

CORONAVIRUS CRISIS

VAN SPRONSEN
& PARTNERS
horeca - advies



VEERKRACHTIGHEID VAN DE HORECA IN BEELD

Dit is een publicatie van Van Spronsen & Partners horeca – advies

2020

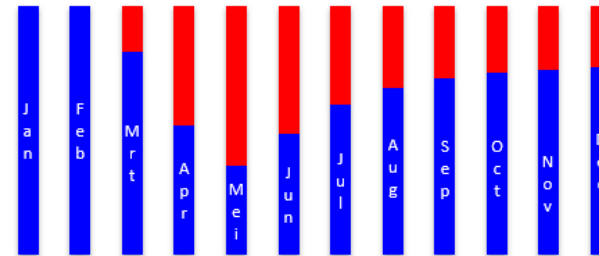


Corona treft de hele samenleving en wel op manier die nog weinigen echt in hun leven hebben meegemaakt. Alles lijkt tot stilstand te komen, iedereen is onrustig en velen ook een beetje angstig. Niet alleen voor het gevaarlijke virus maar zeker ook wat dit allemaal economisch voor ons gaat betekenen. Welke impact heeft deze crisis op ons leven van vandaag maar zeker ook op dat van wanneer we weer verder mogen met ons leven. Natuurlijk is op dit moment het belangrijkste om stil te staan bij die honderden mensen die getroffen zijn door dit virus en al diegenen die dag in dag uit proberen om zo veel mogelijk mensen in leven te houden. Daar moeten we diep respect voor hebben.

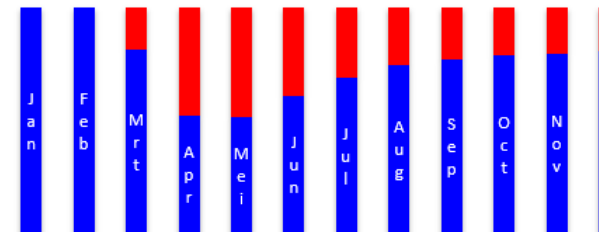
Maar feitelijk zijn we allemaal wel een beetje slachtoffer van deze crisis. Het feit dat we thuis moeten werken en niet meer onbeperkt naar buiten mogen en al die andere aspecten die er voor zorgen dat ons sociale leven er totaal anders uit ziet, is slechts een 'first world problem'. De economische schade is daarentegen een veel groter probleem want alhoewel de overheid er veel aan doet om de economische effecten te beperken zijn de problemen voor een deel van de ondernemers niet te overzien. Het leidt nu al tot het definitief sluiten van bedrijven, alhoewel hierbij een kanttekening gemaakt kan worden over de financiële weerbaarheid van deze bedrijven.

Voor ondernemers in de horeca zijn de gevolgen echter nogal fors. Als we uitgaan van een totale jaaromzet in de horeca van 2019 van circa 28 miljard (voorlopige cijfers op basis van index CBS) en de normale tijdspreiding (verdeling omzet over de maanden van het jaar) dan dreigt een omzetverlies over de periode van 16 maart tot eind april in de horeca van circa 2,9 miljard. Mocht ook in de maand mei sprake zijn van een lockdown voor de horeca dan loopt het omzetverlies op tot circa 5,8 miljard in 2020. Mogen we daarentegen partieel open in mei, met in achtneming van de 1,5 meter restrictie, dan wordt slechts een deel van de onder 'normale omstandigheden', te verwachten omzet gedraaid. Het zou dan zomaar kunnen dat de horecaomzet dan niet verder komt dan 50% van de normale omzet in de maand mei (omdat er veel minder toeristen in ons land zijn; geen grote evenementen; feesten en partijen allemaal al geannuleerd zijn en

Verwacht cumulatief omzetverlies Horeca 2020
Horecastop t/m Mei 2020



Verwacht cumulatief omzetverlies Horeca 2020
Huidige horecastop & Mei 2020 partieel open



Verwachte ontwikkeling horeca omzet 2020. De rode balk geeft het cumulatieve percentuele omzetverlies aan, blauw de inmiddels te verwachten cumulatieve omzet 2020 in percentages.

een veel kleiner beschikbaar verkoop vloeroppervlakte). Dit zou een omzetverlies opleveren van een kleine 1,4 miljard. De totale terugval zou dan eind mei circa 4,4 miljard bedragen.

Maar ook na de maand mei zullen wij het nog maanden merken. Natuurlijk wil de gast weer graag naar de horeca maar men zal zich ook voorzichtig opstellen met alle verhalen over de aanstaande economische recessie en de angst voor het virus. Daarnaast geldt ook in deze periode dat al heel veel grootschalige activiteiten zijn uitgesteld of afgelast. Dit zal dan ook in de maanden erna nog omzetsdaling betekenen voor de bedrijfstak. We moeten dan ook vrezen voor een omzeteffect in de maanden erna (juni-september) van misschien wel -15%. En dan hopen we dat het omzetverlies in de laatste 3 maanden van het jaar beperkt blijft tot 5%.

Dat impliceert dat het omzetverlies in de bedrijfstak kan oplopen in 2020 tot circa 5,5 miljard indien de horeca in mei weer gedeeltelijk open kan en tot circa 7 miljard indien de horeca in mei nog dicht moet blijven. Wij hopen oprecht dat deze berekeningen veel te negatief zullen blijken te zijn en dat wij als doemdenker uit deze crisis komen.

De verschillen per bedrijf zullen uiteraard enorm zijn. Zo zien wij dat snackbars op dit moment nog redelijk goed en sommige zelfs erg goed draaien. In dit scenario gaan we er dan vanuit dat in de maanden na september van dit jaar het omzetniveau gelijk blijft aan dat in 2019. Maar ook dat is onzeker. De gevolgen kunnen misschien nog wel veel langer na-ijlen in onze bedrijfstak en de economie.

Al gaan de steunmaatregelen van onze overheid veel verder dan in menig ander land, het is de vraag of het voldoende is. Vooral de situatie dat ondernemers straks zomaar een half jaar moeten wachten voordat zij de laatste 20% van de werktijdverkortingsuitkering gaan ontvangen zal de toch al beperkte liquiditeit verder aantasten. Waarbij ook nog moet worden vastgesteld dat de NOW zeker niet alle loonkosten afdekt op dit moment. Een reken voorbeeld: Indien een bedrijf een loonsom heeft per maand van 40.000,- dan keert de NOW over de periode Maart t/m Mei bij een omzetverlies van 100% (90% uit van de loonsom x 1,3 (zijnde de werkgeverslasten). Feitelijk komen werkgeverslasten gemiddeld hoger uit en wel op circa 1,35 (als men meerdere oproepkrachten heeft soms nog wel hoger). Nu krijgt men uitgekeerd van de NOW $€40.000 \times 1,3 \times 90\% = €46.800,-$. De feitelijke kosten liggen op $40.000 \times 1,35 = 54.000,-$. Een maandelijks verschil van 7.200,-. In 3 maanden in totaal een kleine €22.000,-. Dit moet dan samen met de andere doorlopende kosten uit de liquiditeit van de ondernemer betaald worden, hetgeen een zware wissel zal trekken op veel bedrijven. Daarbij komt nog dat men niet meer uitkeert aan loonsom als in de maand januari 2020 is verloond. De slechtste omzetmaand van het jaar met dus de laagste loonsom. Medewerkers die in maart in dienst zijn gekomen voor het seizoen, vallen dus buiten de regeling.

De huidige regeling biedt ons inziens onvoldoende soelaas voor veel bedrijven. De overheid zal zich dan ook moeten beraden of de NOW zoals deze nu is ingericht voldoende hulp biedt aan de Horeca maar ook aan andere delen van het Midden- en Kleinbedrijf. Verbetering van de NOW lijkt ons gezien de economische impact onafwendbaar.

Natuurlijk is er ook het instrument van het Borgstellingskrediet dat qua zekerheid verbeterd is, maar afgaande op de eerste signalen zullen banken toch voorzichtig zijn met het verhogen van de kredieten waarbij een maximale aflossingstermijn wordt gehanteerd van 24 maanden. Op dit moment lijkt dat een redelijke termijn maar gezien ook de onzekerheid over het herstel de horecaomzet zou dat met name in de eerste periode wel kunnen gaan knellen.

Dat we voorlopig de belastingen niet hoeven te betalen is noodzakelijk op dit moment. Maar deze dienen ook in principe weer binnen 3 maanden betaald te worden en dat betekent bij een langzaam herstellende omzetontwikkeling dat dit niet zomaar mogelijk is. Immers de lopende verplichtingen dienen dan weer betaald te worden. Dus ook nadat het leven weer zijn gewone gang gaat moeten we goed nadenken over de termijn waar binnen de belastingschulden moeten worden terugbetaald. Eenzelfde periode als bij de banken lijkt hiervoor een goede oplossing (24 maanden).

Duidelijk is dat bedrijven die geen financiële buffer hebben of die op basis van hun concept en omzetontwikkeling geen extra financiering bij de banken krijgen, gaan omvallen. Enorm triest maar voor elke ondernemer geldt op dit moment, focus op wat u kunt beïnvloeden. Dat wil zeggen zorg dat u weet wat uw mogelijkheden zijn, zorg voor budgetscenario's, maak afspraken met uw leveranciers, verhuurder en bank. En ga nadenken over hoe u de gasten gaat bereiken na deze crisis want één ding is zeker: uw concurrenten zitten net zo om deze gasten te springen als u. En voor u denkt dan gaan we weer terug naar normaal, wijzen wij u er graag op dat samenwerken essentieel is, samen zullen we al onze gasten duidelijk moeten maken dat ze meer dan welkom zijn en dat we gezamenlijk alle maatregelen naleven die van ons worden geëist.

Hoewel het leed verbleekt bij dat van ondernemers en leveranciers heeft de horecastop ook gevolgen voor de gast en wij zijn ook allemaal gasten. Hierbij een aantal inzichten in hoe wij toelevens en hunkeren naar de heropening van de sector.



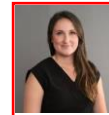
Pas als het er niet is, weet een man pas wat hij mist, aldus De Dijk. Het is een tijd waarin we weer waardering krijgen voor dat wat we al die tijd voor lief hebben genomen. Dat geldt voor alles momenteel, maar zeker voor het sociale contact en de faciliterende rol van de horeca daarin. Want wat is het fijn om als stel met 3 jonge kinderen een oppas te bellen om samen uit eten te gaan. En zo fijn om op een zonnige dag door het park te lopen of aan te leggen bij een pleisterplaats voor een kop koffie of glas bier terwijl de kinderen zich vermaken in de speeltuin. Zo fijn om het huis uit te kunnen voor een wandeling naar de ijsalon. En dan heb ik het nog niet eens over de vrijdagmiddagborrels, feesten en partijen, bruiloften, terrasjes pakken, dansavonden etc. etc. We zouden kunnen gaan klappen voor de horeca, maar het lijkt me beter om onze waardering te laten blijken door alle gemiste horecabezoeken in te halen zodra de coronasluiting achter de rug is. Ik kijk daar in ieder geval reikhalzend naar uit. **Niek**



Ik mis het... als horecadier is het een cyclus waar je in leeft, ook al werk je niet meer in de horeca. Je leeft toe naar dat moment waar je even alle remmen los gooit. Om vervolgens kortstondig alcohol af te zweren en dan begint het weer opnieuw. Opbouwen tot je weer even de ontspanning tijdens alle hectiek kan opzoeken. Voor mij begint dat meestal pas echt op vrijdagavond, om vervolgens op de zaterdagmiddag mijn gebruikelijke rondje langs de kroeg op de hoek, de kroeg daarnaast en de middag af te sluiten met een biertje bij brouwerij Noordt. 3 weken thuis quarantaine breken me op, ik mis alle sociale aspecten van de horeca! Gelukkig vond ik afgelopen zaterdagavond de veel besproken app Houseparty. 8 schermpjes, 16 personen in beeld, een pubquiz, een heel veel shotmomenten! Wat had ik de volgende dag een hoofdpijn! Waanzinnig, hier moet ik het weer een paar dagen mee doen. **Nick**



Afgelopen 22 december heb ik mijn vriendin ten huwelijk gevraagd. Gelukkig zei zij volmondig JA! Direct daarna begonnen we met het plannen en regelen want we besloten al in juni te trouwen in de tuin van haar ouders. We kwamen er al snel achter dat anderen ongeveer een jaar van te voren beginnen met plannen dus het vinden van de juiste partijen was lastig; velen waren allang geboekt. Uiteindelijk konden wij onze checklist volledig afvinken, zelfs de jurk werd gevonden! Dan duikt er ineens een virus op ver van huis. "Het zal allemaal wel meevallen", hoor ik mijzelf nog zeggen. Een paar weken later kijken we naar de toespraak van premier Rutte. De horeca sluit en ons huwelijk met 160 gasten kunnen we wel vergeten. Ontzettend vervelend, voor ons maar ook voor alle betrokken leveranciers. Met veel tegenzin hebben ook wij alle hardwerkende ondernemers die we gekozen hadden, moeten afbellen. Ik hoop dat zij zich door deze crisis slaan en dat we volgend jaar wel op onze bruiloft mogen weer met hen mogen werken! **Peter**



Ik ben recent terug verhuisd naar Nederland na jaren doorgebracht te hebben in Parijs, Londen en New York. De levensstijl die ik daar heb aangeleerd draaide rondom horeca; in mijn omgeving was het de normaalste zaak van de wereld om 3+ keer per week uit eten te gaan, en dan ging je ook nog weleens een cocktail drinken. Ik had me er wel op ingesteld dat dit in Nederland iets minder zou zijn maar zoveel minder is wel echt een shock. Dit had een periode moeten worden waar ik lekker weer spontaan terrasjes kon pakken met familie en vrienden (wat ik jarenlang heb gemist!). Gezellig uit eten en bijkletsen, in het zonnetje genieten van bitterballen, mijn lievelingspasta eten bij onze Italiaan. Ik begrijp heel goed dat het momenteel gewoon niet gaat en sta er volledig achter maar man, ik snak naar een terrasje: rosé, bitterballen en mijn vrienden, ik kan niet wachten. **Leonie**

De 1,5M samenleving, een term die we nog heel vaak gaan horen de komende tijd. Dat is een hele opgave in ons leven, het betekent niet even je oma knuffelen als je haar straks eindelijk weer mag zien, dat betekent niet op de man verdedigen in balspellen, dat betekent niet naar de kapper, dat betekent niet samen in een auto met mensen waar je niet mee woont, allemaal dingen die wij ontzettend normaal vinden.

Maar wat betekent dit voor de horeca? Voor de horeca betekent het dat we een nieuwe wereld in moeten stappen, heel weinig zal nog hetzelfde zijn want eigenlijk gebeurt alles op de 1,5m tussen de gastheer en de gast. Wij denken eens hardop mee in mogelijke oplossingen.

Restaurant

- Bezorgen & afhalen handhaven – alles wat hiermee nu wordt omgezet zal nodig blijven voor aanvullen van de omzet en ook een goede geste naar klanten die nog nerveus zijn voor het virus.
- Tafels – de gemiddelde tafel in de horeca momenteel zal niet de mogelijkheid bieden om elke gast 1,5M uit elkaar te laten zitten. De evenementen branche werkt met oplegplaten voor partijen, wellicht dat restaurants die bij hen kunnen huren. Het zal dan moeten gaan om tafels met een breedte van 2M en lengte van 2,5M voor 4 personen.
- Tafel aankleden – volledig indekken voor alle mogelijke gangen die de klant kan bestellen is ook handig want dat bespaard weer momenten dat de gastheer/vrouw aan tafel moet komen.
- Bediening – er kan niet meer worden geserveerd aan tafel dus zal daar creatief mee om moeten worden gegaan. Men zal de witte handschoentjes terug moeten brengen en bijvoorbeeld de gerechten op een trolley zetten, deze bij de tafel zetten en weglopen, zodat de gasten de gerechten eraf halen en de bediening daarna weer op kan halen, zo kan dit ook met het weghalen van vuil serviesgoed. Maar voor een pizzeria kunt u ook denken aan het serveren van pizza's op de pizzaschep (van de houtoven). Of misschien wel ombuigen naar een buffetvorm waar men één voor één kan halen.

- Reserveren op tijdvlak – omdat de horeca ondernemer minder tafels kwijt kan zullen er meerdere shifts plaats moeten vinden om in de buurt van het oude omzetniveau te komen. Dit vraagt een offer van gasten om niet langer dan 2-2,5 uur in een restaurant te besteden.
- Bord bij de ingang – de horeca ondernemer zal zijn/haar gasten moeten laten weten wat de afspraken zijn in hun zaak rondom de 1,5M regel. Een bord bij de deur zoals veel supermarkten nu hebben kan helpen om dit duidelijk te communiceren.
- Restaurant bars – de 1,5M afstand zal heel lastig zijn tussen het barpersoneel en de gasten dus daar moet een andere oplossing voor komen. In de supermarkt wordt gewerkt met plastic platen en dat zou dan ook de oplossing kunnen zijn voor de bar, maar dan wel platen met als het ware kattenluikjes om de drankjes door heen te serveren.
- Betalen – wordt een erg omslachtige procedure met de 1,5M afstand dus dat zal vooral moeten gebeuren door middel van betaalverzoeken, de ondernemer verstuurd een “tikkie” naar het nummer dat is opgegeven bij de reservering, de gast betaald en de ondernemer ontvangt direct bevestiging van betaling.

Terras

Ook op het terras zullen we ons moeten aanpassen, wij denken aan de volgende oplossingen:

- Een mobiele bar waar men afhaalt met strikte looproutes, een betaalpunt en een afhaal punt. Wederom met plastic plaat met doorgeefluikjes.
- Een host die gasten placeert, zodat ook bij het toetreden op het terras de 1,5M wordt gerespecteerd.
- Grote tafels zoals in de restaurants.
- Statiegeld op glazen zodat iedereen zijn glazen terug brengt en er niet hoeft worden afgehaald, minder interactie nodig in dit geval.
- Ophaal luik apart voor de happen, afrekenen aan de bar, dan krijg je een buzzer mee en zodra jouw happen klaar zijn haal je die op bij een speciaal luik.

En overal zal gelden: strikte afspraken met uw personeel over 1,5M.

Lowlander Botanical Beers

Botanisch brouwer Lowlander steekt bartenders in Nederland een hart onder de riem door hen een Lowlander bier te laten tappen uit Lowlanders mobiele bar. In april rijdt de Botanical Brew Bar van Amsterdam naar Utrecht, Rotterdam en Breda, geladen met vers, koud Lowlander bier. Bartenders die weer willen ervaren hoe lekker het voelt om zelf weer een koud biertje te tappen kunnen zich aanmelden.



Bron: Horecatrends

#HelpOurHeroes

Een initiatief van Louis Wesseling, founder van Salsa Shop (keten van Mexicaanse restaurants). Hij mobiliseerde een aantal bedrijven, waaronder UBER, om zich achter dit initiatief te scharen. Zo heeft Louis samen met zijn medewerkers besloten om 5.000 burritos ter beschikking te stellen aan medewerkers die in vitale sectoren werken, zoals ziekenhuizen en andere zorginstellingen.



Bron: Horecatrends

Benefietquiz

Zaterdag 21, 28 maart en 4 april vonden edities plaats van de 'andere quiz', een benefietquiz voor je favoriete stamkroeg. Tijdens de eerste twee edities doneerden deelnemers ruim € 110.000,- voor kroegen en restaurants die nu gedwongen gesloten zijn. Digitaal een quiz spelen en ondertussen je favoriete horecagelegenheid helpen.



Bron: Horecatrends

Kaasbar Amsterdam X Gebrouwen door Vrouwen

De Kaasbar in Amsterdam is een samenwerking aangegaan met de meiden van 'Gebrouwen door Vrouwen' en samen bieden zij een borrelbox aan voor 2 personen. In het pakket zitten 4 verschillende kazen van de Kaasbar, inclusief pairings en toast, een halve Brandt&Levie truffelworst en 4 biertjes van 'Gebrouwen door Vrouwen'.



Bron: Horecatrends

Mooie boules x 999 Games

Mooie Boules is gaan samenwerken met een aantal leveranciers waaronder bijvoorbeeld spelkoning 999 Games. Dit partnership heeft geleid tot verschillende 'speelthuis' pakketten, bestaande uit vier kaart, dobbel- of bordspellen en typische Mooie Boules en partnerproducten zoals speciaalbieren, hun huiswijnen en kaas- en vleesdelicatessen.



Bron: Horecatrends

Gratis Online-trainingen

Om de horeca een helpende hand te bieden heeft Yellowstone besloten alle horecateams deze maand gratis toegang te geven tot hun complete Online Horeca Academy. Dit is ook mogelijk bij het SVH die samen met KHN (Koninklijke Horeca Nederland) alle medewerkers die thuis zitten voorlopig één maand gratis aan de slag laten gaan met hun e-learningpakket.



Bron: Horecatrends

Cocktails thuisbezorgd!

Als je in Amsterdam woont en graag cocktails drinkt, heb je mazzel! Je kunt de lekkerste cocktails van Nederland bij jou op de bank laten bezorgen. Gemaakt met kwaliteitsingrediënten door de prijswinnende bartenders van Flying Dutchmen Cocktails.



Bron: Horecatrends

Hotelkamers als werkplek

Bij hotel Kom in Sint Maartensdijk kunnen geïnteresseerden sinds 25 maart een hotelkamer als werkplek huren voor € 20 per dagdeel of € 37,50 per dag, inclusief Wifi en koffie.

Dit initiatief is wel een beetje afhankelijk van de locatie van je hotel, het is echter misschien wel een kleine inkomstenbron voor hotels in de grote steden.



Bron: Horecatrends

'Support Your Locals'

Ondernemer en culinair consultant Kyonne Leyser is een noodplatform gestart om lokale ondernemers te steunen tijdens de coronacrisis: #SUPPORTYOURLOCALS Arnhem. Hiermee wil ze culinair ondernemers in Arnhem een podium bieden voor hun initiatieven – van tegoedbon tot speciale bezorgservice en andere ludieke acties.



Bron: wikipedia

Van der Valk en Fletcher Hotels

Ook hier in Nederland gaan hotelketens Van der Valk en Fletcher locaties aanbieden voor het opvangen van coronapatiënten. Het gaat om patiënten die "te goed zijn voor het ziekenhuis en te slecht voor thuis", aldus de woordvoerder van het coronacentrum dat nu wordt voorbereid in het Van der Valk-hotel in Urmond (Limburg).



Bron: Horecatrends

Het appeltje voor de dorst

Voor diegene die geraakt zijn of worden heeft Jermain de Rozario, eigenaar van restaurant De Rozario in Helmond samen met partners 'Het appeltje voor de dorst' bedacht. Producten van Sligro en Makro, hulp van verschillende koks uit de omgeving, bezorgbusjes enzovoorts. Met deze giften en inzet gaan zij de komende weken verse maaltijden bereiden voor mensen in Helmond die dit hard nodig hebben.



Bron: van Spronsen & Partners

Too Good To Go stelt app beschikbaar voor ondernemers

Too Good To Go schiet te hulp en stelde vanaf eind maart hun platform beschikbaar voor reguliere afhaalmaaltijden. Zonder winstoogmerk. Het initiatief 'Steun lokaal – afhalen, zo voor elkaar!' werd aan hun standaard app toegevoegd, zo werden hun 1,5 miljoen app gebruikers in staat gesteld normale afhaalmaaltijden te bestellen.



Bron: Too good to go

Restaurant Brat met Michelin ster wordt winkel

Restaurant Brat, het met een Michelin-ster bekroonde restaurant van Tomos Parry in Londen is gesloten. Wel opende ze in het pand de Brat Farm, Grill and Wine Shop. Een winkel waar de goederen van hun leveranciers, wijnen en maaltijden van het team worden verkocht tegen een redelijke prijs.



Bron: van Spronsen & Partners

3D Geprinte Deurklink

3D-Print technologie kan een handje helpen om de verspreiding van het Coronavirus te voorkomen. Materialise, een Belgische pionier op het gebied van 3D-printen, heeft een 3D-geprinte deuropener ontworpen die het mogelijk maakt om deuren te openen en te sluiten met de onderarm, waardoor er geen direct contact met de deurklink meer nodig is.



Bron: Horecatrends

Pas je reserverings- en annuleringsbeleid aan

Bucuti & Tara Beach resort op Aruba, zij geven hun gasten maximale flexibiliteit. Ze hebben alle annuleringsboetes voor aankomsten tot en met 22 december 2020 afgeschaft en vragen geen aanbetaling meer. Een verlagende drempel voor gasten die twijfelen of ze dit najaar op vakantie kunnen maar wel willen.



Bron: van Spronsen & Partners

Cloud Clubbing

De in Shanghai gevestigde TAXX Bar lanceerde een "cloud disco-dans" -sessie op TikTok, waar tienduizenden zich bij aansloten. TAXX zegt dat het piekaantal online deelnemers 71.000 bedroeg. De livestreaming werd een hit en werd de volgende dag bestempeld als "cloud disco dancing". Geïnspireerd door TAXX hebben veel nachtclubs in China livestream-sessies op verschillende platforms gelanceerd.



Bron: van Spronsen & Partners

Virus Killing Robots

Het Westin Houston Medical Center is het eerste hotel in de Verenigde Staten dat LightStrike™ Germ-Zapping Robots™ gebruikt om hotelkamers en gemeenschappelijke ruimtes te ontsmetten en te desinfecteren om zo de dreiging van het coronavirus te helpen bestrijden. LightStrike Robots vernietigen virussen, bacteriën en schimmels met intens pulserend xenon ultraviolet (UV) licht.



Bron: Horecatrends

Patty&Bun X HG Walter

Een Lockdown Kit by Patty&Bun waar gasten hun befaamde 'Ari Gold' Cheeseburger of 'Smokey Robinson' kunnen bestellen. Het enige wat je los moet kopen is wat zout, sla, tomaat en ketchup. Het pakket bevat HG Walter rundvlees burgers en hun gerookte bacon, brioche broodjes, red Leicester kaas, 'smokey' Patty&Bun mayo, in zuur ingemaakte rode ui en gekarameliseerde uitjes.



Bron: Horecatrends

We zien dus al heel veel mooie initiatieven en creatieve bedenkzels om het Coronavirus het hoofd te bieden. Door al deze inspiratie ging het bij ons ook borrelen! Hieronder een paar ideeën. Houd bij alles wat u doet in gedachten dat iedereen nu op zoek is naar voorpret! Iets om naar uit te kijken als dit allemaal voorbij is.

Communicatie is key

Juist in deze periode is het belangrijk om intensief te communiceren met uw gasten. En op deze wijze de band die u met uw gasten heeft niet te laten verwateren. Hierbij moet u zich realiseren dat velen van ons worden bedolven met e-mails rondom het corona virus, dus uw communicatie moet opvallen. En kies een medium dat past bij uw gasten. Wij zien veel chefs video's plaatsen op YouTube en Instagram over hoe je hun recepten thuis maakt. Superleuk om hen aan te moedigen het thuis uit te proberen maar vergeet hierbij niet dat veel van uw gasten niet op Instagram of YouTube zitten! Met name een grote groep boomers niet en juist deze groep is vaak uw gast!

Start met een mailtje of nieuwsbrief naar al uw gasten met recepten voor de Paasbrunch. Maar dat is niet voldoende. De kracht zit in de herhaling dus door elke week met uw gasten te communiceren. Onderwerpen voor een nieuwsbrief genoeg. Persoonlijke verhalen over u en uw bedrijf, uw activiteiten- en arrangementenprogramma voor het najaar, recepten voor gerechten die uw gast met de kinderen kan maken en hoe vier je een verjaardag thuis met het gezin. En natuurlijk een thuisbezorgactie elke week, wijn of een favoriet gerecht van uw gasten zoals in dit seizoen een asperge gerecht. Vertel ook aan uw gasten hoe het met u en uw bedrijf gaat. Hoe het is om elke dag in een lege zaak te zijn, waar u zich zorgen overmaakt. Dit alles in de juiste toon! Lastig maar maak het persoonlijk, schenk aandacht aan bijzondere dagen en zorg dat u contact houdt met gasten die iets zouden komen vieren tijdens de lockdown. Bel bijvoorbeeld het bruidspaar dat heeft afgezegd op hun speciale dag. Kortom, blijf communiceren met uw belangrijkste partner; de gast.

Dineren in november

De cadeaubonnen worden momenteel goed ingezet maar u kunt natuurlijk ook een speciaal 'thank you' diner samenstellen. Plaats dit online voor bijvoorbeeld oktober of november en nodig uw gasten uit voor deze evenementen en maak er iets speciaals van. Maak een betalingsplan vanaf nu, dan heeft u nu tijdelijk enige inkomsten en in november genieten uw gasten van een diner dat ze al betaald hebben en nu van de voorpret.

Voor je 't weet is het weer kerst

De heersende verwachting is dat het grootste gevaar tegen het einde van het jaar is geweken, hier snakt iedereen dan ook naar. Dus waarom zet u niet alvast mooie kerstarrangementen online die mensen kunnen reserveren nu ze nergens naar toe kunnen. Iets om naar uit te kijken voor uw gasten en een betere winterperiode voor u!

Culicoupons XXL

Voor al de restaurants in het topsegment hebben gasten die met grote regelmaat bij hen komen eten. Kijk eens of u met hen afspraken kunt maken waarbij zij nu bij u, de (nog) niet bestaande 'Culicoupons' kunnen kopen waarmee zij diners vooruit betalen of misschien deels investeren. Ze zouden deze culicoupons kunnen kopen voor diverse waardes en in de komende 2 jaren inwisselen voor een diner of een verblijf. U geeft ze in natura een rendement van 10%. In deze tijd een slimme belegging in het bedrijf waar ze toch al graag komen. En uw liquiditeit krijgt nu een impuls. Daarbij tekenen we wel aan dat u dit administratief goed moet verwerken want als u geen zicht hebt op de openstaande cadeaubonnen of culicoupons kan dit op latere termijn slecht uitkomen.

Hybride concepten

Als deze crisis ons iets duidelijk maakt dan is het dat de toekomst ligt in meer hybride bedrijfsconcepten in de horeca. Een monoconcept zoals nu veel horecabedrijven zijn (restaurant: café; zakenbedrijf of combinatie ervan) blijkt dus veel problemen te veroorzaken in tijden van grote crisis.

In de toekomst, na corona, zullen wij moeten nadenken over meer risicospreiding binnen de horecaconcepten. Hoe dat er gaat uitzien is ook voor ons nog onduidelijk. Maar gezien de effecten die deze crisis veroorzaakt is het onafwendbaar dat ondernemers hiermee aan de gang moeten. Specialisme toont nu zijn kwetsbaarheid. Als u aan hybride concepten in de horeca denkt met de kennis van vandaag dat krijgt u bijzondere, nieuwe businessmodellen. Hoe zou bijvoorbeeld een combinatie van een supermarkt met een restaurant eruit zien of een slagerij met restaurant. Tenslotte hadden we vroeger ook een slijterij met een café functie. Of en hoe dit zich zal ontwikkelen is nu onduidelijk maar dat er meer ondernemers gaan nadenken over hybride concepten lijkt ons onafwendbaar.

Rendement

Een ander aspect dat deze crisis leert is dat de rendementen en hierdoor het weerstandsvermogen van horecabedrijven omhoog zal moeten. Juist in deze weken zullen horecaondernemers plannen moeten maken om hun ondernemingen meer 'lean & mean' te maken. Daarnaast is het bijna onafwendbaar dat het prijsniveau in de horeca in de komende jaren zal stijgen. Door beide acties zal en moet het rendement omhoog zodat we bij een nieuwe crisis hier beter tegen bestand zijn dan nu. Natuurlijk zal dit er niet toe leiden dat deze mooie bedrijfstak en welke bedrijfstak dan ook, in een toekomstige crisis zo maar een sluitingsperiode van maanden het hoofd kan bieden.

Hygiëne

Als we straks weer open mogen, eventueel met een 1,5 meter restrictie, dan zullen veel gasten behoefte hebben aan het kunnen waarnemen van een strak hygiënebeleid. Voor restaurants zijn handsanitizers onmisbaar, eventueel kunt u uw gasten een 'hot towel' aanbieden maar zorg ook dat de gast uw medewerkers regelmatig hun handen zien schoonmaken met een handsanitizer. Denk aan een handsanitizer dispenser voor bij de keukendeur of bij de entree van een hotel en bijvoorbeeld bij de liften.

De handgrip bij de deuren die je kunt openen met je onderarm is natuurlijk ook zo'n voorbeeld. Daarnaast zal u tot in detail moeten nadenken over wat uw gast aan moet raken in de hotelkamer, zakjes om de schoongemaakte afstandsbediening enzovoorts. Tot met een knipoog een bordje onder het bed met dat daar ook schoongemaakt is!

Daarnaast zullen er uit de markt ook veel ideeën op dit vlak ontstaan. Zo kwamen we recent al een sleutelhanger tegen met daaraan een 'hygiëne hand' op Kickstarter. Met dit kleinood kun je deuren openen, je pincodes intikken en hem gewoon aan je sleutelbos hangen. Wordt vast een populair item voor 'giveaways'.



Horeca weer de huiskamer van de samenleving

Horeca is in deze tijden een term die ons doet denken aan moeilijke tijden, mensen zonder banen en faillissementen, kortom ellende! Als je even naar buiten moet en je alle lege terrassen ziet, zakt de moed je gewoon in de schoenen als horecaliefhebber.

Als deze corona crisis iets heeft duidelijk gemaakt is het toch onze gemeenschappelijke behoefte aan bij elkaar zijn, om je ouders te kunnen zien, om mooie tijden te beleven met vrienden en om bijzondere momenten in iemands leven samen te vieren. Allemaal dingen die we reuzen normaal vonden en een groot gat in ons leven slaan als dat opeens niet meer kan.

Hoelang dit duurt weet niemand en dat dit allemaal moet gebeuren, zijn we ook allemaal met elkaar eens, juist omdat we zoveel geven om onze geliefden en we willen dat zij gezond blijven. In de tussentijd doen we allemaal wat we kunnen om onze geliefde horecazaken te helpen overeind te blijven maar dat valt niet mee.

Maar er is één ding wat de meesten van ons kunnen doen, voor onszelf, voor onze geliefden, voor het land en voor onze ondernemers: het leven vieren als dat weer kan. Zodra het weer veilig is gaan we met zijn allen het terras op, met zijn allen uit eten, zal de vrolijkheid weer overheersen in de horeca en brengt een bezoek aan de horeca weer een glimlach op ieders gezicht. Zo zal de horeca zijn vertrouwde rol van huiskamer van de samenleving weer innemen en kunnen we bouwen aan een betere toekomst van de bedrijfstak.

Blijf gezond en zorg voor elkaar!

Hans, Leonie, Niek, Nick, Peter en Marjolein



Even voorstellen... Van Spronsen & Partners horeca-advies

Ruim 33 jaar kunnen horecaondernemers, overheid, bankiers en de pers bij ons terecht voor advies over de horeca- en leisurebranche.

Naast horeca-advies verzorgt de Van Spronsen & Partners groep horeca-salarisadministratie, horeca-administratie en gastvrije trainingen.

We zijn gespecialiseerd in haalbaarheidsonderzoeken, rendementsverbeteringen, managementondersteuning, conceptontwikkeling, huursombepalingen, marketing en strategische visies. Voor gemeenten en projectontwikkelaars ontwikkelen wij o.a. horeca-, hotel- en leisure visies en geven wij conceptueel en financieel advies inzake horeca en leisure gerelateerde vraagstukken.

Regelmatig publiceren wij vak gerelateerde blogs, trendpresentaties en brancheboekjes. Kijk voor alle publicaties op www.spronsen.com.

Lees ook de volgende publicaties op spronsen.com:



Inspiratie nodig?

Lees dan ook de publicaties op horecatrends.com/trendboekjes

