

Het

Pannenkoekenrestaurant

Jaargang: 2018

in beeld



'Het Pannenkoekenrestaurant in beeld 2018' is een publicatie van
Van Spronsen & Partners horeca-advies

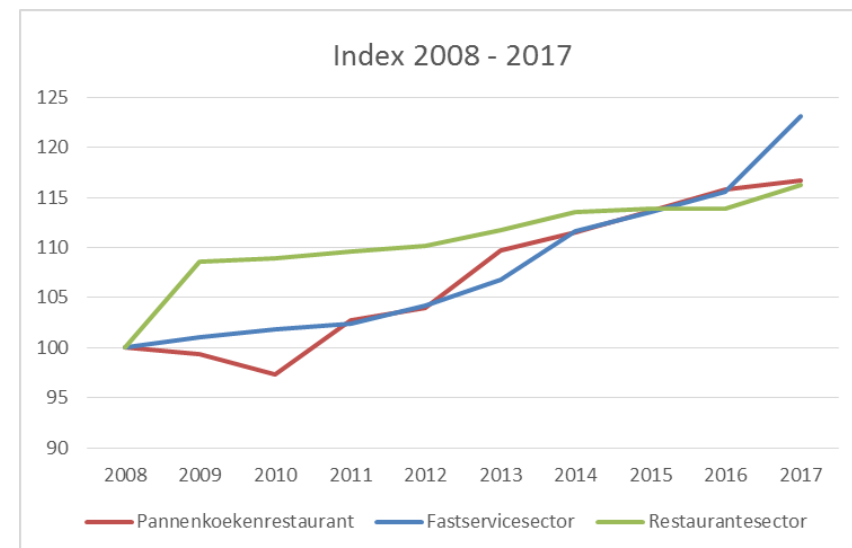
**VAN SPRONSEN
& PARTNERS**
horeca - advies

Aanbod en ontwikkelingen Nederland

- Nederland telt op het moment 384 pannenkoekenrestaurants. De dichtheid (het aantal pannenkoekenrestaurants per 100.000 inwoners) ligt daarmee gemiddeld op 2,2.
- Pannenkoekenrestaurants behoren tot de fastservicesector. Deze subsector van de horeca bestaat daarnaast uit ijssalons, cafetaria, fastservice-restaurants, shoarmazaken, lunchrooms, restauraties, en overige spijsverstrekkers.
- De afgelopen tien jaar is het aantal pannenkoekenrestaurants in Nederland toegenomen van 330 naar 384 bedrijven, een stijging van 16%. De groei van pannenkoekenrestaurants was, met uitzondering van het laatste jaar, in grote lijnen vergelijkbaar met de groei van de gehele fastservicesector (zie nevenstaande grafiek). Ook de gehele restaurantsector maakte de afgelopen 10 jaar een vergelijkbare groei door als de pannenkoekenrestaurants.
- De stijging van pannenkoekenrestaurants was met name fors in de periode 2010 tot en met 2013, met groeicijfers van soms 5% à 6% per jaar. De laatste jaren is de groei echter enigszins gestagneerd, in 2017 steeg het aantal met 0,8% ten opzichte van 2016. Dat laatste jaar maakte de gehele fastservice een fors sterkere groei door (zie tevens duidelijk in de grafiek).

Aanbod en ontwikkeling per provincie

- Gelderland telt de meeste pannenkoekenrestaurants met 74 bedrijven, gevolgd door Zuid-Holland (64) en Noord-Holland (61). Deze provincies vertegenwoordigen ruim de helft van het totale aanbod in Nederland, met 199 van de 384 bedrijven.
- De ontwikkeling van het aantal pannenkoekenrestaurants verschilt sterk per provincie. Met name Overijssel en Noord-Brabant noteren forse groeicijfers. De dichtheid in deze provincies ligt nog iets onder het landelijk gemiddelde, wat aangeeft dat de groei met name een inhaalslag is geweest.
- In absolute aantallen was de stijging het grootst in Noord-Brabant en Zuid-Holland, met een toename van respectievelijk 16 en 12 pannenkoekenrestaurants.
- De provincie Zeeland heeft de hoogste dichtheid met 4,5 pannenkoekenrestaurants per 100.000 inwoners. De provincie Groningen heeft de laagste dichtheid met 0,7 pannenkoekenrestaurants per 100.000 inwoners. Theoretisch gezien heeft Groningen hiermee de meeste ruimte beschikbaar voor uitbreiding.



Bron: Horeca DNA

Provincies	2008	2017	Groei	Dichtheid
Zeeland	16	16	0%	4,2
Gelderland	67	74	10%	3,6
Friesland	18	20	11%	3,1
Drenthe	10	12	20%	2,4
Utrecht	25	30	20%	2,3
Overijssel	16	25	56%	2,2
Noord-Holland	55	61	11%	2,2
Noord-Brabant	38	54	42%	2,1
Zuid-Holland	52	64	23%	1,8
Limburg	20	19	-5%	1,7
Flevoland	7	5	-29%	1,2
Groningen	6	4	-33%	0,7
Nederland	330	384	16%	2,2

Bronnen: Horeca DNA en CBS

De vier grote steden (G4)

- De vier grote steden tellen in totaal 34 pannenkoekenrestaurants.
- Met 19 bedrijven heeft Amsterdam veruit de meeste pannenkoekenrestaurants van de G4, dit mede door haar toeristische aantrekkingskracht. Het aanbod bestaat voor een deel uit relatief kleine etablissementen die zich (deels) op toeristische passanten richten, zoals Sweetella en The Happy Pig.
- In de afgelopen tien jaar is het aantal pannenkoekenrestaurants in de G4 met 31% gegroeid. De groei in de grote steden ligt daarmee fors boven het landelijk gemiddelde (16%). De dichtheid binnen de G4 (1,4) ligt echter fors onder het landelijk gemiddelde, (2,3). De relatief forse ontwikkeling is daarmee een inhaalslag. Met name de lage dichtheid en het uitblijven van ontwikkeling in Utrecht is opvallend. In deze stad is theoretisch gezien de meeste ruimte voor uitbreiding.

4 Grote steden	2008	2017	Groei	Dichtheid
Amsterdam	15	19	27%	2,0
Den Haag	5	6	20%	1,7
Rotterdam	5	8	60%	1,0
Utrecht	1	1	0%	0,3
G4 gemiddeld	26	34	31%	1,4

Toeristische gebieden

- De dichtheid van pannenkoekenrestaurants is het hoogst op de Waddeneilanden, in de Noordzeebadplaatsen en op de Veluwe. Hieruit is te zien dat veel pannenkoekenrestaurants zijn gerelateerd aan (dag-)recreatie en natuur.
- De forse toename van het aantal bedrijven vond voornamelijk plaats in en rond de toeristische gebieden, West- en Midden Brabant en het Delta-gebied.
- In een aantal gebieden nam het aantal pannenkoekenrestaurants de afgelopen tien jaar af, waarbij de daling het grootst was in Zuid-Limburg en in de Achterhoek. Dit zijn de enige gebieden waar het aantal inwoners de afgelopen tien jaar afnam (ontvolking).



Toeristische gebieden	2008	2017	Groei	Dichtheid
Waddeneilanden	8	7	-13%	29,1
Noordzeebadplaatsen	37	37	0%	4,7
Veluwe en Veluwerand	31	36	16%	4,2
Gelders Rivierengebied	11	15	36%	3,6
Utr. Heuvelrug/'t Gooi	25	24	-4%	3,5
Achterhoek	17	14	-18%	3,0
Gr/Frl/Dr/ zandgronden	16	19	19%	2,9
Hollands-Utrechtse meren	5	7	40%	2,3
O-Br/N-Lb/Rijk v Nijmegen	28	28	0%	2,3
West- en Midden-Brabant	26	42	62%	2,2
Deltagebied	12	18	50%	2,0
Meren Gr/Frl/NW-Ov	5	7	40%	2,0
Twente/Salland/Vechtstr	15	20	33%	1,9
Overig Nederland	46	55	20%	1,5
IJsselmeerkust	13	14	8%	1,5
Vier Grote steden	26	34	31%	1,4
Zuid Limburg	9	7	-22%	1,2
Totaal	330	384	16%	2,2

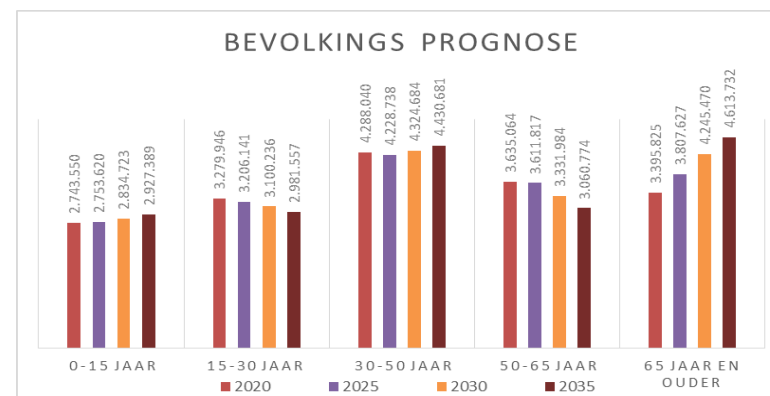
Bronnen: Horeca DNA en CBS

Bezoekersprofiel

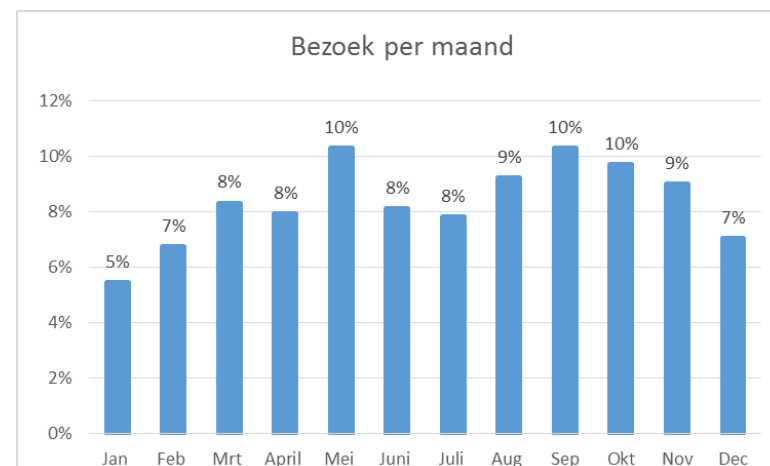
- Voor de pannenkoekensector zijn de senioren en gezinnen de belangrijkste doelgroepen, deze twee groepen zorgen samen voor circa driekwart van de omzet in de pannenkoekensector.
- De senioren groep (65+) bestond in 2015 uit 3 miljoen mensen, dit neemt tot 2035 flink toe tot 4,5 miljoen mensen. Deze ontwikkeling is positief voor de pannenkoekenrestaurants.
- De leeftijdsgroep 0 tot 15 jaar zal de komende decennia ook licht blijven stijgen. Momenteel telt Nederland circa 2,6 miljoen huishoudens met thuiswonende kinderen. Mede dankzij de lichte stijging van het aantal kinderen zal naar verwachting het aantal huishoudens met kinderen de komende jaren licht toenemen.
- Momenteel bestaat de Nederlandse bevolking uit circa 3,4 miljoen mensen met een migratieachtergrond, circa 20% van de totale bevolking. Naar verwachting zal deze groep toenemen tot circa 4 miljoen in 2030. Volgens een onderzoek van MCA Communicatie houden allochtonen van Nederlandse zoetigheden. Zo eet 66% van de Turken en 61% van de Antillianen ten opzichte van 88% van de Nederlanders weleens een pannenkoek. Opvolgende generaties zullen steeds meer vertrouwd raken met traditionele Nederlandse gerechten als de pannenkoek, waardoor het bezoek aan pannenkoekenrestaurants vanuit dit groeiende segment zal toenemen.

Bezoekfrequentie en besteding

- Uit jaarcijfers over horecabezoek van de Nederlandse consument blijkt dat gemiddeld 3% van alle Nederlanders wekelijks een pannenkoekenrestaurant bezoekt. Per week zijn dit circa 500.000 bezoekers, per jaar circa 26,6 miljoen.
- In 2008 lag de bezoekparticipatie van pannenkoekenrestaurants nog op 2,6%. Ook in de fastservicesector steeg de bezoekparticipatie van 51,6% naar 56,9%. In de restaurantsector daalde de bezoekparticipatie van 40,3% naar 35,9%.
- Het bezoek aan pannenkoekenrestaurants is redelijk verdeeld over het jaar (zie grafiek), met pieken in de maanden mei, september, oktober en dalperiode in januari, februari en december. Vooral tijdens de schoolvakanties is de bezoekfrequentie hoger dan normaal. Verder blijkt dat temperatuur en zonuren ook belangrijke factoren zijn die het bezoek beïnvloeden, uiteraard met name bij pannenkoekenrestaurants gelegen in of nabij recreatiegebieden.
- De gemiddelde besteding per bezoek, per gast is circa € 11,=. In de fastservicesector ligt dit gemiddeld op € 6,= en in de restaurantsector op € 17,= per bezoek, per gast.
- Het verschil in de besteding tussen lunch en diner is voor pannenkoekenrestaurants vrijwel verwaarloosbaar (tenzij uitgebreidere kaart wordt gevoerd).
- De gemiddelde besteding is de afgelopen jaren vrij stabiel, om en nabij de € 11,=.



Bron: CBS



Bron: HorecaDNA

De markt van pannenkoekenrestaurants is grofweg verdeeld in traditionele pannenkoekenrestaurants (merendeel) en de langzaam opkomende moderne en trendy pannenkoekenrestaurants.

Traditionele pannenkoekenrestaurants:

- Nostalgische inrichting die (vaak bewust) enigszins gedateerd overkomt.
- Veel donker hout voor tafels en stoelen, vloeren van oude plavuizen of hout.
- Prijzen liggen over het algemeen iets lager dan bij modernere en trendy pannenkoekenrestaurants.
- Richten zich voornamelijk op senioren, gezinnen met jonge kinderen en/of kinderfeestjes, wandelaars en recreanten. Vaak oudere exploitaties die al decennia bekend zijn bij het publiek als pannenkoekenrestaurant.
- Soms ook bredere kaart met broodjes en plateservice en soms als zelfbedieningsconcept.

Trendy pannenkoekenrestaurants:

- Modern en strak vormgegeven interieur dat vergelijkbaar is met andere eigentijdse concepten in de horeca. Deze bedrijven doen daarmee afstand van het oudhollandse imago van pannenkoekenrestaurants.
- Prijzen liggen over het algemeen iets hoger dan traditionele pannenkoekenrestaurants.
- Positioneren zich meestal als een breder concept waar naast pannenkoeken ook een beperkte menukaart is voor lunch- en dinergerechten. Hiermee verschuiven de concepten van een 'single-product' restaurantconcept naar een 'multifunctioneel' horecaconcept.
- Beschikken vaak ook over zalen voor feesten en partijen. Naast de gebruikelijke kinderfeestjes worden nu ook op professionele wijze feesten, bruiloften en vergaderingen georganiseerd om hiermee een bredere doelgroep aan te trekken.

Voorbeelden traditionele pannenkoekenrestaurants



Het Gulden ABC - Delft



Oudt Leyden - Leiden

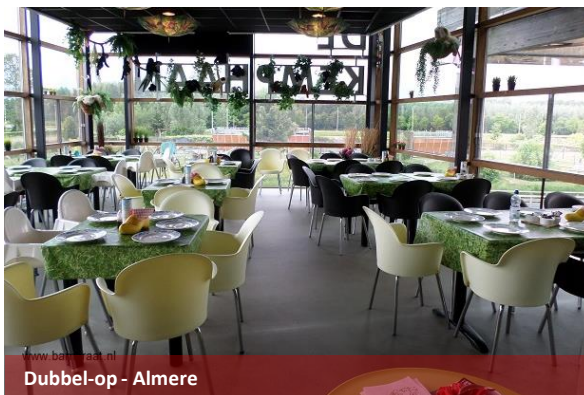
Voorbeelden trendy pannenkoekenrestaurants



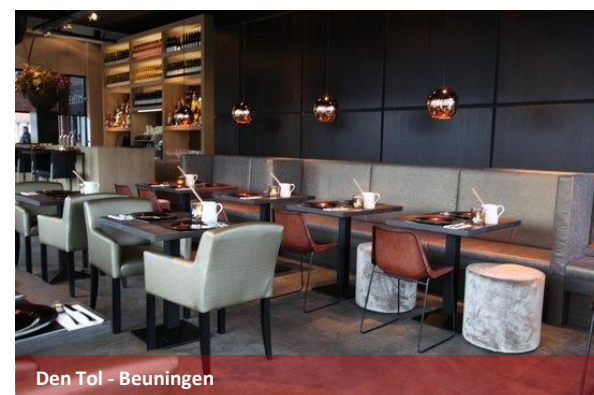
Molen de Zwaluw - Kesteren



Pannenkoeken aan de Linge - Hemmen



Dubbel-op - Almere



Den Tol - Beuningen

Formules en ketens

Ketens in Nederland



De Pannenkoekenbakker; sinds 1983, nu met 15 vestigingen in Nederland.

www.pannenkoekenbakker.nl



Pannenkoek; Sinds 2010 en nu 6 vestigingen in Nederland.

www.pannenkoek.nl



Ice Bakery, sinds 2014, nu 8 vestigingen in Amsterdam waar zoete verwennerijen worden verkocht, waaronder ook crêpes.

www.icebakery.nl

Internationale ketens



IHOP; sinds 1958 een Amerikaanse franchiseketen met 1.565 vestigingen in Amerika, Canada, Mexico, Virgin Island en Puerto Rico. Hebben een breder assortiment met ook ei-gerechten en salades.

www.ihop.com



Roule Galette; fastservice crêperie in Frankrijk met 3 vestigingen zowel take-away als Restaurant.

www.roulegalette.com



Crazy crêpes; fastservice franchiseketen met 101 outlets in winkelcentra in Japan, Filippijnen, Taiwan, China, Australië en Amerika.

www.crazy-crepes.com



De Dutch; sinds 1975 een Canadese franchiseketen met circa 23 pannenkoekenrestaurants met typische Hollandse pannenkoeken in 50 variaties.

www.dedutch.com



Slappy Cake in Portland; een concept met de mogelijkheid tot het zelf bakken en samenstellen van een pannenkoek aan tafel.

www.slappycakes.com



Pancake House; sinds 1952 in de VS. Keten van pannenkoekenrestaurants met ruim 100 vestigingen.

www.pancakehouse.biz

Trends en ontwikkelingen

HORECATRENDS.COM

Van Spronsen & Partners

www.horecatrends.com publiceert dagelijks de nieuwste trends in eten, drinken, dansen, slapen, in- en ontspannen en winkelen.

Nutelleria

Voor de Nutella liefhebbers: in Duitsland en Italië heeft Nutella fast food shops geopend. Ze bieden een ruime keuze aan lekkernijen, zoals pannenkoeken, koekjes, muffins, milkshakes, pasta en pizza's die zijn gemaakt met Nutella. In Amsterdam biedt het concept Ice Bakery een vergelijkbaar assortiment, met meerdere vestigingen in de stad.



Com crêpe

Inspiratie uit Japan voor pannenkoekenrestaurants. Com crepe in Jiyugaoka, Tokyo verkoopt crème brûlée in een crêpe hoorntje. De crème brûlée wordt opgerold in een Franse crêpe waarna er rietsuiker op wordt gestrooid en dit wordt gebrand. Inmiddels telt Com Crêpe 8 vestigingen door Tokio.



Pannenkoekenprinter

Zou het niet geweldig zijn om pannenkoeken te serveren met uw logo voor het ontbijt? Of het logo van een bedrijf dat uw hotel bezoekt? Je kunt natuurlijk ook een tekenwedstrijd organiseren voor de jongste gasten van je hotel en de tekening van de winnaar serveren bij het ontbijt. Wij denken dat je een blijvende indruk met de PancakeBot kunt maken.



Japanse pannenkoekenbar

In Japan kunnen ze niet zonder. Een dag geen okonomiyaki is een dag niet geleefd. Nederlanders lunchen met een broodje kroket, Japanners met okonomiyaki en dat al millennia lang. François Geurds geeft de Japanners gelijk. De okonomiyaki wint het op alle fronten: gezonder, voedzamer, gevarieerder maar bovenal zoveel lekkerder. Hij realiseerde daarom FG Okonomiyaki in Rotterdam.



All You Can Eat Concept:

All you can eat dringt ook door binnen de pannenkoekenrestaurants. Een aantal pannenkoekrestaurants is hier al mee begonnen, vaak nog als actie om in de dalperiode (maandag, dinsdag en donderdag) gasten te trekken. Voor een bepaalde tijd kun je onbeperkt pannenkoeken eten met je favoriete toppings.



Meer trends en inspiratie?

Wil je meer trends, innovaties en inspiratie opdoen voor pannenkoekenrestaurants? Lees dan ook het trendboekje 'Pannenkoekenrestaurants 2018' van onze collega's bij horecatrends.com. Wat is populair, wat gebeurt er in het buitenland en waar kunnen we hier ook gebruik van maken. De bijdrage is terug te vinden op de website van Horecatrends.



Einde crisis = einde groei?

De fastservicesector, waaronder ook de pannenkoekensector, heeft sinds de crisis aanzienlijk meer bezoekers aangetrokken. Consumenten waren tijdens de crisis steeds prijsbewuster en deden minder uitgaven buiten de deur. Het gevolg was dat de consument, vaak ten koste van de restaurantsector, steeds vaker koos voor de meer betaalbare fastservicesector. Nu de crisis achter de rug is ligt het groeitempo van pannenkoekenrestaurants een stuk lager.

Kijkend naar de trendlijn, is de tijd van snelle groei de laatste jaren al voorbij. In cijfers is dit ook te zien, van 2014 tot en met 2017 is het aantal pannenkoekenrestaurants gestegen met 2,7%. Deze groei ten opzichte van het voorgaande jaar werd ieder jaar minder tot slechts 0,8% in 2017. Ondanks de afvlakking van de groei verwachten we echter niet dat het aantal pannenkoekenrestaurants de komende jaren zal dalen.

De belangrijke doelgroepen voor pannenkoekenrestaurants blijven de senioren en gezinnen, die samen voor het grootste deel van de omzet zorgen. Door de vergrijzing die de komende jaren zal plaatsvinden, verwachten wij dat dit beeld de komende jaren onveranderd zal voortzetten. Nieuwe generaties van Nederlanders met een migratieachtergrond raken steeds meer gewend aan Nederlandse tradities en gebruiken en zullen meer pannenkoeken eten dan de generatie voor hen. Deze doelgroep zal daarmee voor de pannenkoekenrestaurants steeds groter worden.

Meer dan pannenkoeken

Een interessante ontwikkeling is dat pannenkoekenrestaurants zich vanuit de nichemarkt verplaatsen naar een bredere markt. Waar vroeger gesproken werd over een 'single product' restaurantconcept verschuift het langzamerhand naar een 'multifunctioneel' horecaconcept. Met name de grotere pannenkoekenrestaurants richten zich naast het restaurantconcept, ook op een compleet party/zalenconcept waarbij bruiloften, feesten en zelfs vergaderingen op professionele wijze worden georganiseerd. De kaart wordt vaak uitgebreid met een aantal gerechten naast de pannenkoeken en de naam pannenkoekenrestaurant verdwijnt soms uit de naamstelling. Dit leidt in de toekomst mogelijk tot een daling van het aantal pannenkoekenrestaurants in de statistiek, deze bedrijven bieden een breder concept en worden mogelijk niet langer als pannenkoekenrestaurant geregistreerd.

Tweedeling zet zich voort

We zien nog steeds duidelijk de tweedeling voortzetten in de soorten pannenkoekenrestaurants. Enerzijds de traditionele pannenkoekenrestaurants nabij toeristische- en recreatiegebieden, vooral populair onder de senioren, gezinnen en dagtoeristen. Anderzijds, zien we steeds meer eigentijdse pannenkoekenrestaurants in en rondom de stedelijke omgeving die zich vooral richten op de stedelingen en toeristisch stadsbezoek.

Langzame ontwikkeling van pannenkoek als fastfood

Hoewel in andere landen wel succesvol, zien we tot op heden in Nederland nog maar heel beperkt pannenkoeken als fast-food geserveerd worden (hoogstens als crêpe in een ijssalon). Op festivals bewijst de pannenkoek zich wel al jaren als fast-food product, daarbuiten echter nog nauwelijks.

Concepten met Okonomiyaki komen ondertussen wel langzaam op, echter meer als fast-casual formule. Enkele jaren geleden alleen nog gezien in Amsterdam bij Japanese Pancake World, nu recent opgepakt door François Geurds (sterrenchef) met een locatie in Rotterdam. Als het een succes blijkt zullen ongetwijfeld vergelijkbare concepten volgen in andere grotere steden. Het zijn de eerste tekenen van de ontwikkeling van pannenkoek richting een fast-food product die wij in een publicatie over pannenkoekenrestaurants tien jaar geleden reeds voorspeld hebben.

De pannenkoek leent zich uitermate goed als fast-food product, met een eenvoudige en snelle bereiding die bovendien mogelijk is in een beperkte productieruimte. Hij is eenvoudig te vullen met diverse ingrediënten om als gezonde snack of eenvoudige maaltijd verkocht te worden. Het past daarmee in het tijdsbeeld van gezond, snel, lokaal en authentiek. Bovendien is hij eenvoudig aan te passen aan dieetwensen als vegetarisch of zelfs gluten- of lactosevrij. Onze verwachting is dat pannenkoeken als fastfood de komende jaren ook eindelijk in en rond winkelstraten en treinstations zal opkomen. Mogelijk ook in combinatie met een bezorgservice. Even pannenkoeken bestellen voor een kinderfeestje of gewoon uit gemak voor het avondeten, waarom eigenlijk niet?

Even voorstellen... Van Spronsen & Partners horeca-advies

Ruim 30 jaar kunnen horecaondernemers, overheid, bankiers en de pers bij ons terecht voor advies over de horeca- en leisurebranche.

Naast horeca-advies verzorgt De Van Spronsen & Partners groep horeca-salarisadministratie, horeca – administratie en gastvrije trainingen.

We zijn gespecialiseerd in haalbaarheidsonderzoeken, rendementsverbeteringen, managementondersteuning, conceptontwikkeling, marketing & strategische visies. Ons bureau voert daarnaast horeca- en leisure onderzoeken uit zoals de Meest Gastvrije Stad en het Nationale Sauna onderzoek.

Regelmatig publiceren wij vakgerelateerde blogs, brancheboekjes en trendpresentaties. Kijk voor alle publicaties op www.spronsen.com



Niek Timmermans

Voor meer informatie, reacties of vragen over het onderzoek kunt u contact opnemen met Niek Timmermans, senior-adviseur bij Van Spronsen & Partners horeca-advies.

E-mail: niektimmermans@spronsen.com.

Tel. 071 541 88 67



"Het Bungalowpark in beeld" is een gratis publicatie van Van Spronsen & Partners horeca-advies.

**VAN SPRONSEN
& PARTNERS**
horeca - advies



"Het Fitnesscentrum in beeld" is een gratis publicatie van Van Spronsen & Partners horeca-advies.

**VAN SPRONSEN
& PARTNERS**
horeca - advies



"Het Leisurecentrum in beeld" is een gratis publicatie van Van Spronsen & Partners horeca-advies.

**VAN SPRONSEN
& PARTNERS**
horeca - advies



"Het Café in beeld" is een gratis publicatie van Van Spronsen & Partners horeca-advies.

**VAN SPRONSEN
& PARTNERS**
horeca - advies

Inspiratie nodig?

Lees dan ook de publicaties op horecatrends.com/trendboekjes

