



2023/2024

Horeca

Sectorrapport



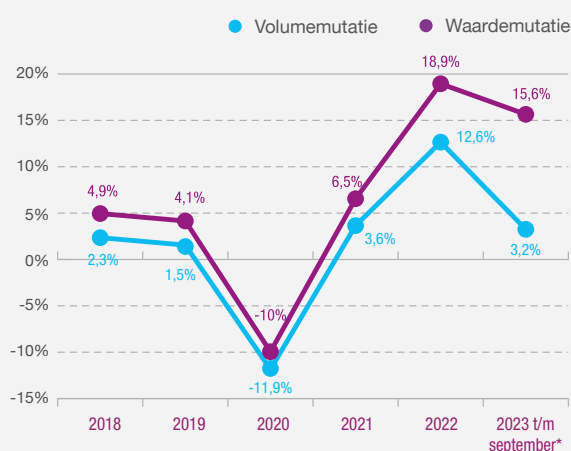
Branche
in Zicht

SRA-Branche in Zicht (BiZ) geeft een uniek inzicht in de actuele financiële cijfers per branche op basis van jaarrekeningendata. Dit sectorrapport vertaalt de cijfers over 2022 naar trends en verwachtingen voor de horeca voor 2023/2024.

Visie op 2023/2024

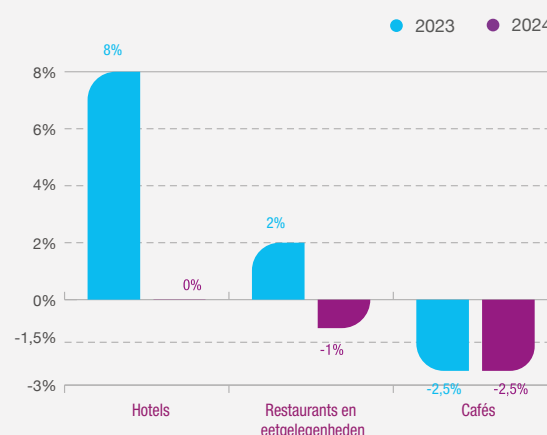
In deze visie kijken we naar waar de horeca nu staat en hoe deze branche zich ontwikkelt qua omzet en winst, volumes en stoppers en faillissementen. Wat zijn de kansen en uitdagingen voor de branche op het gebied van verduurzaming, digitalisering, de arbeidsmarkt en financiering?

Invloed prijsverhogingen op omzet: consumptiediensten door huishoudens



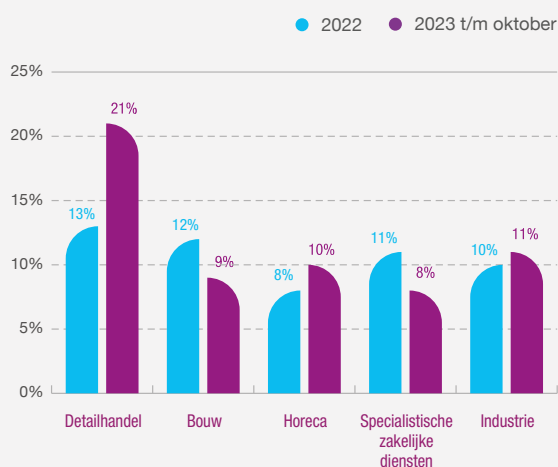
Bron: CBS StatLine (14 november 2023)

Prognose omzetmutaties t.o.v. voorgaand jaar



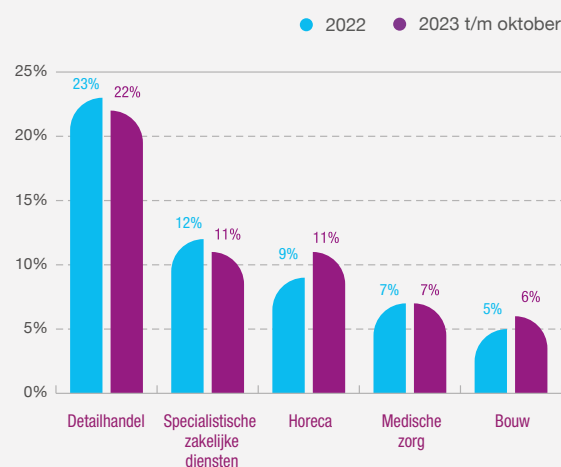
Bron: CBS en Rabobank (7 september 2023)

Top 5 failliete bedrijven als percentage van het mkb



Bron: KvK

Top 5 stoppers als percentage van het mkb



Bron: KvK

Inflatie-effect

De waarde van de bestedingen in de horeca ligt dit jaar tot nu toe ruim hoger dan vorig jaar. In juli en augustus gaven consumenten weliswaar iets minder uit, deels vanwege het slechte zomerweer, maar in september trok de omzet in de horeca weer aan. Deze opwaartse trend is niet verwonderlijk, want de verkoopprijzen zijn sterk gestegen. Er zit dus een aanzienlijk inflatie-effect in de omzetgroei. Dit is goed terug te zien in de CBS-cijfers tot en met augustus 2023: de volumemutatie blijft sterk achter bij de omzet, die op een relatief hoog niveau blijft.

Grote verschillen

De horeca heeft een sterke inhaalslag laten zien na de coronapandemie, maar de verwachting is dat de volumes volgend jaar nauwelijks nog zullen toenemen. ING rekent op een groei van 0,5% in 2024, tegenover 3% dit jaar voor de horeca als geheel. Binnen de branche zijn de verschillen echter groot. De hotels, die binnen de verblijfsrecreatie het hardst zijn geraakt door de coronamaatregelen, laten een sterk herstel zien en zullen volgend jaar naar verwachting redelijk standhouden. Binnen Food & Beverage maakt het fastservice-segment een sterke groei door, waarbij het een deel van de klassieke horeca mee omhoog trekt. Cafés kunnen dit alles echter niet bijbenen: Rabobank verwacht voor dit en volgend jaar een omzetkrimp van gemiddeld 2,5%.

Vooral kleinere bedrijven hebben het zwaar

Ondanks de hogere omzetten staan bij veel horecaondernemers de winsten onder druk. Ze hebben te maken met hogere kosten, onder meer voor personeel, inkoop en energie, maar kunnen die lang niet altijd volledig doorberekenen aan de klant. Dat veel horecabedrijven het moeilijk hebben, blijkt ook uit de cijfers van de Kamer van Koophandel over de stoppers en faillissementen. Eén op de tien bedrijven die in het mkb failliet gaan, is een horecabedrijf en dat is meer dan een jaar geleden. Ook het aandeel van de horeca in het aantal stoppers is gegroeid. In combinatie met een kleiner aantal starters betekent dit een trendbreuk ten opzichte van de voorgaande jaren.

“

Eén op de tien bedrijven die in het mkb failliet gaan, is een horecabedrijf.

”

Voor kleinere horecabedrijven is de erfenis van de coronaperiode vaak een belangrijke reden om niet meer verder te kunnen of willen. Zij moeten aflossen op coronaschulden, onder meer bij de fiscus, en kunnen daardoor de noodzakelijke investeringen niet doen. Bovendien hebben financiers de teugels aangehaald en zijn alternatieve financieringsvormen, zoals een extra hypotheek op de eigen woning en leningen van familie en vrienden (die inmiddels weer spaarrente krijgen bij de bank), in mindere mate beschikbaar. Hierdoor kiezen ondernemers er eerder zelf voor om te stoppen of hun bedrijf te verkopen, zonder daarbij in te zetten op de hoofdprijs. Ze nemen genoeg met een prijs die hen in staat stelt om (zo veel mogelijk) schuldeisers af te lossen.

Dit zal effect hebben op het toekomstige horecalandschap, want de stopgolf biedt kansen voor de grotere ketenhoreca die nog wel de middelen heeft om te investeren. Zo kunnen franchiseformules sneller uitbreiden omdat er locaties vrijkomen. Bovendien kunnen zij dankzij deze schaalvergroting lagere inkooprijzen bedingen. De verschillen binnen de horeca zullen de komende jaren dus alleen nog maar groter worden.

Investeringsklimaat verzwakt

Het investeringsklimaat was voor de horeca als geheel een aantal jaar geleden veel sterker dan nu. Geld is schaarser in de markt en is ook duurder geworden. Tegelijkertijd schieten de kosten omhoog, zijn er achterstallige betalingen en is er veel onzekerheid in de markt. Deze combinatie van factoren betekent een groot risico voor de noodzakelijke investeringen in cruciale thema's als digitalisering en verduurzaming en daarmee de

groei op de lange termijn. Zoals in elke branche zijn ondernemers die op het juiste moment duidelijke keuzes hebben gemaakt en verder zijn op deze thema's in elk geval toekomstbestendiger.

Vooraf ten aanzien van verduurzaming hebben veel horecaondernemers financieel gezien een uitdaging. Voor een duurzaam concept zijn forse investeringen nodig, terwijl het niet direct geld oplevert. Grote bedrijven zijn hier vaker mee bezig vanuit een intrinsieke motivatie en hebben er de financiële middelen voor, maar bij veel kleine ondernemers met hoge werkdruk en kosten verdwijnen deze thema's als eerste van de agenda. Ze hebben weinig tijd en als er al geld over is, bouwen ze liever een buffer op om weer wat vet op de botten te krijgen.

“

Grote bedrijven zijn vaker met verduurzaming bezig vanuit een intrinsieke motivatie en hebben er de financiële middelen voor.

”

Digitalisering en verduurzaming hoeven echter niet veel te kosten en kunnen ook direct geld en een voorsprong ten opzichte van de concurrentie opleveren. Bijvoorbeeld door om te schakelen naar een andere menukaart met een meer lokaal- en seizoensgebonden aanbod; een kans voor de horecaondernemer om zich met verduurzaming 'op de kaart te zetten'. Het is hoe dan ook zaak dat bedrijven erover nadenken en duidelijke keuzes maken met het oog op de toekomst.

Personele uitdagingen en kansen

Een van de problemen waarbij digitalisering een rol kan spelen, is het personeelstekort in de horeca. Volgens het CBS ervaren horecaondernemers het tekort aan arbeidskrachten nog relatief vaak als de belangrijkste belemmering in de bedrijfsvoering (zij het wel iets minder dan een jaar geleden). En relatief veel horecabedrijven noemen de gestegen arbeidskosten (o.a. substantieel hogere uurlonen, een pensioenverplichting) als belangrijkste gevolg van de krapte op de arbeidsmarkt (naast een hoge werkdruk). Ook hebben sommige ondernemers sinds de coronasluitingen het gevoel dat potentieel personeel voor andere branches blijft kiezen vanwege het gepercipieerde gebrek aan werkzekerheid in de horeca, in combinatie met ongunstige werktijden in de avonden en weekenden. Hoewel de groei in de horeca de komende jaren naar verwachting zal afzwakken, blijft de arbeidsmarkt door vergrijzing, onzekerheden en de concurrentie met andere branches krap.

Slimme digitale oplossingen kunnen bijdragen aan een antwoord. Geautomatiseerde kassasystemen en online reserveren zijn al gangbaar en grote bedrijven experimenteren al met robots in de keuken en om serviesgoed af te voeren. Maar er is nog veel meer mogelijk om de efficiëntie te vergroten en het personeel te ontlasten. Denk bijvoorbeeld aan sensoren die de voorraden op temperatuur en op peil houden, data-analyse die personeelsplanning op maat mogelijk maakt, robots die bestellingen aan tafel leveren zodat medewerkers geen zware dienbladen meer hoeven te dragen en zich meer kunnen bezighouden met de beleving van de gasten, en aan e-learnings die personeel gericht trainen en ontwikkelperspectief bieden.

Dit soort oplossingen vergt meestal relatief forse investeringen waar schaalgrootte voor nodig is. En de kennis om een goede afweging te kunnen maken. Maar ook met relatief eenvoudige en minder dure technologieën zijn behoorlijke verbeterlagen te maken. Gezien de eerder aangehaalde vooruitzichten en de groeiende concurrentie van partijen buiten de horeca (zoals supermarkten) is afwachten en nietsdoen simpelweg geen optie.

“

Het aandeel van generatie Z in de totale bestedingen in de horeca is al groot, maar zal heel snel dominant worden.

”

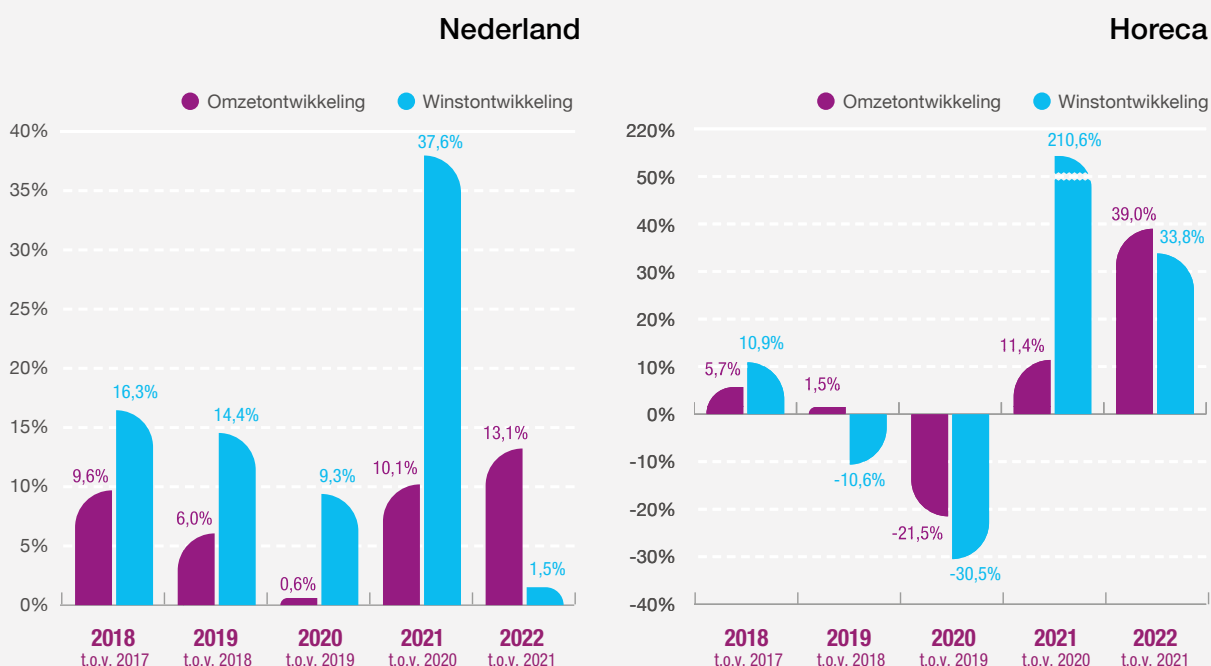
Gemaksgeneratie biedt kansen

Voor ondernemers die denken in kansen in plaats van beren op de weg en een positieve draai weten te geven aan alles wat er in en om de branche speelt, is er de komende tijd in de horeca nog veel te halen. Een van de kansen is de opkomst van de millennials en generatie Z, ofwel de ‘gemaksgeneratie’. Het aandeel van deze generatie in de totale bestedingen in de horeca is al groot, maar zal heel snel dominant worden. Deze jongere doelgroepen zoeken snelle en gemakkelijke oplossingen om gezond te eten. Voor de horeca betekent dit dat er een duidelijk onderscheid komt tussen functionele (snel, toegankelijk, duidelijke concepten) en belevingshoreca (luxer, meer service, genieten, duurder). Aan horecaondernemers de taak om een duidelijke positionering te hebben en na te denken over passende concepten.

Ook de NoLo-trend (no or low alcohol) kan gunstig zijn voor de horeca. Een alcoholvrij drankje hoeft van de consument niet per se goedkoper te zijn dan een alcoholhoudende drank. Dankzij de lagere btw houdt de ondernemer er dan dus meer aan over. Daarnaast willen steeds meer mensen lokale, gezondere en kleinere producten en porties. Ook dit kan marge-technisch gezien kansen bieden. De inkoopprijs van groente ligt veelal lager, terwijl de consument niet per se minder hoeft te betalen voor een broodje met een groentebereiding dan voor een broodje met vlees of vis. Als deze trends zich voortzetten – en daar lijkt het wel op – hebben horeca-ondernemers die nadenken over een duidelijke positionering zeker perspectief.

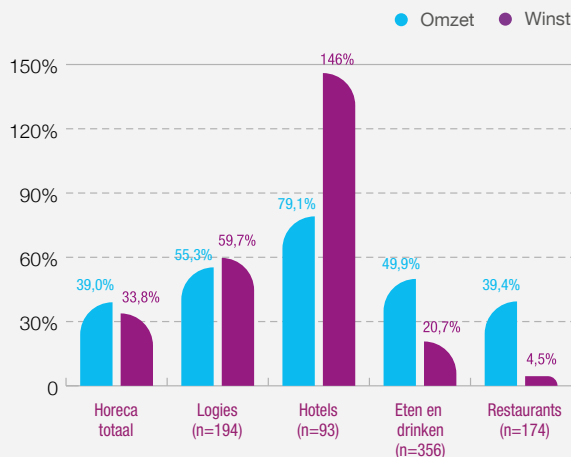
Financiële positie 2022

De horeca heeft na het verdwijnen van de coronamaatregelen een flink herstel laten zien. Ondanks de sterk gestegen kosten heeft de branche de omzet en de winst vorig jaar sterk zien toenemen. Per saldo was de uitgangspositie voor dit jaar dus erg positief, maar er dienden zich ook al duidelijk uitdagingen aan.



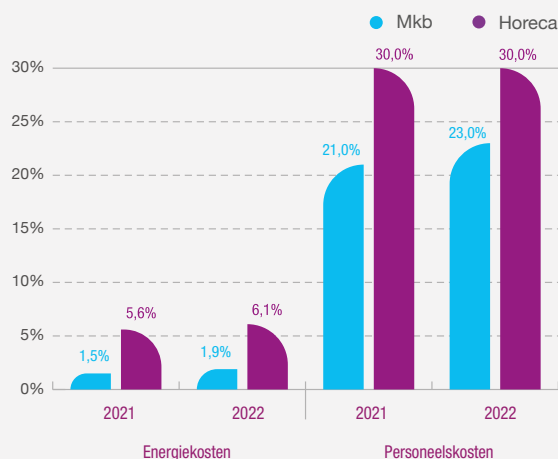
Ondanks de prijsverhogingen en druk op de koopkracht wisten consumenten de horeca in 2022 weer goed te vinden. De omzet steeg met maar liefst 39%. Niet eerder in ons BiZ-onderzoek liet de branche zo'n sterke omzetgroei zien. Hiermee bleef de horeca ook het mkb-gemiddelde van 13,1% ruim voor. De winstontwikkeling hield gelijke tred met de omzetgroei: +33,8%, tegenover +1,5% voor het mkb.

Mutaties deelsectoren ongewogen 2022 t.o.v. 2021



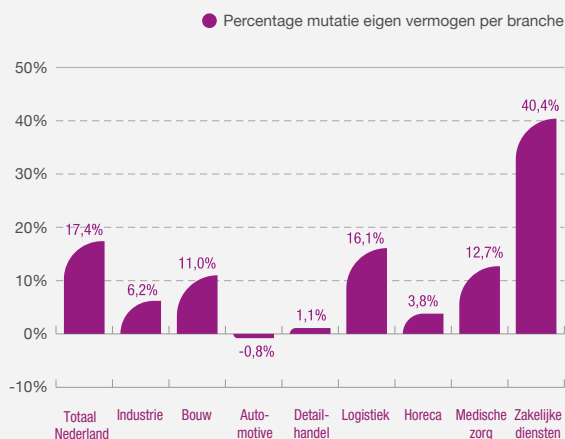
Binnen de horeca lieten alle deelbranches in 2022 groei zien, al was die niet overal even sterk. Hotels blonken zowel qua omzet- als winstgroei uit. Restaurants hadden een goede omzetgroei, maar er was nauwelijks sprake van winstgroei (4,5%).

Energie- en personeelskosten als percentage van de omzet

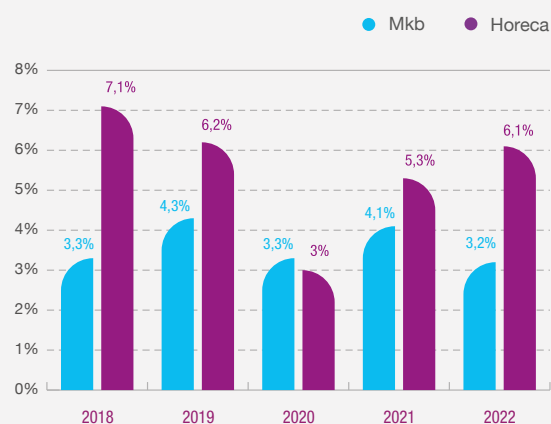


In het mkb zijn de kosten in 2022 fors gestegen en de horeca was daarop geen uitzondering. Vooral de personeelskosten drukken zwaar: die maken gemiddeld 30% van de omzet uit, tegenover 23% in het mkb als geheel. Door de inflatie en de krapte op de arbeidsmarkt zijn de lonen meer dan anders gestegen en dat heeft een flinke impact op de winstgevendheid. Ook de energiekosten wegen in de horeca – met ruim 6% van de omzet – duidelijk zwaarder dan in het mkb als geheel (bijna 2%).

Ontwikkeling eigen vermogen 2022 t.o.v. 2021

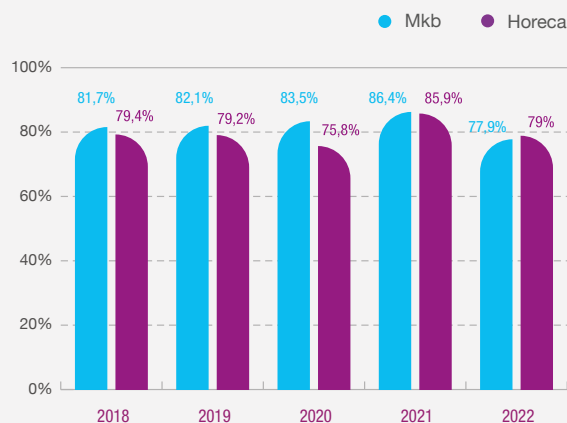


Investeringsaldo als percentage van het vermogen



Het eigen vermogen is in de horeca in 2022 met bijna 4% gestegen, na een groei van bijna 24% een jaar eerder. In het mkb als geheel steeg het eigen vermogen met ruim 17%. Het investeringsaldo als percentage van het vermogen is in de horeca verbeterd van ruim 5 naar ruim 6%. In het mkb ging dit juist achteruit, van ruim 4 naar ruim 3%.

Percentage kredietwaardige ondernemingen



Het percentage horecaondernemingen dat aan de financiële verplichtingen kan voldoen (een PD-rating < 1%), is in 2022 teruggevallen van bijna 86 naar 79. De branche blijft hiermee nog wel licht voor op het mkb-gemiddelde, dat verslechterde van ruim 86 tot bijna 78%.

Steekproefverantwoording

De analyse is gebaseerd op 7321 jaarrekeningen 2022, die representatief zijn voor het mkb. Voor de branche is een weging toegepast volgens de verdeling van het CBS.

Colofon

Uitgever: SRA (vereniging van 360 accountants- en advieskantoren)

Auteur: Annemarie van der Tuijn (TaalVermogen)

Vormgeving: Studiobeet.com

Dit sectorrapport kwam mede tot stand dankzij:

Kamer van Koophandel

Sjuk Akkerman (Sector Banker Services & Leisure bij ING)

Maarten-Jeroen den Boer (MB Adviesgroep en voorzitter van de SRA Branchegroep Horeca)

Michiel van Noort en Daan Smeltzer (Firstmate Hospitality Consultants)

Jos Klerx (sectormanager Horeca en Recreatie Rabobank)

Rijnzathe 14
3454 PV Utrecht
T 030 - 656 60 60
E biz@sra.nl
www.sra.nl/biz



Branche
in Zicht