

Horeca Barometer

Periode: eerste kwartaal 2010

In samenwerking met en in opdracht van:

Bedrijfschap Horeca en Catering

Datum: 28 april 2010

Project: 92067



bedrijfschap Horeca en Catering

Copyright:

Gebruik en overname van (delen van) dit rapport is toegestaan mits de bron wordt vermeld.

1. Samenvatting

Omzetzdaling in eerste kwartaal drie procent

In het eerste kwartaal van 2010 meldt bijna de helft (45%) van de horecabedrijven een omzetzdaling ten opzichte van dezelfde periode in 2009. Ruim een vijfde van de horecabedrijven meldt een omzetzijging.

De gemiddelde omzetzdaling is het sterkst in de dranken- en restaurantsector. De omzetzdaling is het sterkst in de kleinere horecabedrijven. In het westen van het land wordt een grotere omzetzdaling gemeld dan in de overige regio's van Nederland.

Gemiddelde omzetzontwikkeling eerste kwartaal 2010 t.o.v. dezelfde periode een jaar eerder, per sector

Sector	Gemiddelde omzetzontwikkeling (%)	Bandbreedte ¹ (%)
Drankensector	-4,5	-7,1 tot -2,0
Fastservicesector	-0,3	-2,5 tot 1,8
Restaurantsector	-3,5	-5,9 tot -1,2
Hotelsector	-1,9	-4,0 tot 0,2
Totaal	-3,0	-4,2 tot -1,8

Meest genoemde redenen voor de omzetzdaling zijn de economische omstandigheden, gevolgd door de weersomstandigheden. Vier op de tien ondernemers in de horeca geven aan dat het aantal gasten in hun bedrijf is afgenomen. Ook is in ruim een derde van de horecabedrijven de gemiddelde besteding per gast afgenomen. De vaste gasten komen in zes van de tien etablissementen net zo vaak als in dezelfde periode het jaar daarvoor, maar in een derde komen zij minder vaak.

Vier op de tien horecaondernemers hebben het eerste kwartaal maatregelen genomen om de bedrijfsvoering te verbeteren. Van deze maatregelen worden bezuinigen op

¹ De bandbreedte is de marge waarbinnen met 95% zekerheid de werkelijke omzetzontwikkeling valt. De bandbreedte wordt bepaald door de gemiddelde spreiding van de antwoorden en de steekproefgrootte.

personeel het meest genoemd (27%). Op de voet gevolgd door promotie (26%), activiteiten organiseren (25%) en een breder assortiment aanbieden (24%).

Negen op de tien horecaondernemers overwegen maatregelen te nemen in de komende 12 maanden. Naast besparen op energie en inkoop, worden meer aanbiedingen en acties aangekondigd.

Voor het tweede kwartaal geeft een kwart van de horecaondernemers aan meer personeel nodig te hebben dan in het eerste kwartaal. Per saldo worden 8,2% meer banen verwacht in het tweede kwartaal. Met name in de hotelsector (12%) zijn meer arbeidskrachten nodig. Natuurlijk spelen seizoenseffecten hierbij een rol.

2. Onderzoeksopzet

2.1 Doelstelling

Het onderzoek geeft inzicht in de omzetontwikkeling, de verklaringen hiervoor, de toekomstverwachtingen en de trends in de horeca. Daarnaast wordt in kaart gebracht wat de horecaondernemer bezighoudt.

2.2 Methode

Het onderzoek is telefonisch uitgevoerd vanuit ons callcenter in Amsterdam met behulp van Computer Assisted Telephone Interviewing (CATI) in de periode van 1 tot en met 16 april 2010. Ervaren business-to-business-interviewers zijn ingezet op het project. Dit is de zesde meting sinds januari 2009.

Voor dit project onderscheiden we vier sectoren binnen de horecabranche: de dranken-, fastservice-, restaurant- en hotelsector.

Populatie januari 2010 en steekproefrealisatie januari 2010

Sector	Populatie	Steekproef
Drankensector	17.512	149
Fastservicesector	10.143	144
Restaurantsector	10.902	147
Hotelsector	3.032	160
Totaal	41.589	600

Om representatieve uitspraken te kunnen doen over de gehele sector, zijn de resultaten herwogen naar de werkelijke populatie. Er is gewogen op sector en bedrijfsgrootte (loonsom).

2.3 Responsverantwoording

Responsverantwoording telefonisch onderzoek

	Aantal	
Totaal aantal gebruikte telefoonnummers	2443	
Geen geschikte respondent /respondent onbekend	248	
Onbereikbare nummers totaal	571	
- Bij herhaalde poging in gesprek, geen gehoor, voicemail, antwoordapparaat	272	
- Afgesloten telefoonnummers	99	
- Niet werkend telefoonnummer, o.a.: fax, modem	200	
Totaal aantal bereikte telefoonnummers van geschikte respondenten	1624	100%
Respondent niet beschikbaar tijdens veldwerkperiode	330	
Aantal openstaande afspraken	139	
Weigering voor / tijdens gesprek	555	
Aantal afgeronde gesprekken (respons)	600	37%

In totaal hebben 555 benaderde horecaondernemers hun medewerking aan het onderzoek geweigerd. De respons van deze meting is voldoende om representatieve uitspraken te doen voor de gehele doelgroepopulatie.

2.4 Vragenlijst

In de vragenlijst zijn de volgende onderwerpen aan de orde gekomen:

- omzetmutatie eerste kwartaal (Q1 2010 t.o.v. Q1 2009);
- verklaringen voor omzeteffecten;
- wat leeft er/wat houdt de horecaondernemer bezig?

2.5 Over dit rapport

De uitkomsten van het voorliggende enquêteonderzoek zijn met behulp van weegfactoren herberekend om zo de representativiteit te bevorderen. Het onderzoek wordt gekenmerkt door specifieke uitgangspunten en werkwijzen, bijvoorbeeld het registratiebestand van het bedrijf Horeca en Catering als populatiekader, de horecavestiging als onderzoekseenheid, een onderverdeling van de horecabranche naar sector en grootteklasse (op basis van loonsomklasse) ten behoeve van bovengenoemde herberekening, telefonisch onderzoek met behulp van Computer Assisted Telephone Interviewing (CATI). Andere uitgangspunten en werkwijzen zullen uiteraard van invloed zijn op de uitkomsten en zullen de vergelijkbaarheid met andere soortgelijke onderzoeken onvolledig maken.

3. Horecabarometer eerste kwartaal 2010

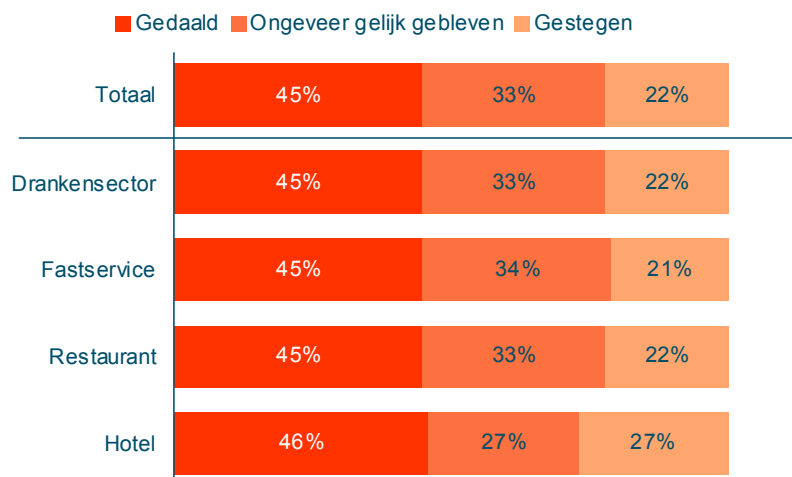
3.1 Omzetzaling het grootst in de dranken- en restaurantsector

De gemiddelde omzetzaling in de horeca in het eerste kwartaal 2010 bedraagt 3,0%. Met name ondernemers in de dranken- en restaurantsector geven aan een lagere omzet te hebben behaald dan in dezelfde periode een jaar eerder.

45% van de horecabedrijven meldt een omzetzaling

Bijna de helft van de horecabedrijven meldt in het eerste kwartaal 2010 een omzetzaling ten opzichte van het eerste kwartaal 2009. 22% meldt een omzetzijging. In de hotelsector bevinden zich relatief de meeste bedrijven die een omzetzijging melden (27%).

Is de omzet in uw vestiging in het eerste kwartaal van 2010, ten opzichte van het eerste kwartaal 2009, gestegen, gedaald of gelijk gebleven?



Basis: alle horecabedrijven (n=600)

De gemiddelde omzetsdaling in het eerste kwartaal van 2010 is 3,0%

De gemiddelde omzetsdaling onder horecabedrijven met een omzetsdaling bedraagt 18% in het eerste kwartaal van 2010 ten opzichte van het eerste kwartaal 2009. De gemiddelde stijging onder bedrijven met een omzetsstijging bedraagt 12%.

De onderstaande tabel geeft het gemiddelde weer van alle horecabedrijven, dus ook van de bedrijven waarin de omzet in het eerste kwartaal gelijk was aan dezelfde periode van het jaar ervoor.

Gemiddelde omzetontwikkeling eerste kwartaal 2010 t.o.v. dezelfde periode een jaar eerder, per sector

Sector	Gemiddelde omzetontwikkeling (%)	Bandbreedte ² (%)
Drankensector	-4,5	-7,1 tot -2,0
Fastservicesector	-0,3	-2,5 tot 1,8
Restaurantsector	-3,5	-5,9 tot -1,2
Hotelsector	-1,9	-4,0 tot 0,2
Totaal	-3,0	-4,2 tot -1,8

De dranken- en restaurantsector melden in het eerste kwartaal gemiddeld de grootste omzetsdaling ten opzichte van dezelfde periode in 2009.

Er is een groot verschil in omzetontwikkeling binnen de bedrijfsgroottes. Kleine horecabedrijven melden een veel grotere omzetsdaling dan grote bedrijven. Dit doet zich met name voor in de hotelsector.

Regionaal gezien is de omzetsdaling het sterkst in het westen (regio 1 en 2)³. De gemiddelde omzetsdaling voor alle horecabedrijven bedraagt daar gemiddeld 4,3%. In het noorden is de omzetsdaling beperkt tot 1,0%.

² De bandbreedte is de marge waarbinnen met 95% zekerheid de werkelijke omzetontwikkeling valt. De bandbreedte wordt bepaald door de gemiddelde spreiding van de antwoorden en de steekproefgrootte.

³ Grote steden: Amsterdam, Rotterdam en Den Haag met randgemeenten (1); Rest West: Overige gemeenten in Zuid-Holland, Noord-Holland en Utrecht (2); Noord: Groningen, Friesland en Drenthe (3); Oost: Overijssel, Gelderland en Flevoland (4); Zuid: Zeeland, Noord-Brabant en Limburg (5).

Gemiddelde omzetontwikkeling eerste kwartaal 2010 t.o.v. dezelfde periode een jaar eerder, per Nielsen-regio

Nielsen-regio	Gemiddelde omzetontwikkeling (%)	Bandbreedte (%)
Grote steden	-4,2	-7,2 tot -1,3
Rest West	-4,3	-6,5 tot -2,2
Noord	-1,0	-4,3 tot 2,2
Oost	-2,2	-4,5 tot 0,1
Zuid	-1,9	-4,5 tot 0,7
Totaal	-3,0	-4,2 tot -1,8

Economische crisis meest genoemde oorzaak van de omzetzaling

Aan de horecaondernemers met een omzetzaling in het eerste kwartaal van 2010 is gevraagd welke oorzaken zij konden noemen voor deze omzetzaling.

Kunt u voor uw bedrijf de oorzaken aangeven van deze omzetzaling in het eerste kwartaal van 2010? (in %, meerdere antwoorden mogelijk)

	Totaal	Dranken sector	Fast-service	Restaurant	Hotel
Economische omstandigheden/het gaat slechter met de economie	63	60	67	66	65
Weersomstandigheden/slecht weer gehad	33	29	42	30	44
Invoering van rookverbod	16	26	6	11	5
Klanten besteden minder	14	17	13	9	9
Minder toeristen/minder gasten/minder mensen op straat	8	11	3	11	4
Straat lag open/moeilijk bereikbaar	5	2	8	7	4
Toegenomen concurrentie	4	1	8	5	6
Tijdelijk gesloten geweest door verbouwing en/of persoonlijke omstandigheden	2	2	0	2	8
Klanten blijven weg door hogere prijzen	2	1	0	5	3
Gemeentelijke wetgeving (sluitingstijden, terrasopening, geluidsoverlast)	1	0	2	3	3
Minder boekingen/minder zakelijke klanten	1	1	0	1	4
(Gebrek aan goed) personeel/personeelsproblemen	1	0	0	2	0
Andere redenen, namelijk:	7	9	3	9	5
Weet niet	0	0	2	0	0
Totaal (exclusief 'weet niet')	157	159	152	161	160
n (absoluut)	266	65	62	66	73

Basis: horecabedrijven met een omzetzaling in het eerste kwartaal 2010 (n=266)

Groene arcering betekent dat het verschil met één of meerdere kolommen significant is.

Door 63% van de bedrijven wordt de economische crisis genoemd als één van de oorzaken van de omzetsdaling. Ook wijt een derde van de horecabedrijven de omzetsdaling aan de weersomstandigheden. Het rookverbod wordt nog door 16% genoemd en lijkt een steeds minder grote rol te spelen.

Als we vragen wat de *belangrijkste* oorzaak is van de omzetsdaling, dan noemt men:

- de crisis (46%);
- de weersomstandigheden (23%) en het
- rookverbod (10%).

Specifieke oorzaken genoemd voor omzetstijging

Horecabedrijven met een omzetstijging noemen veel uiteenlopende oorzaken voor deze stijging. In de restaurantsector wordt 'goede kwaliteit' het meest genoemd. Opvallend is dat bijna één op de tien horecaondernemers met een omzetstijging constateert dat de economie weer aantrekt. Horecaondernemers in de hotelsector met een omzet stijging noemen dit zelfs het vaakst als reden voor de omzetstijging (22%).

Kunt u voor uw bedrijf de oorzaken aangeven van deze omzetstijging in het eerste kwartaal van 2010? (in %, meerdere antwoorden mogelijk)

	Totaal	Dranken- sector	Fast- service	Restau- rant	Hotel
Promotie, reclame	12	8	16	15	17
Goede kwaliteit	11	7	9	24	1
Meer feesten (bruiloften e.d.)	10	19	0	8	3
Meer naamsbekendheid	9	4	10	17	10
Meer klanten	9	13	13	0	9
Aantrekken van de economie	9	6	4	13	22
Meer capaciteit/verbouwing	7	8	6	7	8
Afname concurrentie	6	8	6	4	0
Meer verenigingen en clubs (klaverjassen, muziekverenigingen)	5	8	3	4	1
Andere formule/kaart/aanpak	5	3	1	10	2
Mensen durven weer geld uit te geven	4	4	10	0	4
Prijsverlagingen	4	0	4	6	18
Gunstige weersomstandigheden	4	8	1	0	0
Prijsverhogingen	3	5	3	2	0
Bedrijf is pas begonnen/opbouwfase	3	1	10	0	0
De recessie	1	0	0	4	1
Meer vergaderingen, trainingen, seminars	1	1	0	2	2
Anders, namelijk:	9	11	10	4	13
Weet niet/geen antwoord	9	4	11	16	13
Totaal (exclusief 'weet niet')	112	114	106	120	111
n (absoluut)	151	35	35	36	45

Basis: horecabedrijven met een omzetstijging in het eerste kwartaal 2010 (n=155)

* indicatief vanwege kleine steekproef

Als we de horecaondernemers vervolgens vragen om de *voornaamste* oorzaak van de omzetsijging, dan zien we eenzelfde beeld. De redenen zijn zeer divers en bedrijfsspecifiek:

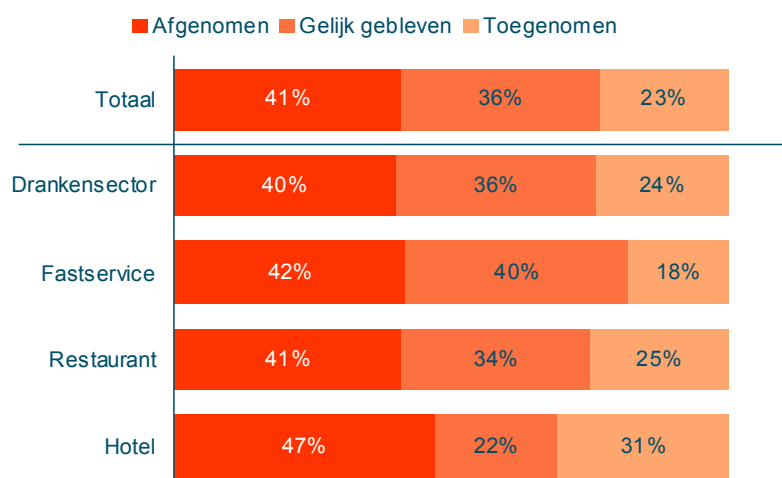
- meer klanten (9%);
- meer promotie, reclame (9%);
- meer naamsbekendheid (8%);
- meer feesten (7%);
- goede kwaliteit (7%);
- aantrekken economie (7%).

Aantal gasten en de besteding per gast per saldo afgenomen

In 41% van de horecagelegenheden is in het eerste kwartaal van 2010 het aantal gasten afgenomen ten opzichte van het eerste kwartaal van 2009.

In bijna een kwart van de horecabedrijven is het aantal gasten toegenomen ten opzichte van een jaar eerder.

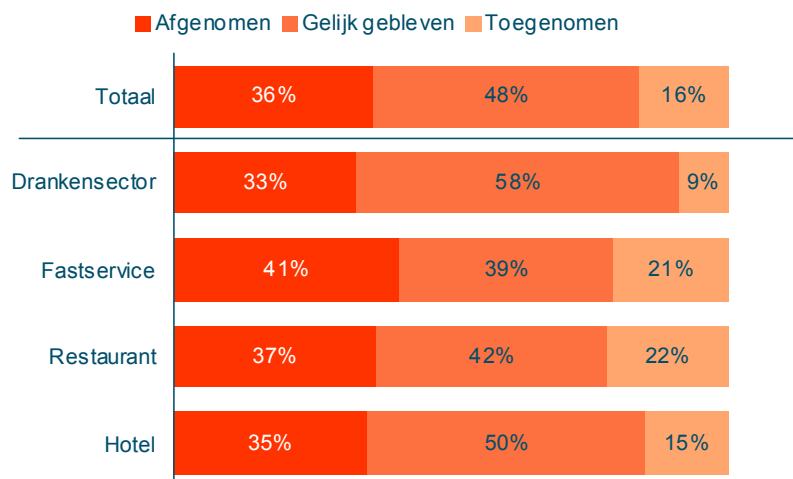
Als u het eerste kwartaal 2010 vergelijkt met het eerste kwartaal 2009 is naar uw inschatting het totaal aantal gasten in uw bedrijf dan (...)



Basis: alle horecabedrijven (n=600)

De gemiddelde besteding per gast is in bijna de helft van de horecabedrijven gelijk gebleven ten opzichte van een jaar eerder. In ruim een derde van de bedrijven is dit afgenomen.

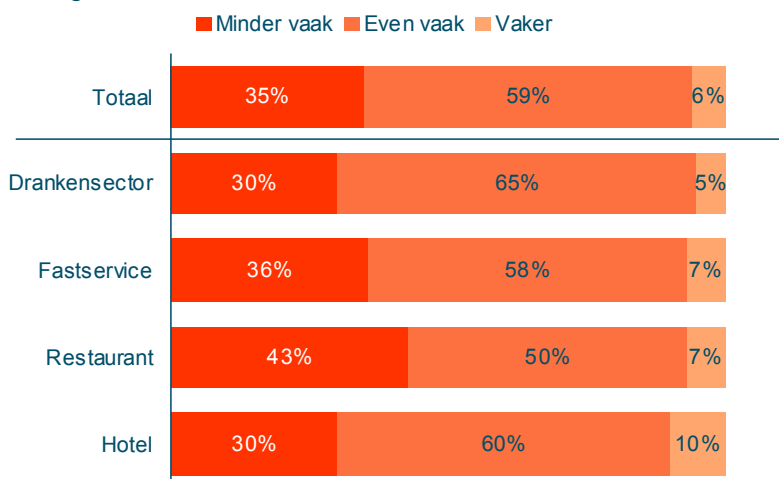
Als u het eerste kwartaal van 2010 vergelijkt met het eerste kwartaal van 2009 is naar uw inschatting de gemiddelde besteding per gast dan (...)



Basis: alle horecabedrijven (n=600)

Ook in ruim een derde van de horecagelegenheden komen de vaste gasten minder vaak dan een jaar geleden. In de restaurantsector is dit iets hoger.

Als u het eerste kwartaal 2010 vergelijkt met het eerste kwartaal 2009 komen de vaste gasten/klanten dan:

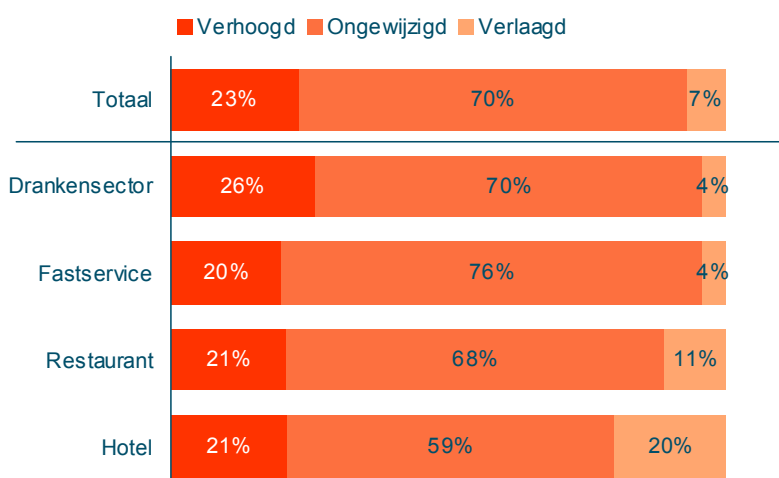


Basis: alle horecabedrijven (n=600)

Bijna een kwart van de horecabedrijven heeft de prijzen verhoogd

Bijna een kwart van de horecaondernemers (23%) heeft in het eerste kwartaal van 2010 de prijzen verhoogd. Net als in de vorige metingen zijn er in de hotelsector relatief veel ondernemers (20%) die de prijzen hebben verlaagd.

Heeft u in het eerste kwartaal 2010 de verkoopprijzen gewijzigd? Zo ja, heeft u de prijzen gemiddeld genomen:



Basis: alle horecabedrijven (n=600)

Bijna vier op de tien horecaondernemers hebben maatregelen genomen om de bedrijfsvoering te verbeteren

De meeste horecaondernemers (62%) hebben geen maatregelen genomen in het eerste kwartaal om de bedrijfsvoering te verbeteren. Van alle horecaondernemers die maatregelen hebben genomen om de bedrijfsvoering te verbeteren, heeft een kwart bezuinigd op personeel. Verder probeert men de bedrijfsvoering te verbeteren door meer promotie te maken, activiteiten te organiseren en een breder assortiment aan te bieden.

Wat voor maatregelen heeft u genomen om de bedrijfsvoering in het eerste kwartaal van 2010 te verbeteren? (in %, meerdere antwoorden mogelijk)

	Totaal	Dranken-sector	Fast service	Restaurant	Hotel
Minder personeel/personeel werkt minder	27	28	20	30	28
Meer promotie/reclame/marketing	26	17	23	38	25
Activiteiten organiseren/verenigingen/thema-avonden	25	35	7	29	12
Breder assortiment/nieuwe kaart	24	24	33	19	15
Bezuinigen op inkoop	21	16	18	24	33
Verbouwing	15	11	18	16	18
Prijsverlaging	10	7	7	10	26
Kwaliteit, service verbeteren	7	5	9	8	11
Andere doelgroep/andere huisstijl/ander concept	4	2	5	5	4
Besparen op energie	4	0	3	9	1
Acties/aanbiedingen	3	0	5	5	5
Meer personeel	2	2	5	0	4
Investeringen	2	3	0	2	0
Vaker open, langer open	2	0	5	2	2
Rookruimte gemaakt	2	4	0	0	0
Anders, namelijk	4	4	5	1	8
Weet (echt) niet	1	2	2	0	1
Totaal (exclusief 'weet niet')	178	158	163	198	192
n (absoluut)	268	53	52	73	90

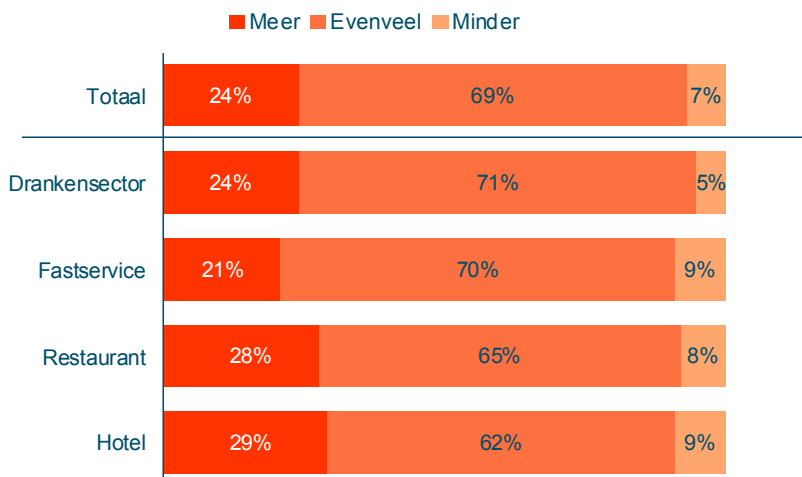
Basis: alle horecabedrijven waarin maatregelen zijn genomen (n=268)

Groene arcering betekent dat het verschil met één of meerdere kolommen significant is.

3.2 Verwachtingen voor het tweede kwartaal 2010

Bijna een kwart van de horecaondernemers verwacht meer personeel nodig te hebben in het tweede kwartaal ten opzichte van het eerste kwartaal van 2010. 7% verwacht met minder personeel toe te kunnen. Per saldo is er in het tweede kwartaal van 2010 8,2% meer personeel nodig dan in het eerste kwartaal.

Verwacht u in het tweede kwartaal 2010 meer, evenveel of minder personeel nodig te hebben (in FTE) dan in het eerste kwartaal 2010?



Basis: alle horecabedrijven (n=600)

Per saldo worden gemiddeld 8,2% meer banen verwacht in het tweede kwartaal 2010

Aan de horecabedrijven die verwachten meer of minder personeel nodig te hebben, is gevraagd hoeveel FTE (fulltime equivalent) zij meer of minder nodig hebben. De onderstaande tabel geeft de gemiddelde ontwikkeling van de werkgelegenheid weer bij alle horecaondernemers die in FTE hebben aangegeven hoeveel personeel zij meer of minder nodig hebben en de horecaondernemers die aangeven evenveel personeel te behoeven.

Gemiddelde verwachte werkgelegenheidsmutatie in het tweede kwartaal 2010 t.o.v. het eerste kwartaal 2010, per sector (in %)

Sector	Gemiddelde werkgelegenheidsmutatie (%)	Bandbreedte ⁴ (%)
Drankensector	8,5	3,5 tot 13,5
Fastservicesector	8,2	2,5 tot 14,0
Restaurantsector	6,7	3,2 tot 10,3
Hotelsector	12,1	2,1 tot 22,1
Totaal	8,2	5,5 tot 10,9

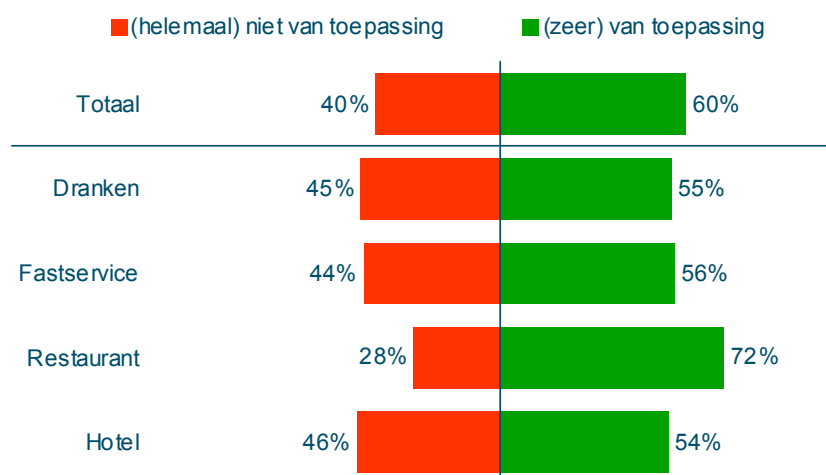
Over de gehele horeca zijn in het tweede kwartaal van 2010 gemiddeld 8,2% banen meer nodig dan in het eerste kwartaal van 2010. In de hotelsector wordt de grootste werkgelegenheidsstijging verwacht. Natuurlijk spelen seizoenseffecten hierbij een rol.

⁴ De bandbreedte is de marge waarbinnen met 95% zekerheid de werkelijke werkgelegenheidsmutatie valt. De bandbreedte wordt bepaald door de gemiddelde spreiding van de antwoorden en de steekproefgrootte.

Goed personeel vooral moeilijk te vinden in de restaurantsector

Zes van de tien horecabedrijven hebben moeite om aan goed personeel te komen. In de restaurantsector (72%) heeft men de meeste moeite om goed personeel te vinden. Dit beeld komt overeen met de vorige metingen.

Kunt u aangeven in hoeverre de volgende stelling op uw bedrijf van toepassing is? Het is moeilijk om aan goed personeel te komen.



Basis: alle horecabedrijven (n=600)

Aan de horecaondernemers die aangeven moeilijk goed personeel te kunnen krijgen, is gevraagd op welke afdelingen dit probleem speelt. Vooral goed bedienend personeel is moeilijk te vinden (63%). Dit speelt voornamelijk binnen de drankensector (74%) en restaurantsector (64%). Maar ook aan goed keukenpersoneel (60%) is moeilijk te komen. Logischerwijs speelt dit vooral in de restaurantsector (77%) en de fastservicesector (61%). De cijfers komen overeen met de bevindingen over de kwartalen van 2009.

92% van de horecaondernemers overwegen maatregelen in het komende jaar

Aan de horecaondernemers is gevraagd welke maatregelen of acties men zou overwegen in de komende twaalf maanden om het bedrijfsresultaat te verbeteren. De meeste maatregelen zijn erop gericht de kosten te beperken. Zo overweegt 55% te besparen op energie en 53% overweegt te bezuinigen op inkoop. Toch overweegt ook 49% meer aanbiedingen en acties.

Welke van de volgende maatregelen/acties zou u in de komende twaalf maanden in overweging nemen om uw bedrijfsresultaat te verbeteren? (in %)

	Totaal	Dranken- sector	Fast service	Restau- rant	Hotel
Besparen op energie	55	58	52	52	54
Bezuinigen op inkoop	53	57	46	54	47
Meer aanbiedingen en acties	49	41	53	56	59
Meer activiteiten organiseren	43	48	33	45	44
Bezuinigen op investeringen	40	40	38	42	42
Bezuinigen op personeel	39	38	34	46	36
Meer samenwerken met collega- ondernemers	31	32	24	35	41
Prijzen verhogen om winstmarge te verbeteren	22	23	24	18	23
Meer adverteren in lokale media	21	16	21	27	22
Andere openingstijden	16	14	18	19	10
Prijzen verlagen om meer klanten te trekken	10	7	10	12	16
Geen van deze	8	8	9	8	14
Totaal (exclusief 'geen van deze')	379	374	353	406	394
n (absoluut)	600	149	144	147	160

Basis: alle horecaondernemers (n=600)

Groene arcering betekent dat het verschil met één of meerdere kolommen significant is.

Auteursrecht

© Synovate BV. Alle rechten voorbehouden.

De concepten en ideeën die u in dit document worden aangeboden zijn intellectueel eigendom van Synovate. Deze zijn strikt vertrouwelijk van aard en worden u aangeboden met dien verstande dat zij door u strikt vertrouwelijk behandeld dienen te worden en dat van de hiervoor genoemde concepten en ideeën geen gebruik zal worden gemaakt. Bij het aanleveren van dit document aanvaardt of veronderstelt Synovate geen verantwoordelijkheid voor enig ander doeleinde of tegenover enig andere persoon aan wie dit rapport wordt getoond of die het eventueel in handen krijgt, behalve in het geval waar dit uitdrukkelijk is overeengekomen door middel van onze voorafgaande schriftelijke toestemming.