



# KHN Monitor Toekomstverwachtingen 2019

Koninklijke Horeca Nederland

Woerden, 7 januari 2019

[www.khn.nl](http://www.khn.nl)

Koninklijke Horeca Nederland  
Postbus 566  
3440 AN Woerden  
Pelmolenlaan 10  
3447 GW Woerden

T 0348 489 489  
F 0348 489 400  
[info@khn.nl](mailto:info@khn.nl)



## Inhoudsopgave

1.	Inleiding	5
1.1	Responsverdeling	5
2	Resultaten	6
2.1	Trendwatcher populairder dan CBS, banken en branchevereniging	6
2.2	Vertrouwen in de toekomst en groei is belangrijkste doel	7
2.3	Personeel vinden en behouden grootste uitdaging	10
2.4	Concrete bedreigingen voor de ondernemer	11
2.5	Concrete plannen en voornemens voor 2019	12
2.6	Lokale bekendheid of held meest gewilde ambassadeur	13



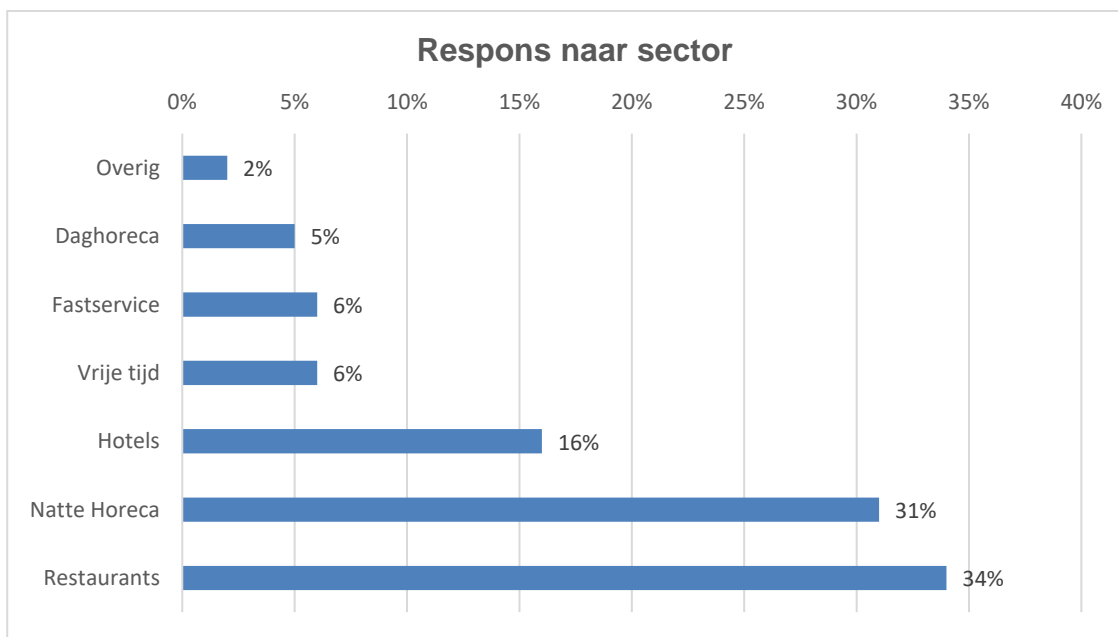
# 1 Inleiding

KHN heeft een onderzoek uitgevoerd onder haar leden waarbij gekeken is naar de toekomstverwachtingen. De leden is gevraagd naar hoe zij in het algemeen naar de toekomst van de horeca kijken en naar de toekomst van hun eigen bedrijf in het bijzonder. Wat merkt de ondernemer van de economische “wind in de rug”. Welke kansen en bedreigingen ervaren zij en welke concrete plannen of voornemens zij er voor 2019 en verder?

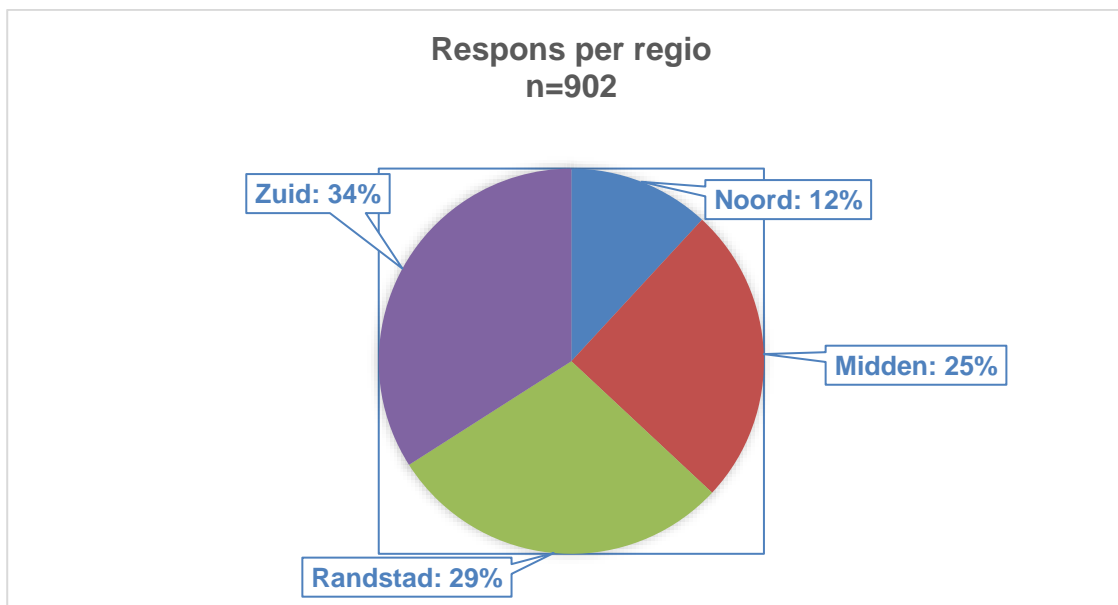
## 1.1 Responsverdeling

Aan het onderzoek hebben 902 leden deelgenomen die als volgt verdeeld zijn over de sectoren en de regio's in het land.

Figuur 1. Respons naar sector



Figuur 2. Responsverdeling naar regio

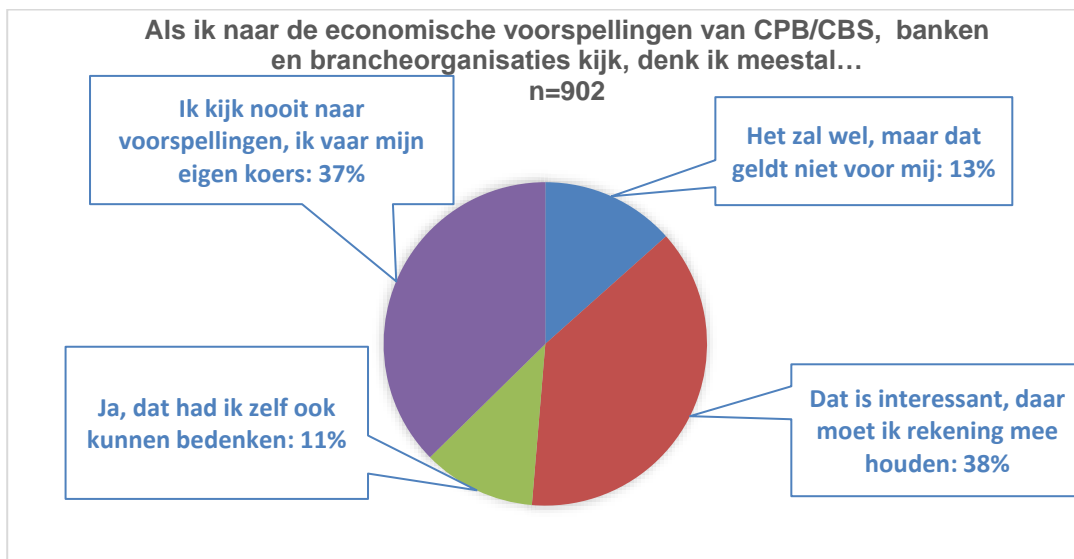


## 2 Resultaten

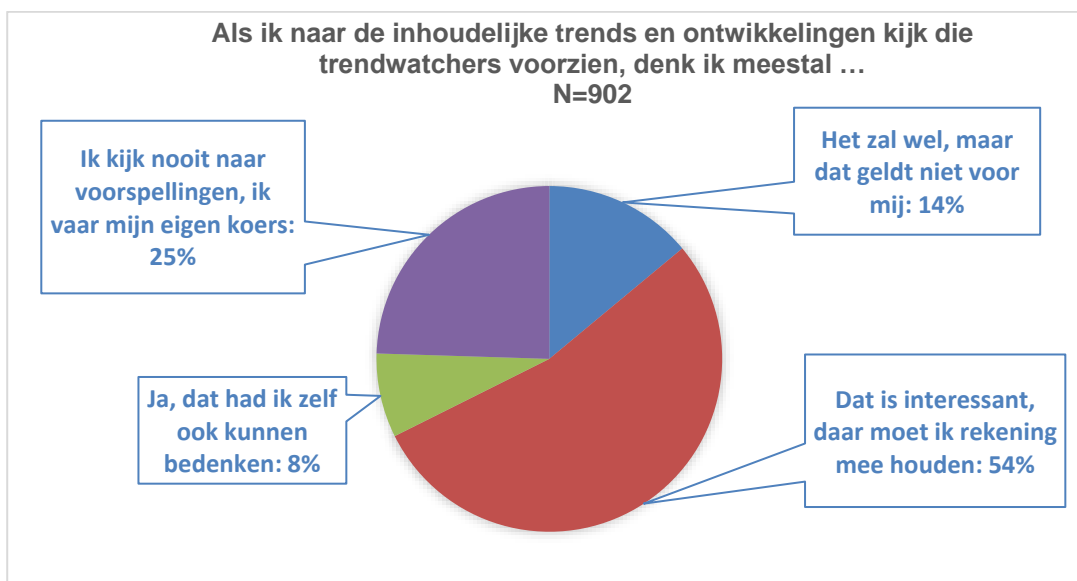
### 2.1 Trendwatcher populairder dan CBS, banken en branchevereniging.

Ieder jaar worden er in december en januari door instellingen en door trendwatchers voorspellingen gedaan over hoe branches en consumenten zich vermoedelijk zullen ontwikkelen en gedragen. De cijfermatige economische voorspellingen zijn voor 38% interessant en iets om rekening mee te houden. De doorgaans meer inhoudelijk en op gedrag gerichte voorspellingen van trendwatchers worden door de deelnemers aan dit onderzoek meer gewaardeerd. 58% vindt het interessant en zegt er rekening mee te houden. (zie figuur 1 en 2).

Figuur 1. Wat doet u met voorspellingen van CPB/CBS etc.?



Figuur 2. Wat doet u met voorspellingen van Trendwatchers?

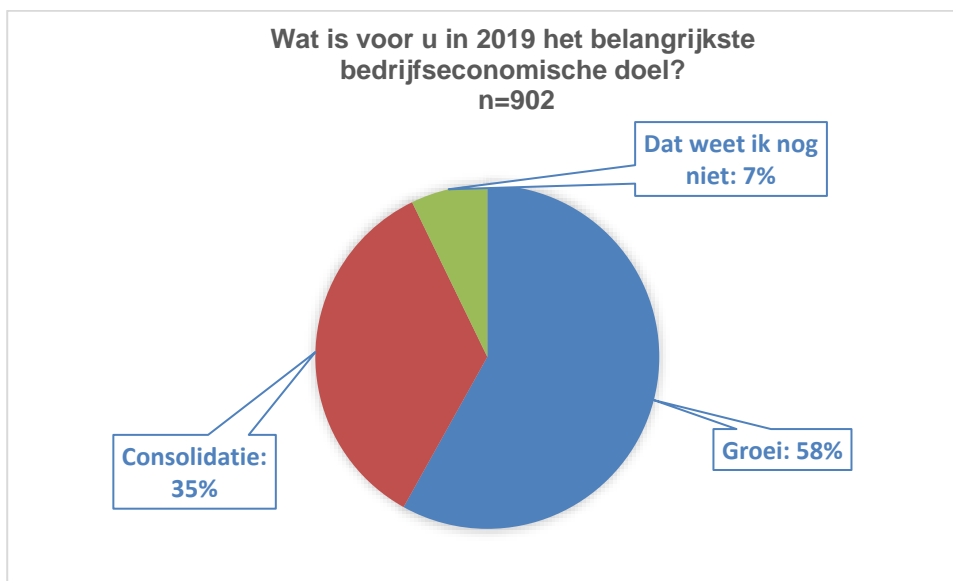


## 2.2 Vertrouwen in de toekomst en groei is belangrijkste doel

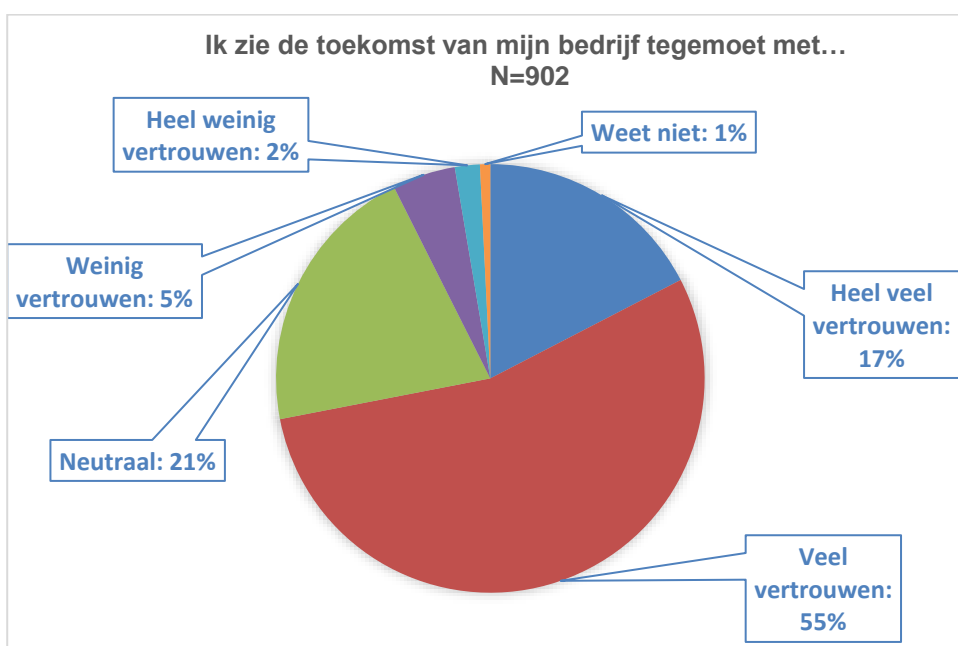
Bijna driekwart van de respondenten heeft (heel) veel vertrouwen in de toekomst van het eigen bedrijf (72%). Dat vertrouwen komt ook tot uiting in de bedrijfseconomische doelen. Voor 58% is dat groei terwijl 35% gaat consolideren. Het vertrouwen wordt daarnaast nog eens versterkt; voor de komende tijd ziet 61% meer kansen dan bedreigingen terwijl 11% meer bedreigingen dan kansen ziet. Er blijkt een duidelijk samenhang tussen de mate van vertrouwen in de toekomst en de bedrijfseconomische doelen van de respondenten. Naarmate het vertrouwen groter is heeft men vaker groei als doel. (zie figuur 3, 4, 5 en 6)

De meeste ondernemers ervaren overigens positieve effecten van de huidige economische groei. 73% geeft aan hogere omzetten en/of winst te noteren. Een kwart (27%) zegt niets te merken van de economische 'meewind'. (figuur 7)

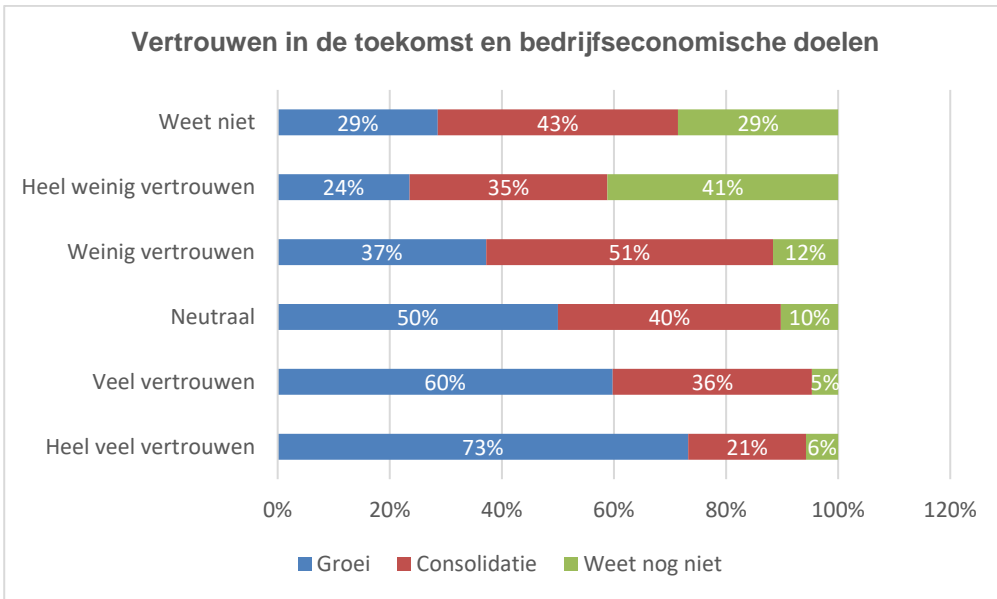
Figuur 3. Bedrijfseconomisch doel



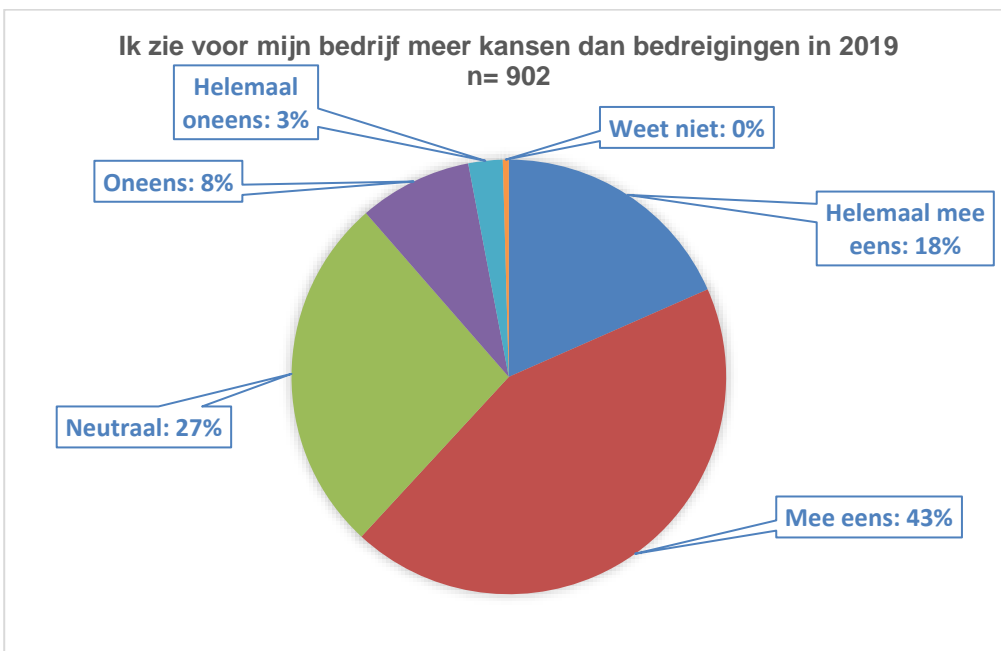
Figuur 4. Vertrouwen in de toekomst



Figuur 5. Vertrouwen in toekomst versus doelen

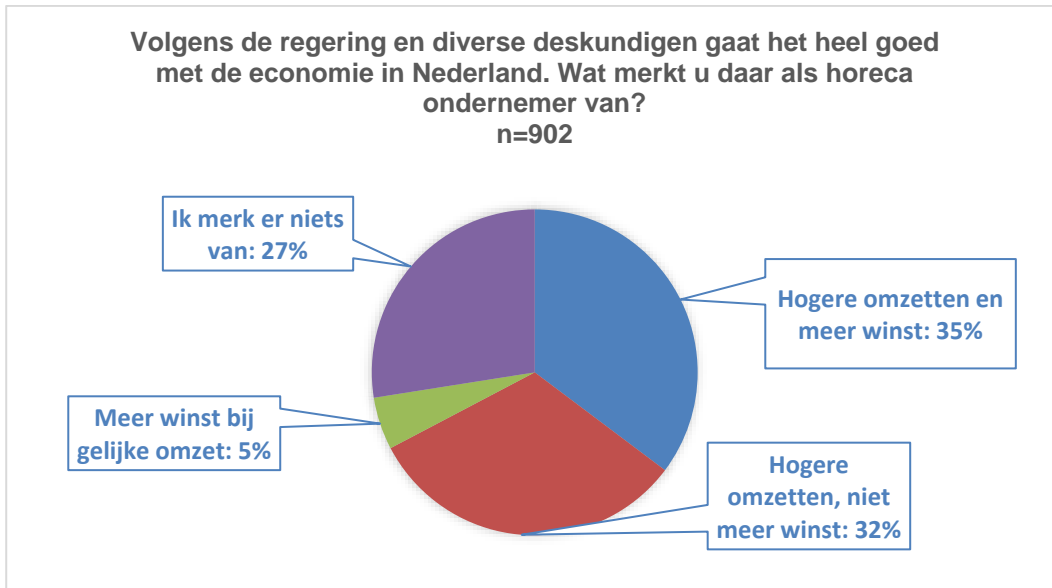


Figuur 6. Kansen of bedreigingen?





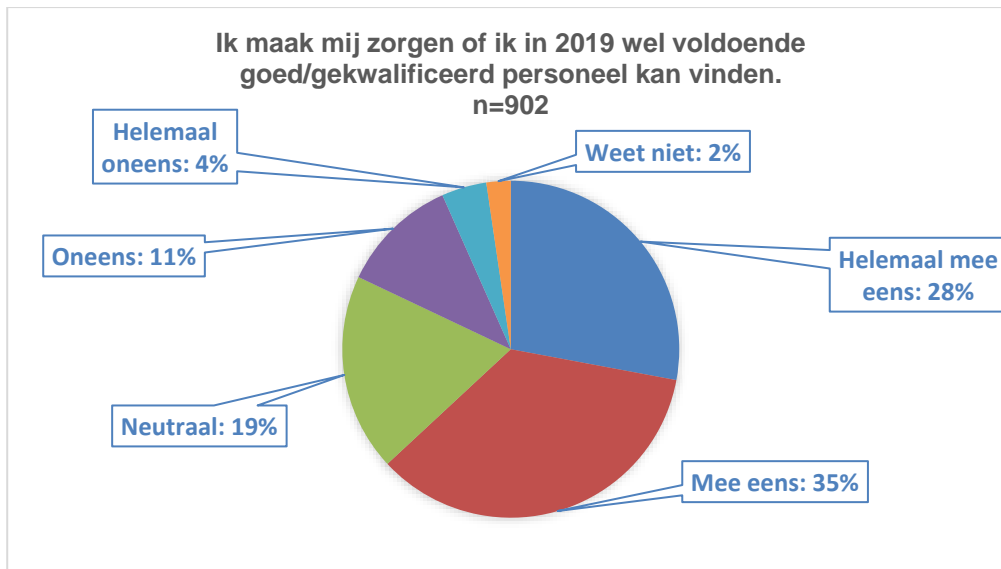
Figuur 7. Wat merkt de horeca ondernemer van de economische groei



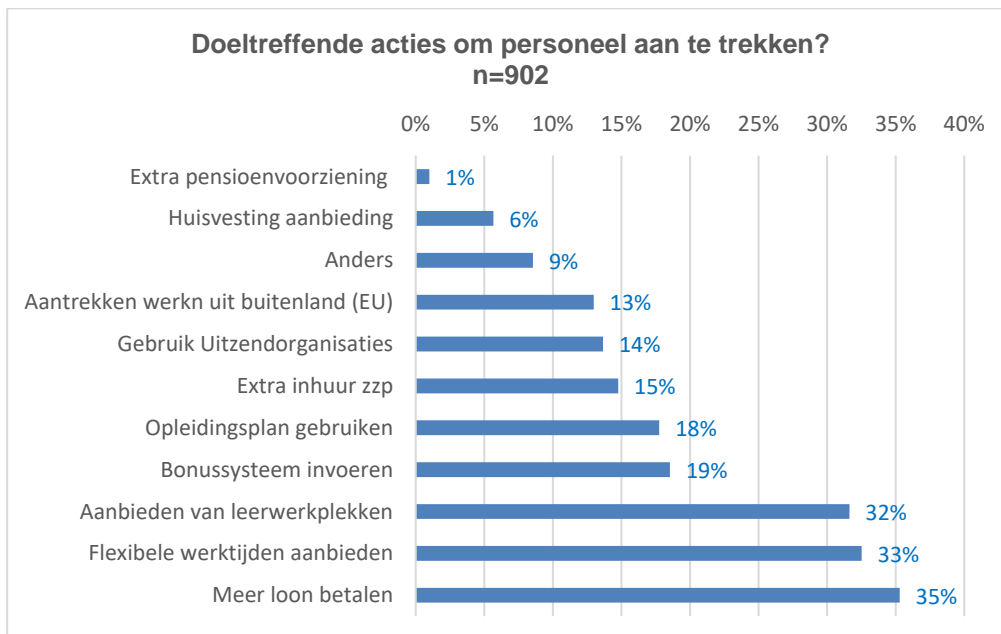
### 2.3 Personeel vinden en behouden grootste uitdaging

Zoeken, vinden en behouden van voldoende goed gekwalificeerd personeel is blijkt voor de komende tijd een van de grootste zorg te zijn voor de horeca ondernemers. 63% maakt zich er zorgen over. Meest genoemde oplossingen voor het personeelstekort zijn hoger loon betalen (35%), flexibele werktijden aanbieden (33%) en meer leer/werk plekken aanbieden (32%). Gebruik opleidingsplan en toepassing bonus systeem wordt door respectievelijk 18% en 19% genoemd.

Figuur 8. Zorgen om voldoende personeel te vinden



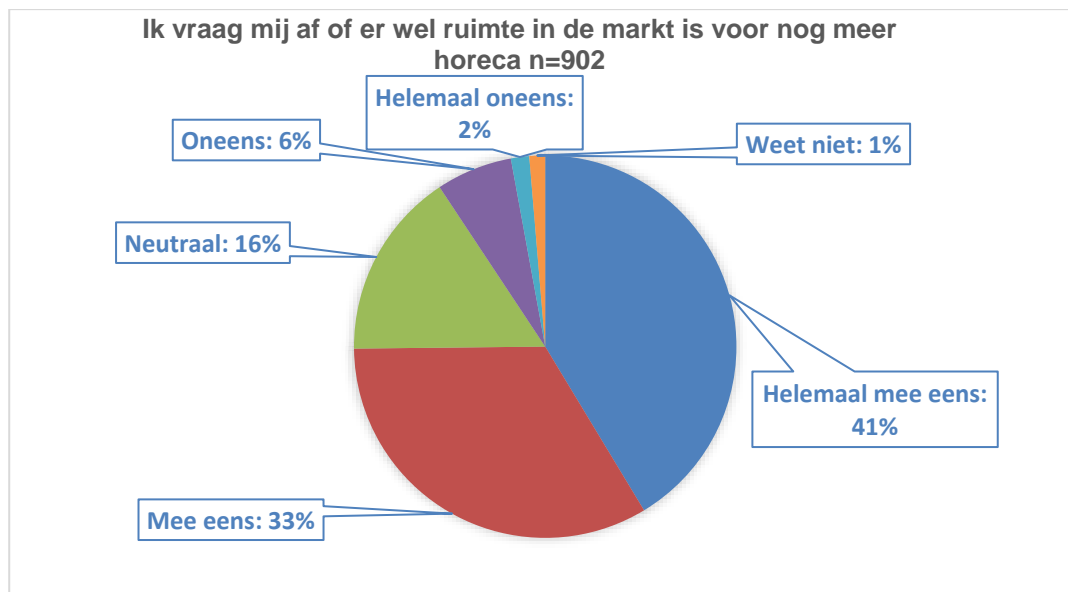
Figuur 9. "Oplossingen" personeelstekort



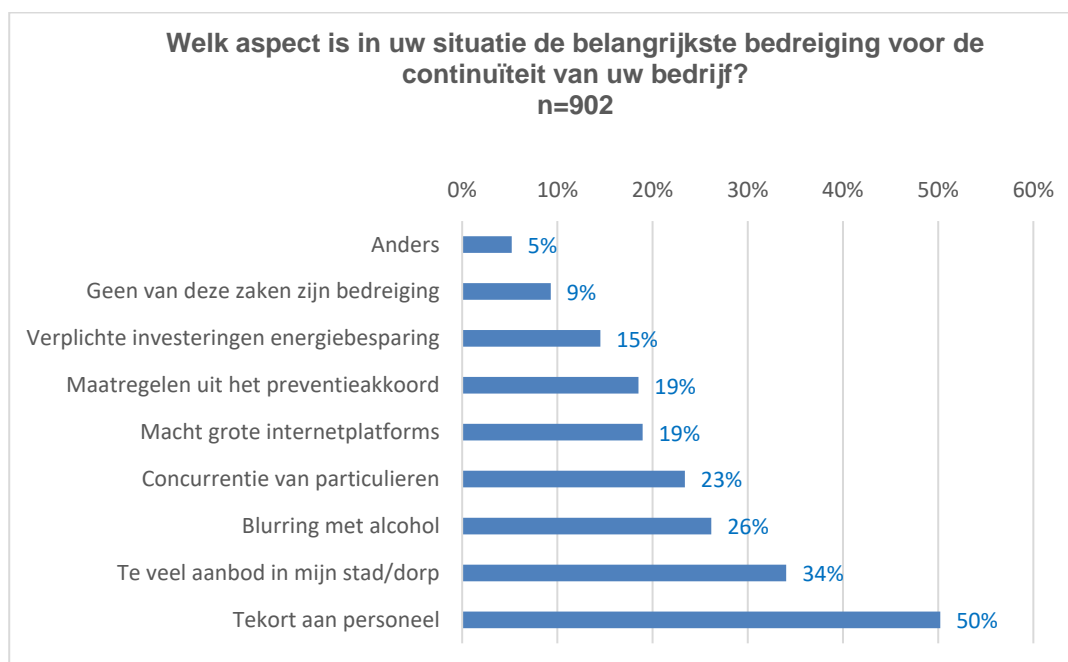
## 2.4 Concrete bedreigingen voor de ondernemer

Zoals eerder vastgesteld ziet het merendeel van de ondernemers de toekomst rooskleurig tegemoet. Dat neemt niet weg dat men ook een flink aantal uitdagingen voor zich ziet. Naast tekort aan personeel dat door 50% van de respondenten genoemd wordt, ziet 32% het teveel aan aanbod als bedreiging. Daarmee samenhangend noemt 26% 'blurring' als bedreigde factor. Slechts 9% ziet geen enkele bedreiging. (zie figuur 10 en 11)

Figuur 10. Nog meer horeca?



Figuur 11. Bedreigingen voor eigen bedrijf

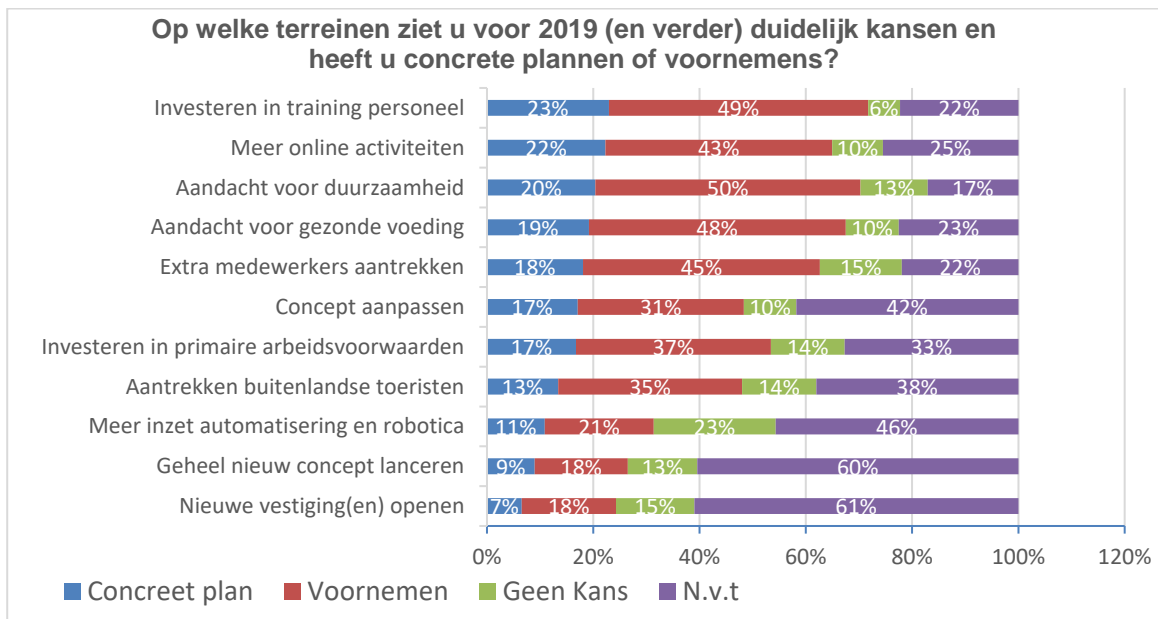


## 2.5 Concrete plannen en voornemens voor 2019

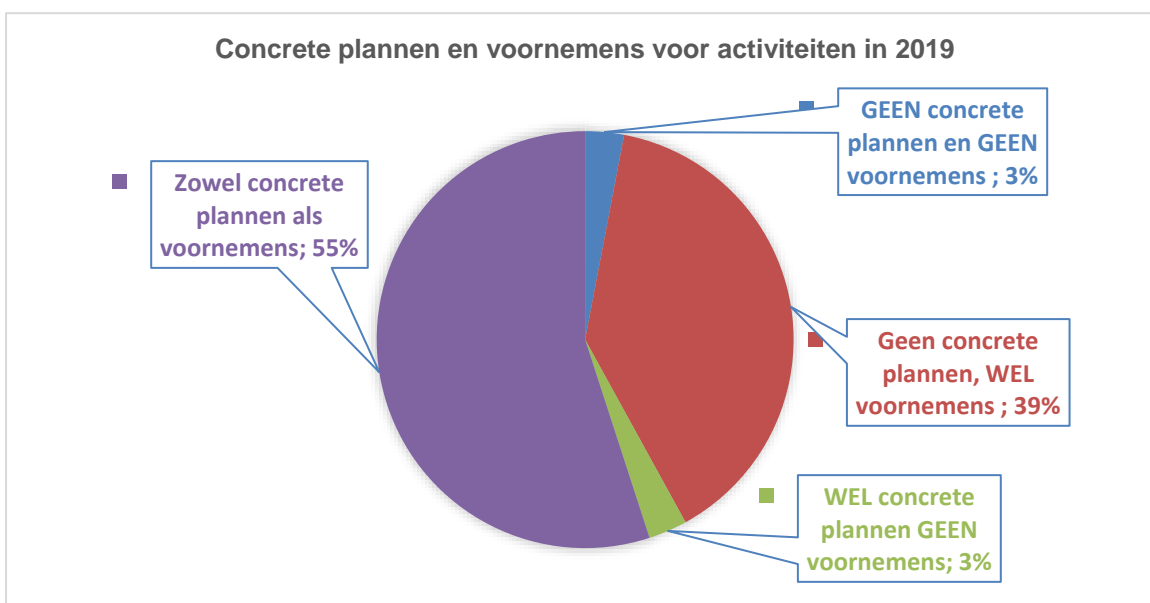
Om bedreigingen die de ondernemers zien 'te lijf' te gaan heeft 97% van de respondenten al concrete plannen of in ieder geval voornemens om nieuwe activiteiten op te pakken of bestaande uit te breiden en kansen te benutten in 2019 (zie figuur 12 en 13).

Bijna een kwart (23%) heeft concrete plannen om te gaan investeren in training van het personeel en 49% heeft voornemens om dat te doen. 6% ziet in deze activiteit geen kans en 22% geeft aan dat het voor hen niet van toepassing is. De minst genoemde kans is het openen van een nieuwe vestiging, 7% heeft daarvoor een concreet plan en 18% heeft een voornemen in die richting. Voor het merendeel van de respondenten (76%) is het openen van een nieuwe vestiging niet aan de orde (zie figuur 12).

Figuur 12. Welke kansen worden gepakt?



Figuur 13. Concrete plannen en voornemens



## 2.6 Lokale bekendheid of held meest gewilde ambassadeur

Als de respondenten een ambassadeur zouden kunnen kiezen voor hun bedrijf dan kiest bijna de helft (45%) voor een lokale bekendheid. De burgemeester wordt dan het meest genoemd als ambassadeur.

Na de lokale held/bekendheid kiest men voor een tv persoonlijkheid acteur of een sporter. Bij de sporters wordt Max Verstappen verreweg het meest genoemd. Bij de acteurs en TV persoonlijkheden is Andre van Duin het meest genoemd. Als politicus wordt Mark Rutte het meest genoemd.

Opmerkelijk is verder dat er vaak gezegd wordt dat een ambassadeur niet nodig is omdat de gasten en de gastheer/vrouw in feite de beste ambassadeurs zijn

Figuur 14. Wie wordt ambassadeur?

