

# Het Pannenkoekenrestaurant

Jaargang: 2013

in beeld



'Het Pannenkoekenrestaurant in beeld' is een gratis publicatie van Van Spronsen & Partners horeca-advies

**VAN SPRONSEN  
& PARTNERS**  
horeca - advies

## Even voorstellen...

### Van Spronsen & Partners horeca-advies

Van Spronsen & Partners horeca-advies is onderdeel van de Van Spronsen & Partners groep. Hiertoe behoren tevens de volgende onafhankelijke bedrijven: horeca-salarisadministratie, horeca-administratie en gastvrije trainingen. Onder het motto "Anders denken, anders doen" zijn wij al 26 jaar actief binnen de horeca- en leisuremarkt en stellen wij de opdrachtgever en zijn doel centraal.

Werkzaamheden van horeca-advies bestaan voornamelijk uit het uitvoeren van haalbaarheidsonderzoeken, bedrijfsdoorlichtingen, rendementsverbeteringen, het ontwikkelen van nieuwe horecaconcepten, het opstellen van marketing en communicatieplannen en het geven van managementondersteuning.

Dit brancheonderzoek 'Het Pannenkoekenrestaurant in Beeld' is één van onderzoeken die wij gratis op onze website [www.spronsen.com](http://www.spronsen.com) publiceren. Wij schrijven onderzoeken, zoals 'Het Wellnesscentrum in beeld', 'De 1- en 2-sterrenhotels in beeld', en 'Het Sterrenrestaurant in beeld'. Kijk voor meer publicaties op [www.spronsen.com/nl/brancheinformatie](http://www.spronsen.com/nl/brancheinformatie). Kijk voor meer informatie over onze andere afdelingen op [www.salarispronsen.nl](http://www.salarispronsen.nl), [www.rollemapartners.nl](http://www.rollemapartners.nl) en [www.trainingspronsen.nl](http://www.trainingspronsen.nl).

- 2 Brancheontwikkeling
- 4 Winst & Verliesrekening
- 5 Consument & Consumptie
- 6 Interview Jack Nouwen
- 8 Concepten
- 9 Buitenland
- 10 Trends & Ontwikkelingen
- 11 Toekomstvisie

Volgens het bedrijfschap Horeca en Catering behoort de pannenkoekenrestaurant tot de fastservicesector welk wordt gekenmerkt door een bedrijfsvoering waarbij consumenten op een snelle wijze producten kunnen verkrijgen die direct ter plaatse geconsumeerd kunnen worden. Onder de groep pannenkoekenrestaurants behoren alle restaurants die aangeven dat de kernactiviteit van de keuken hoofdzakelijk het serveren van pannenkoeken en aanverwante gerechten is.

## Ontwikkelingen

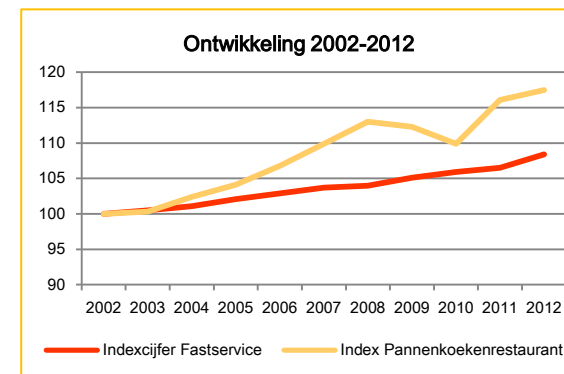
De afgelopen tien jaar is het aantal pannenkoekenrestaurants in Nederland toegenomen van 292 naar 343 bedrijven, dat is een stijging van 17,5%. In de fastservicesector steeg het aantal bedrijven over dezelfde periode slechts 8,4%. Tussen 2008-2010 was echter een lichte daling te zien in de pannenkoekensector. Met name ide provincies Friesland, Gelderland, Utrecht en vooral Limburg zagen het aanbod in dat jaar afnemen. In de jaren na 2010 heeft de pannenkoekensector een goede inhaalslag gemaakt en is het aantal bedrijven met 6,9% toegenomen, de sterkste groei sinds tien jaar.

## Provincies

De ontwikkeling van het aantal pannenkoekenrestaurants verschilt sterk per regio. In de provincies Drenthe, Flevoland en Overijssel is de procentuele groei het grootst. Maar in absolute aantallen was de stijging het grootst in Noord-Holland, Gelderland en Noord-Brabant, waar er maar liefst 34 bedrijven bij zijn gekomen. Deze provincies vertegenwoordigen circa 65% van het totale aanbod, dat zijn 225 bedrijven ten opzichte van 343 in Nederland. De forse toename van het aantal bedrijven in deze provincies vond voornamelijk plaats in en rond de recreatiegebieden, de Noordzeebadplaatsen, Gr/Fr/Dr/ zandgronden, West- en Midden-Brabant en de Veluwe. Hieruit kan worden afgeleid dat het merendeel van de pannenkoekenrestaurants worden gerelateerd aan dagrecreatie en natuur. Alleen in de provincies Groningen en Zuid-Holland is sprake van een daling met respectievelijk -25% en -3,8% in de afgelopen tien jaar.

	2002	2012	Groei t.o.v. 2002	Dichtheid
<b>Provincies</b>				
Groningen	8	6	-25,0%	1
Friesland	15	15	0,0%	2,3
Drenthe	7	14	100,0%	2,9
Overijssel	12	19	58,3%	1,7
Flevoland	4	7	75,0%	1,8
Gelderland	54	67	24,1%	3,3
Utrecht	24	25	4,2%	2
Noord-Holland	48	61	27,1%	2,3
Zuid-Holland	52	50	-3,8%	1,4
Zeeland	12	15	25,0%	3,9
Noord-Brabant	39	47	20,5%	1,9
Limburg	17	17	0,0%	1,5
Nederland	292	343	17,5%	2,1
<b>4 grote steden</b>				
Amsterdam	10	14	40,0%	1.8
Den Haag	10	6	-40,0%	1.2
Rotterdam	7	5	-28,6%	0.8
Utrecht	2	2	0,0%	0.6
G4 gemiddeld	29	27	-6,9%	1.1
<b>Toeristische gebieden</b>				
Gr/Fr/Dr/ zandgronden	12	20	66,7%	3,2
Deltagebied	9	14	55,6%	1,5
Hollands-Utrechtse meren	4	6	50,0%	2,1
Twente/Salland/Vechtstr	11	16	45,5%	1,6
Gelders Rivierengebied	8	11	37,5%	2,8
Noordzeebadplaatsen	30	39	30,0%	5,6
West- en Midden-Brabant	27	34	25,9%	1,9
Veluwe en Veluwerand	27	34	25,9%	4,2
Achterhoek	12	15	25,0%	3,2
Utr. Heuvelrug/'t Gooi	21	25	19,0%	4,0
O-Br/N-Lb/Rijk v Nijmegen	24	28	16,7%	2,4
IJsselmeerkust	12	13	8,3%	1,6
Meren Gr/Fr/NW-Ov	4	4	0,0%	1,1
Overig Nederland	47	45	-4,3%	1,3
Vier Grote steden	29	27	-6,9%	1,3
Waddeneilanden	7	6	-14,3%	25
Zuid Limburg	8	6	-25,0%	1,0
<b>Totaal</b>	<b>292</b>	<b>343</b>	<b>17,5%</b>	<b>2,1</b>

Bron: bedrijfschap Horeca en Catering  
(De dichtheid is het aantal pannenkoekenrestaurants per 100.000 inwoners)



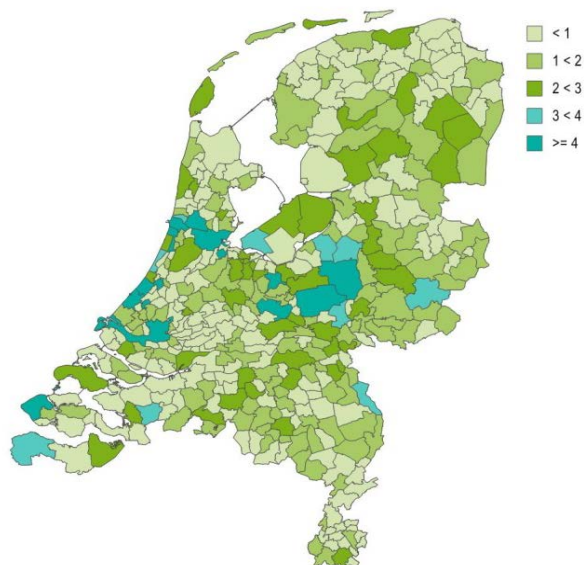
Bron: bedrijfschap Horeca en Catering



## Dichtheid

De dichtheid is het aantal pannenkoekenrestaurants per 100.000 inwoners. Nederland telt momenteel 2,1 pannenkoekenrestaurants ten opzichte van 1,8 in 2002. De provincie Zeeland heeft de hoogste dichtheid met 3,9 pannenkoekenrestaurants. De provincie Groningen heeft de laagste dichtheid met 1,0 pannenkoekenrestaurants. Voor zowel provincie Zeeland als Groningen is de hoogste/laagste dichtheid de afgelopen tien jaar vrijwel onveranderd gebleven. Theoretisch gezien heeft Groningen de meeste ruimte beschikbaar voor uitbreiding. Maar is Flevoland interessanter als vestigingsplaats gezien de stijgende migratie naar deze regio en een relatief lage dichtheid van 1,8 pannenkoekenrestaurants. Ook de provincies Drenthe en Overijssel zijn interessante gebieden voor uitbreiding door haar vele natuurlijke en recreatieve omgeving.

Pannenkoekenrestaurant [bedrijven] 2012  
Gemeenten



Bron: bedrijfschap Horeca en Catering

## De vier grote steden (G4)

In de afgelopen tien jaar is het aantal pannenkoekenrestaurants in de G4 met 6,9% gedaald ten opzichte van 2002. In 2012 telt de G4 in totaal 27 pannenkoekenrestaurants. De G4 kende een piek van 35 bedrijven in 2011. Met 14 bedrijven heeft Amsterdam veruit de meeste pannenkoekenrestaurants van de G4, dit door haar toeristische aantrekkingskracht. De dichtheid binnen de G4 ligt onder het landelijk gemiddelde, met gemiddeld 1,1 pannenkoekenrestaurants ten opzichte van 2,1 in Nederland. Theoretisch gezien hebben Utrecht en Rotterdam de meeste ruimte beschikbaar voor uitbreiding.

4 grote steden				
	2002	2012	Groei t.o.v. 2002	Dichtheid
Amsterdam	10	14	40,0%	1.8
Den Haag	10	6	-40,0%	1.2
Rotterdam	7	5	-28,6%	0.8
Utrecht	2	2	0,0%	0.6
G4 gemiddeld	29	27	-6,9%	1.1

Bron: bedrijfschap Horeca en Catering

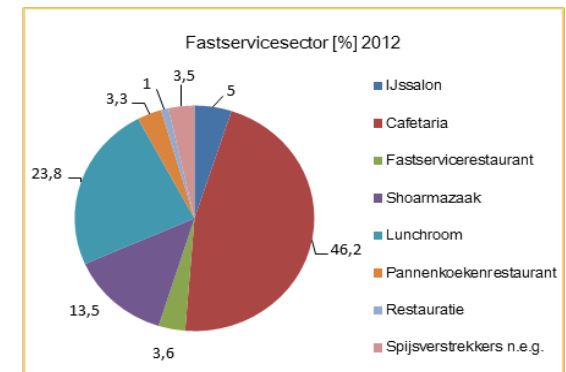


Foto: Wereldse pannenkoeken Plunzz

## Overige bedrijven in de fastservicesector

Volgens het bedrijfschap Horeca en Catering kan de Nederlandse fastservicesector onderverdeeld worden in acht bedrijfstypen waaronder: ijssalons, snackbars, fastfoodrestaurants, shoarmazaken, lunchrooms, pannenkoekenrestaurants, restauraties en spijsverstrekkers. De fastservicesector heeft in de afgelopen tien jaar een goede ontwikkeling doorgemaakt, van 9.609 bedrijven in 2002 naar 10.418 bedrijven in 2012. Dat is een groei van 8,4%.

Momenteel bestaat de fastservicesector uit 10.418 bedrijven, waarvan 343 pannenkoekenrestaurants. Dat is een klein aandeel van 3,3% van de totale fastservicesector. Het aandeel is in de laatste tien jaar relatief gelijk gebleven. De grootste groei in de fastservicesector kan toegeschreven worden aan ijssalons, spijsverstrekker en lunchrooms met resp. 59.1%, 53.1% en 39.5% ten opzichte van 2002. Inzicht in deze verdeling is met name belangrijk omdat lunchrooms, cafetaria's, restauraties en spijsverstrekkers naast de verkoop van snacks, maaltijden en drank, mogelijk ook pannenkoeken serveren.



Bron: bedrijfschap Horeca en Catering

## Exploitatieduur

De gemiddelde exploitatieduur van een pannenkoekenrestaurant in 2012 is licht gestegen van 11,1 jaar ten opzichte van 10,8 jaar in 2011. Dat is iets langer dan een gemiddelde horecabedrijf die een gemiddelde exploitatieduur heeft van 10,5 jaar.

## Omzet

De gemiddelde verkoopoppervlakte van een pannenkoekenrestaurant in 2012 bedraagt 160m<sup>2</sup> ten opzichte van 156m<sup>2</sup> in 2011. Dat is een stijging van 2,5%. Dit is een stuk groter dan bijvoorbeeld de gemiddelde verkoopoppervlakte in de fastservicesector van slechts 67m<sup>2</sup>. Deze is het afgelopen jaar constant gebleven. Uit cijfers van het bedrijf Horeca en Catering blijkt dat de gemiddelde omzet per m<sup>2</sup> € 3.600,- bedraagt. Dit is goed voor een gemiddelde jaaromzet van € 576.000,-.

### Kengetallen (op jaarbasis)

Omzet maaltijden & dranken/m2	€ 3.600
Omzet per kracht (mensjaar)	€ 51.800
Bruto loon per betaald mensjaar	€ 20.700

Bron: bedrijf Horeca en Catering

Omzetten per jaar	x € 1.000		% Omzet	
Maaltijden	415		72	
Dranken	156		27	
Overige horeca activiteiten	6		1	
<b>Omzet Totaal</b>	<b>576</b>		<b>100</b>	
Kosten per jaar	x € 1.000		%	
	Min.	Max.	Min.	Max.
Maaltijden/spijzen	70	96	17*	23*
Dranken	34	41	22*	26*
Overige activiteiten	5	5	85*	85*
<b>Inkopen totaal</b>	<b>108</b>	<b>142</b>	<b>19*</b>	<b>25*</b>
Loon en sociale lasten	179	198	31	34
Betaling aan derden	3	3	0	0
Overige pers.kosten	8	10	1	2
<b>Personeelskosten totaal</b>	<b>190</b>	<b>211</b>	<b>33</b>	<b>36</b>
Huisvestingskosten**	44	67	8	12
Verkoopkosten	12	23	2	4
Algemene kosten	27	41	5	7
<b>Overige kosten totaal</b>	<b>84</b>	<b>131</b>	<b>15</b>	<b>23</b>
Huur gebouwen	16	58	3	10
Afschrijvingen	15	38	3	7
Interest	0	9	0	2
<b>Kapitaalslasten bij huur</b>	<b>31</b>	<b>105</b>	<b>5</b>	<b>18</b>
Afschrijvingen	24	48	4	8
Interest	7	24	1	4
<b>Kapitaalslasten bij eigendom</b>	<b>31</b>	<b>72</b>	<b>5</b>	<b>12</b>

\* in % van desbetreffende omzet

\*\* niet zijnde huur, afschrijvingen en interest

Bron: bedrijf Horeca en Catering



## Bezoekersprofiel

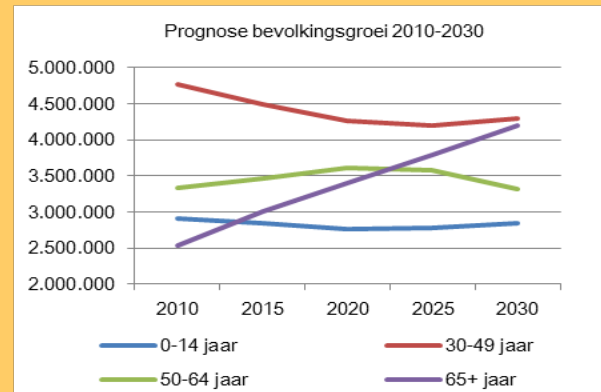
De belangrijkste doelgroepen voor de pannenkoeken-sector blijven de senioren en de gezinnen met kinderen. Uit het Horeca consumentenonderzoek blijkt dat deze twee groepen samen voor circa driekwart van de omzet zorgen in de pannenkoekensector.

### Prognose

Uit de prognose van ABF Research blijkt dat de senioren groep (65+) tot 2030 flink zal toenemen tot 4,2 miljoen ten opzichte van 2,5 miljoen in 2012. Daarentegen zal juist de leeftijdscategorieën (0-14 jaar) en (30-49 jaar) tot 2030 licht dalen met respectievelijk 2,8 miljoen en 4,2 miljoen ten opzichte van 2,9 miljoen en 4,7 miljoen in 2012. De leeftijdscategorie (50-64 jaar) zal tot 2030 gelijk blijven.

### Huishoudens

Momenteel telt Nederland circa 2,6 miljoen huishoudens met thuiswonende kinderen. Hiervan zijn circa 450.000 eenoudergezinnen en circa 900.000 gezinnen met een jongste kind jonger dan 6 jaar. Ondanks de lichte daling van kinderen, zal naar verwachting het aantal huishoudens met kinderen de komende decennia licht toenemen tot circa 2,7 miljoen.



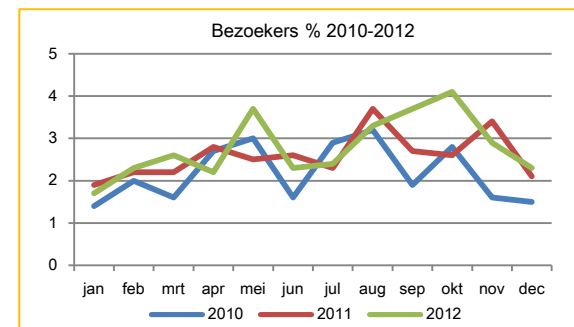
Bron: bedrijfshap Horeca en Catering

## Bezoekfrequentie

Uit cijfers van het onderzoeksbureau Foodstep blijkt dat gemiddeld 2,8% van alle Nederlanders tussen de 16 en 64 jaar wekelijks een pannenkoekenrestaurant bezoekt. Per week zijn dit circa 288.000 bezoekers. In 2008 was de bezoekfrequentie nog 2,6%. In de fastservicesector zijn dit er wekelijks 55,8% ten opzichte van 51,6% in 2008. In de restaurantsector zijn dit er wekelijks 34,8% ten opzichte van 40,3% in 2008. Hieruit kan worden geconcludeerd dat de pannenkoekensector en fastservicesector de afgelopen jaar procentueel meer extra bezoekers hebben aangetrokken in vergelijking met de restaurantsector.

### Pieken

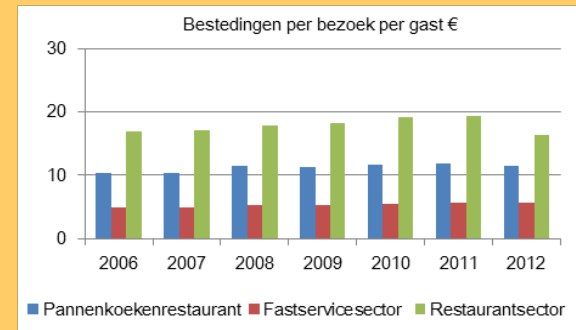
In 2012 hebben de pannenkoekenrestaurant vooral in de maanden mei, augustus, september bovengemiddeld veel bezoekers gehad. Ook in de voorgaande jaren zijn de pieken te zien rond mei, augustus en november. Vooral tijdens de schoolvakanties is de bezoekfrequentie hoger dan normaal. Verder blijkt dat temperatuur en zonuren ook belangrijke factoren zijn die het bezoek beïnvloeden. Uit cijfers van het KNMI blijkt dat er in de maanden met bovengemiddeld aantallen bezoekers, we ook meer zonuren hebben gehad en het iets warmer is geweest dan normaal.



Bron: bedrijfshap Horeca en Catering

## Besteding

De gemiddelde besteding per bezoek per gast was in 2012 € 11,50 ten opzichte van € 10,30 in 2006. De gemiddelde besteding per bezoek per gast in de fastservicesector in 2012 bedraagt € 5,60 ten opzichte van € 4,90 in 2006. In de afgelopen jaren is de gemiddelde besteding in de pannenkoekensector met 11,6% gestegen ten opzichte van 14,3% in de fastfoodsector in dezelfde periode. In vergelijking met de restaurantsector is dit € 16,40 per bezoek per gast in 2012 ten opzichte van € 19,40 in 2011 per bezoek per gast.



Bron: bedrijfshap Horeca en Catering

## Etnische bevolking

Momenteel bestaat de Nederlandse bevolking uit circa 3,4 miljoen allochtonen, dat is circa 20% van de totale bevolking. Naar verwachting zal de allochtone bevolking toenemen tot circa 4 miljoen in 2030. Uit cijfer van het CBS blijkt dat er relatief meer allochtonen wonen in het zuidwesten (2.752.894) van Nederland dan in het noordoosten (741.299) van Nederland. De hoogste concentratie van allochtonen bevindt zich in de grote steden. Volgens een onderzoek van MCA Communicatie houden allochtone wel degelijk van Nederlandse zoetigheden. Zo eet 66% van de Turken en 61% van de Antillianen ten opzichte van 88% van de Nederlanders weleens een pannenkoek.

Jack Nouwen en Rian Faaij zijn beide startende horecaondernemers en eigenaren van het nieuwe Wereldse Pannenkoekenrestaurant Plunzz, gevestigd in Rotterdam aan de Historische Delfshaven. Met het idee voor een werelds pannenkoekenrestaurant wonnen de ondernemers een wedstrijd van woningcorporatie Havensteder voor de invulling van de zogenaamde 'Golden Unit' in 'De Fabriek' aan de Rotterdamse Delfshaven.



## Hoe is het idee ontstaan om een pannenkoekenrestaurant te beginnen?

"Het idee is ontstaan naar aanleiding van een wedstrijd die door de woningcorporatie werd uitgeschreven voor dit nieuwe bedrijvencomplex. Het concept moest de commerciële bedrijven, de wijk en het maatschappelijk belang met elkaar te verbinden. Delfshaven is een multiculturele wijk en als er iets is dat culturen verbindt, dan zijn het wel pannenkoeken. Dus een restaurant met wereldse pannenkoeken."

## Hoe zou u het concept omschrijven?

"Het concept kan je het beste omschrijven als modern folklore. Dit gebouw is vrij strak en licht opgeleverd. Dus niet meer het klassieke pannenkoekenhuis met de rode kleedjes. We hebben wel gekozen voor meubelen in oudhollandse stijl. Op die manier komt de warmte van een pannenkoekenhuis weer terug. Want aan de ene kant willen de mensen die sfeer niet, maar aan de andere kant verwachten ze wel een bepaalde gezelligheid."

## Wat is de kracht van dit bedrijf?

"Naast het runnen van een horecabedrijf probeer je ook een andere functie te vervullen. Bijvoorbeeld de mengeling van culturen die op deze manier tot stand is gekomen. Met name bij de Marokkaanse mensen die absoluut niet het café in zullen stappen, merk je dat die drempel er hier voor hun niet is. En als je die mix van culturen ziet, dan ben ik daar heel erg blij mee. Het respect hebben voor elkaar, zal zeker naar de toekomst toe een stukje multicultureel gevoel doen ontstaan."

## Kunst in Plunzz, wat is het idee?

"Delfshaven is een wijk met 4.000 ondernemers. Een groot gedeelte hiervan blijkt kunstenaar te zijn. Mijn eerste medewerkster is zelf ook kunstenaar. Samen zijn we toen op het idee gekomen van kunst in Plunzz. Met name de ruimte in de pannenkoekenrestaurant leent zich fantastisch om kunst te exposeren. We exposeren op dit moment kunstwerken van het Grafische Lyceum en op korte termijn gaan we een expositie houden van alle kunstenaars die binnen Delfshaven aanwezig zijn."



Foto: Kunst in Plunzz

## Wat is de toegevoegde waarde van social media?

"Daar kom je in de eerste weken al snel achter. Met name dat stukje reserveringen met de mobiel vanuit de auto. Dat is social media. We hebben bijvoorbeeld al mensen binnen gehad vanuit Amsterdam, Gouda, Barendrecht. Dat is puur alleen op basis van de website en Facebook die je hebt. Het levert heel duidelijk een bijdrage. Je moet ervoor zorgen dat je website en de uitstraling van je restaurant ook inderdaad met elkaar kloppen. Dat blijkt ook uit de reacties die we teruggekregen hebben."

## Welke doelgroepen ziet u in uw restaurant?

"We zijn nog maar net vier weken open. En zonder dat we echt de publiciteit ingegaan zijn, hebben we alle doelgroepen binnen gehad die wij voor ogen hadden. Dat zijn enerzijds de wijkbewoners, de jonge gezinnen met kinderen. Anderzijds de ondernemers die hiernaast zitten. In de afgelopen weken hebben we bijvoorbeeld al mensen uit de Surinaamse, Marokkaanse en Turkse gemeenschap gezien. Maar ik zie ook heel veel opa's en oma's terug, die lekker tussen de middag een pannenkoek komen eten en een krantje lezen. En in de zomer verwachten we veel toeristen bij dit oudste stukje van Rotterdam wat tijdens de 2<sup>e</sup> wereldoorlog niet beschadigd is geraakt."

## Houden andere culturen eigenlijk wel van pannenkoeken?

“Dat zal een groeiproces zijn. Ze nemen de Hollandse pannenkoeken, maar ook de andere varianten. Heel opvallend is wel dat de Nederlandse gezinnen en dan met name de ouders kiezen voor de Surinaamse pannenkoek, de Mexicaanse burrito's of de Franse crêpes. Die willen juist kennismaken met nieuwe pannenkoeken. Met name de crêpes die ik verkoop met een speciale kersensaus zijn zeer geliefd bij de oudere dames. Zo zie je in korte tijd waar bepaalde voorliefdes liggen. En door op de behoeften van je verschillende doelgroepen in te spelen, bereik je meer mensen.”



Foto: Kunst in Plunzz

## Wat is uw verwachting van de toekomst?

“Ik vind het leuk om te constateren dat wij op onze plek een bijdrage leveren aan de multiculturele samenleving. Ook in de eerste weken dat we open zijn, zien we allochtone gasten genieten van onze pannenkoeken en de Nederlandse gasten van de wereldse varianten.”

## Welke kans en ziet u voor de toekomst?

“De Nieuwe Binnenweg, de verbindingsweg tussen het centrum en Delfshaven wordt steeds verder doorontwikkeld naar een echt horecagebied. Op termijn denk ik dat de Delfshaven het horecagebied moet gaan worden van Rotterdam. Een uitgaansgebied omdat je hier een grote diversiteit hebt aan eten.”

“Een kans die ik zie is bijvoorbeeld de Indische keuken. Een Indisch restaurant waar ik nu mee samenwerk verteld mij hoe je een originele Indische pannenkoek maakt en op zijn beurt mag hij hier zijn gerechten presenteren in het restaurant. Hetzelfde met een Dominicaans restaurant. Hij gaat mij vertellen hoe je een Dominicaanse pannenkoek moet maken en hij mag gaan flyeren in mijn restaurant. Je kunt redeneren vanuit de concurrentiepositie, maar door samen te werken kun je als ondernemers het gebied gaan upgraden. Meer bezoekers is voor iedereen goed.”

[www.plunzz.nl](http://www.plunzz.nl)



Foto: "de Fabriek" aan de Rotterdamse Delfshaven



Foto: Interieur in Plunzz



In de afgelopen jaren hebben in de pannenkoekensector veel ontwikkelingen plaatsgevonden. Momenteel bestaat er naast het traditionele pannenkoekenrestaurant, nu ook moderne en trendy pannenkoekenrestaurant met bijvoorbeeld een hip interieur en uitstraling. Een opmerkelijke ontwikkeling is dat veel pannenkoekenrestaurants zich vanuit de nichemarkt verplaatsen naar een bredere markt. Zo ontstaan er unieke combinaties met o.a. take-away-, thema- en culinaire concepten. Ook vanwege de grote verkoopoppervlakte van een pannenkoekenrestaurant, is de verschuiving van een 'single-product' restaurantconcept naar een 'multifunctioneel' horecaconcept goed te zien. Naast de gebruikelijke kinderfeestjes worden nu ook op professionele wijze feesten, bruiloften en vergaderingen georganiseerd om hiermee een bredere doelgroep aan te trekken. Hieronder worden enkele innovatieve concepten beschreven.

## Den Tol

Bijzonder aan de restaurants van Den Tol is dat het interieur strak is vormgegeven en dus afstand doet van het 'oudhollandse' en 'kinderpartijtjes' imago van pannenkoeken-restaurants.



[www.dentol.nl](http://www.dentol.nl)



[www.dubbel-op.nl](http://www.dubbel-op.nl)

## Stadslandgoed De Kempphaan

In samenwerking met Staatbosbeheer en diverse participanten is het volkstuinencomplex in Almere omgetoverd tot een recreatief stadslandgoed. Centraal gelegen op het stadslandgoed staat het pannenkoekenrestaurant Dubbel-Op. De ideale combinatie van horeca en leisurevoorziening.

## Pannenkoekenrestaurant Molen de Zwaluw

Molen de Zwaluw is een typisch voorbeeld van een multifunctioneel horecaconcept. Naast het pannenkoekenrestaurant, biedt dit restaurant de mogelijkheid om bruiloften, feestjes of vergaderingen te vieren, waar alles tot in de puntjes wordt geregeld.



[www.molendezwaluw.nl](http://www.molendezwaluw.nl)



[www.ossenstal.nl](http://www.ossenstal.nl)

## Pannenkoekenrestaurant De Ossenstal

Dit pannenkoekenrestaurant heeft duurzaamheid hoog in de vaandel. Zoals een groene dak dat wordt opgenomen in zijn omgeving. Naast een onbeperkte pannenkoekenbuffet, bieden zij diensten aan zoals: wandelroutes, huifkartochten en natuurtochten en fietsverhuur.

## De Pannenkoekenbus

Het eerste pannenkoeken to go concept in Nederland. Een karakteristieke Engelse dubbeldekker is omgebouwd tot rijdend restaurant. Ook buiten de bus kunnen de pannenkoeken gegeten worden op het terras. De bus kan gehuurd worden voor een feest, evenement of partij.



[www.depannenkoekenbus.nl](http://www.depannenkoekenbus.nl)



[www.japanesepancakeworld.com](http://www.japanesepancakeworld.com)

## Japanse Pancake World

Dit pannenkoekenrestaurant in Amsterdam serveert uitsluitend Japanse pannenkoeken, ook wel 'Okonomiyaki' genoemd. 'Okonomiyaki' zijn hartige pannenkoeken met diverse toppings zoals: groente, vis of vlees. Het woord 'Okonomiyaki' betekent ook 'koken op je eigen manier'. Het is hier dus mogelijk om je eigen Japanse pannenkoek samen te stellen. In sommige delen van Japan verschijnt de 'Okonomiyaki' wekelijks op de eettafel. 'Okonomiyaki' wordt zowel 's avonds als 's middags gegeten.

## Themarestaurant

Een aantal pannenkoekenrestaurants heeft een duidelijk thema. Zo staat in Zeewolde pannenkoekenrestaurant Hans & Grietje waar sprookjes centraal staan. Maar er zijn ook pannenkoekenrestaurants met andere thema's zoals bijvoorbeeld piraten of cowboys.



[www.hansengrietjezeewolde.nl](http://www.hansengrietjezeewolde.nl)

## Formules en ketens

Verspreid over de wereld zijn er verschillende soorten pannenkoeken en verschillende ketens van pannenkoekenrestaurants te vinden.



[www.ihop.com](http://www.ihop.com)

### IHOP

IHOP is een grote Amerikaanse franchiseketen met vestigingen in Amerika, Canada, Mexico, Virgin Islands en Puerto Rico van pannenkoekenrestaurants, met totaal 1.565 vestigingen. De keten is opgericht in 1958.



[www.maplemoose.ie](http://www.maplemoose.ie)

### Maple Moose

Maple Moose is een Ierse fastservice franchiseketen met zowel vaste vestigingen als mobiele cateringwagens. De keten is opgericht in 2009 en heeft inmiddels meer dan 30 verkooppunten in Ierland. In samenwerking met Quick Crêpe wil men dit concept uitbreiden in Groot-Brittannië.

### Crazy Crêpes

Crazy crêpes is een fastservice franchiseketen die vooral in Azië vestigingen heeft. In totaal zijn er ruim 101 outlets in winkelcentra in Japan, Filippijnen, Taiwan, China, Australië en Amerika waar pannenkoeken worden verkocht. Maandelijks komen er twee tot drie vestigingen bij.

### Roule Galette

De eerste fastservice crêperie in Frankrijk, Parijs. Roule Galette heeft op dit moment 3 vestigingen. De keten heeft Frankrijk's meest klassieke gerecht in een trendy jasje gestoken. Prijzen variëren van €3,50 tot €5,90. Het concept richt zich op take-away, maar de crêpes kunnen ook in het restaurantgedeelte genuttigd worden.



[www.dedutch.com](http://www.dedutch.com)

### De Dutch

De Dutch is een Canadese franchiseketen met circa 23 pannenkoekenrestaurants. Tijdens ontbijt, brunch en lunch worden typische Hollandse pannenkoeken in 50 variaties verkocht maar ook Dutch toast oftewel wentelteefjes. De eerste vestiging is in 1975 geopend door een Nederlandse emigrant.



[www.thecrepecafe.com](http://www.thecrepecafe.com)

### The Crêpe Café

The Crêpe café is een fastserviceconcept met vestigingen in Australië, New Zeeland, het Midden-Oosten, Oost en Noord Afrika en in de Verenigde Staten. In de cafés worden crêpes, pannenkoeken en wafels verkocht. De keten is opgericht in 2001 in Australië en werd al snel benoemd tot een van de snelst groeiende franchise concepten.



[www.slappycakes.com](http://www.slappycakes.com)

### Slappy Cake

Slappy Cake in Portland, Oregon, Amerika is een nieuw concept. Het is een ontbijt en lunch concept met de mogelijkheid tot het zelf bakken en samenstellen van een pannenkoek aan tafel.



[www.pancakehouse.biz](http://www.pancakehouse.biz)

### Pancake House

Pancake House is opgericht in 1952 en is een keten van pannenkoekenrestaurants in de Verenigde Staten met ruim 100 vestigingen.



[www.roulegalette.com](http://www.roulegalette.com)

Ook op culinair gebied heeft het pannenkoekenrestaurant zich op innovatieve wijze ontwikkeld. Zo worden er steeds meer 'wereldse pannenkoeken' aangeboden. Omdat de pannenkoek van neutrale ingrediënten wordt gemaakt is het op vele manieren te gebruiken. Wereldwijd heeft elk land dan ook haar eigen 'pannenkoek'. Hieronder worden enkele van de vele varianten beschreven:

## Pannenkoek (Nederland)

De traditionele pannenkoek uit Nederland wordt gemaakt van bloem, ei en melk. Ze worden vaak gegeten met suiker, stroop of naturel, pas later kwamen er combinaties met kaas, spek en appel



Foto: Wereldse pannenkoeken Plunzz



Foto: Wereldse pannenkoeken Plunzz

## Pancakes (Amerika)

In tegenstelling tot de pannenkoeken uit Nederland is dit juist een kleine en dikker pannenkoek. Deze pannenkoek worden vooral gegeten met boter en maple syrup, maar ook hier zijn er vele andere combinaties mogelijk.

## Crêpe/galette (Frankrijk)

Deze pannenkoek is iets kleiner in diameter en dunner dan de Nederlandse pannenkoek. Deze worden gecombineerd met allerlei zoetigheden, chocoladepaste, fruit en soms hartige toppings.



Russische Blini

## Blini (Rusland)

Een chique pannenkoekje die vaak met een hartige vulling, zoals kaviaar, wordt gegeten.

## Nutelleria

Voor de Nutella liefhebbers: in Duitsland en Italië heeft Nutella fast food restaurants geopend. Ze bieden een ruime keuze aan lekkernijen, zoals pannenkoeken, koekjes, muffins, milkshakes, pasta en pizza's die zijn gemaakt met Nutella.



www.horecatrends.com

Op [www.horecatrends.com](http://www.horecatrends.com) publiceert Van Spronsen & Partners horeca-advies alle aan horeca gerelateerde trends.



www.horecatrends.com

## Sushi pannenkoeken

Wie genoeg heeft van de traditionele pannenkoeken met stroop of spek, kan ook aan de sushi pannenkoek. De sushi pannenkoek wordt net als originele sushi in elkaar gerold. De sushi pannenkoek kan naar ieder zijn smaak worden samengesteld. Zo kan er spek of banaan tussen maar uiteraard ook vis of rijst. Leuk om te gebruiken als 'groet uit de keuken'.

## Princess Pancake

In de wijk Marais te Parijs is er een pannenkoekhuis voor echte prinsessen. Het Princess Crêpe restaurant is namelijk zo ingericht dat je je in de sprookjeswereld van een prinses waant. In het Princess Crêpe restaurant worden naast pannenkoeken ook andere zoetigheden als ijs en gebakjes geserveerd.



www.horecatrends.com

## Crêpe anders

Inspiratie uit de Maleisische keuken. Gebruik crêpe beslag in plaats van het Maleisische beslag met gezouten kokosmelk uit het recept van 'Roti Jala'. Vul een mal of gebruik een trechter en maak met het beslag cirkelende bewegingen boven de pan. Zo ontstaat er een geperforeerde crêpe. Door deze over een gerecht te spannen ontstaat er een chic effect.



www.horecatrends.com

## Extreme pannenkoeken

Het boek 'Extreme Pancake' is een verbazingwekkende collectie van pannenkoekenontwerpen die je ook echt zelf kunt maken. Te beginnen met een eenvoudige figuur tot een 3D kunstwerk van pannenkoek. Alles wat je nodig hebt om je eigen meesterwerk van heerlijke, maar vooral oogverblindende pannenkoeken te maken.



www.thepancakeproject.com

## Meer bezoek aan pannenkoekensector

De fastservicesector, waaronder ook de pannenkoekensector, heeft sinds de crisis aanzienlijk meer bezoekers aangetrokken. Ook de gemiddelde besteding per gast is flink toegenomen in vergelijking met de restaurantsector. Consumenten zijn de laatste jaren steeds prijsbewuster geworden en zijn voorzichtiger met uitgaven buiten de deur. Met als gevolg dat de consument steeds vaker kiest voor de betaalbare fastservicesector. Deze ontwikkeling veroorzaakt echter ook dat de besteding in de restaurantsector onder druk komen te staan. Mede omdat de pannenkoek gewoon als een avondmaaltijd kan worden gegeten, kan je bij de pannenkoekenrestaurant voor relatief minder geld uit eten. Dit is een gunstige ontwikkeling voor de sector waarvan wij verwachten dat die nog een aantal jaren zal doorzetten.

### *Groei*

Mogelijk dankzij deze verandering in het bestedingspatroon heeft de pannenkoekensector in de afgelopen jaren een goede groei doorgemaakt. Naar verwachting zal het aantal pannenkoekenrestaurants stabiel doorzetten tot een aantal van circa 360 pannenkoekenrestaurant in 2015. Dat zal een constante groei zijn van circa 1,5% op jaarbasis. De verwachting is dat de groei voornamelijk zal plaatsvinden bij en rondom toeristische en recreatiegebieden in de provincies Overijssel en Flevoland, en buiten de grote steden. Belangrijke doelgroepen voor pannenkoekenrestaurants blijven toch de seniengroep en de gezinnen die samen voor het grootste deel van de omzet zorgen. Door de vergrijzing die de komende jaren zal plaatsvinden, verwachten wij dat dit beeld de komende jaren onveranderd zal voortzetten. Naar verwachting zullen de allochtonen een steeds grotere doelgroep vormen en zal dit leiden tot een meer gevarieerd aanbod van pannenkoeken.

## Traditioneel, trendy en nog veel meer...

We zien nog steeds duidelijk de tweedeling voortzetten in de soorten pannenkoekenrestaurants. Enerzijds de traditionele pannenkoekenrestaurants nabij toeristische en recreatiegebieden. Vooral populair onder de senioren, gezinnen en dagtoeristen. Anderzijds, zien we steeds meer eigentijdse pannenkoekenrestaurants in en rondom de stedelijke omgeving die zich vooral richten op de multiculturele stedelingen.

### *Multifunctioneel horecaconcept*

Een interessante ontwikkeling is dat pannenkoekenrestaurants zich vanuit de nichemarkt verplaatsen naar een bredere markt. Waar vroeger gesproken werd over een 'single product' restaurantconcept verschuift het langzamerhand naar een 'multifunctioneel' horecaconcept. Met name de grotere pannenkoekenrestaurants richten zich naast het restaurantconcept, ook op een compleet party/zalenconcept waarbij bruiloften, feesten, vergaderingen op professionele wijze georganiseerd

kunnen worden. Ook spelen sommige pannenkoekenrestaurants in op de lokale 'vrijtijdsvoorzieningen'. Zij fungeren als een soort 'hotspot' binnen een bepaald gebied door verlengde buitenactiviteiten aan te bieden zoals: wandelroutes, fietsverhuur, natuurtochten etc. Dit maakt de combinatie pannenkoekenrestaurant en de 'vrijtijdsvoorziening' een uniek product. Hiermee wordt de aantrekkingskracht van het pannenkoekenrestaurant en de attractiewaarde van het gebied alleen maar vergroot. Voor menig ondernemers is dit de oplossing om de omzetbalans in evenwicht te houden en commerciële kansen te creëren.

### *Culinair pannenkoeken*

Een trend die in opkomst is zijn de wereldse pannenkoeken. Naar verwachting zullen steeds meer pannenkoekenrestaurants naast de oer-Hollandse pannenkoeken, ook buitenlandse varianten aanbieden. Bijvoorbeeld de Japanse Pancake World in Amsterdam die uitsluitend Japanse pannenkoeken 'Okonomiyaki' serveert. Ook de Surinaamse roti en de Mexicaanse burrito's worden gezien als pannenkoeken. Naast de vele pannenkoekvarianten is het bijna vanzelfsprekend dat er ook andere gerechten op de kaart staan.

### *Fastservice crêperie*

Hoewel in andere landen het fastservice pannenkoekenconcept een succes blijkt te zijn, zien we tot op heden in Nederland nog geen pannenkoekenketens ontstaan. De pannenkoek leent zich uitermate goed als fastfood product en er is weinig ruimte nodig om de pannenkoeken te bereiden. De verwachting is dat dit binnen enkele jaren in en rond winkelstraten en treinstations zal komen. Intussen zullen vooral de bestaande fastfoodketens experimenteren met het tijdelijke aanbieden van pannenkoeken of varianten hiervan zoals we dat vaker terugzien bij de McDonald's en de Burger King.

## Innovatief ondernemerschap

Vanuit de veranderende behoeften van de consument en de markt is het noodzakelijk om voortdurend in te spelen op de wensen van de consument. Dit om hiermee de concurrentiepositie te verbeteren en om een breder publiek te bereiken. Die trend vraagt om vernieuwende oplossingen binnen bestaande en nieuwe concepten. Kijk eens wat uw collega horecaondernemers doen om in de aandacht te komen, welke vernieuwingen worden doorgevoerd om het rendement te verbeteren, of welke culinaire hoogstandjes u kunt toevoegen aan het menu. Het aanbod moet aansluiting vinden op de vraag van gemak, variatie, kwaliteit, individuele consumptie en noem maar op! Kortom, laat uw creativiteit eens de vrije loop. Op die manier zou het elke dag pannenkoekendag kunnen zijn!

Niek Timmermans, adviseur

# Bronnenlijst:

Bedrijfschap Horeca en Catering  
ABF Research – Primos prognose  
Horeca Consumentenonderzoek Foodstep  
MCA Communicatie  
www.cbs.nl  
www.kenniscentrumhoreca.nl  
www.pannenkoeken.org  
www.plunzz.nl  
www.slappycakes.com  
www.roulequette.com  
www.depannenkoekenbus.nl  
www.dentol.nl  
www.ihop.com  
www.maplemoose.ie  
www.crazy-crepes.com  
www.pancakehouse.biz  
www.dedutch.com  
www.thecrepecafe.com  
www.dubbel-op.nl  
www.hansgriet.nl  
www.japansepancakeworld.com  
www.ossenstal.nl  
www.molendezwaluw.nl

## Met dank aan:

Jack Nouwen– Wereldse Pannenkoeken Plunzz



"Het Bowlingcentrum in beeld" is een gratis publicatie van Van Spronsen & Partners horeca-advies

**VAN SPRONSEN & PARTNERS**  
horeca - advies



"De Koffie- en theebar in beeld" is een gratis publicatie van Van Spronsen & Partners horeca-advies

**VAN SPRONSEN & PARTNERS**  
horeca - advies



"De Discotheek in beeld" is een gratis publicatie van Van Spronsen & Partners horeca-advies

**VAN SPRONSEN & PARTNERS**  
horeca - advies

**VAN SPRONSEN & PARTNERS**

horeca - advies



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

**VAN SPRONSEN & PARTNERS**  
horeca - advies



"Het Café in beeld" is een gratis publicatie van Van Spronsen & Partners horeca-advies

**VAN SPRONSEN & PARTNERS**  
horeca - advies



"Het 1- en 2-sterrenhotel in beeld" is een gratis publicatie van Van Spronsen & Partners horeca-advies

**VAN SPRONSEN & PARTNERS**  
horeca - advies

Bekijk ook onze andere publicaties op [www.spronsen.com](http://www.spronsen.com)

Dit branceonderzoek is samengesteld door Niek Timmermans. Voor meer informatie en/of reacties of vragen over het onderzoek kunt u contact opnemen met Niek Timmermans, adviseur Van Spronsen & Partners horeca-advies, tel. 071 541 88 67 of e-mail: [niektimmermans@spronsen.com](mailto:niektimmermans@spronsen.com).