

Horeca gebaat bij omslag sentiment

De horeca ondervindt dit jaar duidelijk last van het lage vertrouwen bij consumenten. Hierdoor daalt het aantal verkochte consumpties verder. Na twee jaar van krimp laat de afzet in de horeca in 2014 mogelijk een lichte verbetering zien. Veel hangt daarbij af van het sentiment bij de Nederlandse gast. Voor ondernemers blijft een sterk kostenbewustzijn een belangrijk element om de zaak gezond te houden. In de horeca valt daarbij nog duidelijk op energiekosten te besparen zonder dat de kwaliteit van het gebodene afneemt.

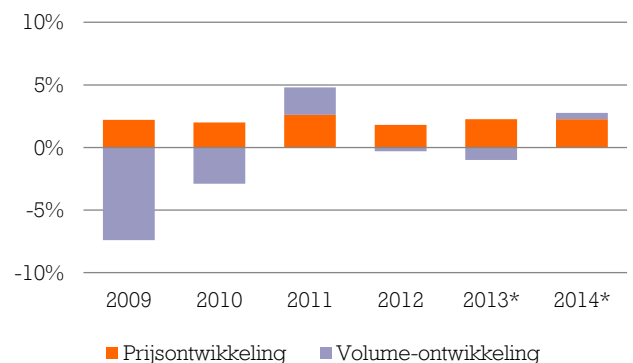
Horeca begint 2013 in de min....

Mede door een slecht eerste kwartaal bedraagt de afzetkrimp in de horeca dit jaar naar verwachting 1%. Over de eerste drie maanden noteerde het CBS een scherpe daling van 3,7% in de verkopen (Figuur 1). Dit kon slechts ten dele worden gecompenseerd door hogere prijzen (+2,1%). Vooral bij cafés en cafetaria's nam het aantal verkochte consumpties fors af. Die afzetdaling is niet verwonderlijk aangezien het consumentenvertrouwen een voorlopig dieptepunt bereikte, het koude weer lang aanhield en de totale consumentenbestedingen lager uitvielen dan verwacht. In het tweede kwartaal verbeterde het vertrouwen enigszins en normaliseerden de temperaturen. De effecten van de krimpende economie blijven echter voelbaar. Dit komt bijvoorbeeld tot uiting in ons vakantiegedrag, zo daalt het aantal binnen- en buitenlandse vakanties van Nederlanders dit jaar naar schatting met 4%. Tegelijkertijd neemt het aantal buitenlandse gasten in de zomerperiode volgens het NBTC nog wel toe.

.... 2014 biedt uitzicht op voorzichtig herstel.

Het is vooral door het lage niveau van de afzet dit jaar dat er in 2014 naar verwachting sprake is van een lichte opleving van de verkopen (0,5%). Gezien de aangekondigde €6 miljard extra bezuinigingen blijft de strijd om de portemonnee van de consument echter hevig. Verbetering van het perspectief en het vertrouwen blijven nodig om de binnenlandse consument te stimuleren. Het afvlakken van de toename van de werkloosheid en verbetering van het sentiment op de woningmarkt zijn hierbij van belang. Het recente verleden laat zien dat een opleving van het vertrouwen snel in de horecaciijfers kan doorwerken. Zo had het aantrekken van het vertrouwen in 2010 en 2011 een positief effect op de afzet in 2011 (figuur 1).

Figuur 1 Hogere prijzen vormen slechts gedeeltelijke compensatie voor afzetverlies in horeca



Bron: CBS, bewerking ING Economisch Bureau. *raming

Hotels houden bezetting op peil ten koste van prijs

Hotels zijn naar verhouding wat minder afhankelijk van de binnenlandse markt dan restaurants en cafés. Rond een derde van de bestedingen bij accommodatieaanbieders is afkomstig van buitenlandse gasten. Van de buitenlandse bestedingen heeft 40% een zakelijk motief, de rest is recreatief (figuur 2). Ook bij hotels stonden de gemiddelde prijs en opbrengsten per kamer in de eerste drie maanden onder druk. De bezettingsgraad bleef wel op peil. Naar verwachting stabiliseert het omzetvolume in de branche in 2013. Hotels die zich op de Nederlandse gast richten hebben relatief het meest last van de daling van het aantal vakanties.

Grip houden op boekingen

Mede vanwege de beschikbare capaciteit en de aarzelen van de consument winnen third party bookers en online veilingsites aan belang bij het genereren van klandizie. In 2012 werd volgens KPMG bijna 30% van de hotelkamers via third parties geboekt, een stijging van circa 8% vergeleken met 2011. Door die ontwikkeling hebben hotels deels de grip op hun markt en de interactie met hun doelgroep verloren. Hoewel het investeren vergt om weer meer regie te krijgen kan het vanuit rendementsoverwegingen raadzaam zijn om bijvoorbeeld met loyaliteitsprogramma's, prijsgaranties of gerichte acties boekingen via het eigen kanaal te stimuleren.

Trendbreuk voor restaurants, afzet krimpt

In het eerste kwartaal van 2013 kwam voor restauranthouders een eind aan een periode van twee jaar waarin het aantal verkochte maaltijden en drankjes toenam. In 2011 en 2012 hielpen de groei van het restaurantaanbod en de verlaging van menuprijzen mee om mensen te blijven trekken. De vermindering van de koopkracht eist echter zijn tol. Consumenten gaven in het eerste halfjaar van 2013 gemiddeld ruim €16 uit per bezoek tegenover ruim €19 in 2010 en 2011. Verder is voor een grote groep Nederlanders minder uit eten gaan een veel gehanteerde bezuinigingsoptie.

Vooral afhankelijk van binnenlandse consument

Naar verwachting neemt de afzet in restaurants dit jaar dan ook af met ongeveer 1%. Die krimp kan in 2014 gedeeltelijk worden goedge maakt. De meeste restauranthouders en cafébazen zijn vooral afhankelijk van Nederlandse klandizie (figuur 2). In hun branche is zo'n 10% van de bestedingen aan maaltijden en drinken afkomstig van buitenlandse bezoekers. Daarbij is de verhouding tussen zakelijke en recreatieve bestedingen 30% zakelijk en 70% recreatief.

Marktomstandigheden trekken wissel op cafés

De afzet van cafés liet in het eerste kwartaal van 2013 een forse daling zien van bijna 10%. Het percentage Nederlanders dat aangeeft een café te bezoeken nam de afgelopen

jaren iets toe maar de gemiddelde besteding per bezoeker loopt hard achteruit. In het eerste halfjaar van 2013 lag de gemiddelde besteding op €8,8, in 2012 was dit nog €9,8. De daling van het aantal cafés speelt een rol bij het teruglopen van de volumes, in de vloeroppervlakte van de branche is echter nog geen teruggang te zien. Voor geheel 2013 wordt een volumekrimp verwacht van minstens 3%. De langjarige dalende trend wordt in 2014 nog niet doorbroken.

Wetgeving heeft sterke invloed op bedrijfsvoering

Naast de economische ontwikkelingen zorgt de dalende bierconsumptie per Nederlander voor veranderingen in de consumptiebehoefte. Ook de rookwetgeving, toename van de accijns en de verhoging van de alcoholleeftijd naar 18 jaar (vanaf 1 januari 2014) zijn van invloed op de bedrijfsvoering van ondernemers in de branche. Dit leidt tot wijzigingen in positionering en productaanbod. In de praktijk blijkt dat de verhouding in omzetverdeling tussen eten en drinken in cafés verschuift en dat eten daarbij aan belang wint.

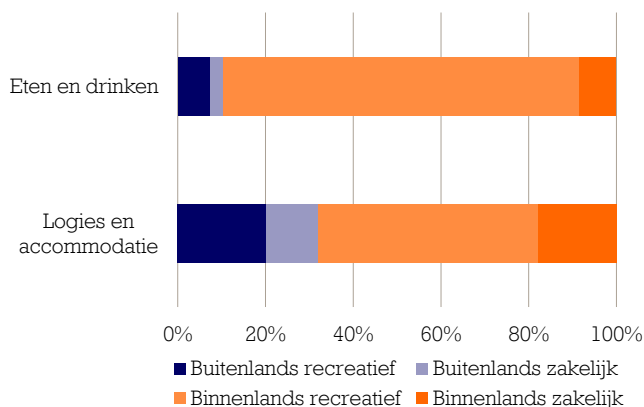
Afzet cafetaria's in 2013 onder druk

De totale afzet van cafetaria's, fastfoodrestaurants en lunchrooms liep in de eerste drie maanden van 2013 sterk terug. Het tweede deel van het jaar is naar verwachting minder negatief. Over het gehele jaar komt de afzet in de branche ongeveer 1,5 % lager uit dan in 2012. De bestedingen per bezoek en het percentage Nederlanders dat wekelijks een zaak bezoekt blijft op peil. Daaruit valt te concluderen dat vooral de bezoekfrequentie minder is geworden. In 2014 is ruimte voor licht herstel.

Cafetariaklant heeft volop keuze

Ondertussen is sprake van sterke concurrentie. Zowel binnen de branche als met aanbieders van soortgelijke producten buiten de branche. Veel partijen uit de retail waaronder speciaalzaken, supermarkten (AH to Go) en winkelketens als IKEA, Intratuin en Hema verkopen ook een snelle hap. De groei van het aantal lunchrooms, ijssalons en shoarmazaken en de krimp van het aantal 'traditionele' snackbars toont de dynamiek in de branche. Die dynamiek wordt ook gevoed door een groeiende behoefte aan verse en duurzame producten en verschuivingen in het ondernemersbestand.

Figuur 2 Herkomst van bestedingen aan eten en drinken en overnachten (2011)



Bron: CBS, bewerking ING Economisch Bureau

Energiebesparing in de horeca

Groeiend bewustzijn dat er op energie te verdienen valt

Het begrip duurzaamheid kent vele facetten in de horeca. Zo zijn aspecten als energiegebruik, voedselverspilling, personeelsbeleid en de herkomst van gerechten en drankjes op de kaart hier allemaal mee verbonden. Vanwege de druk op de verkopen in de horeca is een kritische blik bij ondernemers op hun kosten essentieel. In dat opzicht vormen maatregelen om het energieverbruik terug te dringen een efficiënte en vaak snelle manier om kosten te besparen. Dat het daarnaast ook tegemoet komt aan de behoefte van gasten omtrent verantwoord ondernemen en het comfort kan verhogen vormt een extra stimulans.

Energieverbruik per branche varieert

Cijfers over de periode 2008-2012 laten zien dat het gasverbruik in de horeca stabiel is en dat het elektriciteitsverbruik jaarlijks licht stijgt. Het energieverbruik kan per horecabedrijf sterk verschillen. Naar schatting gebruikt 80% van de horecagelegenheden minder dan 50.000 kWh per jaar en/of minder dan 25.000 m³ aardgas per jaar. Een op de vijf bedrijven verbruikt meer. Gemiddeld hebben hotels het hoogste gas- en elektriciteitsverbruik (figuur 3). Het totale verbruik per bedrijf is uiteraard sterk afhankelijk van de kenmerken van het pand zoals grootte en isolatie en de aanwezige bedrijfsmiddelen zoals keukenapparatuur, verlichting en klimaatregeling. Voor hotels zijn onder andere de verwarming en koeling van de publieke ruimtes en kamers energie-intensief, net als de verlichting en keukenapparatuur. In restaurants, cafés en cafetaria's is veel te herleiden op verwarming en verlichting. Indien aanwezig kunnen terrasverwarming en keukenapparatuur zoals vaatwassers een groot deel van het verbruik voor hun rekening nemen.

Groene labels bij steeds meer horecabedrijven

Dat steeds meer horecaondernemers zich willen afficheren met duurzaamheid is onder andere terug te zien in de toename van het aantal gecertificeerde bedrijven en locaties. Een label zoals Green Key maakt aan klanten inzichtelijk dat de desbetreffende gelegenheid zich inspant om het energie- en waterverbruik te minimaliseren.

Figuur 3 Gemiddeld energieverbruik per horecagelegenheid (2010)



Bron: Ecofys

De laatste jaren is het aantal bedrijven met een Green Key certificaat sterk toegenomen. Daarbij gaat het met name om hotels, logiesaccommodaties en congreslocaties. In totaal zijn inmiddels ruim 350 hotels gecertificeerd. Verder verkent Koninklijke Horeca Nederland via pilots de mogelijkheden om tot een standaard te komen die aansluit bij de bedrijfsvoering van ondernemers in de restaurant-, cafetaria- en cafébranche.

Veel besparingsmogelijkheden in hotels

Gezien de grote vloeroppervlakte, het continue operationeel zijn van de front of house en het grote aantal aanwezige personen zijn er in hotels veel energiebesparende maatregelen toe te passen. Bij bestaande hotels kan implementatie van maatregelen al snel tot een besparing van meer dan 10% leiden. Bij nieuwbouw zijn maatregelen zoals bewegingssensoren, LED verlichting en energiezuinige apparatuur snel terug te verdienen door hier gelijk vanaf het begin al rekening mee te houden. Bij bestaande hotels biedt een renovatie of het vervangen van bedrijfsmiddelen een goed moment om op een energiezuinig alternatief over te stappen.

Belangenorganisaties op de bres voor vergroening cafés en restaurants

Ook wat betreft het energieverbruik van de bijna 40.000 restaurants, cafés en cafetaria's is het potentieel groot. Vandaar dat belangenorganisaties als KHN en MKB Nederland, gemeenten maar ook energiebedrijven¹ zich richting deze ondernemers profileren met praktische tips en hen de mogelijkheid bieden om met een energiescan meer inzicht in hun energiegebruik te krijgen. Door deze initiatieven neemt het bewustzijn bij ondernemers toe en zijn er in veel gemeenten ondernemers te vinden die zijn overgestapt op LED of op andere wijze energiezuinige maatregelen hebben doorgevoerd.

Energiemaatregelen langzaam meer top of mind

In de horeca vormen inkoop- en loonkosten doorgaans de grootste kostenposten (tabel 1). Beide zijn goed voor circa een kwart van de totale kosten als percentage van de omzet. Verder gaat iets minder dan een kwart op aan overige exploitatiekosten zoals energie, schoonmaak en heffingen. Bij hotels ligt dit rond de 30%. Daarmee is energie voor veel horecazaken misschien niet de meest in het oog springende kostenpost. In belangrijke mate is deze echter wel variabel en de praktijk leert dat het doorvoeren van maatregelen snel effect kan laten zien. Veelal zijn er daarnaast mogelijkheden voor de ondernemer om die maatregelen uit eigen middelen te financieren. Zo hebben bijvoorbeeld watervrije urinoirs een terugverdientijd van minder dan een jaar. Anderzijds biedt de aanpak van de verlichting ook goede mogelijkheden om maatregelen te faseren en zo de investeringen te spreiden. Verbouwingen waarbij ook zaken als isolatie en dubbelglas worden meegepakt vergen een langere investeringshorizon. In veel gevallen is het daarbij noodzakelijk dat ondernemer, vastgoedeigenaar en brouwer samenwerken om een horecagelegenheid zo structureel mogelijk te verduurzamen.

Tabel 1 Kostenstructuur horeca, 2011

	Hotels	Restaurants	Cafés	Fastservice
Inkoopkosten	15,6	31,7	29,8	30,6
Loonkosten	31,2	27,3	19,5	18,2
Overige exploitatiekosten	31,5	20,5	21,1	23,0
Huur, afschrijving, interest	15,0	13,6	14,4	15,0
Bedrijfsresultaat	6,0	6,9	15,2	13,2

Bron: Bedrijfschap Horeca en Catering

Sectormanager Jan van der Doelen geeft zijn visie

In dit nieuwe kwartaalbericht wordt er van uit gegaan dat in 2014 voor het eerst weer een kleine stijging van de afzet kan worden gerealiseerd. Is dit het begin van een nieuwe opleving in de sector? Of is er sprake van een nieuwe werkelijkheid? Ik denk het laatste. Nederland kampt nog steeds met bestedingen die onder de maat zijn. Een belangrijk gevolg van bijvoorbeeld de situatie op de woningmarkt. Langzaam maar zeker stabiliseert deze situatie zich. Consumenten zullen met de ervaringen van de laatste 5 jaar echter kritisch blijven op hun bestedingen. Zij blijven daarbij wel oog houden voor kwaliteit. Streven zelfs naar meer. Een duurzame omgeving (producten/bedrijfsvoering/energie efficiency/ imago etc.) hoort daar zeker bij. Met het huidige grote aanbod in de horeca blijft de consument de marktmacht behouden.

Voor u als ondernemer betekent dat alles een kritische blik op uw eigen verdienmodel. Met daarbij een paar kernvragen: Ben en blijf ik voldoende relevant voor mijn klanten? Wat is de kern van de waarde die ik als ondernemer toevoeg? Zullen mijn klanten mij de omzet blijven gunnen? Vragen die u zich blijvend zou moeten stellen. En natuurlijk hoort daarbij de strakke sturing op, en monitoring van, de kosten van uw bedrijfsvoering. Het realiseren van energiebesparende maatregelen heeft een dubbel effect. Het verhoogt de kwaliteit van uw product en het reduceert uw directe kosten. Een goed voorbeeld hiervan vormt het Hilton Hotel in Rotterdam. Sinds 2011 is het hotel in het bezit van het 'Green Key Gold' keurmerk. Daarnaast ging de verbouwing die onlangs is afgerond gepaard met stevige aandacht voor energie- en waterbesparende maatregelen. Het resultaat is verdere verhoging van het comfort en welbevinden van de gast gecombineerd met een verwachte besparing van 30% op de energierekening. En gasten kiezen steeds vaker bewust voor een product met dergelijke componenten. ING is dan ook graag bereid om met u over duurzaamheid in combinatie met uw eigen verdienmodel te sparren.



Jan van der Doelen,
ING Sectormanager Bouw, Onroerend Goed & Leisure

¹ Zie bijvoorbeeld [de bespaartips](#) op de site van Essent.

Meer weten?
Kijk op ING.nl/zakelijk
Of bel met

Jan van der Doelen,
Sectormanager Bouw,
Onroerend Goed & Leisure
020 65 22 014

Thijs Geijer,
Sectoreconoom Leisure
06 1337 9743

Disclaimer

De informatie in dit rapport geeft de persoonlijke mening weer van de analist(en) en geen enkel deel van de beloning van de analist(en) was, is, of zal direct of indirect gerelateerd zijn aan het opnemen van specifieke aanbevelingen of meningen in dit rapport. De analisten die aan deze publicatie hebben bijgedragen voldoen allen aan de vereisten zoals gesteld door hun nationale toezichthouders aan de uitoefening van hun vak. Deze publicatie is opgesteld namens ING Bank N.V., gevestigd te Amsterdam en slechts bedoeld ter informatie van haar cliënten. ING Bank N.V. is onderdeel van ING Groep N.V. Deze publicatie is geen beleggingsaanbeveling noch een aanbieding of uitnodiging tot koop of verkoop van enig financieel instrument. ING Bank N.V. betreft haar informatie van betrouwbaar geachte bronnen en heeft alle mogelijk zorg betracht om er voor te zorgen dat ten tijde van de publicatie de informatie waarop zij haar visie in dit rapport heeft gebaseerd niet onjuist of misleidend is. ING Bank N.V. geeft geen garantie dat de door haar gebruikte informatie accuraat of compleet is. De informatie in dit rapport kan gewijzigd worden zonder enige vorm van aankondiging. ING Bank N.V. noch één of meer van haar directeuren of werknemers aanvaardt enige aansprakelijkheid voor enig direct of indirect verlies of schade voortkomend uit het gebruik van (de inhoud van) deze publicatie alsmede voor druk- en zetfouten in deze publicatie. Auteursrecht en rechten ter bescherming van gegevensbestanden zijn van toepassing op deze publicatie. Overneming van gegevens uit deze publicatie is toegestaan, mits de bron wordt vermeld. In Nederland is ING Bank N.V. geregistreerd bij en staat onder toezicht van De Nederlandsche Bank en de Autoriteit Financiële Markten.