

# HORECA



## KLASSE AAN DE KUST

Beachclub O. nieuwste troef van de Hotels van Oranje



**MEER DAN EEN DORSTLESSER**  
Tafelwater als heilzame smaakmaker

**TWEEDE LEVEN**  
Doorstart voor hotel Doesburg

**KOKEN MET DE ZINTUIGEN**  
Geen klok in keuken René van Breukelen



FOTO COVER: TON VAN VLIET



**6 TOCH EEN DOORSTART**

Het faillissement van hotel Doesburg vorig jaar deed veel stof opwaaien. Niemand had vertrouwen in een doorstart. Althans, bijna niemand. Nog even en dan gaan de deuren weer open.

**16 HOTSPOT AAN DE KUST**

De strakke organisatie van een vijfsterrenhotel gecombineerd met 't enthousiasme van drie jonge ondernemers. Beachclub O. van Hotels van Oranje is de nieuwste hotspot van Noordwijk.

**22 HORLOGES VERBODEN**

In de keuken van René van Breukelen van Convives in Voerendaal zijn horloges verboden. „Bij het koken moet je de zintuigen gebruiken. Je ruikt of brood klaar is en proeft of een pasta gaar is.”

**32 HEILZAME SMAAKMAKER**

Tafelwater krijgt een upgrade. De heilzame werking en de smaak geven het toegevoegde waarde. Speciale arrangementen en huiswaters zijn het gevolg: 'vertel het verhaal erachter'.



**WEEKOVERZICHT**

- 4 Omzet: juli een topmaand
- 6 Nieuw leven voor failliet hotel Doesburg
- 9 Kleuren maken of breken de omzet: meer halen uit een pot verf
- 11 Marcel van der Kleijn legt zich niet neer bij faillissement Maxime Buitenhof
- 12 De horecaweek

**ONDERNEMEN**

- 16 Beachclub O. in Noordwijk: stijlvol op slippers

**ETEN & DRINKEN**

- 22 Portret van René van Breukelen van Convives in Voerendaal

**PRODUCTNIEUWS**

- 32 Tafelwater: van dorstlesser tot heilzame smaakmaker
- 36 Certificering biologische en verantwoorde keukens van start

**EN VERDER**

- 21 Mensen
- 30 Peper & Zout
- 38 Sterke verhalen, hoofdredacteur, colofon en volgende keer
- 40 Blauwe pagina's: tips, vacatures en onroerend goed

ANNEKE LUKKEZEN

**DANSLES**

**H**otels van Oranje, het vijfsterrenhotel aan de boulevard in Noordwijk, laat de exploitatie van het nieuwe en eigen strandpaviljoen over aan drie jonge ondernemers uit de badplaats, Rob van Wijnen en de broers Robert en Mark Ruigrok. Dat getuigt van lef. Van beide kanten.

Het hotel erkent zelf niet de mensen in huis te hebben om de juiste jeugdige flair en dynamiek in de strandtent te brengen. Dat is voorbehouden aan de 'drie wilde cowboys'. Maar ook zij nemen een risico door in het strakke hotelkeurslijf te stappen. Met dit driemanschap mag het vijfsterren-

hotel zich de handen dichtknijpen. De heren hebben een persoonlijke en losse manier van zaken doen die helemaal past bij de relaxte ambiance van het strandpaviljoen.

Voor beide partijen is de samenwerking best even wennen, maar levert die wel tal van voordelen op. Rob van Wijnen vergelijkt de situatie met dansles, waarbij ze af en toe op elkaars tenen staan. „Maar we gaan voor goud”, zegt hij. Het is de moeite waard, want Beachclub O. is een plaatje!

Zie pagina 16. ■

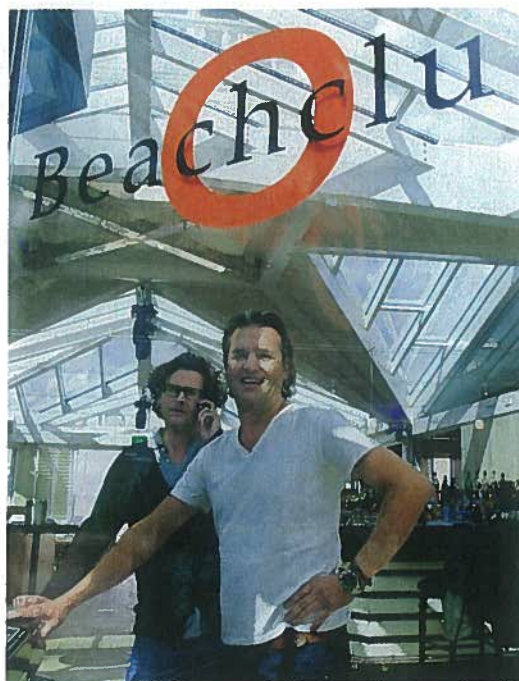




# BEACHCLUB O., NOORDWIJK STIJLVOL OP SLIPPERS

Beachclub O. is de nieuwste hotspot aan de Nederlandse kust, onderdeel van de Hotels van Oranje in Noordwijk. Om dit permanente strandpaviljoen een jeugdige dynamiek en trendy uitstraling te geven, werden ondernemers Rob van Wijnen en Robert en Mark Ruigrok erop gezet.

Rob van Wijnen (l) en Robert Ruigrok noemen het karakter van Beachclub O. laagdrempelig. „Ondanks de mooie materialen die zijn gebruikt.”



**E**en straffe wind uit het zuidwesten zet de vlaggen strak. Ook al is het midzomer, wolken pakken zich samen boven het strand, terwijl de zon er af en toe even fel doorheen schijnt. Het witte paviljoen is bekrond met een 'Noordwijks' torentje - exact dezelfde als die van de kerk in de badplaats - en een dak van zeegroene leistenen, volledig in harmonie met het helm van de duinen, het grijs van de zee en de wisselende Hollandse luchten. Noordwijk heeft sinds twee jaar goede papieren om zich verder te ontplooiën als luxe, internationale badplaats. In 2008 zijn de duinen en het strand opgehoogd. Dankzij de kustversterking is er volgens het hoogheemraadschap ruimte voor zeven permanente strandpaviljoens die niet te lijden hebben van zware stormen. Dit seizoen gingen er vier van start: De Zeemeeuw, Branding Beach Club, Beachclub O. en Breakers Beach House. De laatste twee zijn gefinancierd door de

kapitaalkrachtige spelers Hotels van Oranje en Huis ter Duin. Vijfsterrenhotels met een eigen beachclub dus. Het is de bedoeling dat de badplaats langzamerhand zijn grandeur terugkrijgt, al is die nooit helemaal weggeweest.

## COWBOYS

Twee frisse jongens zijn het gezicht van O., Rob van Wijnen en Robert Ruigrok, terwijl broer Mark het liefst achter de schermen werkt. In februari werden de energieke Noordwijkse ondernemers door de Hotels van Oranje gevraagd het management van de beachclub op zich te nemen. „De hoteliers raakten geïnspireerd door onze bedrijfsvoering bij Blush en Club 19, vernieuwende trendy zaken waar een jong publiek komt”, vertelt Rob van Wijnen. „Het is een mooie synergie geworden. Drie wilde cowboys en de degelijke organisatie van de Hotels van Oranje. Daaruit is Beachclub O. ontstaan.”

In het begin was het voor beide partijen wennen. Van Wijnen vergelijkt de samenwerking met de geldschietster met danses. „Af en toe stapten we op hun tenen, en zij op die van ons. Maar de partijen worden steeds beter. Nu gaan we voor goud. Die beeldspraak verdient een toelichting. „Wij zijn losse ondernemers, gewend aan korte lijnen direct beslissen. Bij de Hotels van Oranje loopt alles over meerdere schijven. Dat werkt anders. Die strakke organisatie levert ook voordelen op. Op de loonlijst van Beachclub O. staan zestig zeventig man. Dat is een hele verantwoordelijkheid. We krijgen eigenlijk alle expertise en tools aangereikt op personeels- en salesgebied die we bij Blush en Club 19 niet hebben. In het voorjaar hadden we zo nu en dan drie partijen in één week. Ook september wordt een drukke maand met zakenborrels en luxe bedrijfsevenementen geboekt via het hotel, die we anders niet zouden aantrekken. Anderzijds heeft de sales het gemal

## PROFIEL

## HET BEDRIJF

NAAM	Beachclub O.
ADRES	Kon. Wilhelmina Boulevard 20-31, Strandafrit 16-17, Noordwijk
TELEFOON	(071) 367 68 94
INTERNET	<a href="http://www.beachclubo.nl">www.beachclubo.nl</a>
TYPE BEDRIJF	permanent strandpaviljoen
EIGENAAR	Hotels van Oranje; algemeen directeur Jaap Liethof
OPEN SINDS	17 mei, officieel 5 juli
MAX. ZITPLAATSEN	120 couverts; terras 200
OPENINGSTIJDEN	dagelijks van 09.00 tot 24.00 uur



## DE MANAGERS

NAAM	Rob van Wijnen (40) en Robert (38) en Mark Ruigrok (35)
ACHTERGROND	Rob van Wijnen was o.a. tien jaar eigenaar van restaurant De Filosoof, gelegen tegenover Huis ter Duin. Aan de overkant exploiteerde Robert Ruigrok een midgetgolfbaan met horeca. Sinds 2008 zijn de Noord- wijkers zakelijke partners. De Filosoof veranderden ze in het trendy Blush, een zaak voor lunch, lounge en diner. Daarnaast baten ze Club 19 uit. Mark Ruigrok voelt zich het prettigst op de achtergrond. Naast het onder- nemerschap zijn de drie door de Hotels van Oranje ingehuurd om Beachclub O. een jeugdige dynamiek en trendy uitstraling te geven.
AMBITIE	Beachclub O. perfect op de rit krijgen.

kelijk, want deze ambiance aan het strand is uitstekend te verkopen."

De Noordwijkse ondernemers mochten zich bemoeien met de inrichting van het strandpaviljoen. Door de permanente staat is gewerkt met duurzame materialen. Beachclub O. is voorzien van een energiezuinige aardwarmte-installatie. De gesloten bodemcollectoren zorgen 's winters voor warmte en 's zomers voor koeling. Alle koelapparaten, van vriescel tot biertap, zijn aangesloten op een energiezuinig grondwatergekoeld systeem. Voor een tijdelijke strandtent zou zo'n investering niet lonen.

## KLASSIEK EN MODERN

Beachclub O. heeft een bijna buitenlandse allure. Het interieur is stijlvol en licht, de ambiance zonnig en ongedwongen. Eenvoudige elegantie met zowel klassieke als moderne elementen: bruine Chesterfield-banken naast led-verlichting. Houten shutters voor de ramen, en van achter de grote openslaande deuren is er uitzicht op zee. Zwart en bruin gelakte tafels met bruine regisseursstoelen of witte leren stoelen en bankjes. De tint oranje is een knipoog naar het hotel: de oranje O in de bedrijfskleding en de stoelen, de oranje poefjes, en alle schilderijen hebben oranje accenten. De koks werken gedeeltelijk vanuit de open keuken en in de winter wordt een homarium geplaatst.

Een brede houten trap loopt naar het strand, met links en rechts een vipterras waar met goed weer lunches en diners worden geserveerd, de tafels zijn mooi gedekt. Links van het paviljoen ligt een terras met hoge en lage stoelen en loungebanken, en zelfs een speeltuintje. Er zijn douches op het strand. En zoals het een echte strandtent betaamt, verhuurt Beachclub O. strandbedden,

parasols en windschermen. De combinatie klassiek en modern levert een gemêleerd publiek op. De gesettelede oudere gast van het vijfsterrenhotel, strandgasten, trendy publiek en jonge gezinnen. „Een perfecte mix. Stijlvol op slippers, zo zou je het beeld kunnen samenvatten”, zeggen de managers. „Ondanks de mooie materialen die zijn gebruikt, is het karakter van de beachclub laagdrempelig.”

## DE KRACHT VAN BEACHCLUB O.

## LUXE EN LAAGDREMPELIG

Beachclub O. heeft een luxe, stijlvolle ambiance van bijna buitenlandse allure, die past bij de dynamiek van de Noordwijkse kust. Ook met slecht weer is het er goed toeven. De uitstraling is tegelijkertijd open en laagdrempelig. Het gevolg is dat er een gemêleerd publiek komt.

## SUPPORT VAN HOTEL

De beachclub profiteert van de strakke organisatie van de Hotels van Oranje, zowel op personeels- als op salesgebied. De samenwerking met het vijfsterrenhotel levert regelmatig partijen op. Chef-kok Roderick van Rijdsdam krijgt ondersteuning van de keukenbrigade van het hotel.

## EVENEMENTEN

Elke paar maanden organiseert Beachclub O. een groots evenement. Het laatste, Festival de Cannes op 14 augustus, was met ruim 700 gasten uitverkocht. De entree loopt via kaartverkoop. Dat levert een kwalitatief publiek op dat ook wat heeft te besteden.

## EXTERIEUR

De inspiratie voor het exterieur is gebaseerd op de rijke historie van Noordwijk in de 19<sup>e</sup> en 20<sup>e</sup> eeuw. Beachclub O. heeft daarmee een echt Noordwijkse karakter en is duidelijk herkenbaar. Het paviljoen is een ontwerp van Jacco van Duin, de huisarchitect van de Hotels van Oranje.

Het moderne uitgaanspubliek bereiken ze met evenementen als Festival de Cannes (was 14 augustus) en Carnivale de Venezia op 19 september met live-entertainment (dankzij *state of the art* audiovisuele apparatuur) en een prachtig decor. De entree loopt via kaartverkoop. Festival de Cannes was met ruim 700 personen uitverkocht. De looper lag uit, het strand was verlicht en met palmen waanden gasten zich in Zuid-Frankrijk. Elf jaar lang organiseerden ze in de zomer evenementen op het strand. 10.000 mensen kwamen erop af. Het was een begrip in Noordwijk. Dit jaar kregen ze geen vergunning van de gemeente vanwege een negatief advies van de politie in het kader van de veiligheid, o.a. door de problemen in Hoek van Holland in 2009. Robert Ruigrok: „Nu doen we dat bij Beachclub O. kleinschaliger en op een hoger niveau. Daardoor krijgen we publiek binnen dat veel meer te besteden heeft.” ■