



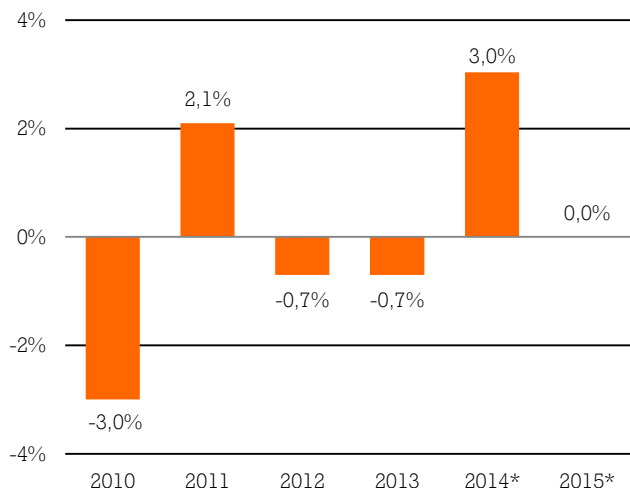
Stabilisatie in de horeca in 2015

- Stabilisatie van de horecaomzet in 2015 na sterke groei in 2014.
- De verbetering van het vertrouwen van de Nederlandse consument en de toenemende populariteit van Nederland bij buitenlandse toeristen werken positief door.
- Omzetvolume hotels, restaurants en cafetaria's blijft licht groeien. Cafés merken weer teruggang in 2015.

Omzetplus krijgt nog geen vervolg

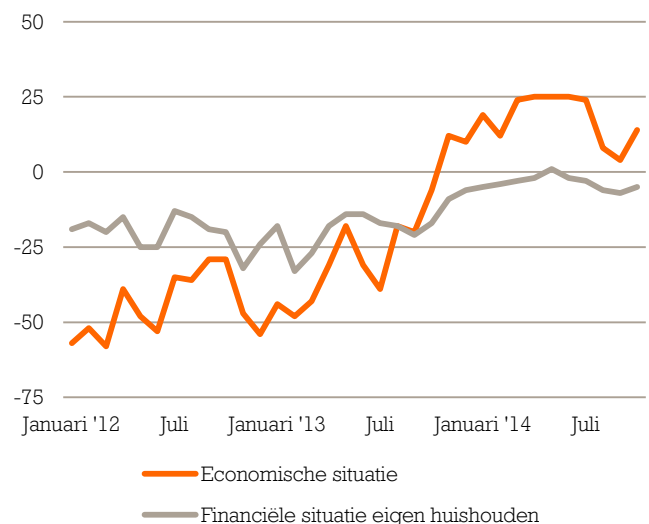
Ondanks het doorzetten van het economisch herstel maakt de omzetonwikkeling in de horeca in 2015 een pas op de plaats (figuur 1). Dit komt omdat de horeca voor wat betreft 2014 kan terugkijken op een jaar met duidelijke groei. Dat het in vrijwel alle maanden warmer was dan in 2013 was positief voor de sector. Ook andere factoren zoals de prestaties tijdens het WK-voetbal, de verbetering van het consumentenvertrouwen (figuur 2) en de toestroom van buitenlandse gasten pakten gunstig uit voor de horeca. Naar verwachting stabiliseert de volumegroei van de horeca in 2015. Cafés leveren een negatieve bijdrage terwijl bij hotels, restaurants en cafetaria's sprake is van stabilisatie of lichte groei.

Figuur 1 Omzetstijging krijgt nog geen vervolg



Bron: CBS, betreft omzetvolume, *raming ING Economisch Bureau

Figuur 2 Vertrouwen Nederlandse consument in de economie (oordeel over komende 12 maanden)



Bron: CBS

Concurrentie van binnen en buiten de sector

Consumenten zien hun koopkracht weer wat toenemen, worden zekerder over hun baan en over de waardeontwikkeling van hun huis. De afweging tussen schulden aflossen, sparen of consumeren blijft echter actueel. De concurrentie om de gunst van de consument blijft daardoor hevig. Binnen de horeca winnen restaurants en cafetaria's aan belang terwijl de populariteit van cafés onder druk staat. Tegelijkertijd zijn er buiten de branche partijen actief die potentiële horecaklanten proberen te trekken. Zo is onder andere de particuliere verhuur van woningen voor toeristen in opkomst en bieden diners op locatie een alternatief voor een etentje in een restaurant. Cafés hebben ondertussen concurrentie van de koffiebar, horecaconcepten in winkels en supermarkten die sterk op prijs concurreren. De dynamiek in de horeca is en blijft groot en dit zorgt dat ondernemers goed op de hoogte dienen te zijn van de wensen van de klant en zijn waardering. Daarbij kan de positievere stemming onder consumenten een stimulans zijn om komend jaar de gemiddelde besteding per bezoek weer te doen toenemen.

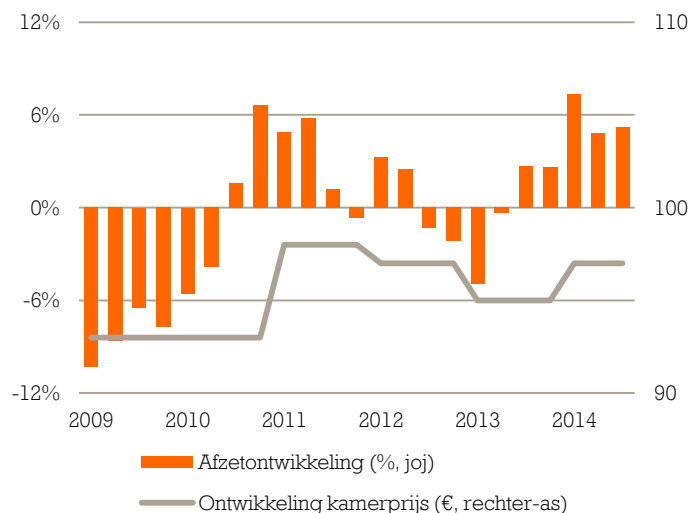
Buitenlandse hotelgast steeds belangrijker

- De omzet in de hotellerie en de vraag naar hotelkamers groeien, na een sterke omzettoename in 2014 volgt een lichte plus in 2015.
- Stedentrips in Nederland worden populairder en het aantal overnachtingen door buitenlandse gasten is inmiddels groter dan de binnenlandse markt.
- Het kameraanbod stijgt 3,4% naar 117.000 kamers.

Toenemende vraag naar hotelkamers

Na een sterke groei in 2014 (figuur 1) volgt naar verwachting een lichte toename van het omzetvolume in de hotellerie in 2015. De populariteit van Nederland bij buitenlandse toeristen is verder gestegen en ook het aantal Nederlandse gasten dat overnacht stijgt nog licht. Bij een toenemend kameraanbod is de gemiddelde kamerprijs de afgelopen jaren redelijk stabiel gebleven. In 2015 wordt een lichte stijging verwacht. De prijzen, bezetting en opbrengst per kamer zijn in de regio Amsterdam beduidend hoger dan in de rest van Nederland.

Figuur 1 Toenemende vraag naar hotelkamers bij relatief stabiele kamerprijzen.

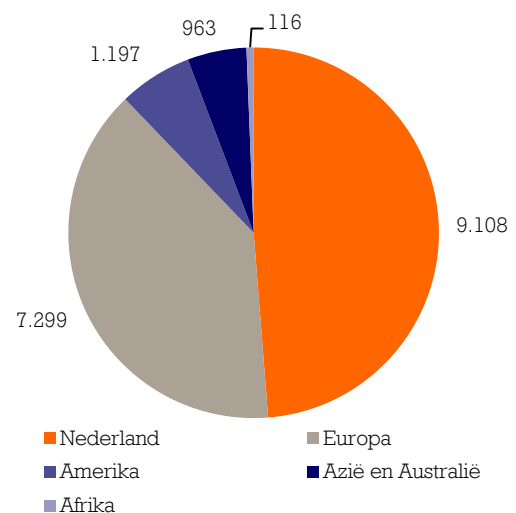


Bron: CBS, ontwikkeling per kwartaal, Horwath HTL

Buitenlandse gast krijgt de overhand

In 2014 is er sprake van een omslagpunt. De meerderheid van de overnachtingen in hotels vindt inmiddels plaats door buitenlandse gasten. In het eerste halfjaar van 2014 steeg het aantal overnachtingen uit Europese landen met ruim 500.000 en sliepen er 100.000 extra gasten uit Azië en Australië in Nederlandse hotels. Die trend zet de komende jaren door. Amsterdam blijft populair bij alle nationaliteiten terwijl de andere steden vooral profiteren van Belgen en Duitsers.

Figuur 2 Merendeel overnachtingen door buitenlandse gasten (x 1.000, eerste halfjaar 2014).

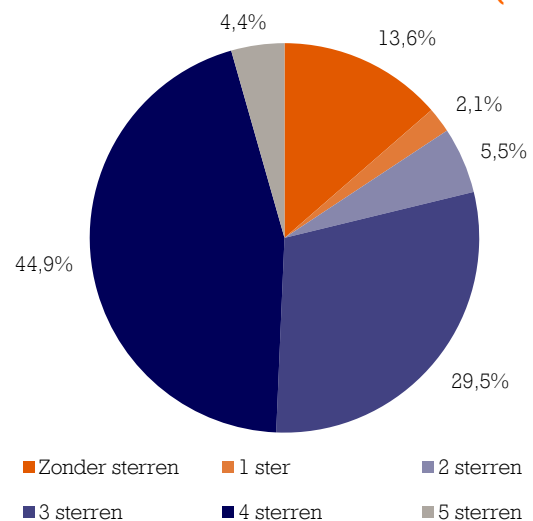


Bron: CBS

Forse groei van aantal hotelkamers

Er zijn ruim 117.000 hotelkamers in Nederland, een groei van meer dan 3% ten opzichte van een jaar eerder. Het aanbod van kamers met 1 of 2 sterren daalt want bestaande en nieuwe hotels kiezen er voor om zonder ster te opereren. In het 4-sterren segment zijn vaak de grotere hotels te vinden, inmiddels zijn die hotels goed voor ruim 52.500 kamers.

Figuur 3 Hotelkamers naar sterrenklasse (2014)



Bron: CBS

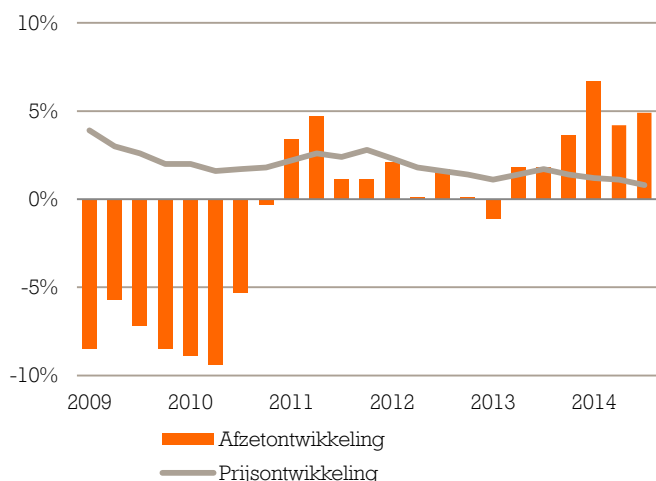
Restaurants maken eerdere terugval goed

- Stabilisatie van het omzetvolume verwacht in 2015 na sterke groei in 2014.
- Verbetering consumentenvertrouwen en koopkracht geven impuls maar ook bij laag vertrouwen wisten restaurants de verkoop van maaltijden op peil te houden.
- Het restaurantaanbod stijgt en het aantal faillissementen loopt terug.

Volumes stabiliseren in 2015 na jaar van groei

Tijdens 2014 zat de verkoop van wijn en spijs in restaurants in de lift (figuur 1). In tegenstelling tot een jaar eerder was het weer in 2014 bovengemiddeld warm en was er sprake van een sterke verbetering van het vertrouwen bij de consument. Hoewel het economisch herstel aanhoudt, is het niet waarschijnlijk dat de combinatie van gunstige factoren zich in 2015 weer voordoet. Dit resulteert naar verwachting in een stabilisatie van het omzetvolume bij licht stijgende prijzen.

Figuur 1 Verkopen nemen toe en prijsstijging onder controle

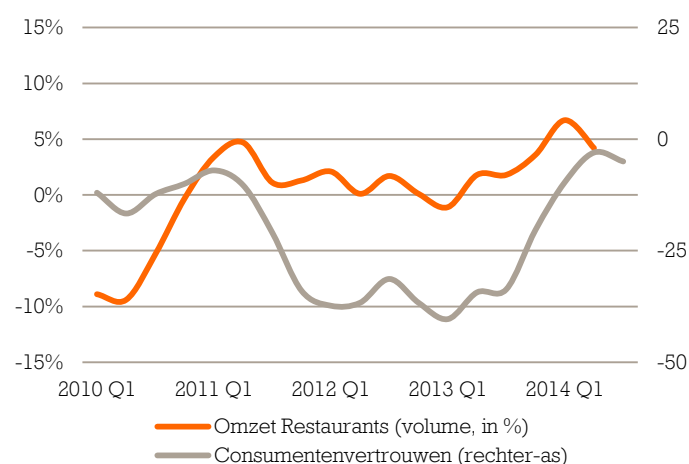


Bron: CBS, ontwikkeling per kwartaal

Consument nog niet onverdeeld positief

Gemiddeld genomen zijn consumenten weer positief over de economie als geheel. Wat betreft de eigen portemonnee zijn de pessimisten echter nog in de meerderheid. Restauranthouders springen in op de behoefte om een avondje uit eten betaalbaar te houden door scherp op prijs te sturen. De prijzen stegen in het eerste halfjaar van 2014 met ruim 1% en dat is beduidend lager dan het langjarig gemiddelde van ruim 2%.

Figuur 2 Ontwikkeling omzet en consumentenvertrouwen

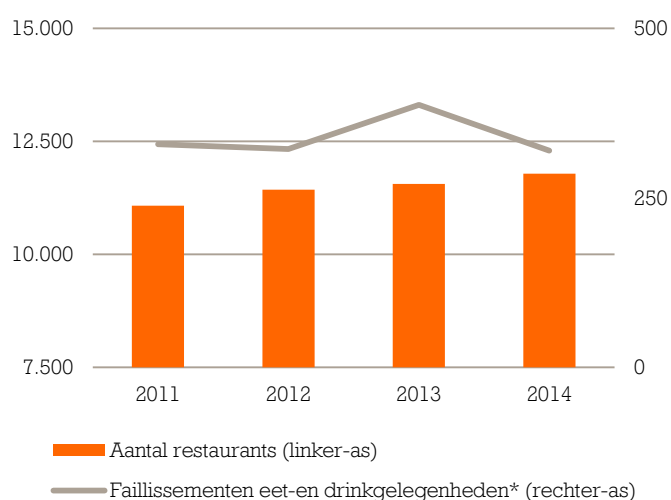


Bron: CBS, bewerking ING Economisch Bureau

Faillissementen op retour

De toename van de omzet leidt tot een verbeterde liquiditeitspositie bij restaurants en dat heeft tot gevolg dat het aantal faillissementen daalt. Ondertussen groeit het aantal restaurants richting de 12.000. Binnen de buitenlandse restaurants zijn onder andere tapas-bars en Thaise, Indiase en Japanse restaurants in opmars.

Figuur 3 Meer restaurants, minder faillissementen



Bron: CBS, * ING Economisch Bureau raming faillissementen 2014

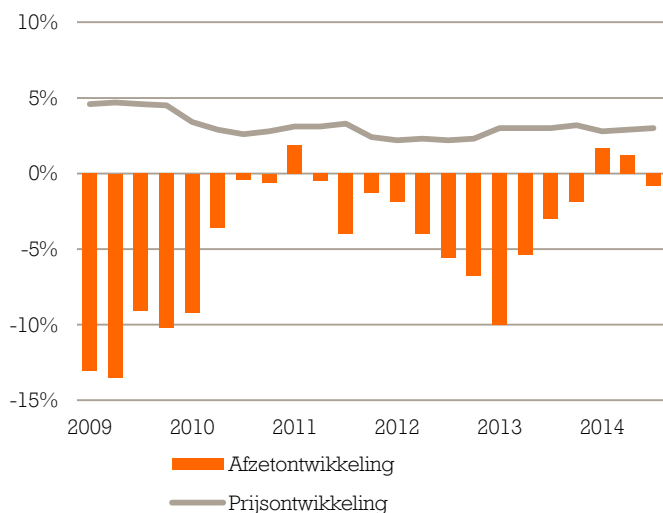
Cafés kunnen dalende trend niet keren

- Afzetverlies in cafés komt in 2014 tijdelijk tot stilstand, in 2015 keert druk op volumes weer terug
- Verbetering consumentenvertrouwen en koopkracht geven impuls, maar structurele veranderingen in consumentengedrag pakken ongunstig uit.
- Daling aantal cafés houdt aan

Structurele druk op verkopen in cafés

In 2014 is er sprake van een tijdelijke kentering in de verkopen van cafés. De goede prestaties van het Nederlands elftal tijdens het WK-voetbal stimuleerden de bestedingen in de kroeg. Ook lag de temperatuur in de meeste maanden boven het langjarig gemiddelde en zorgde dat voor een stimulans van de verkopen. De lichte plusjes wegen echter niet op tegen de forse teruggang in eerdere jaren en naar verwachting is er in 2015 weer sprake van krimp. Het traditionele café appelleert minder aan de behoefte van de steeds grotere groep oudere consumenten dan andere typen horecazaken.

Figuur 1 Geen vervolg voor lichte opleving omzet

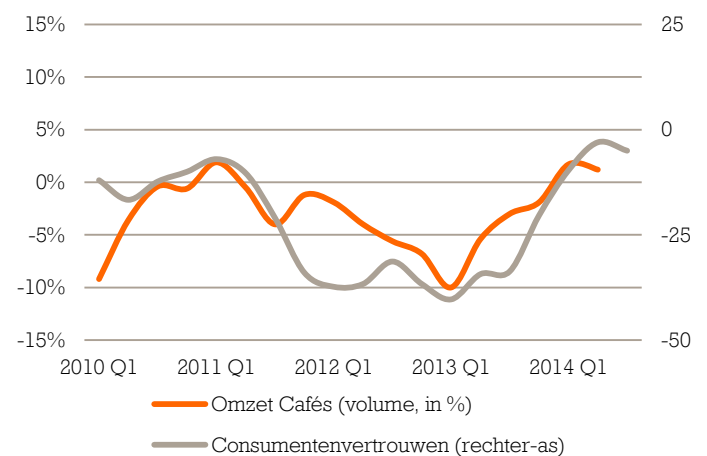


Bron: CBS, ontwikkeling per kwartaal

Prijs kritische consument is moeilijk te bedienen

Gemiddeld genomen zijn consumenten weer positief over de economie als geheel. Wat betreft de eigen portemonnee zijn de pessimisten echter nog in de meerderheid. Mede door regelgeving ligt de prijsstijging aan de toeg boven de inflatie, een avondje naar de kroeg wordt naar verhouding dan ook duurder. Daar komt bij dat consumenten tegelijkertijd zien dat supermarkten fors met bier stunten. De prijsbewuste consument verkiest in veel gevallen een drankje op de bank boven een avond in de kroeg.

Figuur 2 Ontwikkeling omzet en consumentenvertrouwen

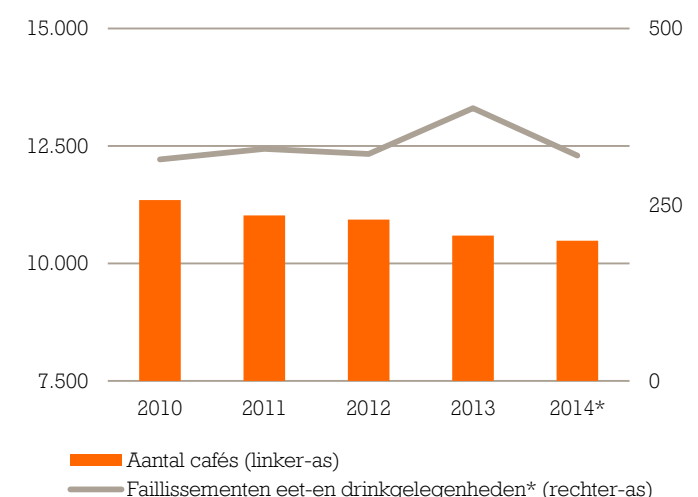


Bron: CBS, bewerking ING Economisch Bureau

Daling cafés het sterkst in noorden en zuiden

Door bijna heel Nederland loopt het aantal cafés terug, de sterkste daling doet zich daarbij voor in de noordelijke provincies Groningen en Drenthe en de zuidelijke provincies Zeeland en Limburg. De toename van de verkopen zorgt in 2014 dat het aantal faillissementen bij eet- en drinkgelegenheden in zijn totaliteit afneemt (figuur 3). Desondanks zijn er in 2014 naar schatting 100 cafés die vanwege een faillissement hun deuren moeten sluiten.

Figuur 3 Steeds minder cafés



Bron: CBS, * ING Economisch Bureau raming faillissementen 2014

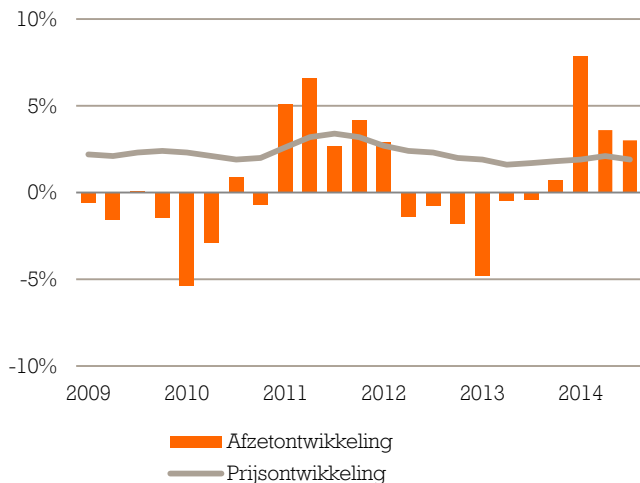
Meer behoefte aan een snelle hap

- **Positieve impulsen in 2014 stimuleren verkopen, in 2015 naar verwachting stabilisatie.**
- **Warme weer, verbetering van vertrouwen en koopkracht leggen basis maar sterke groei 2014 is komend jaar moeilijk te evenaren.**
- **Aanbod blijft groeien, ondertussen neemt aantal faillissementen af.**

Opleving van verkopen in 2014, stabilisatie in 2015

De opmerkelijk opleving aan het begin van 2014 levert een duidelijke plus op voor het verkoopvolume in cafetaria's. Het zachte weer nodigde mensen uit om meer op pad te gaan en buiten de deur te consumeren en het WK-voetbal vormde ook een impuls. Cafetaria's, fastservice-restaurants, lunchrooms en ijssalons bieden daarbij een hapje en drankje voor ieders budget. De piek begin 2014 betekent echter ook dat het in 2015 lastig zal blijken om de groei door te zetten.

Figuur 1 Afzet- en prijsontwikkeling cafetaria's (per kwartaal, 2009 – 2^e kwartaal 2014)

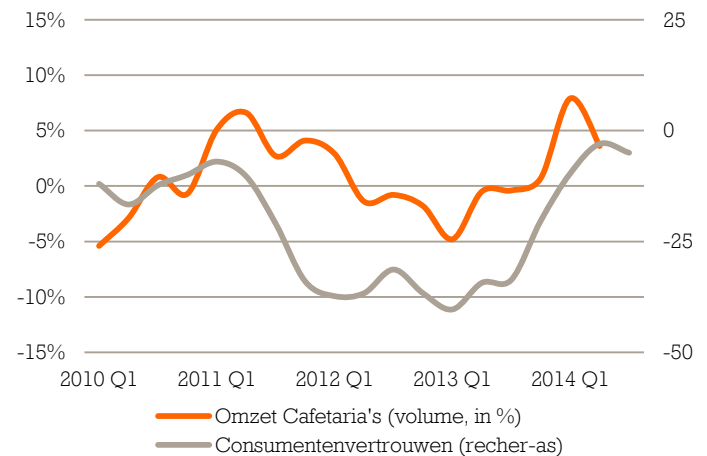


Bron: CBS, ontwikkeling per kwartaal

Online bezorgmarkt wordt volwassen

Gemiddeld genomen zijn consumenten weer positief over de economie als geheel. Wat betreft de eigen portemonnee zijn de pessimisten echter nog in de meerderheid. Op het dieptepunt van het consumentenvertrouwen in 2013 bleken ook cafetaria's de dans niet te ontspringen. Voor veel ondernemers in de branche is de bezorgmarkt een steeds belangrijkere pijler onder de omzet. Met een omzet van € 170 miljoen staat Thuisbezorgd.nl in de top van de Nederlandse e-commercebedrijven. Tegenover het grote voordeel van het grote aanbod en bestelgemak voor de klant staat echter wel dat de ondernemer in sterkere mate een doorgeefluik wordt en de marge op een andere plek in de keten terecht komt.

Figuur 2 Ontwikkeling omzet en consumentenvertrouwen

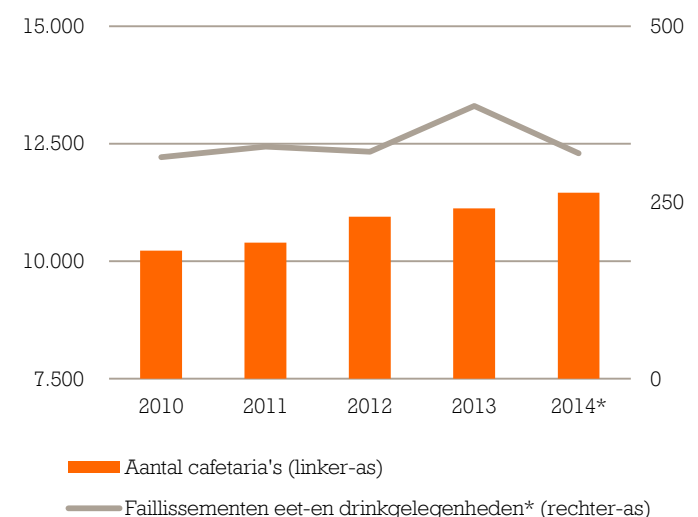


Bron: CBS, bewerking ING Economisch Bureau

Verschuiving in het aanbod

Een groeiend aantal bedrijven is actief in de markt voor een snelle hap. Meer en meer ontstaan concepten gericht op de 'gezonde' snelle hap. Het traditionele cafeteria is al een aantal jaren op zijn retour, maar die afname wordt meer dan goed gemaakt door lunchrooms, ijssalons en shoarmazaken die hun deuren openen. De verbeterde marktomstandigheden zorgen dat het aantal bedrijven dat in de financiële problemen zit wat lager ligt dan in 2013 toen het aantal eet- en drinkgelegenheden dat failliet ging een piek vertoonde.

Figuur 3 Meer cafetaria's, minder faillissementen



Bron: CBS, * ING Economisch Bureau raming faillissementen 2014

Box: Sectormanager Leisure

Sectormanager Jan van der Doelen geeft advies Innoveer samen met uw klanten!

Zoals uit dit kwartaalbericht blijkt is 2014 voor de horeca een positief jaar geweest. Bedrijven in de sector zijn daarbij geholpen door een paar externe factoren waaronder het warme weer. 2015 belooft een jaar te worden van stabilisatie, weliswaar op het hogere niveau van 2014. Een mooie basis maar het aantal ondernemingen is nog steeds erg groot en er komen dagelijks nieuwe aanbieders bij. Ook uit onverwachte hoek, denk aan horeca in supermarkten, in winkels en aan ondernemende consumenten die maaltijden of logies aanbieden. En dus komt het, voor de horeca ondernemers uit de traditionele omgeving, aan op een goede strategie, formule en bedrijfsvoering. Ondernemen is immers uitdagender dan ooit. De wereld, en zeker die van de horeca, verandert snel en daardoor ook de behoeften van consumenten. Het overtuigend klantgericht opereren wordt steeds belangrijker. Eerder maakte ik hier al melding van.

Ook uit recent onderzoek van de Erasmus Universiteit blijkt dat klantgericht werken de toekomst heeft. Deze Universiteit geeft dat aan op basis van haar jaarlijkse innovatiemonitor. Het blijkt dat slechts 25% van de innovaties slaagt omdat klanten niet vroegtijdig worden betrokken. En verder blijkt dat er veel nieuwe concepten verloren gaan omdat er niet goed genoeg wordt geïmplementeerd en uitgevoerd. Bedrijven die echt klantgericht te werk gaan blijken succesvoller. Hieronder is ook begrepen een effectieve samenwerking met alle stakeholders (vooral leveranciers, medewerkers en klanten). Klanten waarderen het dat zij serieus genomen worden en zullen, als zij dat bij een bepaalde ondernemer/ onderneming ervaren, eerder overgaan tot besteden. Ondernemers die (louter) opereren vanuit het belang van hun eigen verdienmodel worden sneller gemeden. In de horeca hebben klanten een ruime keus en dus is het moeilijk om onderscheidend te zijn maar zeker dat te blijven. Thuisbezorgd.nl heeft in relatief korte tijd een stevige positie opgebouwd in deze markt en voorziet klaarblijkelijk in een behoefte. Uitdaging van deze formule is om onderscheidend te blijven door alle achterliggende leveranciers te laten excelleren op uitvoering, kwaliteit en klantgerichtheid. Uitdaging voor alle horecaondernemers is om samen met klanten, leveranciers en medewerkers te komen tot nieuwe en houdbare business concepten.



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

**Meer weten?
Kijk op ING.nl
Of bel met**

Thijs Geijer
Sectoreconoom Leisure
06 11 37 97 43

Jan van der Doelen
Sectormanager Leisure
06 55 81 22 15

Volg ons op Twitter:

 [INGnl_Economie](#)

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 toezichhouders 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.

De tekst is afgesloten op 8 december 2014.

