



HET GROTE BIERSPEL VAN NOUD SWINKELS

Nadat hij er op zijn vierentwintigste als vertegenwoordiger begon, speelde hij een belangrijke rol bij de uitbouw van Bavaria in de Nederlandse horeca. Noud Swinkels veroverde strategische locaties als het Leidseplein en de Dam in Amsterdam, haalde de Van der Valk-keten 'binnen' en kreeg diverse studentenverenigingen aan het Bavaria-bier. Sinds 2003 is hij commercieel directeur Zuid-Nederland en behoort ook de Eindhovense horeca tot zijn werkterrein. Het aantal blauwe Bavaria-logo's aan de gevel van cafés, restaurants, sportclubs en andere gelegenheden heeft zich in die tijd fors vermenigvuldigd.

Machtstrijd

Het keiharde gevecht met de concurrentie vindt hij machtig. De strijd om een horecaondernemer voor het familiebedrijf te winnen, bij een andere brouwer weg te kapen. „Ik ben een echte aanvaller. Dat onderhandelingsproces vind ik superspannend. En als het lukt een voet tussen de deur te krijgen, geeft dat een enorme kick. Daar geniet ik van, iedere keer opnieuw.”

Het gesprek op een vroege maandagochtend op het hoofdkantoor in Lieshout start vrij zakelijk. Maar als hij het over zijn drijfveren

Hij is de vierde van de zevende generatie Swinkels die zijn 25-jarig jubileum bij het familiebedrijf viert. Een exclusief gesprek met Noud Swinkels (49), horecaman in hart en nieren, en zonder bierbuik.

TEKST: EDITH VAN ZALINGE
FOTO'S: GERARD VAN HAL

heeft, begint Noud Swinkels te glimmen. Dan wordt opeens de gepassioneerde horecaman zichtbaar, zoals veel Eindhovense ondernemers hem kennen. Een man die dag en – vooral ook – nacht in de weer is om steeds meer kralen aan de Bavariaketting te rijgen. En met succes.

Dat geldt zeker ook voor Eindhoven, waar in ruim driehonderd etablissementen in de binnenring Bavaria uit de tap stroomt. Dat is 'een significante groei' – specifiek wil Bavaria uit concurrentieoogpunt niet zijn – ten opzichte van acht jaar geleden, toen Noud Swinkels aan zijn missie begon. „Het centrum van de Licht-

stad floreert. De afgelopen 25 jaar is er heel veel moois gebeurd. Dat hebben mijn voorgangers goed in de gaten gehad, zodat we op de juiste plekken hebben kunnen investeren. Hetzelfde geldt voor de grootschalige evenementen die Eindhoven organiseert. Dat is een verrijking van de stad en ook daar zijn mijn vertegenwoordigers en ik op tijd ingesprongen. Hetzelfde geldt voor de sportverenigingen, hoe klein of groot ze ook zijn. Zeker als Brabants familiebedrijf willen wij overal in Eindhoven duidelijk aanwezig zijn.”

Dat krijgt Bavaria overigens niet cadeau, benadrukt Swinkels. Het gaat gepaard met een eindeloos spel van heel veel contacten leggen. Overal je gezicht laten zien en met iedereen praten. „Dat is waar het in mijn werk om draait. Ik wil precies weten wat er speelt in de horeca, wat de trends en behoeftes zijn en wat voor ons interessante projecten zijn.” Dat betekent dus dat hij vaak, beroepsmatig, op stap gaat. Niet dat hij dat een straf vindt. Integendeel, weten mensen die hem kennen: Noud is een echte Bourgondiër. 'Een gezellige vent', die er echt van geniet samen met anderen te borrelen en te kletsen. „Maar vergis je niet, ondertussen ontgaat me niets. Ik neem alles op wat ik hoor, zie en ervaar.”

Noud Swinkels kan met iedereen overweg. „Je moet in dit vak met de meest uiteenlopende



mensen om kunnen gaan. Los van je commerciële verhaal en de voordelen die het biedt om met Bavaria in zee te gaan, gaat het in dit werk voor een belangrijk deel om gunnen. Je moet zorgen dat je een klik hebt met elkaar. Op de één of andere manier lukt me dat vaak.” Die vaardigheid heeft hij deels van huis uit meegekregen. Zijn vader nam hem van jongs af aan mee naar recepties en feestelijke gelegenheden. „Zo leer je wel hoe je sociale contacten moet onderhouden.” Dan tikt hij met zijn vinger op tafel. „Maar weet je wat nóg belangrijker is? Dat je het oprecht leuk vindt om met mensen om te gaan. En dat je trots bent op wat je doet.” Nou, dát is hij zeker: trots een Swinkels te zijn en trots te werken voor het familiebedrijf, „dat al zo lang bestaat en solide, langdurige relaties met ondernemers onderhoudt.”

De Bergen

Hij heeft er lol in dingen te doen ‘op zijn Nouds’, zoals hij het zelf omschrijft. Een voorbeeld daarvan is hoe hij zich in de Bergen binnen wist te wringen. „Dat uitgaansgebied heeft grote toegevoegde waarde, omdat het zich richt op een publiek dat nog niet werd bediend. Tot drie jaar geleden was Bavaria daar niet vertegenwoordigd. Dat vond ik heel erg. Wat ik ook probeerde, ik kwam er niet tussen. Totdat Harry van Hout, eigenaar van Mangiare, me benaderde voor een bestuursfunctie in de carnavalsfederatie (FEC). Dat zorgde voor een doorbraak.” Want Noud Swinkels zou Noud Swinkels niet zijn als hij daar niet meteen een voordeel uit zou weten te peuteren. „Ik zei hem: ‘Maar Harry, hoe kan ik nou vier keer per jaar met jou vergaderen, terwijl jij bier van een ander drinkt?’” Met een voldane grijns constateert hij: „Het resultaat was dat ik nu in de FEC zit en Mangiare Bavaria schenkt. Goede deal toch? En het mooie is dat de boel daarna in een stroomversnelling raakte. Als er één ondernemer begint, volgen er vaak meer. In een half jaar tijd hadden we met meer dan de helft van de horeca-ondernemers in de Bergen een contract...” Maar hoe goed het ook gaat in Eindhoven, wat Noud Swinkels betreft is het karwei nog niet af. Neem Strijp-S: „Ongelooflijk wat daar gebeurt. Dat schept ook ruimte voor mooie initiatieven van de horeca. Daar willen wij natuurlijk bij horen.” En de nachthoreca, daar zou hij heel graag iets mee willen. „Eindhoven heeft een behoorlijk evenwichtig aanbod van verschillende soorten horeca. Wat de stad echter nog mist zijn een aantal uitgaansgelegen-

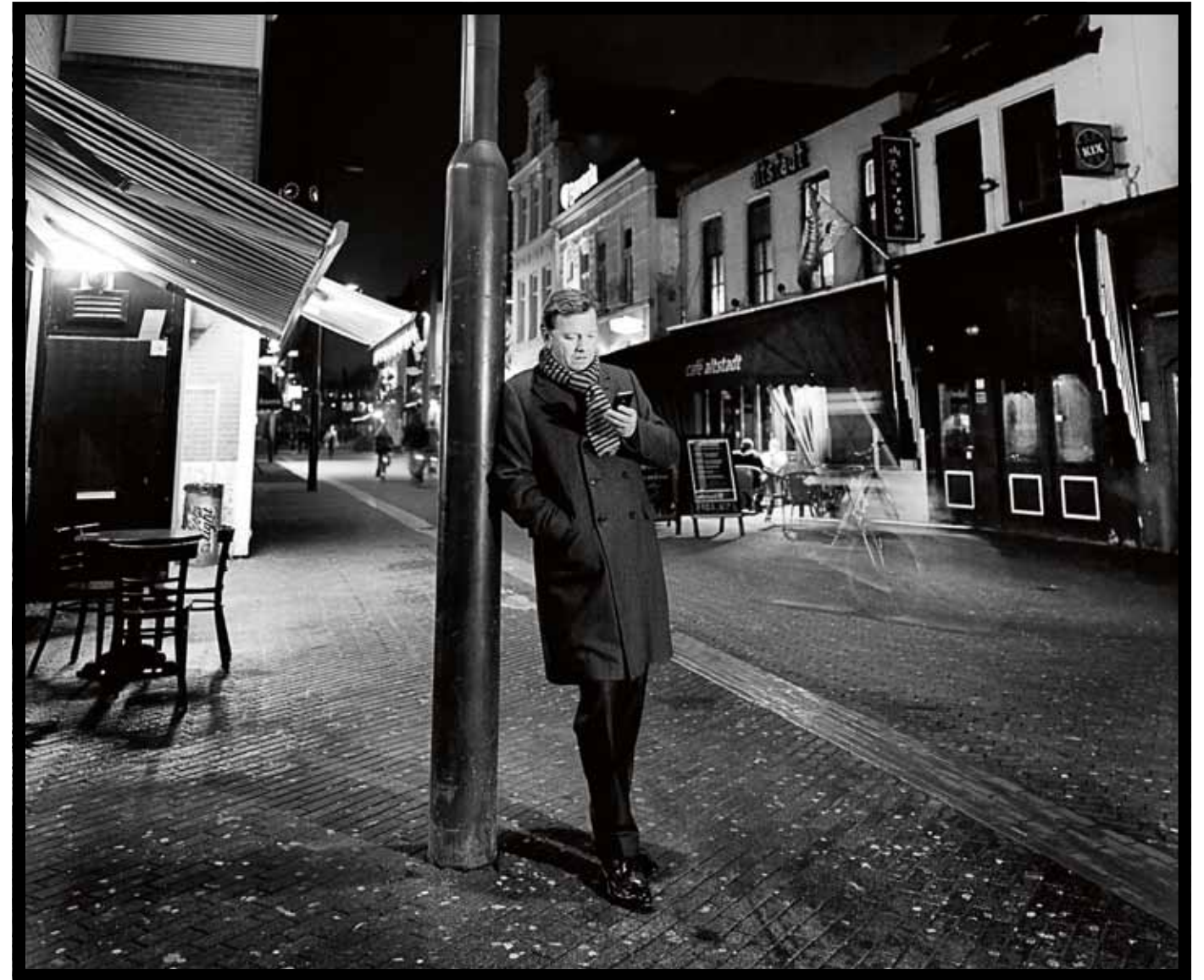
heden die ‘s nachts open zijn. Het huidige vergunningenbeleid van de gemeente is te streng voor ons. Maar als daar ooit verandering in komt, zien we hier zeker kansen.”

‘VAN HET STRATUMS-EIND WORD JE NIET VROLIJK. HET AANBOD IS TE EENZIJDIG’

Een ander punt op zijn verlanglijstje is het Stratumseind. „Ooit was de langste uitgangstraat van Nederland een begrip, maar er is sprake van enorme teloorgang. Toen ik mijn zoon daar ‘s nachts moest ophalen, ging ik wel eens een uurtje eerder om rond te kijken. Daar word je niet vrolijk van. Het aanbod is te eenzijdig en alleen op vrijdag- en zaterdagavond is er iets te doen. Daar moet rigoureuus worden ingegrepen.” Swinkels denkt daarbij aan meer diversiteit en misschien wel een soort museumkwartier in de buurt van het Van Abbe. „Ik realiseer me dat het een enorme opgave is, maar het is wel mogelijk. Kijk bijvoorbeeld maar eens wat ze met de Zeedijk in Amsterdam hebben klaargespeeld.” Hij pleit ervoor dat het project Stratumseind door gemeente en bedrijfsleven samen wordt opgepakt. „Bavaria is zeker bereid mee te praten en te denken.”

Verantwoordelijkheid

Swinkels wijst erop dat zijn motivatie zeker niet alleen is ingegeven door het belang voor Bavaria. „We zijn een familiebedrijf uit deze regio en voelen ons zeer betrokken bij onze omgeving. Zeker bij een gebied als het Stratumseind, waar hele generaties kinderen op stap gaan. Wij willen daar onze verantwoordelijkheid nemen om te kijken hoe we het beter en meer renderend kunnen maken.” Dit geldt ook voor het ontwikkelen van een veiligere glassoort in de horeca, waar Bavaria het voortouw in neemt. „Er gebeuren nu te veel ongelukken met glas. Met als meest recente voorbeeld de trieste dood van Jack van Gerwen op de Dommelstraat. Na die gebeur-



tenis heb ik uitgebreid met de ondernemer van de zaak waar het gebeurde, gesproken. Daar krijg je kippenvel van. De impact van zo'n gebeurtenis is enorm. Wij helpen graag het risico op dit soort vreselijke gebeurtenissen te verminderen."

De behoefte iets voor anderen te betekenen, speelt bij Noud Swinkels persoonlijk een rol. Jonge en startende ondernemers kunnen altijd bij hem aankloppen voor goede raad. Al is hij ook niet te beroerd om eerlijk te zeggen als hij niets in een plan ziet. „Dat kan wel eens arrogant overkomen. Als je enthousiast bent over een plan komt het hard aan als ik zeg dat het geen kans van slagen heeft. Maar dat doe ik voor hun bestwil. Mijn doel is te voorkomen dat mensen een project beginnen dat gedoemd is te mislukken. Ik heb te vaak gezien

hoeveel ellende het met zich meebrengt als een ondernemer failliet gaat. Zeker in het huidige economische klimaat moet je geen onnodige risico's nemen."

Ook binnen Bavaria wordt dankbaar gebruik van gemaakt van Noud Swinkels als levende vraagbaak. Noem een kroeg en hij weet er meer over te vertellen. En met een beetje geluk ook nog met een lekker smeug verhaal erbij. Want daarvan heeft hij er gigantisch veel paraat. „Ik maak zoveel mee in de horeca. Iedere dag is weer anders. We hebben geweldige jaren gehad van enorme groei, maar nu heeft ook de horeca last van de recessie. Dat is moeilijk, maar tegelijkertijd haalt het ook het beste in mensen boven. Je moet creatiever zijn en andere dingen bedenken. Maar dat is ook weer inspirerend."

De komende tijd staat zijn werk traditiegetrouw in het teken van carnaval. „Zodra de kerstspullen zijn opgeborgen, begint de voorbereiding alweer. Als voor anderen carnaval van start gaat met 'Drie Uurkes Vooraf', heb ik er al tientallen feestelijke bijeenkomsten op zitten." Dat hij hiervoor niet de prijs betaalt van een forse bierbuik, is verbazingwekkend. Grijnzend. „Nou ja, ik houd wel eens een bierpauze. Dan drink ik alleen maar water. Maar dat doe ik hooguit twee keer per jaar... Ik vind het veel te lekker om in gezelschap gezellig een biertje te drinken. Ja, dat wel, altijd bier! Dat zijn we als bierbrouwers wel aan onszelf verplicht. En weet je wat het leuke is? Zodra ik met een biertje in de hand sta, zie je dat al snel meer mensen er zin in krijgen en er óók eentje nemen... De makkelijkste manier om je werk als commercieel directeur te doen!" 