



-Persbericht-

Resultaten jaarlijks Horecava-onderzoek bekend

Stamppot favoriete gerecht uit de Nederlandse keuken

HORECAONDERNEMERS: MEER BELEVING NOODZAKELIJK VOOR TOEKOMST BRANCHE

De buitenlandse keuken heeft met 40 procent de voorkeur van de Nederlandse consument. Slechts een kwart prefereert de Nederlandse keuken. Vooral de jongere generatie kiest minder vaak voor de 'Hollandse hap'. Een ruime meerderheid van de Nederlanders noemt stamppot als favoriete gerecht uit de Nederlandse keuken. Vriendelijk personeel en een goede prijs/kwaliteitsverhouding vormen de belangrijkste aspecten van gastvrijheid voor de consument. Als de horeca wil overleven in de toekomst moet er volgens de horecaondernemers met nadruk verdere ontwikkeling plaatsvinden op het gebied van beleving. Een ruime meerderheid (60 procent) van de horecaondernemers vindt voorts dat de medeondernemers behoudend zijn als het gaat om vernieuwing in de horeca. Dit blijkt uit onderzoek van de Horecava onder zowel horecaondernemers als de Nederlandse consument. Horecava 2012 wordt van 9 tot en met 12 januari gehouden in Amsterdam RAI.

Het onderzoek is in opdracht van de vakbeurs Horecava uitgevoerd onder 1.200 horecaondernemers. Ook is 1.000 consumenten naar hun mening over de Nederlandse horeca en Nederlandse keuken gevraagd. Horecava vestigt de aankomende editie extra aandacht op Nederlandse, duurzame streekgerechten. Gezond, eerlijk en puur maar vooral lekker eten en bereid met ingrediënten van dichtbij. Ook grensoverschrijdende concepten en beleving komen ruimschoots aan bod op de beursvloer. Ondernemers krijgen inzicht in hoe ze zelf de grenzen kunnen verleggen om het eigen bedrijf nog toekomstbestendiger te maken.

Ondernemers en consumenten over de Nederlandse keuken

De Nederlandse keuken bestaat volgens de ondervraagde consumenten uit stamppotten (94 procent), aardappels en groente (91 procent), pannenkoeken (81 procent) en soep (70 procent). Opvallend genoeg worden ook patat (44 procent) en kaasfondue (15 procent) als Nederlands gezien. Een ruime meerderheid (62 procent) van de Nederlanders noemt stamppot als favoriete gerecht uit de Nederlandse keuken. Het blijkt dat de jongere generatie minder vaak kiest voor Nederlandse keuken. Het enthousiasme voor de buitenlandse keuken neemt overigens af met de leeftijd.

'Vergeeten groenten'

Ongeveer driekwart (76 procent) van de ondernemers met een menukaart heeft Nederlandse gerechten op het menu staan. Gemiddeld staan er negen Nederlandse gerechten op. Van de ondernemers met een menukaart heeft 44 procent een stamppot, 37 procent een 'Nederlands' dessert en 35 procent wild op de kaart staan. Bijna de helft (46 procent) gebruikt op dit moment 'vergeten groenten' in haar gerechten. 17 procent van de horecaondernemers geeft aan wijn van Nederlandse bodem te schenken.

Ondernemers en consumenten over de Nederlandse horeca

Het beeld van de vaderlandse horeca is niet voor iedereen gelijk. 42 procent van de Nederlandse consumenten vindt de horeca niet vernieuwend. 57 procent van de consumenten vindt daarentegen dat het belevingsniveau stijgt.

De gemiddelde Nederlander geeft de Nederlandse horeca op een schaal van 1 tot 10, waarbij 10 zeer innovatief is, een 6,6. Opvallend is dat een kwart de horeca een 6 geeft en 42 procent een 7.

Vriendelijk personeel en een goede prijs/kwaliteitsverhouding worden als zeer belangrijke aspecten van gastvrijheid gezien door de consument. Het overtreffen van verwachtingen wordt slechts door 23 procent van de Nederlanders als zeer belangrijk ervaren.

'Mijn onderneming is gastvrij'

Maar liefst 96 procent van de horecaondernemers is het (helemaal) eens met de stelling 'Mijn onderneming is gastvrij'. Daarentegen vindt 90 procent dat de Nederlandse horeca nog veel kan verbeteren. Slechts 49 procent van de ondernemers vindt de Nederlandse horeca voldoende gastvrij.

Spontaan noemt 40 procent van de ondernemers dat gastvrijheid in de horeca hetzelfde is als je gasten welkom laten voelen. Een derde (33 procent) meent gastvrij te zijn door alles in de bedrijfsvoering te richten op het bieden van klantvriendelijkheid in de meest brede zin van het woord. Slechts 10 procent ziet gastvrijheid als het bieden van beleving of sfeer aan haar klanten. Opmerkelijk is dat bijna een vijfde (17 procent) aangeeft niet te weten wat onder gastvrijheid moet worden verstaan.

Medeondernemers behoudend

Op de vraag welke extra services een horecaonderneming zou kunnen bieden, geeft 81 procent van de Nederlandse consumenten aan dat ze graag bij een reservering ook de tafel willen vastleggen. 62 procent zou een digitale menukaart vooraf willen inzien en 62 procent van de Nederlanders zou een aparte speelruimte voor kinderen erg waarderen. Het aanbieden van branchevreemde concepten als een was draaien (10 procent), schoenen laten poetsen (11 procent) en ook massages aanbieden (17 procent) worden nog niet echt verlangd.

60 procent van de ondernemers vindt dat de medeondernemers behoudend zijn als het gaat om vernieuwing in de horeca. De horecaondernemers geven de Nederlandse horeca op het vlak van vernieuwing het cijfer 6,2, maar geven zichzelf hierbij een 6,6.

Als de horeca wil overleven in de toekomst moet er volgens de horecaondernemers met nadruk verdere ontwikkeling plaatsvinden op het gebied van beleving (77 procent), prijs (55 procent), authenticiteit (48 procent). Duurzaamheid komt pas op de vierde plaats met 46 procent.

Over Horecava

Horecava 2012, de nationale toonaangevende horecabeurs, is dagelijks geopend van 11.00 tot 18.00 uur, van maandag 9 tot en met donderdag 12 januari in Amsterdam RAI. Het evenement biedt bezoekers wederom een uitgebreid programma vol praktische tips. Naast circa 550 exposanten en verschillende themawerelden zijn er volop activiteiten waar beursbezoekers zich kunnen laten verrassen.

Noot voor de redactie (niet voor publicatie):

Voor meer informatie over Horecava of het Horecava-onderzoek (uitgevoerd door MWM2) kunt u contact opnemen met Carla Granaada, Communicatie & PR Manager, T 020 549 2218 of M 06 12 97 83 67 of per e-mail c.granaada@rai.nl.