



synovate

Research reinvented

Horeca Barometer

Periode: vierde kwartaal 2010

In samenwerking met en in opdracht van:

Bedrijfschap Horeca en Catering

Datum: 27 januari 2011

Project: 93429



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	6
2.5 Over dit rapport	6
3. Horecabarometer vierde kwartaal 2010	7
3.1 Lichte omzetstijging in de hotel- en drankensector	7
3.2 Verwachtingen	15

1. Samenvatting

Minimale omzetsdaling horeca in vierde kwartaal van 0,2%

Dit is de negende keer dat de Horeca Barometer wordt uitgevoerd. Na een succesvolle pilot in het derde kwartaal van 2010 waarin we voor het eerst een deel van de datacollectie online hebben uitgevoerd, zijn we in deze meting definitief overgestapt op een gecombineerde methode van telefonische en online interviews.

Over het vierde kwartaal van 2010 melden bijna vier op de tien (37%) horecabedrijven een omzetsdaling ten opzichte van dezelfde periode in 2009. Drie op de tien (32%) melden een omzetstijging.

De omzetmutaties in de sectoren zijn dan ook gering. In de restaurant- en fastservicesector is er gemiddeld een lichte omzetsdaling en in de dranken- en hotelsector een lichte omzetstijging zichtbaar. Regionaal zien we een gemiddelde omzetsdaling in het noorden en de randgemeenten in het westen, en een omzetstijging in de grote steden. In het zuiden en het oosten is de omzet vrijwel gelijk gebleven.

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

Sector	Gemiddelde omzetontwikkeling (%)	Bandbreedte ¹ (%)
Drankensector	0,4	-1,6 tot 2,5
Fastservicesector	-0,8	-2,5 tot 0,8
Restaurantsector	-1,2	-2,7 tot 0,3
Hotelsector	1,1	-0,4 tot 2,6
Totaal	-0,2	-1,0 tot 0,7

Basis: alle horecaondernemers (n=773)

Economische omstandigheden vaker oorzaak voor omzetstijging

Frappant is dat de horecaondernemers de economische omstandigheden zowel noemen als oorzaak voor de omzetsdaling als voor de omzetstijging.

Horecaondernemers met een omzetsdaling noemen daarnaast de

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.

weersomstandigheden als één van de oorzaken. Horecaondernemers met een omzetsijging geven naast de economische omstandigheden veelal bedrijfsspecifieke oorzaken zoals meer feesten, meer naamsbekendheid en een nieuwe formule aan voor de omzetsijging in hun bedrijf.

Aantal gasten en de bestedingen per gast redelijk in balans

In 36% van de horecabedrijven is het aantal gasten in het vierde kwartaal 2010 afgenomen ten opzichte van het vierde kwartaal 2009. Een derde van de horecabedrijven zag het aantal gasten juist stijgen. In ruim een kwart van de horecabedrijven zag men de bestedingen per gast afnemen, terwijl in een vijfde van de horecabedrijven de gasten juist meer uitgaven.

Bezuinigen op personeel en promotie populaire maatregelen om het bedrijfsresultaat te verbeteren

Maar liefst 57% van de horecaondernemers heeft in het vierde kwartaal maatregelen genomen om het bedrijfsresultaat te verbeteren. Men heeft voornamelijk meer gedaan aan promotie en bezuinigd op personeel. Daarnaast heeft men bezuinigd op inkoop en heeft men meer activiteiten georganiseerd. Ook zijn in één op de vijf horecabedrijven in het vierde kwartaal de verkoopprijzen verhoogd.

In de komende 12 maanden overwegen vrijwel alle horecaondernemers om maatregelen te nemen. Naast een kostenbesparing op energie en inkoop, worden ook meer acties en aanbiedingen overwogen, zo ook het organiseren van meer activiteiten.

Minder banen verwacht in het eerste kwartaal 2011

In ruim een kwart van de horecabedrijven is in het eerste kwartaal van dit jaar minder personeel nodig dan in het vierde kwartaal 2010. Met name restaurants kunnen met minder personeel toe. Gemiddeld zijn over de gehele horeca 1,3% minder banen nodig in het eerste kwartaal van 2011. Toch zegt bijna tweederde 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 mixed-mode uitgevoerd. Dat wil zeggen dat de horecaondernemers deels telefonisch en deels online zijn ondervraagd.

Het onderzoek is telefonisch uitgevoerd vanuit ons callcenter in Amsterdam met behulp van Computer Assisted Telephone Interviewing (CATI) in de periode van 5 tot en met 15 januari 2011. Ervaren business-to-business-interviewers zijn ingezet op het project. Daarnaast heeft het onderzoek online plaatsgevonden onder horecaondernemers waarvan een e-mailadres bekend is. In totaal zijn online 455 horecaondernemers online ondervraagd en 318 telefonisch. Het online veldwerk heeft plaatsgevonden van 4 tot en met 15 januari. Dit is de negende meting sinds januari 2008.

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

Populatie september 2010 en steekproefrealisatie januari 2011

Sector	Populatie	Steekproef totaal
Drankensector	17.491	207
Fastservicesector	10.203	178
Restaurantsector	10.945	198
Hotelsector	3.101	190
Totaal	41.740	773

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	2.396	
Geen geschikte respondent /respondent onbekend	170	
Onbereikbare nummers totaal	1.040	
- Bij herhaalde poging in gesprek, geen gehoor, voicemail, antwoordapparaat	752	
- Afgesloten telefoonnummers	135	
- Niet werkend telefoonnummer, o.a.: fax, modem	153	
Totaal aantal bereikte telefoonnummers van geschikte respondenten	1.186	100%
Respondent niet beschikbaar tijdens veldwerkperiode	450	
Aantal openstaande afspraken	10	
Weigering voor / tijdens gesprek	408	
Aantal afgeronde gesprekken (respons)	318	27%

In totaal hebben 408 benaderde horecaondernemers hun medewerking aan het onderzoek geweigerd.

Responsverantwoording online onderzoek

	Aantal	
Totaal verstuurd uitnodigingen	13.923	
Bouncers	838	
Totaal aantal respondenten die op de link hebben geklikt	727	5%
Vragenlijst niet ingegaan	132	
Vragenlijst niet afgemaakt	140	
Aantal ingevulde enquêtes (respons)	455	3%

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 kwartaal (Q4 2010 t.o.v. Q4 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) en online onderzoek met behulp van Computer Assisted Web Interviewing (CAWI). Andere uitgangspunten en werkwijzen zullen uiteraard van invloed zijn op de uitkomsten en zullen de vergelijkbaarheid met andere soortgelijke onderzoeken onvolledig maken.

3. Horecabarometer vierde kwartaal 2010

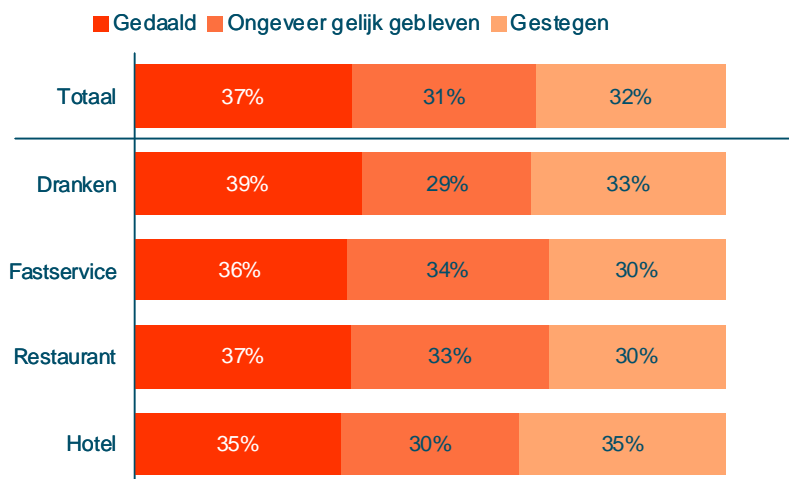
3.1 Lichte omzetstijging in de hotel- en drankensector

De gemiddelde omzetzijging in de horeca in het vierde kwartaal 2010 bedraagt 0,2%. Horecaondernemers in de dranken- en de hotelsector hebben een lichte omzetstijging. In de restaurant- en fastservicesector wordt juist een lichte omzetzijging gemeld.

Iets meer bedrijven met een omzetzijging dan met een omzetzijging

37% van de horecabedrijven meldt in het vierde kwartaal van 2010 een omzetzijging ten opzichte van het vierde kwartaal 2009. Een derde van de horecabedrijven constateert een omzetzijging.

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



Basis: alle horecabedrijven (n=773)

De gemiddelde omzetsdaling in het vierde kwartaal van 2010 is 0,2%

Horecabedrijven met een omzetsdaling melden gemiddeld een omzetsdaling van 11% in het vierde kwartaal van 2010 ten opzichte van het vierde kwartaal 2009. Bedrijven met een omzetsstijging geven gemiddeld een stijging aan van 10%.

De onderstaande tabel geeft het gemiddelde weer van alle horecabedrijven, dus ook van de bedrijven waarin de omzet in het vierde kwartaal van 2010 gelijk was aan dezelfde periode een jaar eerder.

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

Sector	Gemiddelde omzetontwikkeling (%)	Bandbreedte ² (%)
Drankensector	0,4	-1,6 tot 2,5
Fastservicesector	-0,8	-2,5 tot 0,8
Restaurantsector	-1,2	-2,7 tot 0,3
Hotelsector	1,1	-0,4 tot 2,6
Totaal	-0,2	-1,0 tot 0,7

Basis: alle horecaondernemers (n=773)

De verschillen tussen de sectoren zijn in het vierde kwartaal minder groot dan in eerdere kwartalen.

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.

Regionaal zien we kleine verschillen in omzetmutatie. In het noorden³ en de randgemeenten in het westen (rest west) zien we evenals in het derde kwartaal van 2010 gemiddeld een omzetsdaling, terwijl in de overige gebieden een stabiel beeld of een lichte stijging zichtbaar is.

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

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

Basis: alle horecaondernemers (n=773)

Ondernemers hebben nog steeds last van de economische crisis

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

Door een derde van de bedrijven wordt de economische crisis genoemd als één van de oorzaken van de omzetsdaling. In de fastservicesector wordt dit zelfs door de helft van de ondernemers genoemd.

Een even groot deel van alle horecabedrijven wijt het omzetverlies aan de weersomstandigheden. Vooral ondernemers in de restaurant- en hotelsector melden hier last van te hebben gehad.

Verder geeft men aan dat klanten minder besteden en dat er minder toeristen waren in het vierde kwartaal van 2010.

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 omzetsdaling in het vierde kwartaal van 2010? (in %, meerdere antwoorden mogelijk)

	Totaal	Dranken sector	Fast-service	Restaurant	Hotel
Economische omstandigheden/het gaat slechter met de economie	34	27	51	29	40
Weersomstandigheden/slecht weer gehad	34	25	33	45	47
Klanten besteden minder	20	31	11	14	13
Minder toeristen	16	20	11	12	22
Minder boekingen/minder zakelijke klanten	14	16	2	15	27
Invoering van rookverbod	11	13	11	9	-
Moeilijker bereikbaar/de straat lag open	8	10	7	8	-
Toegenomen concurrentie	7	4	13	6	11
Meer concurrentie van de supermarkt	4	6	5	3	-
Gemeentelijke Wetgeving (sluitingstijden, terrasopening, geluidsoverlast)	4	3	4	6	-
Klanten blijven weg door hogere prijzen	4	-	6	8	-
Ongunstige feestdagen	3	3	1	5	-
Anders	15	13	11	23	19
Weet niet	5	1	5	12	8
Totaal	173	171	165	182	179
n (absoluut)	275	76	62	72	65

Basis: horecabedrijven met een omzetsdaling in het vierde kwartaal 2010 (n=275)

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

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

- de economische omstandigheden (25%)
- de weersomstandigheden (17%)
- de besteding per klant (13%)
- minder toeristen (9%)

Economisch herstel voornaamste oorzaak omzetsijging

Horecabedrijven met een omzetsijging noemen met name de economische omstandigheden als reden voor de omzetsijging in het vierde kwartaal. Ook zaken die hieraan zijn gelieerd zoals: 'meer klanten' en 'klanten durven weer geld uit te geven', zijn hierin meegenomen. Verder worden bedrijfsspecifieke oorzaken genoemd, zoals: 'meer feesten', 'meer naamsbekendheid', 'andere formule', 'goede kwaliteit' en 'goede service'.

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

	Totaal	Dranken -sector	Fast- service	Restau- rant	Hotel
De economie herstelt zich/ klanten durven weer geld uit te geven/ meer klanten	39	37	33	42	52
Meer feesten (bruiloften e.d.)	14	23	2	10	3
Meer naamsbekendheid	13	13	21	9	5
Andere formule/kaart/aanpak	13	14	11	15	7
Goede kwaliteit	9	7	13	11	6
Promotie, reclame	9	9	13	5	8
Goede service bieden/ klantvriendelijk	8	13	2	5	3
Meer/langer open	6	5	13	5	-
Acties/aanbiedingen	6	5	13	5	-
Meer capaciteit/verbouwing	6	7	9	3	3
Bedrijf is pas begonnen/ opbouwfase	6	7	9	2	4
Prijsverhogingen	5	4	5	5	5
Meer vergaderingen, trainingen, seminars	4	2	-	8	17
Gunstige weersomstandigheden	4	2	11	-	3
Meer verenigingen en clubs (klaverjassen, muziekverenigingen)	3	6	-	1	2
De locatie/beter te vinden	2	4	2	1	-
Anders	23	24	26	16	30
Weet niet	5	1	5	12	8
Totaal (exclusief weet niet)	161	164	178	148	142
n (absoluut)	265	71	57	62	75

Basis: horecabedrijven met een omzetsijging in het vierde kwartaal 2010 (n=265)

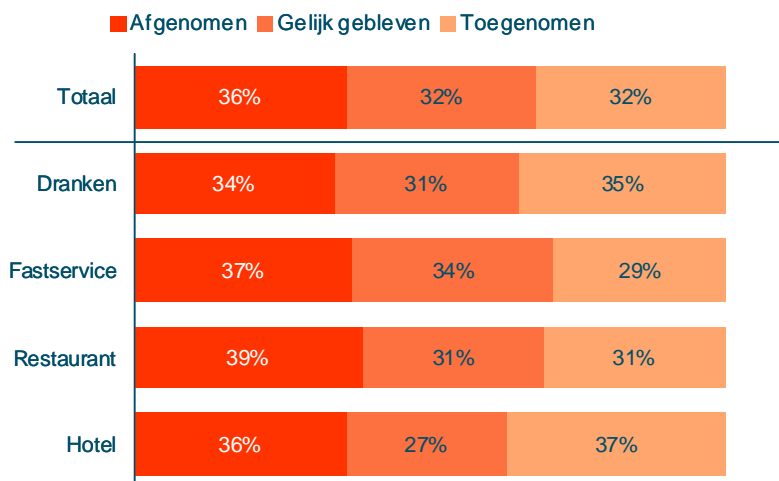
Als we de horecaondernemers vragen naar de *voornaamste* oorzaak van de omzetsijging noemen bedrijven uiteenlopende redenen:

- de economische omstandigheden (30%)
- meer naamsbekendheid (9%)
- meer feesten (8%)
- promotie, reclame (7%)

Aantal gasten en de besteding per gast lopen per saldo licht terug

Per saldo is het aantal gasten in het vierde kwartaal 2010 iets afgenomen ten opzichte van het vierde kwartaal 2009. Dit geldt voor bedrijven in alle sectoren behalve de drankensector.

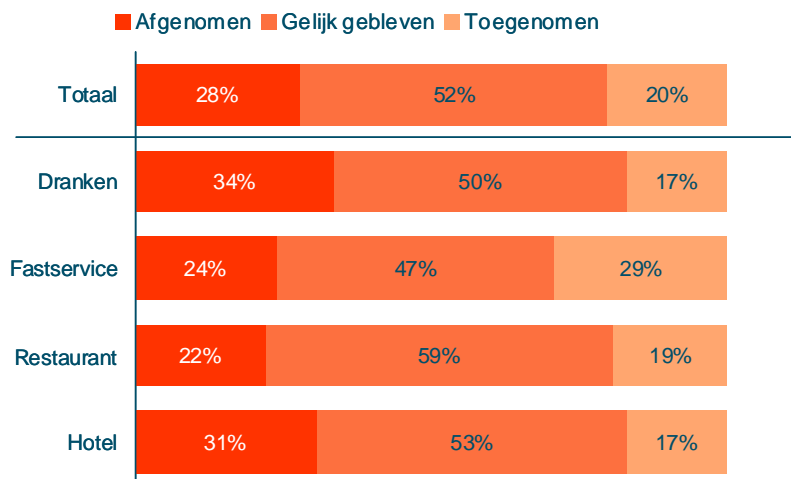
Als u het vierde kwartaal 2010 vergelijkt met het vierde kwartaal 2009 is naar uw inschatting het totaal aantal gasten in uw bedrijf dan (...)?



Basis: alle horecabedrijven (n=773)

In de helft van de horecabedrijven is in het vierde kwartaal van 2010 de gemiddelde besteding per gast ongeveer gelijk gebleven ten opzichte van dezelfde periode een jaar eerder. Drie op de tien bedrijven melden echter een afname en bij een vijfde is de besteding per gast juist toegenomen.

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

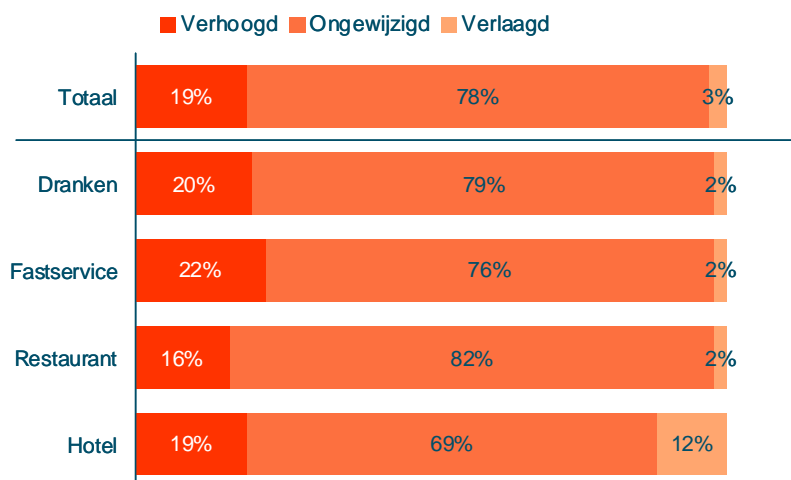


Basis: alle horecabedrijven (n=773)

In de meeste bedrijven zijn de prijzen ongewijzigd

In meer dan driekwart van de horecabedrijven zijn de verkoopprijzen in het vierde kwartaal van 2010 gelijk gebleven. Bijna twee op de tien horecaondernemers hebben de prijzen verhoogd.

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



Basis: alle horecabedrijven (n=773)

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

In het vierde kwartaal van dit jaar heeft maar liefst 57% van de horecaondernemers maatregelen genomen om het bedrijfsresultaat te veranderen. De meest genoemde maatregel is meer promotie/reclame gevolgd door bezuinigen op personeel. Verder zien we dat cafés veelal meer activiteiten zijn gaan organiseren en dat restaurants en fastservicebedrijven hun assortiment hebben aangepast.

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

	Totaal	Dranken -sector	Fast- service	Restau- rant	Hotel
Meer promotie/reclame/marketing	29	26	37	28	33
Minder personeel/personeel werkt minder	28	33	21	29	22
Bezuinigen op inkoop	20	23	12	22	22
Activiteiten organiseren/verenigingen/thema-avonden	17	24	7	13	15
Acties/aanbiedingen	13	12	19	10	18
Breder assortiment/nieuwe kaart	11	6	17	15	7
Kwaliteit, service verbeteren	9	10	8	9	4
Andere doelgroep/andere huisstijl/ander concept	8	9	6	10	3
Kosten besparen	8	11	-	7	12
Verbouwing	5	3	6	7	2
Prijsverhogingen	5	8	5	1	-
Besparen op energie	5	4	10	2	1
Prijsverlaging	4	3	4	6	9
Vaker open, langer open	2	1	4	1	1
Anders	15	17	17	10	17
Weet niet	4	4	3	7	3
Totaal (exclusief weet niet)	182	192	174	176	168
n (absoluut)	458	122	92	125	119

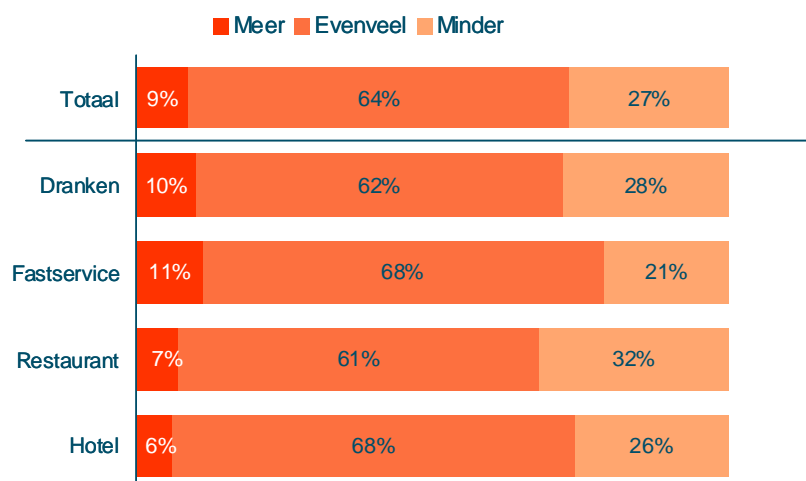
Basis: alle horecabedrijven waarin maatregelen zijn genomen (n=474)

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

3.2 Verwachtingen

Ruim zes op de tien horecaondernemers verwachten in het eerste kwartaal van dit jaar evenveel personeel nodig te hebben als in het vierde kwartaal van 2010. Per saldo is er in het eerste kwartaal 2011 minder personeel nodig dan in het vierde kwartaal 2010.

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=773)

Alleen in de fastservicesector is meer personeel nodig

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 de Nederlandse horeca in het eerste kwartaal van 2011 t.o.v. het vierde kwartaal van 2010, per sector (in %)

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

Basis: alle horecaondernemers (n=773)

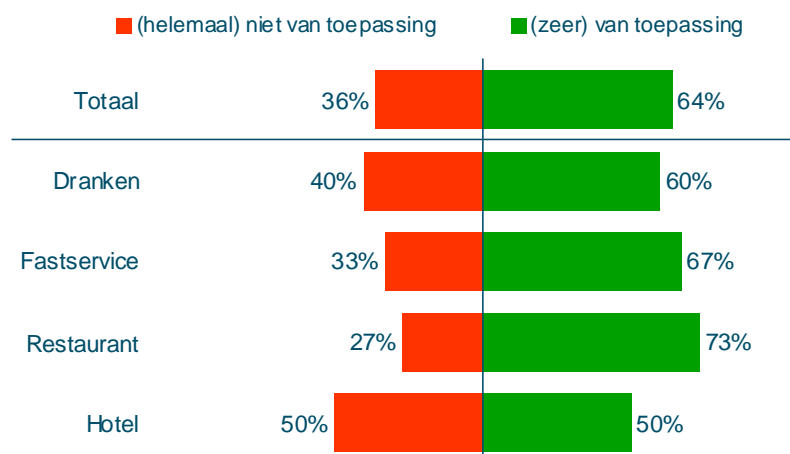
Gemiddeld zijn in het eerste kwartaal van dit jaar 1,3% minder voltijdbanen nodig in de horeca, vergeleken met het laatste kwartaal van vorig jaar. Dit geldt meer dan gemiddeld in de restaurantsector. Natuurlijk spelen seizoenseffecten hierbij een rol.

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

64% van de horecaondernemers heeft moeite met het vinden van goed personeel, dit is hoger dan in het vorige kwartaal (54%). Met name de restaurantsector komt moeilijk aan goed personeel. Vooral het aandeel in de drankensector dat moeilijk aan personeel kan komen is gestegen ten opzichte van het vorige kwartaal (van 40 naar 60%).

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=773)

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 (66%). Dit geldt voornamelijk voor ondernemers in de restaurantsector (71%) en de drankensector (72%). Verder heeft men moeite om goed keukenpersoneel te vinden. In 56% van de 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 ook meer activiteiten organiseren, en meer aanbiedingen en acties 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
Bezuinigen op inkoop	53	55	49	52	52
Besparen op energie	53	54	54	47	61
Meer activiteiten organiseren	50	63	32	48	44
Meer aanbiedingen en acties	50	41	56	56	58
Bezuinigen op personeel	40	39	39	44	33
Prijzen verhogen om winstmarge te verbeteren	37	41	46	27	30
Bezuinigen op investeringen	35	37	38	31	29
Meer samenwerken met collega-ondernemers	29	26	23	34	43
Meer adverteren in lokale media	17	18	16	17	20
Andere openingstijden	17	17	17	17	10
Prijzen verlagen om meer klanten te trekken	6	5	2	8	16
Geen van deze	6	4	8	7	7
Totaal (exclusief geen van deze)	386	396	372	379	396
n (absoluut)	773	207	178	198	190

Basis: alle horecaondernemers (n=773)

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.