

LUNCHROOM

VAKINFORMATIE VOOR HORECAONDERNEMERS IN DAGZAKEN WWW.LUNCHROOM.NL

Man Met Bril Koffie
opent in Rotterdam

Lunchroomketen uitgelicht:
het Belgische Lunch Garden

Recht op huurprijsherziening
hoe werkt dit eigenlijk?

ps
Lunchroom

JAARGANG 24 • 2023

#1

**KIMBERLEY VONK HELPT ALMERE
AAN VEGAN LUNCHES**



Drie goede redenen om over te stappen op **CO2 neutraal tafelwater.**

1
Je marge verhogen

2
Het milieu helpen

3
Schoon drinkwater in Kenia doneren

Duurzaam ondernemen is winst voor iedereen

Meer weten? Bel 06 236 922 77 of kijk op ecotapwater.nl



ISSN: 1567-5092

Lunchroom
Leijensweg 111 F
3721 BC Bilthoven
tel. (030) 251 22 70
info@uitgeverijps.nl
www.lunchroom.nl

Het team van Lunchroom:

Uitgever

Paul Sprakel
paul.sprakel@uitgeverijps.nl

Redactie

David Bakker
david.bakker@uitgeverijps.nl

Juan Kort

Juan.kort@uitgeverijps.nl

Vormgever

BuroDaan, Markelo

Aan deze uitgave werkten mee

LOFF Advocaten

Voor abonneemanten

info@uitgeverijps.nl
(030) 251 22 70

Abonnementen kunnen op elk gewenst tijdstip ingaan. Alle abonnementen lopen tot 1 januari en worden automatisch verlengd, tenzij uiterlijk vóór 1 november schriftelijk wordt opgezegd. De abonnementsprijs bedraagt € 52,- excl. BTW (7 edities) voor binnenlandse abonnementen. Abonnementen buitenland: € 109,- excl. BTW (7 edities). Abonnementprijs vanaf 01/01/2023.

Copyright

Alle rechten voorbehouden. Niets uit deze uitgave mag worden veeelvoudigd, opgeslagen in een geautomatiseerd gegevensbestand of openbaar gemaakt, hetzij elektronisch, mechanisch, door fotokopieën, opnamen, of enig andere wijze, in elke vorm, zonder voorafgaande schriftelijke toestemming van de uitgever.

De informatie in deze uitgave is met grote zorg samengesteld. Redactie en uitgever kunnen niet verantwoordelijk worden gehouden voor onverhoopte fouten of onjuistheden, noch voor onvolledigheid van de informatie. Zij aanvaarden geen aansprakelijkheid voor eventuele gevolgen. Indien u foto's of ander beeldmateriaal en teksten ten behoeve van publicatie naar ons toestuurt, verklaart u daarmee dat het ons vrijstaat zonder enige beperking tot publicatie daarvan over te gaan en dat er geen rechten van derden zijn die zich daartegen verzetten. In voorkomend geval zult u Uitgeverij PS: bv vrijwaren van alle aanspraken van derden.

Lunchroom is een uitgave van Uitgeverij PS: bv



BARMHARTIGHEID EN ELEGANTIE

2023. Volgens Chinezen het jaar van het Konijn. In hun cultuur staat het konijn onder meer symbool voor barmhartigheid en elegantie. Nu is het hopen dat horecaondernemers minder barmhartigheid nodig hebben dan voorgaande jaren. 2022 begon in een lockdown, dit jaar is alles weer anders. Bij het woord 'corona' wordt weer langzamerhand de associatie met bier gemaakt en vorig jaar heeft de horecasector volgens ING een omzet gerealiseerd van 25,9 miljard euro. Dat is iets meer dan in het laatste jaar vóór de pandemie. Dat betekent helaas niet dat er ook meer winst wordt gemaakt. De kosten voor energie, personeel, huur en inkoop stegen namelijk ook hard. De horecaondernemers zitten echter niet bij de pakken neer. Alle uitbaters die ik in heel het land spreek, weten als een circusartiest de bordjes met stokjes in de lucht te houden. Waarbij elk bordje staat voor een andere uitdaging.

Uiteindelijk bestaat het leven uit golfbewegingen. Alles is tijdelijk, zo ook de crises. Energie wordt weer goedkoper en de hogere cao-lonen binnen de sector is iets positiefs. Het maakt het horecavak aantrekkelijker en geeft waardering aan de mensen waar je mee werkt. Volgens ING zal de horeca de hogere kosten grotendeels moeten doorberekenen aan de gasten om marge over te houden. Hierdoor is de verwachting dat horecabezoekers dit jaar te maken krijgen met prijsstijgingen van ten minste 3 procent. Dit terwijl de prijzen in 2022 al gemiddeld 8,6 procent

hooger lagen dan het jaar daarvoor. Een kapitaalinjectie aan de kant van de gasten is nodig om het hart van de branche te laten blijven kloppen.

**“WE WORDEN
EINDELIJK WEER
OVERSPOELD DOOR
SOLLICITANTEN”**

Uit de reacties van Het Lunchroompanel waren onlangs geluiden te horen dat het weer makkelijker is om de roosters vol te krijgen. Van “We worden eindelijk weer overspoeld door sollicitanten” tot “Gedreven door de onzekerheid van de crisis blijven werknemers langer aan en kiezen ze voor een vaster dienstverband.” Het is een goed begin, maar Nederland blijft een parttime land. De dure kinderopvang, toeslagen die de bereidheid om meer te verdienen afremt en hoge belastingen belonen fulltime werken te weinig. Hierdoor zijn we zelfs koploper parttimewerken in Europa. Den Haag moet zodoende aan de touwtjes trekken en zorgen voor een fulltimevriendelijker klimaat in dit prachtige land.

JUAN KORT

REDACTEUR LUNCHROOM
JUAN.KORT@UITGEVERIJPS.NL

WWW.LUNCHROOM.NL

Volg ons op twitter  en facebook 

INHOUD

#1

IN DIT NUMMER

THEMA'S

- 05** Cijferwerk
- 06** Pas geopend
- 11** Productnieuws

INTERVIEW

- 09** Kimberley Vonk,
The Black Cockatoo

ONDERNEMEN

- 12** Wet- en regelgeving
- 14** Franchiseketen uitgelicht

ONLINE

Meest gelezen:

- 5 interessante innovaties te vinden op de Horecava 2023
- Gabriella Ficarelli wint eerste NK Lekkerste Pasta
- Het land in: Ria Joosten weet met drie dagzaken uitdagingen effectief te tackelen
- Verhoog omzet en marge met deze 19 tips voor een succesvolle alcoholvrije kaart
- Bagels & Beans lanceert nieuwe menukaart

LUNCHROOM.NL



08

INTERVIEW KIMBERLEY VONK, THE BLACK COCKATOO

Kimberley studeerde Vrijetijdsmanagement maar is nu eigenaar van The Black Cockatoo; de eerste vegan lunchroom in Almere. Tijdens de vijf weken durende campagne van de crowdfundingactie haalde zij 35.000 euro op. Bekenden en onbekenden bleken haar te willen steunen en het plantaardige concept toe te juichen. De crowdfundingactie blijkt bovendien ambassadeurs uit de omgeving te creëren. In het interview vertelt zij verder hoe de eerste vegan lunchroom van Almere is ontvangen en hoe ze ervoor zorgt geen boekhouder nodig te hebben.





12 WIJZIGING VAN DE HUUR- PRIJS VAN JE LUNCHROOM, HOE ZIT DAT OOK AL WEER PRECIES?

Een van de grootste kostenposten waar horecaondernemers mee te maken krijgen is de huur. Wat kun je doen als je plots te maken krijgt met een buitensporige huurverhoging? Alex Prascevic en Eefje Ruiter, advocaten bij advocatenkantoor LOFF, delen alle ins en outs hiervoor.



FRANCHISEKETEN UIT- GELICHT: HET BELGISCHE LUNCH GARDEN

Een nieuwe rubriek van dit blad: Franchiseketen uitgelicht. Hierin licht Lunchroom de bekende en onbekende franchiseketens binnen de horecadagzaken uit. Van bedragen over het instappgeld en royalitypercentages tot informatie over het concept en de historie. Dit keer het Belgische Lunch Garden dat meer dan zestig vestigingen heeft, maar (nog) niet in Nederland.

CIJFERWERK

De horeca wordt steeds duurder als gevolg van toenemende kosten. In 2022 lagen de prijzen al gemiddeld **8,6 procent** hoger dan een jaar daarvoor. Ook dit jaar zal de horeca de hogere kosten grotendeels moeten doorberekenen aan de gast om marge over te houden. De verwachting is dat horecagasten dit jaar te maken krijgen met prijsstijgingen van ten minste **3 procent**. Dit meldt Sjuk Akkerman, Sectorspecialist Services & Leisure bij ING. In 2022 heeft de horecasector een omzet gerealiseerd van **25,9 miljard euro**, dat is iets meer dan in het laatste jaar vóór de pandemie. Dat er meer geld binnenkomt, betekent niet dat er ook meer winst wordt gemaakt.



TWEEDE BAGELS & BEANS VESTIGING IN TILBURG

Antonio Meijer opende op 30 januari zijn tweede Bagels & Beans vestiging in de Spoorzone vlak bij het centraal station in Tilburg. Antonio: “Er is in een stad als Tilburg gewoon ruimte voor een tweede Bagels & Beans. Met de gekozen locatie aan het Burgemeester Stekelenburgplein hebben we een goede keuze gemaakt om ook van deze vestiging een succes te maken.”



PAS GEOPEND

Door de jaren heen heeft hij de lunchcultuur in Nederland zien veranderen. “Wij hebben van origine geen lunchcultuur zoals je dat bijvoorbeeld in Zuid-Europa of de VS ziet. Toch is dat al een tijdje aan het veranderen en wordt er in Nederland ook veel buiten de deur geluncht. Wat mij verder opvalt is dat er meer eetmomenten komen buiten het traditionele ontbijt en lunch. Gasten eten meer op andere momenten van de dag en ik vind dat wij daar met Bagels & Beans goed op inspelen.” Met de openingstijden past de nieuwe vestiging zich volledig aan de natuurlijke habitat van het flora en fauna rondom het stationsgebied aan. “Doordat we op doordeweekse dagen eerder open en later dicht gaan dan op de Oude Markt, voorzien we in de behoefte om vanaf 07.30 te komen ontbijten of koffie te drinken. Omdat we ook pas om 18.30 sluiten is het mogelijk voor gasten om eventueel na werk nog langs te komen om wat te eten of te drinken.”

De twee vestigingen van Antonio liggen hemelsbreed ongeveer 1 kilometer van elkaar vandaan, maar begeven zich beiden in een totaal andere wereld. Zeg je Oude Markt dan zeg je drukke weekenden en veel winkelend publiek. Terwijl de vestiging aan het Burgemeester Stekelenburgplein zich zal kenmerken door drukere doordeweekse reisdagen en meer behoefte aan takeaway. Maar, zoals Antonio zelf zegt: “Het blijft koffiedik kijken natuurlijk. Wat ik wel zeker weet is dat we er samen weer een succes van gaan maken en iedere gast vrolijker laten weggaan dan hij of zij binnenkwam.” **LF**

“DE LUNCHCULTUUR IS IN NEDERLAND AAN HET VERANDEREN”

5 voordelen van vega(n) op de menukaart

slim
ondernemen

voor professionals
die vooruit willen

Steeds meer horecazaken spelen in op plantaardige gerechten en minder vlees. Niet zonder reden. Want één ding is zeker: om vega(n) kan niemand meer heen. Ontdek de voordelen:

1

De veganist of vegetariër wordt jouw ambassadeur

Met plantaardige gerechten op de kaart, spreek je in de eerste plaats nieuwe, vegan of vegetarische gasten aan. Maar via hen ook andere gasten. Want: liefhebbers van plantaardige gerechten spelen in groepen een doorslaggevende rol, bied je geen vega(n) opties dan gaan ze ergens anders naartoe.

2

Plantaardig is extra onderscheidend

Gasten gaan graag uit eten voor gerechten die ze thuis niet – of minder snel – zelf kunnen maken. Plantaardige producten bieden volop inspiratie om je gasten te verrassen. Geef bijvoorbeeld een vegetarische twist aan een klassieker die normaal met vlees of vis bereid wordt.

3

Meer plantaardig is gezond voor je gast

Maak het voor gasten mogelijk om meer volkoren graanproducten, peulvruchten, groenten, fruit en noten te eten. Een eetpatroon van meer plantaardig en minder vlees is goed voor de algemene gezondheid.

4

Seizoensgroenten zijn extra duurzaam

Seizoensgroenten zijn bij uitstek op hun best in het seizoen: smaakvol en gezond. En meestal verkrijgbaar van lokale telers. Daardoor zijn ze gemakkelijk en duurzamer te leveren en ook nog eens goedkoper in te kopen.

5

Je draagt bij aan een beter milieu

De horeca kan een belangrijke bijdrage leveren aan een beter milieu. Op dit moment eten we in Nederland 60% dierlijke producten en 40% plantaardig. Die verhouding moet zijn omgedraaid, willen we de klimaatdoelen van 2030 behalen.



daarom Slimme Keuken

- ✓ 40% minder arbeidsuren in de keuken
- ✓ Minimaal 65% marge per gerecht
- ✓ Behoud van kwaliteit en gasttevredenheid
- ✓ Gemakkelijk wisselen van gerechten
- ✓ Minder derving en waste

snel - en slim - aan de slag?

Met het foodconcept Slimme Keuken wissel je gemakkelijk van kaart en heb je altijd inspiratie voor een onderscheidend gerecht. Voor elke gast. Kies uit volledig vegetarisch, geef je eigen plantaardige twist aan bestaande gerechten of geef een optie van vlees en vis. Alle recepten van Slimme Keuken zijn speciaal ontwikkeld om tijd te besparen in de keuken en marges te verhogen. Daardoor bereik je meer met je huidige team of behoud je een constant niveau met minder keukenpersoneel.



vraag meer informatie aan:

Scan de QR-code of ga naar sligro.nl/slimmekeuken



Groots in genieten

“IK HEB
DAARDOOR **GEEN**
BOEKHOUDER
NODIG”

FACTS & FIGURES

Prijs koffie: 3 euro

Prijs frisdrank: 3,50 euro

Hardloper (eten) en prijs: Smashed Avocado
Toast voor 8,45 (in 2022)

Gemiddelde omzet per bon: 9,17 euro

Omzetverhouding drinken/eten: 38 procent
drinken/62 procent eten (waarvan
12 procent taart)

Aantal zitplaatsen binnen: 32

Aantal zitplaatsen buiten: 16

Oppervlakte zaak: 100 m² (incl. keuken en
voorraadruimte)

Oppervlakte terras: 11 m²

Als eerste ondernemer een vegan lunchroom beginnen in Almere. Een gat in de markt of hebben de Almeerders weinig behoefte aan plantaardig eten? Kimberley Vonk (35) nam de proef op de som en opende in augustus 2018 The Black Cockatoo. Lunchroom bezoekt de bevlogen ondernemer in haar eigen zaak.

AUTEUR – JUAN KORT

Het land in:

KIMBERLEY VONK OPENDE DE EERSTE VEGAN LUNCHROOM VAN ALMERE

Midden in het centrum van Almere Stad aan de buitenkant van de Bottelaarpassage verwelkomt Kimberley al ruim vier jaar haar gasten met enkel vegan opties op de menukaart. Omdat de lunchroom zich in een hoekpand bevindt, heeft het grote raampartijen. Dat is ook wat de eigenaar zo aantrok aan deze locatie. “Ik had Vrijetijdsmanagement gestudeerd en werkte als freelance marketing- en eventmanager, maar ik wilde altijd iets voor mezelf beginnen. Daarom begon ik in mijn studententijd een onderneming in cupcakes, waarbij ik de producten verkocht op markten en voor bruiloften. Na mijn studie ben ik daarmee gestopt, waarna ik begon te werken als freelance marketing- en eventmanager. Horecaervaring had ik op

het niveau van bediening en barista, niet op managementniveau. Toen ik toch besloot om mijn eigen horecazaak te beginnen en ik dit gezellige hoekje tegenkwam met grote raampartijen, ben ik snel een crowdfundingactie gestart.”

CROWDFUNDACTIE

De campagne van de actie duurde vijf weken. Kimberley vertelt daarover: “In totaal werd er 35.000 euro opgehaald, waarvan 3.000 euro bestond uit tegoedbonnen van 50 euro per stuk voor een lunch voor twee personen. Gezien een lunch voor twee personen hier minder dan 50 euro kost, was het extra geld dat zij hebben betaald een donatie. Bekenden die mij wilden steunen hebben dat gedaan en onbekenden die het plantaardige concept toejuichten. De overige opgehaalde 32.000 euro bestaat uit leningen. Met een crowdfundingactie creëer je ambassadeurs – vaak uit de omgeving – voor je zaak. Zij hebben niet alleen financieel belang in de onderneming, ook promoten ze het, bezoeken ze het vaak en denken ze mee.

Dat is allemaal erg mooi meegenomen. Daarnaast heb ik zelf nog 20.000 euro bijgelegd.” Daarmee was het geld om de lunchroom te beginnen binnen.

OPENING

In augustus 2018 kwam de droom van Kimberley uit. De deuren van haar Black Cockatoo, de eerste vegan lunchroom in Almere, openden. Een plek waar volgens de eigen website alles met liefde bereid wordt met waar mogelijk biologisch en lokaal geproduceerde producten. Bezoekers kunnen er onder andere brownies, chocolate chip cookies, bananenbrood, toasts en bowls bestellen. Op bestelling maken zij ook zelf vegan taarten. De eerste bezoekers reageerden heel enthousiast. “Iedereen was blij. We hoorden heel vaak ‘Zo fijn dat jullie er zijn’ van de gasten. We onderscheiden ons van de rest in de omgeving door het plantaardige concept, je ziet hier veel horecazaken die schnitzels, kipsaté en broodje kip kerrie op het menu hebben staan. Ik kan wel zeggen dat het een gat in de markt is. Ook zijn wij hier

“MET EEN CROWDFUNDACTIE CREËER JE AMBASSADEURS VOOR JE ZAAK”



de enige zaak met een kinderhoekje. Vroeger moest ik voor dit alles naar Amsterdam rijden”, zegt de ondernemer, die zelf grotendeels opgegroeide in Almere en er nu nog steeds woont.

ADMINISTRATIE

Wat het haar makkelijker maakt, zijn de online programma's voor de administratie. “De boekhouding doe ik via e-Boekhouden.nl, de salarisadministratie met Employes en Eitje helpt mij met het maken van de roosters en de urenregistratie. Ik heb daardoor geen boekhouder nodig, maar dat komt ook omdat de bedrijfsleider accountant is geweest. Eerst liet ik alles door een Payrollbedrijf doen, waarbij het personeel voor mij werkte maar werknemers waren voor het Payrollbedrijf. Je werft dan zelf het personeel, bepaalt het salaris en je hebt zeggenschap over de werknemers, maar de payrollwerkgever neemt alle werkgeverslasten op zich en ontzorgt je. Dat kostte mij toentertijd 76 procent extra bovenop het bruto salaris. In de opstartfase van een bedrijf is het een veilige maar erg dure optie. Bovendien kwam ik erachter dat de manier hoe zij contracten aangaan met werknemers, erg goedkoop voor ze is en ik zelf ook kan realiseren.”

UITDAGINGEN

Ondertussen zou ze zich zulke kosten niet meer kunnen permitteren. Ook voor haar is alles duurder geworden vertelt ze: “Het zou fijn zijn als het stroom en de inkoop goedkoper worden. Ik heb de prijzen wel verhoogd vanwege de inflatie. We zijn echter niet duurder dan andere lunchrooms in deze omgeving, ook niet duurder dan niet vegan zaken. Ik heb

PRIVÉ:

Leeftijd: 35

Woonplaats: Almere

Kinderen en partner: twee dochters van twee en zes jaar, getrouwd

Opgegroeid in: eerste levensjaren in Bussum, daarna Almere

Opleiding: hbo Vrijtijdsmanagement aan de NHTV in Breda

Hobby's: bakken en kleding maken

verder geen gasaansluiting, ik kan alleen met de airco verwarmen. Het variabele energiecontract is dit jaar met 50 procent verhoogd, van 400 naar 600 euro per maand.” Een probleem waar Kimberley in mindere mate last van ondervindt is het personeelstekort. “Veel mensen willen hier werken omdat het een niche is. Via via komen daardoor ook veel personeelsleden binnen. Niet iedereen is vegan, maar zij zijn wel allemaal welkom. Ik inspireer hier ook mensen vegan te eten, terwijl ik het er niet te dik bovenop leg.

Alleen op de kaart staat klein vermeld dat de gerechten plantaardig zijn. Zelf ben ik niet veganistisch maar vegetarisch. Het leek mij makkelijker om enkel plantaardige opties op de kaart te zetten, zodat er geen vergissingen kunnen ontstaan. Het is hier nu duidelijk waar je aan toe bent en daarnaast vind ik het betere producten. Roomboter wordt namelijk weer hard na het bakken, zonnebloemolie niet. Met een volledig veganistisch menu kan iedereen hier eten. Moslims, vegetarische Hindoestanen, vegetariërs en vegans.” Al die bezoekers kunnen er ook terecht voor vegan taarten. “We zijn de enige zaak in Almere die vegan taarten verkoopt. De verkoop ervan loopt erg goed en de marges zijn hoog. Een vegan taart bakken kost niet meer tijd dan een gewone taart bakken, zelfs minder. Wel ben ik erachter gekomen dat helaas niet iedereen kan bakken. Ik dacht dat het zo simpel is en dat iedereen het wel kan. Dat is niet zo”, legt Kimberley uit.

Ze sluit af met de volgende helpende woorden: “Het zou fijn zijn als er meer van dit soort plekken in Almere waren. Als iemand iets wil beginnen in deze stad of in de buurt help ik hem of haar graag. Nieuwe ondernemers bellen mij vaker met vragen over personeelszaken, loonadministratie, financiering, crowdfunding en waar de inkopen te doen. Ik doe dat zelf bij Bidfood vanwege het grote vegan assortiment.” **LF**





ALCOHOLARME CHOUFFE

Inspeland op de alcoholvrije trend lanceerde Brouwerij Achouffe een alcoholarme Chouffe. Verfrissend, smaakvol en kruidig met de typische fruitigheid die we van de Chouffe bieren gewend zijn. Alcoholarm, waardoor het op elk moment gedronken kan worden. Chouffe 0,4 procent is al beschikbaar voor de horeca in 33cl flessen. **Van de Moortele**, chouffe.com.

SCHOUTEN INTRODUCEERT PLANTAARDIGE VISFILET

Schouten Europe introduceert een plantaardige visfilet. Vervangers voor vis zijn sterk in opkomst. Het aantal introducties in supermarkten in West-Europa is de laatste twee jaar exponentieel gegroeid. Het Giessense familiebedrijf biedt haar innovatie aan binnen de retailmarkt en out-of-home kanaal. De plantaardige visfilet



van Schouten weegt 120 gram en heeft een basis van tarwe en rijst. Het is een luchtig product waarbij het goed gelukt is om de smaak en textuur van kabeljauw na te bootsen. Het heeft een krokant laagje, gecombineerd met een zachte binnenkant. De filet kan gegeten worden bij de warme maaltijd, op een broodje of als 'fish and chips'. **Schouten Europe**, schoutenfood.com.



MARIE-STELLA-MARIS REFILLEN

Marie-Stella-Maris zet nog meer in op refillen in 2023. Naast dat het merk haar sociale impact wil vergroten, wil Marie-Stella-Maris haar impact op het milieu verkleinen. Het lifestyle merk richt zich al jarenlang op de ontwikkeling van kwalitatieve verpakkingen met een tijdloos design die lang meegaan en die je eindeloos zijn kunt navullen. Met navullen bespaar je afval, beperk je de CO₂-uitstoot en dus impact op het milieu. Naast het aanbod in refill-verpakkingen dient elke Marie-Stella-Maris winkel ook direct als een Refill Station. Men kan bij de Refill Bar bijna het hele assortiment navullen. **Marie-Stella-Maris**, marie-stella-maris.com.

0% EN 5% BIOBUBBELS

Dry January is ondertussen voorbij, maar als het aan Time to Sparkle ligt drinken we het hele jaar door verantwoord en bewust. De importeur van kwaliteitsbubbels brengt de biologische 0 procent en 5 procent mousserende wijnen van Moderato exclusief naar Nederland. Time to Sparkle biedt hiermee een alternatief van hoge kwaliteit voor mensen die minder of geen alcohol willen drinken. De missie van de oprichtsters is om mensen te inspireren om vaker een kwaliteitsbubbel te drinken en met deze aanwinsten kan iedereen deelnemen aan een bubbelmoment.

Time to Sparkle, timetosparkle.nl.



Wijziging van de huurprijs

VAN JE LUNCHROOM, **HOE ZIT DAT** OOK AL WEER PRECIES?

De huur die je verschuldigd bent voor het pand waarin je jouw horecabedrijf exploiteert, maakt in de regel een fors onderdeel uit van je kostenstructuur. Het is cruciaal er voor te waken dat de kosten in verhouding staan tot de omzet die wordt gegenereerd en juist deze kostenkant staat de laatste tijd als gevolg van onder meer stijgende inkoop- en personeelskosten enorm onder druk.

In dit kader behandelden we in onze bijdrage van november 2022 het mogelijke effect van de huidige torenhoge inflatie op de jaarlijkse huurprijsindexatie en de vraag wat je als huurder van een horecaruimte kunt doen tegen een op basis van de consumentenprijsindex (CPI) berekende buitensporige huurverhoging. Een van de opties die daarbij is genoemd is het recht op huurprijsherziening, maar hoe werkt dit eigenlijk?

Het uitgangspunt is dat partijen – huurder en verhuurder dus - vrij zijn in het vaststellen en wijzigen van de huurprijs voor zogenoemde 290-bedrijfsruimte. Het gaat hier om voor het publiek toegankelijke ruimten voor rechtstreekse levering van zaken of diensten, zoals een restaurant, een café, maar ook een lunchroom. Het recht op huurprijswijziging is een (semi-)dwingend recht, wat betekent dat hier niet ten nadele van de huurder in het huurcontract van mag worden afgeweken

tenzij de rechter daaraan zijn goedkeuring heeft gegeven. Zonder deze goedkeuring, is een afwijking in het huurcontract ten nadele van huurder vernietigbaar. Op deze vernietigbaarheid kan alleen door de huurder een beroep gedaan worden.

Het recht op huurprijsherziening is geregeld in de wet. Zowel huurder alsook de verhuurder kan vorderen dat de rechter de huurprijs nader vaststelt indien die niet langer overeenstemt met de huurprijs van vergelijkbare bedrijfsruimte ter plaatse. Het is een recht waar afhankelijk van de omstandigheden de huurder óf de verhuurder zijn voordeel mee kan doen en het kan dus leiden tot een verhoging van de huurprijs maar ook juist tot een verlaging. Om de kans te verkleinen dat je als huurder na het doorlopen van een huurprijsherzieningsprocedure en het maken van de daarmee gemoeid gaande kosten, geconfronteerd wordt met een huurverhoging is het verstandig om voraftgaand eerst zelf een verkennend onderzoek te doen naar de huurprijs die huurders van bedrijfsruimten in jouw omgeving betalen. Als de uitkomst hiervan is dat de huren die je burens betalen aanzienlijk lager liggen dan die van jou, dan is dit richtinggevend voor het antwoord op de vraag of een huurprijsherziening zinvol is en je het daadwerkelijk het gewenste voordeel op kan leveren.

MOMENT VAN INDIENEN

Verhuurder en huurder zijn zoals aangegeven vrij om bij het aangaan van een huurovereenkomst een huurprijs overeen te komen. De vordering tot het (nader) vaststellen van de huurprijs kan dan ook niet daags na het aangaan van de huurovereenkomst of op ieder willekeurig moment worden gedaan. Dit kan namelijk pas na afloop van de (initiële of verlengde) overeengekomen duur van de huurovereenkomst. Dit betekent dat bij een huurovereenkomst in lijn met de gebruikelijke termijnen bij de huur van horecaruimte, namelijk een duur van vijf plus vijf jaar, de huurprijs na afloop van de initieel overeengekomen eerste periode van 5 jaar nader kan worden vastgesteld. Is de eerste huurperiode langer, bijvoorbeeld 10 of 20 jaar, dan kan pas na ommekomst van die periode een nadere huurprijsvaststelling worden gevorderd. Is er sprake van een huurovereenkomst voor onbepaalde tijd, dan kan het telkens wanneer tenminste vijf jaar zijn verstreken sinds de dag waarop de laatste door partijen of de rechter vastgestelde huurprijs is ingegaan. Herziening van de huurprijs zoals hier bedoeld is in beginsel dus niet mogelijk tijdens een lopende (vaste) huurperiode.

Een vordering tot vaststelling van een nadere huurprijs moet onderbouwd worden met een deskundigenadvies. Uit-





gangspunt hierbij is dat huurder en verhuurder in gezamenlijk overleg één of meer deskundigen benoemen. Komen zij daar in onderling overleg niet uit, dan kan de rechter op verzoek van een van de partijen een deskundige aanwijzen. De huurprijs waartoe de deskundige adviseert moet gebaseerd zijn op de gemiddelde huurprijs van vergelijkbare bedrijfsruimte ter plaatste, zoals die hebben gegolden in een tijdvak van vijf jaar voorafgaand aan het instellen van de vordering. Bij bepaling van de geadviseerde huurprijs wordt dus gekeken naar de huurprijs die in de markt wordt betaald voor vergelijkbare bedrijfsruimte. Belangrijk is het om hierbij te realiseren dat deze vergelijking zich niet enkel op horecaruimte hoeft te richten, ook andere detailhandelsbedrijfsruimte zoals bijvoorbeeld kledingwinkels – met een in de regel hogere huurprijs dan horecaruimte – mogen hierin betrokken worden.

Een tweede aandachtspunt is het feit dat bij bepaling van een nadere huurprijs rekening wordt gehouden met de huurprijzen over een periode van vijf jaar. Met toepassing van deze referentieperiode heeft de wetgever willen voorkomen dat nadere vaststelling van de huurprijs teveel wordt beïnvloedt door conjuncturele schommelingen, die anders mogelijk zouden kunnen leiden tot plotselinge en excessieve huurprijswijzigingen. Een bescherming dus voor huurders in tijden van snel stijgende markthuren, maar – andersom beschouwd – een nadeel voor huurders in tijden van sterk dalende markthuren.

Bij het beoordelen van de vergelijkbaarheid van panden wordt onder meer rekening gehouden met factoren als de ligging, grootte, indeling en bereikbaarheid, maar ook de vraag of de huurprijzen van de (op zichzelf) vergelijkbare bedrijfsruimten al dan niet aan een vrije ontwikkeling van

het huurprijsniveau zijn onttrokken. Denk in dit laatste geval aan de situatie waarbij een verhuurder een monopoliepositie in een stad of aan een marktplein heeft. In een dergelijk geval kan een rechter oordelen dat andere, buiten het monopoliegebied gelegen panden in de vergelijking betrokken moeten worden.

De invulling van het begrip ter plaatse hangt af van de hoeveelheid vergelijkingspannen in de buurt van het gehuurde. Uitgangspunt is dat de vergelijkingspannen bij elkaar in de buurt dienen te liggen. Als het gehuurde een horecapand is, dan moet in eerste instantie worden gezocht naar vergelijkingspannen binnen hetzelfde horecagebied. Als er in de buurt onvoldoende vergelijkingspannen zijn, moet worden bekeken of ergens anders op een vergelijkbare locatie vergelijkingspannen beschikbaar zijn.

De rechter baseert zich bij de vaststelling van de huurprijs in de regel op het uitgebrachte deskundigenadvies. Hij is hier echter niet aan gebonden en kan hier – uiteraard wel gemotiveerd – vanaf wijken. Mocht het niet mogelijk zijn om de rechter – wegens bijvoorbeeld het ontbreken van voldoende vergelijkingspannen – van een voldoende onderbouwd deskundigenadvies te voorzien, dan maakt de rechter een schatting aan de hand van de gegevens die hem wel ter beschikking staan. De uitkomst van een herzieningsprocedure laat zich – zeker in dat geval – lastig voorspellen. Ingangsdatum nieuwe huurprijs

Uitgangspunt is dat de nadere vastgestelde huurprijs geldt vanaf de dag waarop de huurprijsherziening is gevoerd. Dit betekent dat de herziene huurprijs vanaf het moment van vaststelling met terugwerkende kracht – soms wel tot jaren terug – ingaat. Doelstelling van het als huurder aangaan van een huurprijsherzieningsprocedure is uiteraard om de huurprijs omlaag te krijgen. Wees je er echter van bewust dat op het moment dat de huurprijs onverhoopt wordt verhoogd, jij als huurder geconfronteerd met een nabetalingsverplichting. Als huurder dien je vanaf het tijdstip van instellen van de vordering tot huurprijsherziening dan ook rekening te houden met de mogelijkheid dat de huur verhoogd wordt, tref hier dan ook een voorziening voor.

De huidige wettelijke regeling voor het herzien van de huurprijs sluit niet goed aan bij een (al dan niet gedeeltelijk) aan de omzet gerelateerde huurprijs. Immers moet volgens de wet gekeken worden naar vergelijkbare bedrijfsruimte ter plaatse, waarbij de contractuele bestemming in beginsel niet van belang is. Een horecaruimte kan dus vergeleken worden met een kledingwinkel. Dit terwijl bij omzethuur de contractuele bestemming en daaraan gekoppeld de te behalen marges binnen die bewuste branche juist wel van (doorslaggevend) belang kunnen zijn. Dit neemt echter niet weg dat ook een omzetgerelateerde huur herzien kan worden, waarbij de nader door de rechter vastgestelde huurprijs ook weer een omzethuur kan zijn maar ook omgezet kan worden in een vaste huurprijs. Andersom zal een rechter dit niet toepassen. Is de oorspronkelijk overeengekomen huur geen omzethuur, dan zal de herziene huurprijs niet ineens aan de omzet gerelateerd worden.

TOT SLOT

Hoewel er sprake is van een gematigd positief beeld voor de horeca in 2023, staan de kosten en daarmee de winstmarges binnen de branche onder druk. Dit wordt versterkt door de extreme inflatie, die – in het onverhoopte geval dat je verhuurder deze onverminderd doorberekend – kan leiden tot een forse huurverhoging. Een beroep op nadere vaststelling van de huurprijs kan in een dergelijke situatie mogelijk een uitweg bieden. Van groot belang is het wel om hierbij rekening te houden met het feit dat voor de vaststelling van de huurprijs in dat geval gekeken wordt naar de huurprijs van vergelijkingspannen over de afgelopen vijf jaar en dus uitdrukkelijk niet naar de actuele markthuur. Alvorens je dit middel inzet is het daarom verstandig zelf vooronderzoek te doen en advies in te winnen bij een huurprijsdeskundige of een advocaat die huurrechtsspecialist is. **LF**

LOFF Advocaten is specialist in de horecabranche en staat horecapartijen, zoals horecaondernemers, leveranciers en (ver)huurders, veelvuldig bij. Voor meer info: www.loffadvocaten.nl

FRANCHISEKETEN UITGELICHT: HET BELGISCHE LUNCH GARDEN

In deze nieuwe rubriek presenteert Lunchroom de bekende en onbekendere franchiseketens binnen de horecadagzaken. Een historisch overzicht met actuele cijfers. Dit keer het Belgische Lunch Garden, dat meer dan 60 vestigingen heeft. Een vestiging in Nederland is er (nog) niet.

AUTEUR – JUAN KORT

Het runnen van een franchiselunchroom heeft voor- en nadelen. Conceptmatig is er vaak weinig ruimte, maar ondernemers profiteren van de naamsbekendheid en de marketing. Wat de kosten zijn om de naam van een bepaalde keten te mogen dragen, verschilt. Daarom licht de redactie van Lunchroom iedere maand een franchiseketen uit.

CONCEPT

Lunch Garden is een Belgische zelfbedieningsrestaurantketen, waar ze niet geloven in lang wachten, maar in de gasten zelf laten kiezen waar ze zin in hebben. Van een snelle hap tot een uitgebreide maaltijd, ontbijt, lunch of koffiepauze. Vaste klassiekers en seizoensmenu's, voor iedereen met genoeg keuzemogelijkheden voor kinderen. De 'à volonté' (buffet) acties zoals de mosselen, ribbetjes, vol au vent en balletjes in tomatensaus zijn populair.

De keten biedt betaalbare en kwalitatief goede warme en koude maaltijden aan en een mogelijkheid om gerechten mee te nemen. Van onze zuiderburen bezoeken vooral families, senioren en mensen die tot de beroepsbevolking behoren locaties van Lunch Garden, die zich in heel België in de omgeving van shop-

pingcentra en op andere drukke plaatsen bevinden. De lunchrooms zijn zeven dagen per week geopend.

OORSPRONG EN GROEI

In 1966 ontstond het idee om een cafetaria te bouwen naast een GB supermarkt. Deze kwam er en kreeg de naam Resto GB. Winkelketen Sarma-Nopri had ook zijn eigen zelfbedieningsrestaurants. Deze keten werd overgenomen door de moedermaatschappij van GB, GIB Group, waarna de twee restaurantketens samensmolten onder de naam: Lunch Garden.

In 2002 kocht de investeringsgroep Carestel lunchroomketen Lunch Garden. Deze naam werd behouden, maar het concept veranderde. Carestel verkocht in 2004 Lunch Garden aan privé-investeers. In 2009 werd het Amsterdamse investeringsfonds H2 de nieuwe eigenaar. In 2012 begon het bedrijf een samenwerking met Total voor de uitbreiding van het aantal wegrestaurants naast Total-tankstations, waarbij de Café Bonjour-restaurants van Total werden omgebouwd naar Lunch Gardens. In 2015 verkocht H2 Lunch Garden aan het Brits-Nederlandse private equity fonds Bregal Freshream. Inmiddels heeft Lunch Garden 62 restaurants in

België, waarvan er zeventien van een franchisenemer zijn.

CIJFERS


Het instapgeld om een Lunch Garden te beginnen is 50.000 euro en de totale investering bedraagt 150.000 euro. De persoonlijke bijdrage daarvan hangt af van het project, meestal is de oppervlakte van een Lunch Garden zo'n 800 m². Een verbintenis duurt minimaal vijf jaar. Tijdens die jaren en de jaren erna is de gemiddelde omzet van een locatie 1.850.000 euro per jaar. Daarvan betaal je 5 procent royalty en 1,9 procent marketingbijdrage.

DE VOORDELEN

Franchisenemers van Lunch Garden profiteren van meer dan vijftig jaar kennis in de lunchroombusiness en ervaring op het gebied van uitbating en beheer. Het is een sterk merk dat 93 procent van de Belgen kent. Starters kunnen volgens de organisatie rekenen op een trouwe klantengroep en uitgebreide ondersteuning van Lunch Garden.

ONDERNEMERSPROFIEL

Om franchisenemer te worden bij de keten moet je voldoen aan het volgende ondernemersprofiel: "Wij zoeken gemotiveerde en ondernemende mensen met een hands-on mentaliteit die kwaliteit hoog in het vaandel dragen. Je stelt je klanten centraal en weet binnen een gegeven kader je business commercieel te ontwikkelen. Affiniteit met horeca en ervaring in het motiveren van een equipe zijn een extra troef", aldus Lunch Garden.

Dit artikel is onder andere geschreven aan de hand van de website van Lunch Garden, Franchising Belgium, De Standaard, Trends en AC Franchise op 23 januari 2023. 



“ALTIJD
VERS BROOD
IN HUIS!”



BELGISCHE AMBACHT

zuurstofarm verpakt (MAP) of diepvries

Biobakkerij de Trog uit Ieper is een 100% biologische ambachtelijke bakkerij. Duurzaamheid staat voorop: eerlijke, pure ambacht van weleer gemaakt met respect voor mens, dier en planeet. Daarom kiezen we bewust voor biologische, lokale grondstoffen en investeren we in hedendaagse ambachtelijke productietechnieken.

Met het merk Pur Pain maken we een breed assortiment broodspecialiteiten beschikbaar voor de foodprofessional. Het verpakt assortiment maakt biologisch, vers brood altijd beschikbaar voor iedereen, voor elk moment.

Bekijk het volledig gamma en de inspirerende videorecepten www.purpain.be

LANG HOUDBAAR BIOLOGISCH BROOD MET ALLEEN MAAR VOORDELEN:

Voordelen MAP

- ◆ Bewaarbaar bij kamertemperatuur
- ◆ Lange houdbaarheid bij levering
- ◆ Korte afbaktijd op locatie
- ◆ Veilig verpakt tot bij de eindgebruiker
- ◆ Ruime keuze en deels Vegan

Voordelen Diepvries

- ◆ Lange houdbaarheid
- ◆ Per doos verkrijgbaar bij de groothandel
- ◆ Korte ontdooitijden bij ambiante temperaturen
- ◆ Korte afbaktijden
- ◆ Individueel verpakt of in bulk verpakt mogelijk

Te vinden bij uw groothandel.



www.purpain.be



PUUR SMAAKT HET BEST



www.detrog.be



LACTOSEVRIJ KOKEN



- Smaakt zoals originele product maar dan lactosevrij
- Functioneert hetzelfde als originele zuivelproduct
- Vol romige smaak
- Crème fraîche voor warme en koude bereidingen
- Kookroom voor warme en koude bereidingen
- Griekse stijl yoghurt voor koude bereidingen



**ARLA
PRO.** NATUURLIJKE ZUIVELPRODUCTEN
VOOR DE FOOD PROFESSIONAL

Meer inspiratie?  arlapro.com/nl  [@arlapro_nl](https://www.instagram.com/arlapro_nl)



BIOBAKKERIJ DE TROG
ROZENDAALSTRAAT 65, 8900 IEPER 



HET ALLER- LEKKERSTE GEHEIM

Voor dé professionele smaakmaker

Pssst...

Wil jij jouw gasten alleen de allerlekkerste broodjes serveren? Dat treft, want uit onafhankelijk onderzoek* is gebleken dat Johma Professional de lekkerste salades maakt.

Ga jij voor gemak, optimaal rendement en de lekkerste smaak? Dan ken jij het geheim van een slimme ondernemer en ben je wat ons betreft een échte smaakmaker!

Gratis schort

Bij aanschaf van twee verpakkingen Johma Professional broodsalades 1 kg ontvang je tijdelijk een origineel SMAAKMAKER schort cadeau**.

Bestel ze snel via
johmaprofessional.nl/smaakmaker

* Volgens onafhankelijk smaakonderzoek juni 2022

** Kijk voor de voorwaarden op www.johmaprofessional.nl/smaakmaker



Johma
PROFESSIONAL