

Buitenlandse restaurants in Nederland



Geef mij maar nasi goreng met een gebakken ei wat sambal en wat kroepoek en een goed glas bier erbij (Wieteke van Dort)

JAN WILLEM BLOEMEN*

Er gaat een wereld voor je open. Als er in één bedrijfstak geen grenzen bestaan, is het de horeca wel. In Nederland zijn er restaurants met meer dan 75 verschillende keukennationaliteiten: van Noors tot Afrikaans, van Vietnamees tot Amerikaans en van Armeens tot Tibetaans. Van de ruim 11.000 restaurants in Nederland heeft bijna 47 procent een andere keuken dan de traditionele Nederlands-Franse keuken. En het aandeel blijft toenemen. De buitenlandse restaurants zijn dé trend van de jaren negentig. Een overzicht van de huidige stand van zaken en recente ontwikkelingen.

Met meer dan tweeduizend restaurants voert het Chinees-Indisch restaurant de top-tien aan van restaurants met een buitenlandse keuken. Voor de Tweede Wereldoorlog ontwikkelden zich in Nederland aparte Chinese en Indische restaurants. De Chinese restaurants ontstonden in Rotterdam, de Indische restaurants in Den Haag. Na 1945 smolten deze twee keukens samen en vestigden de eerste restaurants met een Chinees-Indische keukens zich in Nederland.

GESTAGE TOENAME

Vanaf 1960 nam het aantal Chinees-Indische restaurants gestaag toe. Gedurende de laatste vijf jaar is dit type restaurant in Nederland met ruim negen procent toegenomen. De groei in de noordelijke provincies was relatief groot, die in de westelijke provincies relatief laag. In de drie grote steden nam het aantal Chinees-Indische restaurants in de laatste vijf jaar alleen in Amsterdam toe. Momenteel tellen de drie grote steden 359 Chinees-Indische restaurants; in 1982 waren dat er nog 399. Zonder overdrijving kan worden gesteld dat de

Chinees-Indische restaurants een pioniersrol hebben vervuld in de Nederlandse samenleving. Enerzijds hebben zij Nederlanders kennis laten maken met de buitenlandse keuken in het algemeen, anderzijds hebben zij het buitenshuis eten in de jaren zestig en zeventig als geen ander gestimuleerd, onder meer door hun vestiging in woonwijken en winkelcentra. Bezoekers kregen (en krijgen) veel voor een redelijke prijs en de kwaliteit is in het algemeen goed. Het Chinees-Indisch restaurant heeft het even moeilijk gehad, maar lijkt nu weer in aantal toe te nemen.

ONTWIKKELINGSMODEL

De ontwikkeling van het Chinees-Indische restaurant mag exemplarisch heten voor de ontwikkeling van de andere buitenlandse restaurants in Nederland. Hoewel het aantal restaurants nog wel toeneemt, lijkt er toch sprake te zijn van een stagnatie. Het Bedrijfschap Horeca houdt vanaf eind 1987 statistie-

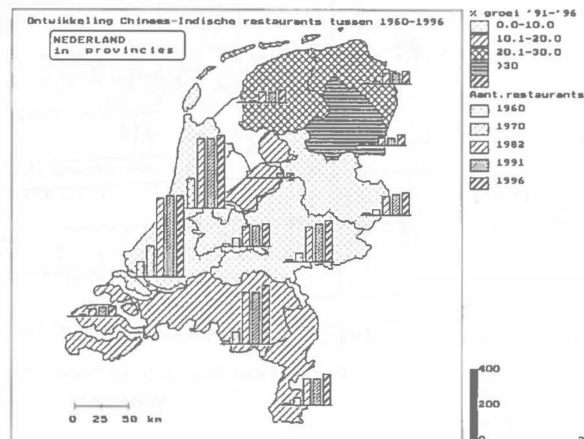
plaats.

Een buitenlandse keuken wordt meestal geïntroduceerd in één van de drie grootste steden. Het is vaak een kleine, jonge (20-35 jaar), hoog opgeleide en goed verdienende groep pioniers en trendsetters die het restaurant bezoekt. Daarnaast past een nieuwe keuken ook bij het multiculturele karakter van een grote stad, waar zich grotere concentraties allochtonen bevinden. Een voorbeeld van een restaurant dat zich in deze fase bevindt, is het Koreaanse restaurant.

Wanneer een grotere groep allochtonen van een bepaalde nationaliteit zich buiten de grote steden vestigt, is het mogelijk dat de eerste restaurants met die keuken zich ook daar vestigen. Dit is bijvoorbeeld met de Egyptische keuken gebeurd. Door concentratie van Egyptenaren in kleinere en middelgrote steden, kwamen de eerste Egyptische keukens ook in die steden voor.

Via andere grote en middelgrote steden verspreiden de restaurants zich naar de kleinere gemeenten. Doordat de grootste steden de keuken al hebben geaccepteerd, lijkt de drempel voor de rest van Nederland lager te zijn geworden. Nu bezoeken vooral modegevoelige groepen deze restaurants; een middelgrote groep met een bovenmodaal inkomen die veel geld buitenshuis besteedt. Het Thaise en Japanse restaurant zitten in het begin van deze fase, het Indiaase en Argentijnse restaurant aan het einde van deze fase.

Steeds meer mensen uit alle groepen bezoeken de restaurants, die nu in alle gemeenten voorkomen. De restaurants zijn algemeen geaccepteerd. Een aantal buitenlandse keukens bevindt zich al enige tijd in deze fase, zoals het Italiaanse en het Griekse restaurant. De groei doet zich niet meer in alle gemeenteklassen voor, in de drie grote steden is zelfs sprake van stagnatie. Het



Ontwikkeling Chinees-Indische restaurants in Nederland tussen 1960-1996. Bron: Bedrijfschap Horeca

ken bij over de nationaliteit van keukens in restaurants. Het heeft daaruit in 1994 een ontwikkelingsmodel afgeleid, waarin het de 'opkomst en neergang' aangeeft van een buitenlandse keuken. De ontwikkeling vindt gefaseerd

aantal buitenlandse keukens bevindt zich al enige tijd in deze fase, zoals het Italiaanse en het Griekse restaurant. De groei doet zich niet meer in alle gemeenteklassen voor, in de drie grote steden is zelfs sprake van stagnatie. Het

Turkse restaurant bevindt zich nog in het begin van deze fase.

Er komen weinig nieuwe bedrijven meer bij. Factoren die hierbij een rol spelen zijn de verzadiging van de markt en onvoldoende of misschien in sommige gevallen wel een te grote poging tot aanpassing aan de Nederlandse eetcultuur. Mensen van middelbare leeftijd en ouderen bezoeken deze restaurants relatief vaker. Het Chinees-Indisch restaurant bevindt zich in deze fase, al moet daarbij worden aangetekend dat door de opkomst van de gespecialiseerde Chinese regionale keuken het aantal momenteel weer toeneemt.

POPULARITEIT

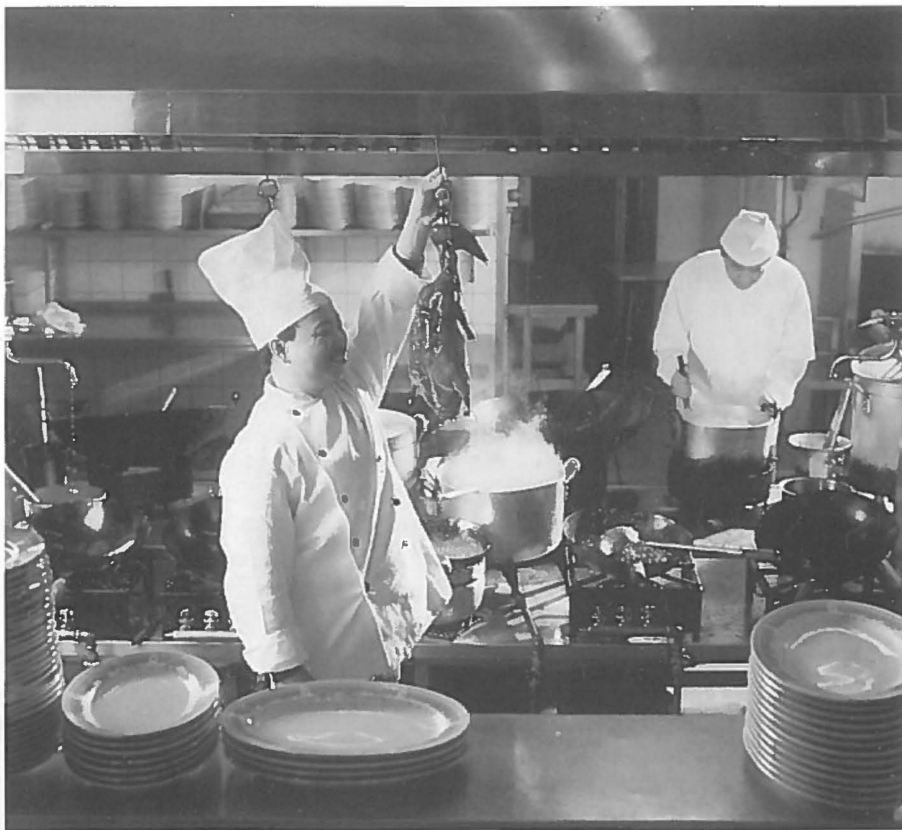
De populariteit van het buitenlandse restaurant valt ook af te leiden uit de bezoekcijfers. In 1984 gaf 62 procent van de mensen die het laatste halfjaar wel eens buitenshuis hadden gegeten aan dat zij een Chinees-Indisch restaurant hadden bezocht. In 1992 doet 69 procent dat. Ging in 1984 nog 26 procent van de mensen die buiten de deur eten naar een pizzeria en 31 procent naar een ander buitenlands restaurant, in 1994 doen respectievelijk 43 procent en 57 procent dat. Ter vergelijking: in 1984 bezocht 69 procent een traditioneel Hollands (Frans) restaurant, in 1994 doet 65 procent dat.

Die opvallende populariteit van het buitenlandse restaurant is op verschillende manieren te verklaren. In de eerste plaats is het aantal allochtonen de laatste jaren aanzienlijk toegenomen, wat een positieve invloed heeft gehad op het aantal buitenlandse restaurants en de frequentie van het bezoek hiervan. Ook de toename van het aantal buitenlandse vakanties van Nederlanders is een belangrijke factor geweest. Men maakt kennis met de buitenlandse keuken en dat maakt die keuken in Nederland toegankelijker. Met name het Griekse en het Turkse restaurant hebben daarvan geprofiteerd.

Een derde oorzaak is de rol van de detailhandel. Supermarkten hebben specifieke ingrediënten van de buitenlandse keuken in hun assortiment opgenomen. Dat stimuleert niet alleen het ondernemerschap in restaurants met een buitenlandse keuken, het prikkelt ook de nieuwsgierigheid van de consument. Fabrikanten brengen ook kant-en-klare maaltijden op de markt, wat de buitenlandse eetculturen bekender en populairder maakt.

SHOARMAZAKEN

Niet alleen in de traditionele restaurantsector doet de buitenlandse invloed zich gelden. Ook in de cafetariabranche is deze onmiskenbaar. Het Bedrijfschap Horeca onderscheidt ruim achtduizend zogenaamde spijsverstrekkende bedrijven, zoals cafetaria's en lunchrooms. Hiervan is een kleine 1250 bedrijven een shoarmazaak. Van deze shoarmazaken heeft circa 40 procent een Egyptische keuken, 25 procent een Turkse keuken en 15 procent een Israëliëse keuken.



Verschillende culturen nemen eigen eetgewoonten mee. Foto: Bedrijfschap Horeca

Noord-Holland herbergt relatief de meeste shoarmazaken: per honderdduizend inwoners zijn er 9,5 shoarmazaken. Noord-Brabant telt 9,3 shoarmazaken per honderdduizend inwoners en Limburg 9,2. Relatief weinig shoarmazaken zijn er in Drenthe (5,9 per honderdduizend inwoners), Groningen (5,7) en Zeeland (4,9).

De stad Groningen neemt een opmerkelijke uitzonderingspositie in. Op de ranglijst van het aantal spijsverstrekkers is het de zevende stad, maar naar aantal shoarmazaken komt het met acht bedrijven niet verder dan de dertigste plaats, nog achter gemeenten als Leeuwarden, Emmen en Helmond. De gemeente Beverwijk daarentegen heeft opmerkelijk veel shoarmazaken binnen zijn grenzen: 27. Daarmee neemt Beverwijk de vierde plaats in achter Amsterdam, Den Haag en Rotterdam. Is in Nederland één op de acht spijsverstrekkers een shoarmazaak, in Beverwijk is ongeveer één op de tweeënhalve spijsverstrekker een shoarmazaak.

FASTFOOD

Ook in de fastfoodbedrijven is er een duidelijke buitenlandse invloed waar te nemen. Uit recent onderzoek van het Bedrijfschap Horeca blijkt dat de Amerikaanse restaurantketens in opmars zijn. Waren er in 1994 nog zes Amerikaanse restaurantketens, inmiddels is dat aantal gestegen tot tien. Een trend die de Amerikaanse bedrijven in ons land introduceren is het *casual-dining-concept*: even gemakkelijk eten in een ontspannen en gezellige sfeer met een vlotte en vriendelijke bediening. De menukaart is gevarieerd en biedt een grote keuze aan gerech-

ten voor redelijke prijzen. Dit alles in een huiselijke sfeer en met een snelle en goede service. Het *refillsystem* is een andere trend die de Amerikaanse ketens introduceerden. Inmiddels nemen steeds meer bedrijven deze trend over. Iedereen mag na betaling van zijn frisdrank of koffie zo vaak zijn beker bijvullen als hij dat wil. De fastfoodrestaurants treft men vooral in de grotere steden aan. Circa 60 procent van de fastfoodrestaurants bevindt zich in de gemeenten met meer dan honderdduizend inwoners. Deze bedrijven hebben een grote markt nodig. In kleinere gemeenten richt het fastfoodrestaurant zich vaak op het autosnelwegverkeer.

Het einde van de groei van de multinationale horeca lijkt nog niet in zicht. Een belangrijke trend is dat gasten origineler willen eten. De buitenlandse restauranthouder biedt over het algemeen een voor de Nederlanders origineel en voor de allochtonen vertrouwd produkt tegen een redelijke prijs. Bovendien zal ook de allengs groter wordende groep ouderen de weg naar de buitenlandse restaurants steeds meer weten te vinden. Een goede zaak, want de variëteit van het buitenlandse restaurant is een verrijking voor de Nederlandse eetcultuur.

*Jan Willem Bloemen is als voorlichter werkzaam bij het Bedrijfschap Horeca

Literatuur:

- Chinees-Indische Restaurants, Onderzoekresultaten
- Den Haag: Bedrijfschap Horeca, 1992
- Horeca in Cijfers 1996: hotel and catering statistics 1996
- Zoetermeer: Bedrijfschap Horeca, 1996
- Multinationale horecaketens in Nederland 1996
- Zoetermeer: Bedrijfschap Horeca, 1996