



SEBASTIAAN HOËS VAN DAGVERSE  
FRIETFABRIEK FRIETHOËS:

# ‘WE WILLEN DE VAN DOBBEN VAN DE FRIET- INDUSTRIE WORDEN’

MET DE AANSCHAF VAN EEN FOODTRUCK KOCHT SEBASTIAAN HOËS ZICH IN 2010 IN BIJ ZIJN BROER JOOST. DIE HAD EEN JAAR DAARVOOR ZIJN FRIETHOËS-WINKELTJE GEOPEND IN HAARLEM. DOOR HET OVERLIJDEN VAN DE OPRICHTER MOET HET BEDRIJF HET SINDS DIT VOORJAAR DEFINITIEF ZONDER DE INBRENG VAN JOOST DOEN. MAAR DE AMBITIES DIE DE TWEE BROERS SAMEN MET COMPAGNON VICTOR VAN VEELLEN HADDEN, ZIJN OVEREIND GEBLEVEN EN LIEGEN ER NIET OM. ‘WE WILLEN DE VAN DOBBEN VAN DE FRIETINDUSTRIE WORDEN.’

● GWEN VAN LÖÖN ● SANDER NIEUWENHUIJS

Joost zet in 2007 de eerste stappen op de frietmarkt als hij met zijn cateringervaring op de Modefabriek (een groot mode-evenement in Amsterdam, GvL) in een gehuurde bus friet gaat bakken. ‘Mensen waren laaiend enthousiast over zijn eigen gesneden friet en Joost besluit op zoek te gaan naar een geschikt pand in het centrum van Haarlem om voortaan dagelijks verse friet te bakken.’

De zoektocht van Joost neemt uiteindelijk anderhalf jaar in beslag, herinnert Sebastiaan zich. Zelf werkt Sebastiaan dan nog in de reclamewereld. In het winkeltje op de looproute van het station naar het centrum verkoopt zijn broer aanvankelijk alleen friet met zelfgemaakte mayonaise en pindasaus. ‘Het assortiment heeft hij bewust beperkt gehouden’, vertelt Sebastiaan. Als hij zich aansluit, bakken de twee vaak ‘s nachts de friet voor die ze vervolgens overdag op evenementen verkopen. ‘Dat hebben we twee seizoenen gedaan, maar dat was echt te pittig.’

Het begint dus allemaal met een klein keukentje. ‘We hadden twee frituurtjes en een kleine koeling. Al heel snel moesten we bij bevriende horecaondernemers onze frieten koelen.’ De eerste foodtruck blijkt ook niet zo praktisch als gedacht. ‘Hij remt heel slecht, daarom moesten we er ‘s nachts mee rijden en bij klussen verder weg moest ‘ie op de oplegger. We kochten daarna een nieuwe wagen waarbij we echt een antireactie



aan de dag legden. Naast goede bakapparatuur plaatsten we er de beste muziekinstallatie in, zorgden we ervoor dat we de wagen op afstand konden besturen bij het inparkeren en lieten we zonnepanelen op het dak plaatsen. Echt over de top.'

#### EFTELING

Inmiddels beschikt Friethoes over tien eigen wagens die in het seizoen door het hele land op evenementen en festivals zijn te zien. 'Er zijn geen barrières om welk festival dan ook te doen. Omgerekend doen we met die wagens 400 festivaldagen per jaar, waar soms wel 50.000 bezoekers per dag zijn.' Afgelopen jaar stonden er in het seizoen drie wagens permanent in de Efteling voor piekondersteuning, merkt Sebastiaan ook nog trots op. 'Het is fraai om voor het meest vooruitlopende pretpark in de branche te werken. De buitenkant van onze wagens was in Eftelingstijl, maar bezoekers kregen hun vers gesneden friet in Friethoes-puntzak.' Sebastiaan heeft er vertrouwen in dat hun samenwerking wordt gecontinueerd.

De friet wordt tegenwoordig allemaal gesneden en voorgebakken in een eigen frietfabriek in de Waarderpolder, een



industrieterrein aan de rand van Haarlem. In mei 2016 rolde daar het eerste frietje van de band. De nieuwe capaciteit maakt het mogelijk om zowel voor hun eigen wagens, maar ook voor meerdere horecagroothandels verse friet voor te bereiden.

De horecamarkt boort Friethoes aanvankelijk aan via bevriende koks in Amsterdam, omdat er in de winter weinig evenementen zijn. 'Tot we twintig locaties hadden, brachten we alle friet zelf rond, maar daarna hebben we dat overgedragen aan een groothandel.' Inmiddels verloopt die bevoorrading exclusief via de horecagroothandels. 'Die halen alles in één keer in de Waarderpolder op. Dat maakt de logistiek eenvoudiger.'

'Elk jaar, tot op heden, groeit de omzet met minstens 50%. Al negen jaar op rij. In 2015 besloten we om hulp te zoeken bij onze groei, omdat het tijd werd meer eisen te stellen aan ons bedrijf. Niet alleen aan de productie en afzetkanalen, maar ook aan ons personeelsbeleid en onze financiële administratie. In 2016 vroegen we groeicoach Victor van Veelen van Scale Up Company om zich op interim basis bij ons aan te sluiten, maar hij wilde alleen meedoen voor het 'echte' en dan ook aanspraak maken op een hap uit de

taart. Omdat we een klik hadden, hebben we dat snel geregeld. Het was heel zuur dat Joost een maand nadat dat beklonken was, ziek werd.'

#### FINANCIËN STROOMLIJNEN

Het is in dezelfde periode dat RSM aan boord komt om de financiën te stroomlijnen. 'We hadden door dat Joost en ik niet goed genoeg waren met cijfers, dat we een goed boekhoudpakket nodig hadden en beter inzichtelijk moesten maken hoe we ervoor stonden, zeker nu we een financiering bij de Rabobank wilden aanvragen vanwege de plannen voor de fabriek. Doordat we zo hard groeiden, werden we te groot voor onze oude boekhouder.'

Brouwer & Oudhof, onderdeel van RSM, helpt Friethoes aanvankelijk door een inzichtelijk werkdocument te maken. 'Zo konden we juiste kostenposten formuleren. Door het introduceren van Exact Online konden we schoon schip maken met onze boekhouding en voortaan maandrapportages uitdraaien. Raymond Both is er sindsdien bij als we die bespreken met de directie. We besloten op advies van RSM voortaan ook maandelijks de btw te verrekenen. Daardoor kregen we beter zicht op onze financiële positie. En ze adviseren

**'TOT WE TWINTIG LOCATIES HADDEN, BRACHTEN WE ALLE FRIET ZELF ROND, DAARNA HEBBEN WE DAT OVERGEDRAGEN AAN EEN GROOTHANDEL'**

ons ook hoe we praktisch het beste te werk kunnen gaan, bijvoorbeeld bij het oprichten van onze BV's.' 'We hadden al jaren flink geïnvesteerd. Elke keer als we geld over hadden, wilden we de kansen pakken die we toen zagen. Ons devies was simpel: we hebben wind mee, dus rennen! Door de groei en de plannen voor de fabriek werd het belang van een gezonde financiële huishouding steeds duidelijker. RSM hielp ons hoe je het grote geldspel dat bij ondernemen hoort echt moet spelen. Dat was maar goed ook, want door de schaalvergroting die we voor ogen hadden, bleken we aanzienlijk meer cash nodig te hebben. Dat maakte de bedrijfsvoering de laatste jaren soms best spannend.'

Dat wordt versterkt als bij Joost in 2016 een hersentumor wordt ontdekt. 'Begin mei viel hij uit, terwijl de bouw van de fabriek zijn project was. Tussendoor kon hij nog af en toe meedoen. Hij bleef zo lang mogelijk grote beslissingen nemen met Victor en mij, maar zelf kon hij geen prominente rol meer vervullen. Het overhevelen van de aandelen – een draak van een proces waar RSM ons in heeft ondersteund – hebben we net op tijd kunnen afronden. Een klein deel is nog in handen van zijn vrouw, we hopen dat dat later een financieel mazzeltje voor hun twee kinderen oplevert.'





**'ONS DEVIES WAS SIMPEL:  
WE HEBBEN WIND MEE, DUS RENNEN!'**

De komende tijd wil de directie nog meer mogelijkheden bekijken om het merk Friethoes verder op de kaart te zetten. Vandaar dat Sebastiaan en Victor recent ook een marketing manager hebben aangenomen. 'We willen de Van Dobben van de frietindustrie worden. Zij hebben ervoor gezorgd dat de kwaliteit van de kroket flink is verbeterd: dat het een vers product is in plaats van fabrieksmiddel. Dat willen wij ook. Vers, eerlijk en vooral veel lekkerder: dat moet de vorm worden voor de frietmarkt. Daarom zijn we aan het kijken hoe we ons merk nog meer kunnen laden.'

Omdat ze op de huidige locatie nog extra productiecapaciteit hebben, maken de eigenaren daarom ook de sprong naar de retailmarkt. Waar hun friet voor de consument straks verkrijgbaar is, kan Sebastiaan nog net niet vertellen. 'We waren eerder al met deze partij in gesprek, maar toen kwam het voor ons te vroeg', is het enige dat hij er nu over kwijt wil.

Wat ook helpt om Friethoes op de kaart te zetten, is dat ze zo duurzaam mogelijk opereren. De aardappelschillen die overblijven worden daarom zo min mogelijk op de composthoop gegooid, maar bijvoorbeeld gebruikt om alcohol te brouwen. In de Haarlemse Jopenkerk wordt er inmiddels bier van gebrouwen. En eerder werden de schillen al gestookt om Friethoes Vodka te distilleren. 'Maar alles moet passen binnen onze kernwaarden. Daar waakt Victor over. De strategie en de coachende rol zit in zijn DNA.'



# FRIETHOES

FRIETBAKKERS

### **Huisstijl**

*De Haarlemse striptekenaar Joost Swarte heeft de – zeer herkenbare – huisstijl voor Friethoes ontwikkeld. 'Joost leerde hem kennen via zijn schoonfamilie. Swarte tekende – een vriendendienst – voor het eerste design en we huren hem nog altijd graag in. Friethoes ontleent zijn uitstraling aan het beeldmerk dat hij voor ons heeft ontworpen.' Sebastiaan weet nog een mooie anekdote over zijn beloning. 'Mijn broer wilde 'm bedanken en beloonde hem met een negengangendiner met friet in de winkel in de Kruisweg. Na sluitingstijd!'*