

## Horeca Barometer

**Periode: derde kwartaal 2009**

**In samenwerking met en in opdracht van:**  
Bedrijfschap Horeca en Catering

**Datum:** 29 oktober 2009

**Project:** 90200



*bedrijfschap Horeca en Catering*

**Copyright:**

Gebruik en overname van (delen van) dit rapport is toegestaan mits de bron wordt vermeld.

## 1. Samenvatting

Ruim vier op de tien horecabedrijven melden in het derde kwartaal 2009 ten opzichte van het derde kwartaal 2008 een omzetsdaling en een kwart meldt een omzetstijging. In de restaurantsector is het aantal bedrijven met een omzetsdaling het hoogst, namelijk 50%.

Van de horecabedrijven met een omzetsdaling in het derde kwartaal wijt driekwart dit (mede) aan de economische omstandigheden. Een kwart noemt het rookverbod. De redenen die genoemd worden voor een omzetstijging zijn minder eenduidig. De meest genoemde reden is de gunstige weersomstandigheden, die met name een positief effect hadden op de omzet in de drankensector.

De gemiddelde omzetmutatie voor de gehele horeca is in het derde kwartaal 2009 -3,7% (ten opzichte van het derde kwartaal 2008). In de restaurantsector is de gemiddelde omzetsdaling het grootst, namelijk -6,0%. De fastservicesector laat als enige sector een (kleine) omzetstijging zien (0,3%). De drankensector (-3,7%) en de hotelsector (-3,4%) melden beide een minder grote omzetsdaling dan in het tweede kwartaal van 2009.

In ongeveer vier van de tien horecagelegenheden is het aantal gasten, de gemiddelde besteding per gast en de bezoekfrequentie van vaste gasten afgenomen in het derde kwartaal ten opzichte van dezelfde periode in het jaar ervoor.

De omzetverwachting voor het vierde kwartaal is iets gunstiger dan de gerealiseerde omzetmutatie in het derde kwartaal. Drie op de tien horecabedrijven verwachten een omzetsdaling in het vierde kwartaal ten opzichte van het laatste kwartaal van vorig jaar en 23% een omzetstijging. De gemiddelde omzetverwachting voor het vierde kwartaal komt uit op -1,1%. Hierbij verwacht de hotelsector gemiddeld de grootste omzetsdaling (-3,1%) en de fastservicesector een kleine omzetstijging (0,5%). De drankensector (-0,9%) en de restaurantsector (-0,6%) verwachten gemiddeld een kleine omzetsdaling.

De meeste horecaondernemers hebben in het derde kwartaal geen maatregelen genomen om het bedrijfsresultaat te veranderen. Van degenen die dit wel hebben gedaan (35%), heeft een kwart bezuinigd op de personeelskosten. Wel nemen veel horecaondernemers maatregelen in overweging voor de komende twaalf maanden. Zo overweegt 48% te besparen op energie, 45% overweegt bezuinigingen op inkoop en 44% overweegt aanbiedingen en acties.

In de onderstaande tabel staan de omzetmutatie in het derde kwartaal en de verwachte omzetmutatie in het vierde kwartaal van 2009, beide ten opzichte van dezelfde periode een jaar eerder, weergegeven per sector.

Gemiddelde omzetmutatie derde kwartaal 2009 t.o.v. dezelfde periode een jaar eerder en de gemiddelde omzetprognose vierde kwartaal 2009 t.o.v. dezelfde periode een jaar eerder

Sector	Gemiddelde omzetmutatie 3 <sup>e</sup> kwartaal (%)	Gemiddelde omzetprognose 4 <sup>e</sup> kwartaal (%)
Drankensector	-3,7	-0,9
Fastservicesector	0,3	0,5
Restaurantsector	-6,0	-0,6
Hotelsector	-3,4	-3,1
<b>Totaal</b>	<b>-3,7</b>	<b>-1,1</b>

## 2. Onderzoeksopzet

### 2.1 Doelstelling

Het onderzoek geeft inzicht in de omzetontwikkeling, de verklaringen hiervoor, de toekomstverwachtingen en de trends in de horeca. Daarnaast wordt in kaart gebracht wat de horecaondernemer bezighoudt. Deze meting is de vierde in een reeks van vijf.

### 2.2 Methode

Het onderzoek is telefonisch uitgevoerd vanuit ons callcenter in Amsterdam met behulp van Computer Assisted Telephone Interviewing (CATI) in de periode 3 tot en met 17 oktober 2009. Ervaren business-to-business interviewers zijn ingezet op het project.

Voor dit project onderscheiden we vier sectoren binnen de horecabranche: de dranken-, de fastservice-, de restaurant- en de hotelsector.

#### Steekproefrealisatie oktober 2009 en populatie september 2009

Sector/	Populatie	Steekproef
Drankensector	17.524	147
Fastservicesector	10.073	150
Restaurantsector	10.812	151
Hotelsector	2.973	151
Totaal	41.382	599

Om representatieve uitspraken te kunnen doen over de gehele sector zijn de resultaten herwogen naar de werkelijke populatie. Er is gewogen op sector en bedrijfsgrootte (loonsom).

## 2.3 Responsverantwoording

### Responsverantwoording telefonisch onderzoek

	Aantal	
Totaal aantal gebruikte telefoonnummers	3.436	
Geen geschikte respondent /respondent onbekend	278	
Onbereikbare nummers totaal	964	
- Bij herhaalde poging in gesprek, geen gehoor, voicemail, antwoordapparaat	792	
- Afgesloten telefoonnummers	71	
- Niet werkend telefoonnummer, o.a.: fax, modem	101	
Totaal aantal bereikte telefoonnummers van geschikte respondenten	2.194	100%
Respondent niet beschikbaar tijdens veldwerkperiode	236	
Aantal openstaande afspraken	583	
Weigering voor / tijdens gesprek	776	
<b>Aantal afgeronde gesprekken (respons)</b>	<b>599</b>	<b>30%</b>

In totaal hebben 776 benaderde horecaondernemers hun medewerking aan het onderzoek geweigerd (35%). Een groot aantal afspraken is niet opgevolgd omdat het totaal aantal benodigde gesprekken in bepaalde sectoren al was gerealiseerd. De respons van deze meting is voldoende om representatieve uitspraken te doen voor de gehele doelgroepopulatie.

## 2.4 Vragenlijst

In de vragenlijst zijn de volgende onderwerpen aan de orde gekomen:

- omzetmutatie derde kwartaal (Q3 2009 t.o.v. Q3 2008);
- verklaringen voor omzeteffecten;
- verwachtingen over lopend kwartaal (Q4 2009 t.o.v. Q4 2008);
- wat leeft er / wat houdt de horecaondernemer bezig.

## 2.5 Over dit rapport

De uitkomsten van het voorliggende enquêteonderzoek zijn met behulp van weegfactoren herberekend om zo de representativiteit te bevorderen. Het onderzoek wordt gekenmerkt door specifieke uitgangspunten en werkwijzen, bijvoorbeeld het registratiebestand van het bedrijf Horeca en Catering als populatiekader, de horecavestiging als onderzoekseenheid, een onderverdeling van de horecabranche naar sector en grootteklasse (op basis van loonsomklasse) ten behoeve van bovengenoemde herberekening, telefonisch onderzoek met behulp van Computer Assisted Telephone Interviewing (CATI). Andere uitgangspunten en werkwijzen zullen uiteraard van invloed zijn op de uitkomsten en zullen de vergelijkbaarheid met andere soortgelijke onderzoeken onvolledig maken.

## 3. Horecabarometer derde kwartaal

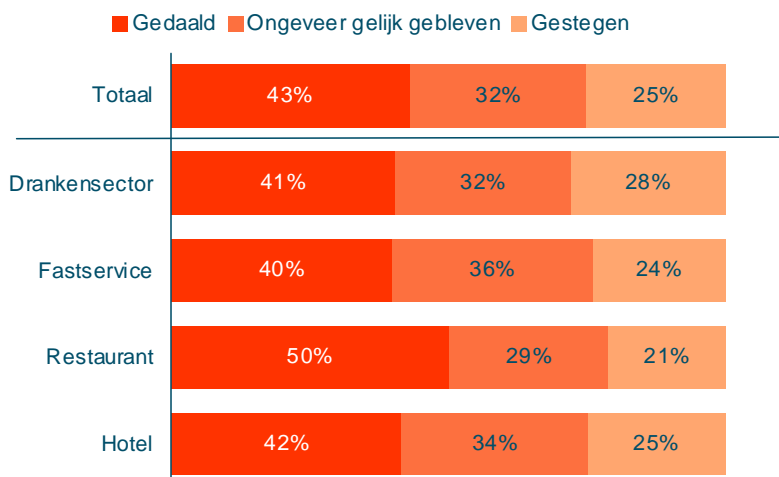
### 3.1 Gemiddelde omzetzaling kleiner dan in tweede kwartaal

In het derde kwartaal is de omzetzaling ten opzichte van 2008 kleiner dan in het tweede kwartaal. Met name in de dranken- en in de hotelsector is de omzetzaling kleiner. Gemiddeld is de omzetmutatie in het derde kwartaal van 2009 -3,7% ten opzichte van het derde kwartaal 2008.

#### Relatief veel restaurants met een omzetzaling

Ruim vier op de tien horecabedrijven melden in het derde kwartaal 2009 een omzetzaling ten opzichte van het derde kwartaal 2008. Een kwart meldt juist een stijging. In de restaurantsector bevinden zich de meeste bedrijven die een omzetzaling melden.

Is de omzet in uw vestiging in het derde kwartaal van 2009, ten opzichte van het derde kwartaal van 2008, gestegen, gedaald of gelijk gebleven?



Basis: alle horecabedrijven (n=599)

### De gemiddelde omzetsdaling in het derde kwartaal van 2009 is -3,7%

De gemiddelde omzetsdaling onder horecabedrijven met een omzetsdaling bedraagt in het derde kwartaal van 2009, ten opzichte van het derde kwartaal 2008, 19%. De gemiddelde stijging onder bedrijven met een omzetsstijging bedraagt 13%.

De onderstaande tabel geeft het gemiddelde weer van alle horecabedrijven, dus ook van de bedrijven waarin de omzet in het derde kwartaal gelijk was aan dezelfde periode van het jaar ervoor.

Gemiddelde omzetmutatie derde kwartaal 2009 t.o.v. dezelfde periode een jaar eerder, per sector

Sector	Gemiddelde omzetmutatie (%)	Bandbreedte <sup>1</sup> (%)
Drankensector	-3,7	-6,6 tot -0,8
Fastservicesector	0,3	-2,0 tot 2,7
Restaurantsector	-6,0	-8,4 tot -3,6
Hotelsector	-3,4	-5,6 tot -1,2
<b>Totaal</b>	<b>-3,7</b>	<b>-4,8 tot -2,5</b>

De restaurantsector meldt in het derde kwartaal gemiddeld de grootste omzetsdaling ten opzichte van dezelfde periode in 2008. In de fastservicesector is gemiddeld juist een kleine stijging zichtbaar. Deze wordt met name veroorzaakt door de grotere etablissementen binnen dit segment.

Regionaal gezien is de omzetsdaling het sterkst in de grote steden<sup>2</sup> en in het noorden. De gemiddelde omzetsdaling voor alle horecabedrijven bedraagt daar respectievelijk 6,5% en 6,3%.

<sup>1</sup> De bandbreedte is de marge waarbinnen met 95% zekerheid de werkelijke omzetmutatie valt. De bandbreedte wordt bepaald door de gemiddelde spreiding van de antwoorden en de steekproefgrootte.

<sup>2</sup> Grote steden: Amsterdam, Rotterdam en Den Haag met randgemeenten;  
Rest West: Overige gemeenten in Zuid-Holland, Noord-Holland en Utrecht;  
Noord: Groningen, Friesland en Drenthe;  
Oost: Overijssel, Gelderland en Flevoland;  
Zuid: Zeeland, Noord-Brabant en Limburg.

Gemiddelde omzetmutatie derde kwartaal 2009 t.o.v. dezelfde periode een jaar eerder, per Nielsen-regio

Nielsen-regio	Gemiddelde omzetmutatie (%)	Bandbreedte (%)
Grote steden	-6,5	-9,4 tot -3,6
Rest West	-4,4	-7,0 tot -1,8
Noord	-6,3	-10,2 tot -2,4
Oost	-3,2	-5,9 tot -0,6
Zuid	-1,2	-3,1 tot 0,7
<b>Totaal</b>	<b>-3,7</b>	<b>-4,8 tot -2,5</b>

### Driekwart wijt omzetzaling aan economische crisis

Aan de horecaondernemers met een omzetzaling in het derde kwartaal van 2009 is gevraagd welke oorzaken zij konden noemen voor deze omzetzaling.

Kunt u voor uw bedrijf de oorzaken aangeven van deze omzetzaling in het derde kwartaal van 2009? (in %, meerdere antwoorden mogelijk)

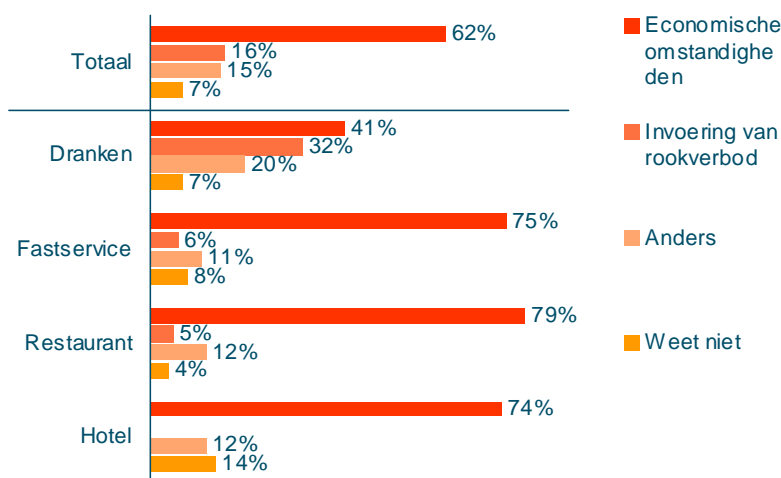
	Totaal	Dranken sector	Fast-service	Restaurant	Hotel
Economische omstandigheden/ het gaat slechter met de economie	75	65	79	85	78
Invoering van rookverbod	26	46	12	13	0
Toegenomen concurrentie	6	8	8	3	3
Klanten blijven weg door hogere prijzen	5	9	2	4	3
Weersomstandigheden	4	4	3	7	5
Minder toeristen/minder gasten/minder mensen op straat	3	2	6	3	0
Vakantieperiode	3	4	0	4	2
Minder boekingen/minder zakelijke klanten	2	0	2	3	7
Klanten besteden minder	2	2	2	1	4
Tijdelijk gesloten geweest door verbouwing en/ of persoonlijke omstandigheden	2	0	4	1	3
Straat lag open/ moeilijk bereikbaar	2	0	4	1	3
Anders	4	3	4	3	7
Weet niet	11	13	10	9	12
<b>Totaal (exclusief 'weet niet')</b>	<b>134</b>	<b>143</b>	<b>126</b>	<b>128</b>	<b>115</b>
n (absoluut)	256	60	53	75	68

groene arcering betekent dat het verschil met één of meerdere kolommen significant is.

Door drie van de vier bedrijven wordt de economische crisis genoemd als één van de oorzaken van de omzetzaling. Ook wijt nog steeds een kwart van de horecabedrijven

de omzetzaling aan het rookverbod, terwijl het rookverbod al van kracht was in het derde kwartaal van 2008.

### En wat is de belangrijkste reden van de omzetzaling volgens u?



Basis: alle horecaondernemingen met omzetzaling (n=256)

De belangrijkste oorzaak van de omzetzaling is volgens zes op de tien horecaondernemers de economische crisis. Zelfs in de drankensector vindt men nu het rookverbod een minder belangrijke oorzaak dan de economische crisis.

### Warme zomer van 2009 veel genoemd als oorzaak voor omzetstijging

Van de horecabedrijven met een omzetstijging, noemt een kwart de gunstige weersomstandigheden als één van de oorzaken van de omzetstijging. Met name in de drankensector wordt deze reden vaak genoemd. Daarnaast noemen horecaondernemers relatief vaak 'meer klanten' en 'goede kwaliteit' als oorzaak.

Kunt u voor uw bedrijf de oorzaken aangeven van deze omzetstijging in het derde kwartaal van 2009? (in %, meerdere antwoorden mogelijk)

	Totaal	Dranken- sector	Fastser- vice	Restau- rant	Hotel
Gunstige weersomstandigheden	25	32	8	28	26
Meer klanten	14	15	19	9	12
Goede kwaliteit	13	8	11	22	20
Andere formule/ kaart/ aanpak	9	8	14	6	11
Promotie, reclame	9	11	8	3	20
Bedrijf is pas begonnen/opbouwfase	9	8	10	6	15
Meer naamsbekendheid	9	8	7	9	14
Meer feesten (bruiloften e.d.)	8	12	0	6	7
Meer capaciteit/ verbouwing	8	2	8	16	14
Onze prijzen liggen lager	6	0	11	13	3
Prijsverhogingen	4	3	3	6	0
Invoering van het rookverbod	3	7	0	0	0
De recessie	3	2	6	0	3
Prijsverlagingen	3	5	1	0	1
Meer verenigingen en clubs (klaverjassen, muziekverenigingen)	2	2	0	3	0
Afname concurrentie	2	0	5	3	0
Meer vergaderingen, trainingen, seminars	2	2	0	3	0
Anders	4	5	7	0	6
Weet niet	4	2	7	3	0
Totaal (exclusief 'weet niet')	133	127	118	136	146
n (absoluut)	163	40	49	32*	42

\* indicatief vanwege kleine steekproef  
groene arcering betekent dat het verschil met één of meerdere kolommen significant is

Als we de horecaondernemers vervolgens vragen om de *voornaamste* oorzaak aan te geven van de omzetstijging, blijkt ook dat vooral de warme zomer een positieve invloed heeft gehad op de omzetontwikkeling.

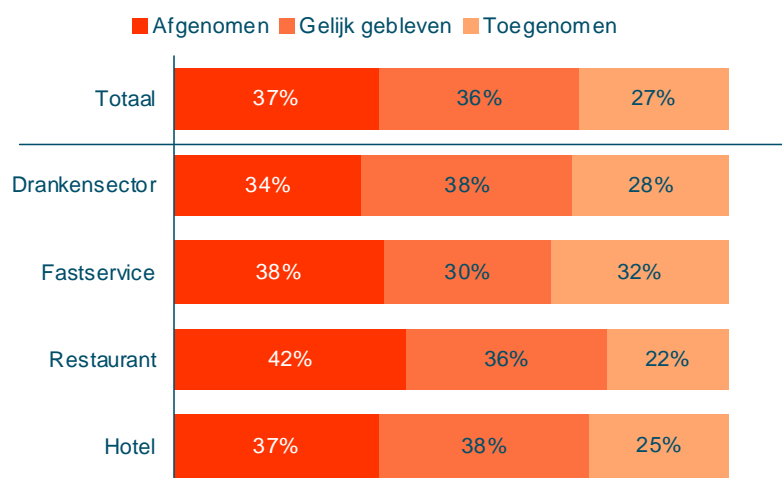
- Gunstige weersomstandigheden (23%);
- Meer klanten (10%);
- Goede kwaliteit (10%);
- Andere formule/ kaart (9%);
- Meer capaciteit (7%) en
- Meer feesten (6%).

### Aantal gasten en de besteding per gast per saldo afgenomen

In 37% van de horecagelegenheden is in het derde kwartaal van 2009 het aantal gasten afgenomen ten opzichte van het derde kwartaal van 2008.

Nog altijd is er in ruim een kwart van de horecabedrijven een toename van het aantal gasten ten opzichte van een jaar eerder.

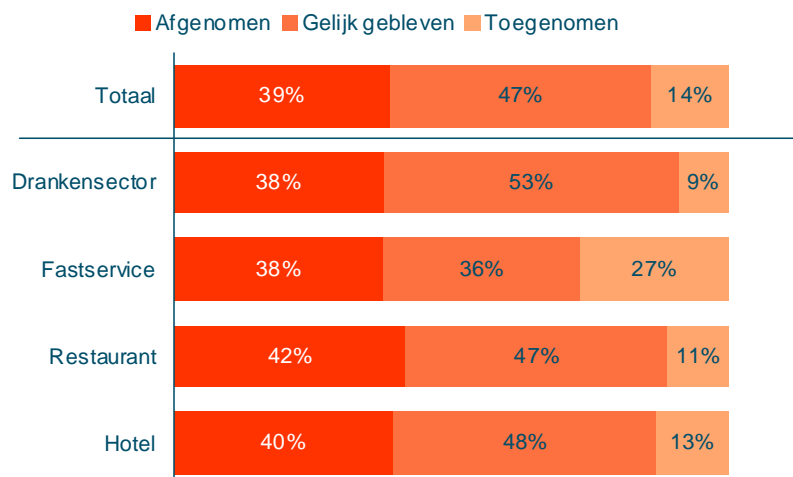
Als u het derde kwartaal 2009 vergelijkt met het derde kwartaal 2008 is naar uw inschatting het totaal aantal gasten in uw bedrijf dan (...)



Basis: alle horecabedrijven (n=599)

De gemiddelde besteding per gast is in bijna de helft van de horecabedrijven gelijk gebleven ten opzichte van een jaar eerder. In vier op de tien bedrijven is dit afgenomen. Deze cijfers zijn vergelijkbaar met die in de metingen over het eerste en tweede kwartaal van 2009.

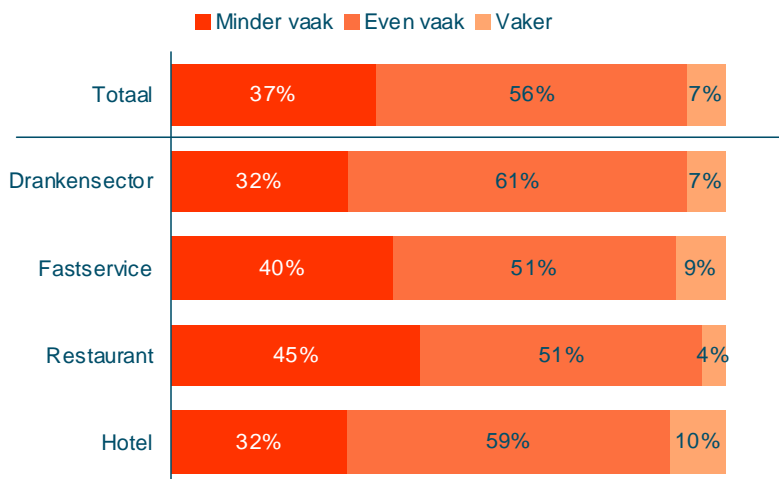
Als u het derde kwartaal van 2009 vergelijkt met het derde kwartaal 2008 is naar uw inschatting de gemiddelde besteding per gast dan (...)



Basis: alle horecabedrijven (n=599)

In bijna vier op de tien horecagelegenheden komen de vaste gasten minder vaak dan een jaar geleden. Dit geldt met name voor de restaurantsector.

Als u het derde kwartaal 2009 vergelijkt met het derde kwartaal 2008 komen de vaste gasten/klanten dan:



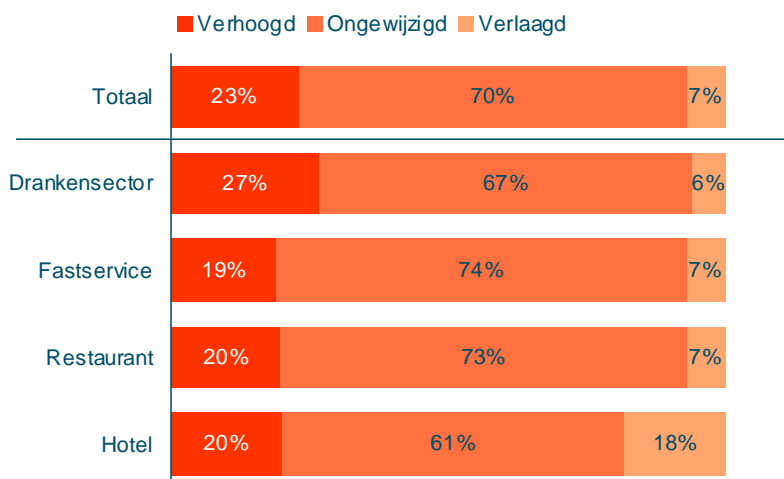
Basis: alle horecabedrijven (n=599)

### Bijna een kwart van de horecabedrijven heeft de prijzen verhoogd

Bijna een kwart van de horecaondernemers (23%) heeft in het derde kwartaal van 2009 de prijzen verhoogd. In het vorige kwartaal had 29% van de bedrijven de prijzen verhoogd.

Net als in het eerste en het tweede kwartaal geven opvallend veel ondernemers in de hotelsector (18%) aan de prijzen te hebben verlaagd.

Heeft u in het derde kwartaal 2009 de verkoopprijzen gewijzigd? Zo ja, heeft u de prijzen gemiddeld genomen:



Basis: alle horecabedrijven (n=599)

### Een derde heeft maatregelen genomen om de bedrijfsvoering te veranderen

De meeste horecaondernemers (65%) hebben geen maatregelen genomen in het derde kwartaal om de bedrijfsvoering te veranderen. In de fastservicesector hebben de minste ondernemers (22%) de bedrijfsvoering veranderd en in de restaurantsector de meeste (42%). Van alle horecaondernemers die de bedrijfsvoering hebben veranderd, heeft een kwart bezuinigd op personeel. Verder probeert men de bedrijfsvoering te verbeteren door een breder assortiment aan te bieden, activiteiten te organiseren en meer reclame te maken.

Wat voor maatregelen heeft u genomen om de bedrijfsvoering in het derde kwartaal van 2009 te veranderen? (in %, meerdere antwoorden mogelijk)

	Totaal	Dranken- sector	Fastser- vice	Restau- rant	Hotel
Minder personeel/ personeel werkt minder	25	30	8	25	22
Breder assortiment/ nieuwe kaart	17	16	15	22	10
Activiteiten organiseren/ verenigingen/ thema-avonden	15	25	4	6	10
Meer promotie/ reclame/ marketing	14	11	20	16	23
Verbouwing	13	11	34	8	10
Bezuinigen op inkoop	13	12	0	17	24
Prijzverlaging	9	6	5	14	19
Kwaliteit, service verbeteren	7	8	5	6	12
Rookruimte gemaakt	5	7	4	3	0
Andere doelgroep/ andere huisstijl/ ander concept	5	7	4	2	5
Prijzverhogingen	4	6	8	2	0
Vaker open, langer open	4	5	4	2	3
Acties/ aanbiedingen	3	2	8	3	1
Meer personeel	3	4	0	3	4
Anders	12	13	19	6	13
Weet (echt) niet	3	5	0	2	0
Totaal (exclusief 'weet niet')	149	163	138	135	156
n (absoluut)	212	57	36*	64	55

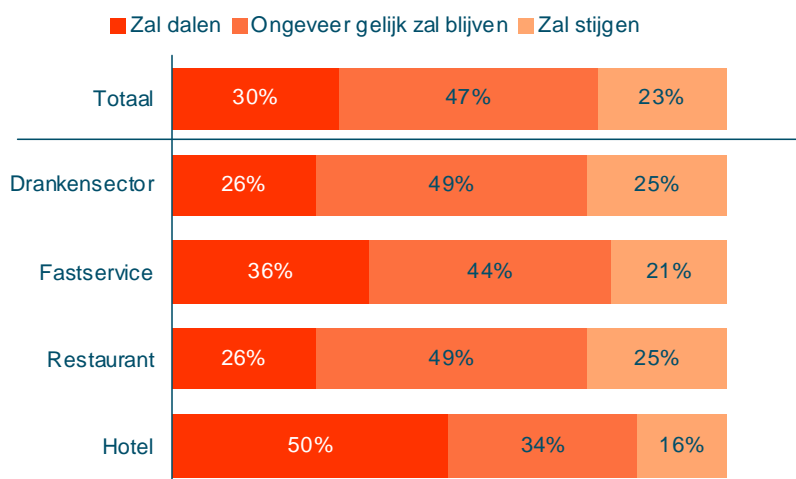
\* indicatief vanwege kleine steekproef  
groene arcering betekent dat het verschil met één of meerdere kolommen significant is

## 3.2 Omzetverwachting vierde kwartaal 2009

### Per saldo ook een omzetsdaling verwacht in het vierde kwartaal

Drie op de tien horecaondernemers verwachten een omzetsdaling in het vierde kwartaal van 2009. Minder dan een kwart verwacht een omzetstijging. Met name in de hotelsector wordt relatief vaak een omzetsdaling verwacht.

Verwacht u dat de omzet in uw vestiging in het vierde kwartaal van 2009 ten opzichte van het vierde kwartaal 2008



Basis: alle horecabedrijven (n=599)

**De gemiddelde omzetprognose in het vierde kwartaal 2009 is -1,1%**

De onderstaande tabel geeft het gemiddelde weer van alle horecaondernemers die in percentages een omzetsdaling, -stijging of -handhaving hebben aangegeven.

Gemiddelde verwachte omzetmutatie vierde kwartaal 2009 t.o.v. dezelfde periode een jaar eerder, per sector

Sector	Gemiddelde omzetprognose (%)	Bandbreedte <sup>3</sup> (%)
Drankensector	-0,9	-3,6 tot 1,8
Fastservicesector	0,5	-1,5 tot 2,5
Restaurantsector	-0,6	-2,0 tot 0,8
Hotelsector	-3,1	-5,8 tot -0,4
<b>Totaal</b>	<b>-1,1</b>	<b>-2,2 tot 0,1</b>

Ten opzichte van het vierde kwartaal in 2008 wordt gemiddeld een omzetsdaling verwacht van 1,1% in het vierde kwartaal van 2009. In de hotelsector wordt de grootste daling verwacht, in de fastservicesector een kleine omzetstijging.

---

<sup>3</sup> De bandbreedte is de marge waarbinnen met 95% zekerheid de werkelijke omzetmutatie valt. De bandbreedte wordt bepaald door de gemiddelde spreiding van de antwoorden en de steekproefgrootte.

### Crisis ook meest genoemd als oorzaak voor verwachte omzetzdaling

Aan de horecaondernemers die in het vierde kwartaal een omzetzdaling verwachten, is gevraagd welke oorzaken zij konden noemen voor deze omzetzdaling.

Kunt u voor uw bedrijf de oorzaken aangeven van deze verwachte omzetzdaling in het vierde kwartaal van 2009? (in %, meerdere antwoorden mogelijk)

	Totaal	Dranken-sector	Fastservice	Restaurant	Hotel
Economische omstandigheden/het gaat slechter met de economie	75	68	69	90	78
Invoering van rookverbod	14	24	7	13	0
Klanten blijven weg door hogere prijzen	5	8	3	3	5
Minder toeristen/ minder gasten/ minder mensen op straat	4	5	7	0	1
Toegenomen concurrentie	4	5	5	0	7
Klanten besteden minder	4	3	7	0	6
Weersomstandigheden/ slecht weer	4	5	0	3	9
Straat ligt open/ moeilijk bereikbaar	3	3	7	0	0
Tijdelijke sluiting door verbouwing en/ of persoonlijke omstandigheden	2	3	5	0	0
Minder boekingen	2	0	0	5	3
(Gebrek aan goed) Personeel/ Personeelsproblemen	1	3	0	0	0
Lagere (kamer)prijzen	0	0	0	0	4
Anders	3	0	7	3	9
Weet niet	5	6	7	3	3
Totaal (exclusief 'weet niet')	121	127	117	117	122
n(absoluut)	199	38*	47	39*	75

\*indicatief vanwege kleine steekproef  
groene arcering betekent dat het verschil met één of meerdere kolommen significant is

Driekwart van de horecaondernemers wijt de verwachte omzetzdaling aan de economische crisis.

Vervolgens is gevraagd wat men de *belangrijkste* reden vindt voor de verwachte omzetzdaling. De belangrijkste redenen zijn:

- De economische omstandigheden (67%) en
- De invoering van het rookverbod (7%).

De overige redenen worden nauwelijks genoemd.

Ook hebben we de horecaondernemers die in het vierde kwartaal een omzetstijging verwachten (n=141) gevraagd naar de oorzaken hiervan. De meest genoemde antwoorden zijn:

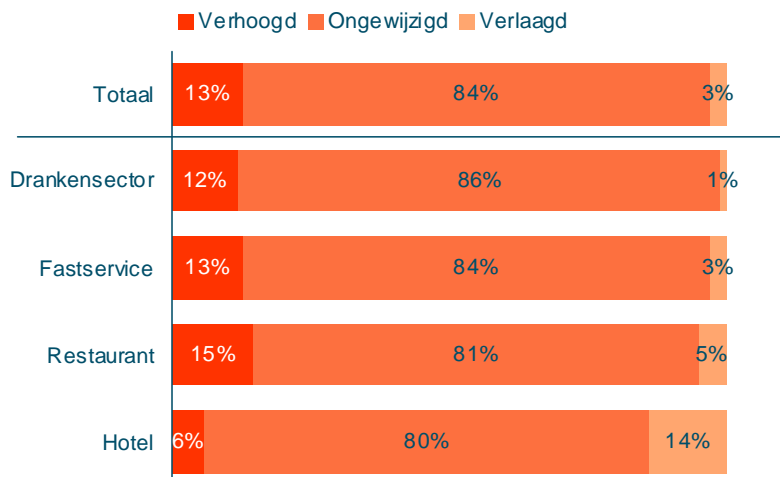
- Meer klanten (23%);
- Goede kwaliteit (17%);
- Andere formules (16%);
- Meer feesten (13%) en
- Promotie, reclame (10%).

Als *belangrijkste* reden wordt meer klanten (17%) genoemd als oorzaak van de verwachte omzetstijging in het vierde kwartaal 2009.

### 13% is voornemens in het vierde kwartaal de prijzen te verhogen

In het vierde kwartaal is 13% van alle horecabedrijven van plan de prijzen te verhogen of heeft dit reeds gedaan. Bijna een kwart van de horecaondernemers had in het derde kwartaal reeds de prijzen verhoogd. Bij de hotels is het aandeel bedrijven dat de prijzen van plan is te verlagen het grootst, namelijk 14%.

Heeft u in het vierde kwartaal 2009 de verkoopprijzen gewijzigd of bent u dat nog van plan? Zo ja heeft/zal u de prijzen gemiddeld genomen:

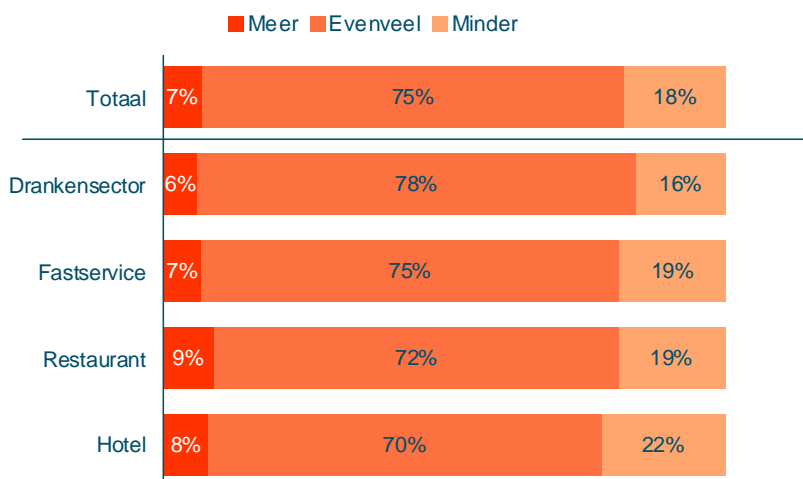


Basis: alle horecabedrijven (n=599)

### Per saldo is er in het vierde kwartaal minder personeel nodig dan in het derde

7% van de horecaondernemers verwacht meer personeel nodig te hebben in het vierde kwartaal van 2009 ten opzichte van het derde kwartaal, 18% verwacht met minder personeel toe te kunnen.

Verwacht u in het vierde kwartaal 2009 meer, evenveel of minder personeel nodig te hebben (in FTE) dan in het derde kwartaal?



Basis: alle horecabedrijven (n=599)

### Per saldo worden gemiddeld 2,2% minder banen verwacht in het vierde kwartaal 2009

Aan de horecabedrijven die verwachten meer of minder personeel nodig te hebben is gevraagd, hoeveel FTE (fulltime-equivalent) zij meer of minder nodig hebben. De bovenstaande tabel geeft de gemiddelde ontwikkeling van de werkgelegenheid weer van alle horecaondernemers die in FTE hebben aangegeven hoeveel personeel zij meer of minder nodig hebben en de horecaondernemers die aangeven evenveel personeel te behoeven.

Het blijkt dat men verwacht gemiddeld 2,2% banen minder nodig te hebben in het vierde kwartaal ten opzichte van het derde kwartaal. Natuurlijk spelen seizoenseffecten hierbij een rol.

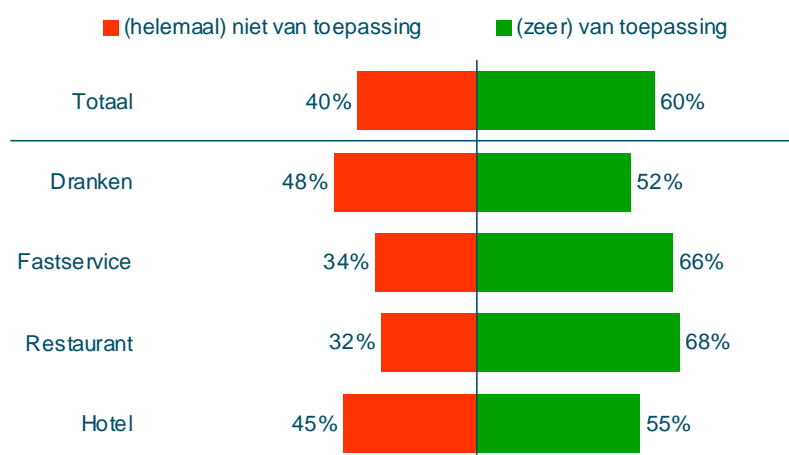
Gemiddelde verwachte werkgelegenheidsmutatie in het vierde kwartaal 2009 t.o.v. het derde kwartaal 2009, per sector (in %)

Sector	Gemiddelde werkgelegenheidsmutatie (%)	Bandbreedte <sup>4</sup> (%)
Drankensector	-1,3	-5,4 tot 2,8
Fastservicesector	-3,2	-6,3 tot -0,1
Restaurantsector	-2,3	-6,1 tot 1,6
Hotelsector	-4,1	-6,5 tot -1,6
<b>Totaal</b>	<b>-2,2</b>	<b>-4,1 tot -0,4</b>

### Meeste horecaondernemers hebben moeite met het vinden van goed personeel

Zes van de tien horecabedrijven hebben moeite om aan goed personeel te komen. Met name in de fastservice- (66%) en restaurantsector (68%) heeft men veel moeite om goed personeel te vinden. Dit beeld komt overeen met de vorige meting.

Kunt u aangeven in hoeverre de volgende stelling op uw bedrijf van toepassing is? Het is moeilijk om aan goed personeel te komen.



Basis: alle respondenten (n=599)

<sup>4</sup> De bandbreedte is de marge waarbinnen met 95% zekerheid de werkelijke werkgelegenheidsmutatie valt. De bandbreedte wordt bepaald door de gemiddelde spreiding van de antwoorden en de steekproefgrootte.

Aan de horecaondernemers die aangeven moeilijk goed personeel te kunnen krijgen is gevraagd op welke afdelingen dit probleem speelt. Met name goed bedienend personeel is moeilijk te vinden (67%). Dit speelt met name binnen de dranken- en restaurantsector. Maar ook aan goed keukenpersoneel (58%) is moeilijk te komen. Logischerwijs speelt dit vooral in de restaurantsector (68%). De cijfers komen overeen met de bevindingen over het eerste en tweede kwartaal van 2009.

### Vrijwel alle horecaondernemers overwegen maatregelen in het komende jaar

Aan de horecaondernemers is gevraagd welke maatregelen of acties men zou overwegen in de komende twaalf maanden om het bedrijfsresultaat te verbeteren. De meeste maatregelen zijn erop gericht de kosten te beperken. Zo overweegt 48% te besparen op energie en 45% overweegt te bezuinigen op inkoop. Toch overweegt ook 44% meer aanbiedingen en acties. Dit geldt met name in de restaurant- en fastservicesector.

Welke van de volgende maatregelen/acties zou u in de komende twaalf maanden in overweging nemen om uw bedrijfsresultaat te verbeteren? (in %)

	Totaal	Dranken-sector	Fastservice	Restaurant	Hotel
Besparen op energie	48	44	51	54	46
Bezuinigen op inkoop	45	43	40	54	40
Meer aanbiedingen en acties	44	35	52	51	45
Bezuinigen op personeel	36	32	35	47	27
Bezuinigen op investeringen	36	36	31	42	28
Meer activiteiten organiseren	36	44	25	34	29
Prijzen verhogen om winstmarge te verbeteren	27	25	31	27	20
Meer samenwerken met collega-ondernemers	26	25	21	32	27
Meer adverteren in lokale media	19	17	18	23	14
Andere openingstijden	15	14	18	16	5
Prijzen verlagen om meer klanten te trekken	9	7	8	11	12
Geen van deze	15	18	13	11	24
Totaal (exclusief 'geen van deze')	341	322	330	391	293
n (absoluut)	599	147	150	151	151

groene arcering betekent dat het verschil met één of meerdere kolommen significant is.

### **Auteursrecht**

© Synovate BV. Alle rechten voorbehouden.

De concepten en ideeën die u in dit document worden aangeboden zijn intellectueel eigendom van Synovate. Deze zijn strikt vertrouwelijk van aard en worden u aangeboden met dien verstande dat zij door u strikt vertrouwelijk behandeld dienen te worden en dat van de hiervoor genoemde concepten en ideeën geen gebruik zal worden gemaakt. Bij het aanleveren van dit document aanvaardt of veronderstelt Synovate geen verantwoordelijkheid voor enig ander doeleinde of tegenover enig andere persoon aan wie dit rapport wordt getoond of die het eventueel in handen krijgt, behalve in het geval waar dit uitdrukkelijk is overeengekomen door middel van onze voorafgaande schriftelijke toestemming.