

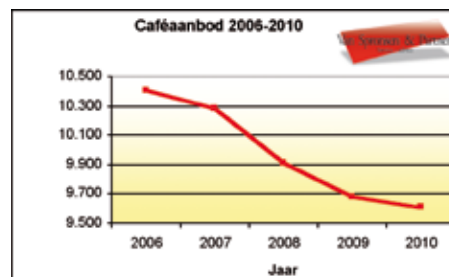
'CAFÉSECTOR IN CIJFERS'

Na een zeer forse daling in 2008 en 2009, is het caféaanbod in 2010 'slechts' met 0,8% gedaald. Absoluut gezien hebben 74 cafés hun deuren gesloten. Dat blijkt uit een analyse van het bedrijf Horeca en Catering en een onderzoek van Van Spronsen & Partners horeca-advies uit Warmond.

Tekst: Van Spronsen & Partners

DALING CAFÉS ZET DOOR, MAAR STAGNEERT

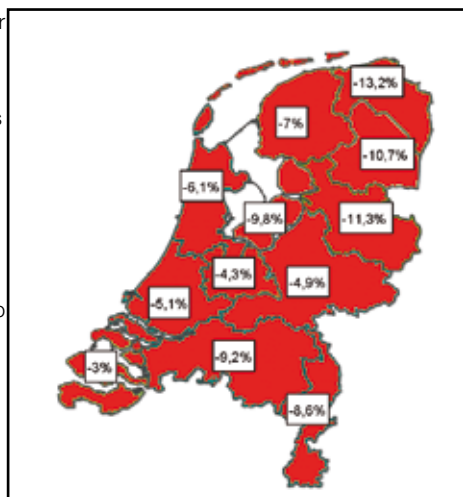
In 2010 telde Nederland nog maar 9.604 cafés, terwijl dit aantal in 2006 op 10.402 lag; een daling van ruim 7%. De sterkste daling deed zich voor in 2008 en 2009, toen het aanbod respectievelijk met ruim 3,5% en bijna 2,5% daalde. De, op het eerste oog, logische verklaring hiervoor zou de economische crisis zijn, maar deze kwam te laat om als geldige reden gebruikt te worden.



UITGEROOKT

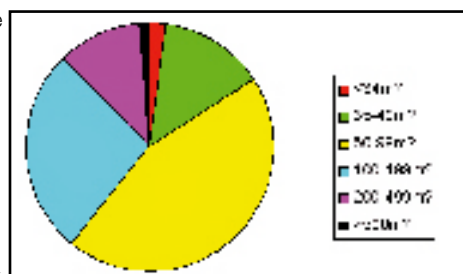
Ook de in eerste aanleg logische verklaring voor deze grote daling, het rookverbod, welke op 1 juli 2008 van kracht is gegaan in de Nederlandse horeca, telt niet omdat het gaat om de cijfers op peildatum 1 juli van elk jaar. Mogelijk hebben in 2008 ondernemers met op dat moment al een mager rendement niet wilden investeren in rookruimte en zijn toen gestopt.

Het rookverbod heeft natuurlijk wel invloed op de cijfers van 2009 en 2010. Dit is voornamelijk een grote aanslag geweest op de buitenstedelijke kleinschalige cafébedrijven, waar vaker een parttime horecaondernemer aan het roer staat. Na de invoering van het rookverbod nam de sociale functie door het buitenroken af, kwamen er minder gasten, was de lol er af voor dit type ondernemer, en gebruikte dat dan ook als reden het café te sluiten. De daling in het aanbod is dan ook het hardst gegaan in de provincies buiten de Randstad, en dan voornamelijk de noordoostelijke provincies. Groningen spant de kroon met een daling van ruim 13%, van 422 cafés in 2006 naar 364 cafés in 2010. Ook de ontvolking in dit soort regio's speelt hierbij een rol.



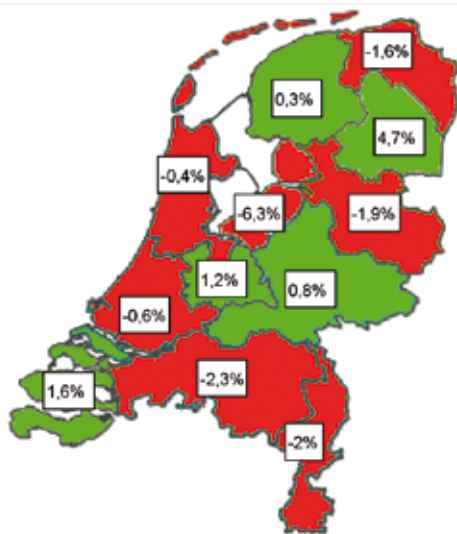
KLEINSCHALIGHEID MAAKT KWETSBAAR

Door de kleinschaligheid van de Nederlandse cafés is deze sector automatisch ook erg kwetsbaar. Ruim 60% van alle cafés in Nederland is kleiner dan 100m² en 45% van alle cafés bevindt zich binnen de categorie 50-99m². Gemiddeld beschikt een café over 112m² verkoopoppervlakte. De omzetten liggen hierdoor veel lager en wanneer er dan een deel wegvalt heeft dit een grotere impact



op de omzet dan bij andere, grotere horecagelegenheden. Voor de kleinste cafés biedt het kabinetsvoornemen om roken weer toe te staan voor de toekomst weer perspectief.

Procentuele ontwikkeling caféaanbod 2009-2010



OF 2010 EEN GOED JAAR IS GEWEEST?

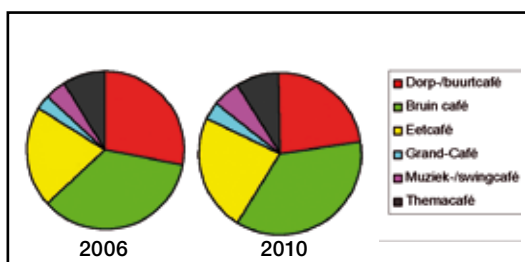
Tussen 2009 en 2010 is de daling in het aanbod redelijk gestagneerd; het aanbod daalde met 'slechts' 0,8%. In totaal hebben 74 cafés de deuren gesloten. Ten opzichte van de vorige jaren is sprake van een lichte verbetering. De provincies Drenthe, Zeeland, Utrecht, Gelderland en Friesland hebben zelfs het caféaanbod tussen 2009 en 2010 zien stijgen. De hoogste stijging heeft plaatsgevonden in Drenthe, waar het aantal cafés is gestegen van 192 in 2009 naar 201 in 2010 (+4,7%). Goede hoop voor dus voor de komende jaren.

Belangrijk aspect hierbij is, en zeker nu tijdens (de nasleep van) economisch mindere tijden, dat de horeca 'duur' is en ook zo zal blijven in de ogen van de consument. De prijzen blijven jaarlijks stijgen en volgens het CBS stijgen deze vaak harder dan de jaarlijkse inflatie. Volgens marktonderzoeker Nielsen Company zal voorlopig de hand nog wel op de knip blijven. Consumenten maken zich nog teveel zorgen over het behoud van hun baan en de inflatie om de bestedingen omhoog te schroeven.

Volgens Food Service Instituut Nederland is tussen 2009 en 2010 de totale omzet vanuit de cafés gedaald met 3,4%, van € 1,18 miljard in 2009 naar € 1,14 miljard in 2010. Per café betekent dit een gemiddelde jaaromzet van circa € 118.000,-. De omzet van de totale drankensector is met bijna 5% afgenomen in vergelijking met 2009. In deze mindere tijden is het positief dat de totale drankenomzet tussen 2008 en 2009 met het dubbele is afgenomen, namelijk met 9,6%. Vanuit dat perspectief lijkt het er dan ook op dat de hardste klappen al gevallen zijn.

	Traditioneel café			
	Bezoekers % van totaal	Besteding per bezoek per gast	Prijsstijging in cafés	Effectieve waarde uitgaven
2006	15,9%	□ 11,10		
2007	15,6%	□ 11,00	3,5%	□ 10,60
2008	15,2%	□ 11,10	3,7%	□ 10,35
2009	12,7%	□ 10,90	4,6%	□ 9,75
2010	11,5%	□ 11,30	2,9%	□ 9,85

Echter wanneer we kijken naar de bestedingen binnen het traditionele café mist hier ieder teken van herstel. Op het eerste gezicht lijkt de besteding per bezoek per gast toegenomen, maar wanneer we dat afzetten tegen de sterke prijsstijgingen binnen de horeca, is de besteding in 2010 daadwerkelijk maar € 9,85 uitgedrukt in de waarde van euro's van 2006. In 2010 daalde ook het bezoekerspercentage nog eens met 9,5% ten opzichte van 2009. In 5 jaar tijd is liep de participatie terug met bijna 28%. Totaal dus nog geen teken van herstel of enigszins stabilisatie binnen deze subsector.



734 DORP-EN BUURTCAFÉS MINDER IN 5 JAAR

Wanneer mensen dan toch een café bezoeken, bestaat de grootste kans dat ze belanden in een traditioneel bruin café. Dit type café beschikt, evenals in 2006, over het grootste aandeel. Nederland telde in 2010 ruim 3.400 bruine cafés. Het aandeel dorp-/buurtcafés is gedaald met ruim 25% van ruim 2.913 buurtcafés in 2006 naar 2.179 in 2010, een enorme daling dus. Hiermee is dit type café voor ruim 91% verantwoordelijk voor de totale daling van de café/barsector.



TOEKOMSTVISIE:

HOOP VOOR DE **TOEKOMST?**

Of de cafés zich staande kunnen houden in 2011 is nog maar de vraag. Onze verwachting is dat de echt harde klappen van de economische crisis binnen deze subsector nog moeten gaan vallen. Het consumentenvertrouwen blijft achter en de hand wordt voorlopig op de knip gehouden. De cafésector wordt hierdoor hard geraakt. Wanneer mensen dan toch besluiten buitenshuis een drankje te gaan doen, wil men verrast worden. De horeca moet mensen iets bieden dat men niet verwacht.

Positief voor 2011 is de terugkeer van het roken in kleine cafés en de verwachte stijging van het aantal inkomende toeristen. De vrije val van dorps- en buurtcafés om de hoek zal zich verder doorzetten. Het aantal eetcafés en de grand-cafés zullen licht groeien maar wij verwachten in 2011 nog een verdere daling in het aanbod tot onder de 9.450 cafés.

TRENDS & ONTWIKKELINGEN

Gasten verwachten een beleving tijdens een avondje uit. Innovatie in concepten wordt dan ook steeds belangrijker waarbij de houdbaarheidsdatum van een concept steeds korter wordt. In 2010 settelde/ontwikkelde de volgende concepten zich in de branche.



BLIJFT DE 'HIDDEN BAR' GEHEIM?

De misschien wel meest mysterieuze bar van Nederland is de speakeasy cocktailbar Door74 in Amsterdam, ook wel een 'hidden'-bar genoemd. De locatie van deze bar is niet precies bekend, maar is ergens in het centrum van Amsterdam gevestigd. Steden zoals Berlijn en New York hebben al zo'n bar ergens verstopt in de stad, nu Nederland ook. Het toppunt van beleving! Alvorens een daadwerkelijk bezoek aan deze bar, wordt er al een bepaalde beleving gecreëerd door de exacte locatie niet te vermelden.





DE WIJNBAR GESETTELD?

Vanaf 2000 zijn de eerste wijnbars opgekomen. In Amsterdam werd de eerste wijnbar Boelen & Boelen geopend en snel volgden er meer. Een luxe-ogende (lounge)bar waar men de keuze heeft uit tientallen verschillende wijnen, die mede dankzij de hedendaagse techniek, ook per glas geschonken kunnen worden. Het spreekwoordelijke 'zien doet verkopen'-fenomeen wordt hier goed toegepast.



EEN BLIJVERTJE: DE THEEBAR

Andere concepten volgden en we gingen meer richting de specialisatie. Een ander type bar, naast de koffiebar, is de theebar. Al zeer populair in steden zoals New York, maar nog in de kinderschoenen hier in Nederland. De Teabar in Amsterdam is een van de eerste theebars in Nederland. Hier worden verschillende soorten thee verkocht, maar men kan hier ook rustig van een kopje thee genieten.



Deze bijdrage is geleverd door Guido Verschoor en Christel Hendriks van Van Spronsen & Partners horecaadvies uit Warmond. Dit bureau heeft meer dan 23 jaar ervaring in de horeca- en leisurebranche en is gespecialiseerd in haalbaarheidsonderzoeken, conceptbepalingen, rendementverbeteringen en marketing communicatie. Voor meer informatie bezoek de website www.spronsen.com of bel 071-5418867. U kunt ons ook volgen op Twitter: www.twitter.com/van_spronsen en www.twitter.com/horecatrends

