

HORECA VERLIEST AL VELE MILJOENEN IN EERSTE ZES MAANDEN VAN 2023 DOOR KLANTEN DIE NIET OPDAGEN ONDANKS RESERVATIE

De Limburgse tophoreca is het grondig beu dat mensen hun reservaties niet nakomen. Onderzoek door Infomasters leert dat dit een plaag geworden is, overal in het land. Boekingsplatform Resengo schat het aantal “no-shows” in de eerste 6 maanden van 2023 op meer dan 500.000. Bovendien zijn er veel dubbelboekers en moeten we opletten voor een “zwarte markt” in reservaties.

Cijfers bevestigen ongenoegen van de chefs

De voorbije weken kwamen bij Infomasters tal van klachten binnen van Limburgse tophoreca-ondernemers die bijna allemaal last bleken te hebben van reservaties die niet komen opdagen, al dan niet omwille van dubbelboekingen.

Wij vroegen cijfers en uitleg bij boekingsplatform Resengo dat 20% van de markt verwerkt van reservaties in horeca en wellness. Zij kunnen data geven op basis van 6 miljoen couverts per maand, 1.5 miljoen boekers per maand, bij meer dan 3.000 restaurants (hoofdzakelijk in Vlaanderen).

Resengo ziet dat één op vijf reserveringen in een restaurant op het laatste nippertje geannuleerd wordt of een no-show blijkt te zijn.

Voor januari tot juni 2023 gaat het al over 22.500 geregistreerde no-shows. Dat is normaal voor 90.000 couverts en zou dus gaan over bijna 500.000 niet betaalde plaatsen voor alle restaurants.

10% van die “no-shows” zou te maken hebben met dubbelboekers die pas de avond zelf beslissen waar ze gaan eten en niet annuleren bij de zaak waar ze niet naartoe gaan. Nochtans, als gasten dubbel reserveren voor dezelfde avond, ontvangen die van Resengo een melding dat ze twee reserveringen hebben gemaakt. Er wordt dan gevraagd om onmiddellijk actie te ondernemen.

Momenteel staat de teller bij Resengo – met 20% marktaandeel – voor dubbelboekingen al op 2.800 voor 2023. Dat is gemiddeld voor +10.000 gasten en dus 50.000 voor de gehele markt.

Miljoenenverlies

De effectieve prijs van een no-show hangt af van verschillende aspecten en is voor ieder restaurant verschillend. Voor een gemiddeld restaurant bedraagt het verlies tienduizenden euro's per jaar.

Verliesposten zijn zeker omzetverlies om er geen verkoop is, verse producten die verloren gaan, personeelskosten die voor niks gemaakt zijn en lege tafels die het imago van de zaak schaden.

Het omzetverlies alleen al zou je kunnen schatten op meer dan 50 miljoen. Maar je mag dat bedrag bijna verdubbelen als je de kosten en de schade optelt; zo spreek je al gauw van 100 miljoen euro voor de eerste helft van dit jaar.

Maar de horecaondernemers zijn vooral ongelukkig met de negatieve evolutie van het boekingsgedrag van de laatste 2 jaar. “Het is al harde stiel en het vinden van personeel is aartsmoeilijk. Dan zou het fijn zijn als we tenminste met trouwe klanten konden voldoening hebben van ons werk”, zegt 1 van hen.

Wat chefs kunnen doen

Resengo ziet een aantal maatregelen die iedere horecaondernemer kan nemen, zoals:

- No-shows registreren in het boekingsplatform, zodat we mensen kunnen sensibiliseren via de media en via nieuwsbrieven op basis van concrete cijfers
- Voorschotten bij reserveringen vragen. Dit wordt steeds meer gedaan; met keuze tussen directe overschrijving of een kredietkaartgarantie. Het betaalde voorschot wordt verrekend bij de afrekening. Maar die maatregel wordt niet als sympathiek ervaren; niet door de ondernemer en niet door de klant.
- Herinneringen sturen per e-mail of sms. Dit is een eenvoudige manier om reserveringen te bevestigen. Eventueel zeker spelen door gasten te vragen te antwoorden op de herinnering.
- Vrije tafels die op dezelfde dag beschikbaar komen, hoeven niet verloren te gaan zoals no-shows. Annuleringen kunnen worden omgezet in last-minute reserveringen.

Navraag bij topchefs in Limburg leert ons dat sommigen telefonisch contact nemen met mensen die boeken voor gezelschappen van 4 personen of meer. Dat is natuurlijk een tijdsintensieve operatie maar het kan eventueel gebruikt worden als een manier om aan “upselling” te doen voor wie daar handig in is.

Gevaar van de Nederlandse zwarte markt

In Nederland is er momenteel ophef over tekenen van het ontstaan van een zwarte markt. Daarbij zouden malafide “makelaars” lustig plaatsen boeken in tophoreca, om die plaatsen door te verkopen als de zaak vol zit.

Mensen die toch willen boeken in een sterrenzaak bijvoorbeeld, zouden bereid zijn om extra te betalen om alsnog een plaatsje te bemachtigen. Jo Cortenraedt van Chapeau magazine uit Maastricht schreef daarover in zijn blog. Maar we zien dit ook bij concerten en andere events.

De experts van Resengo zien het fenomeen nog niet meteen in de horeca in Vlaanderen; althans nog niet meetbaar. Maar zeggen anderen: “Het aantal plaatsen in topzaken is beperkt en het boeken kan online. Dan is het eenvoudig om te frauderen. En waar schaarste is ontstaat altijd een zwarte markt.”

Persrelaties

BISC – Infomasters – Werner Couck 0495 28 14 67