



DE PRIJSSTIJGINGEN IN DE HORECA

WAT ZIJN DE OPLOSSINGEN?

ABSTRACT

Dit is een gratis e-book en manual geschreven voor Nederlandse en Belgische horecaondernemers die anno 2022 te kampen hebben met de wereldwijde prijsstijgingen in de Foodservice. In contrast met nieuwsartikelen leggen wij niet alleen het probleem uit, maar geven ook realistische oplossingen.

Bart Mentink – LA Streetfood
21-03-2022

Inhoud

1. Inleiding	2
2. De prijsstijgingen	3
2.1 Waardoor zijn de prijsstijgingen ontstaan?	3
2.2 Welke prijsstijgingen kunnen we in de toekomst verwachten?	5
2.3 Hoelang zal deze situatie duren?	6
3. De oplossingen	7
3.1 Hoe kun je reageren op de prijsstijgingen?	7
3.2 Wat moet je nu niet doen?	8
3.3 Vind je het lastig om prijzen op de menukaart aan te passen?	9
3.4 Wordt de prijsstijging wel geaccepteerd door mijn gasten?	9
3.5 De belofte van LA Streetfood	10
4. Personeelsgebrek, de oplossingen	11
4.1 Waarschijnlijk heb je nog een andere uitdaging: een personeelsgebrek. Hoe los je dit op? ...	11
4.2 De Top 10 oplossingen voor meer omzet met minder mensen	11
4.3 Andere bedrijven die jou kunnen helpen	12
4.4 Tenslotte, hoe kunnen wij je verder helpen?	13
5. Enkele bronnen voor dit e-book	14

Lees het artikel helemaal, of ga direct naar het onderwerp dat het beste aansluit bij jouw situatie!

1. Inleiding

Dat de prijzen bij jouw slager, groenteboer, visboer en horecagroothandel de laatste tijd gestegen zijn, heb je ongetwijfeld al gemerkt. Misschien reageer je hier al op met je nieuwe menukaart.

Maar wij willen je waarschuwen voor wat wij nu in de markt zien gebeuren.

En dat gaat verder dan wat hogere prijzen. Sommige producten stijgen de pan uit, of zullen op een gegeven moment zelfs nauwelijks leverbaar zijn. In dit e-book geven wij je tips, zodat jij je kan aanpassen.

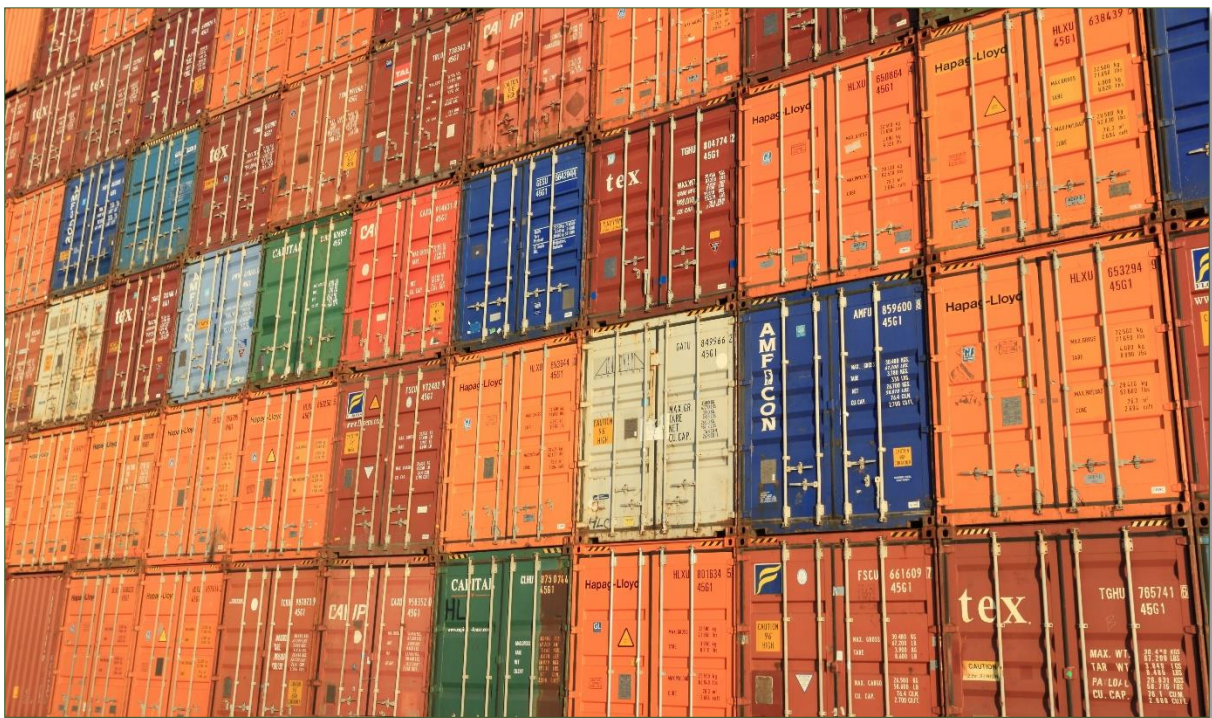
Want wij willen dat je een goed seizoen met een gezonde marge draait.

Let op: Het gaat in dit E-Book eigenlijk niet eens echt om onze eigen producten. Het gaat om alle producten van jouw leveranciers. Maar ook wat je de komende tijd in de markt kan verwachten. Wij merken dat hier eigenlijk te weinig over gepraat wordt door leveranciers. Want niemand vindt het prettig om over prijsstijgingen te praten.

Wij vinden dat verkeerd! Want jij, als horeca ondernemer, moet exact weten wat er speelt, en hoe je hier op kan reageren. Ik weet zeker, dat er in dit E-book tips zitten, waar jij succesvoller van wordt!

Zet hem op!

Bart Mentink – LA Streetfood – voorjaar 2022



2. De prijsstijgingen

2.1 Waardoor zijn de prijsstijgingen ontstaan?

De prijsstijgingen die we nu en in de komende maanden zullen zien, worden veroorzaakt door de volgende structurele macro-economische trends en gebeurtenissen:

- **Stijging van grondstofprijzen, zoals tarwe, aardappelen en raapzaadolie**
Deze prijzen liepen al op door de stroeve heropstart na de Corona lockdowns. Maar de verschrikkelijke situatie in de Oekraïne drijft de prijzen verder op. Oekraïne is de grootste exporteur van en wereldwijd één van de grootste producenten van tarwe. Het is duidelijk dat dit seizoen als verloren mag worden beschouwd, waardoor het komende jaar tekorten zullen ontstaan in deze producten. Dit werkt uiteraard door in een prijsstijging van andere oliën, vetten en granen. De prijs van tarwe is onlangs al met 40% gestegen.
- **Stijging van veevoederprijzen**
Dit komt doordat graan, maïs en andere componenten duurder worden. De veevoederprijzen stijgen zo hard, dat boeren niet weten of het nog rendabel is om veel vee aan te houden. Veel varkensmestererijen in Europa staan daardoor gewoon leeg. Dus de komende maanden wordt er minder geproduceerd, waardoor de prijs van vlees nog verder zal stijgen.
- **Stijging van prijzen van verpakkingsmaterialen, zoals plastic, papier en hout**
Deze stijging kent diverse oorzaken, zoals de vraag die flink hoger ligt dan het aanbod, de stijgende prijs van energie en de stijgende prijs van olie en andere componenten voor kunststoffen.
- **Stijging van transportkosten**
Deze kosten stegen aan het einde van de Coronacrisis al door de tekorten aan zeecontainers en het tekort aan chauffeurs. Maar de gestegen diesel- en benzineprijs die wordt veroorzaakt door de situatie in de Oekraïne heeft een groot effect op bijna elke productprijs die vervoert wordt over land, water of zee.
- **Stijging van energieprijzen door het Oekraïne conflict**
De gasprijzen staan zo'n 190% hoger dan 2021. Dit heeft een groot effect op bijna alle product- en grondstofprijzen.
- **Tekorten aan vee doordat de veestapels kleiner zijn geworden tijdens de lockdowns**
Deze worden nu niet aangevuld door de boeren, door de stijgende energietarieven en veevoederprijzen. Ze zijn hierdoor onzeker of ze nog aan hun dieren kunnen verdienen. Niet alleen de prijzen van vlees stijgen hierdoor, maar natuurlijk ook van de zuivel. Prijsstijgingen van 50% (boter) en 36% (kaas) zijn op dit moment in Europa al doorgevoerd.
- **Mislukte oogsten door weersomstandigheden**
Droogte in Rusland, Canada en Zuid-Amerika hebben ervoor gezorgd dat er al tekorten waren, nog voor het Oekraïne conflict. Zo is er 2,4% minder tarwe en 4,5% minder sojabonen geproduceerd. Dit versterkt het effect van de wereldwijde tekorten.

- Extra vraag naar vlees en zuivel vanuit Azië, waardoor de wereldprijs stijgt
Vorig jaar was er bijvoorbeeld sprake van een flinke handelsstroom rundvlees richting China en andere landen in Zuidoost-Azië. Chinezen zijn de afgelopen jaren meer rundvlees gaan eten onder meer als gevolg van een tijdelijke krapte aan varkensvlees door uitbraken van Afrikaanse varkenspest in de jaren 2018-2020.
- Tekort aan personeel en arbeid
Vakmensen zijn schaars. Niet alleen aan koks, maar ook aan uitbeneders, chauffeurs en productiemedewerkers is een enorm tekort. Veel producenten kunnen op dit moment de vraag niet aan, en geregeld staan er productielijnen stil.
- Hoge inflatie, waardoor de euro zeker 5% minder waard is dan een jaar geleden.

Conclusie: We hebben hier wereldwijd mee te maken. Er is geen enkele discussie dat alle prijzen van alle leveranciers, producenten en groothandels hierdoor zullen stijgen. De vraag die wij gezamenlijk moeten beantwoorden, is: hoe ga je hiermee om als horeca ondernemer.



2.2 Welke prijsstijgingen kunnen we in de toekomst verwachten?

De komende 3-4 maanden zullen de prijzen blijven stijgen. Sommige product categorieën worden harder getroffen, zoals brood. Dit komt door het duurder geworden graan, het tekort aan goede bakkers en de stijgende energie kosten van de bakovens. Dit is nog exclusief het duurder geworden transport en de toegenomen verpakkingskosten. De prijs van brood en tarwetortilla's kan in 2023 maar liefst 2x zo hoog zijn als we gewend zijn.

De prijzen zijn niet alleen hoger dan we gewend zijn. Stijgingen worden ook sneller doorgevoerd. Producenten breken noodgedwongen contracten open, omdat ze zich niet meer aan prijsafspraken kunnen houden. Hun argument, force majeure, of in goed Nederlands, overmacht, leidt ertoe dat prijzen sneller aangepast worden. Horeca groothandels en horeca ondernemers zullen sneller en lichtvoetiger moeten reageren dan ze gewend zijn. Wendbaarheid is belangrijker dan ooit.

Er zijn analisten die verwachten dat de toekomstige procentuele stijging van rundvlees mee zal vallen, doordat deze dieren gevoed worden door gras en niet door het duurder geworden veevoeder. Maar tot nu toe, hebben we in Europa juist een flinke prijsstijging van het rundvlees gezien. Al dit soort zaken houden wij natuurlijk voor je in de gaten.

2.3 Hoelang zal deze situatie duren?

De verwachting van onze analisten is dat de komende 3 tot 4 maanden nog voor stijgingen zullen zorgen en dat de markten en prijzen daarna stabiliseren. Tijdens deze periode kan het gebeuren dat er een product niet leverbaar is of de levertijden extreem oplopen. Dat is een situatie die wij in Europa lang niet hebben meegemaakt. Nu al merken we bijvoorbeeld grote tekorten aan oliën en halal rundvlees en hebben diverse producenten zelfs al een klanten-stop doorgevoerd.

Vooraf horeca ondernemers die door de Covid crisis wat 'minder vet op de botten hebben', moeten nu op de juiste manier reageren. Anders draai je gewoon een paar maanden verlies, en dat kun je nu niet gebruiken.



3. De oplossingen

3.1 Hoe kun je reageren op de prijsstijgingen?

Top 5 oplossingen:

1. Pas je prijzen op jouw menukaart aan, voordat het seizoen begint
Denk bijvoorbeeld aan een prijsstijging van 20-25%.

2. Bouw flexibiliteit in

De kans bestaat dat je binnenkort opnieuw je prijzen moet aanpassen of dat er een product niet leverbaar is. Dus zorg dat je snel en eenvoudig je menu of je prijzen kunt aanpassen.

3. Kijk kritisch naar je portiegrootte

Enkele voorbeelden uit ons eigen assortiment; de meest verkochte burgers zijn 180 gram. Maar we verkopen ook burgers van 150 gram. Dit scheelt veel in de kostprijs, maar in de beleving van de klant nauwelijks. Een ander voorbeeld is de tarwetortilla. Gebruik je nu een 30 cm? Je zou kunnen overwegen om terug te gaan naar 25 cm. Niet alleen is de tortilla goedkoper, er gaat natuurlijk ook iets minder vulling in. Maar het blijft nog steeds een flinke tortilla.

4. Overweeg Vegan

Alles wordt de komende tijd duurder, ook vegan producten. Maar dit is wel het moment dat vegan goedkoper kan worden dan vlees. Als we kijken in ons assortiment, zien we dat de prijsstijgingen op onze Avocadoburger, Beetroot burger, vegetarische hotdog en de producten van Greenway meevallen.

5. Sla groot in als je de kans hebt

Als je de ruimte en mogelijkheid hebt om een paar cruciale producten groot in te slaan voor de komende maanden, kan dit de nodige rust geven. Het hangt er natuurlijk van af, wat voor opslagmogelijkheden je hebt. Droog (bijvoorbeeld frituurvet of nachos), Vries (steaks, spare-ribs, burgers, pulled pork carnitas of hamburger buns) of Koel (alle soorten kaas).



Tenslotte: Combineer verschillende proteïnes. Met een Mixed Grill bijvoorbeeld, kun je per week bepalen welke vleessoorten je gebruikt. En dat laat je afhangen van de prijsontwikkelingen. Zo blijf je wendbaar en flexibel. Wat je ook goed kan doen, is jouw Pulled Pork of Pulled Beef aanvullen met bijvoorbeeld zwarte bonen of linzen. Als je er een beetje in verdiept (met de heerlijke kookboeken van Ottolenghi bijvoorbeeld), kan dit superlekker zijn, maar het scheelt enorm in de kostprijs.

3.2 Wat moet je nu niet doen?

1. Ga niet op zoek naar koopjes en aanbiedingen

Dit klinkt heel erg tegenstrijdig. Maar stop niet te veel energie in koopjes zoeken bij verschillende groothandels en aanbieders. Een groothandel kan je nu lokken met een extreem scherpe prijs. Maar die prijs is tijdelijk, omdat de onderliggende oorzaken wereldwijd en structureel zijn.

Dat betekent, dat je de prijsstijging alsnog 'stilletjes' krijgt doorgevoerd in de komende maanden, op het moment dat je geen tijd hebt om er op te letten en nieuwe menukaarten te maken.

En dan heb je een echt probleem: dan verdien je niets. Dus niet shoppen, maar zoeken naar echte oplossingen.

2. Ga nooit met slechtere kwaliteit werken

Dan ben je direct inwisselbaar met elke bezorgdienst of supermarkt. Blijf op jouw kwaliteitsniveau, maar kijk bijvoorbeeld naar jouw portiegrootte of prijs.

3.3 Vind je het lastig om prijzen op de menukaart aan te passen?

Toch doen. Hier de belangrijkste redenen:

- De prijsstijgingen zijn wereldwijd, bij alle leveranciers en in alle productgroepen.
- Niet alleen jouw inkoop (of inslag) gaat omhoog, maar ook de personeelskosten. Goed personeel is moeilijk te vinden en wil steeds beter verdienen. En daar heb jij marge voor nodig.
- Jouw complete verdienmodel is veranderd door de lockdowns, je moet nu jouw omzet en winst in een paar maanden maken. Daar heb je een gezonde marge voor nodig.

3.4 Wordt de prijsstijging wel geaccepteerd door mijn gasten?

Ja. In het begin kun je er misschien een opmerking of vraag over verwachten, maar realiseer je het volgende:

- Veel horeca ondernemers doen het al en zij zijn positief verbaasd, dat ze niet minder zijn gaan verkopen, maar toch hun marge kunnen behouden.
- Iedereen ziet dat de prijzen in de supermarkt, bij het benzinestation en in de huizenmarkt snel stijgen. Dit is niet nieuw, het gebeurt in elke bedrijfstak.
- Iedereen begrijpt dat horeca ondernemers het nu in een paar maanden moeten verdienen. Wie kan garanderen dat we december niet weer in een lockdown zitten....
- Nu het weer mag, willen de consumenten graag weer besteden in de horeca. Dit is wat we allemaal gemist hebben. We willen onszelf belonen en genieten.
- Jouw gasten komen niet voor het eten en drinken, dat kunnen ze in de supermarkt ook wel kopen. Ze komen voor de beleving en een avondje uit. Ze willen zich speciaal voelen. Dat is de dienst die je verkoopt als horeca ondernemer! Zorg dat dit 100% klopt.
- En uiteindelijk worden de nieuwe prijzen weer normaal. Het duurt een paar maanden, maar dan went het.



3.5 De belofte van LA Streetfood

Dit raakt natuurlijk zelfs ons assortiment. Wat gaan wij doen om de prijsstijgingen minimaal te houden voor jou? We hebben een heel transparant, open en eerlijk prijsbeleid:

- ✓ Wij verhogen zo veel mogelijk onze voorraden, nu we nog kunnen inkopen voor de oude prijs.
- ✓ We onderhandelen scherp voor je.
- ✓ We zetten pas een prijsstijging door, als het echt niet anders kan.
- ✓ Zodra het weer kan, verlagen we per direct weer onze prijzen.
- ✓ Wij blijven op zoek naar innovatieve producten en oplossingen voor jouw keuken die scherp geprijsd zijn, waar je geen koks voor nodig hebt en die geweldig smaken.
- ✓ Als je meer informatie of samples wil hebben van alternatieve producten, brengen we deze langs. Zo kun je snel reageren en blijf je wendbaar.

4. Personeelsgebrek, de oplossingen

4.1 Waarschijnlijk heb je nog een andere uitdaging: een personeelsgebrek. Hoe los je dit op?

Er is een duidelijk verband tussen de prijsstijgingen en het tekort aan horecapersoneel. Goede vakmensen worden nu namelijk overal schaarser, dus duurder. Daarom worden de producten ook duurder. Maar daarnaast vinden veel mensen de inkomens in de horeca te laag voor de toegenomen kosten bij hen thuis. Want ook zij betalen privé meer voor hun energie en hun boodschappen... Dus die inkomens moeten omhoog.

Op de afgelopen beurzen heb ik met honderden horeca ondernemers gesproken. En iedereen loopt tegen hetzelfde probleem aan: personeelsgebrek. Geen koks of geen bediening.

Omdat ik wist dat ik dit artikel ging schrijven, heb ik iedereen gevraagd naar hun oplossing. En dit zijn de oplossingen die ik het vaakst heb gehoord.

4.2 De Top 10 oplossingen voor meer omzet met minder mensen

1. Halveer je menukaart;
2. Zorg dat je gerechten aanbiedt in elke productgroep van de 3-eenheid: Comfort Food (ongezond lekker eten wat we gemist hebben) – Healthy Food (de Corona kilo's eraf voor de zomer) – Vegan Food (bewustzijn, minder prijsstijgingen);
3. Werk met onderscheidende, unieke producten die jouw gasten niet thuis kunnen bereiden of kopen (bijvoorbeeld de Avocaburger of de Pretzel Bun);
4. Maak de keuken simpel: zorg dat je een nieuwe keukenhulp binnen een halve dag de menukaart kan leren;
5. Gebruik de hoogste kwaliteit ready-to-use producten, zodat je met minder mensen meer omzet kunt maken. Ze moeten er uitzien en proeven als home-made (zoals de Ballymaloe relishes of de Pulled Pork Carnitas);
6. Gebruik vergevingsgezinde producten. Dit zijn producten die, als ze iets te lang in de oven of op de plaat hebben gelegen, nog steeds goed smaken. Hierdoor heb je minder derving en minder problemen tijdens de topdrukke (zoals de MexMix kaasmix of de Smoky Mountains burger);
7. Gebruik dezelfde producten een paar keer op je menukaart;

8. Gebruik apparatuur waardoor alles makkelijker wordt en sneller gaat, zoals de Roband Grillstation. Hierdoor heb je minder personeel nodig en heb je een hogere tafelbezetting;
9. Voer een prijsstijging door, zodat je jouw mensen beter kunt betalen;
10. En dan de belangrijkste: creëer een unieke werksfeer waarin hard wordt gewerkt, maar waarin er ook wordt gelachen en veel waardering is.

Meer tips vind je in het volgende artikel: <https://www.la-streetfood.com/nieuws/lezen-tien-tips-om-een-kokstekort-te-lijf-te-gaan>

4.3 Andere bedrijven die jou kunnen helpen

Als het gaat om het personeelsgebrek moeten we eerlijk zijn.

Wij hebben een belangrijk stuk van jouw oplossing. Maar complexe problemen zoals deze los je op door veel oplossingen te combineren. Dus afhankelijk van jouw horecaconcept moet je eigenlijk op zoek gaan naar meer mini oplossingen bij verschillende leveranciers en deze integreren in jouw proces.

Een mooi voorbeeld zijn de producten van de cocktailclub (<https://de-cocktailclub.com/>). Dit zijn de eerste voorgemaakte cocktails die echt smaken als zelfgemaakte. Binnen 10 seconden heb je een Pornstar Martini op tafel staan, en dat scheelt aardig wat druk op de bar. Maar ook technische oplossingen zoals een glazenpoelmachine of een Lattiz melkschuim apparaat kunnen een enorm verschil maken (www.lattiz.com).

Een andere oplossing is om van een afstandje naar je bedrijfsformule te kijken. En jezelf de volgende vraag te stellen: wat zou mijn gast zelf kunnen doen? Een paar voorbeelden uit de praktijk:

Succesformule Va Piano's laat haar gasten sinds 2002 de bediening vervangen. Met 130 vestigingen in 28 landen, zie je dat het werkt. Maar ook zelfstandige horecabedrijven gaan steeds meer deze kant op. Bijvoorbeeld met behulp van buzzers. Officieel heten ze Klanten Oproep Systemen, maar het principe is, dat je de gast vraagt om de bestelling zelf op te halen.

La Place, Loetje, het Kurhaus en Van der Valk zijn bijvoorbeeld klant van VedoSign (www.vedosign.com), maar wij zien ze zelf ook steeds vaker bij drukke en succesvolle strandpaviljoens. Mac Donalds laat haar gasten de kassière vervangen met de bestelzuil, volgens hetzelfde principe als Albert Heijn dat doet met de zelfscan. Deze voorbeelden kent iedereen. Maar wist je ook al dat franchisenemers van Loetje, Cubanita en Bregje hun klanten soms zelf laten bestellen via de app Butlaroo (www.Butlaroo.com).



4.4 Tenslotte, hoe kunnen wij je verder helpen?

Ik denk dat dit artikel je wat handvaten geeft waarmee je vandaag nog aan de slag kunt.

Heb je nog een specifieke uitdaging of vraag, dan staan we voor je klaar natuurlijk.

Deel jouw vraag met ons, en wij voorzien je graag van bijpassende oplossingen en samples.

Email: info@la-streetfood.com, Telefoon: +31 570 763 111



Arno Portegies
Culinary specialist

mobile: +31 (0)68 448 05 05
arno@latin-americanfood.nl



Bart Mentink
Sales projects

mobile: +31 (0)61 308 46 18
bart@latin-americanfood.nl



Jolien Hurdeman
Sales NL: Friesland, Groningen,
Drenthe en Flevoland

mobile: +31 (0)62 932 15 09
jolien@latin-americanfood.nl



Giulian van Zwieten
Sales NL: Overijssel en Gelderland

mobile: +31 (0)62 932 14 29
giulian@latin-americanfood.nl



Cengiz Degirmenci
Sales NL: Noord- en Zuid-Holland,
Utrecht en Flevoland

mobile: +31 (0)61 184 72 56
cengiz@latin-americanfood.nl



Tom Sprengers
Sales NL: Brabant, Limburg en
Zeeland

mobile: +31 (0)61 148 78 72
toms@latin-americanfood.nl



Jurgen Mertens
Sales België

mobile: +32 (0)468 432 288
jurgen@latin-americanfood.nl



Lawrence van Walleghem
Sales BE: Oost- en West Vlaanderen

mobile: +32 (0)469 116 624
lawrence@latin-americanfood.nl



Carlien Noppers
Event coördinator & sales support

mobile: +31 61 178 63 76
carlien@latin-americanfood.nl

5. Enkele bronnen voor dit e-book

- <https://www.nieuweogst.nl/nieuws/2022/02/25/tarwenoteringen-rijzen-de-pan-uit-door-oekraïnecrisis>
- <https://www.vrt.be/vrtnws/nl/2022/02/24/veevoeder-duurder-door-oorlog-oekraïne/>
- <https://www.foodbusiness.nl/bedrijven/artikel/10896411/papier-en-aluminium-blijven-in-prijs-stijgen>
- <https://www.transport-online.nl/site/137817/benzine-en-dieselprijs-stijgen-verder-door-oorlog-in-oekraïne/>
- <https://www.ad.nl/koken-en-eten/brood-wordt-twee-keer-zo-duur-door-oorlog-en-sancties~afac9b9e/>
- <https://www.frituurwereld.nl/2022/03/18/prijsverhogingen-ik-zit-ermee-het-raakt-mensen-die-het-al-niet-breed-hebben/>