



*Pannenkoeken
restaurants in
Nederland*



Algemeen

In de afgelopen tien jaar is het aantal geregistreerde pannenkoekenrestaurants in Nederland toegenomen van **330** naar **385** bedrijven

32 van de **385** pannenkoeken restaurants zijn onderdeel van een keten

85 van de **385** pannenkoekenrestaurants zijn lid van vereniging erkende pannenkoekenrestaurants

Financieel



25% van de pannenkoek als eetmoment is buitenhuis

Gemiddelde besteding van **€13.87** per bezoek

Bezoekers pannenkoekenrestaurants totaal, per jaar ca. **26.6** miljoen

Verdienmodel

Rendement pannenkoek naturel **86 %**

Adviesprijs pannenkoek met stroop **€6,25**



Consument



Belangrijk voor de consument:
Herkenbaarheid, Locatie,
Kind vriendelijkheid

Belangrijke doelgroepen:
(groot)ouders met kinderen

Consumptie vindt plaats in een relatief kort tijdsbestek, veelal **tussen 17 en 19 uur**

Eten & Drinken



Populairste traditionele pannenkoeken:
Naturel spek en appel

Populairste niet traditionele pannenkoek is shoarmavlees

Er worden meer dan **1 miljoen** pannenkoeken per week geconsumeerd



Algemeen

Het aantal pannenkoekenrestaurants is in de afgelopen jaren gestaag doorgegroeid. In de afgelopen tien jaar is het aantal geregistreerde pannenkoekenrestaurants in Nederland toegenomen van 330 naar 385 bedrijven (bron: van Spronsen & Partners, horeca advies).

Naast de getelde pannenkoekenrestaurants zijn er in Nederland additioneel nog leisure locaties die zelf pannenkoeken bakken zoals; dierentuinen, pretparken en vakantieparken. Ook zijn er diverse cafés en restaurants die pannenkoeken als een belangrijk (sub)product voeren in de onderneming. Deze alternatieven in de pannenkoekenbranche worden niet meegerekend in het bovenstaande aantal restaurants.

Het gros van de pannenkoekenrestaurants is zelfstandig. Ketenvorming binnen de branche was beperkt, inmiddels zijn er wat meer ketens te vinden zoals; Pannekoekenbakker, Frittella, Pannenkoek, Den Tol en 't Pannekoekhuis. Het voordeel van een keten is dat er gezamenlijk inkoop kan worden gedaan. Het nadeel kan zijn dat er voor je wordt bepaald hoe je je zaak in hoort te richten.

Circa 85 pannenkoekenrestaurants hebben zich aangesloten bij de Vereniging van Erkende Pannenkoekenrestaurants met als doel in de juiste sfeer een kwaliteitspannenkoek te serveren. Dit samenwerkingsverband is geen franchise of harde samenwerking; ondernemers zijn volledig zelfstandig in hun keuzes, wel horen ze lid te zijn van Koninklijke Horeca Nederland. Enkele voordelen om aangesloten te zijn bij Vereniging van Erkende Pannenkoekenrestaurant zijn ; je blijft op de hoogte van nieuws en ontwikkelingen in de branche, je bedrijf wordt gepromoot tijdens diverse beurzen, je kan profiteren van inkoopvoordelen en leveranciers acties.

Ook algemeen is het aantal horecazaken toegenomen in de afgelopen jaren. Pannenkoeken zijn relatief goedkoop waardoor ze zichzelf altijd konden onderscheiden met product prijs verhoudingen. Door de ontwikkeling van 'fresh fastfood' en ketens die inspelen op een lager prijsniveau voor de consument kunnen pannenkoekenrestaurants meer concurrentie ervaren. Het is belangrijk om jezelf te blijven onderscheiden.



Financieel

Pannenkoeken buitenhuis

Volgens More2Market (2017) worden pannenkoeken door 3% van Nederland op een gemiddelde dag gegeten. 25% van deze productmomenten zijn buitenhuis, vooral binnen de catering en horeca. Dit komt neer op ruim 900.000 consumpties per week. De gemiddelde besteding is ca. 13,78 per bezoek. Bijna 2/3 van de geconsumeerde pannenkoeken worden gegeten door een vrouw (kinderen zijn in dit onderzoek niet meegenomen).

Pannenkoeken binnen pannenkoekenrestaurants

Volgens van Spronsen & Partners horeca advies (2018) trekt het pannenkoekenhuis 500.000 bezoekers per week. Dat zijn ca. 26.6 miljoen bezoekers per jaar. De gemiddelde besteding per bezoek per gast is ca. 11 euro.

Over alle kanalen heen wordt buitenhuis meer dan 1 miljoen pannenkoeken per week gegeten.

Volgens FSIN (2018) groeit de out of home markt nog steeds met name bij ontbijt.

Door de groeiende economie hebben mensen meer geld om buiten huis te besteden.

Er liggen dus genoeg kansen voor pannenkoeken concepten, aangezien er veel vrouwen pannenkoeken consumeren. Hierbij kun je bedenken hoe het aantrekkelijker gemaakt kan worden voor mannen, zodat zij bijvoorbeeld tijdens 'pappadag' met de kinderen een pannenkoekenhuis zullen bezoeken. Denk bijvoorbeeld aan het toevoegen van pannenkoeken waar mannen echt van houden, zoals de shoarma pannenkoek of de pannenkoek abnormaal. Ook is het verstandig de prijzen zo in te delen dat je de gemiddelde besteding niet te ver overschrijdt. Denk bijvoorbeeld aan een samengesteld menu welke bestaat uit een pannenkoek, drankje en dessert. Ook kun je een thema koppelen aan het menu om de juiste doelgroep aan te trekken bijvoorbeeld een pannenkoek om zelf te versieren, waarbij kinderen een kleinigheidje kunnen uitzoeken.

Tip: *bonwaarde verhogen; promoot actief de consumptie van voorgerechten, taarten of desserts op de minder drukke dagen of daluren. Hierdoor vergroot je de bonwaarde per tafel op momenten waar rotatie en capaciteit geen issue zijn.*



Verdienmodel

Door de unieke doelgroep, (groot)ouders met kinderen, is het verdienmodel van een pannenkoekenrestaurant anders in vergelijking met de meeste horecabedrijven.

Consumptie vindt plaats in een relatief kort tijdsbestek (veelal tussen 17 en 19 uur), waar er ook een korte verblijfstijd is. Deze korte tijd in combinatie met de lage besteding per bezoeker vereisen een restaurant met veel zitplaatsen en een keuken die deze piekbelasting kan verwerken. Binnen de locatie van een pannenkoekrestaurant is er geen voorkeur voor een stadslocatie (te hoge m2 prijs). Veel pannenkoekenrestaurants bevinden zich op locaties die aantrekkelijker zijn voor de doelgroep (bos, meer, attractiepark). Zij zijn ook overdag geopend om niet geheel afhankelijk te zijn van de avondpiek.

Het personeel in pannenkoekenrestaurants hoeft niet speciaal opgeleid te worden.

Pannenkoeken bakken is wel een 'skill', maar één die makkelijk te leren is in de praktijk.

De personeelskosten in de sector liggen relatief lager, wat een positief effect heeft op het rendement.

Een andere belangrijk factor op het rendement zijn de inkoopkosten. Pannenkoekenrestaurants hebben lagere uitgaven aan dure ingrediënten zoals vlees. Een pannenkoek naturel biedt de ondernemer het hoogste rendement: meer dan 93% op basis van de inkoopkosten van alle ingrediënten (o.b.v. [Koopmans Professioneel Eierpannenkoekmix Compleet](#)). Ook poffertjes en wafels bereid vanaf een droge mix bieden rendementen van ca. 90%.



Eten & Drinken

In een pannenkoekenrestaurant is natuurlijk de belangrijkste rol weggelegd voor de pannenkoek. Pannenkoek naturel, spek en appel blijven altijd de meest populaire varianten. De meest populaire niet-traditionele pannenkoek is de pannenkoek met shoarmavlees. De alternatieven binnen de pannenkoeken groeien steeds meer, waar een niet-traditionele pannenkoek & specialiteiten steeds meer markt krijgen in de pannenkoekenrestaurants.

De producten die buiten pannenkoeken om op de kaart worden verkocht zijn beperkt, maar wel groeiende. Deze producten werden altijd overwegend kant-en-klaar ingekocht om het personeel tijdens piekbelasting te kunnen ontzien. Vanwege de complexiteit die zij toevoegen in de keuken wordt ook op de kaart dit alternatieve aanbod niet aangeprezen.

Ondanks de beperking aan tijd en personeel is het toch belangrijk om bijvoorbeeld zelf taart te maken, zodat je een onderscheidend vermogen kan creëren. We zien nu dat restaurants vaker kiezen voor een bredere mix op de kaart met ook verse producten óf zich juist volledig focussen op pannenkoeken en andere gerechten verder inperken.

De rol van voorgerechten en desserts zijn binnen de pannenkoekenrestaurants beperkt. Deze aandachtsgebieden kunnen de ondernemer nog verder helpen de besteding per bezoeker omhoog te krijgen. De rotatietijd per tafel neemt hierdoor echter wel af, wat tijdens de piekuren en drukke dagen onwenselijk is voor de ondernemer.

Buiten het maaltijdmoment voeren veel pannenkoekenrestaurants nog gebak & zoete snacks en simpele lunchgerechten. Zoete snacks zoals versgebakken poffertjes en wafels nemen toe in populariteit. Kijk naar de mogelijkheden om het like- en deeleffect op social media te vergroten. Bij het zien van aparte en aantrekkelijke uitvoeringen zoals wafels op een stokje, crêpes gevuld met fruit en nutella of streetfood stijl, zullen de creaties sneller gedeeld worden en bereikt het meer toekomstige gasten. Alhoewel consumenten tijdens het eten buitenhuis niet echt waarde hechten aan gezond, wordt er wel op gelet. Hierdoor kan het een goed idee zijn om groente wafels of groente en fruit pancakes te serveren. Op onze Koopmans website kun je terecht voor meer informatie en inspiratie over hartige en zoete gerechten om naast de pannenkoeken aan te bieden op de kaart.



Consument

Herkenbaarheid

De pannenkoek is herkenbaar voor iedereen over de wereld, waardoor het een toegankelijk product is. Het heeft in veel landen een andere naam en een iets andere verschijningsvorm. Denk aan o.a. de American Pancake, de Russische Blini, de Japanse Okonomiyaki en natuurlijk de Franse crêpes. De consument kiest een bezoek aan een pannenkoekenrestaurant vaak vanwege gemak of als beloning voor de kinderen.

Locatie

De locaties van pannenkoekenrestaurants brengen voordelen met zich mee, waardoor de gast voor een pannenkoekenrestaurant kiest in plaats van eten in een stadscentrum. Dit komt doordat een aantrekkelijke omgeving onderweg langs een fiets- of wandelroute een andere beleving geeft. Vaak is er ruime parkeergelegenheid zonder extra kosten. Ook is het een laagdrempelige omgeving voor mensen met kinderen, doordat er vermaak is voor kinderen. Pannenkoekenhuizen zijn geschikt voor feestjes. Het kan een onderdeel zijn van vakantie of een dagje uit en het is betaalbaar.

Kind vriendelijkheid

Veel pannenkoekenrestaurants besteden extra aandacht aan kinderen. Door middel van kinderpannenkoeken, een speelhoek, kleurplaten en een buitenspeeltuin wordt er een toegevoegde waarde gecreëerd. Ook is de doelgroep ouderen content met de pannenkoekenrestaurants. Hier is geen onderscheid te maken in de aanwezigheid van kleinkinderen.

Trends

Door de vergrijzing in Nederland en de lichte stijging van de leeftijd 0-15 jaar sluit het concept van het pannenkoekrestaurant voor de toekomst nog steeds goed aan op de markt.

Binnen de horecabranche zien we een verschuiving van massa-aanbod naar maatwerk, hierdoor wordt de gast steeds belangrijker in de keuzes die er worden gemaakt.

Door de groei van het aantal restaurants met (versgebakken) pannenkoeken wordt het voor pannenkoekenrestaurants steeds belangrijker zich te onderscheiden van de concurrentie. Hierdoor gaat naast de smaak van de pannenkoek ook de invulling van het concept een belangrijkere rol spelen. Hierdoor zien we meer moderne pannenkoekenrestaurants zoals 'Pancakes Amsterdam' en pannenkoekenrestaurants met een thema zoals 'Hans en Grietje'. De pannenkoeken worden vaak gekenmerkt door fantasienamen met thema's en/of bijzondere combinaties van ingrediënten. Dit soort restaurants bieden de consument meer beleving en/of een andere eetervaring.

Binnen de markt spelen Sociale media en de online communicatiemiddelen een belangrijke rol in de activatie en overtuiging naar de gasten, zoals; online reserveren, recensies, sfeerimpresies, menukaart, etc. Sociale media zijn vooral goed voor reclame die gasten maken door foto's te plaatsen met heerlijke pannenkoeken of juist het mooie interieur en/of de kinderspeelplaats. Zorg ervoor dat jouw merk/restaurant een eigen stijl heeft, zodat iedereen de foto kan linken aan jouw pannenkoekenrestaurant.

De presentatie van voeding is ook belangrijk, zoals; de D3 printer, eten op een stokje, laagjes eten en gekleurde voeding. Pannenkoeken kunnen op veel creatieve wijze worden gepresenteerd, waarmee ook weer gepronkt kan worden op sociale media.

Ook binnen de traditionele pannenkoekenrestaurants wordt meer geëxperimenteerd met maaltijdpannenkoeken en bijzondere ingrediënten. Inspiratie op dit gebied wordt zeer gewaardeerd door de pannenkoekenrestaurants. Buitenlandse invloeden (crêpes, pancakes) worden ook steeds vaker gebruikt in de branche.

Koopmans Professioneel

Dr. Oetker heeft met het merk Koopmans Professioneel een leidende positie in de pannenkoekenbranche. Het begint met een breed assortiment melen en [pannenkoekmixen](#), waar aan iedere wens en eis tegemoetgekomen wordt. Wij focussen ons op producten die passen in het thema “frontcooking en beleving voor de consument”. Naast pannenkoeken bieden wij daarom ook totaaloplossingen voor [poffertjes](#), [wafels](#), [crêpes](#) en [pancakes](#) aan.

Ook ondersteunen wij ondernemers bij het nemen van beslissingen over hardware (bijv. [wafelijzer](#)), geven wij bereidingsinstructies en voorzien de ondernemer van thematische promoties en materialen.

Voor de sector willen wij écht de kennishouder van pannenkoeken zijn, waardoor wij contact onderhouden met de brancheverenigingen en samenwerkingsverbanden hebben met leveranciers van apparatuur. Verder bieden wij een [rendementscalculator](#) aan en zijn wij hoofdsponsor van de Lekkerste Pannenkoek. Hierdoor ondersteunen wij de gehele sector en niet enkel onze bestaande klanten.

Als nieuwe klant willen wij jou graag ondersteunen met onze kennis in de vorm van een (gezamenlijk) bezoek of proefbaksessie. Wij bieden ook een [pannenkoekensafari](#) aan, waar wij jou meenemen om bij andere pannenkoekenrestaurants buiten de directe regio een kijkje achter de schermen te nemen.

Tips en inspiratie nodig voor pannenkoeken, crêpes, pancakes en wafels? Kijk op onze [thema pagina's](#).

www.koopmans-professioneel.nl

