

Verdere groei in het verschiet

De horeca kan in 2016 rekenen op verdere groei van de omzet...



* betreft groei van het omzetvolume

... ondernemers zijn steeds positiever...



... en vooral in Amsterdam stijgen de hotelkamerprijzen snel.



Omzetgroei houdt aan

- De stijging van het omzetvolume zet door maar verliest wel wat vaart. Na een zeer succesvol 2015 stijgen de verkopen naar verwachting met 3% in 2016.
- In de hotellerie en restaurantbranche realiseren bedrijven een bovengemiddelde groei. Cafetaria's en fastservice groeien ook maar in een lagere versnelling.
- Cafés blijven achter bij de rest van de sector met een stabilisering van de omzetvolumes.

Omzetgroei houdt aan maar verliest wat aan vaart

De combinatie van meer bestedingsruimte bij consumenten en de toestroom van toeristen zorgde in 2015 voor de sterkste omzetgroei van dit millennium. In 2016 blijft die combinatie van kracht maar valt het groeitempo wat terug tot 3%. Dat de stijging van de volumes eind 2015 afvlakte gaf een eerste indicatie van de vertraging. Daarnaast stijgt het aantal toeristen minder snel dan afgelopen jaar en doet het consumentenvertrouwen begin 2016 een stapje terug. De druk op het vertrouwen vormt een potentiële rem op de bestedingen in de horeca

Verschillende groeipaden binnen de horeca

De omzetgroei binnen de horeca is ongelijk verdeeld. De hotellerie en de restaurantbranche kennen de sterkste omzetgroei. Beide branches groeiden veel sneller dan het sectorgemiddelde en die trend zet zich in 2016 in onze ramingen door. Cafés kenden een lichte opleving van de verkopen in 2015. Hun totale omzetgroei werd verder gesteund doordat ook de prijzen relatief sterk stegen (+2%). Naar verwachting stabiliseert het aantal verkochte consumpties in cafés dit jaar. De aanhoudende concurrentie van festivals en de druk op de vraag door de vergrijzing beperken het groeivermogen van de branche.

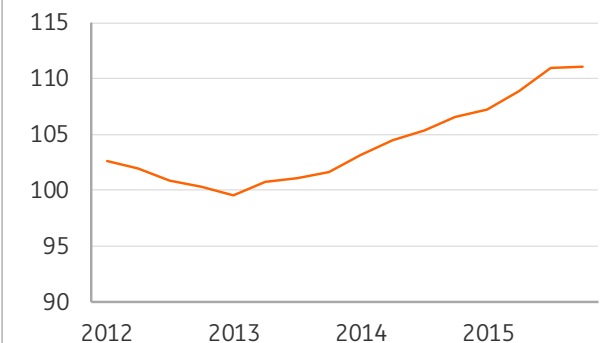


“Uw uitdaging als horecaondernemer: op zoek naar antwoorden op nieuwe partijen zoals Airbnb of Thuisbezorgd.nl. In uw markt met daarin steeds meer aanbieders draait het om focus op of prijs óf kwalitatief onderscheid.”

Jan van der Doelen,
Sectormanager Horeca

Vertraging in volumegroei aan eind van 2015

Ontwikkeling omzetvolume horeca, kwartaal-op-kwartaal



Bron: CBS, bewerking ING Economisch Bureau

Omzet groeit sterkst bij hotels en restaurants

Ontwikkeling van omzetvolume (jaar-op-jaar)

	2014	2015	2016*
Horeca	4,0%	4,6%	3,0%
Hotels	5,8%	5,8%	3,5%
Restaurants	5,6%	6,1%	3,5%
Cafetaria & fastservice	3,4%	3,8%	2,5%
Cafés	-0,7%	0,7%	0%

Bron: CBS, *raming ING Economisch Bureau

Ondernemers positiever gestemd

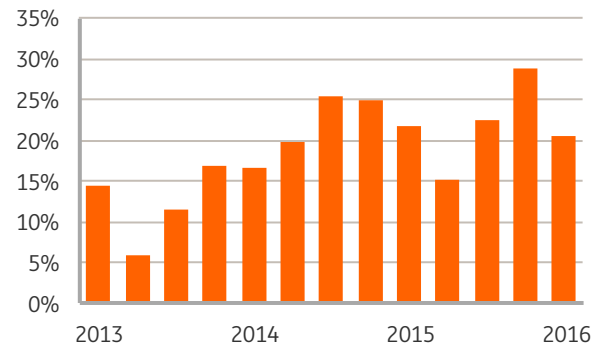
Stemming geleidelijk positiever

Over de gehele lijn groeiden de omzetvolumes in het vierde kwartaal van 2015 variërend van 7 procent bij cafetaria's en fastservice restaurants tot 2,5 procent bij cafés. Na een dergelijke sterke groei is het niet verwonderlijk dat (vertrouwens) indicatoren een geleidelijke verbetering tonen. In december gaf bijna 30% van de ondernemers aan dat hun winstgevendheid was verbeterd, bij ruim 55% was de omzet stabiel en bij bijna 15% verminderd. Vooral de groep die de omzet terug ziet lopen is veel kleiner geworden. Tegelijkertijd is het aantal ondernemers dat belemmeringen ervaart tot onder de 50% gedaald. Onvoldoende vraag, financiële beperkingen en zelfs het weer worden structureel minder vaak als belemmering genoemd.



Verbetering van winstgevendheid

% ondernemers dat aangeeft dat winstgevendheid in afgelopen drie maanden is verbeterd, per kwartaal



Bron: CBS, COEN Enquête

Amsterdamsse hotels vergroten prijsafstand

Hotels trekken opgaande lijn door

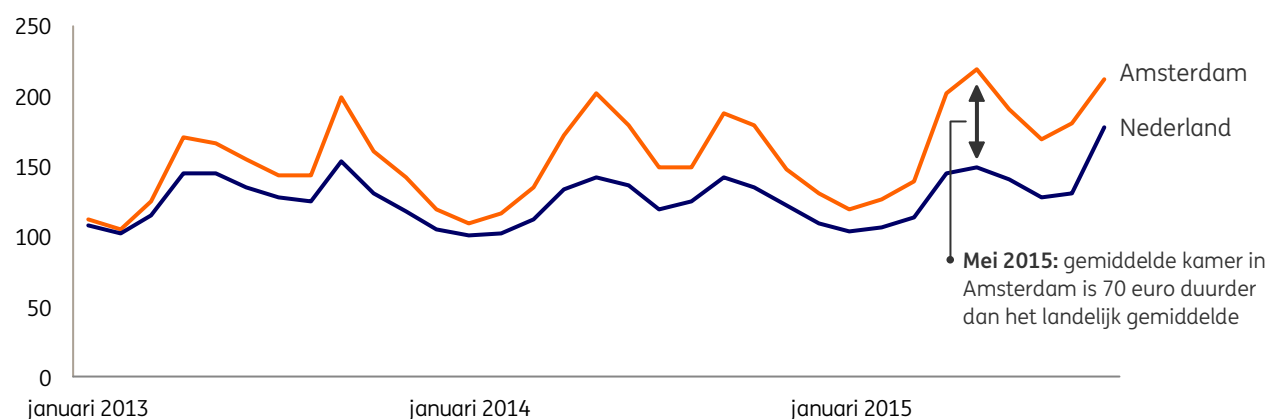
In Nederland zijn in 2015 ruim 41,5 miljoen nachten in hotels doorgebracht, een groei van ruim vier procent ten opzichte van een jaar eerder. De forse toename van de vraag naar hotelkamers resulteert in een flinke sprong van de omzet. Op jaarbasis vond de sterkste groei plaats in de zomerperiode. Het vooruitzicht voor 2016 is positief, naar verwachting bezoeken meer buitenlandse gasten Nederland en verblijven Nederlanders zelf ook vaker voor zaken of privé in hotels. Om de toenemende vraag te faciliteren staan voor 2016 een flink aantal hotelopeningen gepland waarbij veruit de meeste kamers worden toegevoegd in Amsterdam en op snelweglocaties door het land heen.

Succes Amsterdam vergroot prijsverschillen

De impact van Airbnb op de hotellerie is veelbesproken. Eerder [stelden we](#) dat hoteliers meerdere strategische opties hebben om hun vatbaarheid voor particuliere verhuur te verkleinen of juist mee te delen in het succes. Vooral nog groeit de markt, met name in Amsterdam, echter zodanig dat de (extra) Airbnb capaciteit oververhitting helpt voorkomen. De bezettingsgraad in Amsterdam ligt al een aantal jaar op een zeer hoog niveau. De hoofdstad bevindt zich in de Europese top vijf na steden als Londen en Edinburgh maar voor Parijs, Berlijn en Barcelona. Verder wijzen cijfers op een groter wordende prijsafstand tussen Amsterdam en de rest van het land. In de topmaanden mei en september zijn de prijsverschillen het grootst. Terwijl betaalbare kamers in Amsterdam met Pinksteren ver te zoeken zijn, is de beschikbaarheid van kamers in Den Haag, Rotterdam en Utrecht een stuk ruimer en bieden hotels gasten daarbij veel meer kamer voor hun geld.

Toenemende prijsverschillen tussen hotelkamers in Amsterdam en Nederland

Gemiddelde prijs in euro's van een standaard tweepersoons hotelkamer, per maand



Bron: Trivago Hotelprijsindex

Bezettingsgraad Amsterdam op hoog niveau

Bezettingsgraad van hotelkamers in %

	2013	2014	2015*
Nederland	67,5	69,0	69,7
Amsterdam	80	82	82
Rotterdam	63	64	64
Den Haag	62	65	65
Utrecht	70	68	70
Maastricht	64	67	65

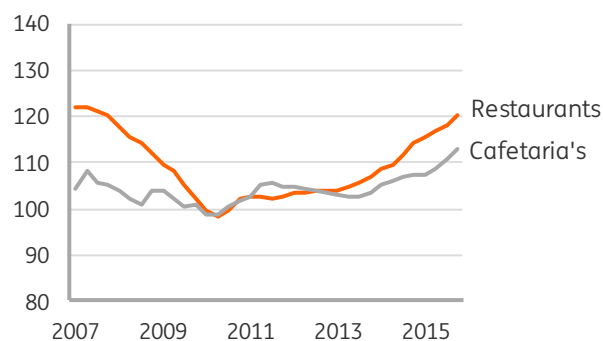
Bron: Horwath HTL * 2015 betreft een raming

Omzetvolume restaurants naar historisch hoog niveau

Restaurants keren terug op pre-crisis niveau

Volgens het CBS realiseerden restaurants een volumegroei van ruim 6% in 2015. De verwachte groei in 2016 is gematigder (3,5%). De aanhoudende groei zorgt dat in 2016 het omzetvolume terugkeert op het niveau van de vorige piek van begin 2007. Doordat het aantal restaurants in de tussentijd sterk is gestegen en veel restaurantbezoeken worden gedreven door kortingsacties en restaurantweken neemt lang niet bij alle restaurants het bedrijfsresultaat echter ook toe.

Restaurants naderen recordniveau van 2007
index 2010=100, per kwartaal, seizoensgecorrigeerd



Bron: CBS, bewerking ING Economisch Bureau

Thuisbezorgen als nieuw bedienmodel?

Na hun succes in de pizza-, shoarma- en snackmarkt zien maaltijdbezorgers een interessante markt in het bezorgen van restaurantmaaltijden. Restauranthouders kunnen hun bereik hier fors mee vergroten maar tegelijkertijd brengt het forse uitdagingen met zich mee. Want hoe borg je dat de kwaliteit, sfeer en service bij bezorging in de buurt komen van een bezoek aan het restaurant zelf? Of de factor gemak concessies op al die vlakken rechtvaardigt is de vraag. Een startup als het Amerikaanse Munchery pakt het dan ook radicaal anders aan door vanuit eigen locaties zonder restaurantfunctie op grote schaal maaltijden van restaurantkwaliteit te maken puur voor bezorging.

Cafeteria's en fastservice draaien goed

Nog niet eerder werden in snackbars en fastserviceresaurants zo veel consumpties verkocht als in 2015. De vorige top uit 2007 is daardoor voorbijgestreefd. Over heel 2015 realiseerde de branche een volumegroei van 3,8%, in het vierde kwartaal bedroeg de groei zelfs 7%. Net als in de rest van de sector is in 2016 naar verwachting sprake van een groeivertraging. Gezien het huidige consumptieniveau betekent dat wederom een goed jaar voor de branche. Zeker in het lunchroomsegment profiteren verschillende partijen van het faillissement van V&D en de afslanking van La Place. Daardoor stroomt een groot deel van de circa 175 miljoen euro omzet uit de restaurants en lunchrooms richting andere partijen.

Cafés vormen de uitzondering

Naar verwachting weten cafés de lichte toename van hun omzetvolumes van eind 2015 in 2016 niet vast te houden. De lagere volumegroei in de gehele horeca leidt tot een stabilisatie bij cafés. Prijsstijgingen verhullen dat de verkoopvolumes eind 2015 nog tien procent lager liggen dan in 2010. Het verlies in de hoeveelheid drankjes die wordt verkocht is goed gemaakt doordat de prijzen sinds 2010 met bijna 15 procent stegen. De opleving van de populariteit van speciaalbieren laat zien dat consumenten in de horeca best bereid zijn een hogere prijs per consumptie te betalen mits daar ook een onderscheidend product tegenover staat.

Meer weten?

Kijk op ing.nl/kennis en volg ons op [Twitter](#)

Of neem contact op met:

Thijs Geijer Sectoreconoom Horeca
06 1337 9743

Jan van der Doelen Sectormanager Bouw,
Onroerend Goed & Leisure
06 5581 2215

Disclaimer

De informatie in dit rapport geeft de persoonlijke mening weer van de analist(en) en geen enkel deel van de beloning van de analist (en) was, is, of zal direct of indirect gerelateerd zijn aan het opnemen van specifieke aanbevelingen of meningen in dit rapport. De analisten die aan deze publicatie hebben bijgedragen voldoen allen aan de vereisten zoals gesteld door hun nationale toezichthouders aan de uit oefening van hun vak. Deze publicatie is opgesteld namens ING Bank N.V., gevestigd te Amsterdam en slechts bedoeld ter informatie van haar cliënten. ING Bank N.V. is onderdeel van ING Groep N.V. Deze publicatie is geen beleggingsaanbeveling noch een aanbieding of uitnodiging tot koop of verkoop van enig financieel instrument. Deze publicatie is louter informatief en mag niet worden beschouwd als advies. ING Bank N.V. betreft haar informatie van betrouwbaar geachte bronnen en heeft alle mogelijk zorg betracht om er voor te zorgen dat ten tijde van de publicatie de informatie waarop zij haar visie in dit rapport heeft gebaseerd niet onjuist of misleidend is. ING Bank N.V. geeft geen garantie dat de door haar gebruikte informatie accuraat of compleet is. De informatie in dit rapport kan gewijzigd worden zonder enige vorm van aankondiging. ING Bank N.V. noch één of meer van haar directeuren of werknemers aanvaardt enige aansprakelijkheid voor enig direct of indirect verlies of schade voortkomend uit het gebruik van (de inhoud van) deze publicatie alsmede voor druk- en zetfouten in deze publicatie. Auteursrecht en rechten ter bescherming van gegevensbestanden zijn van toepassing op deze publicatie. Overneming van gegevens uit deze publicatie is toegestaan, mits de bron wordt vermeld. In Nederland is ING Bank N.V. geregistreerd bij en staat onder toezicht van De Nederlandsche Bank en de Autoriteit Financiële Markten. De tekst is afgesloten op 5 april 2016.