

27% kans dat bedrijf in 2021 niet meer bestaat

De tijden zijn door de introductie en verspreiding van het coronavirus onzekerder dan ooit. De foodservicemarkt is één van de zwaarst getroffen sectoren van de maatschappij als gevolg van de maatregelen die de overheid heeft móeten nemen. Wij vroegen beslissers uit de restaurant- en cafetariamarkt via de Foodservice Denktank naar hun vertrouwen in de toekomst en de mogelijkheden die zij zien in deze uitdagende tijd.

73% van de horecabeslissers heeft vertrouwen in het beleid dat de Nederlandse overheid op dit moment voert. Binnen restaurants (77%) ligt het vertrouwen iets hoger dan binnen cafetaria's (70%). Beslissers geven aan vertrouwen te hebben in de gekozen aanpak: de overheid maakt beslissingen op basis van experts en een totale lockdown is (nog) niet aan de orde. Er bestaan wel grote twijfels over hoe lang de maatregelen gaan aanhouden en welke gevolgen dit zal hebben voor de horecamarkt. De angst is groot dat er bedrijven zullen omvallen. Voor een deel van de beslissers loopt de overheid achter de feiten aan en zou zij harder mogen optreden. Zo zijn er nog veel bedrijven in andere sectoren geopend op dit moment, maar wordt de foodservicemarkt aan alle kanten gesloten.

“Ik vertrouw op de samenwerking tussen de specialisten en de overheid. Dit is nieuw en pas achteraf weten we wat de beste reactie geweest zou zijn.”

Ondanks dat de meerderheid vertrouwen heeft in het beleid van de overheid, geeft 42% van de beslissers aan dat het voor hen nog niet duidelijk is op welke maatregelen zij kunnen terugvallen. Zo is het nog niet duidelijk waar je terecht kunt voor specifieke informatie en wordt er verschillende informatie vanuit diverse instanties gegeven. Daarnaast is het niet duidelijk onder welke voorwaarden je aanspraak kunt maken op ondersteuning en welke voorwaarden er gelden voor het aanbieden van de mogelijkheid tot afhalen.

Grootste zorg om eigen gezondheid en van naasten

Beslissers hebben veel zorgen over hun eigen gezondheid, maar nog meer over de gezondheid van de (kwetsbare) mensen om hen heen en het personeel in de zaak. Daarnaast bestaat er veel onzekerheid over hoe lang de huidige maatregelen gaan duren en welke gevolgen dit voor de economie en de eigen zaak gaat hebben (bestaat mijn zaak straks nog wel?). Zorgen om personeel en de kosten die daarmee gemoeid zijn, hebben beslissers nu (nog) niet. De overgrote meerderheid geeft aan om personeel (ook korte contracten) zo lang mogelijk te behouden indien mogelijk. Mochten de maatregelen nog veel langer aanhouden, kan dit wel noodzakelijk worden.

27% kans dat bedrijf in 2021 niet meer bestaat

Mochten de maatregelen langer aanhouden dan de aangekondigde drie weken, dan houden horecabedrijven het gemiddeld nog drie maanden vol. Echter, 18% geeft aan het slechts drie weken of minder vol te kunnen houden. Cafetariabeslissers geven gemiddeld aan het langer vol te kunnen houden (14 weken) dan hun collega's vanuit de restaurantmarkt (10 weken). Dit heeft onder andere te maken met grote verschillen tussen beide segmenten in de verwachting over omzetverlies over 2020.

De gemiddelde cafetaria verwacht € 45.000,- minder omzet te genereren, terwijl restaurants het verlies voor dit jaar gemiddeld op € 107.500,- inschatten. We hebben beslissers gevraagd hoe groot zij de kans inschatten dat zij in 2021 niet meer bestaan. Gemiddeld geven zij aan dat de kans 27% is dat zij in 2021 niet meer bestaan.

verwacht omzetverlies in 2020			
cafetaria		restaurant	
minder dan € 10.000	8%	minder dan € 20.000	13%
€ 10.000 - € 20.000	22%	€ 20.000 - € 40.000	13%
€ 20.000 - € 30.000	20%	€ 40.000 - € 60.000	27%
€ 30.000 - € 40.000	11%	€ 60.000 - € 100.000	15%
€ 40.000 - € 60.000	22%	€ 100.000 - € 200.000	12%
€ 60.000 - € 100.000	8%	€ 200.000 - € 300.000	8%
€ 100.000 - € 300.000	11%	€ 300.000 - € 500.000	12%

“Als de regering beloofd wat ze zullen doen, komen we er wel bovenop. Maar er moet wel snel gehandeld worden...”

Nevenactiviteiten leveren restaurants slechts klein deel van de inkomsten op, voor cafetaria's juist relatief veel

40% van de cafetaria's doet op dit moment aan bezorging. Cafetaria's die bezorgen verdienen hiermee 32% van de totale inkomsten die zij normaliter verdienen. De mogelijkheid tot afhalen wordt veelvuldig aangeboden (77%). Cafetaria's waar afgehaald kan worden, verdienen hiermee 50% van de totale inkomsten die zij normaliter verdienen.

Voor restaurants ziet de verdeling er heel anders uit. Enerzijds bieden restaurants minder vaak bezorging (8%) en de mogelijkheid tot afhalen aan (25%). Aan de andere kant verdienen restaurants een stuk minder met deze activiteiten. Met bezorging wordt 17% van de totale inkomsten verdiend die restaurants normaliter verdienen, terwijl dit bij afhalen met 15% net iets lager ligt.

Klein deel van de outlets start met bezorging

6% van de outlets is sinds het sluiten van de horeca door toedoen van het coronavirus gestart met het aanbieden van bezorging. Voor cafetaria's (8%) ligt dit percentage net iets hoger dan voor restaurants (5%). Het grootste gedeelte van de bezorgende cafetaria's bood dit al langer bezorging aan, waardoor er nu mogelijk niet nog meer cafetaria's hiermee starten.

	bezorging, mee gestart:		
	pas sinds corona	afgelopen jaar	meer dan een jaar
restaurants	5%	2%	2%
cafetaria's	8%	0%	32%

Van de outlets die niet aan bezorging doen, geeft een grote meerderheid (83%) aan dit ook niet van plan te zijn. Cafetaria's die nog niet bezorgen, zijn vaker van plan om te gaan bezorgen (23%) dan restaurants die dit nu nog niet doen (13%). Outlets die van plan zijn om te gaan bezorgen verwachten hier gemiddeld 21% van hun normale inkomsten mee te kunnen verdienen. Cafetaria's hebben een hogere verwachting van inkomsten uit bezorging (27%) dan restaurants (14%).

Redenen om niet te bezorgen zijn:

- te weinig personeel
- te veel concurrentie op de huidige bezorgmarkt
- te hoge investering in een onzekere tijd
- geen capaciteit om bezorging te implementeren

Redenen om wel te bezorgen zijn:

- toch inkomsten genereren
- gasten helpen die niet kunnen of durven komen

“Als de klant niet meer naar ons kan komen, dan moeten wij het maar naar de klant gaan brengen.”

Restaurants starten relatief vaak met afhalen door corona-crisis

15% van de restaurants is sinds de corona-crisis begonnen met het aanbieden van de mogelijkheid tot afhalen. Dit is een forse toename ten opzichte van de 10% van de restaurants die voorafgaand aan de corona-crisis al de mogelijkheid tot afhalen aanbood aan gasten.

	afhalen, mee gestart:		
	pas sinds corona	afgelopen jaar	meer dan een jaar
restaurants	15%	2%	8%

Van de restaurants die nu niet aan afhalen doen, geeft een grote meerderheid (89%) aan dit ook niet van plan te zijn. Dit kan verklaard worden door de inschatting die zij maken in de mogelijke inkomsten die hiermee gegenereerd kunnen worden. Restaurantbeslissers hebben namelijk een lage verwachting van de inkomsten die zij hiermee kunnen verdienen (9% van de inkomsten die zij normaliter verdienen in hun zaak).

Redenen om niet af te halen zijn:

- te grote gok met kans op lockdown
- te weinig vraag naar
- levert te weinig op gezien de kosten

Redenen om wel af te halen zijn:

- het biedt nieuwe kansen
- genereert extra inkomsten

“Bij een eventuele lockdown kunnen we dan weer alle spullen weggooien. Dat risico willen we nu liever niet nemen.”

Weinig behoefte aan hulp vanuit fabrikant of grossier

66% van de beslissers geeft aan geen behoefte aan hulp te hebben vanuit de fabrikant of de grossier. Beslissers die wel behoefte hebben aan hulp geven de volgende zaken aan:

- uitstel van betaling op inkopen
- leuke (kortings)acties zodra de outlets weer open mogen gaan
- ophalen/vervangen van voedingsmiddelen die over datum dreigen te gaan

“We hebben allemaal een probleem. Wijzelf, maar ook de groothandel en andere partijen in de keten. Laten we deze problemen allemaal zelf proberen op te lossen.”

De hulpvraag omtrent ophalen/vervangen van voedingsmiddelen die over de datum dreigen te gaan, komt niet uit de lucht vallen. Op zondag 15 maart moest de horeca onaangekondigd zijn deuren sluiten. Veel horecagelegenheden werden op deze manier gedwongen om een oplossing te vinden voor de voorraad die zij op dat moment nog in huis hadden. Een deel kon helaas niet gered worden en is weggegooid, maar voor veel producten is een alternatief gevonden:

- invriezen op de zaak voor later gebruik
- meegeven aan werknemers en/of gasten
- schenken aan de Voedselbank
- afgeven bij verzorgingstehuis
- zelf thuis consumeren

Nieuwe initiatieven ontstaan in moeilijke tijden: cadeaukaart meest gebruikt

22% van alle outlets (32% restaurant, 12% cafetaria's) grijpt deze lastige tijd aan om nieuwe initiatieven te ontplooiën. Het meest genoemde initiatief waar bedrijven zich bij aansluiten is het verkopen van waardebonnen/cadeaubonnen (10% van de outlets) om op een later tijdstip weer in te leveren. Daarnaast starten bedrijven met bezorging, mogelijkheid tot afhalen en wordt de belastingadviseur geraadpleegd om te bekijken welke mogelijkheden er zijn met uitstel van betalingen.

Tips van en voor beslissers!

- Doe waar je goed in bent en maak geen gekke sprongen! Probeer vooral rustig en jezelf te blijven.
- Houd contact met je personeel, vraag hoe het met ze gaat en waar je kan helpen.
- Wees inventief en blijf vooral de regelingen volgen.
- Blijf betrokken en zorg dat je snel weer kunt beginnen. Cadeaubonnen zijn leuk, maar het de echte omzet draaien we straks weer.
- Denk vooral aan je eigen gezondheid en die van anderen. We komen er wel weer uit!
- Vraag uitstel aan van betalingen aan belastingen, huur, energie en vraag compensatie voor personeel en jezelf aan.
- Als je aan afhalen/bezorgen begint, zorg dan voor wisselende gerechten voor een aantrekkelijke prijs.
- Blijf positief en blijf vooral goed communiceren met je gast. Als het voorbij is, heb je hen weer nodig!
- Gebruik je gezonde verstand en probeer omzet te genereren, maar houd je eigen gezondheid en die van anderen in de gaten.
- Geld verdienen is leuk.... maar gezond zijn is leuker!
- Goed blijven nadenken en niet teveel in paniek raken. We zitten allemaal in hetzelfde schuitje en meer dan je best doen kan niet.
- Vraag anderen met ervaring om advies als je wilt starten met bijvoorbeeld bezorging.

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-cafés 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.