

Zorg voor meer omzet uit “zorg”!

Voor de ondernemers

zorg (de ~, ~en, ~en, ~en)

1 *de moeite en de pogingen die men doet om iets in stand of in goede conditie te houden, of zo goed mogelijk te doen zijn of te maken*

2 *ongerustheid, bezorgdheid => bekommernis, kammernis, preoccupatie, sores*

3 *voorwerp van ongerustheid*

...

Bron: Dikke Van Dale



Hilversum, Augustus 2004
Dhr. E.G. Hoogendoorn
A.S. van Essen BBA
I.E.R. Beunen BBA

Beste horecaondernemer,

U bent gestart met de eerste stap in de richting van zorg in de horeca; namelijk met het lezen van dit document “Zorg voor meer omzet uit “zorg””.

Na een definitie van het begrip “zorg” krijgt u een inleiding in een aantal trends met betrekking tot zorg in de Nederlandse samenleving. Dit geeft aanleiding tot het verder kijken naar kansen die de zorg in de horecabranche heeft. Wat duidelijk zal worden, is dat er wel degelijk kansen zijn voor u als horecaondernemer om op de groeiende vraag naar zorg in te spelen. Een aantal specifieke kansen en ideeën is voor uw sector in een kansenmatrix weergegeven. Deze kunt u wellicht verder invullen. Wij hopen dat deze ideeën u aan zullen zetten tot nadenken en uitvoeren van deze en nóg meer plannen voor uw eigen onderneming waarmee u uw omzet kunt verhogen. Daarvoor geven we u aan het eind een aantal praktische tips.

Inhoudsopgave

DEEL I MEER OMZET UIT ZORG: HOE ZIT DAT?	6
1 HET BEGRIP “ZORG”	7
1.1 ZORG VERDEELD IN CURE EN CARE.....	7
1.2 ZORG VERDEELD IN BRANCHES.....	8
1.3 ZORG ALS VRAAGSEGMENT	9
1.4 FINANCIERING.....	9
2 TRENDS EN ONTWIKKELINGEN IN DE ZORG	10
2.1 TRENDS AAN DE VRAAGZIJDE	10
2.2 TRENDS OP HET GEBIED VAN DE VRAAG NAAR ZORG.....	11
2.3 ONTWIKKELINGEN IN DE ZORGSECTOR.....	11
2.4 DE OVERHEID EN ZORG IN NEDERLAND	11
3 ER IS VRAAG NAAR ZORG	13
3.1.1 “Comfortbehoevende” ouderen.....	13
3.1.2 Medisch zorgbehoevenden.....	15
3.1.3 Psychisch zorgbehoevenden	15
3.1.4 Gehandicapten.....	15
3.1.5 Jeugdzorg	15
3.1.6 Kinderopvang.....	15
4 WELKE KANSEN ZIJN ER VOOR DE HORECABRANCHE?	16
4.1 INVLOED VAN TRENDS OP DE HORECA; DE VRAAG NAAR ZORG	16
4.2 INVLOED VAN TRENDS OP DE HORECA; ZORGVERLENERS	17
4.3 INVLOED VAN TRENDS OP DE HORECA; OVERHEID	18
DEEL II MEER OMZET UIT ZORG; EEN AANTAL KANSEN PER SECTOR.....	19
5 KANSEN VOOR DE SECTOR CAFÉ- & BARBEDRIJVEN	20
5.1 HUIDIGE ONTWIKKELINGEN IN DE SECTOR	20
5.2 RELEVANTE TRENDS EN KANSEN VOOR DEZE SECTOR	20
5.3 AANDACHTSPUNTEN IN COMBINATIE MET ZORG	23
6 KANSEN VOOR DE SECTOR CHINEES- INDISCHE BEDRIJVEN	24
6.1 HUIDIGE ONTWIKKELINGEN IN DE SECTOR	24
6.2 RELEVANTE TRENDS EN KANSEN VOOR DEZE SECTOR	24
6.3 AANDACHTSPUNTEN IN COMBINATIE MET ZORG	26
7 KANSEN VOOR DE SECTOR HOTELS.....	28
7.1 ONTWIKKELINGEN IN DE SECTOR	28
7.2 RELEVANTE TRENDS EN KANSEN VOOR DEZE SECTOR	28
7.3 AANDACHTSPUNTEN IN COMBINATIE MET ZORG	31
8 KANSEN VOOR DE SECTOR RESTAURANTS	32
8.1 RECENTE ONTWIKKELINGEN BINNEN DE SECTOR	32
8.2 RELEVANTE TRENDS EN KANSEN VOOR DEZE SECTOR	32
8.3 AANDACHTSPUNTEN IN COMBINATIE MET ZORG	35
9 KANSEN VOOR DE SECTOR FASTFOOD- EN IJSBEDRIJVEN	36
9.1 RECENTE ONTWIKKELINGEN BINNEN DE SECTOR	36
9.2 RELEVANTE TRENDS EN KANSEN VOOR DEZE SECTOR	36
9.3 AANDACHTSPUNTEN IN COMBINATIE MET ZORG	38
10 KANSEN VOOR DE SECTOR TOERISME, RECREATIE, SPORT EN CULTUUR	40

10.1	RECENTE ONTWIKKELINGEN BINNEN DE SECTOR	40
10.2	RELEVANTE TRENDS EN KANSEN VOOR DEZE SECTOR	40
10.3	AANDACHTSPUNTEN IN COMBINATIE MET ZORG	43
11	KANSEN VOOR DE SECTOR DISCOTHEEK- EN ZAALBEDRIJVEN	44
11.1	RECENTE ONTWIKKELINGEN IN DE SECTOR	44
11.2	RELEVANTE TRENDS EN KANSEN VOOR DEZE SECTOR	44
11.3	AANDACHTSPUNTEN IN COMBINATIE MET ZORG	46
12	HOE NU VERDER??.....	47
12.1	DE KANSEN VAN MEER OMZET UIT ZORG IN UW BEDRIJF	47
12.2	FINANCIERING.....	47

Deel I Meer omzet uit zorg: Hoe zit dat?

1 Het begrip “Zorg”

zorg (de ~, ~en, ~en, ~en)

1 de moeite en de pogingen die men doet om iets in stand of in goede conditie te houden, of zo goed mogelijk te doen zijn of te maken

2 ongerustheid, bezorgdheid => bekommernis, komcernis, preoccupatie, sores

3 voorwerp van ongerustheid

...

Bron: Dikke Van Dale

De term ‘zorg’ is een containerbegrip en wordt vaak in verband gebracht met alles dat met de gezondheidszorg te maken heeft. Het woord heeft echter ook te maken met bijvoorbeeld mantelzorg (hulp aan een zorgbehoevende door familie, vrienden, bureu), zorg voor kinderen; kinderopvang, jeugdzorg enzovoort. Zorg wordt vaak direct in verband gebracht met patiënten, zieke mensen en ouderen. Indirect kunnen zorgbehoevendenden echter ook zijn: kinderen met werkende ouders, de 55-plusser met een leesbril, enzovoort. In dit onderzoek zal “zorg” niet alleen vanuit de gezondheidszorg benaderd worden maar ook vanuit andere invalshoeken.

1.1 Zorg verdeeld in cure en care

Het onderscheid ‘cure’ en ‘care’ wordt binnen de gezondheidszorg steeds gangbaarder. De volgende indeling kan daarin gemaakt worden:

cure: de medische behandeling, gericht op het verbeteren van de gezondheid, het genezen van kwalen, onder andere door medicatie, medische adviezen en behandelingen (operaties).

care: alles wat betreft het verzorgen, verplegen en begeleiden, rondom de cure. Hieronder valt ook het buitenshuis eten, drinken en slapen; het specialisme van de horecasector.

In dit verslag zal ‘care’ centraal staan omdat de zorg benaderd wordt vanuit de mogelijkheden van het specialisme van de horecabranche

1.2 Zorg verdeeld in branches

De zorgsector onderscheidt een aantal soorten zorg. Sectorfondsen Zorg en Welzijn maakt de volgende onderverdeling van zorg en welzijn in branches:

Tabel 1. Zorg verdeeld in branches

<i>Geestelijke gezondheidszorg</i>	<i>Biedt zorg aan mensen met psychische, psychiatrische en verslavingsproblemen</i>
<i>Gehandicaptenzorg</i>	<i>Biedt zorg, begeleiding en ondersteuning aan mensen met een verstandelijke, lichamelijke of zintuiglijke handicap</i>
<i>Thuiszorg</i>	<i>Biedt zorg aan mensen in hun eigen huis. Bv. Bij ziekte, handicap of geboorte. Daarnaast heeft de thuiszorg hulpmiddelen (kruiswerk) en verricht het gezondheidscontroles voor baby of peuter (consultatiebureau)</i>
<i>Verpleeg- en verzorgingshuizen</i>	<i>Bieden zorg aan mensen die vanwege ziekte of ouderdom 24 uur per dag verzorging nodig hebben</i>
<i>Ziekenhuizen</i>	<i>Bieden zorg in de vorm van medisch onderzoek, behandeling en verpleging</i>
<i>Jeugdzorg</i>	<i>Biedt hulp aan jongeren en hun opvoeders bij opvoedings- en gedragsproblemen en jeugdbescherming</i>
<i>Kinderopvang</i>	<i>Biedt een pedagogisch verantwoorde omgeving voor kinderen. Voor ouders is het daardoor mogelijk te blijven werken</i>
<i>Welzijn</i>	<i>Maatschappelijke zorg en opvang, en sociaal cultureel werk</i>

Bron: Sectorfondsen zorg en welzijn

In dit verslag wordt nagegaan hoe horecabedrijven in de zorgtaken van deze branches kunnen bijdragen op het gebied van 'care'.

1.3 Zorg als vraagsegment

In dit verslag wordt zorg ook gezien als het vraagsegment zorgbehoevende gasten. Dit segment valt weer te verdelen in verschillende soorten zorgbehoeften. De volgende indeling is gemaakt op basis van de indeling naar branches in de vorige paragraaf.

Tabel 2. Vraagsegmenten zorg

<i>“comfortbehoevende” ouderen</i>	<i>55-plussers die zichzelf niet zorgbehoevend noemen maar extra comfort wensen in de vorm van b.v. leesbare menukaarten, comfortabele stoelen, service appartementen, rustige omgeving</i>
<i>Medisch zorgbehoevenden</i>	<i>Mensen herstellend van een operatie, kanker, astma, diabetes, hartziekten, ziekten van het bewegingsapparaat</i>
<i>Psychisch zorgbehoevenden</i>	<i>Mensen met psychische aandoeningen, verslavingsproblemen, dementie</i>
<i>Gehandicapten</i>	<i>Mensen met een verstandelijke, lichamelijke of zintuiglijke handicap</i>
<i>Jeugdige zorgbehoevenden</i>	<i>Jongeren; kansarm of met opvoedings- of gedragsproblemen</i>
<i>Kinderen</i>	<i>Kinderen die opvang nodig hebben vanwege werkende ouders</i>

Bron: Horwath Consulting

Het segment “comfortbehoevende ouderen” zal een belangrijk vraagsegment zijn voor horecabedrijven. De trend vergrijzing van de samenleving zal aan de orde komen en tevens de trend dat 55-plussers relatief veel tijd en geld hebben te besteden en in toenemende mate in horecagelegenheden komen. Deze, vaak actieve, mensen hebben nauwelijks lichamelijke beperkingen en noemen zichzelf dan ook niet zorgbehoevend. Dit segment heeft meer behoefte aan luxe en comfort. Er is daarom sprake van een geringe, directe vraag naar zorg en vaak een latente vraag; het is eerder een onuitgesproken wens dan een concrete vraag. Uit dit onderzoek zal tevens blijken dat uit deze groep veel omzet te verwachten is en dat met relatief weinig aanpassingen in het horecabedrijf aan hun wensen en behoeften voldaan kan worden.

De naam van het segment “comfortbehoevende ouderen” is in dit onderzoek gekozen als voorlopige naam. Aangeraden wordt om een passende naam voor dit segment te bedenken waarin de term “zorg” niet voorkomt. Een naam die voor dit segment wordt gebruikt in een artikel op de site van Koninklijk Horeca Nederland is de term “WHOPpers”, dat voor Wealthy and Healthy, Older People staat.

1.4 Financiering

Voor het genereren van zorgomzet in de horeca is financiering erg belangrijk. De branche zal hiervoor zorgverzekeraars en de overheid moeten inschakelen om tot samenwerking te kunnen komen, bijvoorbeeld middels subsidies en sponsoring. Sites van de verschillende zorgverzekeraars zoals Achmea, hebben aanvraagformulieren voor financiering van zorgprojecten. Ook zijn er verschillende subsidiewijzers bijvoorbeeld www.zibb.nl/eigen_zaak, www.subsidietotaal.nl. Het verdient de aanbeveling om daar in de toekomst met de sectormanager op in te gaan.

2 Trends en ontwikkelingen in de zorg

Dit hoofdstuk geeft een overzicht van trends die van invloed zijn op de vraag naar en het aanbod van zorg in Nederland.

2.1 Trends aan de vraagzijde

Demografische ontwikkelingen

- **Vergrijzing** - Op dit moment telt Nederland 16,2 miljoen inwoners. Hiervan zijn 2,2 miljoen mensen ouder dan 65 jaar (13,6%). Dit aantal zal in 2010 zijn opgelopen tot 2,5 miljoen, 14,9% van de gehele bevolking. 55-65-jarigen zijn actief en beschikken over relatief veel geld. Deze groep vindt comfort en service erg belangrijk. Door de stijgende levensverwachting; mensen worden gemiddeld ouder, is er een “dubbele vergrijzing”.
- **Toename allochtone ouderen** - Momenteel zijn er nog relatief weinig allochtone ouderen in Nederland; bijna 3 miljoen in 2002. Na 2010 gaat ook de groep in de ‘vierde leeftijd’ (75 plus) snel toenemen. Dit heeft gevolgen voor de toekomst van wonen, zorg en welzijn en de horeca.
- **Toename aantal alleenstaande ouderen** - Het aantal alleenstaande ouderen zal in de komende jaren toenemen van 2,4 miljoen in 2003 tot 3,4 miljoen in 2030. Het ontbinden van de relatie en de vergrijzing zijn daarvan de belangrijkste oorzaken. De stijging van het aantal alleenstaande 65-plussers neemt het sterkst toe van alle leeftijdsgroepen.

Economische ontwikkelingen

- **Verbetering inkomens- en vermogenspositie van ouderen** - De inkomenspositie en in het bijzonder de vermogenspositie van ouderen zal de komende 15 jaar belangrijk verbeteren. Ruim de helft van de particuliere bestedingen in hotels was in 2002 afkomstig van 50-plussers. Ook is er een stijgende vakantieparticipatie van dit segment. Dit komt neer op circa 2 miljoen ouderen die één keer per jaar een vakantie in eigen land houden.
- **Het niet doorzetten van de 24-uurs economie** - Hierdoor moeten huishoudelijke en zorgtaken vooral 's avonds en in het weekend plaats vinden. De kansen die dit biedt voor de horeca zijn bijvoorbeeld gegarandeerd vermaak, kant en klare maaltijden, kant en klare belevenissen en behoefte aan luxere accommodaties.

Socio-culturele ontwikkelingen

- **Consument wordt steeds kritischer** - Als gevolg van het steeds hogere opleidingsniveau en de steeds grotere toegang tot informatie – o.a. PC-bezit - gaat men vooraf producten vergelijken en wordt men kritischer in het doen van aankopen. Ook het toenemende aantal ouderen heeft een hoog opleidingsniveau.
- **Meer behoefte aan keuzevrijheid** - In de zorgsector uit zich dat in de mogelijkheid om te kiezen tussen een persoonsgebonden budget (PGB) of voor zorg in natura. De keuze uit zich vooral in het niveau van zorg en beperkt zich tot de “care” elementen van zorg. De horeca kan op deze vraag inspelen.
- **Steeds grotere zelfstandigheid ouderen** - Ze willen zorg op maat thuis, zo lang het mogelijk is.
- **Gevoel van toegevoegde waarde** - “zinnig ouder worden” is dat ouderen actief willen blijven en zo min mogelijk gehinderd willen worden door de beperkingen van hun gezondheid.

2.2 Trends op het gebied van de vraag naar zorg

- **Het gebruik van ziekenhuis neemt af en de verpleegduur neemt af** - deze trends bieden de horeca kansen om in te spelen op de nazorg van revaliderende (ontslagen) patiënten.
- **Steeds meer vraag naar publieke en particuliere dienstverlening en woonruimte** - Ouderen worden koopkrachtiger op het gebied van wonen en dienstverlening en minder mensen verrichten vrijwilligerswerk en mantelzorg
- **Vraag naar zorg en het gebruik van zorginstellingen neemt toe** - Vanwege de vergrijzing is een toename van de vraag naar zorg te verwachten.
- **Lengte wachtlijsten voor zorg** - Het gestegen productievolume in de zorg heeft nog niet geleid tot voldoende evenwicht tussen vraag naar en aanbod van zorg. Eén van de gevolgen daarvan is dat er steeds vaker naar het buitenland uitgeweken wordt voor behandelingen.

2.3 Ontwikkelingen in de zorgsector

- In de zorgsector gaan bedrijven zorg steeds meer aanbieden op basis van de vraag die er is, in plaats van alleen aan te bieden wat ze zelf hebben. ("vraaggericht")
- Er is een trend naar een kleiner aantal, maar grotere bedrijven; schaalvergroting,
- Steeds meer ziekenhuizen en andere zorginstellingen zullen in de toekomst particuliere activiteiten gaan ontplooiën; gaan privatiseren,
- Nieuwe initiatieven van particuliere ondernemers zijn welkom.

Zorginstellingen krijgen te maken met de volgende veranderingen:

- Toename van het aanbieden van zorg buiten de zorginstelling zoals thuiszorg. Dit heet extramuralisering. Met het bedenken van innovatieve concepten kan de horecabranche hierop inspelen.
- Tehuizen voor gehandicapten worden vervangen door een kleinschalige vorm van wonen
- Wonen, zorg en welzijn worden steeds vaker gecombineerd tot bijvoorbeeld woonzorgcentra, aanleunwoningen en levensloopbestendige woningen. Hier wordt zorg geboden naar behoefte en kan de bewoner naar wens zo veel mogelijk zelfstandig functioneren.
- Toename van 24-uurs service in zorgcentra.
- Technologische vernieuwing in de zorg

Deze veranderingen leiden ertoe dat cliëntgerichtheid toeneemt. De horeca kent dit als gastgerichtheid.

2.4 De overheid en zorg in Nederland

De zorg wordt door de Nederlandse overheid nu sterk gereguleerd en gesubsidieerd omdat het een eerste levensbehoefte is. De bedoeling is om dat meer door vraag te laten sturen, zoals dat ook in de horeca gaat. Dit betekent:

- **De verzekeraars krijgen een "zorgplicht"** en moeten gaan concurreren op de hoogte van de premie en de kwaliteit van de dienstverlening en de zorg die zij contracteren. Alle maatregelen, ook vanuit de overheid, zijn er op gericht om ouderen zo lang mogelijk thuis in hun eigen woonomgeving te laten wonen. Het is belangrijk dat de verschillende zorg- en ondersteuningsvoorzieningen samenhang gaan vertonen
- **Persoonsgebonden Budget (PGB) en Persoons Volgend Budget (PVB)** - Indien er vanwege langdurige ziekte, ouderdom of handicap langdurige hulp

nodig is, kan de verzekerde een persoonsgebonden budget aanvragen. Op basis van zijn indicatie krijgt de verzekerde een geldsom op zijn giro overgemaakt waarmee hijzelf de zorg kan inkopen. Het gaat hierbij om huishoudelijke of persoonlijke zorg, verpleging, ondersteunende begeleiding of activerende begeleiding. In de overgangsregeling tot 2006 geldt voor gehandicapten die intramurale zorg nodig hebben een Persoons Volgend Budget (PVB).

- **Het wordt mogelijk voor andere bedrijven om zorg te gaan aanbieden.**

3 Er is vraag naar zorg

In dit hoofdstuk worden de wensen en behoeften van de vraagsegmenten, de zorgvragers, in de horeca toegelicht.

Tabel 3. Zorgvragers in de horeca

<i>“comfortbehoevende” ouderen</i>	<i>55-plussers die zichzelf niet zorgbehoevend noemen maar extra comfort wensen in de vorm van b.v. leesbare menukaarten, comfortabele stoelen, service appartementen, rustige omgeving</i>
<i>Medisch zorgbehoevenden</i>	<i>Mensen herstellend van een operatie, kanker, astma, diabetes, hartziekten, ziekten van het bewegingsapparaat</i>
<i>Psychisch zorgbehoevenden</i>	<i>Mensen met psychische aandoeningen, verslavingsproblemen, dementie</i>
<i>Gehandicapten</i>	<i>Mensen met een verstandelijke, lichamelijke of zintuiglijke handicap</i>
<i>Jeugdige zorgbehoevenden</i>	<i>Jongeren; kansarm of met opvoedings- of gedragsproblemen</i>
<i>Kinderen</i>	<i>Kinderen die opvang nodig hebben vanwege werkende ouders</i>

Bron: Horwath Consulting

3.1.1 “Comfortbehoevende” ouderen

Personen in de leeftijd 50-64 jaar gaan gemiddeld het regelmatigst op vakantie en hebben de langste gemiddelde verblijfsduur per vakantie. De vakantieparticipatie in Nederland van 55-plussers zal naar verwachting stijgen tot bijna 47% in 2005. Dit betekent dat in 2005 bijna twee miljoen ouderen minimaal één keer per jaar een vakantie in eigen land houden; dat is 27% meer dan in 1996. (bron: Slapen in de Nederlandse horeca 2004 door Bedrijfschap Horeca en Catering) Een kans voor de horecaondernemer is dat het drukke seizoen eerder kan beginnen en langer doorloopt wanneer hij/zij inspeelt op dit segment omdat men niet gebonden is aan de schoolvakanties.

Binnen de groep senioren zijn er grote verschillen in wensen en behoeften. Dit segment is te verdelen in de jonge senioren en de oudere senioren. Het eerste waar 55-plussers zich in onderscheiden ten opzichte van andere consumenten is de onafhankelijkheid van kinderen. Dit vergroot hun keuzevrijheid. Later, als ouderen stoppen met werken, zijn zij ook niet meer afhankelijk van vrije dagen. De factor tijd wordt door hen heel anders beleefd (bron: ‘met senioren meer succes’ Toerisme Recreatie Nederland, Horwath Consulting). Dit segment wordt in dit onderzoek “Comfortbehoevende ouderen” genoemd. Er is voornamelijk sprake van meer behoefte aan comfort, luxe en gemak; een latente vraag naar zorg. Op hogere leeftijd kunnen senioren echter te maken krijgen met beperkingen. In dit onderzoek komen deze gasten dan onder één van de andere geïdentificeerde segmenten zoals psychisch of medisch zorgbehoevend of gehandicapt.

De wensen en behoeften van (comfortbehoevende) ouderen kunnen beschreven worden aan de hand van de 6 p’s; **product, prijs, plaats, promotie, personeel, en presentatie.**

Product

- Stijging van culturele belangstelling onder ouderen. Vooral traditionele cultuur, musea en toneel,
- Stijging van belangstelling voor klassieke muziek onder 60- plussers,
- Stijging van belangstelling voor cabaret onder 50- plussers,
- Wandelen en fietsen als doel op zichzelf belangrijk onder ouderen,
- Sterk groeiende behoefte aan beweging en sportbeoefening,
- Keuze voor hotels als vakantieaccommodatie,
- Behoeftte aan 1- persoonskamers in hotels,
- Ouderen hebben geld maar willen 'veilig uit'; ze willen vooraf zeker weten of de tegenprestatie in orde is,
- Gezondheid wordt heel belangrijk geacht,
- Vakanties in rustig tempo met individuele vrijheid,
- Reizen in kleine groepen met persoonlijke aandacht,
- Deskundige reisbegeleiding,
- Liften of een goed te belopen trap,
- Dieetvoorzieningen,
- Privacy wordt belangrijk geacht.
- Sociale functie van de horeca is belangrijk voor alleenstaande ouderen

Prijs

- Kwaliteit is belangrijker dan prijs,
- Ouderen zijn steeds koopkrachtiger en hebben veel te besteden,
- Oudere gasten hechten meer waarde aan service dan aan prijs.

Plaats

- Door transparantie van de markt en de toegenomen mobiliteit gaan ook ouderen steeds verder van huis op zoek naar diensten. Hierdoor wordt het bereik van het potentiële gastengebied steeds groter,
- Groeiende vraag naar activiteiten die buiten plaatsvinden zoals zwemmen, fietsen, wandelen, golf en watersport,
- Comfortabele vakanties in binnen- en buitenland.

Presentatie

- Ouderen willen graag iets terug voor alle offers die ze hebben gebracht: ze willen aandacht, zorg en respect,
- Oudere gasten hechten meer waarde aan service dan aan prijs,
- Ouderen stellen hogere eisen aan gemak, gezondheid, bereikbaarheid en veiligheid.

Personeel

- Ouder personeel kan zich beter verplaatsen in de leefwereld van hun leeftijdsgenoten en kan ze beter van dienst zijn dan jongeren,
- Personeel moet servicegericht zijn.

Promotie

- Ouderen zijn steeds beter te bereiken via Internet,
- Producten die niet gepromoot worden met speciale 'senioren' vermelding hebben vaak juist geen succes. Benadrukken van de door de doelgroep gewenste faciliteiten heeft meer effect,
- Leesbare folders en ander promotioneel drukwerk. Groot lettertype en voldoende contrast,
- Promotie in speciale tijdschriften voor ouderen,
- Geen populaire schrijfstijl.
- Plaatjes die appelleren aan de belevingswereld van senioren,

- Ook jonge gasten geven informatie door aan oudere familieleden/kennissen.

(Bron: Horwath Consulting, 'Met senioren meer succes' door TRN)

3.1.2 Medisch zorgbehoevenden

Medisch zorgbehoevenden zijn mensen die herstellend zijn van een operatie of die lijden aan een ziekte zoals bijvoorbeeld kanker, astma, diabetes, een hartziekte of dementie. De specifieke wensen en behoeften van deze groep zijn sterk afhankelijk van de aard en mate van de beperking van de gasten alsmede van het soort horecabedrijf en doel van het bezoek.

3.1.3 Psychisch zorgbehoevenden

De horeca kan op verschillende manieren inspelen op wensen van psychisch zorgbehoevenden. De vormen van psychische aandoeningen waarop het best ingespeeld kan worden door horeca ondernemers, zijn vormen van stress en burnout evenals (lichte) depressies. Hotels kunnen bijvoorbeeld antistress kuren aanbieden en arrangementen met 'verwenfaciliteiten' als een spa, massagebehandelingen en verschillende therapieën.

3.1.4 Gehandicapten

De belangrijkste eis die gehandicapte gasten gezamenlijk hebben, is de toegankelijkheid. Het Landelijk Bureau Toegankelijkheid stelt richtlijnen op voor bedrijven om de toegankelijkheid voor gehandicapten te bevorderen en toetst bedrijven hieraan, voor hotels zijn deze richtlijnen er inmiddels. De eerste gedachte is dat het hierbij gaat om mensen in een rolstoel en mensen die slecht ter been zijn. Er zijn echter ook mensen met andere functiebeperkingen. Voorbeelden hiervan zijn blinden, slechtzienden. Er dient dus ook rekening gehouden te worden met bijvoorbeeld bediening van apparaten, leesbaarheid van bewegwijzering en menukaarten. Verder is het van belang dat personeel goed kan omgaan met mensen met een beperking. De gasten dienen serieus en met respect behandeld te worden.

3.1.5 Jeugdzorg

De horeca vervult een centrale rol in de samenleving. Het kan dan ook een taak van de horeca ondernemer zijn om aan de sociale wensen en behoeften van zorgbehoevende jongeren tegemoet te komen. Deze jongeren hebben bijvoorbeeld ook een plek nodig om uit te gaan.

Het bedrijf kan een plaats zijn waar jongeren zich welkom en thuis voelen. Verder kan de horeca kansen bieden aan kansarme jongeren in de vorm van werkverschaffing. Voorbeelden volgen verderop.

3.1.6 Kinderopvang

Kinderopvang en horeca kunnen goed gecombineerd worden. Het dient echter opgemerkt te worden dat kinderopvang een branche apart is waarop een strenge regelgeving van toepassing is. De twee bedrijfstakken kunnen elkaar echter wel aanvullen, maar het inrichten van horeca op kinderopvang is een erg grote bedrijfsverandering.

Het is belangrijk om zelf verder na te denken over wat de verschillende doelgroepen kunnen betekenen voor de omzet om zo nog meer kansen te identificeren.

4 Welke kansen zijn er voor de horecabranche?

Een aantal kansen die voor de gehele horecasector te herkennen zijn, wordt in dit hoofdstuk toegelicht. In Deel II wordt dieper ingegaan op kansen die zorg biedt voor ieder van de zeven sectoren van Koninklijk Horeca Nederland.

4.1 Invloed van trends op de horeca; de vraag naar zorg

Een aantal algemene trends gevolgen heeft voor alle sectoren van de horeca. Dit zijn de volgende:

Als gevolg van de vergrijzing wordt de groep comfortbehoevende ouderen steeds groter. Deze vindt comfort en service erg belangrijk. Slechts kleine aanpassingen in horecabedrijven voor comfortbehoevende ouderen kunnen de omzet te verhogen.

De **steeds kritischer wordende consument** bekijkt vooraf zorgvuldig het aanbod. **de stijgende behoefte aan toegevoegde waarde van het horecaproduct** ten opzichte van de zorgsector is bijvoorbeeld de gastgerichtheid. In de zorgsector is men begonnen met cliëntgericht werken. De horeca kan hiermee concurreren met bestaande zorgaanbieders.

Met de **stijgende behoefte aan keuzemogelijkheden, de steeds grotere zelfstandigheid van ouderen** zijn er kansen voor horecabedrijven om ook zorg aan te gaan bieden in een omgeving waarin mensen zich prettig en niet ziek voelen. Met het **Persoons Gebonden/ Volgend Budget** kan men geld uitgeven aan de zorgverlener die men het best en het prettigst vindt. In de overgangsregeling tot 2006 geldt voor gehandicapten die intramurale zorg nodig hebben een Persoons Volgend Budget (PVB).

Daarnaast biedt een aantal andere trends specifieke kansen voor sectoren.

De stijgende levensverwachting van de Nederlandse bevolking betekent dat er steeds meer 'oude' ouderen komen; door de vergrijzing komen er niet alleen steeds meer ouderen, maar ze leven ook langer. **De toename van alleenstaande ouderen** is daar onder andere een gevolg van. De ouderen van nu hebben andere wensen en eisen dan de ouderen van "vroeger". De moderne oudere is actief en wil zich jong blijven voelen en heeft een moderne kijk op het leven. Maaltijdverstrekkende bedrijven kunnen inspelen op deze ontwikkelingen door bijvoorbeeld voor deze mensen maaltijden aan huis te bezorgen of zich te vestigen bij concentraties van woningen voor deze groep (woonzorgcentra, levensloopbestendige woningen). Accommodatieaanbieders kunnen hierop inspelen door een deel van de activiteiten van de zorg aan huis, thuiszorg, te gaan uitvoeren zoals een huishoudelijke dienst en het gebruiken van de faciliteiten van een nabijgelegen hotel of bungalowpark. Voor de accommodatieverschaffers is het aanbieden van service appartementen aan (jongere) ouderen een kans. Met het sociale aspect van de bedrijven in de sector Café- en barbedrijven kan op de trend van meer alleenstaande ouderen ingespeeld worden.

Wanneer dieper nagedacht wordt over hoe de behoeften van gasten veranderen naarmate de leeftijd stijgt, kunnen er nog meer kansen resulteren. Te denken valt aan de portiegrootte, dieetproducten en aanpassing van de plaats van nuttiging, (bijvoorbeeld vervoer ernaar toe, bezorgservice).

De toename van het aantal allochtone ouderen heeft tot gevolg dat er in toenemende mate belangstelling is voor buitenlandse maaltijden, thuis en in instellingen. Dit is een kans voor Chinees- en Indische bedrijven, maar hotels, restaurants en toeristisch/ recreatieve bedrijven kunnen zich ook op deze doelgroep richten.

Het niet doorzetten van de 24-uurs economie betekent dat de openingstijden en piektijden van horecaondernemingen niet veranderen evenals de pieken in de toeristische sector door vakantieperioden. Omdat er voornamelijk overdag op werkdagen gewerkt wordt, is er dan een piek in de behoefte aan opvang van kinderen. Men wil de vrije tijd zo goed mogelijk benutten. Horecasectoren zoals hotels, café- en barbedrijven en discotheken kunnen hierop inspelen door voorzieningen als kinderactiviteiten of –opvang te organiseren.

Hotels en andere accommodatieverstrekkers kunnen goed inspelen op de **afname van de verpleegduur in ziekenhuizen** door hun hotel geschikt te maken voor revaliderende patiënten en mensen die op andere wijze verzorging nodig hebben, voor of na een ziekenhuisopname, bijvoorbeeld voor gezinnen in de kraamtijd. Voor de mensen die na opname thuis herstellen, kunnen maaltijdverstrekkende bedrijven maaltijden aan huis brengen.

Er is een **stijgende vraag naar publieke en particuliere dienstverlening en woonruimte**. Een combinatie van dit soort bedrijven en horeca is goed mogelijk. Hotels en eventueel andere accommodatieverschaffers kunnen appartementen inrichten als extended-stay verblijven voor ouderen en andere hulpbehoevenden. Hier kan service op maat aangeboden worden door een combinatie met verplegers. Spijverstrekkers kunnen zich in of nabij een dergelijk dienstverlenend concept als een woonzorgcentrum vestigen.

Door de **toename van het gebruik van zorginstellingen en de vraag naar zorg** (als gevolg van vergrijzing en een toename van mensen met medische aandoeningen) wordt de zorgbehoevende consument/gast naar verhouding een grotere doelgroep dan voorheen. Het vraagsegment ouderen is, zoals eerder opgemerkt, een kapitaalkrachtige groep consumenten hetgeen kansen oplevert voor horecabedrijven om zich hierop te richten. Door het Persoons Gebonden Budget maken zorgbehoevenden in de toekomst zelf de keuze waar zij zorg inkopen. Dit levert kansen op voor bijvoorbeeld hotels die huishoudelijke zorg kunnen verlenen in naastgelegen serviceappartementen waarvan (een deel van) de kosten aan de bewoner vergoed worden.

De lengte van de wachtlijsten in de zorg kan als kans aangegrepen worden door hotels en andere accommodatieverstrekkende bedrijven om tijdelijk verblijf te bieden aan wachtenden op zorg.

4.2 Invloed van trends op de horeca; zorgverleners

Zorgverlenende bedrijven gaan steeds meer intersectoraal samenwerken. Er is sprake van schaalvergroting op organisatorisch niveau. In deze ontwikkelingen ligt een belangrijke kans voor de horeca. Op concept of formulebasis kan een horeca ondernemer zich in verschillende woonzorgcentra vestigen. Deze kansen zijn dan bijvoorbeeld van toepassing op restaurants, café- en barbedrijven en fastfood- & ijsbedrijven. De privatisering van de instellingen en het toenemende aantal particuliere initiatieven, vergroten de mogelijkheden voor de horeca ondernemers om samen te werken. Hiertoe behoort bijvoorbeeld ook het opzetten van zorghotels voor de sector hotels.

Niet alleen de organisatie van de sector is aan het veranderen, ook de diensten zijn aan trends onderhevig. Een belangrijke trend voor horecabedrijven is de toenemende extramuralisering; in het kader van het bevorderen van

zelfstandigheid worden er meer diensten aangeboden buiten de muren van de instelling om.

De omvorming van het zorgstelsel naar een vraaggestuurd stelsel is een kans voor de horeca om te komen tot een vorm van samenwerking met deze instellingen.

De veranderingen in cliëntgerichtheid vragen ook om deze samenwerking. Bewoners krijgen steeds meer keuzevrijheid, mede door het Persoons Gebonden Budget. Het aanbieden van de diensten die op hun wensen aansluiten is dus belangrijk. De vraag naar bijvoorbeeld maaltijden van bedrijven buiten de instellingen zal hierdoor toenemen.

Het is belangrijk dat de horeca zich verdiept in de veranderingen van het zorgstelsel en om op de hoogte te komen van de wensen en behoeften van zorgbehoevenden. Op deze manier kan de horeca haar aanbod aansluiten op de vraag van de zorgbehoevenden. Het is bijvoorbeeld van belang om op de mogelijkheden van het persoonsgebonden budget in te spelen, op de opkomst van woonzorgcentra en de veranderende behoefte van de ouder wordende gast.

4.3 Invloed van trends op de horeca; overheid

De overheid maakt de huidige ontwikkelingen in de zorgsector mogelijk. De invoering van het persoonsgebonden budget is een grote kans voor de horeca. Dit betekent dat mensen zelf kunnen bepalen waar zij hun maaltijden wensen te nuttigen/ bestellen. Bijvoorbeeld voor maaltijdverstreckende bedrijven liggen hier mogelijkheden, maar ook voor hotels die de dienstverlening en daarmee een deel van de (onbenutte) capaciteit aan het zorgbehoevende vraagsegment kan aanbieden naast reguliere faciliteiten.

Deel II Meer omzet uit zorg; een aantal kansen per sector

5 Kansen voor de Sector Café- & Barbedrijven


Dit is één van de grootste sectoren binnen Koninklijk Horeca Nederland. De sector bestaat uit een groot aantal individueel ingestelde ondernemers met grote verschillen in bedrijf en bedrijfsvoering.

5.1 Huidige ontwikkelingen in de sector

Door de Sectormanager worden de volgende ontwikkelingen in de sector aangegeven.

- Schaalverkleining
- Verschuiving van regulier café naar eetcafé. Foodcomponent wordt steeds belangrijker mede door de toename van het aantal eenpersoonshuishoudens
- Het aantal buurtcafé's neemt af, er vindt een concentratie plaats op A en B locaties
- Outsourcing van bars en restaurants in hotels door particuliere ondernemers.

5.2 Relevante trends en kansen voor deze sector

In het rapport "Drinken in de Nederlandse horeca 2001" van Bedrijfschap Horeca en "marktbeeld van de sector Café- en Barbedrijven" op de ledensite van Koninklijk Horeca Nederland is een aantal trends genoemd die in verband gebracht kunnen worden met zorg. De kansen die hieruit voortkomen worden beschreven (zie ) en zijn samengevat in de kansenmatrix. Bij de kansen zijn voorbeelden genoemd van (horeca-)bedrijven die daar invulling aan hebben gegeven. Indien bekend, zijn daarvan websites aangegeven. Er is ruimte om uw ideeën toe te voegen in de kansenmatrix.

Stijging van het aantal senioren en allochtonen als gast

Toename alleenstaande ouderen

Consument wil terug naar huiskamergevoel

Opleving café- sector

Er is in toenemende mate behoefte aan veiligheid en geborgenheid in de uitgaansplek, er komt meer behoefte aan uitgaan in een bekende omgeving waar men bekenden tegen komt. Dit in tegenstelling tot grote bedrijven waar gasten anoniem zijn. De sociale functie van de horeca is belangrijk voor alleenstaande ouderen.

De sector kan op deze trends inspelen door meer activiteiten te organiseren voor senioren. Te denken valt aan klaverjasmiddagen, het plaatsen van een sjoelbak, een biljarttafel. Ook met passende muziekkeuze kan op de wensen van de comfortbehoevende oudere ingespeeld worden.

kansenmatrix CB-1

Meer mogelijkheden van interactiviteit door ICT

De actieve 55-plusser maakt in toenemende mate gebruik van het internet. De horecaondernemer kan hierop inspelen door een internetcafé in een woonzorgcentrum te vestigen.

kansenmatrix CB-2

Café's op vreemde locaties

De woonzorgcentra zijn erg in opkomst en vervangen in toenemende mate het traditionele bejaardentehuis of verpleeginstelling voor ouderen. Met het vestigen van een (internet) café als aanvulling van de dienstverlening in een woonzorgcentrum kan op deze kans ingespeeld worden. Ook kan gedacht worden aan cafés in gezinsvervangende tehuizen voor gehandicapten.



kansenmatrix CB-3

Verdere individualisering van de samenleving

Voor cafés en barbedrijven ligt de uitwerking van deze kans in het vervullen van een centrale rol in de wijk/ buurt/ dorp voor zorgbehoevenden. Voorbeelden hiervan kunnen zijn ouderenzorg maar ook jeugdzorg (jongerencafé). De horecagelegenheid wordt een sociale functie voor alle mensen in de directe omgeving. In Rotterdam wordt hieraan al invulling gegeven door het project "Rotterdam als veilige haven".



kansenmatrix CB-2, CB-5, CB-6

Tevens door samenwerkingsverbanden te realiseren tussen verschillende soorten ondernemingen, krijgt het café een meer centrale rol in de samenleving. Te denken valt aan geïntegreerde concepten van cafés/ bars met kappers, wasserettes en ruimte voor allerlei bijeenkomsten in zorginstellingen en in de sterk in opkomst zijnde woon-zorgcentra. Dergelijke concepten zijn ook denkbaar in kleine dorpskernen waar dienstverlening als gevolg van een te klein verzorgingsgebied in toenemende mate wegtrekt. Te denken valt aan een het café waar ook postzegels en dergelijke te koop zijn, een pin-service of fietsenverhuur. Het sociale aspect in een café kan middels een leestafel, een beautysalon of kapper benadrukt worden, tevens door periodieke evenementen als een rollator-onderhoudsmiddag.



kansenmatrix CB-1, CB-2, CB-4

Tabel 4. Kansenmatrix
Sector Café- en Barbedrijven

Branche	Idee	Code	Voorbeeld	Website
"Comfortbehoevende" ouderen				
	Entertainment en sociale activiteiten gericht op ouderen	CB-1	Bijartafel	www.seniorencafe.nl
			Sjoelbak	
			"Gouwe Ouwe" muziek	
			leestafel	
Vervullen van centrale rol in de samenleving	geïntegreerde concepten van café met dienstverlening	CB-2	Café project in Rotterdam: "Rotterdam als veilige haven"	
			café met diensten als kapper, pin-service, rollatoronderhoud e.d.	

Medisch zorgbehoevenden				
Verpleeg- en verzorgingshuizen / ziekenhuizen	(Internet) café in instelling	CB-3		www.isoc.nl www.device.nl

Psychisch zorgbehoevenden				
Geestelijke gezondheidszorg	Organiseren van bijeenkomsten voor psychisch zorgbehoevenden	CB-4	ADHD-café: periodieke bijeenkomsten voor (ouders van) kinderen met ADHD	www.adhd-cafe.nl
			Alzheimer Café: bijeenkomsten voor (familie en vrienden van) mensen met Alzheimer	www.altrecht.nl/afdelingen/preventie/dementie.htm

Gehandicapten				
Gehandicaptenzorg	Aanpassingen ter bevordering van toegankelijkheid voor gehandicapten	A-1	Landelijk Bureau voor Toegankelijkheid	www.lbt.nl
	Café voor doven en slechthorenden	CB-5	dovencafé, gebarencafé	Dovenontmoetingscentrum Amsterdam, Zoetermeer, Groningen gebarencafé@sudo.nl

Jeugdige zorgbehoevenden				
Jeugdzorg	Vervullen van centrale rol in de samenleving, jeugdopvang	CB-6	jongerencafé	

Bron: Horwath Consulting

5.3 Aandachtspunten in combinatie met zorg

De volgende aandachtspunten dienen in overweging genomen te worden wanneer de ondernemer op de kansen van zorg wil inspelen.

Verbod op verkoop van goederen door drank- en horecawet

Op dit moment verbiedt de drank- en horecawet (DHW) de verkoop van goederen in cafés, behalve sigaretten en condooms. Dit kan sommige combinaties met andere bedrijfsvormen belemmeren. Het café moet zijn authentieke functie behouden.

Moeilijk om doelgroepen te combineren

Imago en positionering zijn belangrijke factoren in de sector. Het aantrekken van verschillende doelgroepen op verschillende momenten kan leiden tot ongewenste confrontatie tussen doelgroepen.

6 Kansen voor de Sector Chinees- Indische bedrijven

Deze sector binnen Koninklijk Horeca Nederland is de grootste Chinese horeca ondernemersorganisatie van Nederland. Het betreft horecaondernemers met oriëntaalse restaurants zoals Chinees, Indisch, Japans, Thais en oriëntaalse snackbars.

6.1 Huidige ontwikkelingen in de sector

Door de Sectormanager worden de volgende ontwikkelingen in de sector aangegeven.

- Asiatisering – fusie tussen verschillende Aziatische keukens en Chinese ondernemers die ook gerechten uit andere Aziatische landen op de menukaart zetten en dus verschillende keukens onder 1 dak hebben.
- Schaalvergroting – vooral starters beginnen steeds grotere bedrijven met formule-kenmerken. Veel nieuwe restaurants met grote omvang hebben raakvlakken met een fastfoodrestaurant.
- Komst van formules. Voorbeelden zijn WOK restaurants, buffetrestaurants, Charli Chu en de Gouden Wok.
- Verandering van menukaart. Het concept van de rijsttafel willen de bedrijven veranderen. De tendens wordt het gebruiken van meerdere gangen om zo ook de besteding per gast te verhogen. Bovendien zal het nuttigen van wijnen gepromoot worden. Er komen nieuwe gerechten op de menukaarten. De traditionele Babi Pangang zal blijven, maar hiernaast komen nieuwe gerechten die bovendien een kleinere portiegrootte krijgen. Ook een combinatie van wok, à-la-carte en afhaal in één bedrijf is een trend.
- Focus op fastfood. Steeds meer bedrijven krijgen kenmerken van fastfood restaurants

6.2 Relevante trends en kansen voor deze sector

In het artikel “Marktbeeld van de sector Chinees- Indische restaurantbranche” op de ledensite van Koninklijk Horeca Nederland is een aantal trends genoemd die in verband gebracht kunnen worden met zorg. De kansen die hieruit voortkomen, worden beschreven (zie ) en zijn samengevat in de kansenmatrix. Bij de kansen zijn voorbeelden genoemd van (horeca-)bedrijven die daar invulling aan hebben gegeven. Indien bekend, zijn daarvan websites aangegeven. Er is ruimte om uw ideeën toe te voegen in de kansenmatrix.

Ouderen zijn een groot segment in deze sector

Toename van het aantal allochtone ouderen

Dit is een extra impuls aan de stijgende behoefte aan buitenlandse gerechten. Met aanpassingen in de dienstverlening kan op de wensen van het segment comfortbehoevende ouderen ingespeeld worden. Te denken valt aan het voorzien in menukaarten met een groter lettertype, leesbrillen, comfortabele stoelen, ouder personeel in de bediening voor een goede service maar ook het aanbieden van de mogelijkheid van kleinere porties. Deze sector kan ook inspelen op het beperkte budget van zorgbehoevenden door bijvoorbeeld budgetshotels en/of budgetmenu's aan te bieden.

Kansenmatrix CI-1

Omdat ouderen meer te besteden hebben kan de horecaondernemer tevens denken aan het aanbieden van een kok die bij mensen thuis komt koken. Er liggen ook kansen in het voorbereiden van speciale, af te halen kerst- en paasdinners.

 **Kansenmatrix CI-3 en CI-2****Verschuivende eetwensen van bewoners van instellingen; de internationale keuken****Toename alleenstaande ouderen**

Men is tegenwoordig meer dan vroeger gewend aan buitenlandse gerechten. Volgens de Sectormanager zijn slechts kleine aanpassingen in bedrijfsvoering vereist om in te kunnen spelen op de zorgbehoevende segmenten omdat de keuken vaak is aangepast aan afhaalmaaltijden. De gerechten worden à-la-minute bereid met verse producten en zijn geschikt om op te warmen. Op eenvoudige dieetwensen kan de keuken inspelen.

Daarnaast is er op weekdagen er sprake van onbenutte capaciteit zowel in het restaurant als in de keuken. Dit zou benut kunnen worden voor het leveren van maaltijden aan thuiswonende zorgbehoevende ouderen door samen te werken met een Tafeltje Dekje service en bijvoorbeeld het leveren van maaltijden aan keukens van zorginstellingen. Met andere restaurants kan een menucyclus opgezet worden.

 **Kansenmatrix CI-4 en CI-5**

Het stimuleren van lunches en diners in het restaurant van groepen zorgbehoevenden is een idee. De horecaondernemer kan zelfs overwegen om een all inn prijs te vragen inclusief het groepsvervoer naar het restaurant toe. Wanneer het restaurant zich bij een zorginstelling of woonzorgcentrum vestigt, is het vervoersprobleem opgelost. Er zijn dan ook bezoekende familieleden te verwachten in het restaurant.

 **Kansenmatrix CI-6 en CI-7**

Tabel 5. Kansenmatrix
Chinees- Indische bedrijven

Branche	Idee	Code	Voorbeeld	Website
"Comfortbehoevende" ouderen				
	Inspelen op de wensen van de gast	CI-1	Aangepaste menukaart: kleinere porties, lettergrootte, contrast	
			Oudere medewerkers in bediening	
			Rustige omgeving	
			Kwaliteit: verse en seizoensproducten	
			Goede service: Persoonlijke aandacht, goede uitleg producten	
			Leesbrillen aanbieden	
			Veilige omgeving	
			Comfortabele stoelen in het restaurant en stoelen in afhaalgedeelte	
	Luxe Diner Afhaalservice (bv. Kerst)	CI-2	Restaurant Lage Vuursche in Lage Vuursche	
	Koks koken bij mensen thuis	CI-3	Home Cooking	www.homecooking.nl

Medisch zorgbehoevenden				
Thuiszorg	Maaltijdbezorging aan huis	CI-4	Tafeltje Dekje	www.cbjacobus.nl/tafeltje.htm
Verpleeg- en verzorgingshuizen/ ziekenhuizen	Bezorging bij instellingskeuken	CI-5		
	vestiging dichtbij instelling/ woonzorgcentra	CI-6	Teuderion, Tuddern	www.zelfkand.de

Gehandicapten				
Gehandicaptenzorg	Aanpassingen ter bevordering van toegankelijkheid voor gehandicapten	A-1	Landelijk Bureau Toegankelijkheid	www.lbt.nl
	uitnodigen van groepen in het restaurant op werkdagen	CI-7		

Bron: Horwath Consulting

6.3 Aandachtspunten in combinatie met zorg

De volgende aandachtspunten dienen in overweging genomen te worden wanneer de ondernemer op de kansen van zorg wil inspelen.

Ondernemers zijn terughoudend over nieuwe concepten

Eventuele nieuwe concepten hebben de ondernemers het liefst kant-en-klaar en direct implementeerbaar voorgeschoteld. Eigen initiatief is klein en er is weinig interesse in statistisch onderzoek.

Prijsbeleid van instellingen

Prijzen in instellingen zijn laag, kosten worden zoveel mogelijk beperkt. Horeca ondernemers die hun producten willen leveren aan instellingen, dienen de mogelijkheden van kostenbeperking te overwegen of te onderzoeken of de koopkracht van de bewoners groot genoeg is voor een duurder product.

7 Kansen voor de Sector Hotels

De sector Hotels telt 1.850 leden. 80% van de geclassificeerde hotels is lid van Koninklijk Horeca Nederland.

7.1 Ontwikkelingen in de sector

Het rapport “Slapen in de Nederlandse Horeca” door Bedrijfschap Horeca geeft onder andere de volgende ontwikkelingen.

Schaalvergroting

Het aantal hotels in Nederland is nagenoeg stabiel. Er is echter sprake van een stijging van het totale aantal bedden en kamers. Het gemiddelde aantal kamers per bedrijf neemt toe en in toenemende mate zijn hotels lid van samenwerkingsverbanden.

Privatisering van ziekenhuizen, ligduurverkortung in ziekenhuizen, Persoons Gebonden Budget, Opkomst van zorghotels

Hierdoor krijgt de horeca de kans om facilitaire rollen te vervullen. Hotels werken in toenemende mate samen met ziekenhuizen, verzorgingshuizen en bejaardentehuizen, bijvoorbeeld in de vorm van zorghotels. Zorghotels kunnen in verschillende vormen opgezet worden afhankelijk van de zorgbranche waar het hotel op gericht is. In de kansenmatrix worden de volgende soorten genoemd die in de praktijk zijn ontstaan: zorghotel ter ontlastung van zorgcentra, particulier zorghotel, zorghotel met als doel verkortung van ligduur in ziekenhuizen, herstelhotel, allotments/ afspraken met ziekenhuizen in de omgeving.

Een specifiekere invulling van een zorghotel voor aanstaande gezinnen is het kraamhotel of geboortecentrum.

Kansenmatrix H-5 en H-6


Facilitaire rollen die hotels kunnen vervullen op het gebied van zorg zijn bijvoorbeeld het aanbieden van housekeeping diensten of maaltijdvoorziening aan een thuiszorginstelling. Ook zijn er initiatieven van hotels bekend die service appartementen ontwikkelen naast of in het hotel met (een deel van) de dienstverlening van het hotel zoals housekeeping, maaltijdvoorziening en conciërgediensten.

Kansenmatrix H-4 en H-3

Het aantal internationale hotelgroepen, fusies en overnames stijgt.

Dit leidt tot een tweedeling van enerzijds grote hotels in samenwerkingsverband en anderzijds kleinere hotels die individueel opereren en minder know-how en financiële armslag hebben. Een voordeel voor de groep niet-keten hotels is dat zij sneller op consumentenwensen kunnen inspelen.

7.2 Relevante trends en kansen voor deze sector

In het rapport “Slapen in de Nederlandse horeca 2002” van Bedrijfschap Horeca en “marktbeeld van de sector Hotels” op de ledensite van Koninklijk Horeca Nederland is een aantal trends genoemd die in verband gebracht kunnen worden met zorg. De kansen die hieruit voortkomen worden beschreven (zie ) en zijn samengevat in de kansenmatrix. Bij de kansen zijn voorbeelden genoemd van (horeca-)bedrijven die daar invulling aan hebben gegeven. Indien bekend, zijn daarvan websites aangegeven. Er is ruimte om uw ideeën toe te voegen in de kansenmatrix.

Senioren zijn een belangrijke doelgroep voor de sector

Ruim de helft van de particuliere bestedingen in hotels was in 2002 afkomstig van 50-plussers. De helft van de hotelovernachtingen door Nederlanders is particulier waarvan de helft 50-plusser is. (Bron: NRIT, Trendrapport 2003-2004). Senioren hebben daarnaast veel vrije tijd en relatief veel geld te besteden. Dit biedt mogelijkheden voor hotels om (een deel van) het hotel in te richten voor senioren met aanpassingen aan de dienstverlening en dergelijke.



Kansenmatrix H-1 en H-2

Wellnesstoerisme

Er is steeds meer belangstelling voor de gezondheid. Bedrijven die hierop inspelen gebruiken de term “wellness” voor uiteenlopende producten en diensten zoals sauna’s maar ook fitnesscentra. Er is een verschil met kuren want dat is in eerste instantie bedoeld voor mensen met een lichamelijke beperking. Daarentegen is wellness gericht op mensen die gezond zijn en dat willen blijven. Op deze trend kunnen ondernemers inspelen door faciliteiten te ontwikkelen die gericht zijn op rust en ontspanning, zoals een spa en massages, en daarvoor (anti-stress, kuur-) arrangementen aan te bieden in combinatie met een diner en een overnachting.



kansenmatrix H-7

Het niet doorzetten van de 24-uurs economie

Omdat er voornamelijk overdag op werkdagen gewerkt wordt, is er dan een piek in de behoefte aan opvang van kinderen. Men wil de vrije tijd zo goed mogelijk benutten. Horecasectoren zoals hotels, café- en barbedrijven en discotheken kunnen hierop inspelen door voorzieningen als kinderactiviteiten of –opvang te organiseren.



Kansenmatrix H-10

Toenemend maatschappelijk bewustzijn

Mensen hebben steeds meer oog voor de medemens en zijn hierdoor maatschappelijk bewuster. Er is meer aandacht voor de wensen en behoeften van speciale groepen in de samenleving. Een voorbeeld is het hotel voor gehandicapten Pepijn en Paulus. Tevens valt te denken aan jeugdhotels voor kansarme jongeren of jongeren met opvoedingsproblemen.



Kansenmatrix H-8 en H-9

Tabel 6. Kansenmatrix
Sector Hotels

Branche	Idee	Code	Voorbeeld	Website
"Comfortbehoevende ouderen"				
	inspelen op wensen van gast	H-1	Oudere medewerkers in Front Office Rustige omgeving Kwaliteit: ruime kamers, aangepaste badkamer Goede service: Persoonlijke aandacht Veilige omgeving Rustgevende faciliteiten/arrangementen: museumbezoek, wandeling, fietstocht Organiseren van activiteiten voor ouderen: Seniorengym, wandelen, fietsen (-verhuur)	
	Seniorenhotels	H-2	Hotel van Oppen in Noorbeek (L)	www.seniorenhotel.nl; www.senotel.nl
	'''		'''	'''
Medisch zorgbehoevenden				
Thuiszorg	Service-appartementen - extended stay appartementen voor ouderen/ zorgbehoevenden	H-3	SenVital service appartementen voor ouderen in Duitsland, Service flat Kinheim Haarlem	www.sen-vital.de www.serviceflat-kinheim.nl
	Mogelijkheid tot inkopen thuiszorg van hotels	H-4	Aanbieden van maaltijden en huishoudelijke dienst aan ouderen in de omgeving. Tevens gebruik van faciliteiten van het hotel.	
Verpleeg- en verzorgingshuizen	Zorghotel ter ontlasting van zorgcentra	H-5	Zorghotel Rijswijk	www.szr.nl
	particuliere zorghotels (niet gebonden aan instelling)		Zorghotel de Palatijn, Alkmaar	www.depalatijn.nl
Ziekenhuizen	Zorghotel met als doel ligduurverkorting in ziekenhuizen	H-5	Ziekenhuisgroep Twente: Zotel Hengelo	www.zgt.nl
	Herstelhotel voor herstel na operatie			
	Allotments/afspraken met ziekenhuizen in omgeving		Academisch Ziekenhuis Groningen en NH hotel Groningen	
Kraamzorg	Kraamzorghotel	H-6	Kraamzorghotel Rotterdam	kraamzorghotel@zr.nl
	Geboortecentrum		Ziekenhuis Rotterdam	
	'''		'''	'''

Bron: Horwath Consulting

Sector Hotels 2

Psychisch zorgbehoevenden				
Geestelijke gezondheidszorg	Wellness hotel, Kurhaus	H-7	Anti-stress kuurarrangementen, spa, wellness, massage behandelingen Pneumopunctuur, Zuurstoftherapie, Lichttherapie	Palace hotel Noordwijk, Kurhaus Scheveningen, Hotel De Heerlijkheid van Ermelo
	'''		'''	'''
Gehandicapten				
Gehandicaptenzorg	Aanpassingen ter bevordering van toegankelijkheid voor gehandicapten	A-1	Informatiedocument: "Iedereen welkom in hotels" KHN - Landelijk Bureau Toegankelijkheid	www.horeca.org, www.lbt.nl
	hotels voor gehandicapten	H-8	Pepijn en paulus	www.pepijnenpaulus.nl
	'''		'''	'''
Jeugdige zorgbehoevenden				
Jeugdzorg	Jeugdhotel met speciale jeugdbegeleiders in dienst	H-9		
	'''		'''	'''
Kinderen				
Kinderopvang	Crèche in hotels, combinatie van kinderopvang voor omwonenden, personeel en hotelgasten	H-10		
	'''		'''	'''

Bron: Horwath Consulting

7.3 Aandachtspunten in combinatie met zorg

De volgende aandachtspunten dienen in overweging genomen te worden wanneer de hotelier op de kansen van zorg wil inspelen.

De wensen van de hotelier matchen over het algemeen beter met die van een zorgverzekeraar dan die van een ziekenhuis.

De zorgverzekeraar is gericht op zorg tegen zo laag mogelijke kosten. De ziekenhuizen zijn echter nog altijd gericht op de dagvergoeding die zij per patiënt ontvangen van de verzekeraars. Het is de zorgverzekeraar die het grootste belang heeft bij het verkorten van de ligduur in ziekenhuizen door middel van aanvullende verzorgingsmogelijkheden tegen lagere kosten in bijvoorbeeld zorghotels. De synergie behaalt dus voornamelijk te behalen door regelingen af te spreken met zorgverzekeraars.

8 Kansen voor de Sector Restaurants

Dit is de grootste sector binnen Koninklijk Horeca Nederland. Het ledenbestand is zeer divers; van eetcafé's tot driesterrenrestaurants, van lunchrooms tot partycatering organisaties en bedrijfsrestaurants. In totaal zijn er in Nederland 10.270 dergelijke bedrijven, waarvan er 7.250 lid zijn van Koninklijk Horeca Nederland. Aziatische restaurants vallen in principe niet onder deze sector.

In het rapport "Eten in de Nederlandse horeca 2002" van Bedrijfschap Horeca en het artikel "Marktbeeld van de sector restaurants" op de ledensite van Koninklijk Horeca Nederland is een aantal trends en ontwikkelingen genoemd die in verband gebracht kunnen worden met zorg. De kansen die hieruit voortkomen worden beschreven (zie ) en zijn samengevat in de kansenmatrix. Bij de kansen zijn voorbeelden genoemd van (horeca-)bedrijven die daar invulling aan hebben gegeven. Indien bekend, zijn daarvan websites aangegeven. Er is ruimte om uw ideeën toe te voegen in de kansenmatrix.

8.1 Recente ontwikkelingen binnen de sector

Groei aantal restaurants in Nederland

Het aantal bedrijven in deze branche is in 2003 met 2,5% gegroeid. Sterke groei is vooral zichtbaar in de categorieën partycatering, Zuid-Europese restaurants en overige buitenlandse restaurants. Een nieuwe bedrijfsvorm in het verlengde van partycatering is het koken bij mensen thuis. De groeiende groep senioren die geld te besteden heeft, wordt gezien als potentiële doelgroep. Tevens wordt het idee gegeven om in te spelen op de doelgroep senioren met het aanbieden van een luxe dinerafhaalservice. Dit diner is van te voren besteld, door het restaurant bereid om door de klant thuis verder op te warmen en te serveren middels schriftelijke aanwijzingen.

 **kansenmatrix R-3, R-2**

Groeiend aantal allochtonen werkzaam in de branche

De ontwikkeling van het toenemende aantal allochtonen als horecaondernemers maar ook als personeelsleden en gasten is ook zichtbaar in deze sector.

Kleinschalige bedrijven, maar schaalvergroting

Een andere zichtbare ontwikkeling vanaf 2003 is schaalvergroting. Het gemiddelde vloeroppervlak van de ondernemingen vertoont een stijgende lijn. Ondanks de schaalvergroting wordt de sector gekenmerkt door kleinschalige bedrijven. Deze bedrijven kunnen flexibeler inspelen op verandering in vraag en zich makkelijker richten op zorg. Bijvoorbeeld door het inrichten van rookvrije ruimtes/zones.

 **kansenmatrix R-8**

8.2 Relevante trends en kansen voor deze sector

Ouderen zijn een belangrijke doelgroep voor restaurants

De leeftijdsklasse 35- tot 49-jarigen hebben hun uitgaven in de restaurantsector in 2003 aanzienlijk teruggeschroefd (-36%). De ouderen (50-74 jaar) laten tot en met het derde kwartaal van 2003 een minder sterke daling van hun bestedingen in de restaurantsector zien (-10%). Ouderen zijn een belangrijke doelgroep. Bij de Hollands/Franse restaurants en in restaurants bij warenhuizen realiseren zij zelfs bijna de helft van de totale bestedingen in het derde kwartaal van 2003.

(bron: Artikel Bedrijfschap Horeca en Catering Rapport "Thermometer nr. 68 11 februari 2004" *Consumentenbezoek in de restaurant- en fastfoodsector*)

Uit het consumentenonderzoek De Nederlandse Horeca door Bedrijfschap Horeca en Catering blijkt dat 74% van de ouderen in 2000 een Nederlands-Frans restaurant heeft bezocht. Voor de Chinees- Indische restaurants was dat 36%. De doelgroep ouderen ten opzichte van jongeren is de doelgroep met het hoogste uitgavenpatroon in alle verschillende situaties waarin de eetgelegenheid bezocht wordt. Met kleine aanpassingen kan het deze gast nog meer naar de zin gemaakt worden. Te denken valt aan een aangepaste menukaart, inspelen op dieetwensen, comfortabele stoelen en dergelijke.

 **kansenmatrix R-1**

Introductie Persoons Gebonden Budget

Restaurants kunnen hierop inspelen door maaltijden aan te bieden aan instellingen, bijvoorbeeld door zich te vestigen dichtbij of zelfs in een instelling of een maaltijd bezorgservice toe te voegen aan hun bedrijf.

 **kansenmatrix R-4 t/m R-7**

Tabel 7. Kansenmatrix
Sector Restaurants

Branche	Idee	Code	Voorbeeld	Website
"Comfortbehoevende" ouderen				
	Inspelen op de wensen van de gast	R-1	Aangepaste menukaart: kleinere porties, lettergrootte, contrast	
			Oudere medewerkers in bediening	
			Rustige omgeving	
			Kwaliteit: verse, seizoensproducten	
			Out of home, home delivery, catering	
			inspelen op dieetwensen	
			Goede service: Persoonlijke aandacht, goede uitleg producten	
			Leesbrillen aanbieden	
			Veilige omgeving	
	Comfortabele stoelen			
	Luxe diner afhaalservice (bv. kerstdiners)	R-2	Restaurant De Lage Vuursche in Lage Vuursche	
	Koks koken bij mensen thuis	R-3	Home Cooking	www.homecooking.nl

Medisch zorgbehoevenden				
Thuiszorg	Maaltijdbezorging aan huis	R-4	warme (Tafeltje Dekje) of koelverse maaltijden	www.dccacobus.nl/tafeltje.htm , www.sdoh.nl , www.riwo.org
Verpleeg- en verzorgingshuizen / ziekenhuizen	Maaltijdbezorging aan instellingen	R-5		
	Conceptimplementatie of individuele restaurants in instellingen	R-6		
	Vestigen van een restaurant dichtbij een instelling	R-7		
Overig	kleine aanpassingen	R-8	Rookvrije ruimten	

Gehandicapten				
Gehandicaptenzorg	Aanpassingen ter bevordering van toegankelijkheid voor gehandicapten	A-1	Landelijk Bureau Toegankelijkheid	www.lbt.nl

Jeugdige zorgbehoevenden				
Jeugdzorg	Werkverschaffing	R-9	Restaurant "Fifteen" in Amsterdam Jamie Oliver opleiding kansarme jongeren tot topkok	www.lostboys.nl

Bron: Horwath Consulting

8.3 Aandachtspunten in combinatie met zorg

De volgende aandachtspunten dienen in overweging genomen te worden wanneer de ondernemer op de kansen van zorg wil inspelen.

Hoge investeringen voor aanpassingen

De meeste restaurants zijn niet ingericht om bijvoorbeeld maaltijden te bezorgen en veel gerechten zijn minder geschikt om te vervoeren of te regenereren. Aanpassingen op dit gebied kunnen hoge investeringen met zich mee brengen (etikettering, voorschriften zoals HACCP e.d.). Er dient een goede berekening gemaakt te worden om te bepalen of de vraag groot genoeg is om deze investeringen terug te verdienen.

Prijsbeleid van instellingen


Prijzen in instellingen zijn laag, kosten worden zoveel mogelijk beperkt. Horeca ondernemers die hun producten willen leveren aan instellingen, dienen de mogelijkheden van kostenbeperking te overwegen of te onderzoeken of de koopkracht van de bewoners groot genoeg is voor een duurder product.

Retail grote concurrent voor de horeca

Supermarkten spelen handig in op de vraag naar gemaksvoeding door het aanbieden van veel varianten van kant-en-klaar maaltijden. Daarnaast heeft de consument in toenemende mate beschikking over luxe producten om thuis kwalitatieve maaltijden te bereiden. Als gevolg hiervan wordt er meer tijd thuis doorgebracht op momenten waarop dat voorheen in de horeca zou gebeuren.

9 Kansen voor de Sector Fastfood- en IJsbedrijven

Onder deze sector vallen fastfood bedrijven in de vorm van snackbars en cafetaria's (snackbars met zitgelegenheid) en fastfood restaurants. Ook ijsverstrekkende bedrijven die het ijs zelf bereiden of ijsboerderijen worden vertegenwoordigd door de sector. In totaal zijn er in 2004 in Nederland 9.754 fastfood- en ijsbedrijven. Daarvan zijn 2.500 bedrijven lid van Koninklijk Horeca Nederland.

Tijdens het gesprek met de sectormanager van Koninklijk Horeca Nederland en op de ledensite van de branchevereniging waaronder het artikel "Marktbeeld van de sector Fastfood- en IJsbedrijven" is een aantal trends genoemd die in verband gebracht kunnen worden met zorg. De kansen die hieruit voortkomen worden beschreven (zie ) en zijn samengevat in de kansenmatrix. Bij de kansen zijn voorbeelden genoemd van (horeca-)bedrijven die daar invulling aan hebben gegeven. Indien bekend, zijn daarvan websites aangegeven. Er is ruimte om uw ideeën toe te voegen in de kansenmatrix.

9.1 Recente ontwikkelingen binnen de sector

Formule-onwikkelingen

Vooraf in de fastfood sector worden nieuwe concepten bedacht en in de vorm van formules geïmplementeerd. Niet alleen fastfood restaurants maar ook snackbars verenigen zich in formules. Een trend is waarneembaar van de ontwikkeling van zowel wereldwijde als regionale bedrijfsconcepten. Om in te spelen op zorg zou een fastfood- en/of ijs-formule bedacht kunnen worden gericht op de vestiging in ziekenhuizen of bij instellingen en zorgcentra.

 **kansenmatrix FI-4, F-5 en FI-6**

Technologische vernieuwingen

Technologische vernieuwingen maken voedselbereiding efficiënter en gezonder en maken de bedrijfsvoering overzichtelijker en makkelijker. Daarmee zou het mogelijk zijn om in te spelen op eenvoudige diëten en te gaan bezorgen bij instellingen.

 **kansenmatrix FI-1 en FI-3**

9.2 Relevante trends en kansen voor deze sector

Opkomst van fastfood restaurants en lunchrooms

Cafetaria's en snackbars verliezen wat betreft omzetaandeel en aantallen bedrijven terrein aan de fastfood restaurants, shoarmazaken en lunchrooms.

50- tot 74- jarigen belangrijkste doelgroep voor pannenkoekenrestaurants, lunchrooms en ijssalons.

Voor de fastfood restaurants is de jongste doelgroep (12-24 jaar) het belangrijkste. Bijna éénderde van de bestedingen in deze deelsector komt uit deze categorie. De groep 50- tot 74-jarigen is vooral belangrijk voor pannenkoekenrestaurants, lunchrooms en ijssalons. Zij besteden in deze deelsectoren beduidend meer dan de andere leeftijdscategorieën. Waarschijnlijk speelt de aanwezigheid van kleinkinderen, die regelmatig op een pannenkoek of ijsje getrakteerd worden, hierbij een belangrijke rol (bron: Artikel Bedrijfschap Horeca en Catering Rapport "Thermometer nr. 68 11 februari 2004" *Consumentenbezoek in de restaurant- en fastfoodsector*) Door kleine aanpassingen kunnen bedrijven in deze sector veel aantrekkelijker worden voor oudere gasten.

 **kansenmatrix FI-2**

Toename populariteit gemakvoeding

Vooral de fastfood bedrijven in deze sector kunnen gemakkelijk inspelen op deze trend. Snelheid en kwaliteit/ prijs verhouding van de service en producten van deze bedrijven komen tegemoet aan wensen van de gasten.

Gezondheid is steeds belangrijker

Over het algemeen vindt de Nederlandse consument gezondheid steeds belangrijker. Er moet op een verantwoorde wijze geproduceerd worden en gasten verwachten en ruimer aanbod waarin bijvoorbeeld ook 'light' producten opgenomen worden. Deze verandering kan ook inspelen op bijvoorbeeld dieetwensen van zorgbehoevenden.

 **kansenmatrix FI-1**

Toename van het aantal vakanties van senioren

Aangezien het aantal vakanties van senioren toeneemt, zullen zij ook in toenemende mate gebruik maken van horeca tijdens deze vakanties. Door kleine aanpassingen kunnen bedrijven in deze sector veel aantrekkelijker worden voor oudere gasten.

 **kansenmatrix FI-2**

Ambachtelijke producten spreken vooral ouderen erg aan

Bedrijven in deze sector produceren vooral ambachtelijke gerechten die vaak een traktatie zijn voor oudere mensen. Bovendien nemen zij kleinkinderen graag mee naar dit type bedrijf. Vestiging van bedrijven bij instellingen waar veel ouderen wonen of het bezorgen bij instellingen en afhaalmogelijkheden is een kans voor deze sector.

 **kansenmatrix FI-3, 4, 5**

Tabel 8. Kansenmatrix
Sector Fastfood- en IJsbedrijven

Branche	Idee	Code	Voorbeeld	Website
"Comfortbehoevende" ouderen				
	Aanpassingen in het assortiment, "Gezond" trend	FI-1	Suikervrij, melkvrij (soja), vetarm (light) ijs, portiegrootte aanpassen	
	Kleine aanpassingen voor vergroting gemak	FI-2	Stoelen in afhaalgedeelte, leesbare menukaart	

Medisch zorgbehoevenden				
Verpleeg- en verzorgingshuizen	Bezorging aan instellingen	FI-3		
	vestiging in combinatie met geïntegreerd concept wonen-zorg-welzijn	FI-4		
	vestiging dichtbij instelling, tevens afhalen	FI-5		
Ziekenhuizen	Fastfood-/ ijsconcept in ziekenhuizen	FI-6	Antoine Petit: kiosk, snacks en dranken concept in ziekenhuizen	www.albron.nl

Gehandicapten				
Gehandicaptenzorg	Aanpassingen ter bevordering van toegankelijkheid voor gehandicapten	A-1	Landelijk Bureau voor toegankelijkheid	www.lbt.nl

Kinderen				
Kinderopvang	Samenwerking met kinderopvang voor ijsmiddagen en bezorgen van ijs, educatieve rondleidingen	FI-7		

Bron: Horwath Consulting

9.3 Aandachtspunten in combinatie met zorg

De volgende aandachtspunten dienen in overweging genomen te worden wanneer de ondernemer op de kansen van zorg wil inspelen.

Prijsbeleid van instellingen


Prijzen in instellingen zijn laag, kosten worden zoveel mogelijk beperkt. Horeca ondernemers die hun producten willen leveren aan instellingen, dienen de mogelijkheden van kostenbeperking te overwegen of te onderzoeken of de koopkracht van de bewoners groot genoeg is voor een duurder product.

Laagdrempeligheid van de bedrijven in deze sector kan leiden tot overlast van jongeren, dit kan ouderen of gehandicapten tegenhouden om te bezoeken.

Confrontatie van verschillende doelgroepen kan soms tot problemen leiden. Het is de taak van de ondernemer om dit te voorzien en dergelijke problemen te voorkomen.

10 Kansen voor de Sector Toerisme, Recreatie, Sport en Cultuur

Het ledenbestand van deze sector bestaat onder andere uit campings, strandexploitanten, bowlingondernemingen, sportaccommodaties, dagattracties en verblijfsaccommodaties.

Uit het gesprek met de sectormanager, de informatie op de ledensite van Koninklijk Horeca Nederland en het trendrapport Toerisme, recreatie en vrije tijd 2003-2004 van het NRIT is een aantal trends genoemd die in verband gebracht kunnen worden met zorg. De kansen die hieruit voortkomen worden beschreven (zie ) en zijn samengevat in de kansenmatrix. Bij de kansen zijn voorbeelden genoemd van (horeca-)bedrijven die daar invulling aan hebben gegeven. Indien bekend, zijn daarvan websites aangegeven. Er is ruimte om uw ideeën toe te voegen in de kansenmatrix.

10.1 Recente ontwikkelingen binnen de sector

Stijging aantal vakantiehuisjes

Er zijn in Nederland tussen 1992 en 2003 bijna 23.000 vakantiehuisjes bijgekomen. Factoren als welvaart, vergrijzing en krapte op de markt van reguliere woningen stimuleren de vraag naar dit type accommodatie. Ook steeds meer Nederlanders kopen een tweede woning in of nabij een bungalowpark. 13% van het totale aantal vakantiewoningen wordt permanent bewoond (bron: Ministerie VROM).

Recreatiewoningen vooral in dunbevolkte vakantieregio's aan de kust of in Oost-Nederland

In deze gebieden zijn de afgelopen jaren ook de meeste vakantiewoningen bijgebouwd.

Ontwikkeling nieuwe verblijfsvormen

In 2003 is er door diverse marktpartijen een aantal nieuwe, andersoortige verblijfsvormen ontwikkeld. Voorbeelden hiervan zijn boomhutten en luxe trekkershutten. Een kans voor de ondernemer in deze branche om in te spelen op zorg, is het ontwikkelen van vakantieaccommodaties voor themavakanties, voor speciale groepen patiënten, accommodaties naar het voorbeeld van bestaande zorgboerderijen en campings en vakantieparken voor gehandicapten.



kansenmatrix TR-6 t/m 12

10.2 Relevante trends en kansen voor deze sector

Toename van het aantal vakanties van senioren -> verlenging seizoen

Aangezien het aantal vakanties van senioren toeneemt, zullen zij ook in toenemende mate gebruik maken van toeristische accommodaties tijdens deze vakanties. Aangezien dit segment ook buiten het hoogseizoen vakantie viert, biedt dit kansen voor de ondernemer in deze sector om het vakantie seizoen te verlengen. Door kleine aanpassingen kunnen bedrijven in deze sector veel aantrekkelijker worden voor oudere gasten. Zelfs kan ingespeeld worden op campings en bungalowparken alleen gericht op deze doelgroep. Tevens kan gedacht worden aan themavakanties voor bepaalde groepen senioren bijvoorbeeld in het kader van natuur, fietsen, wellness en dergelijke.



kansenmatrix TR-1, TR-2

Wellnesstoerisme

Er is steeds meer belangstelling voor de gezondheid. Bedrijven die hierop inspelen gebruiken de term “wellness” voor uiteenlopende producten en diensten zoals sauna’s maar ook fitnesscentra. Er is enerzijds kuren dat in eerste instantie is bedoeld voor mensen met een lichamelijke beperking. Tevens is er wellness dat is gericht op mensen die gezond zijn en dat willen blijven. Op deze trend kunnen ondernemers inspelen door themavakanties en verblijfsaccommodaties te ontwikkelen die gericht zijn op rust en ontspanning.



kansenmatrix TR-9

Stijging in aantal overnachtingen op kampeerterreinen

In 2003 is het aantal overnachtingen op kampeerterreinen is door zowel binnenlandse en buitenlandse gasten gestegen met 6.3% ten opzichte van 2002.

Toenemend maatschappelijk bewustzijn

Mensen hebben steeds meer oog voor de medemens en zijn hierdoor maatschappelijk bewuster. Een voorbeeld hiervan is het steeds meer integreren van gehandicapten in de samenleving. Met speciale vakantieaccommodaties voor deze doelgroep kan een ondernemer bijvoorbeeld inspelen op het zorgsegment gehandicapten. Tevens kan gedacht worden aan het zorgsegment jeugd en het inspelen daarop middels recreatieprogramma’s en themavakanties voor deze groep zorgbehoevenden.



kansenmatrix TR-10, TR-11

Niet doorzetten van de 24-uurs economie

Hierdoor moeten huishoudelijke- en zorgtaken vooral ’s avond en in het weekend plaatsvinden waardoor vrije tijd schaarser en kostbaarder wordt. Dit biedt kansen voor de toeristisch- recreatieve sector in de vorm van onder meer gegarandeerd vermaak, kant-en-klaar belevenissen en behoefte aan luxere accommodaties. Ook de vraag naar kinderopvang op reguliere werktijden zal toenemen doordat de 24-uurs economie geen feit wordt. Het aanbieden van recreatieprogramma’s voor de jeugd en kinderen is een manier om op deze trend en zorg in te spelen.



kansenmatrix TR-13

Tabel 9. Kansenmatrix
Sector Toerisme, recreatie, sport en cultuur

Branche	Idee	Code	Voorbeeld	Website
"Comfortbehoevende" ouderen				
	inspelen op wensen van de gast, verlengen seizoen	TR-1	faciliteiten voor ouderen op campings: verharde en verlichte paden, duidelijke bewegwijzering	
			Organiseren van activiteiten voor ouderen: jeu des boules, bingo, kaartmiddag,	
			Arrangementen: museumbezoek, wandeling, fietstocht	www.dennenhoeve.nl
			Themavakanties, seniorenreizen	www.seniorenreizen.nl , www.krasstervakanties.nl , www.seniorvakantieplan.nl
			Rustgevende faciliteiten en arrangementen	Ryokan en vakantiepark de Bronsbergen www.ryokan.nl ,
	50+-camping	TR-2	camping The White Horse, Hulshorst	www.camping-the-white-horse.nl/

Medisch zorgbehoevenden				
Verpleeg- en verzorgingshuizen	Recreatie-activiteiten voor bewoners van instellingen	TR-3	muzikantenboekingsburo	www.muzikantenboekingsburo.nl/ ouderenzorg
	Vestiging dichtbij woonzorgcentra	TR-4	Teuderion te Tuddern	www.zelfkand.de , www.ronaldmcdonald.nl
Ziekenhuizen	Tijdelijke overname bepaalde ziekenhuisfuncties door verblijfsaccommodaties	TR-5	Dialysecentrum Port Zélande	www.centerparcs.com
	themavakanties	TR-6	Hotel en bungalowpark Groot Stokkert - Reumafonds, Villa Pardoës Kaatsheuvel	www.reumafonds.nl/voorzieningen/vakanties/themas.xml ; www.villapardoes.nl
	vakantieaccommodatie gericht op specifieke patientendoelgroep	TR-7	bungalows voor carapatienten in vakantieoord Broedershoek,	www.broedershoek.nl

Psychisch zorgbehoevenden				
Geestelijke gezondheidszorg	Zorgboerderij	TR-8		www.landbouwzorg.nl www.stichtingwsb.nl www.zorgboeren.nl
	Verblijfsaccommodaties geheel gericht op rust en ontspanning	TR-9	Stichting Natuur kampeerterreinen	www.nauurkampeerterreinen.nl

Bron: Horwath Consulting

Sector Toerisme, recreatie, sport en cultuur 2

Gehandicapten				
Gehandicaptenzorg	Zorgboerderij	TR-10		www.landbouwzorg.nl www.stichtingwsb.nl www.zorgboeren.nl
	Camping voor gehandicapten	TR-11	Camping de ruimte in Dronten	www.campingderuimte.nl
	rolstoeltoegankelijke bungalows, caravans		verschillende campings en bungalowparken in NL en Europa	www.gehandicapten.nl/05vakantie.htm

Jugdige zorgbehoevenden				
Jugdzorg	Recreatieprogramma's en vakanties voor jongeren in instellingen/opvanghuizen	TR-12		

Kinderen				
Kinderopvang	Speciale kinderrecreatie, kinderanimatie programma's	TR-13		www.speeltuinpagina.nl , www.lineaushof.nl. www.chimpiechamp.nl

Bron: Horwath Consulting

10.3 Aandachtspunten in combinatie met zorg

De volgende aandachtspunten dienen in overweging genomen te worden wanneer de ondernemer op de kansen van zorg wil inspelen.

Het segment "zorgbehoevende gast" is te klein voor dagrecreatieve bedrijven om zich hier geheel op te richten. Te denken valt aan het benutten van het laagseizoen voor het uitnodigen van deze gasten. De ondernemer zal tevens oplossingen moeten bedenken om verschillende zorgbehoevende maar ook niet-zorgbehoevende doelgroepen die op hetzelfde moment in de accommodatie aanwezig zijn, te kunnen combineren.


11 Kansen voor de Sector Discotheek- en zaalbedrijven

Dit is een van de kleinste sectoren. Deze sector heeft samen met de Sector Café- en Barbedrijven te maken met allerlei sociaal- maatschappelijke ontwikkelingen in de samenleving. Momenteel bestaan de bezoekers aan discotheken vooral uit jongeren. Zalenbedrijven richten zich veel meer op ouderen vanwege het accommoderen van bijeenkomsten van verenigingen en dergelijke. De zorg biedt ook kansen voor deze sector.

11.1 Recente ontwikkelingen in de sector

- Opkomst van teen-age disco's zonder alcohol en sigaretten voor jongeren
- De talrijke evenementen in Nederland vormen een bedreiging voor discotheken; deze zijn niet gebonden aan een locatie.
- Als tegenhanger van de grote evenementen die de afgelopen vijf jaar hun opkomst gemaakt hebben is de trend nu naar kleinere evenementen.
- Er is veel aandacht voor het jongerensegment; alcoholwetgeving en rookverbod.

11.2 Relevante trends en kansen voor deze sector

In het rapport "Drinken in de Nederlandse horeca 2001" van Bedrijfschap Horeca en "Marktbeeld van de sector Discotheek- en Zaalbedrijven" op de ledensite van Koninklijk Horeca Nederland is een aantal trends genoemd die in verband gebracht kunnen worden met zorg. De kansen die hieruit voortkomen worden beschreven (zie ) en zijn samengevat in de kansenmatrix. Bij de kansen zijn voorbeelden genoemd van (horeca-)bedrijven die daar invulling aan hebben gegeven. Indien bekend, zijn daarvan websites aangegeven. Er is ruimte om uw ideeën toe te voegen in de kansenmatrix.

Groeiend segment senioren

55-plussers hebben tijd en geld te besteden en zijn actief. Deze groep mensen is meer bekend met discotheken dan "oudere ouderen". Het sociale aspect is belangrijk voor deze doelgroep. De sector kan hierop inspelen door het organiseren van thema-avonden voor deze doelgroep waarbij de muziek aangepast is op hun wensen zoals fifties- en sixties-avonden, stijldans avonden, optredens van destijds populaire bands en orkesten.

Kansenmatrix DZ-1

Zaalbedrijven kunnen op zorg inspelen door spel-middagen/-avonden en dergelijke te organiseren. Samenwerking met de Ouderenbond biedt eveneens mogelijkheden en kansen. De relatie die gasten hebben met het zalenbedrijf waar ze vaak komen voor activiteiten, kunnen door de ondernemer benut worden door het organiseren van activiteiten en feesten in de privé sfeer van de gast zoals 40- of 50-jarige huwelijksfeesten, koffietafels bij begrafenissen en dergelijke. De zorgbehoevende heeft dan zo min mogelijk omkijken naar de organisatie. Belangrijk daarbij is tevens de bereikbaarheid van het zaalbedrijf vanuit de woning of zorginstelling (loopafstand 200 meter of binnen vergoedingsgrenzen van taxivervoer).

Kansenmatrix DZ-2

Toename van het aantal alleenstaande ouderen

Op de sub-doelgroep alleenstaande ouderen kunnen discotheken inspelen met speciale single middagen of avonden waarbij de muziekketzer van deze doelgroep gedraaid wordt of live bands spelen. Dit biedt alleenstaanden de mogelijkheid om met elkaar kennis te maken, te “socializen” en zich te ontspannen. Tevens valt te denken aan stijldansmiddagen voor alleenstaande ouderen. Zaalbedrijven kunnen zich uiteraard met andere activiteiten richten op dit segment. Een bijkomend voordeel voor de ondernemer is dat de exploitatieduur efficiënter kan worden benut wanneer dergelijke themabijeenkomsten gedurende weekdagen en –avonden georganiseerd worden.

Kansenmatrix DZ-1

Toenemend maatschappelijk bewustzijn

Mensen hebben steeds meer oog voor de medemens en zijn hierdoor maatschappelijk bewuster. Er is meer aandacht voor de wensen en behoeften van speciale groepen in de samenleving. Vanwege de omvang van de bedrijven in deze sector lijkt het organiseren van disco's voor rolstoelgebonden gehandicapten te organiseren. Ook het inspelen op andere groepen zou kunnen, bijvoorbeeld voor doven. Samenwerking met bonden gericht op deze groepen kan de organisatie vergemakkelijken.

Kansenmatrix DZ-4

Discotheken als evenement organisatoren

Deze trend kan ook toegepast worden op de zorgbehoevende segmenten. Te denken valt de organisatie van aan feesten en evenementen op locatie gericht op ouderen of patiënten van instellingen eventueel in samenwerking met bonden zoals bijvoorbeeld de Ouderenbond.

Kansenmatrix DZ-3

Tabel 10. Kansenmatrix
Sector Discotheek- en Zaalbedrijven

Branche	Idee		Voorbeeld	Website
"Comfortbehoevende" ouderen				
	Thema-avonden voor ouderen of alleenstaande ouderen	DZ-1	discotheken:jaren 50-60 muziek, stijldansavonden, zaalbedrijven:kaart- en spelactiviteiten, samenwerking met Ouderenbond	www.wijkopbouworgaan-wgm.nl /samen_disco.htm
	zaalbedrijven: organisatie van activiteiten in privé sfeer van gast	DZ-2		

Medisch zorgbehoevenden				
Verpleeg- en verzorgingshuizen	Organisatie van feesten in instellingen	DZ-3	evt. in samenwerking met bonden	
	Evenementen gericht op ouderen/patienten (op lokatie)			

Gehandicapten				
Gehandicaptenzorg	Aanpassingen ter bevordering van toegankelijkheid voor gehandicapten	A-1	Landelijk Bureau Toegankelijkheid	www.lbt.nl
	thema-avonden voor gehandicapten	DZ-4	evt. in samenwerking met bonden	

Bron: Horwath Consulting

11.3 Aandachtspunten in combinatie met zorg

De volgende knelpunten dienen in overweging genomen te worden wanneer de ondernemer op de kansen van zorg wil inspelen.

Moeilijk om doelgroepen te combineren

Imago en positionering zijn belangrijke factoren in de sector. Het aantrekken van verschillende doelgroepen op verschillende momenten in, met name, discotheeken, kan leiden tot ongewenste confrontatie tussen doelgroepen. Te denken valt aan het benutten van de dag in plaats van de avond en maandag tot en met woensdagavonden voor het uitnodigen van deze gasten.

12 Hoe nu verder??

Tot nu toe is het volgende aan de orde geweest:

- Wat is zorg?
- Uit welke vraagsegmenten bestaat de vraag naar zorg,
- Welke trends en ontwikkelingen zijn er in de zorg,
- Welke vraag heeft ieder vraagsegment,
- Weergave van een aantal kansen per sector.

Deze informatie heeft u (naar wij hopen!) aan het denken gezet over meer kansen van zorgomzet in de horeca. Wellicht heeft u nog aanvullingen voor de gegeven kansenmatrix van uw sector.

12.1 De kansen van meer omzet uit zorg in uw bedrijf

Ga nu voor uw bedrijf de kansen na aan de hand van een kansenmatrix. Stel u de vragen en vul de antwoorden volgens de aanwijzingen in op de lege kansenmatrix op de volgende pagina.

Tabel 11. Stappen voor de invulling van uw kansenmatrix (1)

Vraag	Vul antwoord in
Welke zorginstelling (en) is/zijn er bij uw bedrijf in de buurt?	kolom "Instelling"
Welke soorten zorgvragers komen in uw bedrijf ?	kolom "Trend" bij het segment waar deze toe behoort
Welke van de beschreven trends zijn merkbaar in uw bedrijf?	
Zijn er concurrenten die ook op deze instellingen / trends inspelen? Welke?	Kolom "Concurrent"

Bron: Horwath Consulting

De aanwezigheid van een of meerdere zorginstellingen bij u in de buurt kan een kans zijn om uw dienstverlening aan te passen aan de vraag naar zorg. Maar ook een trend kan een aanleiding zijn om uw dienstverlening aan te passen aan de vraag naar zorg. Er zijn dus twee manieren om waarop u naar ideeën kunt zoeken. Ga verder met de volgende vragen:

Tabel 12. Stappen voor de invulling van uw kansenmatrix (2)

Vraag	Vul antwoord in
Hoe zou u die gasten beter van dienst kunnen zijn?	kolom "Idee"
Welke ideeën spreken u het meeste aan ?	Kruis aan in kolom "Beste idee"
Welke daarvan zorgen voor extra omzet?	Kruis aan in kolom "Meeste omzet"
Werk drie ideeën uit in een concrete aanpassing van uw dienst of product.	

Bron: Horwath Consulting

12.2 Financiering

Investerings die u moet doen om deze aanpassingen te kunnen doen, zijn mogelijk gezamenlijk met een verzekeringsmaatschappij te financieren. Zie hiervoor de sites van de verschillende zorgverzekeraars zoals bijvoorbeeld www.achmea.nl. Eventueel zijn er subsidies waar u gebruik van kunt maken. Zie hiervoor de verschillende subsidiewijzers bijvoorbeeld [www.zibb.nl/eigen zaak](http://www.zibb.nl/eigen_zaak), www.subsidietotaal.nl.

**Tabel 13. Kansenmatrix voor de ondernemer
Uw bedrijf**

Instelling	Trend	Concurrent	idee	Beste idee	Meeste omzet
"Comfortbehoevende" ouderen					
Medisch zorgbehoevenden					
Psychisch zorgbehoevenden					
Gehandicapten					
Laagdreigende zorgbehoevenden					
Kinderen					

Bron: Horwath Consulting