



Mark Boelens en Marinus van Dorst, HorecaAdviesBureau.nl:

## “Een grote horeca-apothekerskast”

**A**ls je bij HorecaAdviesBureau.nl binnenstapt, loop je letterlijk de wereld van de horeca in. Achter elke werkplek hangt een levensgrote foto van een gedgevulde bar. En bij binnenkomst wordt er vriendelijk gevraagd: ‘Lust je koffie? Liever water? Oké, plat of bruisend?’ Een standaard vergaderruimte is er niet, wel een bar met een stamtafel.

Aan de halfhoge, meterslange tafel – met tap – nemen twee zelfbenoemde bourgondiërs plaats naast Peter Taylor Parkins. Het zijn gastheren Marinus van Dorst en Mark Boelens, horecavrienden in hart en nieren. De ouders van Marinus hadden een drankhandel in Schaijk en later, onder de vlag van Heineken, in 's-Hertogenbosch. Zelf heeft Marinus verschillende managementfuncties bij het grote biermerk bekleed. Ook Mark is het vak met de paplepel ingegeven, want zijn ouders waren kroeggeigenaar in de Brabantse hoofdstad. En namens Zwanenberg Advies is hij al jaren sparringpartner voor klanten uit de branche. “Jullie carrières zijn dus doordrenkt met bier, wijn en food”, concludeert Taylor Parkins.

### Succesvolle samenwerking

Aan tafel is het dan ook meteen gezellig. De drie hebben lol. “Maar vertel eens mannen: hoe hebben jullie elkaar gevonden?”, onderbreekt Taylor Parkins het gelach. “We zijn enkele jaren geleden gestart met het adviseren van ondernemers in de horeca, omdat we dezelfde visie delen”, antwoordt Mark. “Marinus kent de ‘voorkant’ als geen ander en hij heeft een groot landelijk netwerk. Ik weet als accountant en fiscalist alles van de ‘achterkant’. Nadat onze samenwerking succesvol bleek, hebben we ons bij HorecaAdviesBureau.nl aangesloten. We bieden starters, eigenaren van groeiende bedrijven en zelfs ketens alles wat ze nodig hebben. In welke fase ze ook zitten, zowel zakelijk als privé.”

“Je kunt het als een grote horeca-apothekerskast zien”, vat Marinus de uitleg van zijn compagnon samen. “Achter elk deurtje zit een dienst. Van het aankopen of huren van panden tot en met conceptontwikkeling. En van financieringen tot en met overnames. We geven zelfs on- en offline trainingen. De regie ligt bij ons als adviseurs, maar daarbij maken we ook gebruik van specifieke kennis van verschillende partners.”



### Speerpunten

Geboeid luistert Taylor Parkins naar zijn tafelgenoten. En ondertussen bereidt hij zijn volgende vraag voor. Bedrijfsnaam: zeer helder. Motivatie: in ruime mate aanwezig. Net als de benodigde kennis. “Maar welke speerpunten maken jullie uitzonderlijk?”, vraagt hij zich af. Marinus: “Daar waar de euro’s verdiend worden én de grootste kosten zijn: daar kijken we kritisch naar. Want meedenken aan de voorkant, is rendement aan de achterkant. Zo verbeteren we het resultaat en bieden we ondernemers zekerheid.”

“Daarbij maken we zoveel mogelijk gebruik van data; en dan bedoel ik niet alleen kassadata”, vult Mark aan. “Te vaak worden beslissingen op basis van onderbuikgevoel genomen. Dat heeft z’n charme, maar cijfers vertellen natuurlijk veel meer. Toch baseert slechts zo’n zes of zeven procent van de horecaondernemers hier zijn of haar keuzes op.”

### Quick-wins

Of het nu gaat om gastbeleving, online verkoop of het financiële plaatje: het is overduidelijk dat Mark en Marinus de weerbarstige horecawereld als hun broekzak kennen. Ze geven Taylor Parkins volop inzichten, maar diens honger – hij bijt zich vast in de materie – is desondanks nog niet helemaal gestild. “Wat typeert jullie aanpak nou écht?”, blijft hij nieuwsgierig. “Horecaondernemer zijn is vaak een eenzaam vak”, antwoordt Marinus. “Anders dan medewerkers, leveranciers of andere bekenden kunnen wij hetzelfde denken. En we geven eyeopeners. Dat doen we in hapklare brokken: quick-wins, geen tienstappenplan. Hebben we één of twee vraagstukken afgerond? Pas dan gaan we verder.”

### ‘Pokonveld voor samenwerking’

De coronacrisis zorgt voor uiterst roerige tijden, zeker in de horeca. De kassa rinkelt amper en de toekomst is onzeker. Toch wil Taylor Parkins tot slot vooruitkijken met Mark en Marinus. “Hoe ziet de branche er volgens jullie over anderhalf jaar uit?”, vraagt hij. “We zien de laatste tijd dat er steeds meer ketens met groei-modellen komen”, vertelt Marinus. “Zelfs in dorpen. Ik denk dat

dit doorzet. Als tegenhanger worden er ook vaker combinaties gemaakt, zoals visverkoop en een eettent. En het aandeel van de nichehoreca zal groter worden.” “Je ziet het bijvoorbeeld in de Osse Peperstraat”, haakt Mark aan. “Daar staan steeds meer local heroes met een uitstekende visie en een uitgedacht concept.”

“Ik mis nog één trend: samen optrekken”, neemt Taylor Parkins nog een laatste keer het woord. “Ik denk dat de coronacrisis een ‘pokonveld voor samenwerking’ gaat zijn.” Beide heren knikken instemmend. Mark: “Individuele belangen raken noodgedwongen ondergeschikt aan een hoger doel: met z’n allen door deze tijd komen. Deze periode kan zomaar voor een kentering zorgen. Natuurlijk kunnen wij daarbij helpen. Nogmaals: we zijn er in elke fase!”

### Marinus en Mark reageren op enkele stellingen die Peter Taylor Parkins hen voorlegt:

#### Een prachtig quick-win succes:

Marinus: “Na een mystery visit en de implementatie van onze aanbevelingen, is de omzet van een opdrachtgever met tien procent gestegen.”

#### Dé toegevoegde waarde van HorecaAdviesBureau.nl op de lange termijn:

Mark: “We blijven meedenken in de groei van het bedrijf. Door kansen te grijpen, maar ook door zaken af te raden.”

#### Het positieve gevolg van dit coronatijdperk:

Marinus: “Onderbuik-gastheerschap verandert in sturing op basis van data en toegevoegde waarde voor de gast. En samenwerkingsverbanden bloeien op.”

Claeren | Taylor Mates is een professioneel en onafhankelijk verzekeringsintermediair voor bedrijfsleven, ondernemers en particulier. In Claeren | Taylor Mates versus... gaat een van de directeuren in gesprek met een ondernemer uit de regio. Alle publicaties zijn na te lezen op [www.taylormates.nl/in-de-media](http://www.taylormates.nl/in-de-media).