

Horeca Barometer

Periode: eerste kwartaal 2011

In samenwerking met en in opdracht van:

Bedrijfschap Horeca en Catering

Datum: 28 april 2011

Project: 93929



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 eerste kwartaal 2011	7
3.1 Omzetstijging het grootst in de fastservicesector	7
3.2 Verwachtingen	15

1. Samenvatting

Omzetstijging horecatotaal 3,5%

Dit is de tiende keer dat de Horeca Barometer wordt uitgevoerd. Het onderzoek wordt voor de tweede keer mixed-mode uitgevoerd. Dat wil zeggen dat we een deel van de horecaondernemers online en een deel telefonisch hebben ondervraagd.

In het eerste kwartaal van 2011 melden ruim vier op de tien (43%) horecabedrijven een omzetstijging ten opzichte van dezelfde periode in 2010. Een kwart meldt een omzetsdaling.

In de totale horeca is de omzet in het eerste kwartaal van dit jaar met gemiddeld 3,5% toegenomen. In de fastservicesector is de grootste omzetstijging zichtbaar, namelijk 6,2%. In de overige sectoren is de omzetstijging gemiddeld 3%.

Gemiddelde omzetonwikkeling in de Nederlandse horeca in het eerste kwartaal van 2011 t.o.v. dezelfde periode een jaar eerder, per sector.

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

Basis: alle horecaondernemers (n=730)

Gunstig weer relatief vaak oorzaak voor omzetstijging

Horecaondernemers noemen uiteenlopende redenen voor de omzetstijging. Het vaakst wordt voor het eerste kwartaal het gunstige weer als oorzaak genoemd. Oorzaken van een omzetsdaling zijn ook zeer divers. Hier worden vooral minder bestedingen, minder toeristen en de economische omstandigheden genoemd.

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

Aantal gasten toegenomen en de bestedingen per gast in balans

In 43% van de horecabedrijven is het aantal gasten in het eerste kwartaal 2011 toegenomen ten opzichte van het eerste kwartaal 2010. Een kwart van de horecabedrijven zag het aantal gasten juist dalen. In ruim een kwart van de horecabedrijven zag men de bestedingen per gast afnemen, een zelfde deel zag de bestedingen per gast juist toenemen.

Bezuinigen op personeel en meer aan promotie doen zijn populaire maatregelen om het bedrijfsresultaat te verbeteren

Maar liefst 58% van de horecaondernemers heeft in het eerste kwartaal maatregelen genomen om het bedrijfsresultaat te verbeteren. Men heeft voornamelijk meer bezuinigd op de inzet van personeel en meer aan promotie gedaan. Daarnaast heeft men bezuinigd op inkoop en heeft men het assortiment vernieuwd.

Vrijwel alle horecaondernemers overwegen om in de komende 12 maanden maatregelen te nemen om het bedrijfsresultaat te verbeteren. Naast een kostenbesparing op energie en inkoop, worden ook meer acties en aanbiedingen overwogen, alsmede het organiseren van meer activiteiten.

Meer personeelsinzet nodig in het tweede kwartaal 2011

In een kwart van de horecabedrijven is in het tweede kwartaal van dit jaar meer personeel nodig dan in het eerste kwartaal 2011. Gemiddeld is de banengroei 11%. Met name in de restaurant-, hotel- en drankensector ontstaan meer arbeidsplaatsen in het tweede kwartaal. Ten slotte kunnen zes op de tien horecaondernemers nog steeds moeilijk aan geschikt personeel komen. Het gaat dan vooral om goed bedienend- en keukenpersoneel.

2. Onderzoeksopzet

2.1 Doelstelling

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

2.2 Methode

Het onderzoek is mixed-mode uitgevoerd. Dat wil zeggen dat een deel van de horecaondernemers telefonisch en een deel online is ondervraagd.

Het onderzoek is telefonisch uitgevoerd vanuit ons callcenter in Amsterdam met behulp van Computer Assisted Telephone Interviewing (CATI) in de periode van 6 tot en met 19 april 2011. Ervaren business-to-business-interviewers zijn ingezet op het project. Daarnaast heeft het onderzoek online plaatsgevonden onder horecaondernemers waarvan een e-mailadres bekend is. In totaal zijn 508 horecaondernemers online ondervraagd en 222 telefonisch. Het online veldwerk heeft plaatsgevonden van 6 tot en met 16 april 2011. Dit is de tiende meting sinds januari 2008.

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

Populatie maart 2011 en steekproefrealisatie april 2011

Sector	Populatie	Steekproef totaal
Drankensector	17.332	191
Fastservicesector	10.302	154
Restaurantsector	11.058	184
Hotelsector	3.161	201
Totaal	41.853	730

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	2.171	
Geen geschikte respondent /respondent onbekend	201	
Onbereikbare nummers totaal	852	
- Bij herhaalde poging in gesprek, geen gehoor, voicemail, antwoordapparaat	689	
- Afgesloten telefoonnummers	72	
- Niet werkend telefoonnummer, o.a.: fax, modem	91	
Totaal aantal bereikte telefoonnummers van geschikte respondenten	1.118	100%
Respondent niet beschikbaar tijdens veldwerkperiode	482	
Aantal openstaande afspraken	53	
Weigering voor / tijdens gesprek	361	
Aantal afgeronde gesprekken (respons)	222	38%

In totaal hebben 361 benaderde horecaondernemers hun medewerking aan het onderzoek geweigerd.

Responsverantwoording online onderzoek

	Aantal	
Totaal verstuurd uitnodigingen	14.917	
Totaal aantal respondenten die op de link hebben geklikt	736	6%
Vragenlijst niet ingegaan	128	
Vragenlijst niet afgemaakt	100	
Aantal ingevulde enquêtes (respons)	508	3%

De respons van deze meting is voldoende om representatieve uitspraken te doen voor de gehele doelgroepopulatie.

2.4 Vragenlijst

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

- omzetmutatie kwartaal (Q1 2011 t.o.v. Q1 2010);
- verklaringen voor omzetontwikkelingen;
- 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) en online onderzoek met behulp van Computer Assisted Web Interviewing (CAWI). Andere uitgangspunten en werkwijzen zullen uiteraard van invloed zijn op de uitkomsten en zullen de vergelijkbaarheid met andere soortgelijke onderzoeken onvolledig maken.

3. Horecabarometer eerste kwartaal 2011

3.1 Omzetstijging het grootst in de fastservicesector

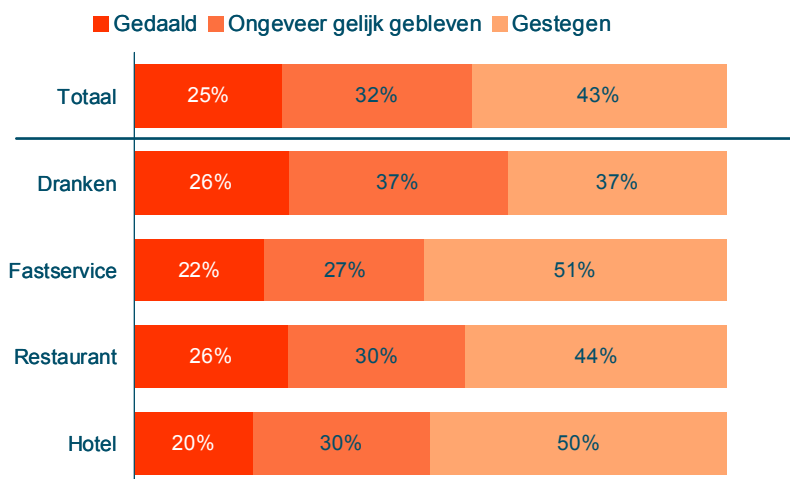
De gemiddelde omzetstijging in de horeca in het eerste kwartaal 2011 bedraagt 3,5%.

In alle sectoren wordt gemiddeld een omzetstijging gemeld. Deze is in de fastservicesector het grootst (6,2%).

Meer bedrijven met een omzetstijging dan met een omzetsdaling

43% van de horecabedrijven meldt in het eerste kwartaal van 2011 een omzetstijging ten opzichte van het eerste kwartaal 2010. Een kwart van de horecabedrijven zegt een omzetsdaling te hebben.

Is de omzet in uw vestiging in het eerste kwartaal van 2011, ten opzichte van het eerste kwartaal 2010, gestegen, gedaald of gelijk gebleven?



Basis: alle horecabedrijven (n=730)

De gemiddelde omzetstijging in het eerste kwartaal van 2011 is 3,5%

Horecabedrijven met een omzetsdaling melden gemiddeld een omzetsdaling van 15% in het eerste kwartaal van 2011 ten opzichte van het eerste kwartaal 2010. Bedrijven met een omzetstijging geven gemiddeld een stijging aan van eveneens 15%.

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

Gemiddelde omzetontwikkeling in de Nederlandse horeca in het eerste kwartaal van 2011 t.o.v. dezelfde periode een jaar eerder, per sector.

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

Basis: alle horecaondernemers (n=730)

De omzetstijging is het grootst in de fastservicesector (6,2%). In de overige sectoren bedraagt de omzetgroei circa 3%.

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

Ook regionaal zien we verschillen in omzetmutatie. In het zuiden³ zien we de grootste stijging, in het noorden blijft de omzetgroei achter.

Gemiddelde omzetontwikkeling in de Nederlandse horeca in het eerste kwartaal van 2011 t.o.v. dezelfde periode een jaar eerder, per Nielsen-regio.

Nielsen-regio	Gemiddelde omzetontwikkeling (%)	Bandbreedte (%)
Grote steden	3,4	1,3 tot 5,5
Rest West	3,5	1,1 tot 5,9
Noord	0,5	-2,4 tot 3,5
Oost	2,5	0,6 tot 4,4
Zuid	5,2	3,1 tot 7,2
Totaal	3,5	2,5 tot 4,5

Basis: alle horecaondernemers (n=730)

³ 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).

Economie en gunstig weer voornaamste oorzaken omzetstijging

Horecabedrijven met een omzetstijging noemen de economie en de gunstige weersomstandigheden vaak als reden voor de omzetstijging in het eerste kwartaal.

Vooraf de fastservicesector heeft van het gunstige weer geprofiteerd. Daarnaast zijn de redenen zeer divers en zijn er verschillen per sector.

Kunt u voor uw bedrijf de oorzaken aangeven van deze omzetstijging in het eerste kwartaal van 2011? (in %, meerdere antwoorden mogelijk)

	Totaal	Dranken- sector	Fast- service	Restau- rant	Hotel
Meer klanten/ de economie herstelt zich/ mensen durven weer geld uit te geven	26	21	21	30	42
Gunstige weersomstandigheden	19	18	29	11	7
Meer naamsbekendheid	12	10	14	12	11
Andere formule/ kaart/ aanpak	10	13	5	16	3
Meer capaciteit/ verbouwing	9	11	9	9	6
Meer feesten (bruiloften e.d.)	7	14	-	9	1
Goede kwaliteit	7	5	10	5	5
Meer (langer) open	6	12	3	2	1
Acties/ aanbiedingen	6	12	3	2	1
Prijsverhogingen	5	4	6	4	10
Promotie, reclame	5	3	1	11	6
Bedrijf is pas begonnen/ opbouwfase	5	5	5	5	3
Meer vergaderingen, trainingen, seminars	3	5	1	1	12
Anders	17	22	18	7	21
Weet niet	8	12	3	9	1
Totaal	143	167	130	131	130
n (absoluut)	339	77	81	86	95

Basis: horecabedrijven met een omzetstijging in het eerste kwartaal 2011 (n=339)

Als we de horecaondernemers vragen naar de *voornaamste* oorzaak van de omzetsijging, worden de economie en het gunstige weer ook het vaakst genoemd:

- de economie herstelt zich (18%)
- gunstige weersomstandigheden (12%)
- meer naamsbekendheid (8%)
- meer feesten (7%)
- meer capaciteit (7%)

Uiteenlopende redenen genoemd voor de omzetsdaling

Aan de horecaondernemers met een omzetsdaling in het eerste kwartaal van 2011, is gevraagd welke oorzaken zij konden noemen voor deze omzetsdaling.

De horecaondernemers noemen uiteenlopende oorzaken van de omzetsdaling. In de drankensector is de voornaamste reden dat de klanten minder besteden, restaurants noemen relatief vaak dat er minder toeristen zijn en in de fastservice- en hotelsector worden de economische omstandigheden het meest genoemd.

Kunt u voor uw bedrijf de oorzaken aangeven van deze omzetsdaling in het eerste kwartaal van 2011? (in %, meerdere antwoorden mogelijk)

	Totaal	Dranken- sector	Fastser- vice	Restaurant	Hotel
Klanten besteden minder	21	31	13	16	4
Minder toeristen	21	20	11	31	15
Economische omstandigheden/het gaat slechter met de economie	20	15	37	13	28
Minder boekingen/minder zakelijke klanten	17	24	-	19	19
Toegenomen concurrentie	11	12	15	6	11
Tijdelijk gesloten geweest door verbouwing en/ of persoonlijke omstandigheden	7	4	11	6	9
Invoering van rookverbod	6	12	3	-	2
Weersomstandigheden/ slecht weer gehad	4	-	8	8	6
Prijsstijgingen inkoop e.d.	3	5	-	3	-
Verpaupering/verslechtering van de buurt	3	3	3	3	-
Moeilijker bereikbaar/de straat lag open	3	-	9	1	3
Ongunstige feestdagen	2	4	-	-	11
Anders	21	23	24	15	26
Totaal	138	153	134	120	134
n (absoluut)	171	47	33	44	47

Basis: horecabedrijven met een omzetsdaling in het eerste kwartaal 2011 (n=171)

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

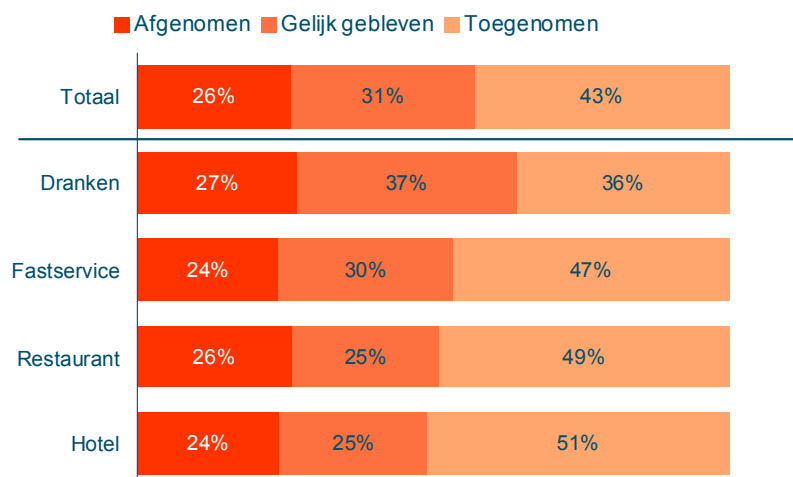
Als we vragen wat de *belangrijkste* oorzaak is van de omzetsdaling, dan noemt men:

- de economische omstandigheden (17%)
- minder toeristen (16%)
- minder boekingen/minder zakelijke klanten (13%)
- klanten besteden minder (10%)

Aantal gasten per saldo toegenomen, bestedingen stabiel

In vier op de tien horecagelegenheden steeg het aantal gasten in het eerste kwartaal van 2011 ten opzichte van het eerste kwartaal 2010. De stijging van het aantal gasten bleef in de drankensector enigszins achter ten opzichte van de overige sectoren.

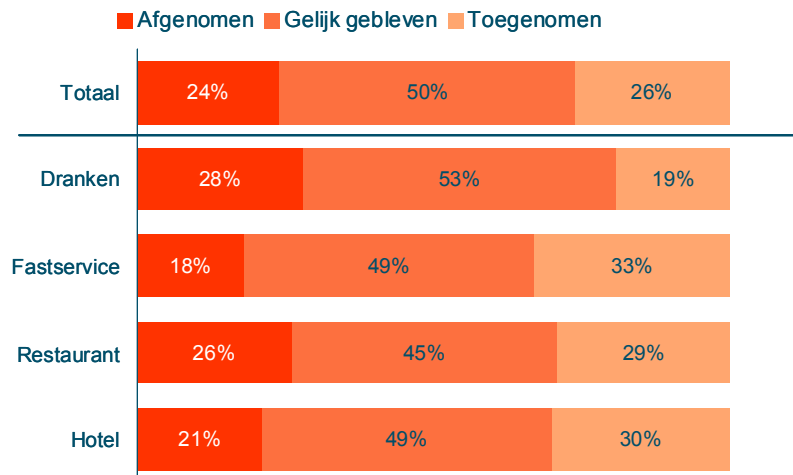
Als u het eerste kwartaal 2011 vergelijkt met het eerste kwartaal 2010 is naar uw inschatting het totaal aantal gasten in uw bedrijf dan (...)?



Basis: alle horecabedrijven (n=730)

In de helft van de horecabedrijven is in het eerste kwartaal van 2011 de gemiddelde besteding per gast ongeveer gelijk gebleven ten opzichte van dezelfde periode een jaar eerder. Het aantal horecabedrijven waarin de gemiddelde besteding per gast afnam is in balans met het aantal bedrijven waar de besteding juist toenam.

Als u het eerste kwartaal van 2011 vergelijkt met het eerste kwartaal van 2010 is naar uw inschatting de gemiddelde besteding per gast dan (...)?

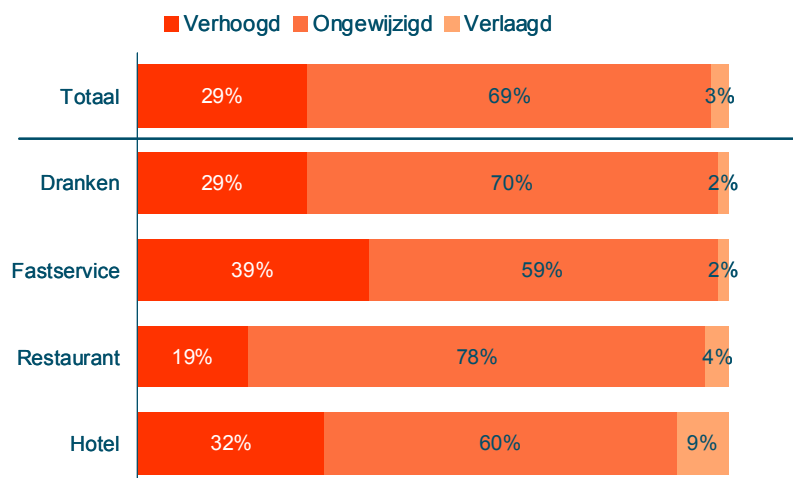


Basis: alle horecabedrijven (n=730)

In de meeste bedrijven zijn de verkoopprijzen ongewijzigd gebleven

Bijna drie op de tien horecaondernemers hebben de prijzen in het eerste kwartaal van 2011 verhoogd. In de fastservicesector zijn dit er zelfs vier op de tien. In ruim twee derde van de horecabedrijven zijn de prijzen ongewijzigd.

Heeft u in het eerste kwartaal 2011 de verkoopprijzen gewijzigd? Zo ja, heeft u de prijzen gemiddeld genomen (...)?



Basis: alle horecabedrijven (n=730)

Zes op de tien horecaondernemers hebben maatregelen genomen om het bedrijfsresultaat te verbeteren

In het eerste kwartaal van dit jaar hebben bijna zes op de tien (58%) horecaondernemers maatregelen genomen om het bedrijfsresultaat te verbeteren. De meest genoemde maatregel is bezuinigen op de inzet van personeel. Daarnaast worden meer promotie en bezuinigen op inkoop veel genoemd.

Wat voor maatregelen heeft u genomen om het bedrijfsresultaat in het eerste kwartaal van 2011 te verbeteren? (in %, meerdere antwoorden mogelijk)

	Totaal	Dranken-sector	Fast-service	Restaurant	Hotel
Minder personeel/ personeel werkt minder	22	18	16	29	32
Meer promotie/ reclame/marketing	20	16	18	26	21
Bezuinigen op inkoop	20	17	14	28	21
Breder assortiment/ nieuwe kaart	17	12	20	22	7
Prijsverhogingen	12	18	10	9	6
Andere doelgroep/ andere huisstijl/ ander concept	12	14	10	14	2
Activiteiten organiseren/ verenigingen/ thema-avonden	10	19	3	4	4
Kwaliteit, service verbeteren	8	6	15	5	9
Verbouwing	7	9	6	5	5
Kostenbesparingen	6	4	4	9	8
Meer personeel	3	6	1	-	2
Prijzen aangepast	3	3	3	1	3
Vaker open, langer open	2	3	3	-	6
Investerings	2	6	-	-	-
Acties/ aanbiedingen	2	-	7	-	6
Bewuster ondernemen/ cursus gevolgd	2	3	3	-	1
Anders	4	4	6	-	12
Weet niet	11	8	13	13	14
Totaal (exclusief weet niet)	162	165	152	166	158
n (absoluut)	454	111	90	120	133

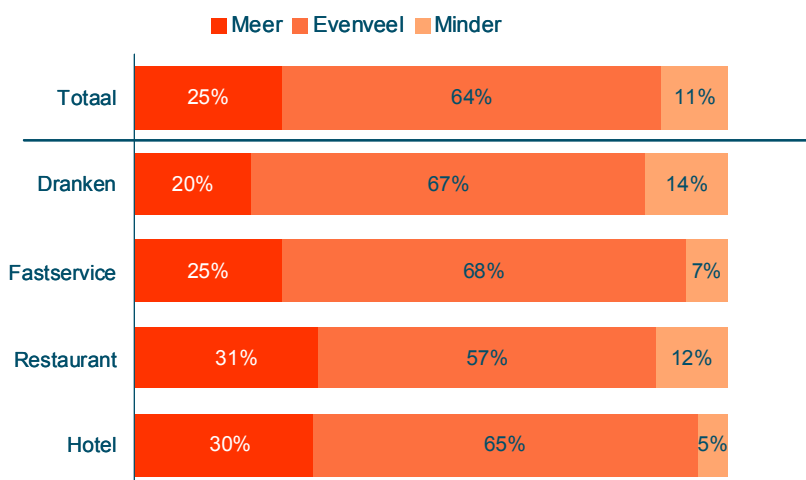
Basis: alle horecabedrijven waarin maatregelen zijn genomen (n=454)

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

3.2 Verwachtingen

Ruim zes op de tien horecaondernemers verwachten in het tweede kwartaal van dit jaar evenveel personeel nodig te hebben als in het eerste kwartaal van 2011. Per saldo is er in het tweede kwartaal meer personeel nodig dan in het eerste kwartaal van 2011. Er komen met name extra banen in de restaurant-, dranken- en hotelsector.

Verwacht u in het tweede kwartaal 2011 meer, evenveel of minder personeel nodig te hebben (in FTE) dan in het eerste kwartaal 2011?



Basis: alle horecabedrijven (n=730)

11% extra banen in het tweede kwartaal ten opzichte van het eerste 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 volgende 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 tweede kwartaal van 2011 t.o.v. het eerste kwartaal van 2011, per sector (in %).

Sector	Gemiddelde werkgelegenheidsmutatie (%)	Bandbreedte ⁴ (%)
Drankensector	12,7	3,5 tot 21,9
Fastservicesector	6,6	2,8 tot 10,5
Restaurantsector	13,8	7,1 tot 20,5
Hotelsector	12,1	5,5 tot 18,7
Totaal	11,4	7,7 tot 15,1

Basis: alle horecaondernemers (n=730)

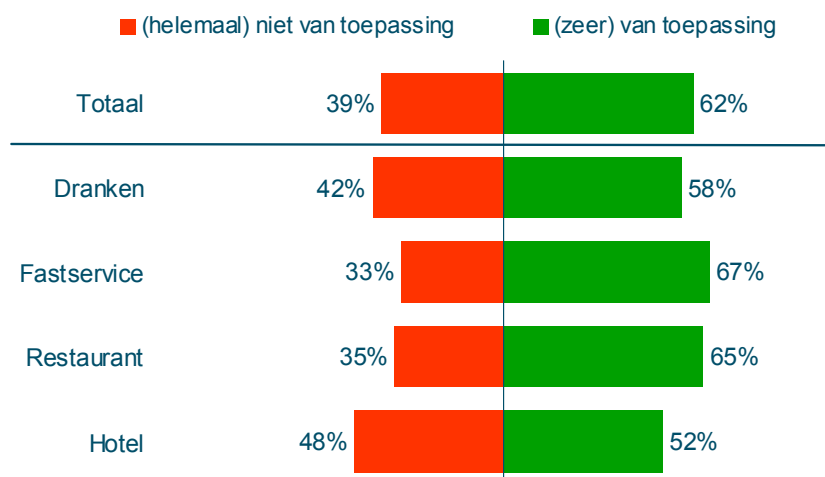
Gemiddeld zijn in het tweede kwartaal 11,4% meer voltijdbanen nodig in de horeca, dan in het eerste kwartaal. De banengroei is sectorbreed. Alleen de fastservicesector blijft enigszins achter. Uiteraard spelen seizoenseffecten hierbij een rol.

⁴ 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

62% van de horecaondernemers heeft moeite met het vinden van goed personeel, dit is vergelijkbaar met het vorige kwartaal. In de restaurant- en fastservicesector ligt het percentage dat moeilijk aan goed personeel kan komen iets hoger dan gemiddeld.

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=730)

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 (71%). Dit geldt meer dan gemiddeld voor ondernemers in de restaurantsector (79%) en de drankensector (78%). Verder heeft men moeite om goed keukenpersoneel te vinden. In 52% van de bedrijven speelt dit.

Bezuinigen op energie en inkoop populairste bezuinigingsmaatregelen

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. Naast bezuinigen op energie en inkoop worden ook meer activiteiten organiseren, en meer aanbiedingen en acties veel genoemd. Tussen de sectoren zijn soms duidelijke verschillen waar te nemen.

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
Bezuinigen op inkoop	54	53	53	59	44
Besparen op energie	50	48	57	45	55
Meer activiteiten organiseren	47	59	34	42	40
Meer aanbiedingen en acties	41	31	45	51	49
Bezuinigen op personeel	37	36	34	43	29
Bezuinigen op investeringen	35	38	32	34	31
Prijzen verhogen om winstmarge te verbeteren	28	28	31	28	22
Meer samenwerken met collega-ondernemers	25	19	21	33	39
Andere openingstijden	18	20	21	15	12
Meer adverteren in lokale media	16	10	19	23	13
Prijzen verlagen om meer klanten te trekken	3	-	2	6	10
Geen van deze	8	8	10	4	12
Totaal (exclusief geen van deze)	360	350	356	382	355
n (absoluut)	730	191	154	184	201

Basis: alle horecaondernemers (n=730)

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

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.