



-Persbericht-

7 TRENDS VOOR 2012 VOLGENS FOODSERVICE INSTITUUT NEDERLAND

Het FoodService Instituut Nederland (FSIN) zet in aanloop naar de Horecava zeven trends & ontwikkelingen voor 2012 op een rij. Deze zijn gebaseerd op de cijfers, feiten en ontwikkelingen in de markt voor buitenshuis eten en drinken, die het kennisinstituut continu verzamelt en analyseert.

1. Nederlandse restaurants vrij duur

De Nederlandse restaurants zijn vrij duur in vergelijking met collegabedrijven in omliggende Europese landen en in Noord-Amerika. Dat blijkt uit de jaarlijkse website steekproef van FSIN. Een driegangenmenu kost in Nederland gemiddeld 33 euro, in de Verenigde Staten slechts 19 euro. FSIN deed het onderzoek voor het vierde jaar bij restaurants in acht landen: Nederland, België, Duitsland, Frankrijk, Engeland, Spanje, Verenigde Staten en Canada. De uitkomst bevestigt het gevoel van de consument dat de Nederlandse horeca relatief prijzig is. Daar komt nog bij dat de Nederlandse supermarkt samen met de Duitse de goedkoopste is in de acht genoemde landen. Er gaapt dus financieel een flinke kloof tussen 'thuis eten' en 'uit eten'.

Na Nederland heeft België de duurste restaurants. Frankrijk, Duitsland, Spanje en Canada vormen de middenmoot, in Engeland en de Verenigde Staten vindt de consument de goedkoopste menu's.

De economische recessie dwingt veel Nederlandse restaurants tot actie, omdat over de hele linie zowel de bezoekfrequentie als de gemiddelde besteding dalen. Overigens wil dat niet zeggen dat ieder restaurant het slecht doet, er blijven voldoende succesvolle zaken.

2. Meer prijsacties en menuconcepten

FSIN verwacht dat in 2012 meer ondernemers van restaurants, brasseries, grand cafés, wegreaurants en eetcafés, onder invloed van de kwakkelende economie, met prijsacties en menuconcepten gaan werken.

De consument is voorzichtig met het uitgeven van zijn euro's en wil tevoren meer zekerheid over de rekening. Bovendien hecht de horecagast veel belang aan een goede prijs-waarde verhouding. De klantenloyaliteit neemt af: één slechte ervaring kan al genoeg zijn om niet terug te keren.

Deze houding van de consument biedt kansen voor bedrijven die aantrekkelijk geprijsde dagmenu's, seizoensmenu's, all you can eat formules, wekelijkse mealdeals, vier-voor-twee acties (vier menu's voor de prijs van twee), brunchbuffetten etc. aanbieden. Het versterkt ook de vraag naar coupons van kortingsites zoals Groupon en acties op veulingsites als dinerveiling.nl. Verder vergroot de koopjesdrang van consumenten de deelname aan landelijke actieweken zoals de Restaurantweek, de Puur Restaurantweek en lens DinerDagen.

3. Inspelen op groei eenpersoonshuishoudens

Foodservice speelt volgens FSIN nog onvoldoende in op de sterke groei van het aantal eenpersoonshuishoudens in Nederland. Volgens het Sociaal Plan Bureau neemt het aantal alleenstaanden toe van circa 2,6 miljoen nu naar 3,1 miljoen in 2020. Belangrijkste oorzaak:

de vergrijzing. Bovendien gedragen veel leden van gezinnen zich als 'alleengaanden', omdat er door volle agenda's weinig komt van gezamenlijk eten.

Door deze ontwikkeling neemt de vraag naar bezorg- en afhaalservices sterk toe, zullen er (zeker in grotere steden) meer 'on the go' concepten ontstaan en zullen veel restaurants, hotels en eetcafés 'éénpersoons-vriendelijker' moeten worden. We zien nu al dat zorgrestaurants een rol gaan spelen in deze markt, door de deuren van de horeca in verzorgings- en verpleeghuizen open te zetten voor oudere wijkbewoners.

4. Nieuwe concepten in catering

De cateringbranche staat voor een noodzakelijke periode van omschakeling en vernieuwing, constateert FSIN. Traditionele concepten werken niet meer; de bedrijfsrestaurants leveren al enkele jaren achtereen omzet in. Diverse cateraars ontwikkelen daarom nieuwe vooral commerciële formules die inspelen op trends als gezondheid, duurzaamheid en vooral flexibiliteit. Voorbeelden daarvan zijn Let's Eat van Albron en Company Kitchen van ISS. Onderwijscateraar TissLunchtime lanceerde concepten voor zowel basisscholen als middelbare scholen.

De catering zal in alle segmenten (bedrijven, zorg, onderwijs) in de frontoffice steeds verder opschuiven richting horeca. Zowel in inrichting, assortiment als gastvrijheid moet dat zichtbaar worden. Met behulp van category management zal het aanbod veel beter afgestemd moeten worden op de behoeftes van de gasten, met als gevolg meer omzet en een beter rendement. Bij meer opdrachtgevers in bedrijfscatering ontstaat verder de vraag naar multifunctionele bedrijfsrestaurants waar ontspannen, werken en vergaderen samenkomen. Duurzaamheid blijft een hot item.

5. 'Gemak' blijft zorgen voor de meeste groei

De gemaksector zal ook in 2012 voor de meeste groei zorgen in foodservice verwacht FSIN. Tot deze sector worden fastservice, foodretail en pompshops gerekend. Basis voor de groei schuilt in een combinatie van de zwakke economie en veranderend eetgedrag door volle agenda's en individualisering. Het eerst zorgt voor toenemende vraag naar betaalbare maaltijden, het tweede naar meer behoefte aan lekkere, snelle producten 'en route'.

In de gemaksector blijven sterke formules terrein winnen, zoals McDonald's, La Place, Burger King, KFC, Ikea, Subway, Domino's Pizza en New York Pizza. Bijna allemaal kiezen ze de komende jaren voor verdere expansie in Nederland. Ook individuele ondernemers kiezen vaker voor franchise of samenwerkingsverband. Verder blijken dat de foodservice verkopen op treinstations en op luchthaven Schiphol stijgen. De grootste exploitanten van tankstations vernieuwen in hoog tempo hun foodformules bij pompstations, door toevoeging van broodjescounters en 'verse koffie' corners.

Bij de consument groeit de vraag naar 'feel good' en 'fast good' formules. Fastfood concepten veranderen (deels) in de richting, maar er komen ook nieuwe die er helemaal op inspelen, zoals lunchroom Boosty (drie vestigingen), wokconcept Eazy en de internationale fastfresh formule EXKi (sinds 2011 ook in Nederland).

6. Strijd met supermarkt en warenhuis

De horeca zal in 2012 meer dan ooit de strijd met de supermarkt en warenhuis voeren, meent FSIN. Door de stroperige economie kiezen meer consumenten voor 'uit eten thuis'. Ze kopen luxe koelverse maaltijden of maaltijdcomponenten bij supermarkt of speciaalzaak, die hun 'culinaire' assortiment steeds verder uitbreiden. Warenhuizen als Ikea (Zweedse delicatessen), V&D (La Place producten 'voor thuis') en Hema (proef met minimarkten met assortiment gemakproducten) timmeren eveneens flink aan de weg.

De horeca moet daar iets tegenover zetten om herkenbare meerwaarde te bieden. Meer onderscheidend vermogen is nodig, omdat de gast niet meer vanzelf komt. Vers en verantwoord, regionaal of juist exotisch, beleving en gastvrijheid; daar moet de horeca het van de supermarkt winnen.

In de Verenigde Staten, waar veel foodservicetrends beginnen, zie je dat veel supermarkten eigen horeca-outlets hebben – onder het eigen winkeldak of op een centraal foodcourt. In

Nederland zijn het vooral de warenhuizen die eigen restaurants exploiteren, maar reken erop dat supermarkten hier ook op broeden. AH pikt immers via de circa 50 AH to Go shops al iets van de foodservice-euro in.

7. Ondernemen met de rekenmachine op tafel

Alle huidige ontwikkelingen samen zorgen ervoor dat ondernemen in horeca en catering in 2012 meer dan ooit met de rekenmachine op tafel moet gebeuren, zo concludeert FSIN. Inkoopkosten en arbeidslasten stijgen, de gemiddelde besteding daalt en de consument let scherp op de prijs-waarde verhouding. Een goede menucalculatie, slimme inkoop en creatieve promotie-acties zijn nodig om de gast met een betaalbaar product te (blijven) verleiden en verrassen. Die trend vraagt om vernieuwende oplossingen binnen bestaande en nieuwe concepten. Dat kan onder meer leiden tot smallere assortimenten, meer zelfbediening, meer vaste menu's en meer inzet van arbeidsbesparende technieken en apparatuur.

Noot voor de redactie (niet voor publicatie):

Voor meer informatie kunt u contact opnemen met de afdeling Press & PR van Amsterdam RAI, Carla Granaada, T 020-549 2218, M 06-12 97 83 67 of per e-mail c.granaada@rai.nl.

FoodService Instituut Nederland houdt op dinsdag 10 januari 2012 (tweede dag van de Horecava) een foodservice congres voor leden en relaties. Met actuele cijfers, diverse sprekers en de laatste trends. Dagvoorzitter is Judith de Bruijn.

Als u dit congres wilt bijwonen, vragen wij u vriendelijk dit te melden via media@fsin.nl. U ontvangt dan tijdig programma en toegangsbewijs.

Meer informatie over FoodService Instituut Nederland en het congres:

Jan-Willem Grievink, Directeur FoodService Instituut Nederland

06-53 232 772 / 055-5333 046, janwillem@fsin.nl

www.fsin.nl