



Dozenschuivers worden dienstverleners

Inkooptips bij horecagroothandels

Inkoop bij de horecagroothandel is belangrijk voor elk horecabedrijf. Horecaondernemers kunnen nog veel tijd en kosten besparen door hun inkoopgedrag te verbeteren. De strijd tussen de groothandels gaat in de komende jaren beslist worden op de doelmatigheid van hun logistieke proces.

Bestel maar, bestel maar?

Uit recent onderzoek van Foodstep in opdracht van Koninklijke Horeca Nederland blijkt dat horecaondernemers gemiddeld 2,8 keer per week bestellen. De meeste horeca ondernemers (48%) bestellen nog per fax bij hun groothandel, gevolgd door bestellingen per telefoon (24%), per internet (22%) en via een inbelverbinding (7%). Elektronisch bestellen bespaart zowel de groothandel als de klant veel tijd en dus kosten. Bij faxen en telefonisch bestellen is de kans op miscommunicatie en daarvoor leveringsproblemen het grootst.

Het spel met de marges

Het is lastig om goed controleerbare prijscondities met horecagroothandels overeen te komen, omdat het om duizenden artikelen gaat die bovendien voortdurend wijzigen. Vaak wordt er gewerkt met zogenaamde prijslijnen, maar het is lastig om te controleren of deze prijslijnen ook op langere termijn concurrerend zijn. Continu shoppen heeft echter ook weinig zin, want alle groothandels verdienen de verloren marge op hun scherpe aanbiedingen uiteraard weer terug door verkoop van andere producten.

De nieuwe groothandel

Gemiddeld beoordelen horecaondernemers hun groothandels met het rapportcijfer 7,5. De logistiek blijft echter een bottleneck, want de meeste ergernissen van horecaondernemers over hun groothandel hebben te maken met zaken als onvolledige levering, te late levering of problemen met de houdbaarheidsdatum. Groothandels investeren momenteel volop in slimme software die alle logistieke processen optimaal op elkaar afstemmen. Hierdoor kunnen zij de klant sneller en beter beleveren en verlagen zij hun operationele kosten. Het aantal zelfstandige groothandels neemt af. Internationale investeerders verwerven steeds meer groothandels, ook om de inkoopkracht op de globaliserende producentenmarkt te vergroten.

Ook horecaondernemers bundelen hun krachten

In reactie op de schaalvergroting bij de groothandels en veel andere toeleveranciers, is inkoop samenwerking tussen horecaondernemers steeds meer in opkomst. Dankzij volume bundeling zijn vaak extra scherpe condities mogelijk. Door onderlinge kennisuitwisseling en bedrijfsvergelijking kunnen collega's veel van elkaar leren. Ook kunnen gemeenschappelijke problemen gesignaleerd worden en in samenspraak met de groothandels opgelost worden. Op deze wijze kunnen beide partijen werkelijk duurzaam voordeel realiseren.

Tip 1: Meer voordeel door minder vaak bestellen

Door uw bestelvolumes zoveel mogelijk te bundelen bespaart u veel tijd en geld. Bovendien is uw groothandel wellicht bereid u met een bonus te belonen als u uw gemiddeld bestelvolume vergroot.

Tip 2: Bundel uw volume zoveel mogelijk bij één groothandel

U krijgt door het gebundelde volume vaak betere prijscondities. Ook vermindert u de kans op leveringsproblemen en uw administratieve kosten.

Tip 3: Stroomlijn uw assortiment

Stem bijvoorbeeld uw menukaart af op het seizoen. Een breed inkoopassortiment legt een groot beslag op uw voorraadruimte en leidt tot hogere inkoopkosten en operationele kosten.

Marco Witschge is inkoopdirecteur bij Xandrión Horeca, een collegiaal inkoopnetwerk voor en door zelfstandige horecabedrijven.

Reacties kunt u mailen naar: m.witschge@xandrión.nl

Landelijke horecagroothandels	Sligro Foodservice	DeliXL	Makro / Lukas Klamer	Hanos	ISPC	Horesca	VHC
Jaaromzet 2006	€ 1.210.300.000,-	€ 609.000.000,-	niet openbaar	niet openbaar	€ 175.000,-	onbekend	niet openbaar
Vestigingen	43	17	13	12	2	9	12
Werknemers	2.670	2.000	5.400	1.100	600	450	onbekend
Bezorgwagens	350	500	0	100	onbekend	100	250
Totaal omvang assortiment	60.000	60.000	50.000	70.000	50.000	50.000	55.000