 bedroeg de omzet ruim €750.000,-, dus de negen ton komt in zicht.

Eric Singerling en Hans Versteegh bezitten het bedrijf op het horecaplein bij NS-station en Historisch Museum al zestien jaar en voelen elkaar als compagnons nog steeds prima aan, zo vertellen ze. Singerling is de horecaman, de gastheer, de organisator van evenementen en de creatieve geest. Versteegh werkt achter de schermen, voor-

al met cijfers. Hij weet waar in het bedrijf hoeveel geld wordt verdiend en hij remt zijn compagnon af als dat nodig is.

Versteegh: „Wij zijn twee verschillende mensen. Ik ben de analist, wil exact weten waar elke euro-cent blijft, hoe de marges uitvallen en waar nog winst te halen valt. Eric wil het liefst een met goud omlijst café. Hij stort zich voor 200 procent op de gastvrijheid en streeft naar een tiptop bedrijf.”

„Het draait uiteindelijk allemaal om mensen”, vervolgt Singerling. „Wij moeten voor een decor zorgen waarin de gasten zich prettig voelen en goed met elkaar omgaan. Hier staat de vriende-

lijke bouwvakker een biertje te drinken met de zelfverzekerde miljonair. Beiden krijgen een thuisgevoel en dat is precies wat we willen bereiken.”

Eerst maar wat voorbeelden van de eigenzinnige aanpak, die de ondernemers omschrijven als ‘je eigen plan durven trekken’. „Wij hebben ons heftig gestoord aan de acties van brouwers om grote

De bedrijfsanalyse komt tot stand in samenwerking met Horeca Adviescentrum HTC, Nieuwe Steen 20, Postbus 92, 1620 AB Hoorn, tel. (0229) 24 50 85, advies@htcadvies.nl, www.htcadvies.nl.

PROFIEL

NAAM EN ADRES

Café Premier
Nieuwe Stationsstraat 19, Ede
Tel. (0318) 61 45 13
www.cafepremier.nl

EIGENAREN

Hans Versteegh/Eric Singerling

JURIDISCHE VORM

cv

OMZETNIVEAU

Ruim €750.000,-

MEDEWERKERS

3 fulltimers, circa 30 parttimers

VERKOOPCAPACITEIT

Café 300, bovenverdieping 200

OPENINGSTIJDEN

Dagelijks vanaf 12.00 uur

bierglazen te gaan gebruiken. Voor ons voldoen het fluitje en het vaasje, wij hoeven geen 35cl-glas. Omdat de brouwerij de door ons gewenste glazen niet meer kon leveren, kochten we eigen glaswerk, met het logo van het café erop. De gasten waarderen dat zeer.”

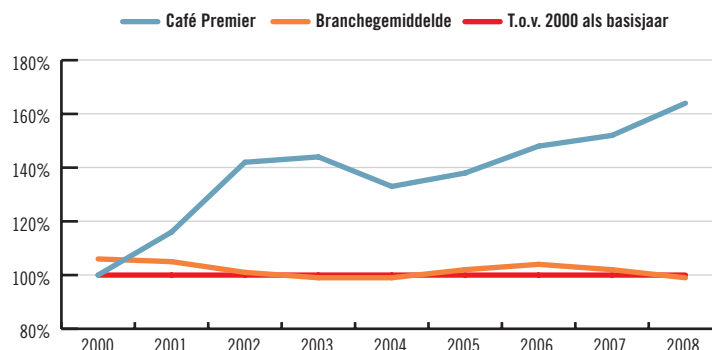
Als we over activiteiten komen te spreken, halen de ondernemers het succes van kerstavond aan. „Vroeger kon je dan in de horeca van Ede een kanon afschieten. Wij wilden dat doorbreken en besloten open te gaan. Om publiek te trekken, zorgden we voor livemuziek. Wat niemand verwachtte, gebeurde: de zaak zat stampvol. Het jaar erna openden ook veel collega's de deuren. Kerstavond is in Ede inmiddels uitgegroeid tot een van de drukste stapavonden.”

EIGENZINNIGE AANPAK

Of neem de wijninkoop. De ondernemers importeren zelf. Een gevolg van een oude hobby van Singerling, die ooit met een buurman een wijnhandelje opzette. „Wij kennen alle goede adresjes en laten de wijn per pallet uit Frankrijk of Zuid-Afrika komen. Natuurlijk reizen we regelmatig naar de wijnboeren. Dat kost tijd ja, maar is absoluut geen straf. Door die aanpak kunnen we kwaliteitswijnen inkopen tegen een scherpe prijs. Onze gasten profiteren daarvan, want ze betalen een gewone 'caféprijs' voor de prima wijn: €3,- per glas.”

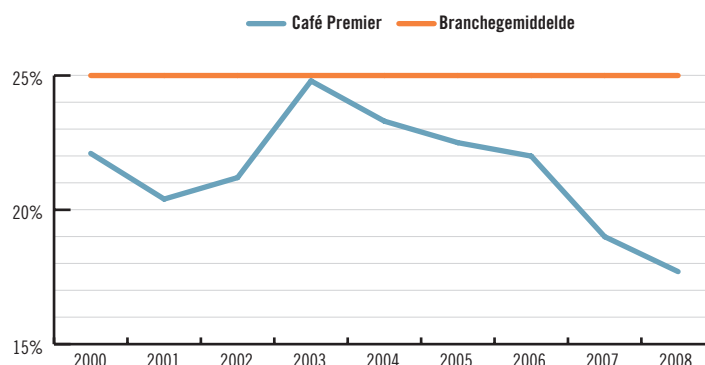
OMZETONTWIKKELING

De jaarlijkse omzet als percentage t.o.v. de omzet in 2000. In 2008 lag de omzet ruim 60 procent hoger dan in 2000. Voor 2009 wordt een verdere stijging met 20 procent verwacht.



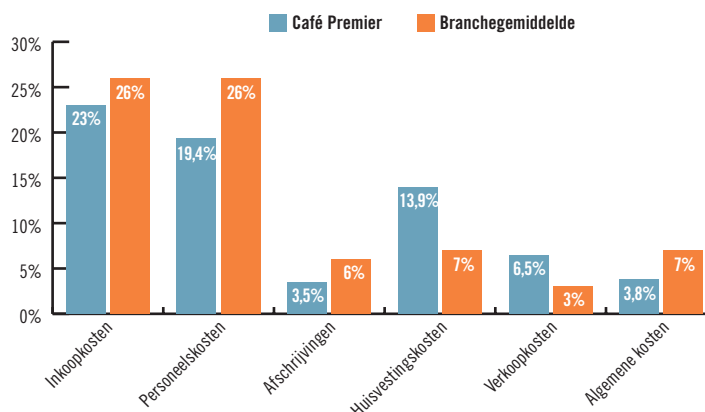
PERSONEELSKOSTEN

De personeelskosten als percentage van de omzet. De ondernemers hebben die kosten goed in de hand door alert te roosteren. Dit leidt tot een hoge arbeidsproductiviteit.



KOSTENVERGELIJKING

Vergelijking van de kosten ten opzichte van de omzet, over 2008. De kosten inkoop en personeel liggen ruim onder het branchemiddelde, terwijl de kosten huisvesting en verkoop er boven liggen. Over die laatste post: de ondernemers besteden extra geld aan promotie om het café in de schijnwerpers te houden.



De omzetsijging is mede te danken aan enkele forse investeringen in het bedrijf. Zo bouwden de eigenaren vorig jaar een veranda aan het café. Handig met het oog op het 1 juli 2008 ingevoerde rookverbod, maar het idee leefde al langer. „We zijn zeven jaar met de gemeente in de slag geweest om de vergunning te krijgen. Je moet je door een hoop gedoe en tegenwerking worstelen. Gelukkig troffen we uiteindelijk een medewerker die begreep dat de veranda een verfraaiing van het bedrijf en de omgeving zou zijn. Bizarre ervaring was dat een collega bezwaar maakte tegen de vergunning, terwijl we samen in de horecabelangenvereniging Museumplein zitten.”

Belangrijk noemen beiden ook de aanschaf in 2008 van een mobiel bestelsysteem. „Het werkt veel efficiënter met die handhelds. Op drukke momenten zetten we twee medewerkers in die bestellingen opnemen en vier die uitserveren. We waren eerst wat huiverig voor het systeem, omdat het de gastvrijheid misschien onpersoonlijker zou maken, maar het omgekeerde is waar. Je verkort de wachttijd voor gasten, hun tevredenheid neemt toe en ze consumeren meer.”

Dit jaar tastten de ondernemers echt diep in de buidel. Ze kregen de kans de ruimte boven de zaak te huren en maakten het tot een verlengde van het café, tevens te gebruiken voor besloten feesten en partijen. Op de bovenverdieping realiseerden ze bovendien een stijlvolle rookruimte met een dure klimaatinstallatie. De investering bedroeg €300.000,-. „Je moet altijd bezig blijven om je gasten te verwennen en te verrassen. Op de bovenetage tref je dezelfde sfeer als in het café, er is een eigen bar en je kunt er roken. Dat biedt veel kansen. Denk aan een vrijdagmiddagborrel voor 30-plussers, speciale studentenavonden of privé-feestjes. Waar we van balen, is dat wij veel geld stoppen in een rookruimte terwijl collega's strafeloos toelaten dat gasten aan hun bar een sigaret opsteken. Hoe de overheid met het rookbeleid omgaat, vinden we echt waanzin.”

SYSTEEM BOUWEN

Waanzin of niet, de omzetgroei geeft weinig reden tot klagen. Dat moeten de ondernemers ook toegeven. En bedenk daarbij dat ze amper 5 procent van hun inkomsten halen uit food: een keuken ontbreekt, op de kaart staan alleen borrelhappen en tosti's. Valt er dan nog iets te verbeteren? „Jazeker, we bereiden een campagne voor om de bovenverdieping te promoten bij bedrijfsleven, organisaties en verenigingen. Die uitbreiding met die bovenetage brengt bovendien met zich mee dat ons team groeit. We moeten nu een systeem bouwen om goed te roosteren, continu op te leiden en nog meer grip te krijgen op de geldstromen. HTC gaat ons daarbij helpen. Aan die uitdagingen hebben we de komende tijd de handen vol.” ■

ANALYSE

De ondernemers van Premier verlangen van hun medewerkers een gastvrije uitstraling.



STERKE PUNTEN

- De A-locatie: een horecaplein bij NS-station en Historisch Museum
- Ondernemers hebben veel ervaring, creativiteit en lef
- Investeren in café is continu proces
- Ondernemers hebben groot persoonlijk netwerk
- Café heeft veel lokaal publiek als vaste gast
- Gastvriendelijkheid staat zeer hoog op de agenda
- Café oogt door uitstraling en veranda zeer toegankelijk
- De eigenaren hebben een uitstekende kostenfocus
- Goede promotionele activiteiten

ZWAKKE PUNTEN

- Coaching en aansturing van het personeel
- Mogelijkheden om de keuken uit te breiden ontbreken

KANSEN

- Eigentijdse caféconcepten blijven het onderwaarde van constante vernieuwing redelijk doen
- Leveranciers zijn in huidige economische tijd meer bereid over contracten te onderhandelen
- Door toekomstgericht te blijven investeren, zal het aantal gasten toenemen

BEDREIGINGEN

- Minder toeristische bezoekers in de gemeente Ede bezorgen de lokale horeca minder omzet
- Recessie: prijzen en bestedingen staan onder druk
- Koffieconcepten vormen nieuwe concurrent voor de cafés en restaurants
- Strengere regelgeving overheden bemoeilijkt het ondernemerschap



De nieuwe bovenetage, dit jaar in gebruik genomen, met rookruimte.

CONCLUSIE

Door strikte scheiding in werkzaamheden van de twee ondernemers, ontstaat een sterke focus op zowel operatie (Eric) als organisatie (Hans). Door perfectionisme van Eric groeien omzet en resultaat nog elk jaar en blijft de kwaliteit van de service op hoog niveau. Dat is knap, want branchegemiddeld daalt de omzet in cafés met 10 tot 20 procent, terwijl Premier een groei van 20 procent realiseert.

De ondernemers tonen lef en ondernemerschap door niet te bezuinigen op noodzakelijke investeringen in pand, kwaliteit en marketing. Zo zorgen zij continu voor nieuwe aanwas van bezoekers. Daarnaast zorgt persoonlijke aandacht voor de gasten dat lokaal publiek graag blijft langskomen.

Een zeer sterke kostenfocus resulteert in hoge productiviteit/lage personeelskosten. Door groei voldoet de huidige organisatiestructuur echter niet meer. Een nieuwe organisatie is van groot belang om kwaliteit en groei te blijven waarborgen.

Inkoopkosten worden laag gehouden door regelmatig prijsonderhandelingen te voeren met leveranciers. De eigen wijnimport zorgt voor een prima prijs-kwaliteitsverhouding voor deze drank. Door kritisch te blijven, niet te bezuinigen op kwaliteit en service en toekomstgericht te investeren, zorgen de ondernemers er ook in de huidige moeilijke tijden voor dat er een bedrijfs-economisch gezond bedrijf staat.



Café Premier op een horecaplein in Ede, met de in 2008 gebouwde veranda als extra trekpleister.