

STRANDPAVILJOENS

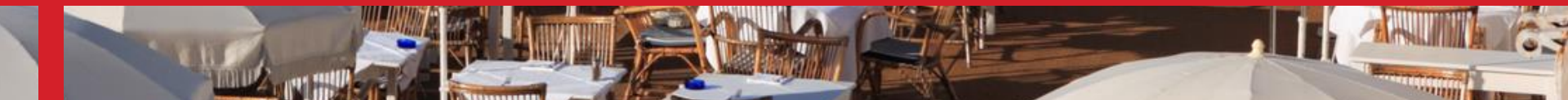
**VAN SPRONSEN
& PARTNERS**
horeca - advies



BRANCHE IN BEELD

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

Jaargang: 2019



Aantal strandpaviljoens licht toegenomen

Het aanbod van strandpaviljoens is de afgelopen vijf jaren licht toegenomen (+4%). Per saldo nam het aantal bedrijven met 17 toe tot een totaal van 413 paviljoens. Opvallend hierbij is dat er na 2014 nauwelijks meer groei is geweest. Over een langere periode is te zien dat de groei in het strandsegment met name heeft plaatsgevonden in de periode 2009-2014.

De ontwikkeling van het aanbod laat hierbij een tegenovergesteld beeld zien ten opzichte van de overkoepelende drankensector (-2% in de afgelopen vijf jaar).

Momenteel is bijna 40% van het totale aanbod in Zuid-Holland (155) te vinden. Samen met Noord-Holland (132) zijn deze provincies goed voor bijna 70% van strandpaviljoenaanbod in Nederland.

Kustprovincies versus niet-kustprovincies

De groei wordt voor een groot deel veroorzaakt door nieuwe paviljoens in de niet-kustprovincies. Hier kwamen er 9 paviljoens bij (+41%), waarvan alleen in Gelderland al 4 bedrijven. De nieuwe paviljoens zijn allemaal gevestigd aan een recreatiemeer of een stadstrand.

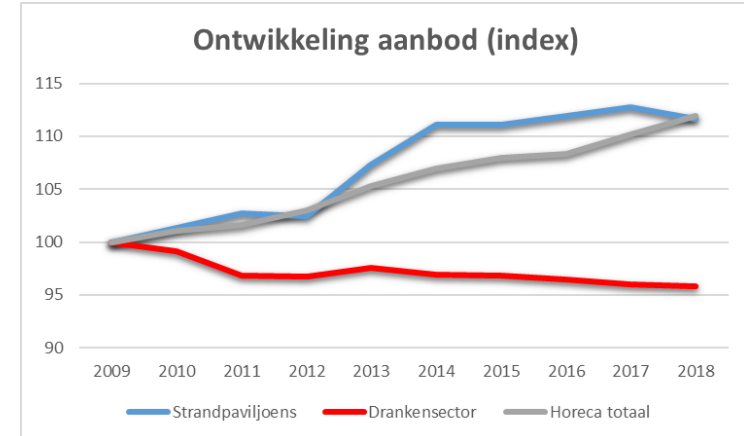
In de kustprovincies zijn er de afgelopen vijf jaar in Zeeland en Noord-Holland relatief gezien de meeste strandpaviljoens bijgekomen. In absolute aantallen was de stijging het grootst in Noord-Holland (+6).

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 164 jaarrondexploitaties aan de Nederlandse kust, dit waren er in 2016 nog 150.

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 17 strandpaviljoens met een Green Key certificaat, een stijging van 30% ten opzichte drie jaar geleden, echter naar onze mening nog steeds relatief weinig. Dit gaat veranderen: In Den Haag zullen dit jaar 25 paviljoens een MVO scan laten uitvoeren door Green Leisure, met als doel een Green Key. Dit wordt grotendeels gesubsidieerd door de gemeente.



Provincie	2013	2018	Stijging/daling
Kunstprovincies			
Zuid-Holland	156	155	-1%
Noord-Holland	126	132	5%
Zeeland	66	70	6%
Friesland	20	19	-5%
Groningen	6	6	0%
Totaal kust	374	382	2%
Niet-kustprovincies			
Flevoland	9	11	22%
Noord-Brabant	6	7	17%
Limburg	2	3	50%
Gelderland	2	6	200%
Overijssel	1	2	100%
Utrecht	1	1	0%
Drenthe	1	1	0%
Totaal niet-kust	22	31	41%
Totaal	396	413	4%

Bron: HorecaDNA

Top 10 strandgemeenten

In de tien strandgemeenten met de meeste strandpaviljoens van Nederland zijn 252 strandpaviljoens gevestigd, een stijging van 7% ten opzichte 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 Veere heeft de afgelopen vijf jaar de sterkste groei doorgeemaakt. Hier steeg het aantal met 6 strandpaviljoens naar 30 vestigingen (+25%). Bijna de helft van het Zeeuwse aanbod is gevestigd in deze populaire toeristische kustgemeente.

In Den Haag (-3%) en Rotterdam (-12%) is het aanbod van strandpaviljoens gedaald.

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 zomerse dagen te tellen, waarbij het uiteraard nog een rol speelt wanneer deze mooie dagen voorkomen (weekend, vakantie). 2016 en vooral 2018 waren qua zonuren goede jaren.

Waar een jaar gemiddeld circa 80 warme, zomerse en tropische dagen telt, werden in 2018 door het KNMI bijna 120 van deze dagen geteld. Met twee hittegolven was het goed toeven langs het strand. Hierdoor werd het afgelopen jaar een moeilijk te overtreffen jaar voor de strandexploitaties.



Bron: Van Spronsen & Partners

Top 10	2013	2018	Stijging/daling
Den Haag	70	68	-3%
Zandvoort	30	36	20%
Veere	24	30	25%
Bergen (NH)	21	22	5%
Sluis	13	17	31%
Schouwen-Duiveland	16	16	0%
Noordwijk	15	18	20%
Katwijk	16	16	0%
Rotterdam	17	15	-12%
Texel	13	14	8%
Totaal	235	252	7%
% van Nederlands aanbod	59%	61%	

Bron: HorecaDNA

Het weer over 2016, 2017 en 2018						
	Zonuren			Temperatuur in °C		
Maand	2016	2017	2018	2016	2017	2018
April	195	200	181	8,7	8,6	12,2
Mei	232	232	290	14,5	15	16,4
Juni	163	231	213	16,8	18	17,5
Juli	223	207	341	18,4	17,9	20,7
Augustus	240	197	214	17,9	17,2	18,5
September	217	154	193	17,3	13,7	14,7
Oktober	131	105	174	9,9	13,3	11,9
Gemiddeld	200	189	229	15	15	16

Bron: KNMI

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 2017 de kust door 2,6 miljoen buitenlanders bezocht, waarvan 1,8 miljoen Duitsers en 400.000 Belgen. Dit is een stijging van 12% ten opzichte van 2015.. Er werd bijna 1,35 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.

Het aantal overnachtingen langs de kust is de afgelopen 5 jaar ook met circa 10% toegenomen tot ruim 24 miljoen. Dit wordt volledig veroorzaakt door een groei van het buitenlandse segment (+30%, ruim 45% van het totaal).

Omzet

Volgens Strand Nederland bedroeg de omzet per paviljoen aan de kust in 2015 nog circa € 900.000.

Het afgelopen jaar lieten de paviljoens omzetstijgingen zien van circa 30% (seizoensgebonden) en 10% (jaarrond).



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).



Evenementen en feesten

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



Natuur

- Hoofddoel bezichtigen flora & fauna van de kust.
- Beperkt gebruik van de horec afaciliteiten.



Zakelijk

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



Wandelen

- 50+ers/ gezinnen/stelletjes.
- Jaarrond.
- 'licht' gebruik horec afaciliteiten.



Watersport

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



Culinair

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



Verblijf

- Groei van het aantal strandhuisjes.
- Afgeleide vraag voor strandpaviljoens.

STADSSTRANDEN EN RECREATIEMEREN

VAN SPRONSEN
& PARTNERS

horeca - advies

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.

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



SOAP - APELDOORN



IJZEREN MAN STRANDHUIS - VUGHT



ZANDFOORT AAN DE EEM - AMERSFOORT

www.horecatrends.com publiceert dagelijks de nieuwste trends in eten, drinken, dansen, slapen, in- en ontspannen en winkelen.

Avocado fries

Tijdens de Horecava 2019 introduceerde mede-eigenaar Ron Simpson van 'The Avocado Show' een nieuw product met avocado: avocado fries. Leuke aanwinst op je snackmenu voor bij de borrel!



BRON: HORECATRENDS

HIPCHIPS, voor de chips liefhebber

Hipchips, een chips restaurant in Londen op Old Compton Street in Soho. De versgebakken chips van diverse soorten aardappels wordt in verschillende maten dozen met dipsauzen verkocht. We hebben in Mexico ook 'Taco's loco' gespot, zakken taco chips die opgedraaid worden en waar mensen hun eigen sauzen aan toe voegen. Leuk idee voor op het strand.



BRON: HORECATRENDS

Cocktailtrends voor 2019

De meeste trends van 2019 zijn een ontwikkeling van wat er in 2018 gezien werd. Alhoewel creativiteit in smaakcombinaties en exotische vruchten de grootste trend is, zijn er ook ontwikkelingen die misschien onverwachts komen. [Hierbij](#) een klein voorproefje van wat 2019 de horecabranche op het gebied van dranken te bieden heeft.



BRON: HORECATRENDS

Vervang je plastic rietjes

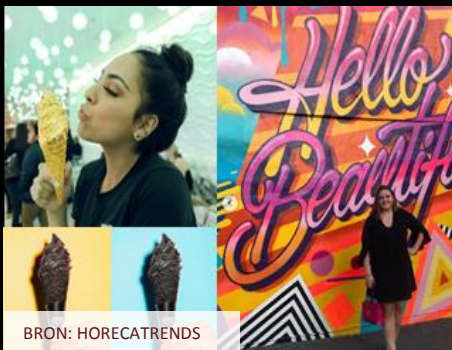
In verschillende Amerikaanse steden is het gebruik van plastic rietjes al afgeschaft. Verschillende partijen hebben inmiddels het initiatief genomen om plastic rietjes voorgoed te verbannen. Ze bedachten duurzame alternatieven. We hebben recent zelfs rietjes van avocadopitten gespot. [Op horecatrends](#) hebben we een lijstje met duurzamere alternatieven gepubliceerd.



BRON: HORECATRENDS

Instagrammable

Heeft jouw strandpaviljoen 'Instagrammable' elementen, waarvoor millennials je komen bezoeken? Bijzondere gerechten, bijzondere plekken, bijzondere freakshakes en/of ijsjes. Iets waar ze graag foto's van plaatsen op hun Instagram account. Zoals bijvoorbeeld het 24Karat gold ice cream, zwart ijs en grote muren met prachtige schilderijen.



BRON: HORECATRENDS

Strandpaviljoen trends

Wil je meer trends, innovaties en inspiratie opdoen binnen de 'strandpaviljoensector'? Lees dan ook het trendboekje "Strandpaviljoen trends 2019" van onze collega's bij horecatrends.com. Wat is populair, wat gebeurt er in het buitenland en waar kunnen we hier ook gebruik van maken. De bijdrage is terug te vinden op de website van Horecatrends.



TRENDS | INNOVATIE | INSPIRATIE

VAN SPRONSEN & PARTNERS

Verdere stijging van aanbod

In 2012 gaven wij al aan dat wij verwachten dat binnen twee jaar de grens van 400 bedrijven zou worden behaald. In onze publicatie uit 2016 zagen we de opkomst van paviljoens aan de niet-kust provincies in een stroomversnelling raken en die ontwikkeling heeft zich de afgelopen drie jaar ook voortgezet.

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 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) en wordt ook slapen op het strand steeds populairder.

De groei zal wederom met name buiten de kustprovincies doorzetten. 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 (Ouddorp winnaar 2018), initiatieven als 'Green Deal Schone stranden' en '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. De roep om vermindering van plastic (rietjes, bakjes) en gebruik van afbreekbare materialen neemt verder toe. In 2021 worden plastic disposables verboden. In Den Haag wordt in samenwerking met de TU Delft onderzoek gedaan naar de mogelijkheden van een gasloos en klimaatneutraal paviljoen.

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. In Castricum wordt de volgende stap gezet in overnachten aan de kust; hier start paviljoen Zoomers een strandhotel (13 kamers) op het duin. Met zonnepanelen, zonder gas...



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. De verwachting is dat dit in de toekomst verder wordt uitgebreid met veel aandacht voor gezonde producten.

Dak repareren als de zon schijnt

In de afgelopen jaren hebben de exploitanten weinig te klagen gehad over de het weer. Het is in deze tijden van belang er voor te zorgen dat er geïnvesteerd wordt in onderhoud en kwaliteit, maar uitdaging hierbij is uitermate scherp te blijven op de kosten. De uitdaging van ondernemen ligt vaak op het behoud van focus in goede tijden op het optimaliseren van het rendement.

Burger als 'specialty gerecht' heeft z'n langste tijd gehad

Spare-ribs zijn op de retour, aandacht voor kwaliteit staat steeds vaker centraal op de menukaart. De hamburger heeft z'n langste tijd gehad als *specialty* gerecht, al zal het als plate-gerecht voor de snelle hap niet van de menukaart verdwijnen. Je onderscheiden van de rest zal naar verwachting steeds meer kunnen door aandacht voor groenten en vegetarische gerechten. Met een salade geitenkaas kom je echter niet meer weg.

Jaarrond exploitaties

Steeds meer strandpaviljoens in met name Noord- en Zuid-Holland gaan over van seizoenexploitaties 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.

Aandachtspunt gemeentes: bereikbaarheid!

Voor veel drukke toeristische kustgemeenten wordt bereikbaarheid en ontsluiting in het hoogseizoen een cruciaal onderwerp. Zo zijn er in Scheveningen volop plannen voor de herontwikkeling van de boulevard en met de komst van Legoland zullen steeds meer mensen de badplaats bezoeken. Parkeren, bewegwijzering, openbaar vervoer, fietsenstallingen en doorstroming worden hierdoor extra belangrijke politieke agendapunten.

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

Ruim 32 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.



Guido Verschoor

Voor meer informatie, reacties of vragen over het onderzoek kunt u contact opnemen met Guido Verschoor, bij Van Spronsen & Partners horeca-advies. Telefoonnummer: 071 541 88 67 of e-mail: davidmaartense@spronsen.com.

Lees ook de volgende publicaties op spronsen.com:



Inspiratie nodig?

Lees dan ook de verschillende publicaties van onze collega's van horecatrends.com.

