



KENT U HET PROGRAMMA BAR RESCUE? DEZE AMERIKAANSE SHOW IS BIJNA ELKE DAG TE ZIEN OP DE ZENDER SPIKE. IK BEKEN: IK BEN FAN. AL VIJF SEIZOENEN LANG WORDT ELKE AFLEVERING EEN SLECHT LOPENDE BAR ONDER HANDEN GENOMEN DOOR HORECAGOEROE ANNEX GEWELDIGE SCHREEUWLELIJK JON TAFFER EN IN VIJF DAGEN OMGEKAT TOT EEN AANTREKKELIJKE HORECAGELEGENHEID MET GOED GETRAIND PERSONEEL EN KUNDIGE MANAGERS EN EIGENAREN.

TEKST **MARTIN KOOT** | BEELD **JIRI BÜLLER**

Dat dit geen garantie geeft op succes blijkt uit de statistieken: één op de drie bars die in het programma zijn 'gered' hebben alsnog de deuren gesloten. De eigenaren van die mislukkingen geven alles en iedereen de schuld daarvan, inclusief Taffer. Maar gek genoeg ligt het volgens hen nooit aan henzelf.

De lange ervaring van Taffer bij het omkatten van cafés hebben een lijstje opgeleverd van de meest voorkomende problemen. Met dank aan Spike: hier gaan we!

1. *Een bar starten om de verkeerde redenen.* Je bent helemaal wild van je eigen idee, visie of concept. Maar of de wereld om je heen er op zit te wachten is vraag twee.

CO

LUMIN

Bar Rescue: de elf van Jon Taffer

2. *Een miserabel menu.* Bedorven vlees, geen know-how in de keuken, slechte hygiëne... Ondertussen hebben de koks in kwestie nauwelijks door hoe beroerd het product is waar de klanten voor betalen. Of nog erger, ze weten het wel maar ze malen er niet om. Elke uitzending is er weer genoeg te gruwen.

3. *Excusjes en de schuld bij anderen leggen.* Het ligt aan alles en iedereen, maar zelf kritisch in de spiegel kijken? Nee.

4. *Zonder team ben je nergens.* Zelf een goede bartender zijn, maar niets snappen van marketing. Of alles weten van marketing maar geen sjoerge hebben van hoe je een goede cocktail maakt. Een goede bar heeft talent in huis voor alle aspecten.

5. *Het belang van ervaring niet inzien.* Veel bars worden gestart door nieuwbakken ondernemers. Slechts één op de twaalf redt het. Bij de ondernemers die voor de tweede keer een bar starten slaagt één op de drie. Bezint eer gij begint...

6. *Geen tijd én geld investeren.* Je werkt je uit de naad en loopt zo alle gaten dicht. Denk je. Maar soms is een investering nodig om een volgende stap te zetten; wel zo verstandig dat je daar dan het geld voor hebt.

7. *Geen samenhang in sfeer en propositie.* Veel cafés zijn aangekleed met toevallig aangekochte 'leuke dingen', zonder dat er is nagedacht of de totale uitstraling wel aantrekkelijk is en blijft. Een rommeltje jaagt klanten weg.

8. *Niet genoeg alcohol op voorraad.* 'Nee' moeten verkopen omdat je je voorraadbeheer niet op orde hebt is je klant teleurstellen.

'Zie de meest lastige klanten alsof ze familie van je zijn, dan wordt het eenvoudiger'

9. *Het belang van technologie negeren.* Techniek heeft een immense impact en kan door geen enkele wel-denkende ondernemer worden genegeerd. Voor veel potentiële klanten is de website van een bar de eerste kennismaking. Facebook geeft ruimte voor beleving, het delen van ervaringen en de interactie tussen bar en (mogelijke) bezoekers. Maar ook in de bar zelf mag de tijd niet stilstaan. Innovaties als slimme tapinstallaties en goede verkoop- en voorraadbeheersystemen verlagen de kosten en vergroten de klanttevredenheid.

10. *De doelgroep niet kennen.* Weten voor wie je aantrekkelijk bent en daar je formule op afstemmen; het lijkt een no-brainer maar dat blijkt het in de praktijk niet.

11. *Elke klant is koning – ook de lastige.* De tip van Taffer: zie de meest lastige klanten alsof ze familie van je zijn, dan wordt het makkelijker. Als je zelfs hen tevreden stelt, dan weet je dat je echt goed bezig bent. Bovendien zijn dit vaak je beste ambassadeurs. Maar als ze ontevreden weggaan de grootste online klagers.

En: herkenbaar? ■