

De Nederlandse horeca

De horeca heeft in 2015 de sterkste omzetgroei in jaren laten zien. De branche profiteert van de aantrekkelijke economie, een grotere stroom toeristen en de verbeterende koopkracht. Wel nemen de verschillen tussen de grote steden, aantrekkelijke winkelsteden en toeristische trekpleisters en de overige horecagebieden steeds verder toe. Een tweede kanttekening bij het herstel is de sterke concurrentie, ook door toetreding van bedrijven uit andere sectoren.

Dubbele cijfers

Net als de netto-omzet liet ook de brutomarge een stijging in de dubbele cijfers zien. Verder namen de huisvestingskosten met bijna 10% toe, terwijl deze in 2014 waren gedaald. Ook kwam er een einde aan het afbouwen van de kortlopende schulden (3,5%). Het eigen vermogen nam met gemiddeld 29,5% toe.

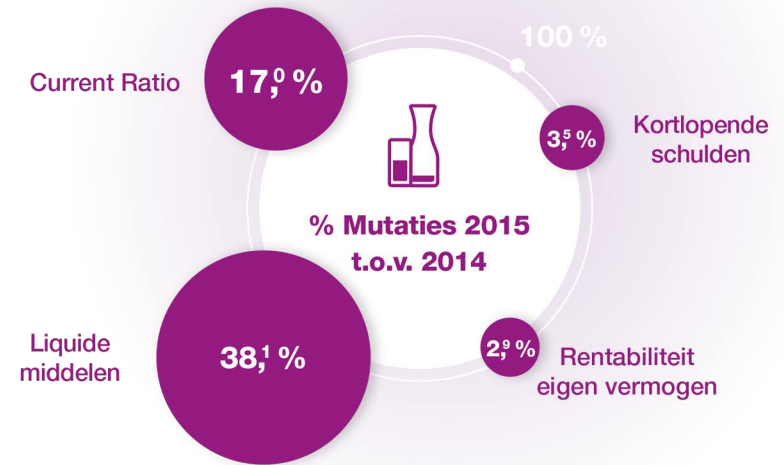
Horecaondernemers zien 2016 over het geheel genomen zonnig in. Ze gaan uit van een stijging van de omzet en de winst en willen ook weer meer gaan investeren. De economie zien zij minder als nadelige factor, maar juist als een steun in de rug. De ondernemers zien echter ook beren op de weg. Als belangrijkste bedreiging voor dit jaar noemen zij overheidsmaatregelen. Geen enkele branche kent zo veel regelgeving als de horeca. Ondernemers zien daarnaast kredietverlening en een tekort aan gekwalificeerd personeel als uitdagingen. Blijven vernieuwen is essentieel om succesvol een horecazaak te leiden. Een onderscheidend concept blijft cruciaal voor succes.

De bewuste consument

De trend dat mensen bewuster omgaan met wat zij eten en drinken, is van grote invloed op de horeca. De hedendaagse consument wil bewust en verantwoord genieten en vraagt om eerlijke en verse ingrediënten en producten, steeds vaker ook uit de streek. Daarnaast vraagt de consument om een zo persoonlijk mogelijk product, al is hij niet altijd bereid om daar extra voor te betalen. Dit alles vraagt om innovatieve horecaconcepten die beleving en gezond eten combineren en voedselverspilling tegengaan.

Nieuwe technologieën

Het internet en nieuwe technologieën bieden de horeca ook andere mogelijkheden, zoals het efficiënter maken van betaalsystemen, e-ticketing en online reserveringen. Dat laatste is in de hotel-lerie al gemeengoed, maar zal ook in de andere deelbranches verder oprukken. Consumenten gebruiken het internet en mobiele apps ook steeds vaker om uitgaans- en eetgelegenheden te zoeken en reserveren het liefst online. In het kielzog hiervan spelen een goede eigen website, reserveersites, social media en online beoordelingen van bezoekers een steeds grotere rol.



Tabel 7: Mutatie in resultatenrekening

	% mutatie 2015 t.o.v. 2014
Netto-omzet	10,1%
Inkoopwaarde	9,0%
Brutomarge	10,6%
Overige bedrijfsopbrengsten	-17,9%
Personeelskosten	8,1%
Exploitatiekosten	1,1%
Inventariskosten	6,8%
Huisvestingskosten	9,5%
Autokosten	3,2%
Verkoopkosten	9,8%
Algemene kosten	4,0%
Overige kosten	-35,9%
Bedrijfskosten	7,1%
Afschrijvingen	7,8%
Bedrijfsresultaat	29,8%
Financiële baten en lasten	-9,6%
Gewoon resultaat voor belasting	38,3%