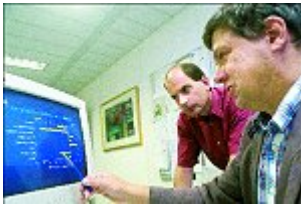


Bedrijfsspiegeling bevordert rendement

label: fastfood

Inzicht krijgen in de sterke en zwakke punten van de onderneming aan de hand van een vergelijking van de jaarcijfers met die van soortgelijke bedrijven. Deze mogelijkheid, met als doel rendementsverbetering, biedt het Horeca Analyse Systeem (HAS) van het Bedrijfschap Horeca en Catering. Momenteel participeren zo'n tweehonderd cafeteria-achtige bedrijven in het HAS. Als het aan cijferanalyticus Frank Meeuwsen en communicatiefunctionaris Bert Wiltjer ligt, neemt het aantal deelnemers op korte termijn fors toe.



Het HAS is in 1981 ontwikkeld door het Bedrijfschap Horeca en Catering. 'Voordien was de horecabranche voor informatie over omzet- en kostenontwikkelingen afhankelijk van het Centraal Bureau voor de Statistiek', vertelt Frank Meeuwsen. 'Die gegevens waren echter niet

actueel en diepgravend genoeg. Dat is trouwens nog steeds het geval. Cijfers van de gehele fastfoodsector worden door het CBS op een hoop gegooid en niet uitgesplitst per type. Wij bieden op grond van actuele informatie vergelijkingsmateriaal dat gedetailleerd is toegespitst op de verschillende horecatypen en omzetgroottes.'

Normbedrijf

Het bedrijfschap verzamelt omzet- en kostencijfers zelf. Dat gebeurt bij ondernemers die behoefte hebben aan bedrijfsspiegeling. Jaarlijks verstrekken zij hun jaarcijfers aan het Bedrijfschap, dat de gegevens vergelijkt met het zogenoemde normbedrijf. De norm wordt bepaald aan de hand van het gemiddelde van deelnemende bedrijven van hetzelfde type en gelijke omzetklasse. Meeuwsen: 'Hoewel dit alleen cijfers van deelnemende bedrijven betreft, is de norm representatief en kan men zich er met goed fatsoen aan spiegelen. Het gaat immers om gegevens van ondernemers die bewust met hun cijfers omgaan en streven naar een beter rendement.'

Na de vergelijking ontvangt iedere deelnemer een analyse op maat van zijn omzetontwikkeling en kostenstructuur. Die geeft direct inzicht in hoe de zaak ervoor staat ten opzichte van vergelijkbare collega-bedrijven. Ook wordt dan duidelijk waarin de bedrijfsvoering kan worden bijgestuurd om meer rendement te behalen. 'Bovendien is het HAS een bekend instrument bij veel banken en horeca-adviesbureaus', zegt Bert Wiltjer. 'Het kan de horecaondernemer helpen bij bijvoorbeeld een kredietaanvraag.'

Omzetniveau

Aanvankelijk kreeg het HAS hoofdzakelijk cijfers uit de hotel- en restaurantbedrijven. Later kwam daar ook de fastfoodbranche bij. Deze is onderverdeeld in kleine snackbars, grotere cafeteria's, lunchrooms, ijssalons en grote fastfoodketens. Per type bedrijf wordt weer onderscheid gemaakt in omzetniveau en omzetverdeling. Zodoende kunnen deelnemende bedrijven zich spiegelen aan relevante cijfers. Wiltjer: 'Dit is het maatwerk waarin het HAS zich onderscheidt van kengetallen in tabellenboeken.'

‘Het systeem zegt niet wát ondernemers moeten doen om hun rendement te verhogen, maar geeft aan wáár verbetering mogelijk is’, benadrukt Meeuwsen. ‘Het HAS signaleert. Dat is een belangrijk verschil met het traject Hoger Rendement Horeca (HRH), dat vooral ook adviseert en begeleidt. Beide trajecten vullen elkaar echter prima aan. Ze krijgen wederzijds instroom. Het HAS maakt haar deelnemers attent op de mogelijkheden van HRH, dat op haar beurt ondernemers kan adviseren deel te nemen aan het HAS.’

Geen tijd

Deelname aan het Horeca Analyse Systeem is gratis en kost de ondernemer doorgaans niet meer dan twee uur per jaar. Daarnaast is de geheimhouding van de verstrekte jaar cijfers wettelijk gewaarborgd. Toch participeren in het HAS slechts tweehonderd cafetariahouders en lunchroomondernemers. ‘Dat is maar een gering percentage van de totale branche’, beaamt Frank Meeuwsen.

‘Waar dat aan ligt? Vaak krijgen wij te horen dat men geen tijd heeft. En wanneer we voorstellen om het verstrekken van de gegevens over te laten aan de boekhouder, luidt de reactie dat deze dan een hoger tarief in rekening brengt. Ik denk echter dat fastfoodondernemers vaak gewoon geen in interesse in cijfers hebben. De doorsnee cafetariahouder is vakman, maar geen ondernemer. Hij staat liever zestig uur per week achter de bakwand dan dat hij veertig uur in de zaak is en zich daarnaast vier uur bezighoudt met een kritische blik op de winstgevendheid van zijn werkzaamheden.’

Niettemin is het Bedrijfschap er veel aan gelegen om het aantal HAS-deelnemers uit de fastfoodsector sterk uit te breiden. ‘We krijgen dan nog beter zicht op de ontwikkelingen die zich in de branche voordoen’, verklaart Wiltjer. ‘Algemeen beschouwd is het bedrijfschap er immers voor een stuk collectieve belangenbehartiging waarin kennis van de markt onontbeerlijk is. Denk daarbij aan de ontwikkeling van onder meer loonkosten en overheidslasten. Maar bovenal bevorderen meer deelnemers de kwaliteit van het analysesysteem op zich. Zo wordt de representativiteit hoger. Ook zouden we de gegevens kunnen uitsplitsen naar regio. Er zijn nu eenmaal verschillen tussen de cijfers van een cafetaria in Amsterdam en die van een bedrijf in Limburg of Friesland. Je kunt de analyse verfijnen en nog meer maatwerk leveren, hetgeen uiteindelijk de kwaliteit van de informatie richting ondernemers verder zal verbeteren.’

Promotie

Een promotiecampagne moet nieuwe deelnemers over de drempel krijgen. Direct-mailacties spelen daarin een belangrijke rol. Niet alleen de individuele fastfoodondernemer zal actief worden benaderd. Ook samenwerkingsverbanden en bankinstellingen wil het Bedrijfschap in de werving betrekken. Wiltjer: ‘Leden van een fastfoodformule zouden zich aan elkaars resultaten kunnen spiegelen en voor banken kan het evenmin kwaad dat hun cliënten meedoen aan het HAS. Het moet horecaondernemers van zoveel mogelijk kanten duidelijk worden dat het systeem hen alleen maar voordelen oplevert.’

Alle HAS-informatie voor ondernemers, administrateurs en andere geïnteresseerden staat op website www.bhenc.nl/has. Informatiefolders en het HAS-startpakket zijn te bestellen bij de Informatieservice van het Bedrijfschap Horeca en Catering, telefoon (079) 360 07 07.

Vakmedianet. Auteursrecht voorbehouden.

Op gebruik van deze site zijn de volgende regelingen van toepassing: **Gebruiksvoorwaarden** en **Privacy Statement**

Vakmedianet gebruikt cookies om bepaalde voorkeuren te onthouden en af te stemmen op uw vakmatige interesse. **Meer informatie over het gebruik van cookies**