

## #bereikdeconsument: initiatieven vinden hun weg onvoldoende naar de huiskamer

De 'intelligente lockdown' die in Nederland is ingezet om het coronavirus te bestrijden, heeft grote gevolgen voor de horeca in Nederland. Sinds 15 maart zijn er voor horecagelegenheden diverse initiatieven opgezet en ontstaan allerlei nieuwe activiteiten en samenwerkingen door inventieve horecaondernemers. Op 19 maart vroegen wij via de [Foodservice Denktank](#) al naar de [ervaringen vanuit horecaondernemers](#). Maar hoe kijken consumenten naar de ontwikkelingen in de horeca en hoe kijken zij naar de toekomst? Via marktonderzoeksbureau [Multiscope](#) hebben wij in de week van 6 april van 1.100 consumenten antwoord op deze vragen gekregen.

### De belangrijkste conclusies:

- 1/3 van de consumenten verwacht zich niet comfortabel te voelen om na lockdown weer naar de horeca te gaan
- 63% is niet bekend met initiatieven om horeca te steunen
- Support your locals is het meest bekende en het meest gesteunde initiatief
- Bezorgen en afhalen is voor een hele kleine consumentengroep een vervanging voor hun horecabezoek
- Consument ziet nieuwe initiatieven voor de horeca vooral in de samenwerking met retail

78% van de consumenten heeft vertrouwen in het beleid dat de overheid op dit moment wordt gevoerd. Jonge Nederlanders van 18 tot 24 jaar hebben een iets lager vertrouwen (73%) dan consumenten van 55 jaar of ouder (79%).



Zodra de horeca weer open gaat verwacht de consument gewoon weer net zo vaak naar de horeca te gaan als voor de coronacrisis (67%). Een ander deel kan zover nog niet vooruit kijken (22%). Een klein deel (7%) geeft aan vaker naar de horeca te gaan en een nog kleiner deel (4%) verwacht juist minder vaak te gaan. In de Randstad zijn consumenten net iets vaker van plan om vaker naar de horeca te gaan (11%) na de crisis dan uit andere regio's (gemiddeld 6%).

Eén op de drie consumenten (34%) geeft aan dat zij verwachten zich niet comfortabel te voelen om naar de horeca te gaan als dit weer mag. Millennials van 18 tot 34 jaar voelen zich minder comfortabel dan oudere generaties (39% versus 33%). Horecagelegenheden zullen dus aan het vertrouwen van consumenten moeten werken om de bezoekfrequentie na de crisis te stimuleren.

### Bezorgen en afhalen levert geen extra klanten op

Tot nu toe lijken restaurants weinig te profiteren van het bezorgen en afhalen van maaltijden. Vanaf 15 maart tot begin april heeft slechts 8% van de consumenten meer maaltijden laten bezorgen door restaurants, maar anderzijds geeft 5% aan hier juist minder gebruik van te hebben gemaakt. Voor afhalen is de toename met 5% ook gering te noemen, terwijl tegelijk ook 5% aangeeft dit minder te hebben gedaan. De prognose voor de periode van begin april tot 28 april lijkt iets gunstiger,

aangezien 11% aangeeft meer te gaan laten bezorgen en 8% meer te gaan afhalen. Voor beide opties staat echter een vergelijkbare groep consumenten die aangeeft hier juist minder gebruik van te gaan maken (9% om 8%).

Cafetaria's lijken helemaal niet te profiteren, aangezien slechts 1% van de consumenten aangeeft meer te hebben laten bezorgen en 3% meer te hebben afgehaald in de periode vanaf 15 maart tot nu. Tegelijk geeft een groter deel van de consumenten aan juist minder te hebben laten bezorgen (5%) en minder te hebben afgehaald (9%). Ook in de verwachting tot 28 april geeft een groter deel van de consumenten aan juist minder te gaan bestellen en afhalen, dan het deel dat aangeeft dit meer te gaan doen.

	bezoek vóór corona	gebruik 15 maart tot nu		verwachting tot 28 april	
	<b>1,5x</b> per maand	<b>bezorgen</b> meer 8% gelijk 17% minder 5% niet 70%	<b>afhalen</b> meer 5% gelijk 14% minder 5% niet 76%	<b>bezorgen</b> meer 11% gelijk 20% minder 9% niet 60%	<b>afhalen</b> meer 8% gelijk 22% minder 8% niet 73%
	<b>1,2x</b> per maand	<b>bezorgen</b> meer 1% gelijk 10% minder 5% niet 83%	<b>afhalen</b> meer 3% gelijk 16% minder 9% niet 72%	<b>bezorgen</b> meer 5% gelijk 23% minder 11% niet 61%	<b>afhalen</b> meer 5% gelijk 23% minder 11% niet 61%

Opvallende verschillen zijn te vinden in regio's. Inwoners uit de Randstad gingen vóór de crisis gemiddeld bijna 3x per maand uit eten bij een restaurant. In andere regio's in Nederland wordt aanzienlijk minder uit eten gegaan bij een restaurant: tussen 1,5x en 2x per maand. Daarnaast geven meer consumenten uit de Randstad aan minder eten te hebben besteld (16%) of afgehaald (19%) te hebben bij een restaurant. Dit kan verklaard worden doordat deze groep al vaker uit eten ging en ook eten liet bezorgen.

### Initiatieven om de horeca te helpen bereiken consument niet



Maar liefst 63% van de consumenten kent geen enkel initiatief dat is gelanceerd om de horeca te ondersteunen! Van de 37% die wél 1 of meerdere initiatieven kent, zijn Support your locals (21%) en #helpdehoreca (18%) de meest bekende. Van alle consumenten heeft 16% een initiatief gesteund om de horeca te helpen. Gemiddeld werd er € 31,- uitgegeven aan een initiatief.

Initiatief	Bekend bij	Gesteund door	Gemiddeld bedrag
1. Support your locals	21%	8%	€ 31,-
2. #helpdehoreca	18%	4%	€ 33,-
3. Dineren=doneren	6%	2%	€ 44,-
4. Samen uit, samen thuis	6%	1%	€ 24,-
5. #horecasamensterk	5%	1%	€ 42,-
6. Wees geen krent en red je favoriete eettent	2%	1%	€ 12,-
7. Samen lunch challenge	2%	1%	€ 32,-
8. SupriSeat	0%	-	-

De redenen om geen initiatief te ondersteunen zijn uiteenlopend:

- Ik moest voor de coronacrisis al opletten hoe ik mijn geld uitgeef (22%)
- Ik weet niet of het geld wel goed terecht komt (14%)
- Mijn favoriete horecabedrijf doet hier niet aan mee (14%)
- Ik steun de horeca door maaltijden af te halen (13%)
- Ik ben bang dat het bedrijf dat ik zou steunen er straks niet meer is (12%)
- Ik steun door horeca door maaltijden te laten bezorgen (11%)
- Ik moet sinds de coronacrisis goed opletten hoe ik mijn geld uitgeef (11%)

Consumenten vinden het lastig om aan te geven aan welke initiatieven zij in deze tijd vanuit de horeca behoefte hebben. Een grote groep heeft dan ook geen suggesties. De twee ideeën die het meest genoemd worden zijn:

1. Aanbieden van een box met ingrediënten, zodat consumenten thuis recepten vanuit het restaurant kunnen maken. Belangrijk is hierbij dat er een goede receptuur bij komt, zodat het makkelijk en snel te maken is.
2. Aanbieden van maaltijden bij lokale supermarkten. Consumenten kunnen deze maaltijden vervolgens thuis opwarmen. Eventueel zou de box met ingrediënten ook bij de supermarkt verkocht kunnen worden.

FOOD  
SERVICE | Denktank

*De Foodservice Denktank is een initiatief van [Marketing4Results](#) en [Sligro Food Group](#) in samenwerking met [Horecava](#). Het doel is om snel, makkelijk en betaalbaar in contact te komen met foodprofessionals in de segmenten restaurants, cafetaria's en/of bar-café's om inzicht te krijgen in hun behoeftes.*

*Ben jij beslisser binnen één van deze segmenten en wil jij jouw mening geven over relevante thema's voor jou en/of jouw bedrijf? Word dan lid van de Foodservice Denktank, door [hier](#) te klikken.*

*Ben jij fabrikant en wil jij de mening van jouw doelgroep weten? Kijk dan [hier](#) voor meer informatie.*