

Slagers in Markthal

Rennen of stilstaan in Rotterdamse foodtempel?

Het bruist er zeven dagen per week en je ruikt overal food, food en nog eens food. Ook de bezoekersaantallen liegen er niet om: de miljoenste bezoeker werd drie weken na de opening al verwelkomd. Daarmee lijkt de overdekte Markthal in Rotterdam een succes. Of dat ook geldt voor de in de hal gevestigde slagerijen? Een aantal slagers bliken terug op een half jaar keihard werken.

“De eerste periode was hectisch: mensen schuifelden de marktvloer over, het was razend druk”, vertelt Jan van Schaik van Slagerij Chateaubriand. “Ik vond het onvoorstelbaar. Er kwamen zoveel mensen in zo’n korte tijd naar de Markthal.” Na zes weken was de ergste hype volgens de ondernemer – die al dertig jaar in het vak zit – er wel vanaf. “Tot half december was het iets rustiger, maar in verband met de feestdagen kon er al snel weer over de hoofden worden gelopen. Wat een drukte.” Nog steeds snapt Van Schaik niet waar iedere dag weer al die mensen vandaag komen. “Het is net Schiphol hier.”

Gekkenhuis

Volgens Joey Kemp van Slagerij J&S is het in de Markthal rennen of stilstaan. “Of je hebt niets te doen, of het is mega druk. Je kunt er geen touw aan vast knopen.” Dat maakt het inkopen van producten erg lastig, weet Kemp. “Ook wil ik mijn zaak natuurlijk goed bezetten met personeel, maar de drukte is moeilijk in te schatten. Daar heb ik me van tevoren op verkeken.” Op de dagen dat er buiten op de straat markt is (dinsdag en zaterdag), is het volgens Kemp in de hal een gekkenhuis. “De hele dag door. Op zaterdag heb ik daardoor bijvoorbeeld vier personeelsleden in mijn slagerij staan. Op de dinsdag drie en op de andere dagen één of twee. Er zit zo’n groot verschil in.” Toch klaagt hij niet. “De zaak loopt goed.” Allard Bakker, general manager van biologische slagerij De Groene Weg, vindt de drukte in de Markthal geweldig. Toch ziet hij graag meer klanten aan de toonbank verschijnen. “We hebben nu zo’n zeven- tot achthonderd klanten per week, veelal ‘snaaiers’. Het aantal mensen dat écht hun boodschappen bij ons doet, zien we graag groeien.”

In de etalage

Berichten in december deden in eerste instantie anders vermoeden. Kemp stond zo ongeveer in alle kranten en op nieuwssites, omdat hij zijn kraam op Marktplaats in de etalage had gezet. De advertentie is inmiddels door Kemp van de site verwijderd, maar zijn versunit staat nog wel te koop. “Ik kan beter de eerste zijn die z'n kraam verkoopt, dan de laatste”, aldus Kemp in december. Nu nog steeds ziet hij het liefst zo snel mogelijk een koper voor zijn zaak, maar dat is nog niet zo gemakkelijk. “Er zijn wel een aantal gegadigden, maar die voldoen niet aan alle eisen van de Markthal-directie. Ze willen er opnieuw een slagerij in en eentje die voldoet aan het concept”, legt hij uit. “Daarnaast zitten de meeste mensen momenteel niet erg in de slappe was. Dat maakt het ook moeilijker.” Of hij over een jaar nog steeds in de Markthal staat? “Tsjá, wie zal het zeggen? Die kans zit er wel in.”

Bedrijfsformule

De slagers in de markthal hebben ieder een eigen bedrijfsformule. Van Schaik voert een breed, diep en luxe assortiment vlees en vleeswaren van zowel binnen- als buitenlandse vleesrassen gericht op het midden en hoogsegment van de markt. Van Schaik zijn ambachtelijke slagerij is een kleine veertig vierkante meter groot met negen meter toonbank. “En dat blijkt in de praktijk eigenlijk te klein”,

voegt hij eraan toe. “Wij werken met hoogwaardig kwaliteitsvlees en snijden het meeste vlees en vleeswaren vers met het mes af. De consument mag aan het hakblok aanwijzen hoe dik of dun de entrecote of bijvoorbeeld de côtes de boeuf mogen zijn”, legt de vakman uit. “Dit wordt enorm gewaardeerd en vertaalt zich in een stuk omzet en goodwill.”

Kemp heeft naast zijn toko aan de Binnenrotte ook nog twee andere slagerijen in Rotterdam. “Maar in de bazaar verkoop ik toch wel een heel ander assortiment. Veel luxere producten. Zo vliegen de krabjes en pootjes in mijn andere zaken over de toonbank, met kilo’s tegelijk. In de Markthal verkopen we voornamelijk biefstuk, varkenshaas en entrecote.” Het grote verschil vloeit voort uit een ander slag mensen. “Komen er in de overdekte hal voornamelijk Nederlandse mensen, in de winkel aan de West-Kruiskade zie ik hoofdzakelijk Surinamers en Antilianen. “Die kopen 5 tot 10 kilo vlees tegelijk. Hup, alles in een zakkie. Nederlanders kopen twee karbonaadjes, gewoon voor één of twee dagen.”

Omzet

Of de omzet voor de slaggers naar verwachting is? Kemp: “Ik ben zeker niet ontevreden, maar het is niet wat ik ervan had verwacht. We draaien nu rond de 80 procent van wat ik had begroot.” Over exacte cijfers wil de Rotterdammer niet praten. “Ik zeg altijd maar: zolang je ervan kan eten, moet je ervan eten. Anders moet je kappen.” Van Schaik is iets positiever. Hij schat voor het eerste jaar een omzet in van 750.000 euro. “Tot nu toe is de omzet naar verwachting, maar de komende weken komt het er natuurlijk wel op aan. Nu moet gaan blijken hoe we draaien in een rustige periode. De openingsweken en de feestdagen zijn voorbij. Behalve hordes toeristen zou het leuk zijn als steeds meer Rotterdammers boodschappen gaan doen in hun markthal. Daar waar de mensen zo trots op zijn.” Bakker van De Groene Weg beaamt dat. “De verhouding dagjesmensen en mensen die echt voor de biologische slager komen, mag verschuiven.” Over de omzet is de general manager wel redelijk tevreden. “Die moet nog groeien, maar daar heb ik vertrouwen in. Wie denkt dat de omzet vanaf dag één geweldig is, moet stoppen met dagdromen. Dat is gewoon niet mogelijk.”

Bakken met geld

Een goede omzet is een must. Zeker als de huur hoog is. “Onze omzetcijfers staan redelijk in verhouding tot de maandelijkse huur die we betalen”, aldus Van Schaik. Kemp maakt een snelle rekensom: “Ik betaal 3300 euro per maand, omgerekend zo’n 120 euro per dag. Dat is dubbel zoveel dan in mijn andere winkels, terwijl daar de omzet zes keer hoger is. Toch mag ik niet ontevreden zijn. We draaien goed.” Kemp maakt overigens wel een kanttekening. “De 3300 euro huur is inclusief servicekosten, afvoer van afval en promotiekosten. Daarnaast hoeven we hier natuurlijk ook geen WOZ-waarde te betalen. Die kosten heb je natuurlijk normaal gesproken wel.” Volgens Bakker vallen de huurkosten wel mee. “Tuurlijk, het gaat om een groot bedrag. Als je echter zeven dagen per week op een gewone markt staat, ben je ook heel wat geld kwijt. En dan heb je er nog geen promotie of beveiliging bij.” Voor De Groene Weg betekent de Markthal overigens meer dan alleen maar euro’s verdienen. “Het is voor ons een prachtig uithangbord. Op welke andere manier kunnen wij miljoenen mensen per jaar bereiken? Dat kan alleen via de tv, maar dat kost ook bakken met geld.”