

De Lunchroom in beeld

Jaargang: 2016



‘De Lunchroom in beeld’ is een gratis publicatie van Van Spronsen & Partners horeca-advies

**VAN SPRONSEN
& PARTNERS**
horeca - advies

Brancheontwikkelingen

Aantal lunchrooms

| Provincies | 2007 | 2011 | 2016 |
|------------------|--------------|--------------|--------------|
| Noord-Holland | 493 | 536 | 688 |
| Zuid-Holland | 460 | 540 | 660 |
| Noord-Brabant | 281 | 316 | 394 |
| Gelderland | 212 | 226 | 289 |
| Limburg | 201 | 208 | 250 |
| Utrecht | 124 | 133 | 219 |
| Overijssel | 121 | 128 | 158 |
| Groningen | 80 | 90 | 98 |
| Friesland | 67 | 62 | 70 |
| Zeeland | 58 | 60 | 65 |
| Drenthe | 54 | 57 | 65 |
| Flevoland | 37 | 38 | 44 |
| Nederland | 2.188 | 2.394 | 3.000 |

Ontwikkelingen

De afgelopen vijf jaar is het aantal lunchrooms in Nederland, toegenomen van circa 2.400 naar 3.000, een stijging van 25%. De afgelopen tien jaar is het aantal lunchrooms zelfs met 37% gestegen.

De ontwikkeling loopt hiermee fors voor op die van de fastservicesector, waaronder de lunchrooms vallen. Hier steeg in 10 jaar het aanbod met 'slechts' 16%.

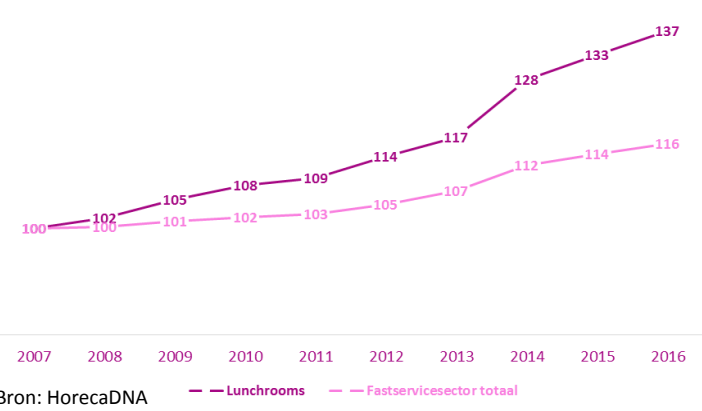
Ondanks dat Noord-Holland de meeste lunchrooms telt (688), valt met name de forse ontwikkeling in de provincie Utrecht op. Hier is het aantal lunchrooms in 10 jaar met 77% toegenomen, tot een totaal van ruim 200.

De forse stijging in Utrecht moet worden gezien als een inhaalslag, aangezien het aantal lunchrooms per 10.000 inwoners hier (1,7) nog steeds onder het landelijk gemiddelde ligt (1,8).

Dit landelijk gemiddelde wordt fors beïnvloed door Noord-Holland, waar het aantal lunchrooms met 2,5 per 10.000 inwoners verreweg het hoogst ligt. Dit wordt uiteraard veroorzaakt door Amsterdam (zie volgende pagina).

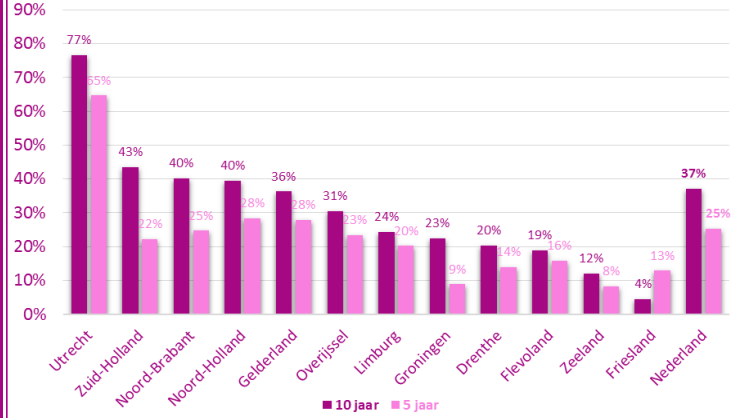
De gemiddelde verkoopvloeroppervlakte van een lunchroom bedraagt in 2016 81m². In 2009 was de oppervlakte gemiddeld 77m². Er is dus sprake van een lichte schaalvergroting.

Ontwikkeling 10 jaar (index)

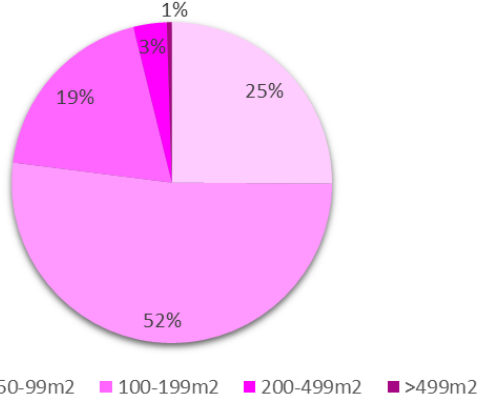


Bron: HorecaDNA

Ontwikkeling aantal lunchrooms t/m 2016

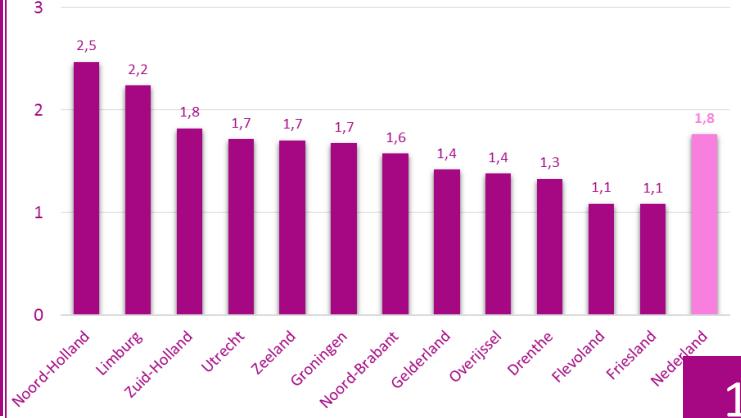


Verdeling lunchrooms naar verkoopoppervlakte



Bron: HorecaDNA

Aantal lunchrooms per 10.000 inwoners 2016



Brancheontwikkelingen

Aanbod in de steden

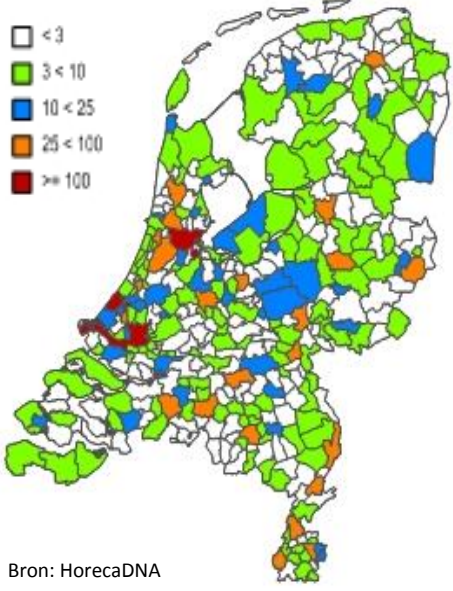
In de tabel hiernaast is een overzicht opgenomen van de steden in Nederland met het grootste lunchroomaanbod (bron Horeca DNA).

Ruim 45% van het totale lunchroom in Nederland is gevestigd in deze 20 steden.

Uiteraard is het aanbod in de G-4 steden het grootst, waarbij Amsterdam al bijna tweemaal zoveel lunchroom telt als Rotterdam.

Kijken we naar de grafiek rechtsboven dan zien we dat in de afgelopen 10 jaar het aanbod met name in Zwolle en Utrecht fors gestegen is (meer dan verdubbeld).

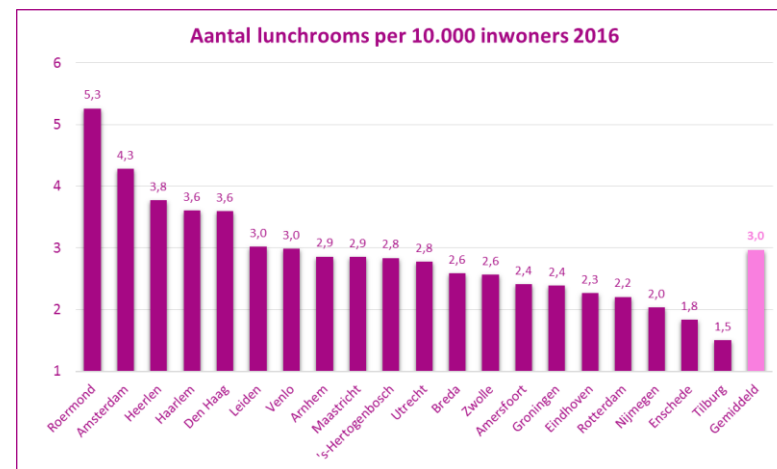
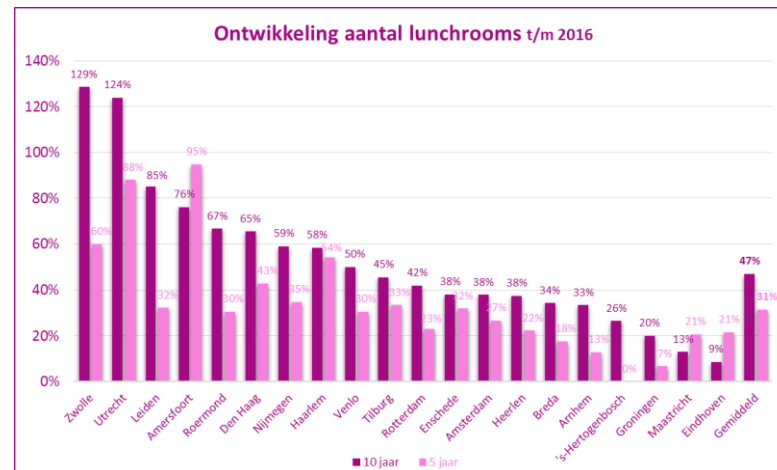
De afgelopen vijf jaar is het aanbod in Amersfoort nagenoeg verdubbeld.



Bron: HorecaDNA

| Lunchrooms | | | |
|------------------|------------|-------------|-------------|
| Gemeenten | 2007 | 2011 | 2016 |
| Amsterdam | 259 | 282 | 357 |
| Den Haag | 113 | 131 | 187 |
| Rotterdam | 98 | 113 | 139 |
| Utrecht | 42 | 50 | 94 |
| Haarlem | 36 | 37 | 57 |
| Eindhoven | 47 | 42 | 51 |
| Groningen | 40 | 45 | 48 |
| Breda | 35 | 40 | 47 |
| Arnhem | 33 | 39 | 44 |
| 's-Hertogenbosch | 34 | 43 | 43 |
| Leiden | 20 | 28 | 37 |
| Amersfoort | 21 | 19 | 37 |
| Nijmegen | 22 | 26 | 35 |
| Maastricht | 31 | 29 | 35 |
| Heerlen | 24 | 27 | 33 |
| Zwolle | 14 | 20 | 32 |
| Tilburg | 22 | 24 | 32 |
| Venlo | 20 | 23 | 30 |
| Roermond | 18 | 23 | 30 |
| Enschede | 21 | 22 | 29 |
| Totaal | 950 | 1063 | 1397 |

Bron: HorecaDNA



Dichtheid

De dichtheid is het aantal lunchrooms per 10.000 inwoners. Nederland telde in 2016 gemiddeld 1,6 lunchrooms per 10.000 inwoners. In de steden ligt het aanbod over het algemeen fors hoger. Wat opvalt is dat Roermond de kroon spant met meer dan 5 lunchrooms per 10.000 inwoners, op gepaste afstand gevolgd door Amsterdam.

In Limburg gaat men klaarblijkelijk graag buiten de deur lunchen, gezien het feit dat ook Heerlen, Venlo en Maastricht in de top 10 staan. De ligging nabij België en Duitsland speelt hierbij ook een rol.

Lunchroom ketens

Lunchroomketens

Naast de vele opzichzelfstaande lunchrooms kent Nederland ook een aantal lunchroomketens. Deze lunchroomketens zijn vaak onder te verdelen in franchiseformules en zelfstandige ketens.

Franchise

Verscheidende lunchroomketens zijn franchiseformules. Hier zit ook een groot aantal bakkerijen bij die zich op de lunchroom markt hebben begeven zoals Bakkerij Bart en Délifrance.

Bagels & Beans

Van de franchisegevers die onder de 'traditionele' lunchrooms vallen is Bagels & Beans één van de grootste. Bagels & Beans was in 1995 het eerste bedrijf in Nederland dat zich specifiek op de, met name in de Verenigde Staten zeer populaire, bagel richt. Bagels & Beans heeft inmiddels 67 vestigingen in Nederland, met name in het westen.

Zelfstandig

Nederland telt ook een aantal ketens die geen franchisegevers zijn. Een voorbeeld daarvan is Bakkerij van Maanen en Lebkov & Sons (keten met vier vestigingen met name op high traffic locaties).



Bron: Bagel & Beans



Bron: Bufkes

| Ketens | Aantal vestigingen |
|--------------------|--------------------|
| Bakker Bart | 189 |
| Subway | 172 |
| Delifrance | 160 |
| Hema | 123 |
| Multi Vlaai | 105 |
| Bagels & Beans | 67 |
| Limburgia | 65 |
| Brownies & Downies | 41 |
| Bufkes | 37 |
| Vlaamsch Broodhuys | 14 |
| Anne&Max | 9 |
| Totaal | 982 |

Bron: Van Spronsen & Partners horeca-advies



Bron: Bakkerij Van Maanen



Bron: Vlaamsch Broodhuys



Concepten: Bakkerij-lunchrooms

Bakkerij-lunchrooms zijn bakkerijen die de stap hebben gemaakt naar de lunchrooms. De lunchrooms bestaan uit een bakkerij, met daaraan een broodcorner of een lunchhoek.

Dergelijke concepten vallen binnen de trend van 'Blurring' (zie [Blurring in Beeld 2016](#) voor onze branchepublicatie over blurring)

Bakkerij Bart

Met circa 190 vestigingen is Bakker Bart inmiddels Nederlands grootste bakkerijketen.

Naast belegde en onbelegde broodjes, verkoopt Bakker Bart ook warme en koude dranken. De vestigingen van Bakker Bart bevinden zich op locaties met veel traffic zoals winkelstraten. Het assortiment bestaat uit zowel belegde als onbelegde broodjes, warm en koud.

Bron: Bakker Bart

BackWerk

De Duitse broodjes- en bakkerijketen telt inmiddels acht vestigingen in Nederland en meer dan 300 wereldwijd.

Het concept bestaat uit zelfbediening, waardoor de producten tegen een lage prijs verkocht kunnen worden. Het assortiment bestaat uit verschillende soorten belegd en onbelegd brood.

Bron: BackWerk

Vlaamsch Broodhuys

Het Vlaamsch Broodhuys is een concept waar naast broodverkoop ook ontbijt, lunch en high tea wordt geserveerd. Alles wordt duurzaam bereid, en de focus ligt op gezond en voedzaam brood. Inmiddels telt het Vlaamsch Broodhuys 14 vestigingen in Nederland met het bijbehorende lunchconcept (Baker's Cafe).



Bron: Vlaamsch Broodhuys

Le Pain Quotidien

De Belgische lunchroomketen Le Pain Quotidien opende in 2009 de eerste vestiging in Nederland, in Amsterdam. Momenteel telt de keten circa 200 vestigingen waarvan zes in Nederland. Het concept bestaat uit biologische producten en ambachtelijk brood. Le Pain Quotidien is van origine een bakkerij.



Bron: Le Pain Quotidien

Bakker Van Maanen

Bij 16 van de ruim 50 bakkerijen die Van Maanen exploiteert is het lunchconcept 'Koffieleuten bij de Bakker' geïntroduceerd.

Het eigengemaakte brood wordt hier in de lunchroom geserveerd. Op sommige locatie richt het bedrijf zich zelfs op zakelijke bijeenkomsten.



Bron: Bakker van Maanen

De Bakkerswinkel

De Bakkerwinkel telt acht lunchroomconcepten en één winkel. Locaties zijn met name in de G-4 steden, maar het concept is gestart in 1981 in Zoetermeer. De inrichting kan worden gekenmerkt als een knusse en huiselijke sfeer en belangrijk onderscheidend product is de high-tea.



Bron: Bakkerswinkel

Concepten: 'To go' shops

Onder de 'to go' shops worden de concepten verstaan die op high traffic locaties gevestigd zijn. Denk hierbij aan treinstations en tankstations. Het concept bestaat uit de snelle service naar de klant toe, vandaar ook de positionering; klanten hebben vaak niet de tijd om lang te lunchen en willen daarom ook snel geholpen worden.

The logo for Délifrance, featuring the word 'Délifrance' in a stylized, cursive font. The 'D' is large and orange, while the rest of the text is in a dark brown color.

Délifrance

Délifrance beschikt over 160 verkooppunten in Nederland. Délifrance kent twee concepten; de corner (100) en het restaurant (60). Een kiosk is geschikt voor 'high traffic' locaties, zoals Esso stations, luchthavens, en winkelcentra en is hoofdzakelijk bestemd voor take-away. Daarnaast beschikken sommige verkooppunten over een restaurantgedeelte waar de lunch kan worden genuttigd. Dit zien we ook al langs de snelweg.

Bron: Délifrance

The logo for deli2go, featuring the word 'deli2go' in a lowercase, sans-serif font. The '2' is stylized and larger than the other characters.

Deli2Go

Deli2Go is het lunchconcept bij Shell stations en telt 62 locaties in Nederland. Het concept profileert zich met focus op duurzaam en diervriendelijkheid. Het assortiment is breed, met diverse broodjes, sappen en smoothies, snacks en zoete patisserie.

Bron: Deli2Go

The logo for DEBROODZAAK, featuring the words 'DEBROODZAAK' in a bold, uppercase, sans-serif font. The 'O's are stylized with a yellow and orange gradient.

De Broodzaak

De Broodzaak, onderdeel van NS Stations, is een bakkersformule op het station, waar mensen onderweg voorzien worden van ambachtelijk brood, koffie en gezonde dranken op ieder moment van de dag. Er zijn 32 vestigingen van de Broodzaak gevestigd op stations in Nederland.

Bron: De Broodzaak

The logo for café bonjour, featuring the words 'café bonjour' in a lowercase, sans-serif font. The 'café' is in a dark brown color and the 'bonjour' is in a red color. A yellow and orange crescent shape is positioned below the text.

Café Bonjour

Café Bonjour is het lunchconcept bij Total stations en telt 31 locaties in Nederland. Het concept profileert zich tevens als een plek waar men kan werken met toegang tot gratis internet. Het assortiment is breed, met diverse broodjes, sappen en smoothies, koffie en ook ontbijt.

Bron: Bakerstreet

Dean & David (Duitsland)

Vestigingen: 39 in 4 landen
Nederland: geen vestigingen
Assortiment: Salades, sandwiches, wraps, soepen, curries, sapjes & smoothies
Kenmerken: Zo vers mogelijke en licht verteerbare maaltijden
Website: <https://deananddavid.de/en/>

Bron: Dean & David

EXKi (België)

Vestigingen: 78 in 6 landen
Nederland: 2 vestigingen
Assortiment: Salades, broodjes, warme schotels, soepen en desserts
Kenmerken: Veel groenten, biologisch, seizoensgebonden, harmonie met natuur
Website: www.exki.nl

Bron: EXKi

Sweet Green (USA)

Vestigingen: 60 in 1 land
Nederland: geen vestigingen
Assortiment: seizoensgroenten, warme 'bowls', salades, zelf samen stellen
Kenmerken: Inkoop per vestiging bij lokale leveranciers, calorieën staan erbij vermeld
Website: <http://www.sweetgreen.com/>

Bron: Sweet Green

Hale & Hearthy (USA)

Vestigingen: 33 in 1 land
Nederland: geen vestigingen
Assortiment: Soepen, saladedressings en sandwiches
Kenmerken: Gespecialiseerd in allerlei soorten soepen van over de hele wereld
Website: <http://haleandhearty.com/>

Bron: Hale & Hearthy

Freshii (USA)

Vestigingen: 300+ in 20 landen
Nederland: 1 vestiging (Rotterdam)
Assortiment: Salades en burrito's, wraps, soepen, yoghurtijs & volledig ontbijt
Kenmerken: Eten en energie opdoen is het motto. Focus op gezonde voeding
Website: <https://www.freshii.com/nl>

Bron: Freshii

Chop't Salad (USA)

Vestigingen: 38 in 1 land
Nederland: geen vestigingen
Assortiment: Salades in vele varianten, quinoa, noodles/granen, 'gezondere' snacks
Kenmerken: smaakmakers van ver gecombineerd met lokale ingrediënten
Website: <http://choptsalad.com/>

Bron: Chop't

LEON (Verenigd Koninkrijk)

Vestigingen: 45 in 2 landen
Nederland: 1 vestiging (Schiphol)
Assortiment: salades, quinoa, superfoods, gegrilde kip, wraps en warme gerechten
Kenmerken: fast food geïnspireerd op een mediterrane menu
Website: <http://leonrestaurants.co.uk/>

Bron: behealthy.co.uk

Boulangerie Paul (Frankrijk)

Vestigingen: 349 in 32 landen
Nederland: geen vestigingen
Assortiment: brood, gebakjes, taarten, hartig belegde broodjes
Kenmerken: gespecialiseerd in boulangerie, patisserie
Website: <http://www.paul.fr/en/>

Bron: Flickr

Op www.horecatrends.com publiceert Van Spronsen & Partners dagelijks de leukste en nieuwste trends op het gebied van eten, drinken en dansen, slapen, in- en ontspannen en winkelen.

Blurring (shop in shop)

In de horeca en detailhandel zien we veel shop in shop formules. Voorbeelden zijn de Bagels & Beans in de Van Stockum in Den Haag of boekhandel Waanders in de Broeren waarin een lunchroom is gevestigd. Blurring (branchevervaging) en pop-up concepten (tijdelijke formules) komen steeds vaker voor. In Het Van der Valk hotel in Eindhoven is de samenwerking aangegaan met Bakkerij Schellens. Een store-in-store die 'instantly fresh' brood serveert.



Food to go

De hedendaagse consument heeft minder tijd, is constant gehaast maar verwacht wel kwaliteit. Mede hierdoor worden er op drukke locaties als stations en winkelcentra steeds meer (kwalitatieve) food-to-go concepten geopend. Inspelen op gezonde food-to-go is dan ook een optie voor lunchrooms.

Zo zijn er in New York tijdens de afgelopen twee koude winters, restaurants via luiken vers gemaakte bouillons gaan verkopen.



Bron: The Meat Case

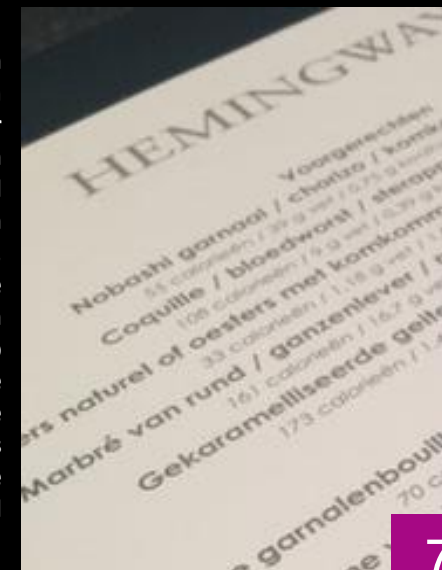
Internet

Het internet heeft op verschillende manieren invloed op de horeca. Reviewwebsites als iens.nl worden vaker geraadpleegd door consumenten tijdens het maken van een keuze. Een verplichting dus om in de gaten te houden wat er over je bedrijf wordt vermeld op het internet. Daarnaast wordt het online reserveren ook steeds populairder. Ook wordt de consument steeds gemakzuchtiger waardoor websites zoals thuisbezorgd.nl, Foodora etc. nog steeds groeiende zijn in Nederland. Inspelen op bezorgmaaltijden is dus ook voor de lunchmarkt een optie.



Allergenen en diëten

Inmiddels is het in de horeca al een verplichting om informatie te geven over allergenen op de menukaart. Er zullen ook steeds meer eisen worden gesteld door de gasten op het gebied van diëten, vegetarische en veganistische gerechten, glutenvrij, suikervrij, gistvrij en e-nummer vrij. We zien steeds meer restaurants die op een moderne, eigentijdse manier hier op inspelen. Vooral originele vegetarische gerechten ontbreken op de menukaarten. De standaard geitenkaas salade en de kaas-kroketjes, krijgen je vegetarische gasten al overal geserveerd.



Groei zet door

Kijkend naar de afgelopen tien jaar heeft de lunchroomsector een enorme groei doorgemaakt van meer dan 35% tot een totaal van 3.000 lunchrooms. Verwacht wordt dat deze groei de aankomende vijf jaar verder door zal zetten tot zeker boven de 3.300 lunchrooms, en dan met name in de grote steden en op high traffic locaties.

Branchevervaging

Ook in de toekomst zal de branchevervaging (blurring) doorzetten. Naast de bakkerijen die de stap maakten naar de lunchroomsector, vormen de koffiebars en retailzaken ook steeds meer geduchte concurrentie (zie ook onze volgende publicatie over de Coffee Corner in Beeld later dit jaar). Ook bedrijfskantines worden steeds moderner en gericht op lunchtrends, waardoor voor grootzakelijk de noodzaak/behoefte om buiten de deur te lunchen minder groot wordt.

Wij verwachten in Nederland een verdere, met name kwalitatieve, groei in lunchmogelijkheden in en bij de bemande tankstations (al daalt dit aantal). Hier komen ook steeds meer mogelijkheden om van 's ochtends tot 's avonds te eten, zelfs met zitgelegenheden.

Biologisch, ambachtelijk en gezond

De gasten zullen in de toekomst steeds meer gaan eisen dat de producten die zij consumeren biologisch zijn. Naast dat het eten biologisch moet zijn, zal de klant ook steeds bewuster gaan kiezen voor gezond en meer variatie.

De vraag naar ambachtelijk kwalitatief hoogwaardig brood, zoals spelt, zal voorlopig blijven. Concepten die het productieproces laten zien (bakkerij/lunchroom) zijn kansrijk en onderscheiden zich.

Nieuwe concepten

Naast de traditionele broodconcepten, zal het assortiment van de lunchroom in de toekomst meer gaan bestaan uit salades, sappen (groente en fruit). Dit sluit ook aan bij de steeds groter wordende vraag naar biologisch en gezond voedsel.

Verder zal Nederland de aankomende jaren het aantal buitenlandse concepten verder toenemen, zoals bijvoorbeeld Exki, Le Pain Quotidien en Freshii.



Bron: Vlaamsch Broodhuys

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

Ruim 29 jaar kunnen horecaondernemers, overheid, bankiers en de pers bij ons terecht voor advies over de horeca- en leisurebranche.

We zijn gespecialiseerd in haalbaarheidsonderzoeken, rendementsverbeteringen, managementondersteuning, conceptontwikkeling, marketing & communicatie en het opstellen van horecavisies en -beleid.

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

Regelmatig publiceren wij kleine gastvrije gebaren en verschillende blogs van onze adviseurs. Kijk voor alle gepubliceerde brancheonderzoeken en gastvrije gebaren op onze website www.spronsen.com. Kijk ook eens de websites van onze collega's www.salaris-spronsen.nl en www.horeca-administratie.com.



Guido Verschoor – Senior adviseur

Voor meer informatie, reacties of vragen over het onderzoek kunt u contact opnemen met Guido Verschoor, senior adviseur bij Van Spronsen & Partners horeca-advies, tel. 071 5418867 / 06 41832692 of e-mail: guidoverschoor@spronsen.com.



Bent u geïnteresseerd in andere concepten? Wij publiceren conceptkaarten van restaurants, fastfood, casual dining, etc. via onze facebook pagina, Van Spronsen & Partners horeca-advies.