

Foodservice bestedingen 2019 bijna 21 miljard Euro

Met 4,3% groei over 2019 gaat de totale waarde aan Foodservicebestedingen richting de 21 miljard euro. Vooral de horeca liet over 2019 een goede omzetgroei zien met 5,2%. Catering bleef achter bij dit groeicijfer met 2,7% groei.

De consument blijft steeds meer buitenshuis consumeren en heeft een sterke behoefte aan gemak, vooral onder de jongere generaties speelt dit enorm. Een stijging in online bestedingen aan eten en drinken is een trend. Maar ook vinden er meerdere tussendoor consumpties plaats, consumeren onderweg wordt steeds normaler. Het aanbod aan horeca outlet stijgt fors als gevolg van leegstand van retailpanden. Ook de mooie zomer draagt wederom bij aan volop bestedingen in ons land. De BTW verhoging van 6% naar 9% in 2019 heeft tevens een impact op de groeicijfers van consumentbestedingen. De waardeontwikkeling in de toeleveringen exclusief BTW ligt veel lager dan de 4,3%.

Horeca

De grootste groei in consumentbestedingen buitenshuis (omzet inclusief BTW) vond plaats in de horeca en met name in de fastservicesector met 8,3%. Naast de beweging dat we steeds gezonder gaan eten ontstaat ook een tegenbeweging. Bewust zondigen wordt populair; de snackbar/fastfood zaken wordt de plek waar je als consument de gezonde leefstijl even naast je neerlegt. Maar ook de toename van buitenshuis consumptie bij lunchrooms en fast-casual concepten draagt bij aan de groei in fastservice.

De consument kiest steeds voor gemak en is gecharmeerd van opkomende fast-casual concepten. Formulering, standaardisatie en ketenvorming zijn inherent aan deze. Het aantal franchiseketens neemt toe en steeds meer zaken sluiten zich aan.

Ook de logiesector heeft afgelopen jaar kunnen profiteren van de mooie zomer, het aantal binnenlands en buitenlandse toeristen is de afgelopen 10 jaar met 50% gegroeid en zal naar verwachting explosief blijven stijgen. Vooral ook binnen de verblijfsrecreatie en bed & breakfast zien we een forse groei.

Consumenten, en met name Millenials, geven er de voorkeur aan om geld uit te geven aan een ervaring in plaats van zomaar een aankoop te doen. Tijdens een restaurant bezoek wil men geïnspireerd en verrast worden door een goede maaltijd en een boeiende gastronomische ervaring. Dit heeft tot een vernieuwing en groei aan diverse concepten geleid met gevolg een stijging in bestedingen. Men geeft meer geld uit aan buitenshuis eten & drinken en maakt daarbij bewuste keuzes in het aanbod.

Catering

De afgelopen jaren gingen de foodservice-bestedingen binnen catering minder hard omhoog dan in de horeca. Echter we zien wel een groeicurve ontstaan binnen catering, waar het in 2013-2015 nog daalde. Het aantal banen nam toe en de werkloosheid daalde naar 3,5% van de bevolking. Hierdoor steeg ook het aantal potentiële lunchgebruikers in bedrijfsrestaurants.

Steeds meer mensen kampen met obesitas of overlijden aan hart- en vaatziekten. Gezonder eten en drinken aanbieden is voor Nederlandse bedrijfsrestaurants, zorginstellingen en horeca steeds belangrijker. Consument, opdrachtgever én overheid vragen erom.

Foodstep meet het verbruik op basis van inkoopdata van cateraars en geeft scores op gezondheid en duurzaamheid met verdieping naar productgroepen. De cateraars hebben afgelopen twee jaar progressie geboekt op een daling van het zoutgehalte in gerechten en een toename van vezels.

In de zorg wordt eten nog te vaak als kostenpost gezien en niet als investering in gezondheid en welzijn. Met gevolg dat het eten vaak onvoldoende lekker is. Ook blijkt het kennisniveau van zorgmedewerkers op het gebied van eten en drinken te laag te zijn en zijn de keuzemogelijkheden te beperkt. Er lijkt langzaam een verbetering in te komen nu men steeds bewuster wordt van hoe goede en gezonde voeding (preventief) kan bijdragen in de zorg. Fabrikanten en grossiers spelen hier op in met hun aanbod wat bijdraagt aan een groei in de bestedingen.

Onderweg

De on-the-go consumptie blijft groeien, in het kader van tijdswinst eten consumenten steeds vaker onderweg; voor ontbijt, lunch, tussendoortjes en diner. Het aantal treinreizigers en vliegreizigers nam toe afgelopen jaar waardoor er meer potentiële onderweg consumpties zijn ontstaan. Ondanks de opkomst van de elektrische auto, overheerst het gemak en de behoefte aan onderweg consumptie want ook de benzine stations groeien in omzet aan eten & drinken, mede door een verbetering in het (vers) aanbod. Met name Millennials en Generatie Z willen zelf kunnen kiezen wat ze eten, waar en wanneer.

Omzet (bestedingen consument) eten en drinken buitenshuis

ontwikkeling t.o.v. voorgaand jaar (in %)

	Omzet BTW en marge effect	groei	x mln euro
		2019	2019
Foodservice	2,5%	4,3%	20.960
HORECA			
Logiessector	2,2%	5,2%	13.328
Restaurantsector	2,1%	5,3%	2.056
Fastservicesector	2,2%	4,4%	6.144
Drankensector	3,0%	8,3%	3.061
	1,3%	2,9%	2.067
LEISURE	2,1%	3,5%	1.425
Foodservice bij Sport	2,4%	4,6%	744
Foodservice bij Recreatie	2,1%	2,4%	681
CATERING	2,8%	2,7%	3.414
Bedrijven	2,7%	2,7%	1.673
Instellingen	2,7%	2,2%	1.216
Onderwijs	2,7%	2,9%	260
Transport	2,2%	5,4%	265
ONDERWEG	1,9%	2,4%	2.793
Benzinestations	1,4%	1,8%	1.770
bij Vervoer, facilitaire horeca	2,7%	5,3%	474
bij Detailhandel, facilitaire horeca	2,6%	1,9%	549

NB: omzetgroei 2019 is incl BTW-verhoging 6% naar 9%

De waardeontwikkeling in de toelieferingen exclusief BTW ("inkoop") ligt veel lager dan de 4,3%.

De Foodservice periodemonitor volgt de productstroom vanuit grossiers naar horeca en catering. De stijgende inkoop van kleinschalige horeca, bedrijven en instellingen via supermarkten, slagers, bakkers en groentezaken geeft samen met directe leveringen door fabrikanten en de bestelwaarde bij grossiers de totale ontwikkeling van inkoopwaarde voor eten en drinken buitenshuis.

De inkoopgroei is op waardes exclusief BTW.

Inkoop (toeleveringen F&B)

ontwikkeling t.o.v. voorgaand jaar (in %)

	Inkoop			x mln euro	
	2019 via grossiers	2019 direct en logistiek	2019 via retail	2019	2019
Foodservice	0,9%	2,8%	6,3%	1,7%	7.229
HORECA	1,7%	4,8%	7,8%	3,0%	3.913
Logiessector	0,9%	6,0%	9,0%	3,2%	583
Restaurantsector	0,6%	6,0%	9,9%	2,3%	1.839
Fastservicesector	5,3%	4,9%	6,0%	5,3%	877
Drankensector	0,8%	2,1%	4,0%	1,6%	614
LEISURE	1,0%	6,0%	6,7%	1,5%	544
Foodservice bij Sport	1,9%			2,3%	331
Foodservice bij Recreatie	-0,4%			0,3%	213
CATERING	-1,0%	1,3%	3,6%	-0,1%	1.789
Bedrijven	-0,9%			-0,1%	1.106
Instellingen	-1,4%			-0,5%	520
Onderwijs	-2,0%			0,1%	101
Transport	3,1%			3,3%	62
ONDERWEG	0,8%	-0,5%	2,7%	0,5%	983
Benzinestations	1,7%			0,3%	655
bij Vervoer, facilitaire horeca	2,5%			2,6%	148
bij Detailhandel, facilitaire horeca	-0,9%			-0,7%	180

Bron: Foodstep, periodemonitor en Essentials jaarboek