

Horeca Barometer

Periode: derde kwartaal 2010

In samenwerking met en in opdracht van:

Bedrijfschap Horeca en Catering

Datum: 9 november 2010

Project: 93007



bedrijfschap Horeca en Catering

Copyright:

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



synovate

Research reinvented

Inhoudsopgave	pagina
1. Samenvatting	2
2. Onderzoeksopzet	4
2.1 Doelstelling	4
2.2 Methode	4
2.3 Responsverantwoording	5
2.4 Vragenlijst	5
2.5 Over dit rapport	6
3. Horecabarometer derde kwartaal 2010	7
3.1 Omzetstijging in de fastservice- en hotelsector	7
3.2 Verwachtingen voor het vierde kwartaal 2010	16

1. Samenvatting

Omzetstijging horeca in derde kwartaal 0,3%

Dit is de achtste keer dat de Horeca Barometer wordt uitgevoerd. Voor het eerst zijn naast telefonische ook online enquêtes afgenomen. De online enquêtes zijn in deze rapportage alleen gebruikt om de omzetmutatie vast te stellen. In de toekomst zal, naast telefonische ondervraging, online ondervraging echter op structurele basis toegepast worden in dit onderzoek.

In het derde kwartaal van 2010 melden bijna vier op de tien (39%) van de horecabedrijven een omzetsdaling ten opzichte van dezelfde periode in 2009. Drie op de tien (29%) melden een omzetstijging.

In de dranken- en restaurantsector zien we gemiddeld genomen een kleine omzetsdaling, terwijl in de fastservice en hotelsector juist een omzetstijging wordt waargenomen. Daarnaast zien we dat in grotere horecabedrijven het beeld gunstiger is dan in kleinere horecabedrijven.

Gemiddelde omzetontwikkeling in de Nederlandse horeca in het derde kwartaal van 2010 t.o.v. dezelfde periode een jaar eerder, per sector.

Sector	Gemiddelde omzetontwikkeling (%)	Bandbreedte ¹ (%)
Drankensector	-0,6	-1,8 tot 0,6
Fastservicesector	0,6	-0,7 tot 1,8
Restaurantsector	-0,8	-2,1 tot 0,6
Hotelsector	2,9	1,4 tot 4,3
Totaal	0,3	-0,4 tot 0,9

Basis: alle horecaondernemers (n=1.420)

De economische omstandigheden worden het vaakst genoemd als reden voor de omzetsdaling, terwijl in bedrijven met een omzetstijging vaak bedrijfsspecifieke redenen worden genoemd, zoals de kwaliteit, promotie, een andere formule etc.

¹ 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.

In ruim een derde van de horecabedrijven is in het derde kwartaal 2010 ten opzichte van het derde kwartaal van 2009 het aantal gasten, de gemiddelde besteding per gast en de frequentie waarin gasten het horecabedrijf bezoeken afgenomen.

Maar liefst de helft van de horecaondernemers heeft in het derde kwartaal van dit jaar maatregelen genomen om het bedrijfsresultaat te verbeteren. In het tweede kwartaal was dit nog 31%. Men heeft voornamelijk bezuinigd op personeel en meer reclame gemaakt. Daarnaast heeft één op de vijf horecaondernemers de verkoopprijzen verhoogd.

In de komende 12 maanden overwegen negen op de tien horecaondernemers om maatregelen te nemen. Naast een kostenbesparing op energie en inkoop, worden ook meer acties en aanbiedingen overwogen.

In één op de vijf horecabedrijven is in het vierde kwartaal van dit jaar minder personeel nodig dan in het derde kwartaal. Met name restaurants en hotels kunnen met minder personeel toe. Seizoensinvloeden spelen hierbij uiteraard een rol. Gemiddeld zijn over de gehele horeca 4,2% minder voltijdbanen nodig in het laatste kwartaal van dit decennium. Toch zegt ruim de helft van de horecaondernemers nog steeds moeilijk aan personeel te kunnen komen. Met name restaurants kampen met dit probleem. Het gaat dan vooral om goed bedienend- en keukenpersoneel.

2. Onderzoeksopzet

2.1 Doelstelling

Het onderzoek geeft inzicht in de omzetontwikkeling, de verklaringen hiervoor en de toekomstverwachtingen 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 4 tot en met 22 oktober 2010. Ervaren business-to-business-interviewers zijn ingezet op het project. Dit is de achtste meting sinds januari 2008.

Daarnaast heeft voor het eerst het onderzoek gedeeltelijk online plaatsgevonden onder horecaondernemers waarvan een e-mailadres bekend is. In totaal hebben 820 horecaondernemers aan het online onderzoek meegewerkt. Het online veldwerk heeft plaatsgevonden in de hele maand oktober.

Deze meting kan als pilot worden beschouwd. Op basis van de bevindingen van deze meting zullen de komende metingen mixed-mode uitgevoerd worden. Dat wil zeggen dat er zowel horecaondernemers online als telefonisch worden ondervraagd.

De basis van het onderzoek wordt deze meting nog gevormd door de horecaondernemers die telefonisch zijn ondervraagd. Echter in de berekening van de omzetmutatie derde kwartaal 2010 ten opzichte van het derde kwartaal 2009 zijn tevens de antwoorden van de horecaondernemers die online hebben meegewerkt aan dit onderzoek verwerkt. Zodoende wordt op basis van 1.420 antwoorden de omzetmutatie berekend. Op deze manier zijn de statistische marges kleiner en is het gemiddelde percentage nauwkeuriger.

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

Populatie september 2010 en steekproefrealisatie oktober 2010

Sector	Populatie	Steekproef telefonisch	Steekproef online
Drankensector	17.491	142	345
Fastservicesector	10.203	155	135
Restaurantsector	10.945	152	244
Hotelsector	3.101	151	96
Totaal	41.740	600	820

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	4.578	
Geen geschikte respondent /respondent onbekend	193	
Onbereikbare nummers totaal	1934	
- Bij herhaalde poging in gesprek, geen gehoor, voicemail, antwoordapparaat	1410	
- Afgesloten telefoonnummers	180	
- Niet werkend telefoonnummer, o.a.: fax, modem	344	
Totaal aantal bereikte telefoonnummers van geschikte respondenten	2.451	100%
Respondent niet beschikbaar tijdens veldwerkperiode	65	
Aantal openstaande afspraken	932	
Weigering voor / tijdens gesprek	854	
Aantal afgeronde gesprekken (respons)	600	24%

In totaal hebben 854 benaderde horecaondernemers hun medewerking aan het telefonische onderzoek geweigerd.

Responsverantwoording online onderzoek

	Aantal	
Totaal verstuurd uitnodigingen	13.876	
Totaal aantal respondenten die op de link hebben geklikt	1.266	9%
Vragenlijst niet ingegaan	201	
Vragenlijst niet afgemaakt	200	
Respondent ongeschikt	45	
Aantal ingevulde enquêtes (respons)	820	6%

De totale respons van deze meting – telefonisch en online – 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 derde kwartaal (Q3 2010 t.o.v. Q3 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 derde kwartaal 2010

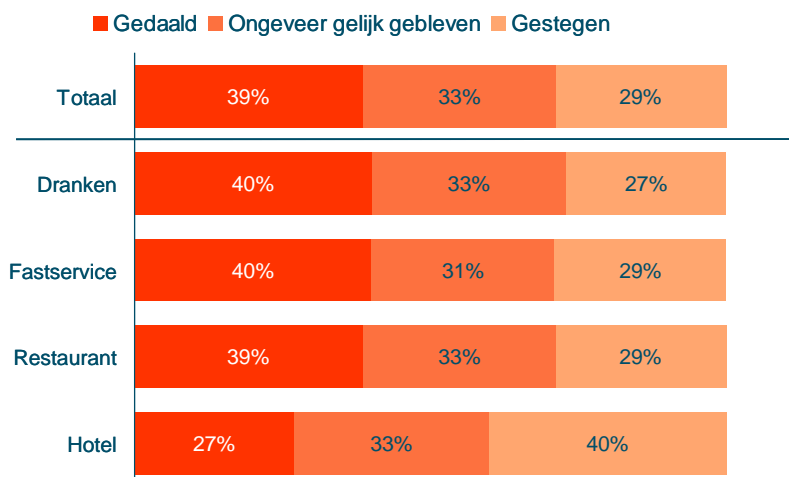
3.1 Omzetstijging in de hotel- en fastservicesector

De gemiddelde omzetstijging in de horeca in het derde kwartaal 2010 bedraagt 0,3%. Met name ondernemers in de fastservice- en hotelsector geven gemiddeld genomen aan een hogere omzet te hebben behaald dan in dezelfde periode een jaar eerder.

Meer bedrijven met een omzetsdaling dan een omzetstijging

Bijna vier op de tien horecabedrijven melden in het derde kwartaal van 2010 een omzetsdaling ten opzichte van het derde kwartaal 2009. Drie op de tien horecabedrijven melden een omzetstijging. In de hotelsector bevinden zich relatief de meeste bedrijven met een omzetstijging (40%).

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



Basis: alle horecabedrijven (n=1.420)

De gemiddelde omzetstijging in het derde kwartaal van 2010 is 0,3%

Horecabedrijven met een omzetsdaling melden gemiddeld een omzetsdaling van 15% in het derde kwartaal van 2010 ten opzichte van het derde kwartaal 2009. Bedrijven met een omzetstijging melden gemiddeld een stijging van 13%. Doordat de omzetstijging gemiddeld vaker voorkomt bij grotere bedrijven dan bij kleinere, zien we gemiddeld toch een omzetstijging van 0,3%.

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

Gemiddelde omzetontwikkeling in de Nederlandse horeca in het derde kwartaal van 2010 t.o.v. dezelfde periode een jaar eerder, per sector.

Sector	Gemiddelde omzetontwikkeling (%)	Bandbreedte ² (%)
Drankensector	-0,6	-1,8 tot 0,6
Fastservicesector	0,6	-0,7 tot 1,8
Restaurantsector	-0,8	-2,1 tot 0,6
Hotelsector	2,9	1,4 tot 4,3
Totaal	0,3	-0,4 tot 0,9

Basis: alle horecaondernemers (n=1.420)

De verschillen tussen de sectoren zijn in het derde kwartaal niet zo groot. In de dranken-, fastservice- en restaurantsector schommelen de relatieve omzetmutaties rond de 0. De hotelsector heeft wel een duidelijke omzetstijging van gemiddeld 2,9%. Dit is met name binnen de grotere hotels.

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.

Ook regionaal gezien zijn er niet veel verschillen in omzetmutatie. In de randgemeenten (rest west)³ en in het noorden van Nederland zien we gemiddeld een lichte omzetsdaling, terwijl in de grote steden, het oosten en het zuiden juist een omzetsijging wordt waargenomen.

Gemiddelde omzetontwikkeling in de Nederlandse horeca in het derde kwartaal van 2010 t.o.v. dezelfde periode een jaar eerder, per Nielsen-regio.

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

Basis: alle horecaondernemers (n=1.420)

Ondernemers hebben nog steeds last van de economische crisis

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

Door ruim de helft van de bedrijven wordt de economische crisis genoemd als één van de oorzaken van de omzetsdaling. Een andere reden die verband houdt met de crisis is dat de klanten minder besteden. Dit wordt door bijna een kwart genoemd. De top vijf oorzaken wordt gecombineerd met de weersomstandigheden, de invoering van het rookverbod en het afgenomen aantal toeristen. Een deel van de genoemde oorzaken houdt uiteraard verband met de tegenvallende economische omstandigheden.

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).

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

	Totaal	Dranken	Fastservice	Restaurant	Hotel
Economische omstandigheden/het gaat slechter met de economie	54	42	63	65	58
Klanten besteden minder	23	23	23	23	14
Weersomstandigheden/slecht weer gehad	17	17	20	15	21
Invoering van rookverbod	17	33	6	2	7
Minder toeristen	12	15	9	8	23
Toegenomen concurrentie	6	2	16	5	4
Moeilijker bereikbaar/de straat lag open	5	2	8	9	3
Minder boekingen/minder zakelijke klanten	3	3	4	4	2
Tijdelijk gesloten geweest door verbouwing en/of persoonlijke omstandigheden	2	2	-	3	10
Klanten blijven weg door hogere prijzen	1	2	-	-	-
Gemeentelijke Wetgeving (sluitingstijden, terrasopening, geluidsoverlast)	-	-	-	2	-
(Gebrek aan goed) Personeel/Personeelsproblemen	-	-	-	-	-
Andere redenen, namelijk:	6	7	5	3	7
Totaal	146	148	154	139	149
n (absoluut)	194	46	50	57	41

Basis: horecabedrijven met een omzetzdaling in het derde kwartaal 2010 (n=194)

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

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

- de economische omstandigheden (37%)
- de weersomstandigheden (13%)
- de besteding per klant (12%)
- rookverbod (10%)

Economisch herstel vooral zichtbaar in hotelsector

Horecabedrijven met een omzetstijging noemen verschillende oorzaken voor deze stijging. De meeste redenen zijn bedrijfsspecifiek van aard. Met name in de hotelsector wordt melding gemaakt dat de economie zich herstelt (26%) en dat de klandizie toeneemt.

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

	Totaal	Dranken- sector	Fast- service	Restau- rant	Hotel
Goede kwaliteit	14	12	16	20	6
Promotie, reclame	13	8	16	13	17
Andere formule/kaart/aanpak	11	9	15	17	1
Meer naamsbekendheid	10	6	14	16	6
Meer capaciteit/verbouwing	10	13	4	16	9
Gunstige weersomstandigheden	8	1	8	24	1
Meer feesten (bruiloften e.d.)	7	6	5	16	6
Bedrijf is pas begonnen/opbouwfase	7	3	9	10	8
De economie herstelt zich	6	1	6	-	26
Meer klanten	5	5	5	1	14
Prijsverhogingen	4	6	5	-	1
Prijsverlagingen	4	-	7	6	4
Afname concurrentie	3	4	5	-	-
Meer verenigingen en clubs (klaverjassen, muziekverenigingen)	1	3	-	1	-
Meer vergaderingen, trainingen, seminars	1	-	2	-	3
Anders, namelijk:	17	23	14	18	9
Weet niet	10	14	11	5	10
Totaal (exclusief weet niet)	121	100	131	158	111
n (absoluut)	200	42	58	31	69

Basis: horecabedrijven met een omzetstijging in het derde kwartaal 2010 (n=200)

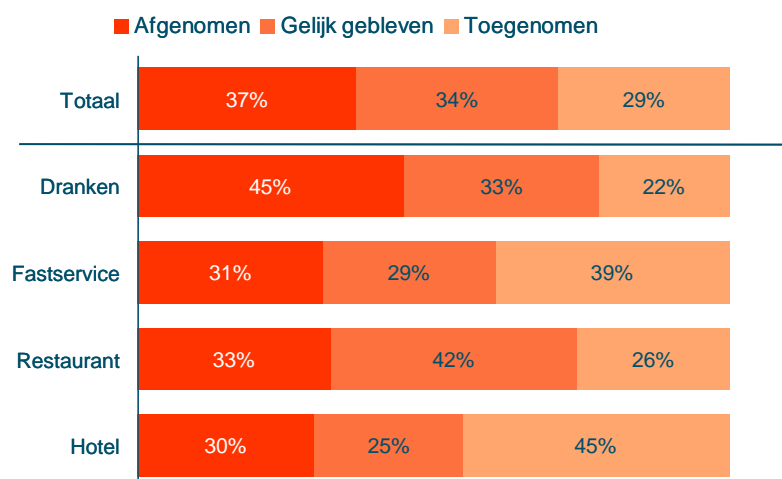
Als we de horecaondernemers vragen naar de *voornaamste* oorzaak van de omzetsijging, dan noemen bedrijven uiteenlopende redenen:

- goede kwaliteit (11%)
- meer capaciteit (9%)
- promotie, reclame (8%)
- andere formule (8%)

Aantal gasten en de besteding per gast lopen per saldo terug

Per saldo is het aantal gasten in het derde kwartaal 2010 afgenomen ten opzichte van het derde kwartaal 2009. Dit geldt met name voor bedrijven in de drankensector. In de hotelsector is per saldo het aantal gasten juist gestegen.

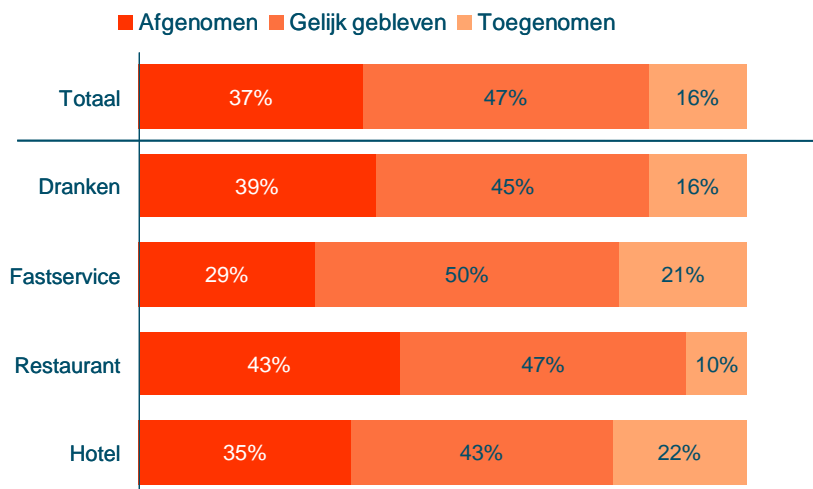
Als u het derde kwartaal 2010 vergelijkt met het derde kwartaal 2009 is naar uw inschatting het totaal aantal gasten in uw bedrijf dan (...)?



Basis: alle horecabedrijven (n=600)

In bijna de helft van de horecabedrijven is in het derde kwartaal van 2010 de gemiddelde besteding per gast ongeveer gelijk gebleven ten opzichte van dezelfde periode een jaar eerder. Ruim een derde van de bedrijven meldt echter een afname.

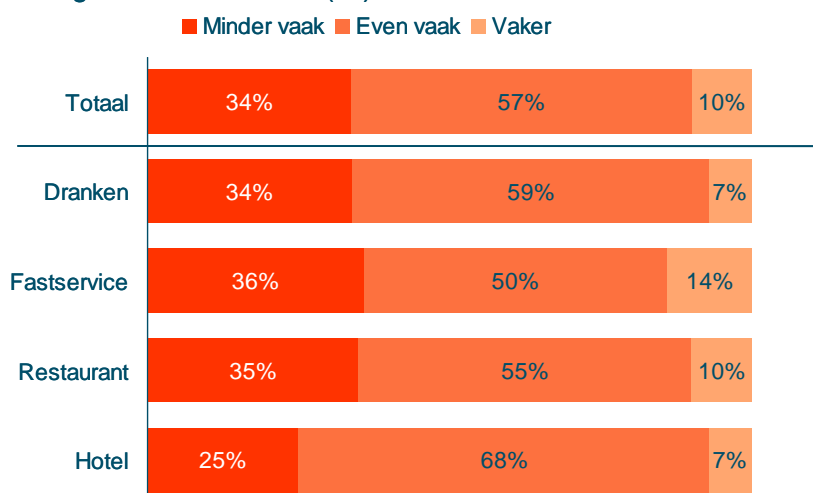
Als u het derde kwartaal van 2010 vergelijkt met het derde kwartaal van 2009 is naar uw inschatting de gemiddelde besteding per gast dan (...)?



Basis: alle horecabedrijven (n=600)

In ruim een derde van de horecagelegenheden komen de vaste gasten in het derde kwartaal 2010 minder vaak dan in dezelfde periode een jaar eerder. In de hotelsector is deze terugloop relatief het kleinst.

Als u het derde kwartaal 2010 vergelijkt met het derde kwartaal 2009 komen de vaste gasten/klanten dan (...)?

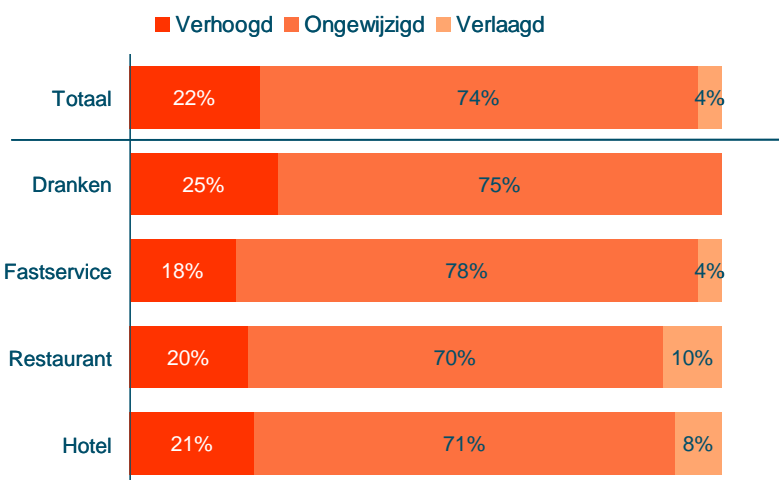


Basis: alle horecabedrijven (n=600)

In de meeste bedrijven zijn de prijzen ongewijzigd

In drie kwart van de horecabedrijven zijn de verkoopprijzen in het derde kwartaal van 2010 gelijk gebleven. Ruim twee op de tien horecaondernemers hebben de prijzen verhoogd.

Heeft u in het derde kwartaal 2010 de verkoopprijzen gewijzigd? Zo ja, heeft u de prijzen gemiddeld genomen (...)?



Basis: alle horecabedrijven (n=600)

De helft van de horecaondernemers heeft maatregelen genomen om het bedrijfsresultaat te verbeteren

In het derde kwartaal van dit jaar heeft maar liefst de helft van de horecaondernemers maatregelen genomen om het bedrijfsresultaat te verbeteren. In het tweede kwartaal was dit 31%. De meest genoemde maatregel is meer promotie/reclame gevolgd door bezuinigen op personeel.

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

	Totaal	Dranken -sector	Fast service	Restau- rant	Hotel
Meer promotie/reclame/marketing	32	26	43	33	33
Minder personeel/personeel werkt minder	23	25	24	17	27
Activiteiten organiseren/verenigingen/ thema-avonden	17	24	13	12	7
Bezuinigen op inkoop	13	10	13	17	17
Breder assortiment/nieuwe kaart	11	13	11	12	3
Verbouwing	11	12	7	13	8
Kwaliteit/service verbeteren	7	5	9	9	9
Prijsverlaging	4	-	6	8	9
Vaker open/langer open	2	2	4	2	3
Rookruimte gemaakt	1	2	-	-	1
Anders, namelijk	32	31	34	33	27
Weet (echt) niet	1	1	-	2	0
Totaal (exclusief weet niet)	153	149	164	155	143
n (absoluut)	327	78	73	90	86

Basis: alle horecabedrijven waarin maatregelen zijn genomen (n=327)

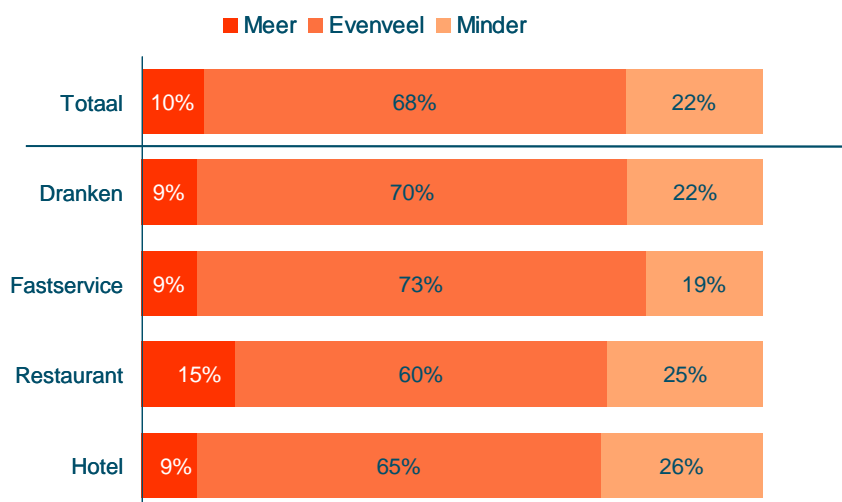
Groene arcering betekent dat het verschil met één of meerdere kolommen significant is.

[Relatief grote groep Anders. Vallen hier nog aanvullende maatregelen voor de volgende metingen uit te halen?]

3.2 Verwachtingen voor het vierde kwartaal 2010

Tweederde van de horecaondernemers verwacht in het vierde kwartaal van dit jaar evenveel personeel nodig te hebben als in het derde kwartaal. Per saldo is er in het vierde kwartaal minder personeel nodig dan in het derde kwartaal.

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



Basis: alle horecabedrijven (n=600)

Minder FTE's verwacht in het vierde kwartaal

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. [Is de eerste zin van deze alinea niet overbodig?]

Gemiddelde verwachte werkgelegenheidsmutatie in de Nederlandse horeca in het vierde kwartaal van 2010 t.o.v. het derde kwartaal van 2010, per sector (in %).

Sector	Gemiddelde werkgelegenheidsmutatie (%)	Bandbreedte ⁴ (%)
Drankensector	-4,1	-8,0 tot -0,2
Fastservicesector	-3,8	-6,8 tot -0,9
Restaurantsector	-3,3	-6,3 tot -0,3
Hotelsector	-8,1	-11,8 tot -4,3
Totaal	-4,2	-5,9 tot -2,4

Basis: alle horecaondernemers (n=600)

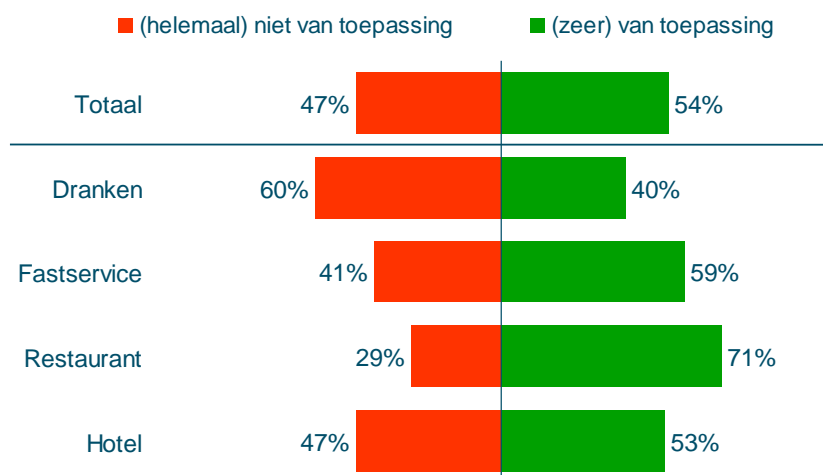
Gemiddeld zijn in het vierde kwartaal 4,2% minder voltijdbanen nodig in de horeca. Dit geldt meer dan gemiddeld in de hotelsector. Natuurlijk spelen seizoenseffecten hierbij een rol.

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

Ruim de helft van de horecaondernemers heeft moeite met het vinden van goed personeel. Met name de restaurantsector komt moeilijk aan goed personeel. In de drankensector hebben de meeste ondernemers over het algemeen geen 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 moeite hebben met het vinden van goed personeel, is gevraagd op welke afdelingen dit probleem speelt. Men is vooral op zoek naar goed bedienend personeel (69%). Dit geldt voornamelijk voor ondernemers in de restaurantsector (71%) en de drankensector (74%). Verder heeft men moeite goed keukenpersoneel te vinden. In bijna zes op de tien bedrijven speelt dit.

Bezuinigen op energie en inkoop populairste bezuinigingsmaatregelen

Aan de horecaondernemers is gevraagd welke maatregelen of acties men in de komende twaalf maanden overweegt om het bedrijfsresultaat te verbeteren.

Maatregelen om de kosten te beperken worden het vaakst genoemd. Naast bezuinigen op energie en inkoop worden echter ook meer aanbiedingen en acties, en meer activiteiten organiseren veel genoemd.

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	52	57	57	65
Bezuinigen op inkoop	52	53	51	53	48
Meer aanbiedingen en acties	50	41	57	58	49
Meer activiteiten organiseren	48	54	39	46	49
Bezuinigen op investeringen	39	40	42	38	24
Bezuinigen op personeel	35	35	35	37	27
Meer samenwerken met collega- ondernemers	32	29	31	32	50
Prijzen verhogen om winstmarge te verbeteren	29	30	33	21	31
Meer adverteren in lokale media	23	18	28	28	25
Andere openingstijden	18	19	20	19	10
Prijzen verlagen om meer klanten te trekken	8	5	9	11	8
Geen van deze	15	13	13	17	21
Totaal (exclusief geen van deze)	388	375	399	401	358
n (absoluut)	600	142	155	152	151

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.