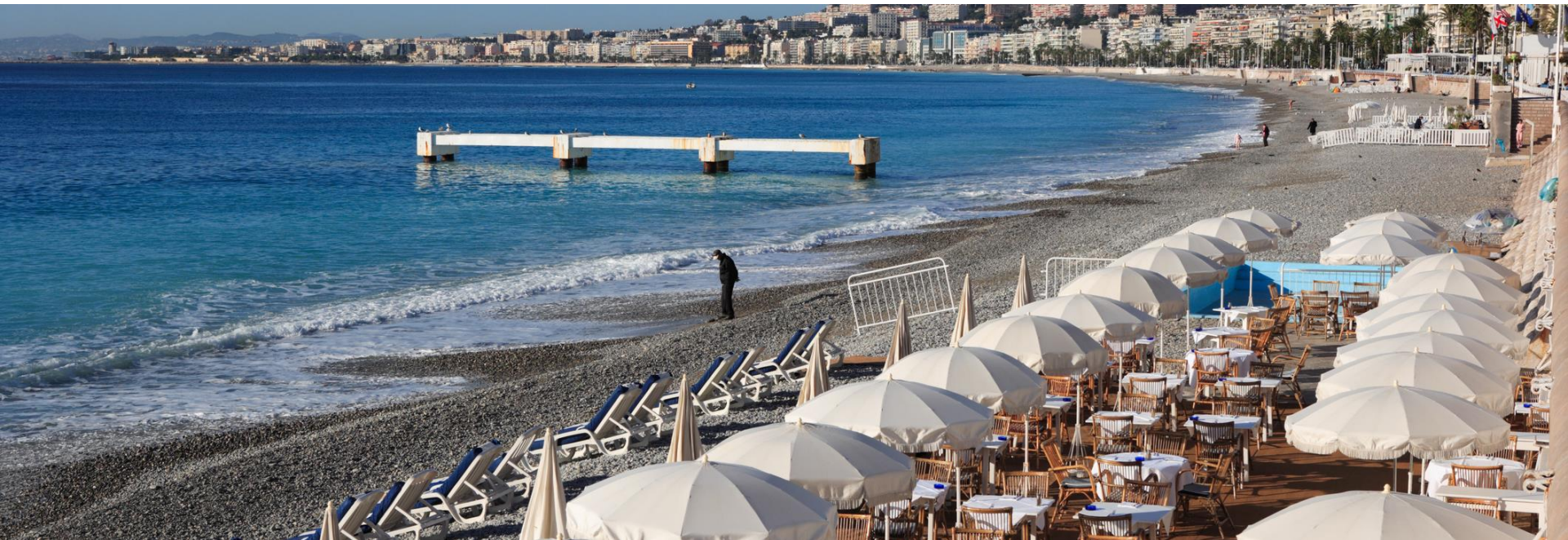


# Het Strandpaviljoen in beeld

Jaargang: 2016



*‘Het Strandpaviljoen in beeld’ is een gratis publicatie van  
Van Spronsen & Partners horeca-advies*

**VAN SPRONSEN  
& PARTNERS**  
horeca - advies

# Ontwikkelingen in de branche

## Aantal strandpaviljoens fors toegenomen

Het aanbod van strandpaviljoens blijft zich positief ontwikkelen gezien de 13% groei over de afgelopen tien jaar. Zeker als we deze ontwikkeling afzetten tegen de ontwikkeling van de gehele drankensector (met name cafés en discotheken), waar juist een daling in het aanbod te zien is van 8%. Het totale horeca-aanbod heeft de laatste tien jaar te maken gehad met een groei van 7%.

Kijken we over een periode van vijf jaar, dan zien we een toename van 33 strandpaviljoens (+9%). Alleen in Groningen is het aanbod in deze periode gedaald.

Momenteel is 40% van het totale aanbod in Zuid-Holland te vinden is. Samen met Noord-Holland (126) zijn deze provincies goed voor ruim 70% van strandpaviljoens in Nederland.

## Kustprovincies versus niet-kustprovincies

De afgelopen vijf jaar zijn er in de kustprovincies Zeeland en Friesland relatief gezien de meeste strandpaviljoens bijgekomen. In absolute aantallen was de stijging het grootst in Zeeland. In totaal zijn er de afgelopen vijf jaar 27 nieuwe strandpaviljoens bijgekomen in de kustgebieden.

In de niet-kustprovincies nam het aanbod relatief gezien harder toe (+33%), wat met name komt door de ontwikkeling in Flevoland en Limburg. In de niet-kust provincies zien we bijvoorbeeld strandpaviljoens aan een recreatieplas of een stadstrand liggen. In totaal zijn er de afgelopen vijf jaar zes paviljoens bijgekomen in de niet-kustprovincies. Drenthe is nu de enige provincie waar nog geen strandpaviljoen gevestigd is.

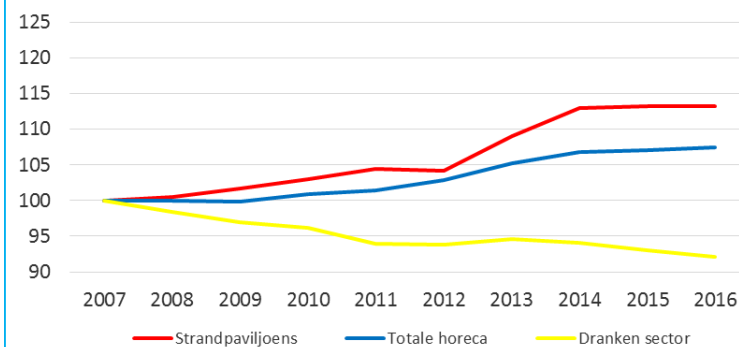
## Jaarrond exploitaties

Sinds 1998 heeft Rijkswaterstaat ingestemd met jaarrond strandpaviljoens, mits deze voldoen aan een verschillende voorwaarden, welke voornamelijk gerelateerd zijn met de bouw en constructie van het paviljoen. Door de specifieke voorwaarden wordt vaak een kwaliteitsimpuls gegeven aan de uitstraling en faciliteiten van het paviljoen, waardoor het bijvoorbeeld voor feesten en partijen steeds aantrekkelijker wordt om naar het strand te gaan. Volgens Strand Nederland zijn er momenteel ruim 150 jaarrondexploitaties aan de Nederlandse kust.

## Green Key

De Green Key is een internationaal keurmerk voor bedrijven in de branches van toerisme, recreatie, vergaderen en congressen. De Green Key staat garant voor een duurzame onderneming die daarbij de zorg voor natuur en milieu in acht neemt. Er zijn in Nederland 13 strandpaviljoens met een Green Key certificaat, een stijging van 160% t.o.v vijf jaar geleden.

Ontwikkeling aantal bedrijven (index)



Aanbod kustprovincies vs. Niet kustprovincies

Kustprovincies	2012	2016	Stijging/daling
Zuid-Holland	157	164	4%
Noord-Holland	119	126	6%
Zeeland	59	70	19%
Friesland	19	22	16%
Groningen	6	5	-17%
<b>Totaal kust</b>	<b>360</b>	<b>387</b>	<b>8%</b>
Niet-kustprovincies	2012	2016	Stijging/daling
Flevoland	6	9	50%
Noord-Brabant	6	7	17%
Limburg	1	3	200%
Gelderland	3	3	0%
Overijssel	1	1	0%
Utrecht	1	1	0%
Drenthe	0	0	0%
<b>Totaal niet-kust</b>	<b>18</b>	<b>24</b>	<b>33%</b>
<b>Totaal</b>	<b>378</b>	<b>411</b>	<b>9%</b>

Bron: HorecaDNA

## Top 10 strandgemeenten

In de tien strandgemeenten met de meeste strandpaviljoens van Nederland zijn 260 strandpaviljoens gevestigd, een stijging van 8% t.o.v. van vijf jaar geleden.

Dit aantal is goed voor ruim 60% van het totale aanbod. Binnen de top 10 blijven Den Haag, Zandvoort en Veere de grootste strandgemeenten van Nederland wat betreft het aantal paviljoens. In Den Haag ligt ruim 70% van het aanbod in Scheveningen en de rest in Kijkduin.

De gemeente Bergen heeft de afgelopen vijf jaar de sterkste groei doorgemaakt. Hier steeg het aantal met vier strandpaviljoens naar 23 vestigingen (+21%). In Rotterdam (Hoek van Holland) is het aanbod gedaald met ruim 20%.

## Temperaturen

De exploitatie van strandpaviljoens blijft voor een groot deel afhankelijk van de temperatuur, ondanks dat steeds meer paviljoens hun focus verbreden en activiteiten ontplooiën die minder weersafhankelijk zijn.

Een geslaagd jaar dient circa 30 mooie zonnige dagen te tellen, waarbij het uiteraard nog een rol speelt wanneer deze mooie dagen voorkomen (weekend, vakantie). 2015 was qua zonuren een goed jaar. Er zijn weinig jaren waarin in de periode april-oktober het gemiddeld aantal zonuren per maand boven de 200 is uitgekomen.

In 2015 werden er 50 zomerse en tropische dagen geteld waarbij de temperatuur boven de 25 graden lag, dit is fors boven het gemiddelde. Over de afgelopen 20 jaar zien we sowieso dat de zomers steeds warmer worden, wat uiteraard gunstig is voor de strandexploitatie.

Top 10	2012	2016	Stijging/daling
Den Haag	69	77	12%
Zandvoort	35	35	0%
Veere	23	27	17%
Bergen (NH)	19	23	21%
Sluis	15	18	20%
Schouwen-Duiveland	15	18	20%
Noordwijk	17	17	0%
Katwijk	16	16	0%
Rotterdam	18	15	-17%
Texel	13	14	8%
<b>Totaal</b>	<b>240</b>	<b>260</b>	<b>8%</b>

Bron: HorecaDNA

## Het weer over 2014 en 2015

Maand	Zonuren		Temperatuur in °C	
	2014	2015	2014	2015
April	180	242	12,1	9
Mei	209	222	13,2	14,4
Juni	227	241	16,2	15,6
Juli	222	225	19,8	18,4
Augustus	203	219	16,1	18,5
September	178	157	15,9	13,4
Oktober	109	114	13,4	9,9
<b>Gemiddeld</b>	<b>190</b>	<b>203</b>	<b>15</b>	<b>14</b>

Bron: KNMI



# Consument

## Het publiek

Het strand trekt een breed publiek, van jong tot oud en uit binnen- en buitenland. De verschillende seizoenen, locaties en prijsniveaus zorgen voor verschillende segmenten van strandbezoekers.

Hiernaast zijn de kenmerken van de verschillende bezoekprofielen uiteengezet

De kust is een populaire plek voor veel buitenlandse toeristen. Volgens het NBTC Holland Marketing werd in 2015 de kust door 2,3 miljoen buitenlanders bezocht waarvan 1,6 miljoen Duitsers en 420.000 Belgen. Er werd bijna 1,2 miljard euro besteed.

Het NBTC heeft in haar marketing een specifiek programma om de kust internationaal te promoten, *Beach Life*. Zij focussen hierbij op de diversiteit en het onderscheidend karakter van de kust.

## Bestedingen

De gemiddelde besteding lag in 2013 € 9,30 (meest recent, bron bedrijfshap Horeca & Catering). Dit lag circa 6% lager dan in 2009.

## Omzet

Volgens Strand Nederland wordt er circa 300 miljoen euro omzet door de strandpaviljoens.

16% van de paviljoens: <€300.000

56% van de paviljoens: €300-€ 800.000

28% van de paviljoens: >€800.000-€4 miljoen

Volgens Strand Nederland zijn er overigens 321 strandpaviljoens.



### Zonnebaden/dagje uit

- Belangrijkste bezoekmotief
- Van jong tot oud.
- Overdag in de weekenden en (school)vakanties.
- F&B wordt vaak zelf meegenomen.
- Selectiecriteria: ligbedden, parasols, douches.
- Veel internationale gasten (verblijfstoerisme).



### Wandelen

- 50+’ers/ gezinnen/stelletjes.
- Jaarrond.
- ‘licht’ gebruik horecafaciliteiten.



### Evenementen en feesten

- Tussen de 18 en 35 jaar.
- Hip en trendy.
- Weekenden en tijdens schoolvakanties – voornamelijk drankjes.
- Particuliere markt: bruiloften/jubilea.



### Watersport

- Voornamelijk 18 tot 30 jaar.
- Voorjaar tot en met het najaar.
- Beperkt gebruik van horeca.



### Natuur

- Hoofdoel bezichtigen flora & fauna van de kust.
- Beperkt gebruik van de horecafaciliteiten.



### Culinair

- Vanaf 30 tot 65+’ers.
- Bezoeken gericht op een bepaald paviljoen.
- Selectiecriteria: sfeer, menukaart, bediening, lokaal en regionaal.



### Zakelijk

- Tussen de 25 en 65 jaar.
- Maandag tot en met vrijdag tijdens kantooruren bezoeken.
- Selectiecriteria: afgesloten ruimte met audiovisuele middelen en wifi.
- Informeel: evenementen/uitjes.

# Stadsstranden & recreatiemeren

SOIA - UTRECHT



Midden in grote steden worden stadsstranden gecreëerd (soms tijdelijk), waarbij een volwaardige horecavoorzieningen geen zeldzaamheid zijn. Het terras is een steeds belangrijker onderdeel, ook voor reguliere horecabedrijven en draagt bij aan beleving. Iets wat voor steden steeds belangrijker wordt om het hoofd te bieden aan oplopende leegstand van winkelpanden.

Het verlengen van de verblijfsduur is een hot item, waar uiteraard een stadsstrand een bijdrage aan kan leveren. Met de toenemende verstedelijking is een stadsstrand een toevoeging aan het voorzieningenaanbod en hoeven mensen niet per definitie de stad uit om naar het strand te kunnen.

Ook zien we steeds meer paviljoens verschijnen in recreatiegebieden of recreatiemeren. Het niveau is net als bij de 'echte' strandpaviljoen zeer divers, van eenvoudig tot uitgebreide menukaarten en van met name terras tot volwaardige locaties voor feesten en partijen.

PLLEK - AMSTERDAM



BLIJBURG AAN ZEE – AMSTERDAM



IJZEREN MAN STRANDHUIS - VUGHT



ZANDFOORT AAN DE EEM - AMERSFOORT

# Strandtrends: Drinken op het strand



Horecatrends.com

Tegenwoordig staat kraanwater bij veel horecaondernemers in vele varianten op de kaart, bijvoorbeeld met kruiden, groenten en/of fruit. Alle combinaties zijn mogelijk. Het is niet alleen lekker maar ook nog milieuvriendelijk! Vruchten en groenten worden ook volop gemixt in gezonde smoothies



Horecatrends.com

Destadsburger.nl

De populariteit van gin-tonic is de afgelopen jaren snel toegenomen. Tegenwoordig zijn er diverse gins die sterk variëren van smaak. Daarnaast zijn er ook verschillende soorten tonic wat een tal van mogelijke combinaties kan opleveren om nog maar te zwijgen over de mogelijke garnering van frambozen tot aan een takje koriander.



Hbmeo.com

De terugkeer van Vermouth. Rode vermouth wordt meestal geserveerd met een schijfje sinaasappel als garnering. Rosé vermouth wordt meestal puur gedronken of gebruikt voor cocktails. De droge vermouth wordt meestal gebruikt in de klassieke cocktails en witte vermouth wordt meestal gemixt met bruisend water of vruchtensappen. Geen drankje voor de massa.

Wat is er nou leuker dan je eigen ice-tea te serveren? Het is uniek, gezond, simpel, goedkoop en er zijn vele variaties mogelijk. Het enige wat je nodig hebt is gekookt water, theezakjes, suiker of honing en een schijfje citroen (of uiteraard iets anders). Ook huisgemaakte limonades doen het goed.



Kraftbier.nl

Dit is het jaar van de frisse, ambachtelijke bieren zoals Kraft, IPA & Weizen. Deze bieren zal je dit jaar dan ook op verschillende terrassen tegenkomen. Uiteraard ontbreekt ook het alcoholvrije bier niet op de drankenkaart van strandpaviljoens

Uiteraard kennen we nog de trends van de afgelopen jaren, de Hugo, Apperol-spritz, rosé wijn en de radlers biertjes maar deze drankjes zullen ook nog veelvuldig gedronken worden in 2016!

# Strandtrends: Eten op het strand



Flammkuchen.nl

Flammkuchen bestaat al erg lang maar is sinds enige tijd in opmars! Het is een Duits gerecht, een dunne, krokante variant op de pizza en past in nagenoeg elk horecabedrijf. De bekendste flammkuchen is die met crème fraîche, zure room en een topping van uien en spek maar in principe is alles mogelijk. Bij sommige paviljoens staat een uitgebreid aanbod op de menukaart!



Horecatrends.com / Fritez

Dit jaar zullen steeds meer terrassen de producten naar buiten halen door middel van livecooking of een foodtruck te vestigen op het terras.

Ook leuk bij strandevenementen!

Kinderen zijn erg kieskeurig als het om eten gaat maar in 2016 kunnen restaurants echt niet meer aankomen met alleen het kindergerecht 'patat met appelmoes en een frikandel'. Ouders genieten pas echt wanneer de kleintjes ook genieten!



Icewizard.nl

Een verrassende en vernieuwende variatie op het bekende fondueconcept. Je haalt het vers gesneden fruit vijf seconden door de ijs-fondue met stikstof waardoor er een ijs-tapas ontstaat.



Dimsumnow.com

Steeds meer komen er Aziatische smaken voor in de internationale keukens. Eén van de trends op dit moment is dim sum, dit zijn gestoomde Chinese hapjes en/of groente waardoor de smaak optimaal behouden blijft.



Foto's: Biet & Boon

Vrijwel ieder horecabedrijf werkt met verse kruiden maar op dit moment is het toch wel een trend om je eigen kruiden te kweken. Je ziet steeds meer eigen tuintjes in gedeeltes van restaurants en tegenwoordig zelfs kruiden op terrastafels.

## Watersport

Naast sport op het strand zien we ook steeds meer watersporten in Nederland, zo komen er steeds meer surfverenigingen bij in Nederland. Bij deze surfscholen is het vaak mogelijk om te windsurfen, kitesurfen, golfsurfen, bodyboarden en stand-up-paddling, waarbij je staand op een surfplank over het water peddelt. Suppen is een van de grootste rages op dit moment in de surfwereld.

Steeds vaker exploiteren de strandverenigingen ook horeca. Vaak is het wel verboden om alcohol te schenken gezien het als hoofdfunctie sport heeft.

Wij verwachten dat regelgeving hieromtrent wel soepeler zal worden.

Hoe kijkt de reguliere horeca hier tegen aan? Vaak wordt hier gezegd dat het geen probleem is, als zij maar aan dezelfde regels uit de Drank & horecawet moeten voldoen.

## Strandsport

Buiten is het nieuwe binnen. Voorheen was volleybal de enige sport die op het strand gespeeld werd maar tegenwoordig kunnen we hier voetbal, hockey, rugby, korfbal, handbal en tennis aan toevoegen. Mensen zien vandaag de dag de voordelen in van buitensporten waardoor vele beach-varianten populairder worden dan ooit tevoren.

Velen zullen bij zichzelf denken of het wel mogelijk is om bijvoorbeeld te hockeyen op het strand. Door een aantal kleine aanpassingen zoals een ander soort stick en een grotere bal is het echter prima te doen. Dit zelfde geldt voor andere sporten. Er zijn hier en daar wat aanpassingen gedaan in de spelregels waardoor het toch mogelijk is op het strand.

Momenteel wordt er zelfs door de gemeente Den Haag het concept 'Beachcity' uitgewerkt waarbij het beach stadion voor strandsporten als centrale voorziening dient.

Ook voor bijvoorbeeld personeelsuitjes is er voldoende te doen, zoals bijvoorbeeld blowkarts, met name leuk buiten de zomer als het hard waait!

## Ontspanning & inspanning

Op het strand in Nederland zien we steeds meer aandacht voor wellness gerelateerde activiteiten. Bij strandpaviljoens in Bloemendaal aan zee, Den Haag, Noordwijk, Wassenaar en Zandvoort worden bijvoorbeeld massages aangeboden.

Yoga kennen we al en hebben we al vaker gezien op de Nederlandse stranden.

Wij verwachten dat op steeds meer stranden yoga les gegeven zal worden door gecertificeerde yoga leraren en/of in samenwerking met strandpaviljoens.

Ook concepten als outdoor fitness zien wij in de toekomst als kansrijke ontwikkelingen op het strand. Er zijn reeds diverse aanbieders die, vaak in opdracht van gemeenten, fitnessstoestellen in de openbare ruime plaatsen. Perfect met het ook op de noodzaak voor mensen meer te bewegen, een goede sociale ontmoetingsplek en gelijk reuring in het gebied!





**Strandhuisjes** worden steeds populairder. Elk jaar komen er in de badplaatsen meer strandhuisjes bij. In sommige badplaatsen zijn de huisjes in eigendom van particulieren en mag er niet verhuurd worden, in andere badplaatsen worden ze verhuurd door exploitanten van de strandpaviljoens. De strandhuisjes zijn klein maar vaak trendy ingericht, de huisjes worden steeds luxer en krijgen een modern uiterlijk. Slapen in zo'n huisje op het strand met zeezicht met het geluid van de zee is dan ook een unieke ervaring. In het hoogseizoen moet vaak circa € 1.000,= betaald worden voor een verblijf van een week.

Landal Beach Villa's Hoek van Holland



## Wensen moderne badgast centraal

Weer of geen weer, echte strandliefhebbers bevinden zich het hele jaar door op en rond het Haagse strand. En dat kan, want er is altijd wel wat te beleven. En dat is ook één van de uitgangspunten van het nieuwe strandbeleid. In Den Haag ligt momenteel een voorstel voor een nieuw strandbeleid voor de jaren 2017-2022 waarmee de gemeente Den Haag het **Haagse strand aantrekkelijker** wil maken en daarmee meer bezoekers wil trekken.

In het huidige strandbeleid is er een duidelijke scheiding tussen watersportbestemming en horeca maar het nieuwe strandbeleid zal deze regels versoepelen, zo mag een watersportbestemming bijvoorbeeld alcohol verkopen en mag de horeca tijdschriften en zonnebrand verkopen. **Blurring in optima forma!!**

Blurring  
Den-Haag

## Grondstofjutters: het Circulaire Strand

Een nieuw initiatief in Nederland dat strandpaviljoens, wandelaars, afvalverwerkers en (lokale) overheden mobiliseert en verbindt. De handen worden ineengeslagen voor een schoner strand. De grondstofjutters ruimen afval op van het strand en in ruil voor een volle tas krijgen zij een gratis koffie of een ijsje. In **Katwijk** komt zelfs een zonne-oven waarmee plastic afval wordt omgesmolten tot nieuwe strandproducten.



Foto's: Sean van der Steen

Op het kaartje de handgeschreven tekst:

Lieve grondstofjutter, wat goed dat je grondstoffen hebt gejut!  
Jij hebt koffie verdiend.

## Verdere stijging van aanbod

Vier jaar geleden gaven wij al aan dat binnen enkele jaren grens van 400 bedrijven zou worden behaald. Dit is gezien het huidige aanbod ruimschoots uitgekomen.

Het is te verwachten dat het aanbod van strandpaviljoens de komende jaren licht zal blijven stijgen. Dit komt o.a. door de internationale marketing inspanningen van het NBTC (zie volgende pagina) waarin het strand een prominente rol speelt, als één van de vier belangrijkste 'Holland ervaringen'. Daarnaast zien we een groeiende interesse in de samenleving voor alles wat buiten is (terrassen, festivals, bbq, buitenkeukens).

De groei zal ook buiten de kustprovincies doorzeten. Exploitanten aan de kust hebben te maken met factoren als de natuurbeschermingswet en bestemmingsplannen waardoor er vaak een maximum geldt voor het aantal strandpaviljoens per gemeente of gebied.

## Schoon, schoner, schoonst & duurzaam

Aandacht voor schone stranden (Domburg winnaar 2015), initiatieven als Grondstofjutters waar ondernemers, overheid en strandbewoners de handen in één slaan zorgen er voor dat er steeds meer aandacht is voor het milieu op en rond het strand. Bewustwording bij de bezoekers zal steeds meer toenemen.

Het strand is uiteraard een perfecte plek om gebruik te maken van de zon, dus het is niet meer dan logisch dat steeds meer paviljoens in de toekomst zullen investeren in zonnepanelen.

## Zandterras en ontbijt

Voor verhoging van de strandbeleving zien we steeds meer zandterrassen. Dit zijn terrassen aan de buitenzijde van het omheinde terras, waar gasten met de 'voetjes in het zand' kunnen genieten van hun drankje en bittergarnituur. Meestal zijn het relaxte loungebanken, zitzakken en schommelbanken waar men heerlijk onderuit gezakt kan genieten van de zon. Strandpaviljoens lopen voorop in het aanbieden van ontbijt. Dit wordt in de toekomst verder uitgebreid met veel aandacht voor gezonde producten.

## Spelen

Strand Nederland signaleert dat steeds meer paviljoens investeren in speeltoestellen voor kinderen. Onder het mom van 'als de kids happy zijn, zijn papa en mama dat ook' een zeer logische gedachte. Er is immers weinig horeca waar je gerust met je kleine kinderen heen kan, waar speelruimte is en goed zicht kan worden gehouden. In combinatie met het zandterras een gouden greep.

## Jaarrond exploitaties

Steeds meer strandpaviljoens in met name Noord- en Zuid-Holland gaan over van seizoensexploitaties naar jaarrond exploitaties. Dit wordt tevens steeds meer gestimuleerd door de gemeenten die een stijlvolle en aantrekkelijke badplaats willen worden. Het strand is een aantrekkelijke plaats voor bijvoorbeeld congressen, bruiloften, teambuilding en wellness. De permanente vestiging van strandpaviljoens heeft doorgaans een positieve impact op de kwaliteit van het aanbod en de faciliteiten van de paviljoens.

Voor veel badplaatsen wordt het trekken van bezoekers in alle seizoenen ook een steeds belangrijker thema.



## Gewoon een horecabedrijf op het strand

Naast de behoorlijke groei in aantallen, hebben we de strandpaviljoens ook een kwaliteitsslag zien maken. De tijd van koelboxen en plastic klapstoeltjes op het strand is op veel plekken voorbij. Luxe en comfortabele, van duurzame materialen gemaakte loungemeubelen zijn in opkomst, uiteraard tegen een bepaalde prijs. De nadruk ligt in de toekomst meer op het overtreffen van de wensen van de badgast; het aanbieden van een complete en luxe strandervaring. Strandpaviljoens hebben in de toekomst een dermate gevarieerd aanbod dat alles aanwezig is: culinaire belevenissen, wellness, luxe loungesets, workshops en 's avonds een dance-party met DJ. De bedrijven die we tegenwoordig zien op het strand, zijn volledige horecabedrijven en trekken ook veel bezoekers die niet eens voor het stand komen.

## Profilering

De campagne **Beach Life** van het NBTC zet al in op de communicatie rondom diversiteit en het onderscheidend vermogen van badplaatsen. In Noord Holland is een groot project uitgevoerd waarbij gezocht is naar de identiteit van de verschillende badplaatsen. IJmuiden is 'Rauw', Zandvoort, ook wel Amsterdam Beach, profileert zich als Pop-up Zandvoort (when it's hots, it's here). Om deze identiteit te versterken zullen strandpaviljoens hier ook op in moeten spelen. Dit heeft tijd nodig en vraagt om samenwerking, maar ook babystapjes zijn stapjes vooruit! Het inzetten op specifieke strandevenementen of -tentoonstellingen kan hier ook aan bijdragen.

## Omgevingsvisie

De omgevingsvisie is één van de zes nieuwe instrumenten die in de Omgevingswet staan. De omgevingsvisie komt ter vervanging van de Structuurvisie, is verplicht en heeft als kenmerk dat het een integrale benadering betreft. De visie bevat een beschrijving van de fysieke kwaliteit van de leefomgeving. Ook kustgemeenten krijgen hier dus mee te maken. Het strand (bijvoorbeeld met betrekking tot jaarrond of strandhuisjes) zal een plek krijgen in deze visie in combinatie met aspecten als natuur, water, milieu en duurzaamheid. De vraag is hoe de horeca zich verhoudt tot de toekomstige vraag van de consument en de aantrekkelijkheid van directe omgeving zal hier beantwoord moeten worden.

## Beach Life - NBTC Holland Marketing



Evenementen en tentoonstellingen: Extra bezoekmotief

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

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

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](http://www.spronsen.com). Kijk ook eens de websites van onze collega's [www.salaris-spronsen.nl](http://www.salaris-spronsen.nl) en [www.horeca-administratie.com](http://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](mailto:guidoverschoor@spronsen.com).

