



# SERVEERT

NIEUWS VOOR FASTSERVICE, CAFETERIA, EETCAFÉS, SPORTVERENIGINGEN EN STRANDHORECA

out of home  
partners

## IN DEZE UITGAVE:

- Expert over belastingschulden: 'Er zijn vaak opties, maar je moet zélf met plan komen'
- Een winstgevend Horeca Concept bedenken.
- Prijsstijgingen doorvoeren op de menukaart.
- Snackbakjes met zeewier coating, die SUP-proof zijn.



## ITALIAANS PREMIUM IJS MET ÉÉN DRUK OP DE KNOP!

### FUTURE PROOF IJSCONCEPT

- **BEDIENINGSGEMAK EN SNEL  
TE REINIGEN**
- **LAGE INVESTERING**
- **RUIME KEUZE AAN SMAKEN  
IN ROOMIJS, VEGAN SORBETS  
EN YOGHURTIJS**
- **ENERGIEZUINIG**



**One  
Shot**

Maak gebruik van de unieke voordelen van het il Primo ijsconcept!

Meer weten over het One Shot ijsconcept?  
Kijk op [lavenezia.nl](http://lavenezia.nl) of bel +31 24 - 678 28 22  
[info@lavenezia.nl](mailto:info@lavenezia.nl)



assortiment

## Beste lezer,

Voor u ligt de het eerste exemplaar van onze Nieuwsbrief Serveert 2024.

Op dit moment zijn we als inkooporganisatie op alle fronten in gesprek met fabrikanten om waar mogelijk prijsverlagingen te realiseren. De praktijk leert dat dit veelal een lastige klus is. Daar waar verhogingen in 2022/2023 vaak onder protest zijn doorgevoerd blijkt de weg terug vaak moeilijk te zijn.

Natuurlijk waren er veelal begrijpelijke redenen waarom er in voorgaande jaren prijzen zijn verhoogd. Denk aan hoge grondstofkosten, verpakkingskosten, energie, containerkosten, brandstof, CAO etc. We zien nu echter dat de prijzen voor bovengenoemde zaken (uitzondering CAO) al lang over het hoogtepunt heen zijn. Daarnaast zijn ook veel grondstoffen flink in prijs gedaald. Natuurlijk blijven er altijd uitzonderingen i.v.m. tegenvallende oogst of slechte verkrijgbaarheid.

Aan ons nu de uitdaging om de prijzen weer op niveau te krijgen. Dat is goed voor u en uiteindelijk ook voor de handel. We moeten er voor waken dat de consumentenprijzen binnen Horeca niet op een niveau komen waarbij de consument uiteindelijk besluit om maar wat bij de Supermarkt te halen of minder frequent uit eten te gaan.

In deze Nieuwsbrief ook aandacht voor;  
Nieuwe Winstgevende Horeca concepten  
IJstrends  
Voedselverspilling  
Belastingenschulden  
en nog veel meer.

We wensen u veel leesplezier en een goede omzet toe!

Out of Home Partners



[www.broekhuizen.nl](http://www.broekhuizen.nl)  
T (0252) 70 02 00  
E [verkoop@broekhuizen.nl](mailto:verkoop@broekhuizen.nl)



[www.hgt-tilburg.nl](http://www.hgt-tilburg.nl)  
T (013) 571 17 90  
E [verkoop@hgt-tilburg.nl](mailto:verkoop@hgt-tilburg.nl)



[www.marschee.nl](http://www.marschee.nl)  
T (0492) 52 29 73  
E [verkoop@marschee.nl](mailto:verkoop@marschee.nl)





‘Al meer dan veertig jaar een innige band met Broekhuizen Horecagroothandel’

# Jacco en Menno Mors van Beethoven Eten & Drinken ‘Iedereen is hier welkom’

Door Willemien Timmers





**Net buiten het centrum van Heemskerk is Beethoven Eten & Drinken te vinden. Een goedlopende snackbar, lunchroom en cafetaria in één, opgebouwd door de ondernemende broers Jacco en Menno Mors. Mannen die heel wat stormen hebben doorstaan, en nog altijd positief leidinggeven aan hun veelzijdige en succesvolle horecabedrijf.**

‘School was aan mij niet besteed’, lacht Jacco. ‘Van jongs af aan kwamen we hier op het plein meehelpen bij de snackbar van onze oom Joop en tante Ria, en in onze tienerjaren riepen we al dat we de zaak gingen overnemen.’

De zaak waar de broers het over hebben, is op dat moment zo’n negentig vierkante meter. ‘Klein maar fijn. Zo was dat toen’, vertelt Menno. ‘Met een vitrine en vijf tafels, en in de zomer nog wat plekjes buiten, met van die gezellige Olaparasolletjes.’

In 2003 nemen de actieve broers inderdaad de zaak over. Ze zijn dan nog maar 20 en 21 jaar oud, en ontwikkelen zich tot echte ondernemers. Zo openen zij in 2008 voor een aantal jaar een tweede zaak in Bakkum, en weten later een tweejarig verblijf in een noodwinkel, vanwege een grootscheepse renovatie van het winkelplein door de verhuurder, tot een goed einde te brengen. ‘Die tijd in ons tijdelijke onderkomen duurde langer dan van tevoren afgesproken. Dat gaf veel gedoe, maar we zijn er sterker uitgekomen.’

### **Nieuwe toekomst**

Begin 2014 krijgen ze eindelijk de sleutel van hun nieuwe pand aan de andere kant van het winkelcentrum. Dat is inmiddels tien jaar geleden, maar de broers herinneren het zich nog als de dag van gisteren. ‘We hadden aan de ontwikkelaar aangegeven dat we een grotere zaak wilden beginnen’, beschrijft jongste broer Menno. ‘Als je zo jong bent als je een snackbar overneemt, wil je op een gegeven moment méér, anders gaat de lol ervan af. Een tweede zaak bleek niet echt ons ding, maar de gelegenheid voor een groter pand hier op het plein opende allerlei nieuwe mogelijkheden.’

### **Diep dal**

‘Daar stonden we dan, met de sleutel in onze hand in een zaak van tweehonderd vierkante meter die helemaal kaal opgeleverd was,’ vult Jacco hem aan. ‘We wilden een heel nieuw concept van de grond tillen, met een eetcafé en lunchroom naast de snackbar.’ De toekomst leek hen toe te lachen tot, ruim na het tekenen van



alle contracten met de aannemers, de bank zich onverwachts terugtrok. 'Toen zijn we echt door een diep dal gegaan. Wij geloofden in onze zaak, maar konden geen bank vinden die aan onze kant kwam staan. Ons concept zou te 'groots' zijn, en niemand zou een biefstukje willen eten in een ruimte waar ook snacks worden verkocht. Acht weken lang waren we dicht, en dachten we dat het voorbij was.' Een creatieve accountant stelde crowdfunding voor. Een gouden greep, want binnen een maand was de benodigde twee ton voor verbouwing en inventaris binnen, en kon er weer vaart gemaakt worden. 'Dankzij het geloof van veel mensen om ons heen, die wél durfden te investeren, konden we in maart 2014 de deuren van onze nieuwe zaak openen. Ook de interieurbouwer en de toeleveranciers, zoals Broekhuizen Horecagroothandel, hebben ons aan alle kanten geholpen door coulant te zijn met hun betalingsvoorwaarden.'

#### Voor iedereen

Sindsdien floreert 'Beethoven Eten & Drinken', en is het een plek in Heemskerk waar iedereen zich thuis kan voelen. 'Of je nu komt om een broodje kroket af te halen, of om lekker in het eetcafé-gedeelte een sliptongetje te eten: iedereen vindt hier zijn plek. Daarnaast bezorgen we ook nog, dus op een drukke zondagavond staan we soms wel met vijftien man. Een hele uitdaging, maar gelukkig hebben we een hecht team dat goed op elkaar is ingespeeld. Zo kunnen we alle typen klanten goed blijven bedienen.'

***'Constante kwaliteit,  
vaste merken en goede  
toeleveranciers'***



## Concept

Jacco en Menno draaien met eetcafé, snackbar én thuisbezorgen 'als een tierelier'. Het geheim? 'Constance kwaliteit door vaste merken en goede toeleveranciers. Goede concepten moet je niet veranderen.'

Zo waren oom Joop en tante Ria al klant bij Broekhuizen Horecagroothandel. 'Dat betekent dat we al sinds 1983 met elkaar zakendoen', vertelt Menno. 'Broekhuizen is met ons meegegroeid, en we hebben een innige band ontwikkeld. Zo zelfs, dat zij ons erop attenderen als we iets fout bestellen of wat vergeten. Echt super. Ik kan er blind op vertrouwen dat ze altijd leveren wat ik besteld heb. En hun chauffeur, die

we ook al 25 jaar kennen, die zet zelfs alles 'fifó' in de vriezer.'

## Succesvol

De broers, nu 41 en 43, genieten van hun goedlopende zaak. 'Een tweede bedrijf gaan we niet meer doen, daarvoor draaien we hier veel te lekker. In de weekenden zitten we vol, en zijn we blij dat we een plek kunnen zijn waar mensen nog voor een normale prijs uit eten kunnen. Iedereen is hier welkom, in pak of in korte broek, alleen of met de hele familie. En of je nu een ijsje eet in de snackbar, komt lunchen of uitgebreid komt dineren: iedereen is welkom. Ons laagdrempelige concept is succesvol gebleken.'





# BUITENHUIS OLD AMSTERDAM BITTERBALLEN

Buitenhuis Old Amsterdam kaasbitterballen zijn gevuld met een smeugige, pittige en lichtzoete ragout en omhuld met een krokante korst. Een bitterbal met de onmiskenbare smaak van Old Amsterdam, ideaal voor de borrelplank.

Kijk op [www.buitenhuisnacks.nl](http://www.buitenhuisnacks.nl) voor meer info.



Buitenhuis Bitterballen Old Amsterdam  
Art. nr. 5004

[buitenhuisnacks.nl](http://buitenhuisnacks.nl)

  
**Buitenhuis**  
*Gewoon goed!*



# Snackbakjes met zeewier coating, die SUP-proof zijn

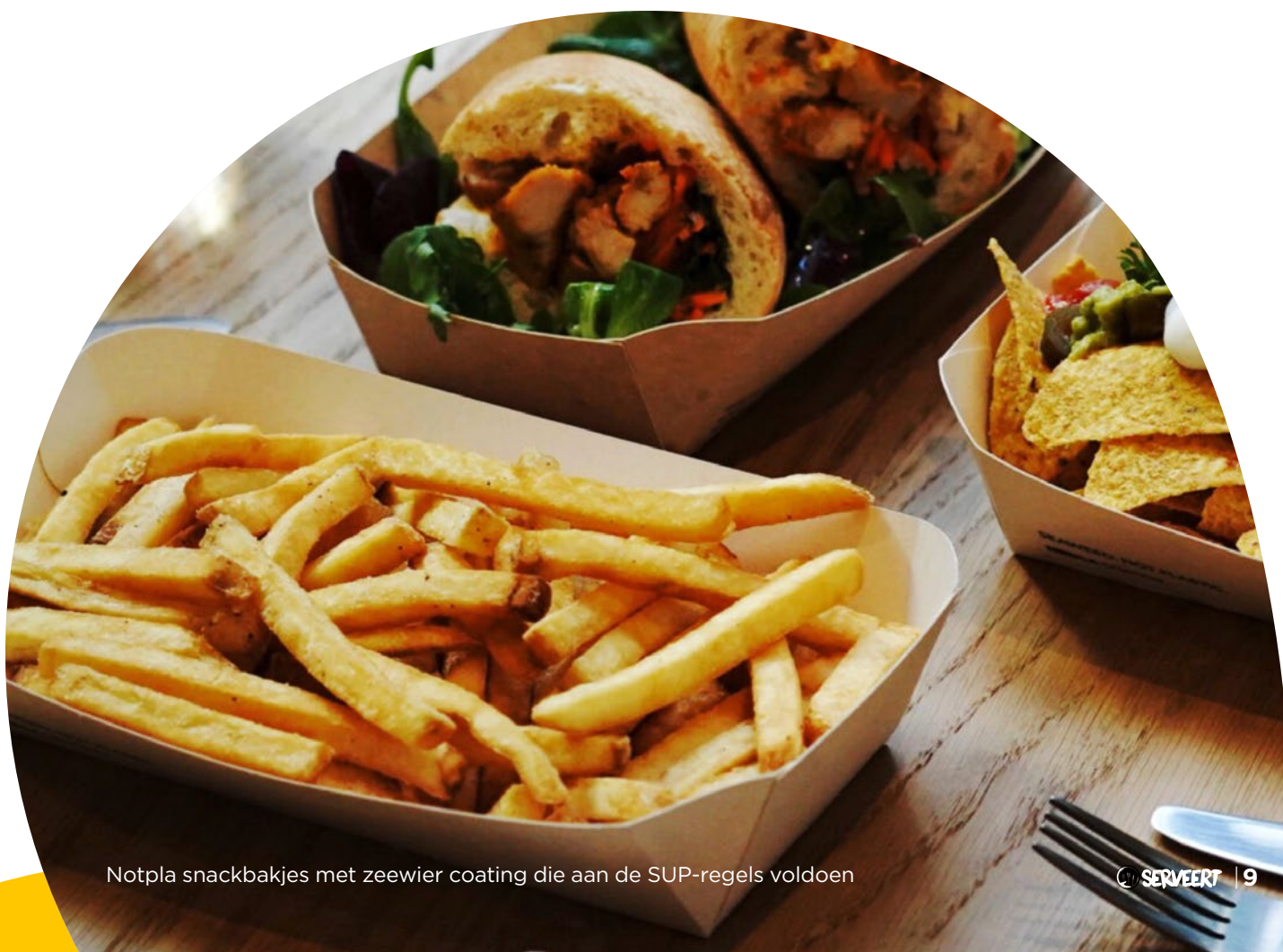
Regeren is vooruitzien. De controle op de plastic toeslag mag dan voorlopig van de baan zijn, maar het gebruik van herbruikbare verpakkingen wordt de norm. Voor cafetariahouders die op zoek naar plasticvrije snackbakjes die aan de SUP-regels voldoen, biedt de Notpla-verpakkingslijn uitkomst.

## 1. Wat is Notpla?

Notpla staat voor not plastic. Het is een verpakkingslijn van plasticvrije kartonnen snackbakjes e.d. die door het gelijknamige bedrijf Notpla uit Londen is ontwikkeld. In Nederland vertegenwoordigt Conpax dit merk.

## 2. Waarvan zijn de producten gemaakt?

Het plastic vervangende materiaal is gemaakt van zeewier. Dit groeit met een snelheid tot 1 meter per dag. De productie ervan is niet concurrerend ten opzichte van voedselgewassen. Bovendien is er geen kunstmest of zoet water nodig om het te produceren en het houdt actief koolstofdioxide vast. Daarmee is het een duurzame grondstof.





### **3. Waarom is Notpla SUP-proof?**

De ILT (Inspectie Leefomgeving en Transport) die de SUP-regels controleert en handhaaft, heeft de bakjes met de Notpla-coating beoordeeld. Ze hebben vastgesteld dat deze geen polymeren bevatten en dat ze biologisch composteerbaar zijn volgens de EN 13432-norm. Het materiaal is daarmee door de ILT als 100% plasticvrij beoordeeld en valt daarmee buiten de SUP-regeling.

### **4. Hoe zit het met vocht- en vetbestendigheid?**

De kartonnen bakjes en schaaltes hebben een vocht- en vetbestendige Notpla laag. Dat maakt ze geschikt voor foodproducten in de cafetaria en fastfoodbedrijven, de evenementenbranche en cateringbedrijven.

### **5. Welke verpakkingen zijn er?**

Conpax heeft medio december 2023 een assortiment van 21 verschillende artikelen geïntroduceerd. Dit bestaat uit bakjes, lunch -, hamburger -, friet boxen e.d. Het assortiment is leverbaar via de groothandel.

### **6. Wat is de prijs?**

De prijs is op dit moment hoger dan de bestaande bakjes die voorzien zijn van een plastic coating. Dat heeft te maken met de schaalgrootte. De verwachting is als het volume verder toeneemt, de prijs zal dalen.



# Reusable bekers

Conpax introduceert een aantal reusable bekers met eigentijdse uitstraling. De veel gebruikte vending beker, die standaard verkrijgbaar is met de bekende 'Scotty' print. Daarnaast voor de koffie gebruikers de speciale bedrukking 'Altijd Koffie'.

Op zoek naar een eigentijds ontwerp, dan is de Officup een goede keuze, uitgevoerd in een hippe kleur. Onze reusable bekers zijn gemaakt van PP, vaatwasserbestendig, kunnen in de magnetron en geschikt voor warme als koude dranken.



Altijd Koffie

34172

  
Premium  
Quality

Model vendingbeker  
Hedendaags dessin  
Ideale kantoor beker  
Inhoud 180 ml  
Herbruikbaar

Scotty

34002



## officup

Uniek ontwerp  
Functionele vormgeving  
Hippe kleur  
Beker met oor, drinkt wel zo prettig  
Ideale kantoor beker  
Inhoud 180 ml  
Herbruikbaar

34001



**conpax**  
Member of PAPSTAR



# Horeca verspilt 5,6 miljoen kilogram minder voedsel

maar nog altijd voor bijna 650 miljoen euro

In vergelijking met 2019 heeft de horeca 9,2% minder voedsel verspild. Restaurants verspilden 9% minder voedsel, hotels 17,6%. Totaal verspilde de horeca 55,4 miljoen kilogram, wat ruim 5 miljoen kilogram minder is dan 4 jaar geleden. Ondanks dat er minder verspild werd, is de waarde van de verspilling door de inflatie wel hoger. De waarde van de verspilling komt uit op 647 miljoen euro, terwijl dit in 2019 nog 582 miljoen was. De totale omvang van de CO2-uitstoot is met 11.000 ton afgenomen.

Deze resultaten komen uit de Food Waste Challenge die Rabobank in samenwerking met Wastewatchers, Hotelschool Den Haag en de Stichting Samen Tegen Voedselverspilling heeft ontwikkeld. Het doel van de challenge is bedrijven stimuleren om binnen 8 weken de hoeveelheid voedselverspilling te verminderen. Sinds 2019 nemen in totaal 275 (hotel) restaurants deel aan het programma.

## Horeca kan marge verbeteren door voedselverspilling tegen te gaan

Afgezet tegen de omzet in de klassieke horeca van 11 miljard euro (bron FSIN) is de waarde van de totale verspilling -9,2% van de totale marktomsatz. Bij een vermindering van 50%

(doel) is er een margeverbetering van 2,95% mogelijk. Uitgaande van een gemiddelde marge (EBITDA) van 15%, betekent dit dus dat de marge met 19,6% verbeterd kan worden door voedselverspilling tegen te gaan. Dit zou voor veel horecabedrijven een grote impact hebben op de toekomstbestendigheid.

## Horeca op weg om doelstelling 2030 te halen

De horeca is goed op weg om de doelstelling van 50% minder voedselverspilling in 2030 te realiseren. Vooral hotels zijn goed bezig. Zij hebben al ruim 17% minder verspild ten opzichte







van 2019. Restaurants zullen moeten versnellen om de huidige -9% te verhogen naar een halvering. Tijdens de verschillende challenges die we hebben gedaan, zien we dat restaurants ook goed in staat zijn om dit te halen.

### **Den Bosch kan nagenoeg een jaar lang eten van de horeca verspilling**

Een gemiddelde Nederlander eet per dag ongeveer 1 kilogram voedsel (bron: RIVM). Uitgaande van 55,4 miljoen kilogram voedsel dat in de horeca verspilt wordt, kunnen dus jaarlijks 151.780 mensen eten. Een stad met een omvang van Den Bosch, dat 155.000 inwoners telt, zou dus nagenoeg een heel jaar kunnen eten van de totale verspilling die in de Nederlandse horeca plaatsvindt.

### **Food Waste Challenge 2023 laat een beter resultaat zien**

Tijdens de Food Waste Challenge van 2022-2023 hebben bedrijven 28% minder verspild. Hiermee wordt aangetoond dat met inspanning op korte termijn een fors aandeel aan voedsel bespaard kan worden. Tijdens de Food Waste Challenge

in 2019 zagen we dat bedrijven 21% minder voedsel verspilden. Deze verbetering van de resultaten heeft onder andere te maken met een intensivering van het programma, maar ook met de noodzaak die de horecabedrijven ervaren tot het verminderen van voedselverspilling.

Dat de sector nu minder verspild dan in 2019, heeft voor een deel te maken met de stijgende kosten binnen de horecasector. Hierdoor zijn hotels en restaurants op zoek naar mogelijkheden om de marges te verbeteren.

### **Tips voor het tegen gaan van voedselverspilling:**

1. Awareness (inzichtelijk maken waar en hoeveel verspilling er is);
2. Engagement (zorg dat personeel gemotiveerd is om verspilling tegen te gaan);
3. Menu-engineering (minder gerechten op je kaart + portionering aanpassen);
4. Gebruik data om beter inzicht te krijgen in wat en wanneer je gasten eten.

Bron Rabobank



# IJSTRENDS

De start van het ijsseizoen komt snel dichterbij. Traditioneel gaan in maart immers de ijssalons weer open. De schepijsvitrine in de cafetaria mag weer worden gevuld met... Ja, wat zijn eigenlijk de trends dit jaar?

## IJs met een crunch

Bij softijs is het al jarenlang heel gewoon: even de ijsmassa dippen in krokante nootjes. Maar ook bij (ambachtelijk) schepijs mag een krokante touch

niet ontbreken. Op de ijsvakbeurs Sigep 2024 in Italië was ijs met een crunch overal te proeven. Denk daarbij aan nootjes maar ook aan popcorn, stukjes koek of zelfs pretzels.





### Zoute smaak

Nog een opvallend ingrediënt voor ijsmakers: een zout smaakelement in je ijs verwerken. We kennen allemaal de salted caramel maar nu gaan we een stapje verder met het verwerken van bijvoorbeeld Parmezaanse kaassmaak in ijs.

### Minder suiker

Van zout is het een kleine stap naar zoet. Daarbij mag het allemaal een beetje minder suiker of zelfs zero sugar zijn. Naast ijssoorten die geen suiker maar andere alternatieve zoetstoffen bevatten, zijn er steeds meer toppings voor schep- en softijs die minder suiker bevatten.

### Softijs plus

Over softijs gesproken: daar kun je lekker mee aan de slag. Want naast de traditionele nootjes, spikkels, chocolade en slagroom was er op de beurs in Italië een bont scala aan toppings en sausen voor softijs plus: met van alles erop en eraan. De boodschap: waardeer je softijs op zodat je er ook meer voor kunt vragen.

### Comeback voor het hoortje

Tussen alle ijsnoviteiten door, was er opvallend veel aandacht voor hoortjes in allerlei smaken en vormen. Een aantal stands was er volop mee 'aangekleed'. Daarnaast kwamen we eetbare lepeltjes tegen en andere oplossingen voor plasticvrije ijsbekers. De Europese SUP-regels zijn hierbij ongetwijfeld de inspiratiebron geweest.

Bron Frituurwereld





Nic.

# Ontdek de nieuwe smaken van Nic



*Amaretti  
Crunch*

*Meringue  
Mix Drops*

Met de verrassende producten van Nic Nederland steelt u komend ijsseizoen de show. Combineer bijzondere toppings als Spicy Orange en Rood Fruit met luxe garneringen.

Wat dacht u van een spannende combinatie met Meringue Mix Drops of Amaretti Crunch? Voor zulke unieke smaakcombinaties blijven uw klanten terugkomen!

**Scan de QR code en bekijk onze nieuwe brochure vol inspiratie en nieuwe producten.**  
Of kijk op [nicice.nl](http://nicice.nl)





# Een winstgevend Horeca Concept bedenken

Een nieuwe formule bedenken of een bestaande formule aanpassen zodat het bedrijf weer gaat lopen, hoeft niet altijd een vermogen te kosten. Eenvoudige aanpassingen kunnen ervoor zorgen dat de aandacht getrokken wordt.

## 1. Wat willen uw gasten?

Wanneer je van plan bent om een nieuw horecaconcept te bedenken of aan te passen, dan moet je in eerste instantie dicht bij jezelf blijven. Wat zou ik als gast leuk vinden? Waar zou ik naartoe gaan? Die vragen dient je te stellen. Vervolgens moet je jezelf afvragen wat de mensen willen. Te vaak zie je dat ondernemers een idee uitwerken en dan maar hopen dat de gasten het leuk gaan vinden. Dat werkt meestal niet. Je moet je afvragen: wat vinden de mensen leuk, waar hebben ze behoefte aan? Welk horecaconcept past bij deze tijd?

## 2. Een origineel horecaconcept bedenken

Doe eens iets anders. Dat hoeft helemaal niet ingewikkeld en kostbaar te zijn. Een voorbeeld van een eenvoudig horecaconcept dat de aandacht trekt, is een barbecue-restaurant. Het eten is daar niet per se lekkerder dan in andere restaurants, maar de formule onderscheidt zich wel. Er is een lavagrill, een 'gaucho' snijdt het vlees van de spies. Dat zorgt voor beleving. Veel horecaondernemers zouden meer vanuit de marketinggedachte moeten ondernemen. Wat willen mijn gasten en wat vinden ze bijzonder?



### 3. Inspiratie opdoen

Buitenlandse trips kunnen de ondernemer op ideeën brengen. Als het gaat om horecaformules snappen Amerikanen heel goed hoe je beleving kunt creëren en aandacht kunt trekken. Denk bijvoorbeeld aan een restaurant waar je alleen maar vlees kunt bestellen. Alle andere gerechten komen langs op een lopende band. Voor de broodjes geldt weer een andere benadering. Die worden gegoid. De gast moet ze vangen.

### 4. Verkoop t-shirts

T-shirts en andere kledingstukken met daarop de naam en het logo van het horecabedrijf kunnen met succes worden verkocht. De winst is niet groot, maar het is een leuke geste voor de gasten. Bijkomend voordeel is dat deze attributen voor extra bekendheid zorgen. Gratis reclame voor de zaak.

### 5. Mystery guest

Een nieuw horecaconcept bedenken hoeft je niet alleen te doen. Een mystery guest kan helpen. Deze man of vrouw bezoekt de zaak en gaat na wat de ondernemer zou kunnen doen om extra gasten te trekken. De mystery guest zal aan de ondernemer duidelijk moeten maken hoe hij de zaak bijzonder kan maken.

### 6. Vriendenkorting

Horecaondernemers kunnen veel meer gebruikmaken van hun vaste gasten. Bedenk acties. Geef gasten bijvoorbeeld de gelegenheid om vrienden mee te nemen; Geef ze dan een speciale vriendenkorting. Zo slaag je erin om nieuwe mensen te laten kennismaken met jouw zaak. Ook andere acties zouden overwogen moeten worden.







## 7. Belangrijke rol voor gasten

Voor het genereren van ideeën en suggesties hoeven niet altijd duurbetaalde adviseurs te worden ingeschakeld. Ook gasten kunnen een rol spelen. Geheel gratis. Gewoon vragen. Vraag eens aan een gast wat hij vindt van een bepaald gerecht of van de website. En hoe ervaart hij of zij de binnenkomst? Wat kan er verbeterd worden? Hoe zou hij bepaalde dingen aanpakken?

Ook klachten van gasten kunnen nuttig zijn, want ze leveren informatie op. Daarmee kan de ondernemer wellicht zijn voordeel doen. Door de klacht ook meteen op te lossen, voorkom je dat deze wordt doorverteld en op internet verschijnt.

## 8. Brainstormsessie medewerkers

Medewerkers kunnen een rol spelen in het bijsturen van een concept. Organiseer een brainstormsessie en nodig medewerkers daarvoor uit. Maar het hoeft niet bij medewerkers te blijven. Nodig ook enkele vaste klanten uit.

Luister goed, peil de reacties, doe daar wat mee. De mening van je personeel en de vaste gasten is waardevol. Uiteindelijk bepalen zij voor een groot gedeelte de uitstraling van je zaak.

## 9. Kijk naar andere branches

Samenwerken met collega's kan tot verfrissende of zeer praktische initiatieven leiden.

Het is daarnaast verfrissend om met mensen van buiten de branche van gedachten te wisselen. Ontwerpers van de Design Academie uit Eindhoven brainstormden met een hotelier en brachten hem op het idee om gebruik te gaan maken van in hoogte verstelbare tafels. Je kunt daaraan zitten en staan. Daarmee kan de hotelier inspelen op verschillende wensen. Sommige bedrijven willen staand vergaderen, andere zittend. Beide wensen kunnen worden ingewilligd.

Bron Misset Horeca



# Prijsstijgingen doorvoeren op de menukaart

Door almaar oplopende kosten kom je er als horecaondernemer waarschijnlijk niet onderuit om in 2024 je prijzen te verhogen. Maar hoe pak je het precies aan?

## Prijsstijgingen in 2024

Grote ketens als Loetje en Happy Italy, die onderdeel zijn van Restaurant Company Europe (RCE), zagen zich genoodzaakt begin 2024 de prijzen aan te passen. 'Niemand in de horeca zit te wachten op verhogingen, omdat het kan leiden tot minder gasten. Maar door de kosten die maar blijven oplopen, onder meer door de nieuwe CAO, is het wel zaak om snel te handelen', weet Erik Theeuwes, directeur Food&Beverage bij RCE. 'Je moet nu bovenop de prijsstelling zitten, zeker als je grote aantallen draait. Anders loop je als ondernemer risico de komende maanden.'

Theeuwes kan niet zeggen hoe hoog de gemiddelde stijging is op de menukaarten van Loetje en Happy Italy, maar wel dat die slechts enkele procenten bedraagt. Het is zaak om goed naar de samenstelling van je menu te kijken, verduidelijkt hij. 'Sommige producten hoeven ook niet duurder te worden, maar zorg wel dat je veilig zit op de producten die voor een groot gedeelte van je omzet zorgen. Het gaat ook om de prijsperceptie van de gast. Goed kijken naar betaalbaarheid van uit eten gaan, dat is altijd ons uitgangspunt.'



## Olijfolie duurder, suiker en aardappelen ook?

RCE heeft weliswaar lange termijnafspraken met leveranciers die inkoopvoordeel bieden, maar het bedrijf krijgt evengoed te maken met actuele ontwikkelingen. 'We zien nu bijvoorbeeld dat olijfolie ontzettend in prijs stijgt, vanwege de tekorten in Zuid-Europa.'

Ook van andere grondstoffen, zoals suiker en aardappelen, is de verwachting dat deze in 2024 duurder kunnen worden. 'We proberen steeds zo ver mogelijk vooruit te kijken. Bij ons is het geen kwestie van even een Excel-bestandje aanpassen, als we de prijzen veranderen. Het zijn lange trajecten, waarin menukaarten, kassasystemen en marketinguitingen aangepast moeten worden voor veel locaties en formules.'

## Winnaar Terras Top 100 over prijsstijgingen

De inkooprijzen zijn over de hele linie gestegen, weet Roy Spekhorst, die in 2023 met zijn zaak Pelle's in Deurningen de Terras Top 100 won. 'Elke gemiddelde leverancier heeft zijn prijzen met minimaal vijf procent verhoogd of heeft aangegeven dit te gaan doen', zegt de ondernemer. 'Daar komen de accijnzen, de hoge

energieprijzen, pensioensopbouw en de stijging van de salarissen nog bij.

De stijging voor bier, fris en wijn ligt bij Pelle's tussen de 7 en 10 procent. De prijzen van de menukaart worden gemiddeld met zo'n vijf procent verhoogd.

## Juist nú investeren in je zaak?

Spekhorst vindt overigens dat snijden in loonkosten geen juiste strategie is. 'We kunnen beter onze energie steken in onze medewerkers, want goede medewerkers zorgen ook voor een stijgende omzet. Elk appelpuntje, elk drankje, het aanprijzen van de gerechten met de juiste marges; het zorgt ervoor dat de personeelskosten stabiel blijven. Blijf goed voor je mensen, dan zijn je mensen goed voor jou', zegt de winnaar van de Terras Top 100.

'Maar als je prijzen verhoogt, dan moet je ook de beleving van de gast verhogen. Daarnaast is het dus van belang dat je aan de gast laat zien dat je investeert in de zaak. Pak die ene ruimte eindelijk aan, vervang je meubilair, volg een training of voeg iets toe aan je huidige assortiment. In ons geval zijn dat cocktails.'

Bron Misset Horeca



De **zekerheid**  
van comfortabel  
**hygiënisch**  
werken.





# Verdere economische groei verwacht

In het vierde kwartaal van 2023 groeide de Nederlandse economie weer, nadat ze de drie voorgaande kwartalen was gekrompen. We gaan ervan uit dat de economie in 2024 en 2025 zal blijven groeien. Door verdere loonstijgingen en de afzwakking van de inflatie blijft de koopkracht van huishoudens zich herstellen, wat ervoor zorgt dat de particuliere bestedingen verder zullen groeien. Ook verwachten we dat de overheid de economische activiteit in Nederland een flinke steun in de rug geeft. Hier staat tegenover dat bedrijfsinvesteringen naar verwachting pas vanaf eind 2024 herstellen.

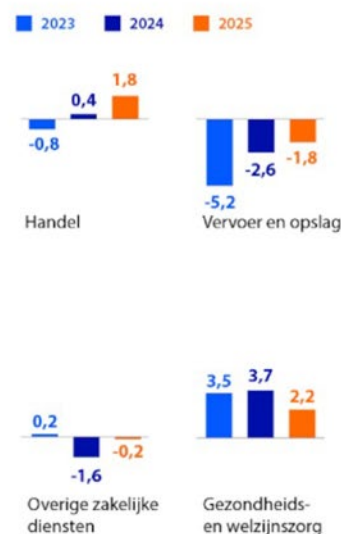
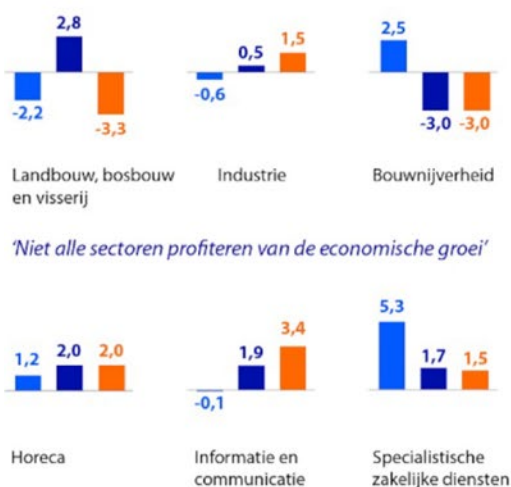
Ook de vraag vanuit het buitenland trekt slechts beperkt aan. Op het gebied van de arbeidsmarkt blijft de krapte een knellende factor voor veel ondernemers. We verwachten daarvoor op korte termijn slechts enige verlichting.

## Prognoses op sectoraal niveau

In deze publicatie lichten we onze economische voorspellingen voor de verschillende sectoren toe. Hierbij kijken we naar de ontwikkelingen van de toegevoegde waarde voor de hoofdsectoren en de omzetontwikkeling voor de deelsectoren.

## Sectorprognoses maart 2024

Groeiverwachting van de toegevoegde waarde per sector in 2023 t/m 2025



Bron: Rabobank, CBS

Rabobank

## De handel en de horeca profiteren van het koopkrachtherstel

Voor het komende jaar verwachten we dat de koopkracht zich blijft herstellen. De consumptie door huishoudens neemt toe, wat een positieve uitwerking heeft op de prognoses van de groot- en detailhandel en de horeca. Deze twee sectoren leveren indirect en direct aan de consument. We verwachten dat (het volume van) de toegevoegde waarde in de groot- en detailhandel dit jaar met 0,4 procent toeneemt en in de horeca met 2 procent.

*\*De toegevoegde waarde is de omzet minus de waarde van alle (ingekochte) halffabricaten en diensten die bij de productie zijn verwerkt. Omdat we kijken naar volumeontwikkelingen zijn deze prognoses gecorrigeerd voor inflatie.*

### Omzetprognoses deelsectoren horeca

<i>Omzetprognoses (j-o-j%): Horeca</i>	2023	2024	2025
Hotels	17,4	4,0	2,0
Restaurants, andere eetgelegenheden	10,9	3,0	2,0
Kantines en catering	19,8	3,8	3,0
Cafés	9,6	1,0	0,0

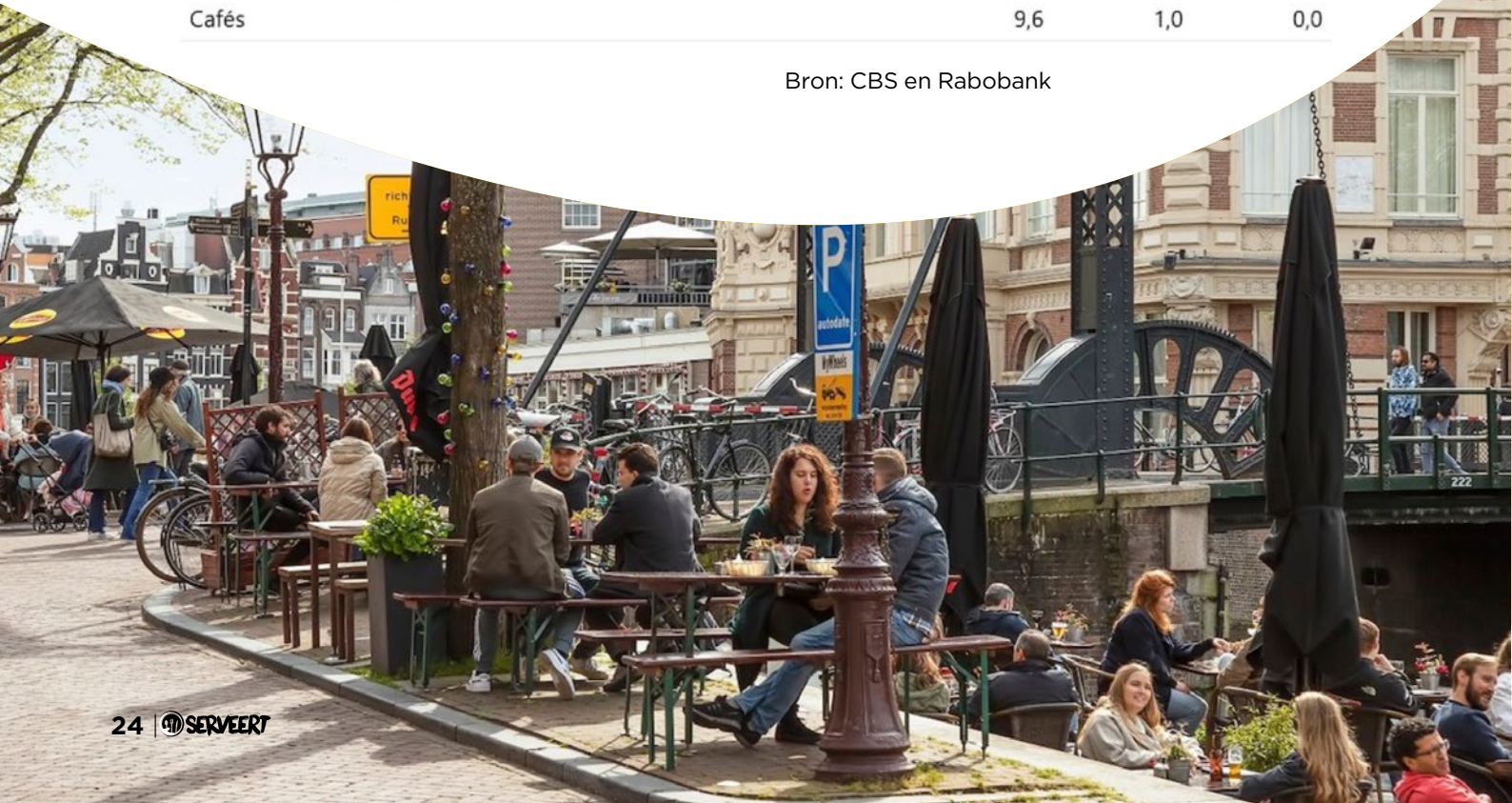
## Horeca: omzet blijft groeien door hogere consumentenbestedingen

De koopkracht voor consumenten neemt dit jaar weer toe, wat leidt tot een hogere consumptie.

De horecasector zal hiervan profiteren, waardoor we verwachten dat de volumes en de omzetten stijgen. Gezien het terugkerende internationale toerisme verwachten we dat hotels en vakantieparken in 2024 het beste zullen presteren. Cafés zien daarentegen de minste groei tegemoet. Ondanks de stijgende omzetten zien we toch dat er druk is op de marges. Dit komt door de gestegen inkoop, personeels- en huisvestingskosten. Naast de optimalisatie van de omzet, zullen ondernemers hun aandacht ook moeten verleggen naar de kostenkant van de winst- en verliesrekening.

De uitdagingen rondom de marges in combinatie met het terugbetalen van de corona-steun zullen naar alle waarschijnlijkheid leiden tot een groei in het aantal faillissementen, en vooral in het aantal stoppers. Dit leidt tot minder horecalocaties in het straatbeeld.

Bron: CBS en Rabobank





**SPECIALE  
AANBIEDING**

**SUPER**

**AFVOERREINIGER EN  
ONTGEURDER**



REF. 5605

- ✓ PREVENTIEVE EN CURATIEVE BEHANDELING VAN JOUW AFVOERLEIDINGEN
- ✓ VOORKOMT SLECHTE GEUREN EN LAAT EEN AANGENAME GEUR NA
- ✓ VOORKOMT TOESLIBBEN VAN DE LEIDINGEN
- ✓ DE ENZYMEN BREKEN HET VET AF TOT IN DE VETPUT TOE

**20%**

**KORTING**

**BIJ AANKOOP VAN:  
DIPP N°56 - 5L  
(REF. 5605)**

**SCAN DE QR-CODE  
EN VRAAG JOUW**

**GRATIS  
STALENPAKKET  
NU AAN**

**INHOUD VAN HET PAKKET:**

- DIPP N°02 KEUKEN ONTVETTER VASTZITTEND VET
- DIPP N°31 KEUKEN REINIGER
- DIPP N°79 TAFELS EN MULTI-OPPERVLAKKEN REINIGER



**DIPP**  
PROFESSIONAL

[www.dipp.eu](http://www.dipp.eu)

Ontdek het gamma DIPP Professional op [dipp.eu](http://dipp.eu)

# Verpakkingsregels: ILT start met strengere controles bij cafetaria's

De ILT neemt stevige maatregelen tegen cafetaria's die zich niet houden aan de nieuwe verpakkingsregels. Tot nu toe deelde de ILT bij diverse frituurzaken waarschuwingen uit. Maar de inspectiedienst begint dezer dagen met strengere controles in de branche. De Inspectie Leefomgeving en Transport verzoekt vakvereniging ProFri dringend om leden en niet-leden hiervoor te waarschuwen.

Foto: Rijksoverheid, Paul Voorham





Ten eerste zal gecontroleerd worden of jij eten en drinken dat ter plaatse wordt genuttigd – binnen of op terras – niet meer serveert in eenmalige plastic houdende bakjes en bekertjes. Dit is namelijk sinds 1 januari 2024 niet meer toegestaan.

Formeel gaat het bij dit verbod alleen om plastic houdende bakjes en bekertjes voor eenmalig gebruik. Indien toch gebruik wordt gemaakt van deze producten dan zijn veel aanvullende eisen van toepassing zoals inzameling, recycling en een recycling-boekhouding. Deze eisen zijn in de cafetariapraktijk onwerkbaar. Producten waar geen plastic in zit vallen niet onder de SUP regelgeving en daar zijn deze aanvullende eisen niet op van toepassing.

### Regels voor afhalers

Wat afhalers betreft: als de klant vraagt om een alternatief voor eenmalige plastic houdende verpakkingen, dan moet jij als de ondernemer een herbruikbaar alternatief kunnen bieden. Je mag meegebrachte pannetjes en bakjes van klanten weigeren, maar moet wél een herbruikbaar alternatief voorhanden hebben. Dat herbruikbare alternatief mag ook van afwasbaar plastic zijn.

### Geen controle op meerprijs

Niet gecontroleerd zal worden of jij een meerprijs vraagt voor eenmalige plastic houdende verpakkingen die je meegeeft aan afhalers. Deze maatregel gold kortstondig na 1 juli 2023. Maar in de Tweede Kamer waren zoveel bezwaren tegen deze SUP-vergoeding dat de maatregel in elk geval tot het einde van dit jaar niet wordt gehandhaafd.

### “Veel overtreders”

Dat bij komende controles onmiddellijk sancties door de ILT kunnen worden opgelegd, is niet voor niets. De afgelopen weken kreeg de ILT signalen dat veel cafetaria's en andere foodverkopers niet voldoen aan de regels. Om deze reden, komen ondernemers er bij overtredingen niet altijd meer af met een waarschuwing. De ILT gaat nu mogelijk over tot 'bestuursrechtelijk en/of strafrechtelijk optreden'. In de praktijk betekent dit dat overtreders beboet/gestraft kunnen worden.

#### Dus:

1. Geen eenmalige plastic houdende bakjes en bekertjes meer voor eters ter plekke.
2. Bij gebruik van plastic houdende bakjes en bekertjes bij afhalen en bezorgen moet je de klanten een herbruikbaar (afwasbaar) alternatief bieden óf hen toestaan dat ze eigen herbruikbare verpakkingen meenemen voor hun bestelling.
3. Tot eind 2024 controleert de ILT níet of je een meerprijs vraagt voor afhaalbestellingen die in eenmalige, plastic houdende verpakkingen worden meegegeven.

Bron PROFRI



# Expert over belastingschulden: **‘Er zijn vaak opties, maar je moet zélf met plan komen’**

De Belastingdienst gaat de coronaschulden direct invorderen van zo'n 27.000 ondernemers, omdat zij nog niet zijn begonnen met terugbetalen óf te ver achterlopen en daardoor geen regeling meer hebben. Ook horecaondernemers maken deel uit van deze groep. Fiscaal advocaat Diana Jansen geeft op verzoek tips aan ondernemers die met een belastingschuld kampen. 'Geef niet te snel op, er is vaak echt wat mogelijk. Maar je moet zélf met een plan komen.'

Honderden tot duizenden horecaondernemers die géén betalingsregeling hebben met de Belastingdienst voor het terugbetalen van de coronaschulden, krijgen binnenkort een aanmaning op de mat. Om hoeveel bedrijven in de branche het gaat, kan de fiscus niet verduidelijken.

Horecaondernemers die het betalen van de belastingschulden geparkeerd of geweigerd hebben, komen echter in de problemen als ze nu niet in actie komen. Een extra boete hoeft er niet betaald te worden, maar wel een hoger bedrag aan rente, omdat het schuldbedrag langer heeft uitgestaan zonder betaling. Ook worden er invorderingskosten in rekening gebracht, die fors kunnen oplopen.

## Coronaschulden in de horeca

'Bedrijven die geen pre-coronaschulden hadden, krijgen eerst een aanmaning. Als dan nog geen hulp wordt gevraagd of de schuld wordt betaald, volgt een dwangbevel en uiteindelijk wordt beslag gelegd op de goederen van de onderneming', schetst een woordvoerder het proces.

***‘De Belastingdienst kan helemaal niets met kletspraatjes. Die horen ze te vaak. Kom met een plan’ – Diana Jansen***

Hoewel zeventig procent van de ondernemingen in de horeca wél voldoet aan de termijnbetalingen, hebben veel bedrijven het zwaar met aflossen van belastingschulden. Fiscaal advocaat Diana Jansen, die bedrijven helpt met het oplossen van conflicten met de Belastingdienst, zegt dat ondernemers opties hebben, zolang ze zélf het initiatief willen nemen.



**Wat zou uw eerste advies zijn aan horecaondernemers, die coronaschulden hebben bij de Belastingdienst?**

'Je moet eigenlijk onderscheid maken tussen bedrijven die wel en niet aan hun betalingsverplichtingen voldoen. Er is weinig aan de hand voor bedrijven die lopende verplichtingen bijhouden, een regeling hebben met de Belastingdienst en die schuld elke termijn kunnen aflossen. Problematisch wordt het als je die regeling niet kunt nakomen, want dan wordt die schuld in een keer invorderbaar.'

'Het wordt helemaal problematisch als de ondernemer ook de lopende verplichtingen niet kan bijhouden. De onderneming loopt in dat geval het risico dat het faillissement wordt aangevraagd. Er moet dan wel een tweede schuldeiser zijn.'

'Kijk, alle bedrijven in Nederland konden zich melden voor de vijfjaarsregeling, om hun coronaschulden te voldoen. Maar er zijn inmiddels intrekkingen geweest omdat ondernemers stopten met betalen of dat überhaupt niet deden. Als je eruit wordt gegooid, dan wordt het moeilijk om weer in de regeling te komen. Daar moet je echt hele goede argumenten voor hebben.'

'Ik zou ondernemers vooral willen meegeven dat ze snel contact zoeken met de Belastingdienst. Wie niet direct alles kan betalen, moet zelf met een gedegen terugbetaalplan te komen. Je moet aantonen dat je levensvatbaar bent, dat je aan je lopende verplichtingen kunt voldoen. Op die manier kun je een openbare verkoop of een eventueel faillissement afwenden.'



**De Belastingdienst biedt ondernemers ook hulp aan. Waarom is het ook belangrijk om zelf het voortouw te nemen?**

'Dat is natuurlijk mooi maar de verantwoordelijkheid voor een oplossing ligt primair bij de ondernemer. Het is aan jou als ondernemer om de 'ontvanger' te overtuigen van je intenties en de levensvatbaarheid van je zaak. Dus als je formulieren invult, doe het grondig en nauwkeurig. Stuur bijlagen ook direct mee. De Belastingdienst kan helemaal niets met kletspraatjes. Die horen ze te vaak. Kom met een plan.'

'Er is op dit moment enorme drukte bij de Belastingdienst. Wanneer ze zien dat je maar de helft hebt ingevuld, dan krijg je de gelegenheid om het verzoek aan te vullen maar als dat uitblijft, wijzen ze je verzoek direct af. Ze staan er wat dat betreft strak in. Maar geef niet te snel op, er is vaak echt wat mogelijk. Maar je moet dus zélf met een plan komen.'

**Hoe kan zo'n plan eruit zien als je als horecaondernemer nog een aanzienlijke schuld hebt bij de Belastingdienst?**

'Het is altijd maatwerk, er is geen formule voor. Wat ook meespeelt voor de Belastingdienst is of je bijvoorbeeld dertig man in dienst hebt of zzp'er bent. Maar als je een goedlopend bedrijf hebt, maar nog wel een schuld hebt, kun je bijvoorbeeld vragen om een

gedeeltelijke kwijtschelding of om een andere regeling. Daarvoor kun je bijvoorbeeld een deel van je eigen vermogen te gelde maken, een bedrijfsonderdeel afstoten of een aandelenpakket inzetten.'

'Zelf moet je als ondernemer natuurlijk ook steeds kijken naar de winstgevendheid van je bedrijf; sinds corona is er natuurlijk veel veranderd in de horeca. Misschien moet je bepaalde onderdelen opnieuw onder de loep nemen. Als je meerdere schuldeisers hebt, dan kan het WHOA-akkoord interessant zijn. Al zou ik daar wel altijd een faillissementsadvocaat voor in de arm nemen.'

**WHOA**

Per 1 januari 2021 biedt deze wet ondernemingen een extra mogelijkheid om een faillissement te voorkomen. Het doel van de wet is om ondernemingen met gezonde bedrijfsactiviteiten, die vanwege een zware schuldenlast failliet dreigen te gaan, te helpen met reorganiseren (herstructureren).

Dankzij de Whoa-procedure kan de rechter een onderhands akkoord tussen een onderneming en zijn schuldeisers goedkeuren (homologeren), waarbij alle betrokken en niet betrokken schuldeisers aan het akkoord gebonden worden. Voorkomen kan worden dat een levensvatbaar bedrijf failliet gaat, omdat één schuldeiser dwarsligt.







mora originals

# KAAS KIPKORN<sup>®</sup>



DE KAAS KIPKORN<sup>®</sup> IS DE PERFECTE COMBINATIE VAN BEIDE.  
DE ORIGINELE KIPKORN<sup>®</sup> GEVULD MET SMEUÏGE KAAS,  
IN EEN KROKANT JASJE. DAAR SMELT JE VOOR!

MEER INFO





Aangesloten bij out of home partners:



Polluxstraat 6  
5047 RB Tilburg



[www.broekhuyzen.nl](http://www.broekhuyzen.nl)  
T 0252 70 02 00  
E [verkoop@broekhuyzen.nl](mailto:verkoop@broekhuyzen.nl)



[www.hgt-tilburg.nl](http://www.hgt-tilburg.nl)  
T (013) 571 17 90  
E [verkoop@hgt-tilburg.nl](mailto:verkoop@hgt-tilburg.nl)



[www.marschee.nl](http://www.marschee.nl)  
T 0492 52 29 73  
E [verkoop@marschee.nl](mailto:verkoop@marschee.nl)