

# **Bedrijfstakrelaties en –prognoses voor de Nederlandse horeca**

Consumentenvraag 1997-2010



*bedrijfschap* Horeca en Catering



# Inhoud

<b>Samenvatting</b>	<b>4</b>
<b>Inleiding</b>	<b>9</b>
<b>1. Consumentenvraag: beïnvloedende factoren</b>	<b>10</b>
1.1. Drinkensector	10
1.2. Fastfoodsector	14
1.3. Restaurantsector	16
1.4. Hotelsector	18
<b>2. Een doorkijk naar 2010</b>	<b>22</b>
2.1. Drinkensector	22
2.2. Fastfoodsector	25
2.3. Restaurantsector	25
2.4. Hotelsector	26
<b>Bijlage A. Overzicht beïnvloedende factoren</b>	<b>27</b>

## *Colofon*

Dit is een uitgave van het bedrijf Horeca en Catering

© bedrijf Horeca en Catering  
Overname van informatie uit deze publicatie is toegestaan,  
mits met bronvermelding.  
Het bedrijf Horeca en Catering stelt zich niet  
aansprakelijk voor de juistheid  
van de aangeboden informatie.  
In geen geval is het bedrijf Horeca en Catering  
aansprakelijk voor enige directe of  
indirecte schade als gevolg van of in verband met  
de aangeboden informatie uit deze publicatie.

ISBN 90-5531-149-9

Zoetermeer, mei 2005

Artikelnummer 3119

# Samenvatting

Centraal in deze notitie staat een verkenning van de consumentenvraag in de Nederlandse horeca. In het bijzonder is onderzocht welke belangrijke factoren kunnen worden onderscheiden die bepalend zijn voor de economische bedrijvigheid in de verschillende horecasectoren. De gegevens voor deze analyse zijn ontleend aan de omzetstatistiek van het CBS en hebben betrekking op de *maanden* van de periode 1997-2004. Een belangrijk pluspunt van de weg die in deze notitie is bewandeld is de mogelijkheid om een aantal aspecten van het consumentengedrag in de Nederlandse horeca te kunnen kwantificeren en te toetsen aan de verwachtingen op voorhand. Zo wordt veelal de verwachting uitgesproken dat consumenten gevoelig zijn voor de prijsstelling in de horeca. De uitkomsten van de verkenning in deze notitie ondersteunen deze verwachting. Niet alleen kan worden vastgesteld dat het prijsbeleid in de Nederlandse horeca van invloed is op het bezoekgedrag, ook kan de reactie van consumenten cijfermatig in kaart worden gebracht. Een ander voordeel van de huidige verkenning is dat een min of meer objectief vertrekpunt wordt verkregen wordt het opstellen van bedrijfstakprognoses of het doorrekenen van scenario's. De empirische bevindingen voor de verschillende horecasectoren kunnen als volgt worden samengevat.

## **Drankensector**

De consumentenvraag in de drankensector kent een seizoenpatroon dat mede wordt ingegeven door de weersomstandigheden en de hoeveelheid vrije tijd (vakanties, feestdagen e.d.) waarover consumenten beschikken. Over het algemeen worden de maanden mei tot en met augustus gekenmerkt door bovengemiddeld consumentenbezoek aan de drankensector. Na augustus is de trend neerwaarts met een tijdelijke opleving in december. Gezien het omzetverloop (volume) in de periode 1997-2004 wordt naast de invloed van het seizoen ook een positief verband met de conjunctuur waargenomen: in de periode 1998-2000 wordt jaarlijks gemiddeld een toename van het omzetvolume waargenomen en in de periode 2001-2003 elk jaar een daling. Vanaf 2002 is de omzetindex (volume) in de drankensector niet meer boven de 100 uitgekomen. Deze omslag naar een neerwaartse trend is in overeenstemming met de in de loop van 2000 ingezette neergang van de Nederlandse economie. De systematische invloed van het seizoen en de conjunctuur op de economische bedrijvigheid in de drankensector blijkt ook uit een *integrale* benadering (zie hoofdstuk 1). Vooral de combinatie van seizoen, Nederlandse conjunctuur en consumentenprijs in de drankensector verklaart voor een belangrijk deel de maandelijkse consumentenvraag in deze sector. Consumenten blijken vooral met een vertraging van enkele maanden op ontwikkelingen in de conjunctuur en de prijsstelling in de drankensector te reageren. De invloed van de Nederlandse economie wordt geschat op ongeveer 0,6. Dit betekent dat een toename van de conjunctuurindex met één eenheid gemiddeld genomen leidt tot een stijging van de consumentenvraag in de drankensector met 0,6 eenheden; en andersom. Op dezelfde manier heeft een toename van de consumentenprijs in de drankensector met één eenheid een vraagdaling tot gevolg van gemiddeld genomen 0,7 eenheden; en andersom. Geconcludeerd kan worden dat het prijsbeleid in de drankensector een belangrijk instrument is in de strijd om de aandacht van de consument.

In de periode 1997-2004 scoort de consumentenvraag in de drankensector het hoogst in augustus 1997 wat samenvalt met de maand met de hoogste gemiddelde temperatuur in Nederland in deze periode (20,5 graden). Weersomstandigheden, in de vorm van het aantal zonuren, blijken naast bovengenoemde beïnvloedende factoren ook nog een *afzonderlijke* invloed te hebben op de economische bedrijvigheid in de drankensector. Dus ondanks de correctie voor seizoeninvloeden, waarmee al voor een belangrijk deel rekening wordt gehouden met verschillen in weersomstandigheden.

De één na hoogste consumentenvraag in de drankensector in de periode 1997-2004 wordt in juni 2000 waargenomen, de maand waarin het EK voetbal in Nederland en België is gehouden. Rekening houdend met het seizoen, de conjunctuur en de prijsstelling in de drankensector wordt voor deze maand een aanzienlijke onderschatting van de consumentenvraag in de drankensector gemeten. De maand juni 2000 blijkt dan

ook nog een significant eigen invloed te hebben op de vraag naar dienstverlening in de drankensector. Dit geldt niet voor de andere EK/WK voetbaltoernooien in de periode 1997-2004.

### **Fastfoodsector**

Het seizoenpatroon in de fastfoodsector lijkt voor een belangrijk deel op dat in de drankensector. In de eerste maanden van het jaar is er sprake van een relatief laag niveau van de economische bedrijvigheid in de fastfoodsector. Wel neemt de consumentenvraag gestaag toe met doorgaans in de maanden mei tot en met augustus bovengemiddeld bezoek aan de fastfoodsector. Na augustus is de trend neerwaarts met een tijdelijk herstel in december. Opvallend is dat deze tijdelijke opleving in 2002 en 2003 is weggefallen. Evenals in de drankensector is ook de conjunctuur van invloed op het bezoekgedrag in de fastfoodsector: in de periode 1998-2000 is de economische bedrijvigheid in de fastfoodsector elk jaar gemiddeld toegenomen en in de periode 2001-2003 elk jaar afgenomen. Een integrale verkenning ondersteunt de verwachting dat het seizoen (weersinvloeden, vrije tijd e.d.) en de conjunctuur belangrijke beïnvloedende factoren zijn van het consumentengedrag in de fastfoodsector. Dit geldt ook voor de consumentenprijs in de fastfoodsector. Het effect van de conjunctuur op de consumentenvraag in de fastfoodsector wordt geschat op ongeveer 0,9 en de invloed van de prijsstelling in de fastfoodsector op -0,7 (zie drankensector voor interpretatie). Evenals in de drankensector is het prijsbeleid in de fastfoodsector een belangrijk instrument in de strijd om de aandacht van de consument. De consumentenprijs in de fastfoodsector (absoluut) blijkt hierbij een iets betere verklaring te geven voor de consumentenvraag dan bijvoorbeeld deze prijs in relatie tot de algemene consumentenprijs in Nederland (relatief). Consumenten blijken verder vooral met een vertraging van enkele maanden te reageren op prijsaanpassingen.

Ondanks de correctie voor seizoeninvloeden blijken de weersomstandigheden, in de vorm van het aantal zonuren en de hoeveelheid neerslag, ook nog een afzonderlijke invloed te hebben op de economische bedrijvigheid in de fastfoodsector. Ook de maand waarin het EK voetbal in Nederland en België is gehouden (juni 2000) heeft invloed, maar is niet significant. In deze maand scoort de consumentenvraag in de fastfoodsector met een indexwaarde van 114 (2000=100) wel het hoogst in de periode 1997-2004. De laagste score wordt waargenomen in februari 2003 (73) en valt samen met veruit de koudste februari maand in de periode 1997-2004.

### **Restaurantsector**

Ook het traditionele seizoenpatroon in de restaurantsector wijkt niet veel af van dat in de dranken- en fastfoodsector. Januari en februari worden gekenmerkt door een relatief laag niveau van het restaurantbezoek. Daarna is de trend sterk opwaarts met de maanden mei tot en met augustus waarin de consumentenvraag in de restaurantsector bovengemiddeld scoort. Na augustus is de trend neerwaarts met een tijdelijke opleving in december. Ook de samenhang met de conjunctuur is vergelijkbaar: in de periode 1998-2000 is de economische bedrijvigheid in de restaurantsector elk jaar gemiddeld toegenomen en in de periode 2001-2003 jaarlijks afgenomen. Opnieuw verklaart vooral de combinatie van seizoen, Nederlandse conjunctuur en, hier, de verkoopprijs in de restaurantsector in belangrijke mate de consumentenvraag in deze sector. De invloed van de conjunctuur op deze vraag wordt berekend op ongeveer 0,7 en het effect van de restaurantprijs op -0,5 (zie drankensector voor interpretatie). Evenals in de fastfoodsector leidt de absolute consumentenprijs in de restaurantsector tot een enigszins betere verklaring dan een relatieve prijs en reageren consumenten vooral met een vertraging van enkele maanden op prijsontwikkelingen.

In tegenstelling tot de dranken- en fastfoodsector heeft in de restaurantsector ook de dollarkoers nog wezenlijk invloed op de economische bedrijvigheid, dus na correctie voor het seizoen, de restaurantprijs en in het bijzonder de Nederlandse conjunctuur. Verwacht wordt dat de dollarkoers vooral het zakelijke en internationale bezoek aan de restaurantsector verklaart. Evenals de conjunctuur en de consumentenprijs in de restaurantsector heeft ook deze koers het verwachte effect: een hogere dollarkoers drukt de consumentenvraag in de restaurantsector. Via een duurdere euro wordt verwacht dat een hogere dollarkoers het inkomend toerisme van buiten de Eurozone belemmert en het

uitgaand toerisme naar buiten dit gebied stimuleert. Beide effecten hebben negatief invloed op het toerisme, al dan niet zakelijk, in Nederland en daarmee ook op de vraag naar dienstverlening in de restaurantsector.

Na correctie voor bovengenoemde vier beïnvloedingsfactoren, waaronder voor het seizoenpatroon, blijken de weersomstandigheden, in de vorm van het aantal zonuren, ook nog een afzonderlijke invloed te hebben op de maandelijksse consumentenvraag in de restaurantsector.

Een voorbeeld van een incidentele omstandigheid welke in de restaurantsector samengaat met een onderschatting van de feitelijke consumentenvraag betreft de introductie van de euro. In de maand voor de overgang van de gulden naar de euro (december 2001) bedraagt de index van het omzetvolume in de restaurantsector ongeveer 106 (2000=100), terwijl op basis van de genoemde beïnvloedingsfactoren een waarde van 99 wordt voorspeld.

### **Hotelsector**

Vergeleken met de andere horecasectoren kent de Nederlandse hotelsector een enigszins afwijkend seizoenpatroon. In de eerste maanden van het jaar is de consumentenvraag in de hotelsector bescheiden te noemen, maar stijgt gestaag om in mei en juni te pieken (korte hotelvakanties). Tijdens het hoogseizoen in juli en augustus is er een tijdelijke omzetsdip om vervolgens weer te pieken in september. Na september is er sprake van een sterk neerwaartse trend. De krimp in het hoogseizoen houdt verband met de zomervakantie waarin relatief veel Nederlanders voor een lange vakantie naar het buitenland gaan, met de waarneming dat lange vakanties in eigen land in deze maanden vooral in de verblijfsrecreatie worden doorgebracht en tijdens het hoogseizoen de zakelijke markt dan ook rustiger is.

Voor de totale omzet in de hotelsector legt in bepaalde perioden het volume relatief veel gewicht in de schaal (bijv. een hogere vakantieparticipatie en vakantie intensiteit tijdens schoolvakanties) en in andere perioden (ook) de hotelbestedingen (bijv. opstart zakelijke markt in september). Net als in de andere horecasectoren laat naast het seizoen ook de conjunctuur een samenhang met de vraag naar dienstverlening in de hotelsector zien: na positieve omzetonwikkelingen in de periode 1998-2000 is er vanaf 2001 een neerwaartse trend waar te nemen. De integrale verkenning bevestigt het belang van seizoen en conjunctuur voor de economische bedrijvigheid in de hotelsector. Na correctie voor seizoeninvloeden verklaart de conjunctuur in Nederland reeds 84% van de gerealiseerde omzet in de hotelsector. Consumenten reageren hierbij vooral met een vertraging van enkele maanden op de conjunctuur. Met een geschatte waarde van 1,4 leidt een positieve ontwikkeling van de Nederlandse economie met één eenheid tot een meer dan proportionele toename van de consumentenvraag in de hotelsector (en andersom). Deze invloed illustreert de grotere betekenis van de conjunctuur voor de hotelsector dan voor de andere horecasectoren (zie hierboven: schattingen kleiner dan 1). Na correctie voor het seizoen en de conjunctuur heeft ook de dollarkoers nog een significant negatief effect op de consumentenvraag in de hotelsector (zie restaurantsector voor interpretatie).

Verder wordt verwacht dat naast wisselkoersen ook consumentenprijzen in de bestemmingsgebieden het toerisme zullen beïnvloeden. De invloed van een gunstige koers kan immers worden getemperd door relatief dure goederen en diensten waar men als toerist of zakelijke reiziger mee te maken heeft. De algemene consumentenprijs in Nederland, absoluut en in verhouding tot de consumentenprijs in het eurogebied bieden echter geen aanvullende verklaring voor de consumentenvraag in de Nederlandse hotelsector. Rekening houdend met het seizoenpatroon, de Nederlandse conjunctuur en de dollarkoers wordt in totaal 90% van het omzetverloop in de hotelsector verklaard.

### **Een doorkijk naar 2010**

Gegeven de inventarisatie van belangrijke beïnvloedingsfactoren en de invloed die deze factoren hebben op de consumentenvraag in de Nederlandse horeca is het mogelijk een doorkijk naar de toekomst te geven. Hiertoe zijn vier scenario's uitgewerkt en is 2010 als voorspelhorizon gehanteerd. De uitgangspunten van de scenario's kunnen als volgt worden samengevat.

Scenario I – In het eerste scenario waartegen de andere scenario's worden afgezet wordt verondersteld dat de periode 2005-2010 wordt gekenmerkt door een opgaande conjunctuur in Nederland. Wel wordt verwacht dat deze opwaartse trend op middellange termijn minder sterk is dan in de opgaande periode 1995-2000. Voor de korte termijn wordt aangehaakt bij enkele CPB uitgangspunten. Het CPB verwacht een verdere afzwakking van de economische groei in Nederland van 1½% in 2004 naar 1% in 2005. Eén van de oorzaken is de verdere waardestijging van de euro van gemiddeld 1,24 dollar in 2004 naar 1,30 dollar in 2005. Hoewel een hogere dollarkoers de uitvoer belemmert, blijft de export in 2005 de motor achter de productiegroei in Nederland. Consumenten blijven in 2005 terughoudend in hun bestedingen. Door minder koopkracht verwacht het CPB een lichte daling van de consumptie van huishoudens in 2005 (-¼% volume). Wat betreft de inflatie in Nederland wordt verwacht dat deze in 2005 met gemiddeld 1¼% even gematigd zal zijn als in 2004. Bij de opgaande conjunctuur in Nederland wordt in dit scenario uitgegaan van een toename van de binnenlandse consumptie door huishoudens van gemiddeld 1½% à 2% (volume) per jaar over de periode 2005-2010. Verder wordt verondersteld dat ook op middellange termijn de dollarkoers gemiddeld 1,30 dollar zal blijven. Wat betreft het prijsbeleid in de Nederlandse horeca wordt rekening gehouden met een prijsstijging in alle horecasectoren van gemiddeld 1¾% per jaar.

Scenario II – Het prijsbeleid in de Nederlandse horeca blijkt een belangrijke factor voor de consumentenvraag in de dranken-, fastfood- en restaurantsector. In dit scenario is de invloed van een afzwakkende inflatie van 1¾% in 2005 naar 1% in 2010 onderzocht. Voor de hotelsector wordt de invloed van een dalende dollarkoers onderzocht. In het bijzonder wordt een koersdaling verondersteld van 1,30 dollar in 2005 naar 0,90 dollar in 2010. Een vergelijkbare trend werd in de periode 1996-2000 waargenomen. De overige veronderstellingen zijn gelijk aan die in het eerste scenario.

Scenario III – In dit scenario wordt verondersteld dat de opwaartse trend in de Nederlandse economie, benaderd door de binnenlandse consumptie door huishoudens, iets sterker is dan in het eerste scenario. In het bijzonder wordt rekening gehouden met een nulgroei in 2005 en daarna stijgend tot 3,5% groei in 2010. De overige veronderstellingen zijn als in scenario I.

Scenario IV – Vergeleken met het eerste scenario wordt van scenario II en III *afzonderlijk* een positief effect op de consumentenvraag in de Nederlandse horeca verwacht. Deze verwachting is gebaseerd op de geschatte invloeden van de Nederlandse conjunctuur, de prijsstelling in de horeca en de dollarkoers op de horecavraag (zie eerder, bijvoorbeeld prijseffect -0,7 in de drankensector). In deze laatste toekomstverkenning wordt het *gecombineerde* effect van scenario II en III onderzocht.

De uitkomsten van de vier scenario's voor de verschillende horecasectoren kunnen als volgt worden samengevat. Voor detailcijfers over de periode 2005-2010 wordt verwezen naar hoofdstuk 2.

**Drankensector** – Door de opwaartse trend van de Nederlandse economie op middellange termijn neemt in scenario I ook de consumentenvraag in de drankensector langzaam toe van -1% groei in 2005 naar ¾% in 2010. Bij een stijging van de consumentenprijs in de drankensector met gemiddeld 1¾% per jaar betekent dit dat de omzetontwikkeling in de drankensector in 2010 wordt geschat op 2½%.

Bij een afzwakkende inflatie in de drankensector is de ontwikkeling van de consumentenvraag in deze sector gunstiger. In scenario II wordt de groei van de consumentenvraag in de drankensector in 2010 geschat op ongeveer 1½%. Bij een prijsontwikkeling in de drankensector van gemiddeld 1% per jaar (zoals in scenario II verondersteld) betekent dit dat de omzet in de drankensector in 2010 toeneemt met ongeveer 2½%. Dit is evenveel als in scenario I, maar de achterliggende verdeling tussen prijs en volume is verschillend. Dit raakt de beeldvorming van consumenten ten aanzien van de Nederlandse horeca.

Ook bij een sterkere opgaande lijn van de Nederlandse economie dan in scenario I is de ontwikkeling van de consumentenvraag in de drankensector positiever. In scenario III

wordt de groei van de economische bedrijvigheid in de drankensector in 2010 geschat op ongeveer 1¼%. Bij een inflatie van 1¾% per jaar wordt de omzetontwikkeling in de drankensector in 2010 becijferd op 3%.

Niet verwonderlijk laat het gecombineerde effect van een afzwakkende inflatie in de drankensector en een sterkere ontwikkeling van de Nederlandse economie het meest positieve consumentenbeeld in de drankensector zien. In dit scenario groeit de consumentenvraag in de drankensector in 2010 met ongeveer 2% en dus de omzet met 3%.

Over het algemeen kan worden geconcludeerd dat de ontwikkeling van de consumentenvraag in de drankensector op middellange termijn bescheiden zal zijn. Hierbij is het consumentenbeeld in de periode 2008-2010 gunstiger dan in de periode 2005-2007. Wat betreft de ontwikkeling van de werkgelegenheid in de drankensector wordt pas in de periode 2008-2010 een zekere toename verwacht. Gebruikelijk reageert de ontwikkeling van de werkgelegenheid in Nederland immers met een vertraging van driekwart jaar op de groei van de economische bedrijvigheid. Ook in de horeca wordt een zekere vertraging verwacht.

Voor de andere horecasectoren geldt ongeveer hetzelfde ontwikkelings *patroon* van de consumentenvraag en de werkgelegenheid in de periode 2005-2010.

**Fastfoodsector** – In de fastfoodsector is de opgaande lijn in de consumentenvraag in de periode 2005-2010 sterker dan in de drankensector. In scenario I varieert de ontwikkeling van de economische bedrijvigheid in de fastfoodsector van -1½% in 2005 tot bijna 2% in 2010. Bij een prijsstijging in de fastfoodsector van gemiddeld 1¾% per jaar betekent dit dat de omzet in deze sector in 2010 met bijna 4% toeneemt.

In het tweede scenario leidt een afzwakkende inflatie in de fastfoodsector tot een meer krachtige consumentenvraag dan in scenario I. Dit geldt ook voor een sterkere ontwikkeling van de Nederlandse economie. Wanneer beide alternatieve ontwikkelingen tegelijkertijd van kracht zijn wordt de ontwikkeling van de economische bedrijvigheid in de fastfoodsector in 2010 geschat op 3½% (bij scenario II ongeveer 2½% en bij scenario III 3%). Bij 1% inflatie betekent dit dat de omzetontwikkeling in de fastfoodsector in dat jaar ongeveer 4½% bedraagt.

**Restaurantsector** – Ook in de restaurantsector wordt verwacht dat de ontwikkeling van de consumentenvraag op middellange termijn sterker is dan in de drankensector. Wel blijft de ontwikkeling in de periode 2005-2010 iets achter bij de consumentenvraag in de fastfoodsector.

In scenario I groeit de consumentenvraag in de restaurantsector van -2% in 2005 tot ongeveer 1½% in 2010. Bij een gemiddelde prijsstijging in de restaurantsector van 1¾% per jaar neemt de restaurantomzet in 2010 toe met ruim 3%. Bij een meer bescheiden prijsontwikkeling in de restaurantsector en een iets sterkere Nederlandse conjunctuur dan in scenario I wordt de omzetontwikkeling in de restaurantsector in 2010 geschat op ongeveer 4%.

**Hotelsector** – Een dalende dollarkoers in scenario II is gunstig voor de economische bedrijvigheid in de Nederlandse hotellerie. Dit geldt voor zowel het zakelijke als het recreatieve bezoek. In dit scenario stijgt de omzetontwikkeling in de hotelsector tot ongeveer 5% in 2010. In scenario I is dit ongeveer een ½%-punt lager. Ook een sterkere ontwikkeling van de Nederlandse economie stimuleert de hotelomzet. Bij een combinatie van een dalende dollarkoers en een sterkere ontwikkeling van de Nederlandse economie wordt de omzetontwikkeling in de hotelsector geschat op ongeveer 6% in 2010.

# Inleiding

Het doel van de verkenning in deze notitie is tweeledig. In eerste instantie wordt getracht cijfermatig inzicht te krijgen in het gedrag van mensen wat betreft hun vraag naar dienstverlening in de Nederlandse horeca. Als voorbeeld kan worden gedacht aan de verkenning of het prijsbeleid in de horeca van wezenlijk invloed is op de consumentenvraag en als hiervoor empirische steun wordt gevonden in de data een inschatting van de grootte van dit prijseffect. Na een cijfermatige opstelling van voor de horeca belangrijke beïnvloedingsfactoren kan deze kennis vervolgens worden gebruikt voor het verkennen van de horecatoekomst. Dit is het tweede doel van de analyse.

Als indicator voor de consumentenvraag wordt de omzet gehanteerd, voor zover mogelijk na correctie voor prijsontwikkelingen. Als vertrekpunt voor de analyse worden de omzetcijfers uit de *CBS omzetstatistiek* gebruikt. Vergeleken met eerdere analyses is nieuw dat wordt uitgegaan van *maandelijks* omzetgegevens. Gelet op de beschikbaarheid van de maandgegevens, verbijzonderd naar prijs en volume (zie tabel 1), worden de volgende horecasectoren onderscheiden: drankensector, fastfoodsector, restaurantsector en hotelsector. Met gegevens over de periode 1997-2004 zijn bijna 100 waarnemingen (maanden) beschikbaar en daarmee aanzienlijk meer vrijheidsgraden dan bij een jaaranalyse. Ook het karakteristieke seizoenpatroon in de horeca komt bij een verkenning van maandgegevens beter tot zijn recht.

**Tabel 1: Beschikbaarheid CBS omzetcijfers op maand- en kwartaalbasis (vanaf...)**

SBI	Sector	Maandcijfers			Kwartaalcijfers		
		Waarde	Prijs	Volume	Waarde	Prijs	Volume
551	Hotels, pensions en conferentieoord	93/1	-	-	93/1	-	-
552	Campings, jeugdherbergen, bungalows e.d.	-	-	-	94/1	-	-
553	Restaurants, cafetaria's, snackbars e.d.	93/1	97/1	97/1	93/1	97/1	97/1
waaronder:							
55301	Restaurants	93/1	97/1	97/1	93/1	97/1	97/1
55302	Cafetaria's, snackbars e.d.	93/1	97/1	97/1	93/1	97/1	97/1
554	Cafés e.d.	93/1	97/1	97/1	93/1	97/1	97/1
555	Kantines en catering	-	-	-	94/1	-	-
55	Totaal	-	-	-	94/1	-	-

Bron: CBS.

Bij een volgende verkenning kunnen wellicht ook de CBS *kwartaalcijfers* in beschouwing worden genomen. Een voordeel van de kwartaalbasis is dat bij deze frequentie ook over campings, jeugdherbergen, bungalows e.d. (SBI552) en kantines en catering (SBI555) omzetgegevens voorhanden zijn (zie tabel 1). Net als voor de hotelsector zijn er echter geen afzonderlijke prijs- en volumegegevens beschikbaar. Dit onderscheid is belangrijk, omdat van omzetsprijzen een invloed op de consumentenvraag (omzetvolume) wordt verwacht. Verder zijn er met kwartaalgegevens uiteraard ook minder waarnemingen voorhanden. In deze notitie wordt uitsluitend gebruik gemaakt van de maandbasis.

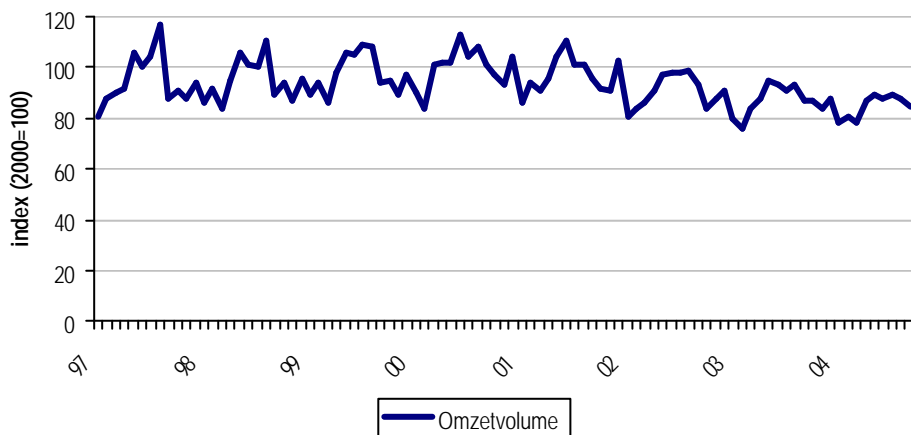
De opbouw van deze notitie is als volgt. Centraal in hoofdstuk 1 staat een verkenning van de consumentenvraag in de verschillende horecasectoren in de periode 1997-2004 en belangrijke factoren die hierbij van invloed zijn. Op basis van de uitkomsten van deze verkenning wordt in hoofdstuk 2 met een aantal scenario's aangegeven hoe de lijn voor de verschillende horecasectoren kan worden doorgetrokken naar de toekomst, in het bijzonder naar 2010.

# 1. Consumentenvraag: beïnvloedende factoren

## 1.1. Drankensector

In deze paragraaf wordt gezocht naar een verklaring voor het waargenomen verloop van de vraag naar dienstverlening (consumentenvraag) in de Nederlandse drankensector. Als indicator voor deze vraag wordt de omzet in deze sector gehanteerd. Over het algemeen kan een verandering in de geldomzet het gevolg zijn van wijzigingen in de verkoopprijs en/of van veranderingen in de verkochte hoeveelheden. Voor het verkennen van de consumentenvraag is de omzet dan ook gecorrigeerd voor prijsveranderingen. Deze gecorrigeerde omzet wordt ook wel het omzetvolume genoemd (figuur 1.1). In deze notitie worden de termen omzetvolume, consumentenvraag, vraag naar dienstverlening en economische bedrijvigheid als synoniemen gebruikt. De omzetgegevens, verbijzonderd naar prijs en volume, zijn afkomstig van de *omzetstatistiek horeca* van het CBS en hebben betrekking op de jaren 1997-2004. In deze statistiek wordt de omzet gedefinieerd als alle opbrengsten uit de verkopen van goederen en/of diensten en is inclusief BTW. De ontvangsten uit nevenactiviteiten zijn bij deze omzet inbegrepen.

**Figuur 1.1: Consumentenvraag in de drankensector, 1997/1-2004/9**



Bron: CBS.

Een eerste verkenning van de vraag naar cafédiensten laat zien dat er sprake is van een seizoenpatroon. Over het algemeen worden de maanden mei tot en met augustus gekenmerkt door bovengemiddeld bezoek aan de drankensector (figuur 1.1). In de periode 1997-2004 is de consumentenvraag in de drankensector met een index van 117 (2000=100) in augustus 1997 het hoogst. Dit is ook de maand met de hoogste gemiddelde temperatuur (20,5 graden) in deze periode. De één na hoogste consumentenvraag in de drankensector wordt waargenomen in juni 2000, de maand waarin het EK voetbal in België en Nederland is gehouden. Vooral in de jaren 1997-1999 wordt na augustus steeds een scherpe daling in het cafébezoek waargenomen. De invloed van het seizoen lijkt vooral ingegeven door de weersomstandigheden en de hoeveelheid vrije tijd (vakanties, feestdagen e.d.) in de verschillende maanden.

Vanaf januari 2002 is de index van het omzetvolume in de drankensector niet meer boven de 100 uitgekomen. Naast de invloed van het seizoen wordt ook een samenhang met de conjunctuur waargenomen. Aan de hand van de CBS omzetstatistiek kan worden berekend dat de vraag naar dienstverlening in de drankensector in de periode 1998-2000 jaarlijks gemiddeld is toegenomen en in de periode 2001-2003 elk jaar is afgenomen (gebaseerd op het gemiddelde indexcijfer over de maanden). Deze omslag houdt positief verband met de economische tegenwind die in de loop van 2000 in Nederland is komen opzetten en vooralsnog niet is omgebogen naar wezenlijk herstel.

Deze eerste verkenning laat zien dat het seizoen (weersomstandigheden, vrije tijd e.d.) en de conjunctuur naar verwachting twee belangrijke beïnvloedende factoren zijn van de *maandelijkse* consumentenvraag in de drankensector. Uiteraard zijn er nog vele andere verklarende factoren te benoemen waarvan op voorhand wordt verwacht dat zij invloed hebben op de economische bedrijvigheid in de drankensector. De prijsstelling in de drankensector en de relatieve aantrekkelijkheid van Nederland als vakantiebestemming zijn hiervan twee voorbeelden. Bijlage A geeft een overzicht van enkele beïnvloedende factoren van de vraag naar dienstverlening in de verschillende sectoren van de Nederlandse horeca. Naast theoretische overwegingen is uiteraard ook de beschikbaarheid van de data, in het bijzonder op maandbasis, bepalend voor dit overzicht.

Aan de hand van dit overzicht is vervolgens langs statistische weg getracht te achterhalen wat de belangrijkste beïnvloedende factoren zijn van de consumentenvraag in de drankensector in de periode 1997-2004. Hierbij is niet steeds de samenhang tussen deze horecavraag en één van de bepalende factoren uit bijlage A onder de loep genomen (bivariate analyse), maar is er gekozen voor een integrale benadering (multivariate analyse). Deze benadering houdt in dat bij het becijferen van de invloed van één van de factoren op de vraag naar dienstverlening in de drankensector met verschillende invloedssferen *tegelijktijd* rekening wordt gehouden. Beïnvloedende factoren hangen immers vaak ook onderling met elkaar samen. Consumentenprijzen zijn bijvoorbeeld niet exogeen, maar worden mede bepaald door de ontwikkeling van de economie. Om nu de invloed van bijvoorbeeld de verkoopprijzen in de drankensector op het consumentenbezoek in deze sector cijfermatig goed in kaart te brengen is het daarom wenselijk de invloed van andere beïnvloedende factoren op deze prijzen te verwijderen. Alleen met een integrale benadering kan het 'echte' prijseffect worden bepaald, dat wil zeggen na correctie voor het effect van andere beïnvloedende factoren op de consumentenvraag in de drankensector.

Als instrument voor deze integrale benadering is regressieanalyse toegepast. Visueel kan deze analyse als volgt worden toegelicht. Gegeven is de gerealiseerde consumentenvraag in figuur 1.1. Regressieanalyse heeft tot doel om met behulp van een beperkt aantal omgevingsfactoren (zoals conjunctuur en verkoopprijzen) zo goed mogelijk een verklaring te geven voor het waargenomen verloop van deze omzetcijfers. De uitkomsten van een regressieanalyse stellen ons in staat om op basis van de *geselecteerde* beïnvloedende factoren een verklaringslijn te construeren. Hoe hoger de verklaringsgraad van het model (richting 100%) hoe beter de verklaringslijn past bij het verloop van de gerealiseerde omzetcijfers. Deze verklaringslijn dient vervolgens als uitgangspunt voor het opstellen van prognoses of het doorrekenen van scenario's (zie hoofdstuk 2).

Alvorens de uitkomsten van de verschillende analyses te bespreken eerst nog enkele algemene opmerkingen. Opmerkingen van meer technische aard worden hier omwille van de leesbaarheid achterwege gelaten.

Het primaire doel van de huidige verkenning is te onderzoeken of met een relatief beperkt aantal omgevingsvariabelen een redelijk tot goede verklaring voor de gerealiseerde consumentenvraag in de Nederlandse horeca kan worden gegeven. Hierbij moet worden bedacht dat er niet zoiets is als *het* model voor het consumentengedrag in de Nederlandse horeca. Er zijn eerder enkele plausibele bedrijfstakrelaties (verklaringslijnen) op te stellen, waarbij het effect van elk van de geselecteerde beïnvloedende factoren op de horecavraag significant is ('er toe doet'), daarbij het

verwachte effect heeft (bijvoorbeeld een verwacht negatief prijseffect: hogere prijs leidend tot minder vraag) en waarbij het model in zijn geheel een aanzienlijke verklaringsgraad heeft (bijvoorbeeld: 80%). Streven naar volledige verklaring is uiteraard weinig zinvol. Hoe uitgebreid en complex de modelspecificatie ook is, er zullen altijd aanvullende factoren te benoemen zijn waarvan op voorhand een effect op de horecavraag wordt verwacht. Met niet tot nauwelijks voorspelbare invloeden (BSE crisis, terroristische aanslagen, uitzonderlijk mooie zomers e.d.) wordt geen rekening gehouden. Ook de vele niet-economische factoren blijven buiten beeld. In dit kader kan bijvoorbeeld worden gedacht aan de ontwikkeling van de beeldvorming bij consumenten wat betreft de kwaliteit van de dienstverlening in de Nederlandse horeca. Bij de huidige verkenning gaat het primair om de systematische invloed van de meer structurele economische factoren op de vraag naar horecadiensten.

Naast de factoren zoals opgenomen in bijlage A zijn ook enkele afgeleide factoren op hun invloed onderzocht. Voor het onderzoeken van de invloed van het prijsbeleid in de drankensector is naast de absolute verkoopprijs in de drankensector bijvoorbeeld ook een relatieve prijs gehanteerd, namelijk deze horecaprijs in verhouding tot de algemene consumentenprijs in Nederland (CPI). Van beide prijsvariabelen wordt een negatief effect op de horecavraag verwacht: zowel een hogere horecaprijs als een horecaprijs die sneller stijgt dan de algemene consumentenprijs leidt naar verwachting tot minder bezoek aan de drankensector. Op voorhand zijn beide typen consumentenprijzen kandidaat voor opname, maar de relatieve voorkeur voor één van beide is een kwestie van empirische vaststelling.

Naast het onderscheid tussen absoluut en relatief is bij het berekenen van de invloed van factoren ook rekening gehouden met de mogelijkheid dat ontwikkelingen niet direct een effect zullen hebben, maar met een vertraging van enkele maanden. Zo is het denkbaar dat door gewoontevorming consumenten wat betreft hun horecagedrag niet direct zullen reageren op bijvoorbeeld verslechterende economische omstandigheden en pessimistische toekomstverwachtingen. Aanpassing van het horecagedrag zal naar verwachting met een zekere vertraging plaatsvinden wanneer verslechtingen en onzekerheden (werkloosheid, baanonzekerheid en daarmee inkomensonzekerheid) meer manifest zijn. Ook bij een opleving van de Nederlandse economie worden op dezelfde manier aanpassingsvertragingen verwacht.

Wat betreft het meten van beïnvloedende factoren kan worden opgemerkt dat er niet altijd een directe maatstaf voorhanden is. Voor de relatieve aantrekkelijkheid van Nederland als vakantieland bestaan uiteraard geen directe cijfers. Wel kunnen hiervoor indicatoren worden gebruikt zoals de dollarkoers ('hoeveel dollars moet worden betaald voor een euro') en de consumentenprijs in Nederland vergeleken met dezelfde prijs in het eurogebied. Ook voor de conjunctuur kunnen meerdere indicatoren worden gebruikt, waaronder het nationaal inkomen, het bruto binnenlands product en de totale binnenlandse consumptieve bestedingen, alle uitgedrukt in volumecijfers. Welke indicatoren een relatieve voorkeur genieten is wederom een kwestie van empirische vaststelling. Ook de beschikbaarheid van maandcijfers speelt hierbij een rol. Gelet op deze beschikbaarheid wordt bijvoorbeeld voor de Nederlandse conjunctuur de binnenlandse particuliere consumptie van huishoudens (volume) als een indicator gebruikt.

Tot slot een opmerking over grootschalige evenementen. Verwacht wordt dat deze evenementen de consumentenvraag in de Nederlandse horeca tijdelijk naar een hoger niveau tillen of mogelijk deze vraag tijdelijk belemmeren. Deze verwachting is onderzocht voor de EK en WK voetbal evenementen in de periode 1997-2004. In deze periode zijn twee WK toernooien gehouden (juni/juli 1998 in Frankrijk en juni 2002 in Korea/Japan) en twee EK evenementen (juni 2000 in België/Nederland en juni 2004 in Portugal).

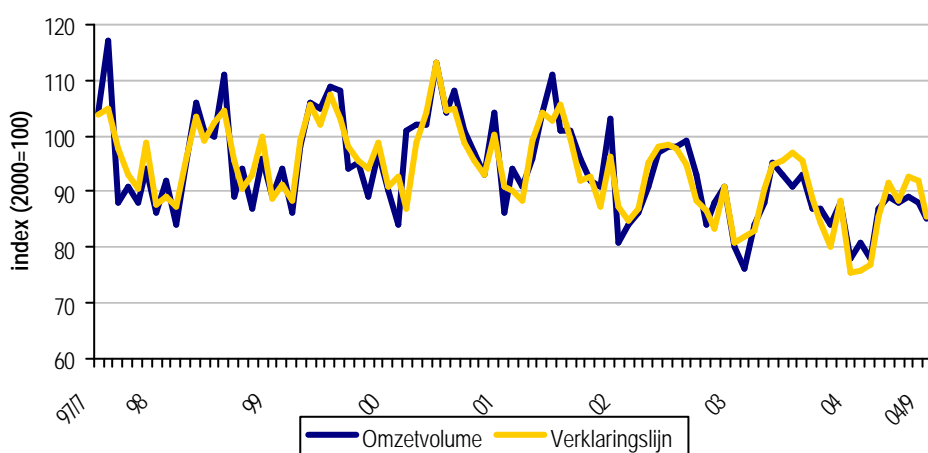
De empirische bevindingen voor de drankensector laten zich nu als volgt samenvatten. De integrale verkenning laat zien dat het verloop van de consumentenvraag in de drankensector in de periode 1997-2004 voor een belangrijk deel kan worden verklaard door de combinatie van seizoeninvloeden, de Nederlandse conjunctuur en de omzetprijs in de drankensector. De invloed van de conjunctuur en de consumentenprijs in de

drankensector op het maandelijkse consumentenbezoek in deze sector is niet direct. De vraagaanpassing vindt met een vertraging van enkele maanden plaats.

Het effect van de conjunctuur op de consumentenvraag in de drankensector wordt geschat op ongeveer 0,6. Dit betekent dat een gunstige ontwikkeling van de Nederlandse economie met één eenheid over het algemeen leidt tot 0,6 eenheden meer vraag naar dienstverlening in de drankensector; en andersom. Op dezelfde manier leidt een stijging van de verkoopprijs in de drankensector tot een volumedaling in deze sector van gemiddeld 0,7 eenheden; en andersom. Eén eenheid betekent stijging of daling van het betreffende indexcijfer.

Hoewel expliciet rekening wordt gehouden met seizoeninvloeden blijken de weersomstandigheden, in de vorm van het aantal zonuren in een maand, evenals 'de maand december' elk nog een eigen effect te hebben op de consumentenvraag in de drankensector. Dus ook na correctie voor de invloed van de conjunctuur en de omzetsprijs in de drankensector. Een dergelijk positief eigen effect geldt ook voor het EK voetbal zoals dat in juni 2000 in Nederland en België is gehouden. De andere EK en WK voetbaltoernooien in de periode 1997-2004 hebben geen extra verklarende kracht. Seizoeninvloeden (kwartalen, zonuren en december), de Nederlandse conjunctuur en de omzetsprijs in de drankensector verklaren samen bijna 80% van de gerealiseerde consumentenvraag in de drankensector in de periode 1997-2004. De corresponderende verklaringlijn is weergegeven in figuur 1.2; deze lijn heeft als startpunt juli 1997 vanwege de opname van de consumentenprijs in de drankensector met zes maanden vertraging en de beschikbaarheid van dit gegeven vanaf januari 1997.

**Figuur 1.2: Consumentenvraag in de drankensector, realisatie en verklaring, 1997/7-2004/9**



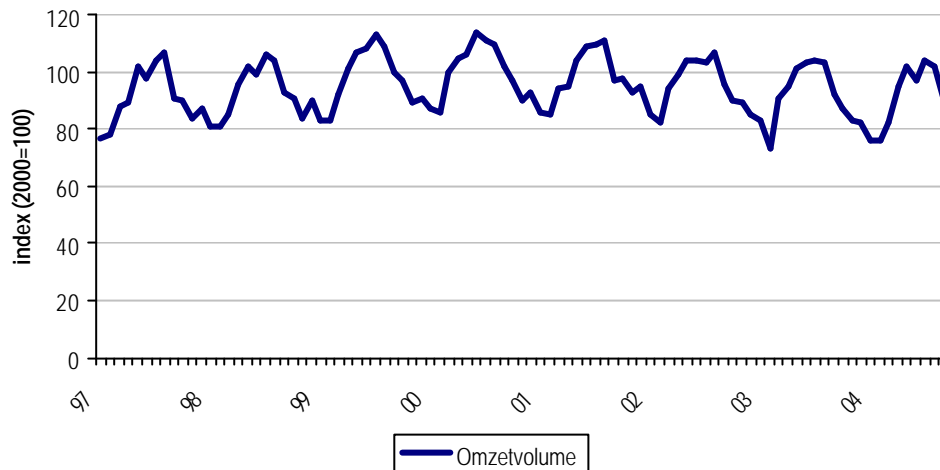
Bron: CBS en bedrijfsschap Horeca en Catering.

Over het algemeen kan worden geconcludeerd dat de verklaringlijn redelijk in de pas loopt met het feitelijke verloop van de consumentenvraag in de drankensector. Voorbeelden van maanden waarin er sprake is van een aanzienlijke onderschatting van de vraag naar cafédiensten zijn augustus 1997 en augustus 1998. In beide maanden zijn de weersomstandigheden bijzonder gunstig te noemen met relatief veel zonuren en een gemiddeld hoge temperatuur. Hoewel met deze positieve omstandigheden in de vorm van het aantal zonuren expliciet rekening is gehouden blijft de onderschatting dus van kracht. Consumenten lijken in deze maanden wat betreft hun bezoek aan de drankensector in sterke mate te hebben geprofiteerd van het mooie weer wat mogelijk in volume is versterkt door de combinatie met de maand augustus als vakantiemaand. Het is echter denkbaar, en wellicht zeer waarschijnlijk, dat ook nog andere beïnvloedingsfactoren bij deze onderschattingen een rol spelen. Dit geldt ook voor de relatief grote afwijkingen tussen realisatie en prognose in enkele andere maanden.

## 1.2. Fastfoodsector

Centraal in deze paragraaf staat een verkenning van de consumentenvraag in de Nederlandse fastfoodsector (SBI 5530.2) en belangrijke factoren die hierbij van invloed zijn. Voor een nadere toelichting op de data en de werkwijze wordt verwezen naar paragraaf 1.1.

**Figuur 1.3: Consumentenvraag in de fastfoodsector, 1997/1-2004/9**



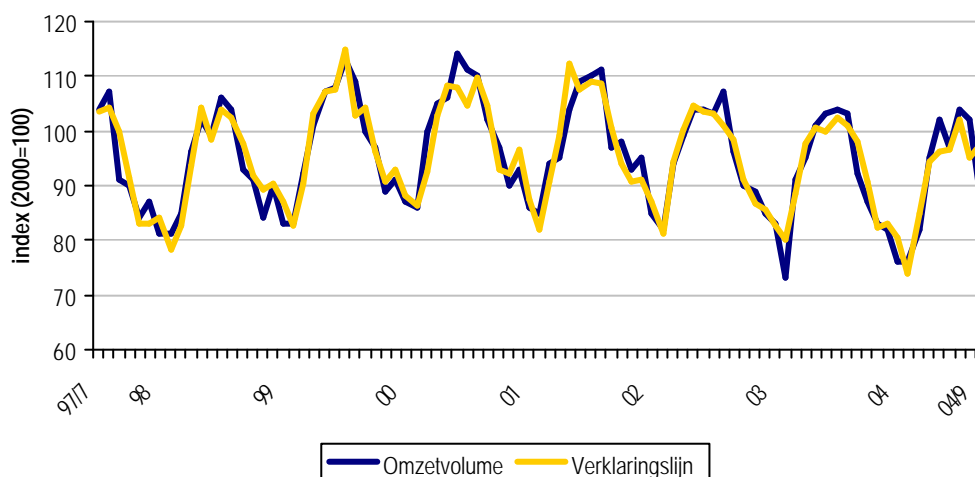
Bron: CBS.

Over het algemeen zijn januari en februari de maanden waarin de economische bedrijvigheid in de fastfoodsector laag te noemen is. Daarna neemt de consumentenvraag gestaag toe. De periode mei tot en met augustus wordt over het algemeen gekenmerkt door bovengemiddeld bezoek aan de fastfoodsector (figuur 1.3). Het hoogste niveau van het omzetvolume in de fastfoodsector wordt in de periode 1997-2004 met een index van 114 (2000=100) gemeten in juni 2000 en valt samen met de maand waarin het EK voetbal in Nederland en België is gehouden. Ook in de drankensector wordt deze positieve samenhang waargenomen (paragraaf 1.1). Na augustus laat de consumentenvraag in de fastfoodsector een dalend verloop zien met een tijdelijk herstel in december. Een tijdelijke opleving in december wordt ook in de dranken- en restaurantsector waargenomen. Opvallend is dat deze opleving in de fastfoodsector in 2002 en 2003 is weggefallen. Wellicht dat hier de algemeen economische tegenwind in Nederland een rol speelt. Naast de invloed van het seizoen (weersomstandigheden, vakanties e.d.) houdt het bezoek aan de fastfoodsector immers ook verband met de Nederlandse conjunctuur. In de periode 1998-2000 is het omzetvolume in de fastfoodsector elk jaar gemiddeld toegenomen en in de periode 2001-2003 elk jaar afgenomen (gebaseerd op het gemiddelde indexcijfer over de maanden). Deze tendens spoot met de aanvang van de economische teruggang in Nederland in de loop van 2000. Voor de dranken- en restaurantsector wordt eenzelfde samenhang met de conjunctuur waargenomen.

Op basis van deze eerste beschouwing van het verloop van de consumentenvraag in de fastfoodsector wordt de verwachting uitgesproken dat het seizoen en de Nederlandse conjunctuur bij een integrale benadering (paragraaf 1.1) twee belangrijke beïnvloedingscategorieën zijn. De data ondersteunen deze verwachting. Net als in de drankensector blijkt vooral de combinatie van seizoen, conjunctuur en omzetsprijs in de fastfoodsector een aanzienlijke verklaringsgraad op te leveren. Deze drie factoren verklaren samen 80% van de variatie in het omzetvolume in de fastfoodsector over de periode 1997-2004. De invloed van de conjunctuur is hierbij direct, dus zonder aanpassingsvertraging (paragraaf 1.1). Wat betreft de prijsvariabele blijkt de absolute omzetsprijs in de fastfoodsector een iets betere verklaring op te leveren dan bijvoorbeeld

deze sectorale prijs in relatie tot de algemene consumentenprijs in Nederland (CPI). Naast een directe invloed van de verkoopprijs in de fastfoodsector op de consumentenvraag, dat wil zeggen in dezelfde maand, leidt een prijsverandering ook met een vertraging van enkele maanden tot een vraagaanpassing. Na correctie voor seizoeninvloeden, de conjunctuur en het prijsbeleid blijken de weersomstandigheden, in de vorm van het aantal zonuren en de hoeveelheid neerslag, ook nog een eigen invloed te hebben op de vraag naar dienstverlening in de fastfoodsector. Door het opnemen van het aantal zonuren stijgt de verklaringsgraad verder tot 86%. Met de hoeveelheid neerslag is de additionele verklaringsgraad minder groot. Evenals in de drankensector, maar in tegenstelling tot de restaurant- en hotelsector (zie verderop), heeft de dollarkoers in de fastfoodsector aanvullend op bovengenoemde beïnvloedingsfactoren wel het verwachte negatieve effect maar is niet significant. De verklaringlijn op basis van seizoenen (kwartalen, zonuren), conjunctuur en omzetprijs in de fastfoodsector is weergegeven in figuur 1.4. Over het algemeen kan worden geconcludeerd dat het verloop van de consumentenvraag in de fastfoodsector zoals voorspeld op basis van bovengenoemde beïnvloedingsfactoren in belangrijke mate overeenkomt met de gerealiseerde omzetcijfers.

**Figuur 1.4: Consumentenvraag in de fastfoodsector, realisatie en verklaring, 1997/7-2004/9**



Bron: CBS en bedrijfsschap Horeca en Catering.

De invloed van de conjunctuur en de omzetprijs in de fastfoodsector op het bezoek in deze sector hebben beide het verwachte effect en zijn in de periode 1997-2004 van dezelfde orde van grootte als in de dranken- en restaurantsector (zie verderop). De invloed van de conjunctuur wordt geschat op ongeveer 0,9. Dit betekent dat een positieve ontwikkeling van de Nederlandse economie met één eenheid gemiddeld genomen een toename van de consumentenvraag in de fastfoodsector tot gevolg heeft ter grootte van 0,9 eenheden; en andersom. Ondanks dezelfde orde van grootte is het wel opvallend dat dit conjunctuureffect in de fastfoodsector enigszins groter is dan in de dranken- en restaurantsector (zie verderop). Het prijseffect in de fastfoodsector wordt geschat op -0,7: een prijsstijging in de fastfoodsector met één eenheid leidt tot een daling van de consumentenvraag in deze sector met gemiddeld 0,7 eenheden en andersom. Eén eenheid betekent stijging of daling van het betreffende indexcijfer.

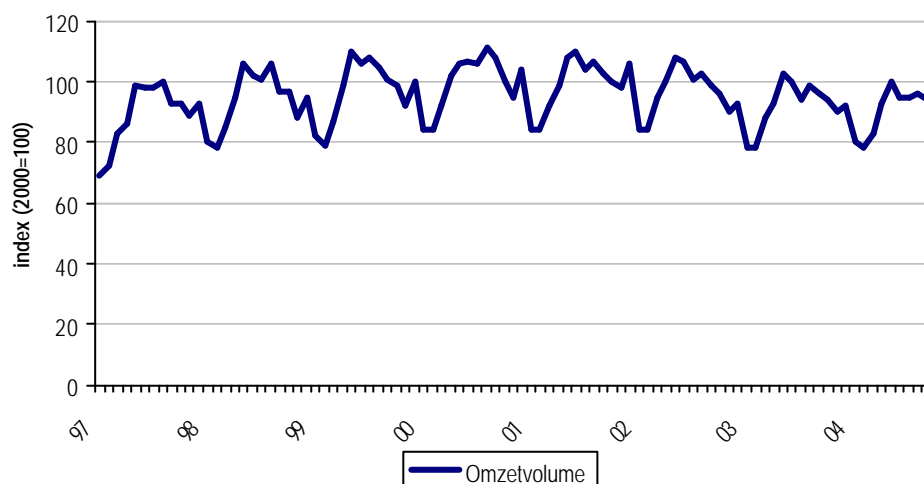
Voorbeelden van maanden waarin er sprake is van een aanzienlijke afwijking tussen realisatie en prognose zijn juni en juli 2000 en februari 2003. De onderschatting in juni 2000 houdt wellicht verband met het EK voetbaltoernooi in Nederland en België dat in combinatie met de gunstige weersomstandigheden in deze maand mogelijk heeft geleid tot een aanzienlijk extra impuls wat betreft het bezoek aan de fastfoodsector. Uiteraard is

het mogelijk om voor deze junimaand een 'EK dummy' op te nemen, maar deze is niet significant. Voor juli 2000 is het minder duidelijk wat eventueel de aanleiding voor de onderschatting is. Vergeleken met juni wordt juli 2000 gekenmerkt door minder gunstige weersomstandigheden met aanzienlijk meer neerslag en minder zonuren. Een invloed van het EK evenement is in juli ook niet meer aan de orde. In februari 2003 wordt een aanzienlijke overschatting waargenomen: voorspeld wordt een index van het omzetvolume in de fastfoodsector van ongeveer 80, terwijl een waarde van 73 is gerealiseerd. Zoals aangegeven zijn januari en februari de maanden in het jaar waarin de vraag naar dienstverlening in de fastfoodsector op het laagste niveau ligt. Alleen in 2003 is hierbij het bezoek aan de fastfoodsector in februari (index: 73) aanzienlijk lager dan in januari (83). Februari 2003 is ook de maand waarin de consumentenvraag in de fastfoodsector in de periode 1997-2004 het laagst scoort. Mogelijk dat hier incidenteel de kou een rol heeft gespeeld. Met een gemiddelde temperatuur van 1,8 graden behoort februari 2003 tot veruit de koudste februari maand in de periode 1997-2004.

### 1.3. Restaurantsector

Op dezelfde manier als voor de dranken- en fastfoodsector wordt in deze paragraaf onderzocht welke belangrijke beïnvloedende factoren van de consumentenvraag in de restaurantsector (SBI 5530.1) kunnen worden onderscheiden. Voor een nadere toelichting op de data en de werkwijze wordt verwezen naar paragraaf 1.1.

**Figuur 1.5: Consumentenvraag in de restaurantsector, 1997/1-2004/9**



Bron: CBS.

Wat betreft de consumentenvraag geldt in de restaurantsector een vergelijkbaar seizoenpatroon als in de dranken- en fastfoodsector (figuur 1.5). Over het algemeen zijn januari en februari de maanden met het laagste niveau van de vraag naar restaurantdiensten. Daarna neemt deze vraag gestaag toe. De periode mei tot en met augustus wordt over het algemeen gekenmerkt door een relatief hoog niveau van het restaurantbezoek. Daarna neemt het omzetvolume weer af met een tijdelijke opleving in december. Wel is het seizoenpatroon in de restaurantsector meer systematisch dan in bijvoorbeeld de drankensector.

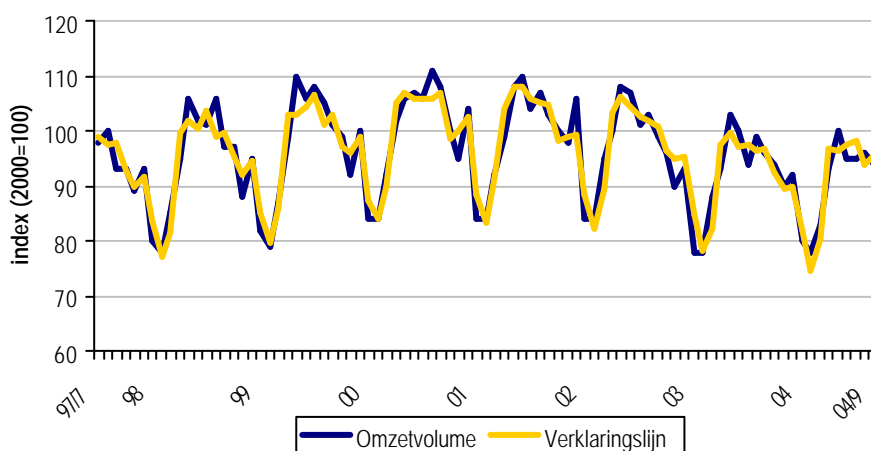
Ook de samenhang met de conjunctuur is vergelijkbaar. Na een periode van positieve ontwikkelingen wordt na 2000 een omslag in de consumentenvraag in de restaurantsector waargenomen. Aan de hand van de CBS omzetstatistiek kan worden becijferd dat het omzetvolume in de restaurantsector in de periode 1998-2000 jaarlijks gemiddeld is toegenomen en in de periode 2001-2003 elk jaar afgenomen (gebaseerd op het gemiddelde indexcijfer over de maanden).

De uitkomsten van de integrale verkenning kunnen als volgt worden samengevat. In overeenstemming met de verwachtingen zijn seizoeninvloeden en de Nederlandse conjunctuur belangrijke drijvende krachten achter de consumentenvraag in de restaurantsector. Over de periode 1997-2004 verklaren beide factoren samen 72% van de gerealiseerde consumentenvraag in de restaurantsector. De invloed van de conjunctuur is hierbij direct, dus zonder aanpassingsvertragingen. Daarnaast is ook de consumentenprijs in de restaurantsector een belangrijke beïnvloedende factor. Hierbij geeft de absolute restaurantprijs een betere verklaring voor het restaurantbezoek dan bijvoorbeeld deze prijs in relatie tot de algemene consumptieprijs in Nederland (zie figuur A.3 in bijlage A). Prijsveranderingen in de restaurantsector blijken zowel in dezelfde maand alsook met een vertraging invloed te hebben op het restaurantbezoek. Het seizoen, de conjunctuur en de restaurantprijs verklaren tezamen ruim 80% van het feitelijke verloop van de consumentenvraag in de restaurantsector. Naast deze drie beïnvloedingscategorieën blijkt ook de dollarkoers nog een wezenlijke bijdrage te leveren aan de vraag naar restaurantdiensten. Ondanks de conjunctuur heeft de dollarkoers dus een significant *eigen* effect op de economische bedrijvigheid in de restaurantsector. Naar verwachting verklaart deze koers vooral het zakelijke en internationale bezoek aan de restaurantsector. Opvallend is dat de invloed van de dollarkoers hierbij meer direct dan vertraagd is. Het seizoen, de conjunctuur, de restaurantprijs en de dollarkoers verklaren tezamen 87% van de gerealiseerde consumentenvraag in de restaurantsector.

De invloed van de conjunctuur op het restaurantbezoek wordt geschat op 0,7. Dit betekent dat een positieve ontwikkeling van de Nederlandse economie met één eenheid gemiddeld genomen leidt tot 0,7 eenheden meer vraag naar restaurantdiensten; en andersom. Op dezelfde manier leidt een toename van de verkoopprijs in de restaurantsector met één eenheid tot een vraagdaling met gemiddeld 0,5 eenheden; en andersom. Eén eenheid betekent hier stijging of daling van het betreffende indexcijfer. Ook de dollarkoers heeft het verwachte negatieve effect: een hogere dollarkoers betekent een duurder euro waarmee de relatieve aantrekkelijkheid van het eurogebied als bestemming onder druk komt te staan. Wat betreft het toerisme kan een hogere dollarkoers enerzijds het inkomend toerisme van buiten het eurogebied belemmeren en anderzijds het uitgaand toerisme naar buiten dit gebied bevorderen. Beide effecten hebben negatief invloed op het toerisme in Nederland en daarmee indirect op de vraag naar restaurantdiensten.

De resulterende verklaringslijn is weergegeven in figuur 1.6. De hoge verklaringsgraad blijkt ook uit de verklaringslijn die het verloop van de gerealiseerde consumentenvraag over het algemeen goed volgt.

**Figuur 1.6: Consumentenvraag in de restaurantsector, realisatie en verklaring 1997/7-2004/9**



Bron: CBS en bedrijfsschap Horeca en Catering.

Door te corrigeren voor seizoeninvloeden wordt voor een belangrijk deel rekening gehouden met verschillen in restaurantbezoek als gevolg van verschillen in de weersomstandigheden. Toch lijkt de waarneming dat in bepaalde maanden van de periode 1997-2004 het omzetvolume in de restaurantsector wordt onderschat vooral verband te houden met mooi weer. Dit geldt bijvoorbeeld voor mei en augustus 1998, mei 1999 en augustus 2000. In deze maanden is de gerealiseerde consumentenvraag in de restaurantsector aanzienlijk hoger dan voorspeld en is het aantal zonuren aanzienlijk te noemen. Na correctie voor het seizoen, de conjunctuur, de restaurantprijs en de dollarkoers blijkt het aantal zonuren inderdaad ook nog een eigen effect te hebben op de vraag naar restaurantdiensten.

Verder is de onderschatting in december 2001 opvallend te noemen. In deze maand bedraagt het indexcijfer van het omzetvolume in de restaurantsector ongeveer 106 (2000=100) en de voorspelde waarde 99. Opgemerkt wordt dat deze onderschatting plaatsvindt in de maand voor de overgang van de gulden naar de euro.

## 1.4. Hotelsector

Tot besluit van dit hoofdstuk wordt in deze paragraaf onderzocht welke belangrijke beïnvloedingsfactoren van de consumentenvraag in de Nederlandse hotelsector (SBI 55) kunnen worden onderscheiden. Voor een nadere toelichting op de data en de werkwijze wordt verwezen naar paragraaf 1.1.

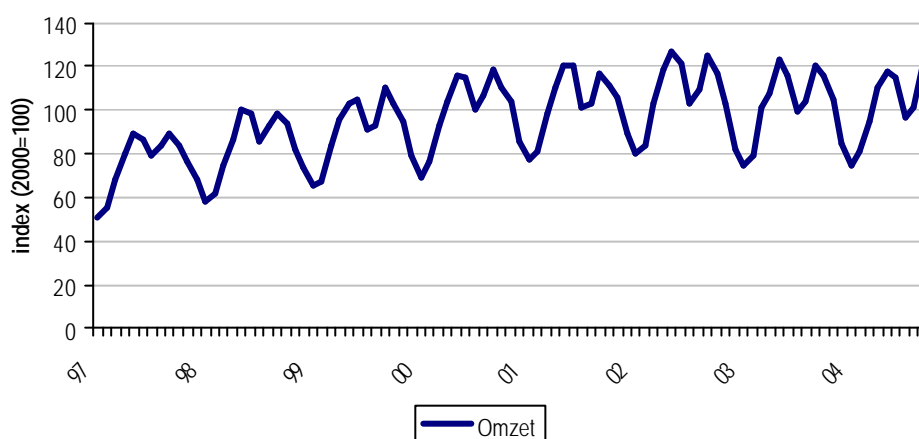
In tegenstelling tot de andere horecasectoren zijn er op basis van de CBS omzetstatistiek geen maandgegevens omtrent de omzetprijs in de hotelsector voorhanden. De verkenning in deze paragraaf heeft daarmee betrekking op het verloop van de omzet in de hotelsector en omvat aldus prijs- en volumeontwikkelingen.

Voor een bepaalde periode kan de totale omzet in de hotelsector worden gedefinieerd als het aantal gasten (A) vermenigvuldigd met het gemiddeld aantal vakanties per gast in de betreffende periode (vakantie intensiteit) (B) vermenigvuldigd met het gemiddeld aantal overnachtingen per vakantie (C) vermenigvuldigd met de gemiddelde hotelbestedingen per overnachting (D). De omzetcomponenten A, B en C verwijzen naar het omzetvolume in de hotelsector en D naar de omzetprijs. Component D wordt primair bepaald door de prijsstelling voor eten, drinken en slapen in hotelbedrijven. Meer dan in de overige horecasectoren speelt bij de vaststelling van de totale omzet in de hotelsector het onderscheid tussen zakelijke reizigers en toeristen een rol. Voor zakelijke reizigers zullen de gemiddelde hotelbestedingen per overnachting over het algemeen op een hoger plan liggen dan voor personen die vanuit recreatief oogpunt in een hotel overnachten. Het zijn met name de luxe hotels die profiteren van de zakelijke bezoeker (bijvoorbeeld buitenlandse congresbezoekers). De relatieve betekenis van de verschillende omzetcomponenten wordt ook bepaald door de vakantiespreiding. Veel mensen zijn voor het houden van een vakantie direct of indirect via leden van het huishouden gebonden aan bepaalde perioden in het jaar (schoolvakanties, collectieve bedrijfssluitingen e.d.). Traditioneel wordt de zomervakantie (juli en augustus) vooral gebruikt voor het houden van een lange vakantie in binnen- of buitenland. Voor een lange vakantie in eigen land wordt vooral gebruik gemaakt van een logiesvorm in de verblijfsrecreatie (zomerhuisje, vakantiebungalow e.d.). *Lange hotelvakanties* maken nog geen 10% uit van alle lange vakanties in Nederland. Buiten het hoogseizoen worden vooral de meivakantie en de maand juni gebruikt voor een lang recreatief verblijf in binnen- of buitenland. In mindere mate zijn er ook tijdens de andere vakantieperioden (herfst, kerst, krokus) tijdelijke oplevingen te zien in het aantal lange vakanties. In de periode van Pasen tot en met Pinksteren worden vooral korte vakanties in Nederland doorgebracht en vergeleken met de lange vakanties is het aandeel *korte hotelverblijven* met om en nabij de 20% aanzienlijk groter te noemen.

Bovenstaande beschouwing maakt duidelijk dat in bepaalde perioden voor de totale omzet in de hotelsector het volume relatief veel gewicht in de schaal zal leggen (bijvoorbeeld hogere vakantieparticipatie tijdens schoolvakanties (mei, juni)), terwijl in andere perioden vooral (ook) de hotelbestedingen hierbij van invloed zullen zijn

(bijvoorbeeld opstart zakelijke markt in september na de zomervakantie). Doordat relatief veel Nederlanders in juli en augustus naar het buitenland op vakantie gaan, in deze maanden de vakanties in eigen land vooral in de verblijfsrecreatie worden doorgebracht en de zakelijke markt (congressen, cursussen e.d.) dan relatief rustig is, is het de verwachting dat juli en augustus worden gekenmerkt door een tijdelijke daling van de omzet in de Nederlandse hotelsector. Deze verwachting wordt empirisch ondersteund door het 'tweehoevige' verloop van de hotelomzet zoals weergegeven in figuur 1.7. Traditioneel laat het seizoensverloop zich als volgt samenvatten. In de eerste maanden van het jaar ligt de omzet in de hotelsector op een relatief laag niveau, maar de vraag naar hoteldiensten neemt gestaag toe en piekt in de maanden mei en juni. Conform de verwachting is er tijdens het hoogseizoen (juli en augustus) een tijdelijke dip om daarna weer te pieken in september. Na september is er sprake van een sterk neerwaartse trend.

**Figuur 1.7: Omzet in de hotelsector, 1997/1-2004/9**



Bron: CBS.

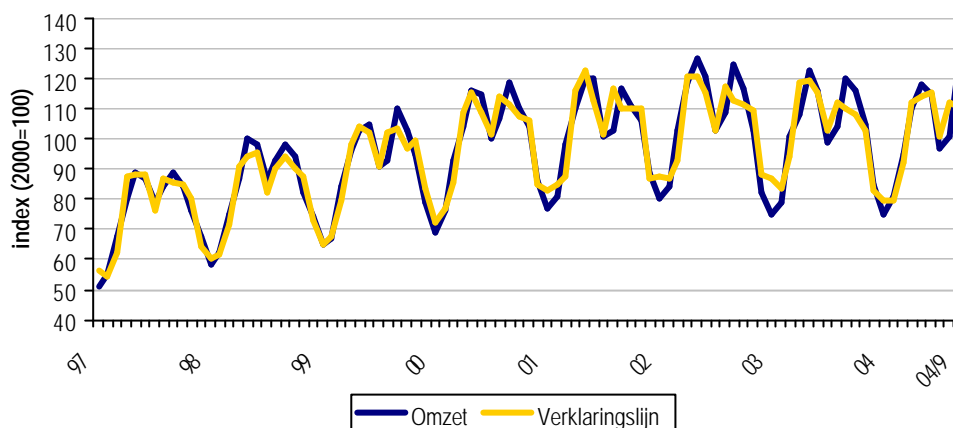
In overeenstemming met de verwachting is er naast de invloed van het seizoen ook een samenhang met de conjunctuur waar te nemen. Na sterk positieve omzetontwikkelingen in de periode 1998-2000 (gebaseerd op het gemiddelde indexcijfer over de maanden) is er vanaf 2001 een omslag te zien naar meer bescheiden ontwikkelingen. In 2003 wordt zelfs een daling van de omzet in de hotelsector waargenomen.

Meer dan de andere horecasectoren is de hotelsector ook georiënteerd op buitenlandse gasten. Daarom wordt verwacht dat bij het integraal verklaren (zie paragraaf 1.1) van het omzetverloop in de hotelsector ook internationale factoren een rol spelen. De uitkomsten van deze integrale benadering laten zich voor de hotelsector als volgt samenvatten. Na correctie voor seizoeninvloeden verklaart de conjunctuur in Nederland reeds 84% van de gerealiseerde omzet in de hotelsector over de periode 1997-2004. Hierbij reageert de vraag naar dienstverlening in de hotelsector met een vertraging van enkele maanden op de Nederlandse economie. De invloed van de conjunctuur wordt hierbij geschat op 1,4. Dit betekent dat een positieve ontwikkeling van de Nederlandse economie met één eenheid gemiddeld genomen leidt tot een meer dan proportionele toename van de omzet in de hotelsector, namelijk met 1,4 eenheden (en andersom). Deze schatting illustreert de grotere invloed van de conjunctuur op de hotelsector dan op de andere horecasectoren. Hierbij moet wel worden opgemerkt dat voor de dranken-, fastfood- en restaurantsector de verklaring van het omzetvolume (consumentenvraag) centraal staat en hier voor de hotelsector de omzetwaarde.

Aanvullend blijkt ook de dollarkoers nog een significant eigen effect te hebben op de omzet in de hotelsector. Conform de verwachting is hierbij de invloed negatief: een

hogere dollarkoers leidt gemiddeld genomen tot minder consumentenvraag in de Nederlandse hotelsector. Enerzijds betekent een hogere dollarkoers een duurdere euro, waardoor het inkomend toerisme van buiten het eurogebied onder druk komt te staan. Anderzijds ontvangen Nederlandse vakantiegangers meer dollars voor een euro wat het uitgaand toerisme kan bevorderen. Beide bewegingen zijn voor de omzet in de Nederlandse hotelsector negatief van invloed.

**Figuur 1.8: Omzet in de hotelsector, realisatie en verklaring, 1997/1-2004/9**

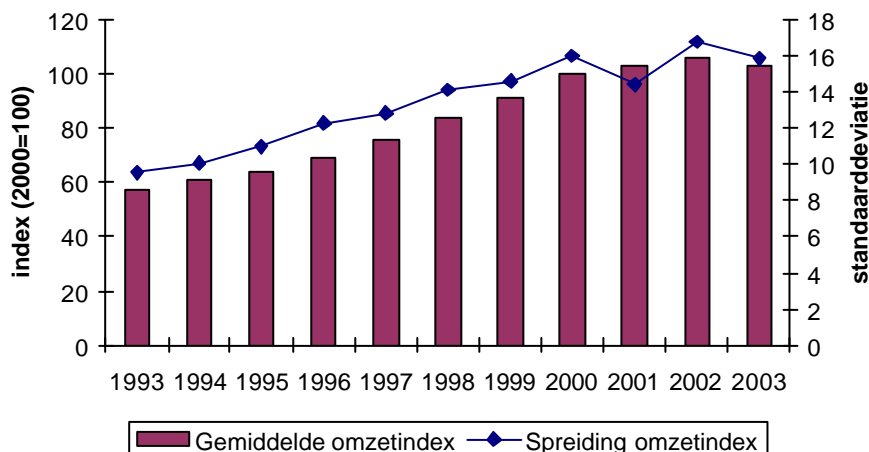


Bron: CBS en bedrijfsschap Horeca en Catering.

Behalve wisselkoersen is het de verwachting dat ook consumentenprijzen in de bestemmingsgebieden het toerisme zullen beïnvloeden. Het positieve effect van een gunstige wisselkoers op het toerisme kan worden getemperd door relatief dure goederen en diensten waar men als zakelijke reiziger of toerist mee te maken heeft. Na correctie voor het seizoen, de conjunctuur en de dollarkoers heeft de algemene consumentenprijs in de Nederland (CPI) echter geen wezenlijke invloed op de omzet in de hotelsector. Ook in verhouding tot de algemene consumentenprijs in de Eurozone heeft de CPI in Nederland geen additionele verklarende kracht.

Ook andere invloedssferen zoals de weersomstandigheden en het EK voetbal in Nederland/België e.d. blijken aanvullend geen significant eigen effect te hebben op het verloop van de omzet in de Nederlandse hotelsector in de periode 1997-2004.

**Figuur 1.9: Omzet in de hotelsector: niveau en spreiding in de periode 1993-2003**



Bron: bedrijfsschap Horeca en Catering.

Rekening houdend met de invloed van het seizoen, de Nederlandse conjunctuur en de dollarkoers wordt in totaal 90% van het omzetverloop in de Nederlandse hotelsector verklaard. De bijbehorende verklaringlijn is weergegeven in figuur 1.8. Ook visueel kan worden geconcludeerd dat de totale omzet in de hotelsector zoals voorspeld door bovengenoemde beïnvloedingsfactoren goed in de pas loopt met de gerealiseerde omzet. Relatief grote afwijkingen tussen realisatie en prognose worden vooral in de tweede helft van de periode 1997-2004 waargenomen. In laatstgenoemde periode laat de verklaringlijn relatief minder spreiding zien dan de gerealiseerde omzetcijfers ('onder de toppen door en boven de dalen'). Deze bevinding valt samen met de waarneming dat de omzet in de hotelsector de laatste jaren meer en meer *spreiding* in een jaar laat zien (zie rechteras in figuur 1.9), ook tijdens de conjunctureel meer gunstige jaren in de tweede helft van de jaren negentig. Bij verdere analyses van de consumentenvraag in de hotelsector is het wenselijk expliciet rekening te houden met deze toenemende spreiding (aanpassing modelspecificatie).

## 2. Een doorkijk naar 2010

Hoofdstuk 1 heeft laten zien dat de ontwikkeling van de consumentenvraag in de Nederlandse horeca voor een belangrijk deel kan worden verklaard met een beperkt aantal economische factoren. Belangrijke beïnvloedingsfactoren zijn de Nederlandse conjunctuur, de dollarkoers en de prijsstelling in de Nederlandse horeca. Met de uitkomsten van deze verkenning is het mogelijk om voor de verschillende horecasectoren een doorkijk naar de toekomst te geven. In dit hoofdstuk wordt dit uitgewerkt in de vorm van een aantal scenario's.

Met als uitgangspunt *maandcijfers* van de consumentenvraag in de Nederlandse horeca over de periode 1997-2004 zijn de resultaten van de verkenning in hoofdstuk 1 met name geschikt voor het opstellen van bedrijfstakprognoses voor de komende maanden. In deze notitie wordt de voorspelhorizon opgerekt naar de middellange termijn, in het bijzonder naar 2010. Het doel van de scenario's is het cijfermatig in beeld brengen van de invloed van enkele mogelijke ontwikkelingen op de consumentenvraag in de Nederlandse horeca. De verkenning in dit hoofdstuk moet niet worden opgevat als meest waarschijnlijke horecarichtingen, maar als realistische toekomstpaden bij de verschillende veronderstellingen.

### 2.1. Drankensector

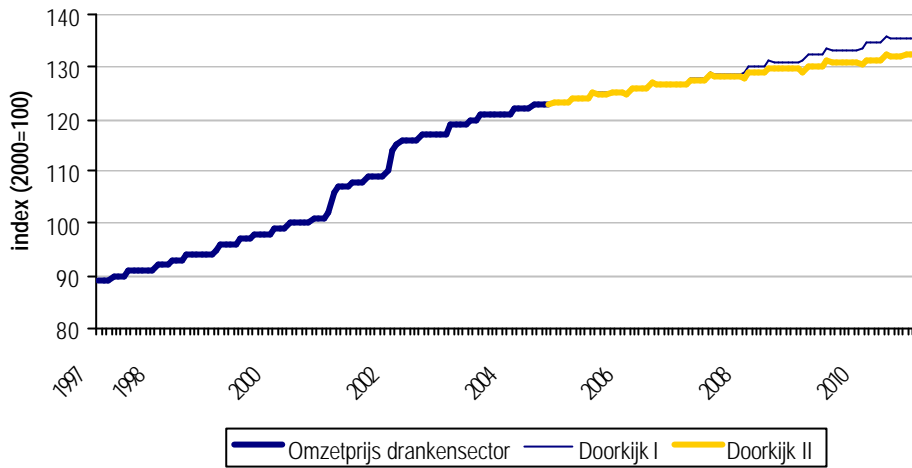
In hoofdstuk 1 is naar voren gekomen dat de Nederlandse conjunctuur en het prijsbeleid in de drankensector belangrijke factoren zijn die het consumentenbezoek in deze horecasector bepalen. Ook is de consumentenvraag seizoensgebonden en reageren consumenten niet alleen direct op economische ontwikkelingen, maar vinden vraagaanpassingen ook met een vertraging van enkele maanden plaats. Met behulp van de geschatte effecten van deze belangrijke beïnvloedingsfactoren op de consumentenvraag in de drankensector (bijvoorbeeld prijseffect: -0,7) is het mogelijk de lijn naar de toekomst door te trekken. Hieronder wordt een aantal scenario's uitgewerkt.

*Basisvariant (doorkijk I)* – In de basisvariant waartegen de andere scenario's worden afgezet wordt verondersteld dat de periode 2005-2010 wordt gekenmerkt door een opgaande conjunctuur. Wel wordt verwacht dat deze opwaartse trend op middellange termijn minder sterk is dan in bijvoorbeeld de periode 1995-2000. Voor de korte termijn wordt aangehaakt bij enkele CPB uitgangspunten (van december 2004). Het CPB verwacht een verdere afzwakking van de economische groei in Nederland van 1½% in 2004 naar 1% in 2005. Eén van de oorzaken is de verdere waardestijging van de euro van gemiddeld 1,24 dollar in 2004 naar 1,30 dollar in 2005. Hoewel een hogere dollarkoers de uitvoer belemmert, blijft de export in 2005 de motor achter de productiegroei in Nederland. Consumenten blijven in 2005 terughoudend in hun bestedingen. Door minder koopkracht verwacht het CPB een lichte daling van de consumptie van huishoudens in 2005 (-¼% volume). Hoewel het consumentenvertrouwen weer enigszins in de lift zit blijven de pessimisten onder de Nederlandse bevolking in de nabije toekomst de overhand houden (zie ook figuur A.5 in bijlage A). Op de arbeidsmarkt wordt verwacht dat de werkloosheid in 2005 nog enigszins verder zal oplopen tot 6¼% van de beroepsbevolking. Dit betekent dat ruim een half miljoen mensen in Nederland op zoek zijn naar een betaalde werkkring van 12 uur of meer per week. Wat betreft de inflatie in Nederland wordt verwacht dat deze in 2005 met gemiddeld 1¼% even gematigd zal zijn als in 2004.

Bij de opgaande conjunctuur in Nederland wordt in deze scenario uitgegaan van een volumestijging van de consumptie door huishoudens van gemiddeld 1½% à 2% per jaar over de periode 2005-2010. In de periode 1995-2000 is bijvoorbeeld 3% of meer per jaar gerealiseerd. Verder wordt verondersteld dat ook op middellange termijn de dollarkoers gemiddeld 1,30 dollar zal blijven. Wat betreft de consumentenprijs in de verschillende

horecasectoren wordt rekening gehouden met een prijsstijging van gemiddeld 1¼% per jaar. Figuur 2.1 illustreert de feitelijke en verwachte prijsontwikkeling (doorkijk I) in de drankensector over de periode 1997-2010.

**Figuur 2.1: Consumentenprijs in de drankensector, 1997-2010**

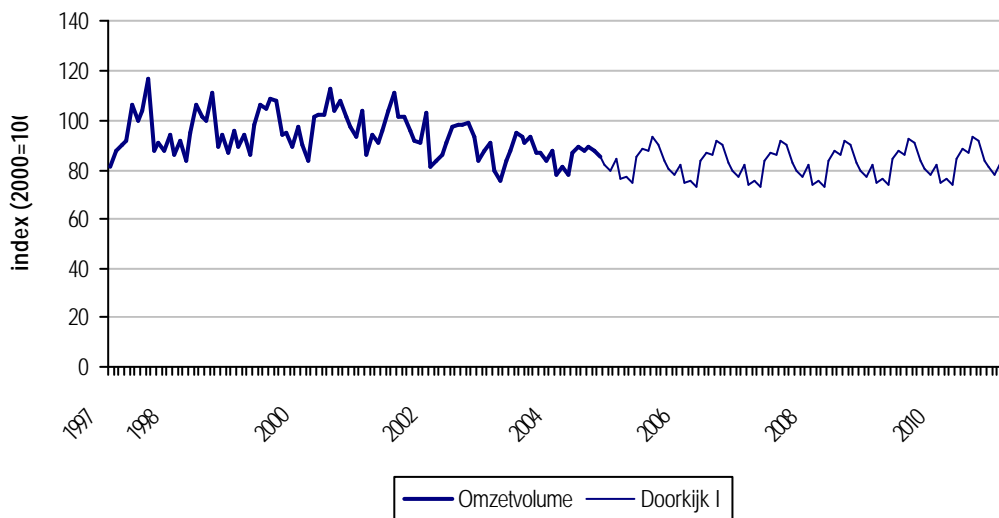


Bron: bedrijfsschap Horeca en Catering.

*Matigend prijsbeleid* (doorkijk II) – Het prijsbeleid in de Nederlandse horeca is een belangrijke factor gebleken voor de consumentenvraag, in het bijzonder in de dranken-, fastfood- en restaurantsector. Deze bevinding biedt mogelijkheden om het effect van alternatieve prijsontwikkelingen door te rekenen. In deze scenario is de invloed van een afzwakkende inflatie van 1¼% in 2005 naar 1% in 2010 onderzocht. In figuur 2.1 is deze alternatieve prijsontwikkeling voor de drankensector weergegeven. De overige veronderstellingen zijn gelijk aan die in de *Basisvariant*.

*Meer kooplust* (doorkijk III) – In deze scenario wordt verondersteld dat de opwaartse trend in de Nederlandse economie, benaderd door de binnenlandse consumptie door huishoudens, iets sterker is dan in de *Basisvariant*. In het bijzonder wordt rekening gehouden met een nulgroei in 2005 en daarna stijgend tot 3,5% in 2010. De overige veronderstellingen zijn als in de *Basisvariant*.

**Figuur 2.2: Consumentenvraag in de drankensector, 1997-2010**



Bron: bedrijfsschap Horeca en Catering.

*Matigend prijsbeleid en meer kooplust* (doorkijk IV) – Vergeleken met de *Basisvariant* wordt van scenario II en III afzonderlijk een positief effect op de consumentenvraag in de Nederlandse horeca verwacht. In deze laatste toekomstverkenning wordt het gecombineerde effect van beide scenario's onderzocht.

De consumentenvraag in de drankensector in de periode 1997-2010 is weergegeven in figuur 2.2. Voor de periode 2005-2010 zijn hierbij de veronderstellingen uit de *Basisvariant* gebruikt. In overeenstemming met de opgaande lijn van de Nederlandse economie op middellange termijn neemt ook de consumentenvraag in de drankensector langzaam toe van -1% groei in 2005 naar ¾% in 2010 (zie tabel 2.1). Bij een stijging van de consumentenprijs in de drankensector met gemiddeld 1¾% per jaar betekent dit dat de omzetontwikkeling in de drankensector in 2010 wordt geschat op 2½%.

**Tabel 2.1: Consumentenvraag in de drankensector, %-ontwikkeling per jaar in de periode 2005-2010**

%	Doorkijk I <i>Basis</i>	Doorkijk II <i>Matigend prijsbeleid</i>	Doorkijk III <i>Meer kooplust</i>	Doorkijk IV <i>Matigend prijsbeleid en meer kooplust</i>
2005	-1,0	-1,0	-1,0	-1,0
2006	-1,5	-1,4	-1,1	-1,1
2007	0,0	0,0	0,1	0,1
2008	0,2	0,8	0,3	0,9
2009	0,5	1,3	0,7	1,6
2010	0,8	1,6	1,3	2,1

*Bron: bedrijfschap Horeca en Catering.*

Bij een afzwakende inflatie in de drankensector (doorkijk II) is de ontwikkeling van de consumentenvraag in deze sector gunstiger. In deze scenario wordt de toename van de economische bedrijvigheid in de drankensector in 2010 geschat op ongeveer 1½%. Bij een prijsontwikkeling in de drankensector van gemiddeld 1% per jaar betekent dit dat de omzet in de drankensector in 2010 toeneemt met ongeveer 2½%. Dit is evenveel als in de *Basisvariant*, maar de achterliggende verdeling tussen prijs en volume is verschillend. Dit raakt de beeldvorming van consumenten ten aanzien van de Nederlandse horeca.

Ook bij een sterkere opgaande lijn van de Nederlandse economie dan in de *Basisvariant*, hier weerspiegeld door meer particuliere consumptie door huishoudens (doorkijk III), is de ontwikkeling van de consumentenvraag in de drankensector positiever. In deze scenario wordt de groei van de economische bedrijvigheid in de drankensector in 2010 geschat op ongeveer 1¾%. Bij een inflatie van 1¾% per jaar wordt de omzetontwikkeling in de drankensector in 2010 becijferd op 3%.

Niet verwonderlijk laat het gecombineerde effect van een afzwakende inflatie in de drankensector en een sterkere ontwikkeling van de Nederlandse economie (doorkijk IV) het meest positieve consumentenbeeld in de drankensector zien. In deze scenario groeit de consumentenvraag in de drankensector in 2010 met ongeveer 2% en dus de omzet met circa 3%.

Over het algemeen kan worden geconcludeerd dat de ontwikkeling van de consumentenvraag in de drankensector op middellange termijn bescheiden zal zijn. Hierbij is het consumentenbeeld in de periode 2008-2010 gunstiger dan in de periode 2005-2007. Wat betreft de ontwikkeling van de werkgelegenheid in de drankensector wordt pas in de periode 2008-2010 een zekere toename verwacht. Gebruikelijk reageert de ontwikkeling van de werkgelegenheid in Nederland met een vertraging van driekwart jaar op de groei van de economische bedrijvigheid (productie). Ook in de horeca wordt een zekere vertraging verwacht. In horeca varieert de werkgelegenheid ook met het seizoen. Wanneer onder invloed van een opgaande Nederlandse economie de consumentenvraag gedurende een jaar structureel hoger komt te liggen zal ook de vraag naar arbeid structureel groter zijn (los van het seizoen). Verwacht wordt dat een toenemende vraag naar arbeid in eerste instantie zal worden opgelost met het huidige personeel en wanneer dit niet meer mogelijk is zal nieuw personeel worden aangetrokken.

Voor de andere horecasectoren kan eenzelfde beschouwing worden gegeven met min of meer hetzelfde ontwikkelingspatroon van de consumentenvraag en de werkgelegenheid in de periode 2005-2010. In de volgende paragrafen wordt daarom volstaan met een korte beschrijving van de uitkomsten van de verschillende scenario's.

## 2.2. Fastfoodsector

In de fastfoodsector is de opgaande lijn in de consumentenvraag in de periode 2005-2010 sterker dan in de drankensector. In de *Basisvariant* varieert de vraagontwikkeling van -1½% in 2005 tot bijna 2% in 2010 (tabel 2.2). Bij een prijsstijging in de fastfoodsector van gemiddeld 1¾% per jaar betekent dit dat de omzet in deze sector in 2010 met bijna 4% toeneemt.

**Tabel 2.2: Consumentenvraag in de fastfoodsector, %-ontwikkeling per jaar in de periode 2005-2010**

%	Doorkijk I <i>Basis</i>	Doorkijk II <i>Matigend prijsbeleid</i>	Doorkijk III <i>Meer kooplust</i>	Doorkijk IV <i>Matigend prijsbeleid en meer kooplust</i>
2005	-1,5	-1,5	-1,1	-1,1
2006	0,0	0,1	0,0	0,1
2007	1,0	1,1	1,2	1,2
2008	1,4	1,9	1,6	2,1
2009	1,7	2,4	2,1	2,8
2010	1,8	2,6	2,8	3,5

Bron: bedrijfsschap Horeca en Catering.

In het tweede scenario leidt een afzwakkende inflatie in de fastfoodsector tot een meer krachtige consumentenvraag dan in de *Basisvariant* (doorkijk II). Dit geldt ook voor een sterkere ontwikkeling van de Nederlandse economie (doorkijk III). Wanneer beide alternatieve ontwikkelingen tegelijkertijd van kracht zijn wordt de ontwikkeling van de economische bedrijvigheid in de fastfoodsector in 2010 geschat op 3½%. Bij 1% inflatie betekent dit dat de omzetontwikkeling in de fastfoodsector in dat jaar ongeveer 4½% bedraagt.

## 2.3. Restaurantsector

Ook in de restaurantsector wordt verwacht dat de ontwikkeling van de consumentenvraag op middellange termijn sterker is dan in de drankensector. Wel blijft de ontwikkeling in de periode 2005-2010 iets achter bij de consumentenvraag in de fastfoodsector.

**Tabel 2.3: Consumentenvraag in de restaurantsector, %-ontwikkeling per jaar in de periode 2005-2010**

%	Doorkijk I <i>Basis</i>	Doorkijk II <i>Matigend prijsbeleid</i>	Doorkijk III <i>Meer kooplust</i>	Doorkijk IV <i>Matigend prijsbeleid en meer kooplust</i>
2005	-2,0	-2,0	-1,6	-1,6
2006	0,8	0,9	0,8	0,9
2007	0,9	0,9	1,1	1,1
2008	1,3	1,6	1,4	1,8
2009	1,5	2,0	1,9	2,4
2010	1,6	2,1	2,4	2,9

Bron: bedrijfsschap Horeca en Catering.

In de *Basisvariant* groeit de economische bedrijvigheid in de restaurantsector van -2% in 2005 tot ongeveer 1½% in 2010. Bij een gemiddelde prijsstijging in de restaurantsector van 1¾% per jaar neemt de restaurantomzet in 2010 toe met ruim 3%. Bij een meer bescheiden prijsontwikkeling in de restaurantsector en een iets sterkere conjunctuur dan

in de *Basis*variant wordt de omzetontwikkeling in de restaurantsector in 2010 geschat op ongeveer 4%.

## 2.4. Hotelsector

Het verloop van de omzet in de Nederlandse hotelsector kan voor een belangrijk deel worden verklaard uit de ontwikkeling van de (inter)nationale economie. Naast de invloed van de Nederlandse conjunctuur blijkt dit bijvoorbeeld uit de afzonderlijke invloed van de dollarkoers op de economische bedrijvigheid in de hotelsector. Daarnaast is het verloop van de omzet in de hotelsector ook seizoensgebonden (vakantiespreiding, congressen, cursussen e.d.). Hoofdstuk 1 heeft laten zien dat consumentenprijzen, na correctie voor het seizoen, de Nederlandse conjunctuur en de dollarkoers, geen extra verklarende kracht hebben voor de consumentenvraag in de Nederlandse hotelsector. Als invulling voor het tweede scenario wordt daarom voor de hotelsector een alternatieve ontwikkeling van de dollarkoers verondersteld. In het bijzonder wordt uitgegaan van een dalende dollarkoers van 1,30 dollar in 2005 naar 0,90 dollar in 2010. Een dergelijke neerwaartse trend in de dollarkoers werd bijvoorbeeld ook waargenomen in de periode 1996-2000 (zie figuur A.9 in bijlage A). In de *Basis*variant wordt uitgegaan van een gemiddeld constante dollarkoers van 1,30 dollar.

**Tabel 2.4: Omzet in de hotelsector, %-ontwikkeling per jaar in de periode 2005-2010**

%	Doorkijk I <i>Basis</i>	Doorkijk II <i>Dalende dollarkoers</i>	Doorkijk III <i>Meer kooplust</i>	Doorkijk IV <i>Dalende dollarkoers en meer kooplust</i>
2005	-0,7	-0,7	-0,5	-0,5
2006	1,7	2,4	2,2	2,9
2007	3,0	4,3	3,2	4,5
2008	3,8	5,0	4,0	5,2
2009	4,4	4,8	4,8	5,3
2010	4,7	5,1	5,6	5,9

*Bron: bedrijfsschap Horeca en Catering.*

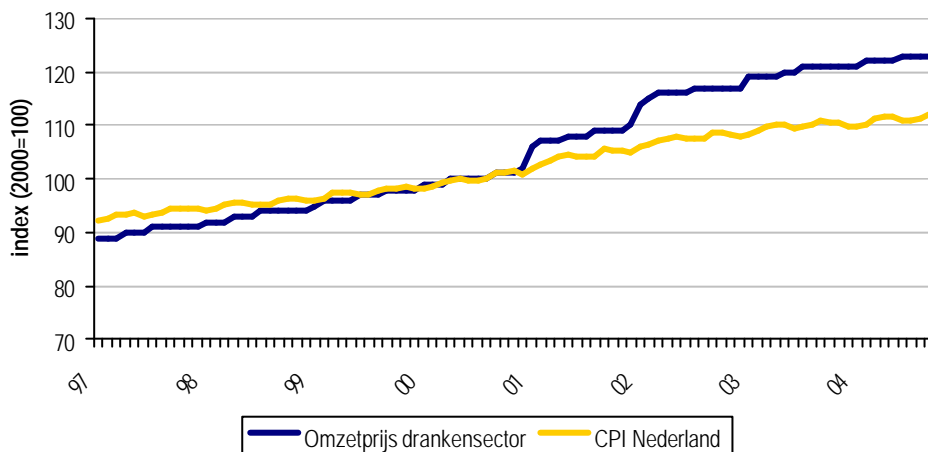
Een dalende dollarkoers is gunstig voor de economische bedrijvigheid in de Nederlandse hotellerie. Dit geldt voor zowel het zakelijke als het recreatieve bezoek. In het tweede scenario stijgt de omzetontwikkeling in de hotelsector tot ongeveer 5% in 2010 (tabel 2.4). In de *Basis*variant is dit ongeveer een ½%-punt lager. Vergeleken met de andere horecasectoren is dit dus reeds inclusief prijsontwikkelingen. Ook een sterkere ontwikkeling van de Nederlandse economie stimuleert de hotelomzet. Bij een combinatie van een dalende dollarkoers en een sterkere ontwikkeling van de Nederlandse economie wordt de omzetontwikkeling in de hotelsector geschat op ongeveer 6% in 2010.

# Bijlage A. Overzicht beïnvloedende factoren

Hieronder volgt een overzicht in de vorm van tijdreeksen van enkele factoren waarvan op voorhand een invloed op de consumentenvraag in de Nederlandse horeca wordt verwacht. Beïnvloedingscategorieën die in deze bijlage worden onderscheiden zijn: consumentenprijzen, conjunctuur, demografie en weersomstandigheden. Deze greep uit de verzameling van beïnvloedende factoren illustreert de karakteristieke ontwikkeling van het betreffende verschijnsel zoals het trendmatige verloop, seizoeninvloeden en bijvoorbeeld incidentele afwijkingen van het systematische tijdspatroon.

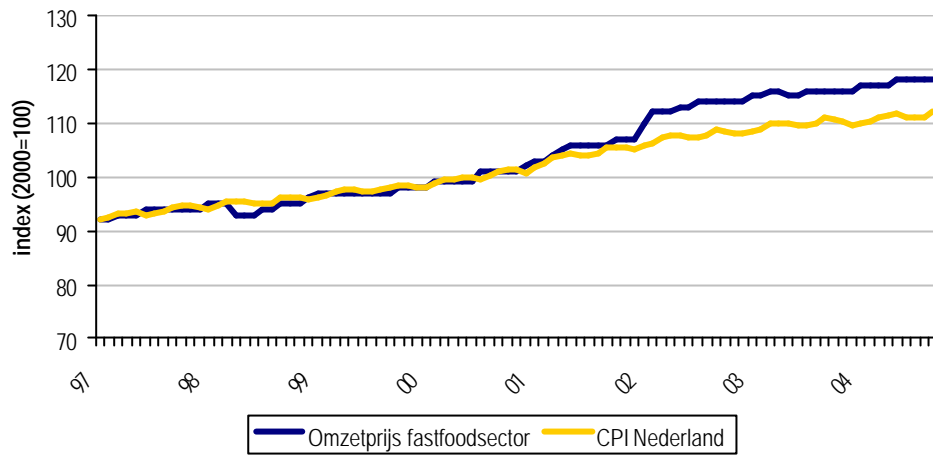
## A.1. Consumentenprijzen

**Figuur A.1: Omzetprijs in de drankensector en de algemene consumentenprijs in Nederland (CPI) (index), 1997/1-2004/9**



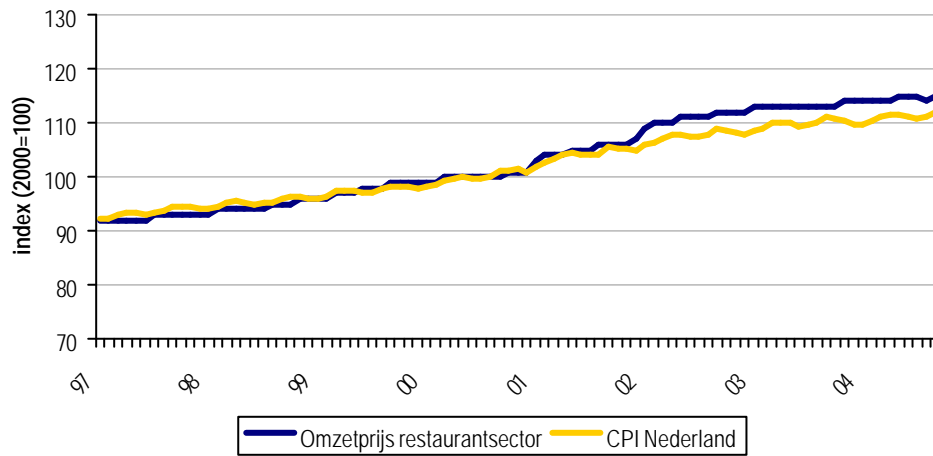
Bron: CBS.

**Figuur A.2: Omzetprijs in de fastfoodsector en de algemene consumentenprijs in Nederland (CPI) (index), 1997/1-2004/9**



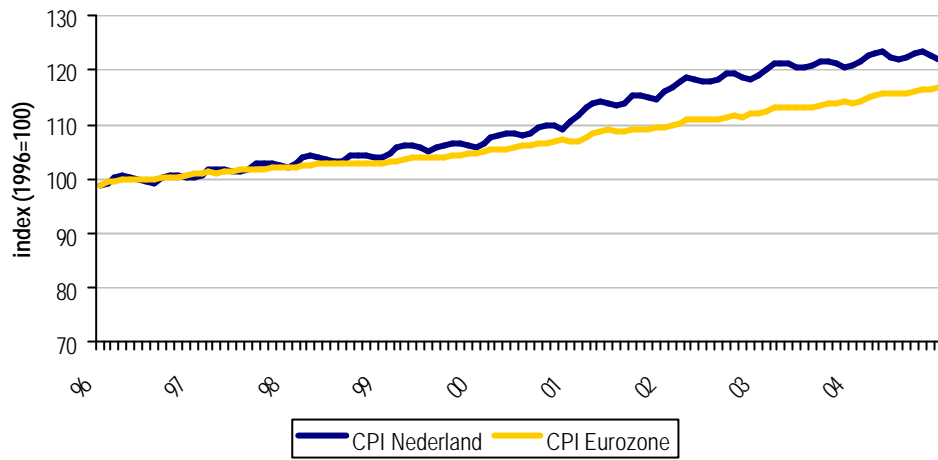
Bron: CBS.

**Figuur A.3: Omzetprijs in de restaurantsector en de algemene consumentenprijs in Nederland (CPI) (index), 1997/1-2004/9**



Bron: CBS.

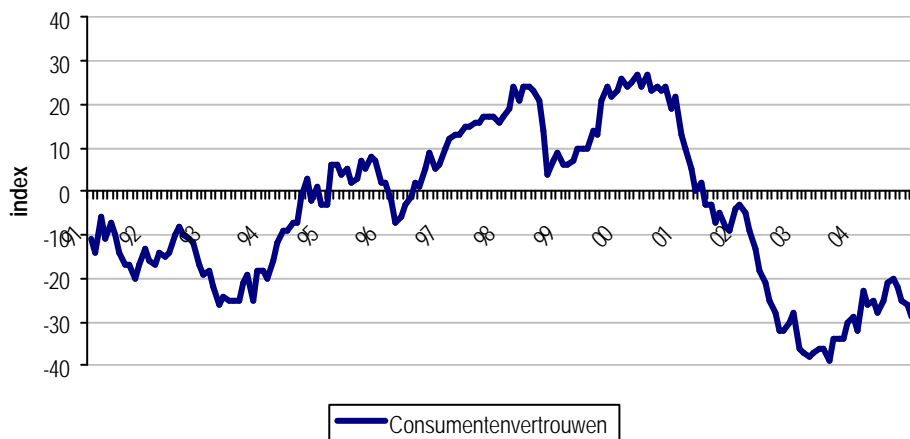
**Figuur A.4: Geharmoniseerde algemene consumentenprijs in Nederland (HCPI) en in de Eurozone (MUCPI) (index), 1996/1-2004/12**



Bron: CBS.

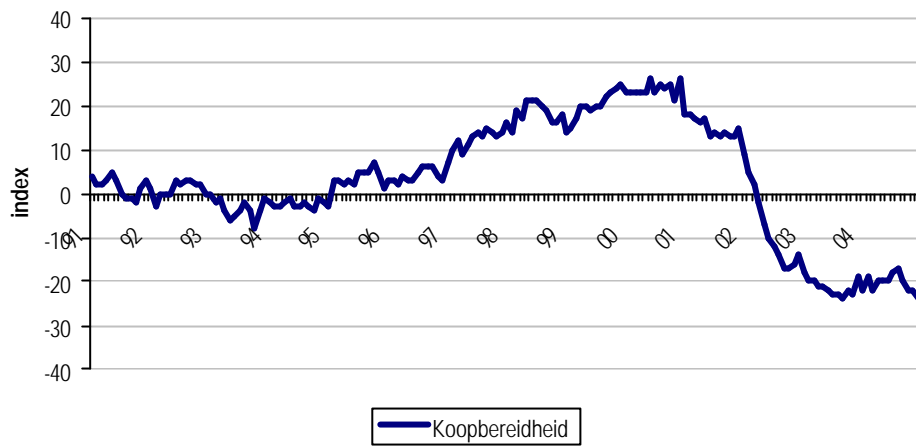
## A.2. Conjunctuur

**Figuur A.5: Consumentenvertrouwen (index), 1991/1-2004/12**



Bron: CBS.

**Figuur A.6: Koopbereidheid (index), 1991/1-2004/12**



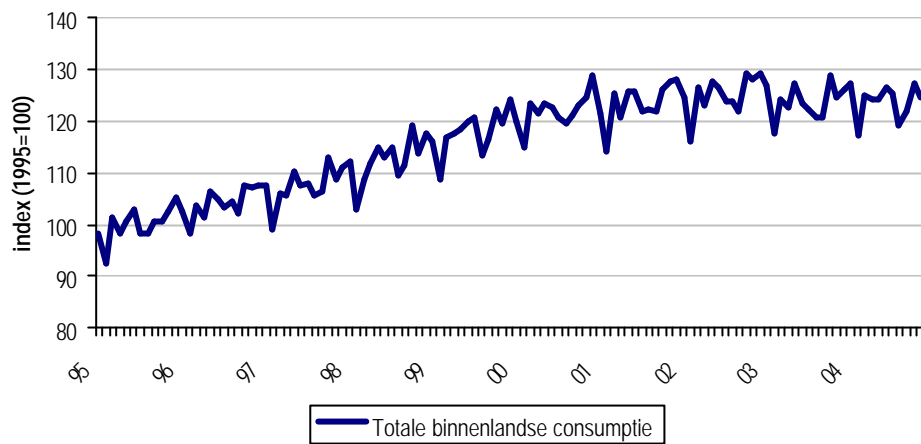
Bron: CBS.

**Figuur A.7: Producentenvertrouwen (index), 1991/1-2004/12**



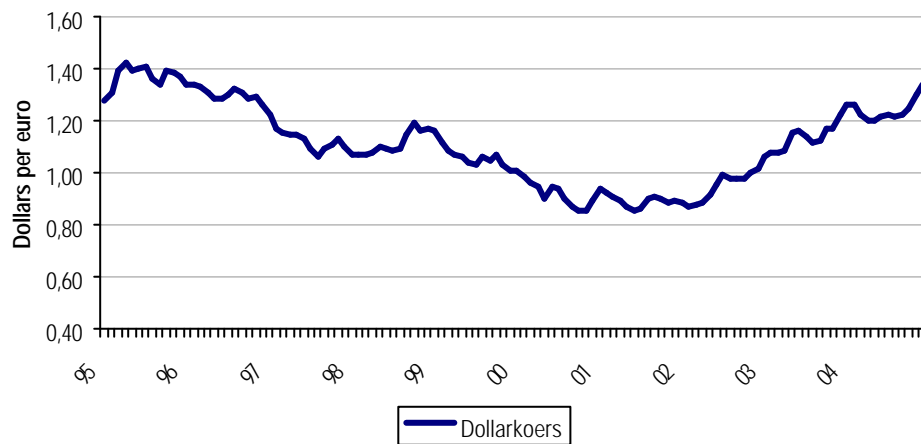
Bron: CBS.

**Figuur A.8: Totale binnenlandse consumptie van huishoudens (volumeindex), 1995/1-2004/11**



Bron: CBS.

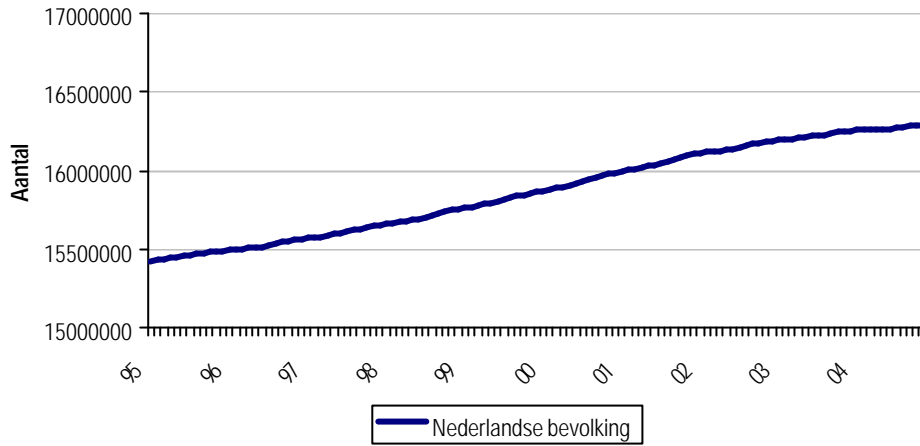
**Figuur A.9: Dollarkoers (dollars per euro), 1995/1-2004/12**



Bron: DNB.

### A.3. Demografie

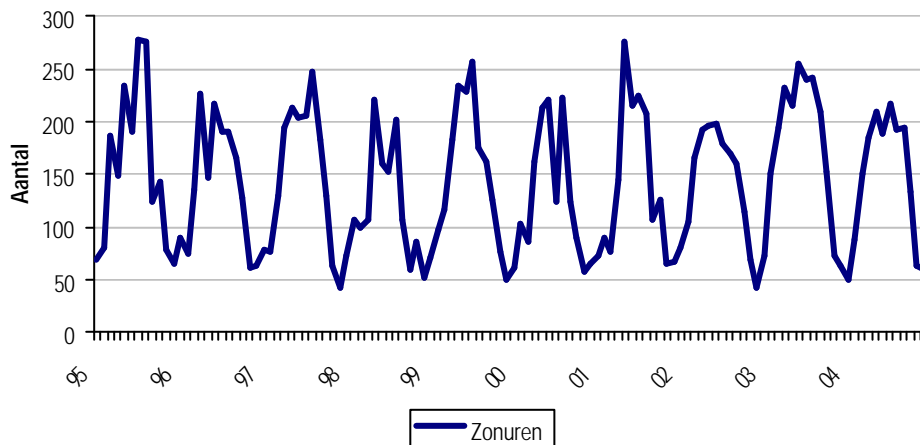
Figuur A.10: Omvang Nederlandse bevolking (aantal), 1995/1-2004/11



Bron: CBS.

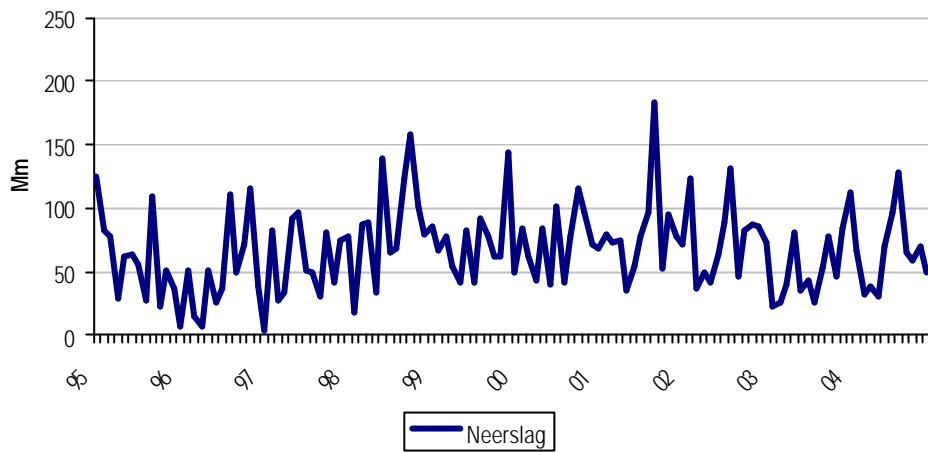
### A.4. Weersomstandigheden

Figuur A.11: Zonuren in Nederland (aantal), 1995/1-2004/12



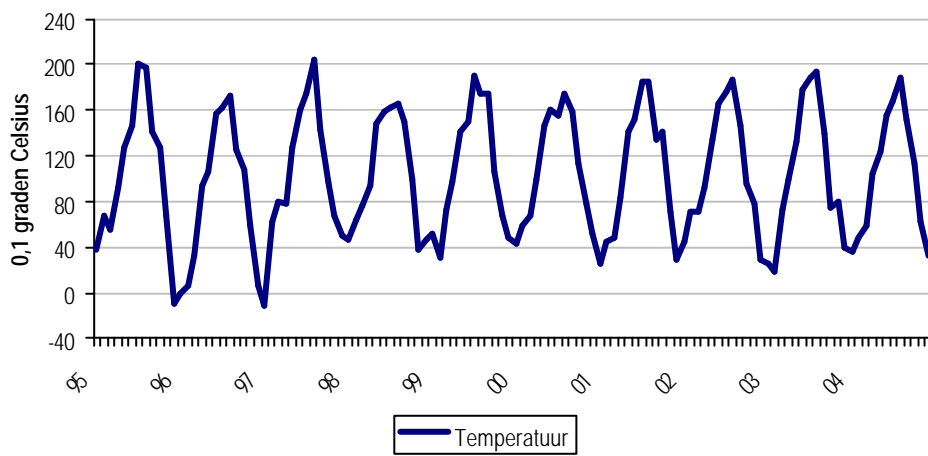
Bron: KNMI.

**Figuur A.12: Neerslag in Nederland (mm), 1995/1-2004/12**



Bron: KNMI.

**Figuur A.13: Temperatuur in Nederland (0,1 graden Celsius), 1995/1-2004/12**



Bron: KNMI.