

Horeca Barometer

Periode: tweede kwartaal 2010

In samenwerking met en in opdracht van:

Bedrijfschap Horeca en Catering

Datum: 29 juli 2010

Project: 92496



bedrijfschap Horeca en Catering

Copyright:

Gebruik en overname van (delen van) dit rapport is toegestaan mits de bron wordt vermeld.

Inhoudsopgave	pagina
1. Samenvatting	2
2. Onderzoeksopzet	4
2.1 Doelstelling	4
2.2 Methode	4
2.3 Responsverantwoording	5
2.4 Vragenlijst	5
2.5 Over dit rapport	6
3. Horecabarometer tweede kwartaal 2010	7
3.1 Omzetsdaling het grootst in de dranken- en restaurantsector	7
3.2 Verwachtingen voor het derde kwartaal 2010	16
3.3 Vooral de drankensector heeft profijt van het WK voetbal	20

1. Samenvatting

Omzetzaling horeca in tweede kwartaal 2,7%

In het tweede kwartaal van 2010 meldt bijna de helft (45%) van de horecabedrijven een omzetzaling ten opzichte van dezelfde periode in 2009. Drie op de tien horecabedrijven melden een omzetzstijging.

In de dranken- en restaurantsector is de gemiddelde omzetzaling het sterkst. Hetzelfde geldt voor de middelgrote bedrijven (met een loonsom van €20.000 tot €160.000 per jaar). Horecabedrijven in het westen (regio 2, buiten de grote steden) melden een grotere omzetzaling dan bedrijven in de overige regio's van Nederland.

Gemiddelde omzetzontwikkeling in de Nederlandse horeca in het tweede kwartaal van 2010 t.o.v. dezelfde periode een jaar eerder, per sector

Sector	Gemiddelde omzetzontwikkeling (%)	Bandbreedte ¹ (%)
Drankensector	-3,5	-5,7 tot -1,4
Fastservicesector	-2,7	-4,6 tot -0,7
Restaurantsector	-4,0	-6,1 tot -2,0
Hotelsector	0,0	-1,4 tot +1,3
Totaal	-2,7	-3,7 tot -1,8

Basis: alle horecaondernemers (n=622)

De economische omstandigheden worden vaak genoemd als reden voor de omzetzaling. Vier op de tien ondernemers in de horeca geven aan dat het aantal gasten in hun bedrijf is afgenomen. Ook is in ruim een derde van de horecabedrijven de gemiddelde besteding per gast afgenomen. De vaste gasten komen in een derde van de bedrijven minder vaak.

Drie op de tien horecaondernemers hebben in het tweede kwartaal maatregelen genomen om de bedrijfsvoering te verbeteren. Men heeft voornamelijk bezuinigd op personeel en meer reclame gemaakt.

¹ De bandbreedte is de marge waarbinnen met 95% zekerheid de werkelijke omzetzontwikkeling valt. De bandbreedte wordt bepaald door de gemiddelde spreiding van de antwoorden en de steekproefgrootte.

In de komende 12 maanden overwegen negen op de tien horecaondernemers om maatregelen te nemen. Naast een kostenbesparing op energie en inkoop, worden ook meer acties en aanbiedingen overwogen.

Zeven op de tien horecaondernemers melden over voldoende personeel te beschikken voor het derde kwartaal. Per saldo worden er dan ook geen sterke ontwikkelingen verwacht in het aantal banen. Het aantal horecaondernemingen dat aangeeft meer personeel nodig te hebben, ligt ongeveer gelijk aan het aantal dat minder nodig heeft.

Ondanks dat in bijna de helft van de horecagelegenheden het WK gevolgd kon worden, zagen de meeste bedrijven door het WK het aantal gasten afnemen ten opzichte van vorig jaar. Met uitzondering van de drankensector, die relatief het meest heeft kunnen profiteren van het WK. Ruim een derde van de ondernemers in deze sector geeft aan dankzij het WK meer gasten te hebben dan in dezelfde periode vorig jaar. Voor de overige sectoren ligt dit percentage beduidend lager.

2. Onderzoeksopzet

2.1 Doelstelling

Het onderzoek geeft inzicht in de omzetontwikkeling, de verklaringen hiervoor, de toekomstverwachtingen en de trends in de horeca. Daarnaast wordt in kaart gebracht wat de horecaondernemer bezighoudt.

2.2 Methode

Het onderzoek is telefonisch uitgevoerd vanuit ons callcenter in Amsterdam met behulp van Computer Assisted Telephone Interviewing (CATI) in de periode van 5 tot en met 15 juli 2010. Ervaren business-to-business-interviewers zijn ingezet op het project. Dit is de zevende meting sinds januari 2009.

Voor dit project onderscheiden we vier sectoren binnen de horecabranche: de dranken-, fastservice-, restaurant- en hotelsector.

Populatie juni 2010 en steekproefrealisatie juli 2010

Sector	Populatie	Steekproef
Drankensector	17.441	145
Fastservicesector	10.155	152
Restaurantsector	10.861	157
Hotelsector	3.059	168
Totaal	41.516	622

Om representatieve uitspraken te kunnen doen over de gehele sector, zijn de resultaten herwogen naar de werkelijke populatie. Er is gewogen op sector en bedrijfsgrootte (loonsom).

2.3 Responsverantwoording

Responsverantwoording telefonisch onderzoek

	Aantal	
Totaal aantal gebruikte telefoonnummers	4897	
Geen geschikte respondent /respondent onbekend	223	
Onbereikbare nummers totaal	1830	
- Bij herhaalde poging in gesprek, geen gehoor, voicemail, antwoordapparaat	1486	
- Afgesloten telefoonnummers	160	
- Niet werkend telefoonnummer, o.a.: fax, modem	184	
Totaal aantal bereikte telefoonnummers van geschikte respondenten	2844	100%
Respondent niet beschikbaar tijdens veldwerkperiode	347	
Aantal openstaande afspraken	834	
Weigering voor / tijdens gesprek	1041	
Aantal afgeronde gesprekken (respons)	622	22%

In totaal hebben 1.041 benaderde horecaondernemers hun medewerking aan het onderzoek geweigerd. De respons van deze meting is voldoende om representatieve uitspraken te doen voor de gehele doelgroep populatie.

2.4 Vragenlijst

In de vragenlijst zijn de volgende onderwerpen aan de orde gekomen:

- omzetmutatie tweede kwartaal (Q2 2010 t.o.v. Q2 2009);
- verklaringen voor omzeteffecten;
- wat leeft er/wat houdt de horecaondernemer bezig?

2.5 Over dit rapport

De uitkomsten van het voorliggende enquêteonderzoek zijn met behulp van weegfactoren herberekend om zo de representativiteit te bevorderen. Het onderzoek wordt gekenmerkt door specifieke uitgangspunten en werkwijzen, bijvoorbeeld het registratiebestand van het bedrijf Horeca en Catering als populatiekader, de horecavestiging als onderzoekseenheid, een onderverdeling van de horecabranche naar sector en grootteklasse (op basis van loonsomklasse) ten behoeve van bovengenoemde herberekening, telefonisch onderzoek met behulp van Computer Assisted Telephone Interviewing (CATI). Andere uitgangspunten en werkwijzen zullen uiteraard van invloed zijn op de uitkomsten en zullen de vergelijkbaarheid met andere soortgelijke onderzoeken onvolledig maken.

3. Horecabarometer tweede kwartaal 2010

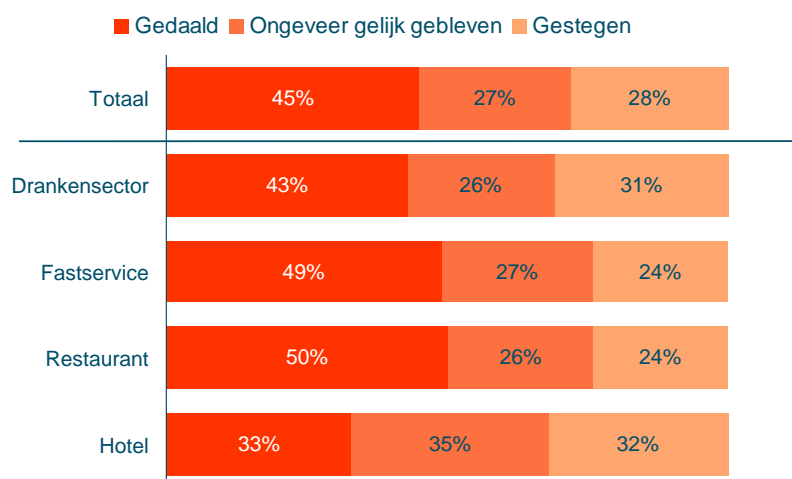
3.1 Omzetzaling het grootst in de dranken- en restaurantsector

De gemiddelde omzetzaling in de horeca in het tweede kwartaal 2010 bedraagt 2,7%. Met name ondernemers in de dranken- en restaurantsector geven gemiddeld genomen aan een lagere omzet te hebben behaald dan in dezelfde periode een jaar eerder.

45% van de horecabedrijven meldt een omzetzaling

Bijna de helft van de horecabedrijven meldt in het tweede kwartaal 2010 een omzetzaling ten opzichte van het tweede kwartaal 2009. Drie op de tien horecabedrijven melden een omzetstijging. In de hotel- en drankensector bevinden zich relatief de meeste bedrijven die een omzetstijging melden (respectievelijk 32% en 31%).

Is de omzet in uw vestiging in het tweede kwartaal van 2010, ten opzichte van het tweede kwartaal 2009, gestegen, gedaald of gelijk gebleven?



Basis: alle horecabedrijven (n=622)

De gemiddelde omzetzaling in het tweede kwartaal van 2010 is 2,7%

Horecabedrijven met een omzetzaling melden gemiddeld een omzetzaling van 16% in het tweede kwartaal van 2010 ten opzichte van het tweede kwartaal 2009. Bedrijven met een omzetzaling melden gemiddeld een stijging van 11%.

De onderstaande tabel geeft het gemiddelde weer van alle horecabedrijven, dus ook van de bedrijven waarin de omzet in het tweede kwartaal van dit jaar gelijk was aan dezelfde periode vorig jaar.

Gemiddelde omzetzaling in de Nederlandse horeca in het tweede kwartaal van 2010 t.o.v. dezelfde periode een jaar eerder, per sector

Sector	Gemiddelde omzetzaling (%)	Bandbreedte ² (%)
Drankensector	-3,5	-5,7 tot -1,4
Fastservicesector	-2,7	-4,6 tot -0,7
Restaurantsector	-4,0	-6,1 tot -2,0
Hotelsector	0,0	-1,4 tot 1,3
Totaal	-2,7	-3,7 tot -1,8

Basis: alle horecaondernemers (n=622)

Bedrijven in de dranken- en restaurantsector melden in het tweede kwartaal gemiddeld de grootste omzetzaling ten opzichte van dezelfde periode in 2009.

De gemiddelde omzetzaling is verschillend tussen de bedrijfsgroottes³.

Middelgrote grote bedrijven melden relatief de grootste omzetzaling. Grote bedrijven, met name in de hotelsector, melden juist de kleinste omzetzaling.

Regionaal gezien is de omzetzaling het sterkst in het westen (regio 2)⁴. De gemiddelde omzetzaling voor alle horecabedrijven bedraagt daar gemiddeld 4,4%. In het noorden is de omzetzaling beperkt tot 0,8%.

² De bandbreedte is de marge waarbinnen met 95% zekerheid de werkelijke omzetzaling valt. De bandbreedte wordt bepaald door de gemiddelde spreiding van de antwoorden en de steekproefgrootte.

³ De bedrijfsgrootte is berekend aan de hand van de loonsom per jaar. Kleine bedrijven: tot €20.000; Middelgrote bedrijven: €20.000 tot €160.000; Grote bedrijven: vanaf €160.000.

Gemiddelde omzetontwikkeling in de Nederlandse horeca in het tweede kwartaal van 2010 t.o.v. dezelfde periode een jaar eerder, per Nielsen-regio

Nielsen-regio	Gemiddelde omzetontwikkeling (%)	Bandbreedte (%)
Grote steden	-2,1	-4,5 tot 0,4
Rest West	-4,4	-6,5 tot -2,4
Noord	-0,8	-2,8 tot 1,2
Oost	-1,8	-3,6 tot 0,0
Zuid	-2,7	-4,4 tot 1,0
Totaal	-2,7	-3,7 tot -1,8

Basis: alle horecaondernemers (n=622)

Ondernemers hebben nog steeds last van de economische crisis

Aan de horecaondernemers met een omzetsdaling in het tweede kwartaal van 2010 is gevraagd welke oorzaken zij konden noemen voor deze omzetsdaling.

Door ruim de helft van de bedrijven wordt de economische crisis genoemd als één van de oorzaken van de omzetsdaling. De weersomstandigheden worden door twee op de tien horecabedrijven als reden gegeven. Daarnaast noemt min of meer eenzelfde aantal bedrijven het rookverbod en de mindere uitgaven door hun klanten als mogelijke oorzaak van de omzetsdaling. Ook geven twee op de tien horecabedrijven aan minder boekingen of zakelijke klanten te hebben. Ongeveer één op de tien horecaondernemers wijt de omzetsdaling mede aan het WK. Dit geldt meer dan gemiddeld in de restaurant- en hotelsector.

⁴ Grote steden: Amsterdam, Rotterdam en Den Haag met randgemeenten (1); Rest West: Overige gemeenten in Zuid-Holland, Noord-Holland en Utrecht (2); Noord: Groningen, Friesland en Drenthe (3); Oost: Overijssel, Gelderland en Flevoland (4); Zuid: Zeeland, Noord-Brabant en Limburg (5).

Kunt u voor uw bedrijf de oorzaken aangeven van deze omzetzdaling in het tweede kwartaal van 2010? (in %, meerdere antwoorden mogelijk)

	Totaal	Dranken sector	Fast-service	Restaurant	Hotel
Economische omstandigheden/het gaat slechter met de economie	54	36	69	64	62
Weersomstandigheden/slecht weer gehad	21	22	21	20	18
Invoering van rookverbod	19	35	4	11	17
Klanten besteden minder	19	24	17	17	6
Minder boekingen/minder zakelijke klanten	19	22	14	20	13
WK voetbal	9	6	7	14	13
Toegenomen concurrentie	6	6	8	2	10
Minder toeristen	6	6	4	6	7
Moeilijker bereikbaar/de straat lag open	5	1	12	6	3
Tijdelijk gesloten geweest door verbouwing en/of persoonlijke omstandigheden	2	0	3	5	0
(Gebrek aan goed) Personeel/Personeelsproblemen	1	0	0	3	5
Gemeentelijke wetgeving (sluitingstijden, terrasopening, geluidsoverlast)	1	0	3	1	0
Klanten blijven weg door hogere prijzen	1	0	0	2	1
Lagere kamerprijzen	0	0	0	0	1
Andere redenen, namelijk:	5	6	7	2	5
Weet niet	3	3	4	2	6
Totaal (exclusief 'weet niet')	168	164	169	173	161
n (absoluut)	265	63	71	81	50

Basis: horecabedrijven met een omzetzdaling in het tweede kwartaal 2010 (n=265)

Groene arcering betekent dat het verschil met één of meerdere kolommen significant is.

Als we vragen wat de *belangrijkste* oorzaak is van de omzetzdaling, dan noemt men:

- de crisis (39%)
- de weersomstandigheden (14%)
- rookverbod (13%)

WK voetbal veelgenoemde oorzaak voor omzetstijging

Horecabedrijven met een omzetstijging noemen verschillende oorzaken voor deze stijging. De meest genoemde reden is het WK voetbal. Met name de drankensector heeft hiervan kunnen profiteren.

Kunt u voor uw bedrijf de oorzaken aangeven van deze omzetstijging in het tweede kwartaal van 2010? (in %, meerdere antwoorden mogelijk)

	Totaal	Dranken- sector	Fast- service	Restau- rant	Hotel
Het WK voetbal	17	28	10	6	5
Promotie, reclame	12	7	22	15	9
Meer feesten (bruiloften e.d.)	12	20	3	6	4
Meer klanten	12	14	7	11	16
Meer naamsbekendheid	10	4	23	11	13
Goede kwaliteit	10	2	16	19	16
Gunstige weersomstandigheden	10	10	9	9	15
Andere formule/kaart/aanpak	9	4	22	6	8
Meer capaciteit/verbouwing	7	4	4	12	11
Bedrijf is pas begonnen/opbouwfase	5	0	11	9	10
Prijsverhogingen	5	3	3	11	1
Aantrekken van de economie	3	0	7	2	16
Invoering van het rookverbod (de asbakken zijn terug op tafel)	3	7	0	0	0
Mensen durven weer geld uit te geven	3	3	0	6	1
Meer verenigingen en clubs (klaverjassen, muziekverenigingen)	3	6	0	0	1
Meer vergaderingen, trainingen, seminars	2	2	3	1	4
Prijsverlagingen	2	0	5	0	14
De locatie beter te vinden	2	2	3	0	6
De recessie	1	0	5	0	0
Anders, namelijk:	6	6	7	4	7
Weet niet	4	2	3	3	14
Totaal (exclusief 'weet niet')	134	122	160	128	157
n (absoluut)	175	44	41	37	53

Basis: horecabedrijven met een omzetstijging in het tweede kwartaal 2010 (n=175)

Als we de horecaondernemers vragen naar de *voornaamste* oorzaak van de omzetsijging noemen bedrijven uiteenlopende redenen. Sommige ondernemers zien een omzetsijging dankzij het gunstige weer, anderen door meer reclame en promotie.

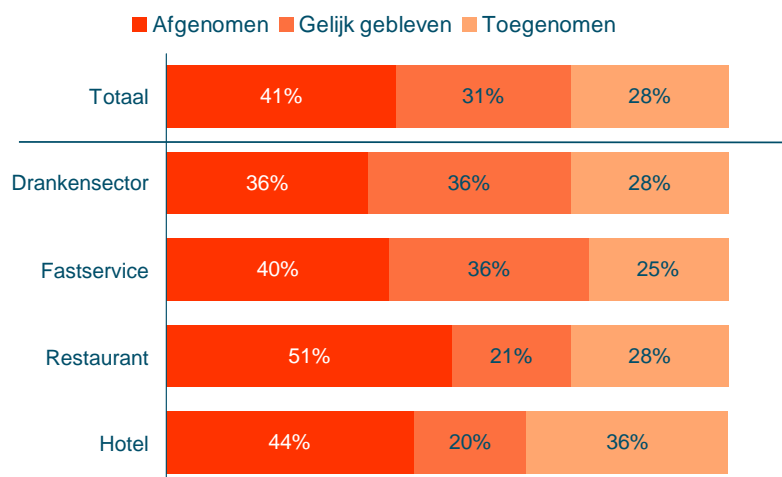
De meeste horecaondernemers noemen als voornaamste oorzaak:

- het WK voetbal (13%)
- meer naamsbekendheid (6%)
- goede kwaliteit (6%)

Aantal gasten en de besteding per gast lopen per saldo terug

Vier op de tien horecagelegenheden zagen in het tweede kwartaal van 2010 het aantal gasten teruglopen ten opzichte van dezelfde periode vorig jaar. In drie op de tien horecabedrijven is het aantal gasten juist toegenomen ten opzichte van een jaar eerder.

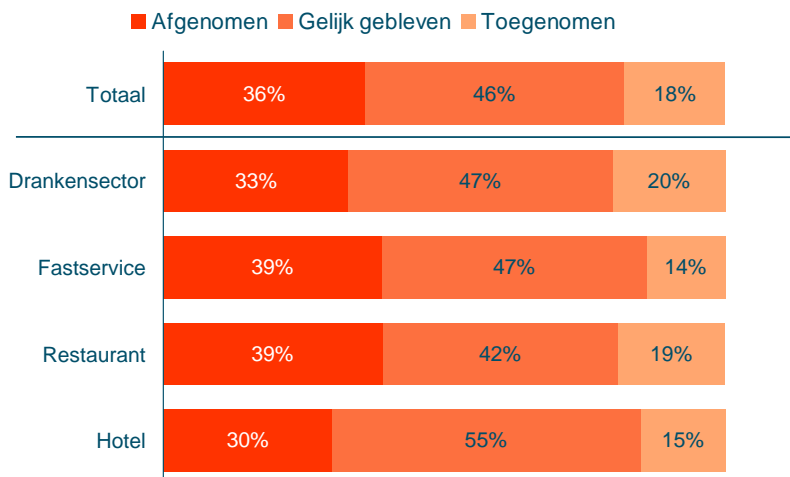
Als u het tweede kwartaal 2010 vergelijkt met het tweede kwartaal 2009 is naar uw inschatting het totaal aantal gasten in uw bedrijf dan (...)



Basis: alle horecabedrijven (n=622)

In bijna de helft van de horecabedrijven is in het tweede kwartaal van 2010 de gemiddelde besteding per gast ongeveer gelijk gebleven ten opzichte van dezelfde periode een jaar eerder. Ruim een derde van de bedrijven meldt echter een afname.

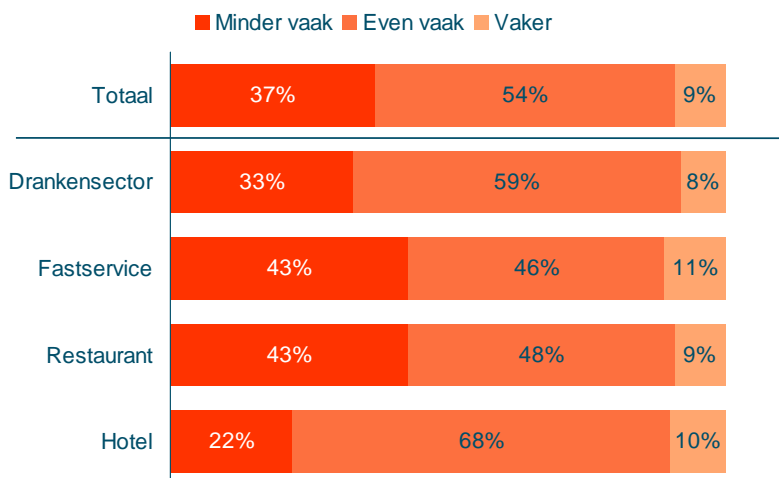
Als u het tweede kwartaal van 2010 vergelijkt met het tweede kwartaal van 2009 is naar uw inschatting de gemiddelde besteding per gast dan (...)



Basis: alle horecabedrijven (n=622)

In ruim een derde van de horecagelegenheden komen de vaste gasten in het tweede kwartaal 2010 minder vaak dan in dezelfde periode een jaar eerder. In de fastservice- en restaurantsector is deze terugloop relatief het sterkst.

Als u het tweede kwartaal 2010 vergelijkt met het tweede kwartaal 2009 komen de vaste gasten/klanten dan:

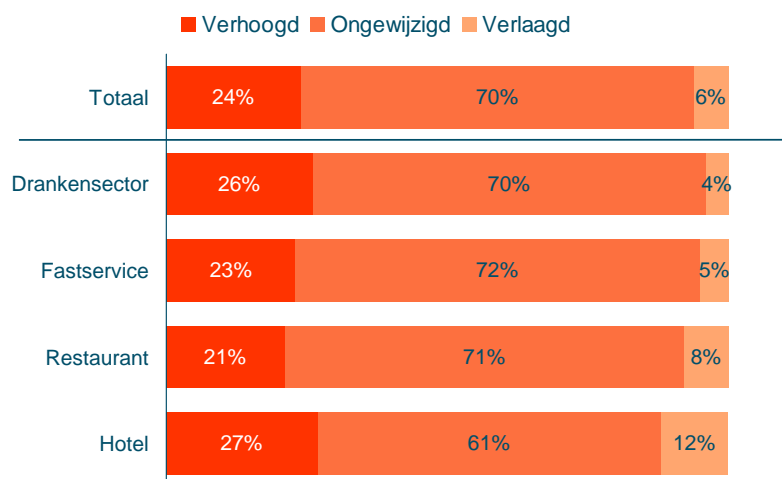


Basis: alle horecabedrijven (n=622)

Een kwart van de horecabedrijven heeft de prijzen verhoogd

In het tweede kwartaal van 2010 heeft een kwart van de horecaondernemers gemiddeld genomen de prijzen verhoogd. Met name in de hotel- en drankensector zijn er relatief veel ondernemers die hun prijzen hebben verhoogd.

Heeft u in het tweede kwartaal 2010 de verkoopprijzen gewijzigd? Zo ja, heeft u de prijzen gemiddeld genomen:



Basis: alle horecabedrijven (n=622)

Drie op de tien horecaondernemers hebben maatregelen genomen om de bedrijfsvoering te verbeteren

In het tweede kwartaal hebben drie op de tien (31%) horecaondernemers maatregelen genomen om de bedrijfsvoering te verbeteren. Bezuinigen op personeel is hierbij de meest genoemde maatregel. Een kwart van de horecaondernemers heeft de bedrijfsvoering verbeterd door meer reclame en promotie te maken.

Wat voor maatregelen heeft u genomen om de bedrijfsvoering in het tweede kwartaal van 2010 te verbeteren? (in %, meerdere antwoorden mogelijk)

	Totaal	Dranken -sector	Fast service	Restau- rant	Hotel
Minder personeel/personeel werkt minder	33	24	28	51	31
Meer promotie/reclame/marketing	23	21	20	27	31
Breder assortiment/nieuwe kaart	14	8	28	13	11
Kwaliteit, service verbeteren	10	9	7	14	13
Bezuinigen op inkoop	10	9	3	15	16
Verbouwing	10	10	13	7	9
Activiteiten organiseren/verenigingen/thema-avonden	10	13	2	14	4
Prijsverlaging	9	11	5	8	14
Vaker open, langer open	3	3	3	3	0
Rookruimte gemaakt	2	1	2	4	0
Anders, namelijk	33	35	32	29	36
Weet (echt) niet	1	0	2	1	1
Totaal (exclusief 'weet niet')	157	144	143	185	165
n (absoluut)	236	46	49	59	82

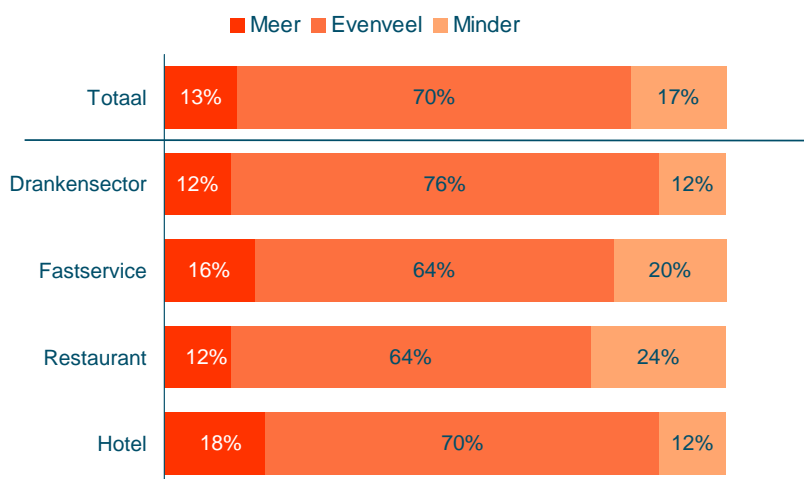
Basis: alle horecabedrijven waarin maatregelen zijn genomen (n=236)

Groene arcering betekent dat het verschil met één of meerdere kolommen significant is.

3.2 Verwachtingen voor het derde kwartaal 2010

Een ruime meerderheid van de horecaondernemers verwacht niet meer of minder personeel nodig te hebben in het derde kwartaal. Per saldo is er in het derde kwartaal evenveel personeel nodig als in het tweede kwartaal (0,0%).

Verwacht u in het derde kwartaal 2010 meer, evenveel of minder personeel nodig te hebben (in FTE) dan in het tweede kwartaal 2010?



Basis: alle horecabedrijven (n=622)

Evenveel FTE'ers verwacht in het derde kwartaal

Aan de horecabedrijven die verwachten meer of minder personeel nodig te hebben, is gevraagd hoeveel FTE (fulltime equivalent) zij meer of minder nodig hebben. De onderstaande tabel geeft de gemiddelde ontwikkeling van de werkgelegenheid weer bij alle horecaondernemers die in FTE hebben aangegeven hoeveel personeel zij meer of minder nodig hebben en de horecaondernemers die aangeven evenveel personeel te behoeven.

Gemiddelde verwachte werkgelegenheidsmutatie in de Nederlandse horeca in het derde kwartaal van 2010 t.o.v. het tweede kwartaal van 2010, per sector (in %)

Sector	Gemiddelde werkgelegenheidsmutatie (%)	Bandbreedte ⁵ (%)
Drankensector	0,1	-3,8 tot 4,1
Fastservicesector	1,1	-3,2 tot 5,4
Restaurantsector	-1,2	-4,3 tot 1,9
Hotelsector	0,3	-2,7 tot 3,2
Totaal	0,0	-1,8 tot 1,9

Basis: alle horecaondernemers (n=622)

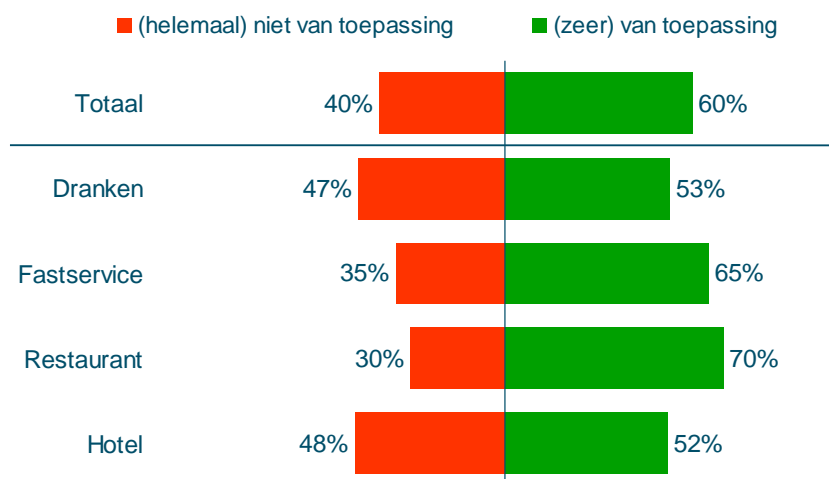
Over de gehele horeca zijn in het derde kwartaal van 2010 gemiddeld evenveel banen nodig als in het tweede kwartaal van 2010. In de fastservicesector worden iets meer banen verwacht, in de restaurantsector juist iets minder.

⁵ De bandbreedte is de marge waarbinnen met 95% zekerheid de werkelijke werkgelegenheidsmutatie valt. De bandbreedte wordt bepaald door de gemiddelde spreiding van de antwoorden en de steekproefgrootte.

Goed personeel vooral moeilijk te vinden in de fastservice- en restaurantsector

De meeste horecabedrijven hebben moeite met het vinden van goed personeel. Met name de restaurant- en fastservicesector komen moeilijk aan goed personeel. Dit beeld komt overeen met de vorige metingen.

Kunt u aangeven in hoeverre de volgende stelling op uw bedrijf van toepassing is? Het is moeilijk om aan goed personeel te komen.



Basis: alle horecabedrijven (n=622)

Aan de horecaondernemers die moeite hebben met het vinden van goed personeel, is gevraagd op welke afdelingen dit probleem speelt. Men is vooral op zoek naar goed bedienend personeel (69%). Dit geldt voornamelijk voor ondernemers in de restaurantsector (78%) en de drankensector (75%). De helft (49%) is daarnaast nog op zoek naar goed keukenpersoneel. Dit speelt logischerwijs vooral in de restaurantsector (69%) en de fastservicesector (59%). Deze cijfers zijn vergelijkbaar met eerdere metingen.

Negen op de tien horecaondernemers overwegen maatregelen in de komende twaalf maanden

Aan de horecaondernemers is gevraagd welke maatregelen of acties men in de komende twaalf maanden overweegt om het bedrijfsresultaat te verbeteren. Maatregelen om de kosten te beperken worden het vaakst genoemd. De meeste ondernemers geven dan ook aan te willen besparen op energie en inkoop. Toch overweegt de helft ook om meer aanbiedingen en acties te gaan doen.

Welke van de volgende maatregelen/acties zou u in de komende twaalf maanden in overweging nemen om uw bedrijfsresultaat te verbeteren? (in %)

	Totaal	Dranken- sector	Fast service	Restau- rant	Hotel
Besparen op energie	59	58	58	62	66
Bezuinigen op inkoop	56	63	49	52	62
Meer aanbiedingen en acties	49	44	53	50	56
Bezuinigen op personeel	44	38	45	52	41
Bezuinigen op investeringen	43	44	42	42	39
Meer activiteiten organiseren	39	46	28	39	35
Meer samenwerken met collega- ondernemers	37	38	30	39	43
Prijzen verhogen om winstmarge te verbeteren	23	24	26	19	24
Meer adverteren in lokale media	19	14	22	25	15
Andere openingstijden	15	12	16	20	7
Prijzen verlagen om meer klanten te trekken	7	3	9	10	15
Geen van deze	8	8	7	9	10
Totaal (exclusief 'geen van deze')	391	384	378	410	403
n (absoluut)	622	145	152	157	168

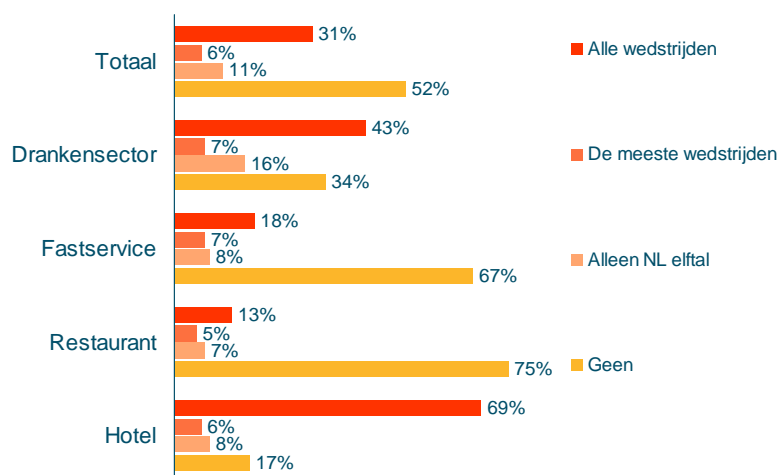
Basis: alle horecaondernemers (n=622)

Groene arcering betekent dat het verschil met één of meerdere kolommen significant is.

3.3 Vooral de drankensector heeft profijt van het WK voetbal

Bijna de helft (49%) van de horecagelegenheden bood gasten de mogelijkheid om de WK-wedstrijden te bekijken. Dit geldt met name voor ondernemers in de hotelsector (83%) en de drankensector (66%). In drie op de tien bedrijven waar het WK gevolgd kon worden, konden de gasten alle wedstrijden kijken. Wederom ligt dit aantal hoger onder bedrijven in de hotel- en drankensector.

Hoeveel wedstrijden kunnen de gasten in uw horecagelegenheid bekijken?

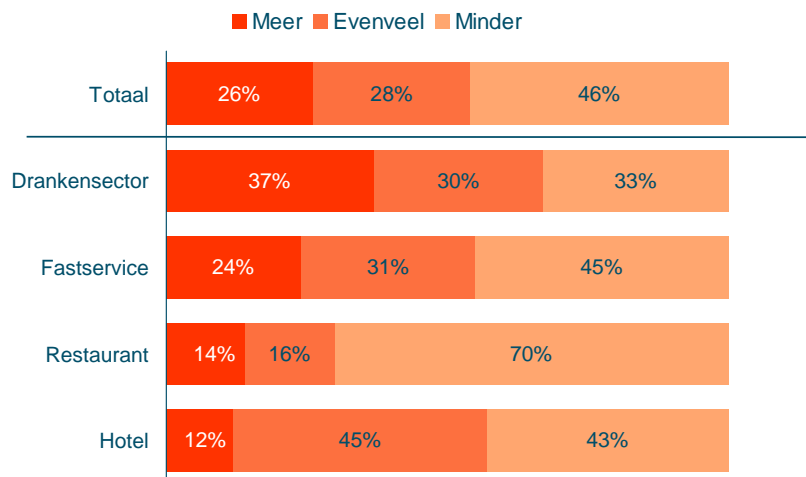


Basis: alle horecabedrijven (n=622)

Restaurantsector ziet grootste afname in gasten dankzij het WK

Toch heeft bijna de helft van de horecagelegenheden minder gasten ontvangen door het WK. Deze terugloop is relatief het hoogst in de restaurantsector. De drankensector heeft daarentegen wel kunnen profiteren van het WK. In deze sector geeft ruim een derde aan meer gasten te hebben gehad dankzij het WK.

Heeft u door het WK meer, evenveel of minder gasten dan in dezelfde periode een jaar geleden?



Basis: alle horecabedrijven (n=622)

Auteursrecht

© Synovate BV. Alle rechten voorbehouden.

De concepten en ideeën die u in dit document worden aangeboden zijn intellectueel eigendom van Synovate. Deze zijn strikt vertrouwelijk van aard en worden u aangeboden met dien verstande dat zij door u strikt vertrouwelijk behandeld dienen te worden en dat van de hiervoor genoemde concepten en ideeën geen gebruik zal worden gemaakt. Bij het aanleveren van dit document aanvaardt of veronderstelt Synovate geen verantwoordelijkheid voor enig ander doeleinde of tegenover enig andere persoon aan wie dit rapport wordt getoond of die het eventueel in handen krijgt, behalve in het geval waar dit uitdrukkelijk is overeengekomen door middel van onze voorafgaande schriftelijke toestemming.