

High Concept Horeca heeft geen ziel

Leydtse Herberghe en Planet Hollywood zijn de laatste multinationale horecagelegenheden die in Amsterdam zijn geopend. Deze uitgaansgelegenheden borduren voort op de trend dat horecazaken steeds vaker een thema meekrijgen. De vraag is of Amsterdam blij moet zijn met deze nieuwe horecaformule.

ANDREW MOSKOS*

De nieuwe formule waar bovengenoemde gelegenheden toe gerekend kunnen worden draag de naam *High Concept Horeca*. Dit concept probeert door middel van menu, decor en sfeer een leeg gebouw te transformeren in een exotische, bij voorkeur buitenlandse plek. Op z'n best wordt een bijzonder thema genomen en dichterbij huis gebracht. Op z'n slechtst is het louter een herhaling van een uitgekauwd idee; dat is immers goedkoper dan iets origineels bedenken. Neem nu de twee nieuwkomers in Amsterdamse uitgaanswereld. Planet Hollywood probeert het opwindende Amerika aan de man te brengen. Leydtse Herberghe hoopt iets van het gedistingeerde Engeland te bieden.

UNIEK?

De locaties van de Leydtse Herberghe, op het Leidseplein, en Planet Hollywood, vlakbij het Rembrandtplein, werden uitgekozen vanwege hun nabijheid bij bestaande horecagelegenheden. De twee monumentale gebouwen ondergingen miljoenen kostende renovaties. Beiden voerden nostalgische redenen aan om steun van de gemeente te krijgen voor aanzienlijke veranderingen aan hun pand. Leydtse Herberghe ontdekte op een oude plattegrond het bestaan van een balkon. Planet Hollywood bedacht een historische reden voor een gigantisch



lichtgevend bord op het dak. Uitgespreid over meerdere etalages vulden ze hun hoeken en muren met 'authentieke' geïmporteerde items. En hoewel ze pretenderen uniek te zijn, kun je ze vinden in veel grote steden over de hele wereld.

Mensen die de ontwikkelingen in de horecawereld volgen zullen er snel op wijzen dat andere multinationale *high concept* horecagelegenheden zoals de Bayside Beach in de Halvemaansteeg en Hooters op het Damrak al maanden draaien. En daar kunnen we Texas Steakhouse en Saloon Settlers aan toevoegen. Ook Red Hot&Blue, de Memphis Barbeque die het op de Nieuwezijds Kolk probeert te redden, O'Donnells Irish bar (Heinekenplein) en La Place (V&D) horen in dit rijtje thuis. Toch is het redelijk om vast te stellen dat geen van deze eerdere pogingen zoveel tijd, geld en toewijding hebben geïnvesteerd in hun concepten als de recente aanvullingen.

PLANET HOLLYWOOD

Planet Hollywood's concept is de opwindende van Hollywood en zijn filmsterren. Het decor weerspiegelt de *blockbuster* films die het aanbiddt: groots, schreeuwerig en *in your face*. Le-

vensgrote uitgesneden beeltenissen van filmsterren bevolken de muur, decors van goud of met zebramotief beheersen de ruimte. Het is het beste en het slechtste van Amerika. De 'Amerikafiel' ziet de vrijheid in vernieuwende ontwerpen van mode en decor. De aan 'Amerikafobie' lijdende bezoeker ziet alleen de pronkerigheid van een jonge maatschappij die innovatie waardeert boven traditie.

Kostuums, rekwisieten en attributen van grote Hollywood producties verheerlijken de nietigheden van 's werelds media cultuur. Naast C-niveau attributen (Jean Claude van Damme's spijkerbroek uit *Sudden Death*) zijn er A-niveau bezienswaardigheden zoals Arnold Schwarzenegger's cyborg kostuum uit *Terminator* en Sharon Stone's ijshouweel uit *Basic Instinct*. Het blijkt dat er meerdere kopieën circuleren: sommige exemplaren zijn ook te zien in andere vestigingen van Planet Hollywood. "We maken er geen geheim van dat in een film meerdere duplicaten gebruikt worden", legt PR-manager Eric Karreman vlug uit. Voelen we ons bedrogen? Zou dat moeten? Over de hele linie zijn de prijzen bij Planet Hollywood net iets hoger dan bij de concurrentie. Het Amerikaanse concept van *suggestive selling* ligt overal op de loer. Voor slechts een paar gulden meer kun je

je glas als souvenir mee naar huis nemen of jezelf op een T-shirt trakteren en natuurlijk neem je de folder mee voor het plannen van je volgende feestje. Vergeet niet dat Arnold Schwarzenegger in augustus vorig jaar naar Amsterdam afreisde om het lint door te knippen van de *merchandise shop*! Net zoals bij de andere 35 Planet Hollywood openingen, kondigde hij aan: "I'll be back".

MENSEN KIJKEN

Het concept van Planet Hollywood werd pas geleden voor het eerst optimaal getest tijdens het openingsfeest. Aanwezig waren de echte sterren (in volgorde van oplopende *coolness*) Melanie Griffith, Gloria Estefan, Antonio Banderas, Jean Claude van Damme en mede-eigenaar Bruce Willis. Willis (die de gehele avond verveeld rondkeek) verzorgde een verrassend goed optreden met zijn band. Sylvester Stallone en Arnold Schwarzenegger (zij hadden al een Amsterdam *appearance* gemaakt) waren afwezig. Demi Moore is nog steeds *missing in action*.

Naast het bekijken van de acties op het rode tapijt, bekeken de aanwezigen ook elkaar. Daarnaast was er een hoofdrol weggelegd voor afgunst. De massa wilde de betere plaatsen in het persgedeelte. De pers wenste dat ze uitgenodigd was om binnen te komen. Gewone gasten wensten dat zij VIP's waren en VIP's zouden wel sterren willen zijn. Jaloezie hoort nu eenmaal bij Hollywood. Logisch dat het dan ook een onderdeel is van het concept van Planet Hollywood.

ECHT ENGELS

Ook Leydtse Herberghe is een voorbeeld van *high concept horeca*, maar met een ander concept: de traditionele Engelse pub. Anders dan zijn flitsende showachtige tegenspeler, is Leydtse Herberghe beheerst en ingehouden. Gepland en geconstrueerd door professionele bouwers van Engelse pubs werd de Leydtse Herberghe in het buitenland met de hand gemaakt. Vervolgens werd het in gedeelten verscheept. Weer in elkaar gezet op het Leidseplein, is het resultaat elegant, geraffineerd en deftig: de perfecte Engelse pub.

Donker rood-bruine eiken siert de muren, geaccentueerd door gepoetst koper. Echte Chesterfield stoelen en banken zijn comfortabel en luxe. Engelse parafernalia zoals sportuitrustingen, linksbestuurde modellen van auto's, BP-uitgangborden, zijn uitgespreid over de pub. Het enige ontbrekende aan het concept is het Engelse pub eten. "Het is moeilijk om een Nederlandse kok te vinden die een goeie steak en kidney pie kan klaarmaken", legt manager Mike Goeree uit: "Maar geen zorgen, er wordt aan gewerkt."

De begane grond is een rustige pub, met aan de muren foto's met een reisthema. De eerste etage is een Engelse sport club: "Een plek waar je met je team komt na een rugbywedstrijd." Het decor van cricketbat, sabels en polostick

High concept horeca: het thema café.

Wie kent niet het Hardrock Café? Het was een van de eerste themacafés die op de internationale tour ging. Daarmee kreeg high concept horeca haar internationale dimensie. In Nederland is overigens geen officiële vestiging van het Hardrock Café. Wel kennen we sinds enige tijd (in Amsterdam) Planet Hollywood. In de Verenigde Staten is het verschijnsel van de themacafés een *booming business*. Je kunt er naar het Fashion Café (van: Naomi Campbell, Claudia Schiffer, Elle MacPherson), het Harley-Davidson Café, Elvis Diner, het Rainforest Café, het Star Trek Café, Michael Jordan's Café en het All-Star Café.

De thema koorts beperkt zich niet tot cafés. Ook vakantieparken zoals bijvoorbeeld die van CenterParks (ook een multinationale horeca onderneming) differentiëren zich op thema's: Aqua Mundo, Discovery Dome en dergelijke. Van een simpel subtropisch zwembad gaat kennelijk onvoldoende wervingskracht vanuit. Dat laatste geldt echter ook voor sommige themaparken zelf. Het Archeon in Alphen a/d Rijn heeft het niet gehaald.

Maar ook in Nederland worden plannen gesmeed voor themacafés. Zo is net het café van Herman Brood in Amsterdam geopend: *Ape go*. Hier kunnen schilderijen van Brood worden bewonderd en kan 'geapekooid' worden. Daarnaast opent over enige maanden *Soccer World* zijn deuren in de hoofdstad. De eerste vestiging komt in de Amsterdam Arena, een tweede wellicht aan het Leidseplein. *Soccer World* is een initiatief van de voetballers Ronald en Frank de Boer, Danny Blind, John van 't Schip en Frank Rijkaard. Een drankje en een hapje tegen de achtergrond van een gouden schoen of een shirtje van een van hen. Het rond een thema of concept creëren van een sfeer in een uitgaansgelegenheid is op zich niet nieuw. De bruine kroeg is een concept dat tot in recente nieuwbouwwijken wordt uitgetoet. Alleen mist het een duidelijk thema en, dat is nieuw, een internationale dimensie. De wereld is een Global Village geworden. Ook in z'n uitgaansmogelijkheden. Een goed concept wordt vaak op wereldschaal geëxploiteerd.

lijkt daarop in te spelen. Toch is een zweterig rugbyteam in deze weelderige omgeving moeilijk voor te stellen. Zij gaan waarschijnlijk eerder naar het echte buurtcafé waarop het concept van deze pub is gebaseerd. De tweede etage is ingericht als een klassieke *gentleman's club*. Goeree verklaart: "Het is exclusiever, een soort cognac- en sigarenplek". Rondkijkend zie je meer bier dan cognac en sigarenreuk is niet te bespeuren. Maar dan mis je het idee. Dit is niet noodzakelijk een plek waar mensen sigaren roken, maar door de gecreëerde sfeer zou niemand vreemd opkijken als je er een op zou steken. Toch is het geen echte Engelse *gentleman's club*, maar een soort (film) set. De kaften van de boeken zijn nep, maar geven het idee van een bibliotheek. Foto's van oude Engelse gezichten van de laatste eeuwwisseling sieren de muur. Zijn dit de vorige eigenaren van deze pub? Beroemde mensen? Nee, het zijn slechts leden van een oude mannenclub. Wie zij zijn doet er niet toe, maar met hun 1890 uiterlijk compleet met walrusnorren en oude hoeden ondersteunen zij het concept. *High concept horeca* hoeft niet te groeien of te rijpen; het komt uit de verpakking *ready to eat*. Moeten we dat erg vinden? Ok, je kunt de boeken niet lezen. Maar wilde je dat ook? De Leydtse Herberghe is aantrekkelijk, van niveau en comfortabel. Dus wat ontbreekt er nog?

lets? Is een stukje geschiedenis noodzakelijk om het naar je zin te hebben? Het concept zegt nee.

De opening van de Leydtse Herberghe een tijdje geleden was zo ingehouden als die van Planet Hollywood's overdreven was. Binnen gaven mensen uit de horeca en zakenwereld felicitaties en schouderklopjes. De hapjes werden rondgebracht, rook vulde de lucht en gesprekken werden aangeknoopt. Het was een feestje op zijn Engels, gezellig maar misschien een beetje saai.

Goed of slecht, meer en meer *high concept horeca* zal Amsterdam overspoelen. Sommigen zullen er net als Planet Hollywood uitzien als musea, anderen net als Leydtse Herberghe, als een toneelset. Sjoerd Kooistra, eigenaar van Leydtse Herberghe en tientallen andere cafés en restaurants, legt uit: "Tegenwoordig heb je wel een concept nodig om eruit te springen. Je moet een reden creëren om mensen binnen te halen". Als sommige van deze *high concept horeca* projecten echter mislukken, dan blijkt dat het beste concept wellicht helemaal geen concept is.

*Andrew Moskos is een Amerikaan, woont in Amsterdam en is producer van de *improvisation comedy show Boom Chicago*. Vertaling en bewerking Saskia Maas