

Food For Thought

Van Spronsen & Partners horeca-advies

Maandelijkse nieuwsbrief met trends en ontwikkelingen
op financieel en marketing gebied binnen de horeca- en leisuremarkt
voor relaties, intermediairs en horecabedrijven

Koninklijk Horeca Nederland, bedrijfschap Horeca & Catering, NORT, Kamer van Koophandel

Heineken

!nBev

Grolsch

Rabobank

ABN-AMRO

ING BANK

SNS bank

FORTIS



In dit nummer:

Horeca personeelonderzoek 2006 (deel 2)	2
Interview met Jos Dilven – Rabobank Nederland	3
Chambres d'hôtes in beeld	4
Trends & ontwikkelingen	5

Horeca personeelonderzoek 2006 deel II

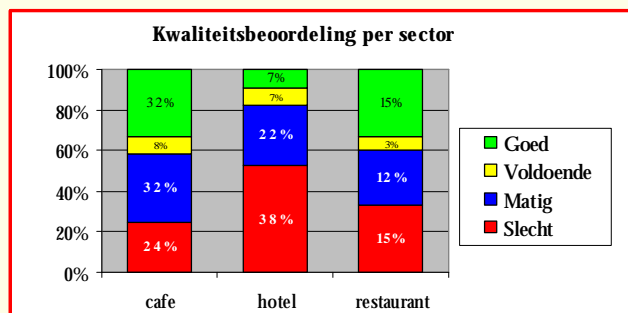
“Ontevredenheid over de kwaliteit van horecapersoneel”

Op basis van gesprekken met diverse ondernemers en uit gegevens van dochteronderneming Van Spronsen & Partners personeel & salarissystemen, vingen wij het signaal op dat op dit moment sprake is van een personeelstekort binnen de horeca. We hebben een onderzoek binnen de Nederlandse horecabranche uitgevoerd naar dit tekort en de kwaliteit van het horecapersoneel.

In de Food for Thought van oktober heeft u kunnen lezen over het huidige tekort aan personeel. Deze maand gaan we in op hoe de werkgevers de kwaliteit van het personeel beoordelen. We hebben de ondernemers ook gevraagd wat volgens hen de achterliggende oorzaken zijn van hun antwoorden.

Totalen

Van alle ondervraagde bedrijven geeft in totaal 20% aan dat ze tevreden zijn over de kwaliteit van het personeel; 6% beoordeelt de kwaliteit als voldoende en 14% als goed. Het aanbod van personeel wordt echter door 21% als matig beoordeeld en maar liefst door 30% als slecht. Dit betekent dat het merendeel de kwaliteit als onvoldoende beoordeelt.

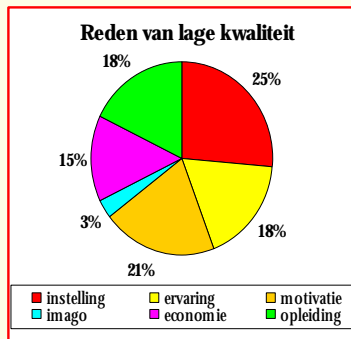


Kwaliteitsbeleving

De gegeven waardering zegt veel over de manier waarop de werkgever de kwaliteit van zijn of haar personeelsleden beleeft. Als we vragen naar de reden van deze lage kwaliteit, blijkt dat 46% aangeeft dat het aan de motivatie en de instelling van de personeelsleden ligt. Dit zijn niet te meten criteria, maar indrukken die men krijgt. De manier waarop een personeelslid overkomt op de werkgever is dus vrij bepalend voor de beleving van de kwaliteit. Ondernemers lijken wat dat betreft net mensen...

Cafésector zoekt gemotiveerde mensen

Bij de cafés beoordeelt 33% van de ondervraagden het aanbod als 'goed' en 8% als 'voldoende'. In totaal beoordeelt 56% de kwaliteit als matig of zelfs slecht. Een klein aantal ondervraagden (4%) had over dit onderwerp geen mening.



Aangezien 64% van de ondervraagden aangeeft dat motivatie en instelling de belangrijkste reden is van de lage kwaliteit, mogen we aannemen dat kwaliteitsfactoren als vakkennis en opleiding binnen deze sector niet eens het belangrijkste zijn.

Restaurantsector terughoudend

Van de ondervraagden heeft maar liefst 27% aangegeven de kwaliteit matig (12%) of slecht (15%) te vinden. Ervaring en motivatie komen als belangrijkste redenen voor de slechte kwaliteit naar voren. Overigens vindt 15% van de bedrijven het aanbod kwalitatief goed en 3% voldoende. Bij de restaurants heeft 56% van de ondervraagden aangegeven geen mening over de kwaliteit van het personeel te hebben.

Hotelsector beoordeelt kwaliteit zwaar onder de maat

Kijken we bij de hotels naar het aandeel dat tevreden is over de kwaliteit, blijven we steken op 14%. Er komt naar voren dat 38% van de bedrijven de kwaliteit als 'slecht' beoordeeld en 22% als matig. Dit betekent dat 60% als ontevreden mag worden aangemerkt.

Vragen we bij de hotels naar de redenen van de lage kwaliteit, dan zijn de meningen vrijwel gelijk verdeeld; instelling, motivatie, opleiding, werkervaring en de slechte economie komen als belangrijkste redenen naar voren.

Horeca is een vak!

Als de kwaliteit niet goed gevonden wordt, kan dit twee dingen betekenen; het personeel is niet goed OF de ondernemers leggen de lat hoog. Aan het imago van de horeca kan het niet liggen volgens de ondernemers. Belangrijk zijn de motivatie, instelling, opleiding en ervaring van de personeelsleden. Het is en blijft een mooi en zwaar vak, die horeca...

Door ons bureau is telefonisch onderzoek uitgevoerd onder 400 horecabedrijven. Onder de bedrijven zijn hotels, cafés en restaurants vertegenwoordigd. Van de bedrijven heeft 66% meer dan 35 fte's in dienst en is 59% gevestigd in de Randstad. De overige bedrijven zijn vrijwel gelijk verdeeld over de regio's Noord, Zuid en Oost Nederland. We hebben gesproken met de ondernemer zelf, de personeelsafdeling of de bedrijfsleiding.

Jos Dilven van Rabobank Nederland aan het woord

Ondernemerschap in het Nederlandse MKB is krachtiger dan ooit



De vooruitzichten voor het Nederlandse MKB zijn gunstig. Alle seinen staan op groen. Voor 2006 en 2007 tekenen zich stijgende omzetonwikkelingen tot ruim 6 procent af. In de Horeca en recreatie liggen de verwachtingen rond de 4% omzetgroei. Dit blijkt uit de 30ste editie van Rabobank Cijfers & Trends die op 8 november is gepresenteerd. Het ondernemerschap in het MKB is krachtiger dan ooit.

Toenemende koopbereidheid

De Horeca en recreatie profiteert van de toegenomen koopbereidheid, maar er zijn grote verschillen tussen de branches. De ingezette groei van de zakelijke bestedingen zet door en ook de toeristische markt is in opmars. Vooral de omzetten van hotels en restaurants laten hierdoor een forse groei zien. De omzetgroei bij de cafetaria's en cafés blijft echter achter. Nieuwe horeca-aanbieders zoals supermarkten, warenhuizen en sportaccommodaties nemen een deel van de markt over. De vakantiecentra in Nederland hebben te maken met scherpe concurrentie uit het buitenland, waardoor een groter deel van de bestedingen over de grenzen vloeit.

Beleving en welbevinden

Werd 30 jaar geleden de vrije tijd vooral 'gebruikt' om te rusten en voor het de uitvoering van hobby's, nu wordt vrije tijd veel meer gebruikt om te ontspannen, te genieten en 'een goed gevoel' te krijgen. De diversiteit in het aanbod aan vrijetijdsbestedingen is enorm toegenomen. Voor diverse doelgroepen ontstaat een gericht aanbod. Bijvoorbeeld bij de grote groep welvarende ouderen speelt gezond zijn en blijven een steeds belangrijker rol bij hun vrijetijdsbesteding.

De groep tweeverdieners en singles zoeken in hun schaarse vrije tijd juist veel afwisseling van ontspanning en inspanning in een aantrekkelijke omgeving op momenten waarop het hen past.

Samenhang

Het totaalconcept van het vrijetijdsaanbod bepaalt in sterke mate het succes van de individuele onderneming. Een uniek aanbod met goede profilering levert ondernemingen in de vrijetijdsindustrie extra bezoekers en meer omzet op. Dit vraagt om een meer samenhangend overheidsbeleid voor de vrijetijdsindustrie en een goede samenwerking tussen de ondernemers in de verschillende branches. Door een goede samenhang kan de vrijetijdsindustrie uitgroeien tot een belangrijke economische drager die zorgt voor werkgelegenheid en omzet. En die een bijdrage levert aan de aantrekkelijkheid van de woon- en leefomgeving.

Meer informatie is te vinden op:
www.rabobank.nl/cijfersentrends



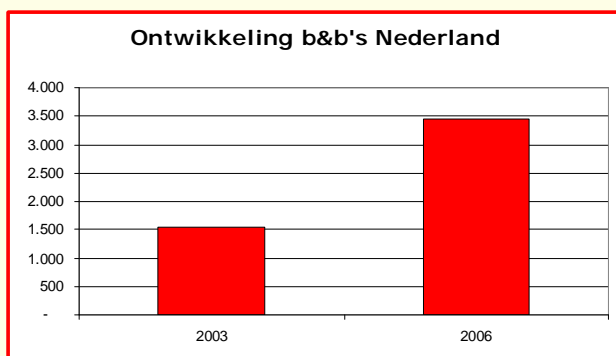
Jos Dilven, Branchecoördinator
Kennismanagement MKB

Chambres d'hôtes/bed & breakfast in beeld

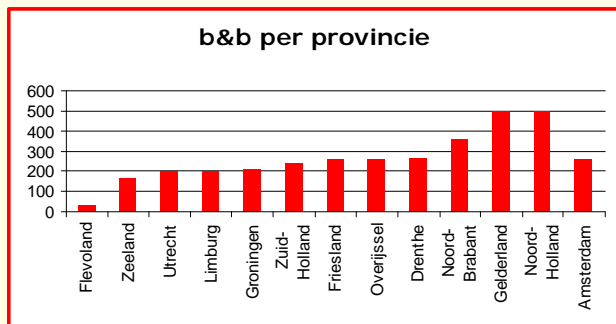
Een chambre d'hôtes is (in Frankrijk) een logiesaccommodatie met niet meer dan vijf kamers, waarbij het ontbijt altijd is inbegrepen. Chambres d'hôtes komen voor in elk prijssegment, van basic tot zeer luxe. In Nederland zijn chambres d'hôtes beter bekend als bed & breakfasts (b&b).

Ontwikkeling

Het fenomeen bed & breakfast is steeds populairder geworden in Nederland. Dat blijkt uit cijfers van Bed & Breakfast Nederland (BBN) waarin staat dat 43% van de b&b's in de laatste drie jaar is opgericht. In totaal zijn er in Nederland 3.450 b&b's.



Uit onderstaande tabel blijkt dat in Noord-Holland (exclusief Amsterdam) de meeste b&b's gevestigd zijn, gevolgd door Gelderland en Noord-Brabant. Amsterdam is apart van de provincie Noord-Holland weergegeven, omdat het aantal b&b's in Amsterdam zo groot is dat het een vertekend beeld weergeeft over de provincie Noord-Holland. Amsterdam telt 260 b&b's, gelijk aan het aantal b&b's in heel Overijssel. In Flevoland bevinden zich het minst aantal b&b's.



Prijs

De gemiddelde prijs voor een overnachting in een b&b in Nederland bedraagt € 33,50 per persoon, variërend van € 15,= tot € 150,=, alhoewel bij 70% van de b&b's de prijs tussen de € 20,= en € 30,= per persoon ligt.

Ligging

In het noorden en oosten van Nederland, waar 43% van de b&b's zich bevinden, zijn de b&b's voornamelijk gelegen op het platteland. In het westen van Nederland, waar 40% van de b&b's is gevestigd, zijn de b&b's grotendeels gevestigd in de steden.

Uit cijfers van het BBN blijkt de verdeling stad/platteland in Nederland ongeveer gelijk is. Steden trekken toeristen en zakenmensen aan. Een landelijke locatie heeft een recreatief doeleinde.

Doelgroep

Bed & breakfast in Nederland richten zich met name op partners zonder kinderen in de leeftijd van 35 tot 50 jaar en senioren in de leeftijd van 50 tot 65 jaar. De b&b bezoeker is een veeleisende consument, die geïnteresseerd is in streekgebonden producten en lokale bezienswaardigheden. Op het platteland is de motivatie om een b&b te bezoeken 'onthaasten en rust', terwijl in de stad het vaak een alternatief is voor een duur hotel.



Toekomst

De enorme stijging van b&b's van 43% in de laatste drie jaar zal zich verder ontwikkelen. Het product wordt steeds bekender bij het grote publiek. Samen met de toenemende doelgroep (vergrijzing) zorgt dit voor een stijgende vraag naar het product. Zowel in steden als op het platteland zal de stijging doorzetten. In de steden komt dit vooral door de stijgende prijzen van hotels. Op het platteland ligt de oorzaak bij de vergrijzing. Het b&b product op het platteland zal worden uitgebreid met samenwerkingsverbanden met lokale musea en andere bezienswaardigheden. Verder worden er meer wandel- en fietsroutes georganiseerd.



Trends & ontwikkelingen

Moleculaire mixologie op de Horecava



Na moleculaire gastronomie doet nu moleculaire mixologie zijn intrede. Stefan van Sprang, chef-kok bij Ron Blaauw Restaurant, past zijn kennis van moleculaire gastronomie toe op cocktails. Van Sprang doet dit tijdens de

vakbeurs Horecava, die van 8 tot en met 11 januari 2007 wordt gehouden in RAI Amsterdam. Van Sprang maakt bijvoorbeeld een Mojito Mystic, een groen balletje met witte rum. Het balletje is vast als men het in de mond neemt, maar spat uiteen zodra het tegen het gehemelte wordt aangedrukt. De show wordt dagelijks opgevoerd in paviljoen LAB.

Hyatt biedt haar gasten "Black berry duim" massage aan

Pijnlijke duim na uren werken op een handheld computer? Klinkt als een "Blackberry duim", maar hulp is onderweg. De Hyatt hotel keten vond dat zo veel van haar zakelijke gasten klachten van de "Blackberry duim" hadden, dat de keten een speciale hand massage geïntroduceerd heeft in noord Amerikaanse Hyatt spa's. De 30 minuten durende massage kost € 25,= en begint met een warmte behandeling en maakt gebruik van speciale "Blackberry Balsem".

Oud Sluis weer op één in Lekker



Restaurant Oud Sluis in het Zeeuwse Sluis is door de toonaangevende restaurantgids 'Lekker' weer uitgeroepen tot beste restaurant van

Nederland. Chef-kok Sergio Herman is met Oud Sluis voor de derde achtereenvolgende maal de nummer één in de top-100. Volgens de rapporteurs van 'Lekker' is nergens in ons land zo veel vakmanschap, durf en finesse als in het restaurant van Herman. Tevens is chef-kok Herman door Gault Millau (de tegenhanger van Lekker) uitgeroepen tot beste chef. Hier werd restaurant De Librije uitverkozen tot beste restaurant.

Fastfood consumenten kiezen meer voor gezonde producten

Volgens Market Research Group Key Note, halen de gasten van de fastfood sector steeds vaker hun neus op voor de ongezonde maaltijden. Uit de 1.000 ondervraagden gaf 60% aan gebruik te maken van de fastfood sector. 53% gaf aan steeds gezondere producten te bestellen; 38% heeft aangegeven minder te eten in de fastfoodsector; Een op de vier gaf aan niet in het bezoek te verminderen maar in de hoeveelheid van eten.

La Place start eigen magazine

La Place, de succesvolle restaurantformule van warenhuisbedrijf V&D, komt met een eigen blad. Het blad heet *Le Magazine* en informeert consumenten over voeding en culinaire achtergronden. Dat meldt De Verleiding, de weekendbijlage van De Volkskrant.

Pizza in de vorm van ijshoortjes

Pizza in de vorm van een ijshoortje is de nieuwe trend in de fastfoodsector. De Kono Pizza is een opgerolde pizza in de vorm van een ijshoortje met de pizzavulling middenin. Net als de gewone pizza zijn er verschillende varianten, zo kan men onder andere kiezen uit de Margherita, Hawaiï, Capriccio en Napoletano. Kono Pizza heeft vijf vestigingen in Italië en het concept is verkocht aan verschillende ondernemers over de hele wereld.



Van Spronsen & Partners horeca-advies

Kantoorgebouw Statenhof
Reaal 5M, 2353 TK LEIDERDORP
Postbus 289, 2350 AG LEIDERDORP
Telefoon: (071) 541 88 67 Fax: (071) 541 88 69
www.spronsen.com

E-mail: horeca-advies@spronsen.com