

Blurring redding voor discotheeksector in mineur?

Warmond, 31 mei 2017 - Het aantal discotheeken blijft onverminderd hard dalen in Nederland. De afgelopen vijf jaar is het aantal discotheeken in Nederland afgenomen van 226 naar 174, een daling van 23%. De afgelopen tien jaar daalde het aantal discotheeken met 44%. In de drankensector, waar de discotheek onder valt, daalde het aanbod ook, echter veel minder fors (6% in 10 jaar). Ondanks de negatieve ontwikkelingen zien we ook, met name in de grote steden, dat nieuwe clubs de deuren openen en inspelen op de trend van 'blurring'. Clubs waar ook gedineerd en zelfs ontbeten kan worden of die tevens dienst doen als werkplaats. Dit en meer blijkt uit onderzoek van Van Spronsen & Partners horeca-advies.

Meeste discotheeken in Noord-Holland

Volgens HorecaDNA telde Zuid-Holland in 2008 nog de meeste discotheeken (56). Echter door een forse daling van ruim 55% telt nu Noord-Holland (waar het aanbod met 'slechts' 31% daalde) de meeste discotheeken (33). In Groningen (-67%) en Limburg (-62%) daalde het aanbod relatief het hardst. Friesland lijkt de provincie waar de discotheek nog enigszins stand houdt. Het aanbod daalde met minder dan 30% en de provincie telt, relatief gezien, verreweg de meeste discotheeken (1,9 per 10.000 jongeren). Dit is te verklaren doordat deze provincie zeer populair is onder jongeren als vakantiebestemmingen, net als Zeeland (1,3 discotheeken per 10.000 jongeren).

Amsterdam aan kop

Ondanks een daling van het aanbod steekt Amsterdam (11 discotheeken) met kop en schouders boven de overige steden uit, gevolgd door Rotterdam, waar het aanbod bijna halveerde. In negatieve zin valt met name Den Haag op, waar in 10 jaar tijd per saldo 6 discotheeken verdwenen (-67%).

Moordende concurrentie

Redenen voor de dalingen zijn nog steeds te vinden in het grote aanbod van dancefestivals. Volgens ING worden er jaarlijks circa 170 dance events georganiseerd. In 2012 waren dit er nog maar 130. Amsterdam Dance Event trok vorig jaar 375.000 bezoekers (in 2012 nog 200.000) die afkwamen op 2.200 artiesten. De gemiddelde besteding ligt op een dancefestival volgens ING op circa € 150, wat 10 keer hoger ligt dan de gemiddelde besteding in een discotheek. Met dergelijke uitgaven is het logisch dat jeugd minder vaak een discotheek bezoekt, een euro kan immers maar één keer worden uitgegeven.

Concurrentie is ook te vinden vanuit de poppodia en concepten zoals de Westergasfabriek met een breed en gevarieerd aanbod voor een breed publiek. In de grote steden wordt uitgaan in hotelbars ook steeds populairder en bedrijven met een rooftopterras kunnen 's zomers rekening op veel klandizie als ze een dj neerzetten. Ook cocktailbars worden populair als uitgaansgelegenheid, al is dat wel met name voor het oudere publiek. Tenslotte is bij veel strandpaviljoens het uitgaan een onderdeel van het concept geworden. Het draait allemaal om beleving en dit maakt het met name in de zomer lastig voor discotheeken om publiek naar zich toe te trekken...

Verbreding bezoekmoment en -motief

Uit eigen inventarisatie blijkt dat er in Nederland meer bedrijven zijn die aangemerkt kunnen worden als discotheekachtig bedrijf (concept met dj's waar publiek 's nachts komt om te dansen). In Amsterdam zijn al circa 40 discotheekachtige bedrijven operationeel en in Rotterdam 20. Waar veel discotheeken het moeilijk hebben om alleen op vrijdag en zaterdagavond de zaak gevuld te krijgen, zien we steeds meer clubconcepten in de steden die juist verbreding zoeken met activiteiten doordeweeks, van 's ochtends vroeg tot diep in de nacht. Eten wordt een steeds belangrijker onderdeel. Zo biedt BAR in Rotterdam een concept met salades, biologische burgers, fish & chips en hotdogs en kan je bij The Butcher Social Club in Amsterdam zelfs uitgebreid ontbijten.

Een ander mooi voorbeeld van blurring is Cruquius Gilde. Hier komen ambacht, architectuur, cultuur, sociaal ondernemen samen. Ook worden er hier soms clubavonden georganiseerd.

Onze buurlanden

Als we kijken naar onze buurlanden valt op dat de discotheek daar een belangrijkere rol binnen de horeca speelt. In Duitsland is 1% van de horecabedrijven een discotheek (in Nederland 0,4%) en ligt de dichtheid (aantal discotheeken per 10.000 jongeren) 2,5 keer zo hoog als in Nederland. Ook hier daalde het aanbod in de periode 2011-2015, echter veel minder snel (22% versus 46% in Nederland). In België is 0,8% van de horecabedrijven discotheek en is de dichtheid bijna vier keer zo hoog! België telt 2,5 keer zo veel discotheeken, ondanks dat het land 'slechts' 11 miljoen mensen telt. Ook in België daalde het aantal discotheeken, echter slechts met 19%. Een verklaring voor het grote verschil is niet naar één oorzaak te herleiden. Duitsers drinken fors meer bier (vanaf 14 jaar mag je in het bijzijn van ouders bier en wijn drinken) en in België mag de jeugd vanaf 16 bier drinken. De jeugd komt dus al eerder dan in Nederland in aanraking met alcohol. Dit speelt mogelijk een rol. Daarnaast is Nederland hét dance festivalland van Europa, zo niet van de wereld, en is er een groot aantal strandpaviljoens die deels een uitgaansfunctie vervullen. Hierdoor is er minder vraag naar discotheeken.

Toekomst

Wij verwachten dat de bodem van de afname van de traditionele discotheek nog niet in het zicht is. Er komen steeds meer enigszins branchevreemde concepten die ook club/dansactiviteiten aanbieden. Doordat zij hier echter niet volledig afhankelijk van zijn, is dit businessmodel vaak sterker dan de reguliere discotheek die alleen nog op zaterdag publiek weet te trekken. Minder in hokjes denken lijkt het credo....

[Lees het brancheboekje 'De Discotheek in Beeld' voor meer informatie.](#)

--- Noot voor de redactie ---

Van Spronsen & Partners is een horeca-adviesbureau voor de gastvrijheids- en vrijetijdsindustrie. Het bedrijf is 30 jaar actief binnen deze branche en gespecialiseerd in haalbaarheidsonderzoeken, rendementsverbeteringen, managementondersteuning, conceptontwikkeling, marketing & communicatie en horecavisies en -beleid. Bij deze publicatie is ook een uitgave van horecatrends gepubliceerd "[Discotheeken & Clubs 2017, trends, innovatie, inspiratie](#)". Voor meer informatie en/of reacties kunt u contact opnemen met Guido Verschoor: 071 5418867 of 06 41832692 of www.spronsen.com of via email: guidoverschoor@spronsen.com. Kijk voor de laatste horecatrends op www.horecatrends.com. Bekijk ook de laatste brancheonderzoeken over de horeca en leisure, '[De Bowlingbaan in Beeld](#)', '[De Snackbar in Beeld](#)', '[De Bioscoop in beeld](#)', '[De Coffeebar in beeld](#)', '[De Lunchroom in beeld](#)' en '[De Indoor Trampolineparken in beeld](#)'.