



Johan Risseuw | Cees Kwakernaak

*Cees Kwakernaak, accountant: 'Is bij horeca de locatie alles bepalend?'*

Johan Risseeuw, eigenaar Café De Zaak:

# ‘Doe de dingen waar je enthousiast van wordt’

Rond tien uur stappen we **Café De Zaak** in Utrecht binnen. Ondanks het vroege tijdstip zijn er binnen al behoorlijk wat tafeltjes bezet en zelfs op het terras trotseert een enkeling de ochtendkou. Aan de lange tafel binnen zit een groepje mannen in pak. Onder het genot van een kop koffie zijn ze druk in overleg met elkaar. Aan de tafel naast ons is een mevrouw in de weer met haar laptop, terwijl ze ondertussen een boterham uit een plastic zakje haalt en vervolgens langzaam opeet.

Daarmee hebben we meteen één van de unieke karaktertrekken van Café De Zaak te pakken: “BYO” dat staat voor: “**Bring Your Own food**”. ‘Een tosti, een stuk appelgebak of een schaalpje nootjes kun je hier nog wel krijgen,’ aldus Johan Risseeuw, mede-eigenaar van Café De Zaak. ‘Maar daar houdt het wel mee op. Iedereen kan hier zelf eten mee naar toe nemen. Soms gewoon van huis, anderen halen iets bij één van de take-away-tentjes in de buurt of ze laten een pizza bezorgen. Geen enkel probleem.’ Toch is deze unieke formule niet de enige reden dat Café De Zaak goed draait. Meer dan goed zelfs.

## **Cees Kwakernaak (accountant): ‘Kun je iets over jezelf als ondernemer vertellen?’**

**Johan:** ‘Ik zit met Café De Zaak al 18 jaar op deze plek, middenin de binnenstad van Utrecht. Mijn zakelijk compagnon en ik hebben in de loop der tijd diverse andere horeca-ondernemingen geëxploiteerd, waaronder een werfkelder voor feesten en partijen en een restaurant. Vroeger had ik een enorme drang om te groeien. Dat kon toen ook. De economie was “booming” en het leek alsof alles wat we deden in goud veranderde. Tot het moment dat we een restaurant wilden openen. We kochten een voormalige discotheek en lieten dat pand verbouwen. Een echt budget hadden we vooraf niet bepaald, maar geloof me, zowel de aankoop van het pand als

de verbouwing kostte gigantisch veel geld. En dat moest dus eerst worden terugverdiend. Het was een prachtige zaak op een mooie plek in Utrecht, maar... zonder terras. Dat deed ons uiteindelijk de das om. Utrecht is een echte studentenstad en geen toeristenstad. In de zomer loopt het hier leeg. Zonder terras heb je dan bijna zes weken geen inkomsten, terwijl al je kosten wel doorgaan. Het was een dure les, maar ook een hele belangrijke.’

## **Cees: ‘Bij horeca is de locatie allesbepalend. Waar kies jij als ondernemer voor: een locatie waar meerdere horecagelegenheden zijn of een goedkopere plek “uit de loop” en investeer je meer in marketing?’**

**Johan:** ‘Volgens mij is op dat dilemma eigenlijk geen eenduidig antwoord te geven. Het hangt er maar net vanaf waar je als horecaonderneming gevestigd bent. Utrecht is een echte fietsstad, dus is goede parkeergelegenheid hier niet zo van belang. Dat kan in Den Haag, in Rotterdam of op het platteland weer anders zijn. En zoals ik zelf heb moeten ervaren: in Utrecht is een terras voor een horecaonderneming van levensbelang. Dus vanuit dat oogpunt kun je zeker stellen dat de locatie allesbepalend is, alleen kunnen de voorwaarden hiervoor enorm verschillen.’



Johan Risseeuw | Café De Zaak

**Cees: 'Wij zien als FACET allerlei ontwikkelingen in de horecabranche. Je moet bijvoorbeeld onderscheidend zijn, gastvrijheid en beleving worden steeds belangrijker. Hoe speel jij daar op in?'**

**Johan:** 'We zitten hier aan een groot plein en dat biedt volop mogelijkheden. Vanuit De Zaak organiseren we allerlei evenementen op dat plein, zoals een openlucht-opera, diverse fietsevenementen, een smartlappenfestijn, een discofestival en blues routes. We proberen waar mogelijk te participeren in bijzondere activiteiten, zoals dit jaar de start van de Tour de France begin juli en Koningsdag. De concurrentie in de binnenstad is behoorlijk toegenomen. Ik zie vooral veel nieuwe lunch- en koffiezaakjes. De afgelopen twee jaar zijn hier op het plein drie horecabedrijven bij gekomen. Dat heeft voor- en nadelen. Tja, als ik eerlijk ben, ik vond het fijner om hier alleen te zitten. Maar als ondernemer moet je omgaan met de realiteit. We hebben nu met elkaar een stichting opgericht zodat we een aantal evenementen gezamenlijk kunnen organiseren. Voordeel hiervan is dat we de investeringen en de verantwoordelijkheid kunnen delen en dat we dan wat meer kunnen doen dan wanneer je het in je eentje moet organiseren.'

**Cees: 'Concurrentie is goed, dat houdt je als ondernemer scherp. Hoe ga jij daarmee om? Ga je bijvoorbeeld mee in de trend om klanten op prijs binnen te halen of blijf je vasthouden aan waar je voor staat en waarin je gelooft?'**

**Johan:** 'Oh, zonder twijfel het laatste. Ik geloof niet in happy hours of twee drankjes voor de prijs van een.'

*'De vraag naar cola neemt af, de vraag naar biologische appelsap neemt toe'*



**Cees: 'Wat is dan het geheim van het succes van De Zaak?'**

**Johan:** 'Ik denk dat het vooral komt door de sfeer die hier hangt. Iedereen voelt zich hier thuis. Onze doelgroep is heel breed en gevarieerd. Er komen studenten, ouderen die achter een rollator lopen, zakenmensen die wat willen werken, moeders met kinderen, toevallige passanten, noem maar op. Aan de overkant zit het gemeentehuis, ook van daaruit hebben we aanloop. Of mensen gaan op ons terras zitten om naar de bruidsparen te kijken. Het geheim is denk ik vooral dat we authentiek zijn. Het is het hele pakket: onze uitstraling, de mensen die hier werken, de inrichting maar zeker ook onze manier van ondernemen. [lachend] We zijn soms een tikkeltje eigenwijs...

Natuurlijk is ons Bring Your Own food-concept ook een deel van het succes. Het idee zelf is trouwens uit noodzaak geboren. Als we hier eten hadden willen serveren, dan hadden we een keuken moeten plaatsen, maar daarvoor hebben we simpelweg de ruimte niet. Ook moet je dan voldoen aan allerlei regels op het gebied van hygiëne, je hebt te maken met voorraadbeheer, met extra personeel, noem maar op. En dan is het nog maar de vraag of het allemaal rendabel te krijgen is. We zijn eigenlijk stilzwijgend met Bring Your Own food begonnen en in de loop der tijd is het steeds meer ontdekt. Nu hebben we elke middag een drukke lunch met mensen die elders hun broodje halen en dat hier komen opeten en wij serveren het kopje koffie erbij.'

**Cees: 'De trendgevoeligheid in jullie branche neemt steeds meer toe, maar die trends zijn vaak ook zo weer voorbij. Wat zijn volgens jou de belangrijkste trends binnen horeca?'**

**Johan:** 'Ik zie het assortiment sterke drank steeds vaker wisselen, dat was vroeger niet zo. Dan had je vooral de grote merken in huis en meer niet. Het zijn nu vooral kleinschalige,

bijzondere merken waar klanten om vragen. Dat geldt ook voor de frisdranken. De vraag naar cola neemt af, de vraag naar biologische appelsap neemt toe. Ik zie vooral een trend richting authenticiteit, kwaliteit, microbrouwerijen, biologische producten, noem maar op. Dat is een trend die volgens mij onomkeerbaar is. Ik juich dat ook erg toe. Wij gaan bijvoorbeeld niet mee in de trend van de populaire zomerdrankjes. Dat is dan toch dat eigenwijze in ons, denk ik. We doen liever dingen waar we zelf enthousiast van worden. Zoals ons eigen bier brouwen.'

**Cees: 'Wat zou je andere ondernemers willen meegeven?'**

**Johan:** 'Mijn motivatie als ondernemer is nu heel anders dan vroeger. Toen ging het om groter groeien en om veel geld verdienen. Stilstaan is voor mij nog steeds geen optie, maar nu kijk ik veel meer naar wat bij me past. Daar komt die authenticiteit weer terug. Dat heb ik overigens vooral geleerd van de dingen die niet goed zijn gegaan. Wat ik ook heel belangrijk vind, is dat ondernemers iets heel anders doen naast hun reguliere werk. Dat kan een hobby, een studie of vrijwilligerswerk zijn. Dat zorgt er namelijk voor dat je niet een "over focus" krijgt op je bedrijf. En het maakt je uiteindelijk een betere ondernemer.'



## Belangrijkste ontwikkelingen in de horecabranche:

- Consumenten en bedrijven blijven kritisch op hun uitgaven
- Het is belangrijk om onderscheidend te zijn
- Gastvrijheid en beleving worden belangrijker
- Trendgevoeligheid neemt toe, maar de levensduur van trends neemt af
- Branchevervaging, detailhandel, supermarkten, tankstations en meubelwinkels verkopen min of meer dezelfde horecaproducten of krijgen ook een horecafunctie
- Meer aandacht voor duurzaam, gezond (superfoods), biologisch

### Café De Zaak

Korte Minrebroederstraat 9  
3512 GG Utrecht  
[www.dezaak-utrecht.nl](http://www.dezaak-utrecht.nl)