

2016•2017
FACULTEIT BEDRIJFSECONOMISCHE WETENSCHAPPEN
master in de toegepaste economische wetenschappen

Masterproef

Hoe kan een correcte prijsvergelijkingsmodule voor aankooprijzen van voedsel en dranken tussen horecazaken in Vlaanderen ontwikkeld worden?

Promotor :
Prof. dr. Wim MARNEFFE

Silvana Trobbiani

Scriptie ingediend tot het behalen van de graad van master in de toegepaste economische wetenschappen

2016•2017
FACULTEIT BEDRIJFSECONOMISCHE
WETENSCHAPPEN
master in de toegepaste economische wetenschappen

Masterproef

Hoe kan een correcte prijsvergelijkingsmodule voor
aankooprijzen van voedsel en dranken tussen horecazaken
in Vlaanderen ontwikkeld worden?

Promotor :
Prof. dr. Wim MARNEFFE

Silvana Trobbiani

Scriptie ingediend tot het behalen van de graad van master in de toegepaste economische wetenschappen

Woord vooraf

Deze masterproef is het sluitstuk van mijn opleiding toegepaste economische wetenschappen met als afstudeerrichting beleidsmanagement. De horecasector is een sector waarin ik zeer geïnteresseerd ben. Dit komt doordat mijn grootouders meer dan dertig jaar een horecazaak hadden die nu wordt uitgebaat door mijn vader. Daarom heb ik ervoor gekozen om een masterproef te schrijven over het ontwikkelen van een prijzenvergelijker in de horecasector. Deze masterproef was niet tot stand gekomen zonder een aantal personen die ik graag zou willen bedanken.

Eerst en vooral wil ik mijn promotor Prof. dr. Wim Marneffe en copromotor dr. Kevin Poel bedanken voor de goede begeleiding en feedback gedurende de volledige periode. Daarnaast wil ik alle vier de horecazaken bedanken die hebben meegewerkt aan dit onderzoek. Tot slot wil ik de medewerkers van de leverancier die heeft mee gewerkt aan dit onderzoek bedanken.

Samenvatting

“Hoe kan een correcte prijsvergelijkingsmodule voor aankooprijzen van voedsel en dranken tussen horecazaken in Vlaanderen ontwikkeld worden?” is de centrale onderzoeksvraag van dit onderzoek. Om een antwoord te geven op deze vraag werd er nagegaan hoe de horecasector ervoor staat, werd er onderzocht hoe er prijsvergelijkingsmodules werden ontwikkeld in andere sectoren en hoe er onderzoek werd gedaan in de horecasector. Hierna werd er een prijzenvergelijker ontwikkeld voor horecazaken met een zuiderse specialisatie in vijf stappen.

In de eerste stap moeten de jaarlijkse aankopen van een aantal horecazaken worden verzameld. Deze gegevens moeten de totale hoeveelheid, de prijs en de korting van het product bevatten. Stap twee was het bepalen van de korf van vergelijkbare producten. In dit onderzoek werd er een korf ontwikkeld voor 40 producten voor voedsel en 40 producten voor drank. De derde stap om een prijsvergelijkingsmodule te ontwikkelen is het toekennen van een gewicht aan ieder product in de korf van vergelijkbare producten. Het gewicht werd toegekend op basis van het aandeel dat dit product inneemt in de totale gemiddelde kost van de korf van vergelijkbare producten. Nadat het gewicht is toegekend moeten de prijzen worden verzameld en vergeleken. De prijzen moeten worden verkregen van horecazaken aangezien er geen database bestaat van deze gegevens.

Uit dit onderzoek is gebleken dat het zeer moeilijk is om horecazaken te vinden die willen meewerken. Er werden slechts vier horecazaken gevonden die hun medewerking hebben verleend. De korf van vergelijkbare producten is gebaseerd op de jaarlijkse aankopen van brasserie A en brasserie B. Zij kochten een groot deel van de producten uit de korf aan, maar brasserie C kocht slechts 49 van de 80 producten aan en brasserie D kocht er 34 aan. Het zou dus kunnen dat de korf van vergelijkbare producten in dit onderzoek niet toepasbaar is op alle zuiderse horecazaken.

Uit de vergelijking van de prijzen van de producten in de korf van vergelijkbare producten is gebleken dat er redelijk grote prijsverschillen zijn. Voor voedsel was er een verschil van 18,53% tussen de prijzen van de goedkoopste producten en duurste producten. Voor drank was dit 61,98%. Iedere horecazaak kan dus heel wat besparen. Brasserie A kan voor voedsel 2,76% besparen en voor drank 32,60%. Voor brasserie B is dit 2,97% voor voedsel en 33,75% voor drank. Brasserie C kan heel wat meer besparen voor voedsel, nl 28,49% en voor drank 26,48%. Brasserie D kan 26,44% besparen op voedsel en 8,01% op drank. Deze prijsverschillen zijn te wijten aan merkverschillen, verpakkingsgrootte of kortingen.

Er hebben slechts vier horecazaken meegewerkt aan dit onderzoek en daarom is er ook bij één leverancier nagegaan of hier intern prijsverschillen zijn. Het prijsverschil voor olijfolie is 26,69% en voor koffie is dit 19,81%. Het is gebleken dat er prijsverschillen zijn en dat deze meestal te wijten zijn aan verschillende kortingen. De hoogte van de korting die wordt toegekend hangt af van de kenmerken die een klant heeft. Als het een klant is die veel goederen aankoopt in één bestelling dan krijgt deze een grotere korting dan een klant die weinig goederen aankoopt in een aantal bestellingen.

Indien men een prijzenvergelijker wilt ontwikkelen voor alle horecazaken is het zeer belangrijk dat de korf van vergelijkbare producten toepasbaar is voor alle horecazaken. Het is daarom aangeraden om bij het ontwikkelen van een prijzenvergelijker een extra stap toe te passen. Deze stap kan worden

toegevoegd na het bepalen van de korf van vergelijkbare producten. In deze stap moet er worden nagegaan of de korf toepasbaar is. Om dit na te gaan kan men naar een aantal horecazaken een vragenlijst uitsturen met daarin de producten vermeld die in de korf van vergelijkbare producten zullen zitten. Horeca uitbaters kunnen dan aanduiden of ze het product wel of niet aankopen. Op basis van deze gegevens kan er dan worden nagegaan of deze korf toepasbaar is.

In dit onderzoek werd het gewicht toegekend als een percentage. Dit percentage werd maal de prijs gedaan waardoor het leek alsof de korf van vergelijkbare producten zeer weinig kost. Een andere manier voor het toekennen van dit gewicht is de hoeveelheid die er gemiddeld jaarlijks wordt aangekocht van het product. Met deze manier krijgt men een jaarlijkse kost van de korf van vergelijkbare producten.

Inhoudsopgave

<i>Woord vooraf</i>	1
<i>Samenvatting</i>	3
<i>Lijst met figuren</i>	7
<i>Lijst met grafieken</i>	7
<i>Lijst met tabellen</i>	7
Hoofdstuk 1: Onderzoeksplan	9
1.1 Probleemstelling	9
1.2 Centrale onderzoeksvraag en deelvragen	11
Hoofdstuk 2: Hoe ziet de horecasector eruit in Vlaanderen?.....	13
2.1 De horecasector in cijfers	13
2.1.1 De horecasector en subsectoren.....	13
2.1.2 Faillissementen en oprichtingen in de horecasector.....	14
2.1.3 Omzet in de horecasector.....	15
2.1.4 Werkgelegenheid in de horecasector	16
2.2 Horecawetgeving.....	17
2.2.1 Nieuwe wetgeving in 2010.....	17
2.2.2 Nieuwe wetgeving in 2011.....	17
2.2.3 Nieuwe wetgeving in 2013.....	18
2.2.4 Nieuwe wetgeving in 2014.....	18
2.2.5 Nieuwe wetgeving in 2015.....	19
2.2.6 Nieuwe wetgeving in 2016.....	21
2.2.7 Nieuwe wetgeving in 2017.....	21
2.3 Kosten structuur van een horecazaak.....	22
2.4 Conclusie.....	23
Hoofdstuk 3: Zijn er prijsvergelijkingsmodules in andere sectoren, en hoe worden deze ontwikkeld?	25
3.1 Prijsvergelijkingsonderzoeken in andere sectoren	25
3.2 Wetenschappelijk onderzoek in de horecasector	25
3.3 Prijsvergelijkingswebsites	26
3.4 Conclusie.....	27
Hoofdstuk 4: Hoe kunnen we een korf van vergelijkbare producten bepalen?.....	29
4.1 Een prijzenvergelijker ontwikkelen in theorie	29
4.1.1 Stap 1: De jaarlijkse aankopen verzamelen	30
4.1.2 Stap 2: De korf van vergelijkbare producten bepalen.....	30
4.1.3 Stap 3: Een gewicht toekennen aan ieder product	30
4.1.4 Stap 4: Data verzamelen.....	31
4.1.5 Stap 5: Prijzen vergelijken	31
4.2 Een prijzenvergelijker ontwikkelen in praktijk	31
4.2.1 Stap 1: De jaarlijkse aankopen verzamelen	31
4.2.2 Stap 2: De korf van vergelijkbare producten bepalen.....	34

4.2.3 Stap 3: Een gewicht toekennen aan ieder product	36
4.2.4 Stap 4: Data verzamelen.....	36
4.2.5 Stap 5: Prijzen vergelijken	37
4.3 Is deze korf van vergelijkbare producten toepasbaar?	41
4.4 Prijsverschillen bij één leverancier	41
4.5 Conclusie.....	46
Hoofdstuk 5: Hoe kan een prijsvergelijkingsmodule effectief worden ontwikkeld voor alle horecazaken?.....	49
5.1 Stap 1: De jaarlijkse aankopen verzamelen	49
5.2 Stap 2: De korf van vergelijkbare producten bepalen	49
5.3 Stap 3: Is deze korf van vergelijkbare producten toepasbaar?.....	49
5.4 Stap 4: Een gewicht toekennen aan ieder product	50
5.5 Stap 5: Data verzamelen.....	50
5.6 Stap 6: Prijzen vergelijken.....	50
<i>Lijst geraadpleegde werken:</i>	53
<i>Bijlagen</i>	57
Bijlage 1: Interview met Filip Vanheusden, voorzitter Horeca Vlaanderen.....	57
Bijlage 2: Infolder rookvrije horeca van federale overheidsdienst volksgezondheid, veiligheid van de voedselketen en leefmilieu.....	59
Bijlage 3: infolder stud*enten arbeid van Student At Work	61
Bijlage 4: Ingevulde korf van vergelijkbare producten brasserie A.....	62
Bijlage 5: Ingevulde korf van vergelijkbare producten brasserie B.....	65
Bijlage 6: Ingevulde korf van vergelijkbare producten brasserie C.....	68
Bijlage 7: Ingevulde korf van vergelijkbare producten brasserie D	71
Bijlage 8: Aankopen leverancier.....	74
Bijlage 9: Interview medewerker leverancier	80

Lijst met figuren

Figuur 1: De kostenstructuur van een horecazaak	23
---	----

Lijst met grafieken

Grafiek 1: Horecasector verdeling in subsectoren in België en Vlaanderen in 2015.....	13
Grafiek 2: Aantal ondernemingen in de horecasector.	14
Grafiek 3: Omzet in de horecasector (in miljoen euro)	15
Grafiek 4: Studentenjobs in België in arbeidsplaatsen	16
Grafiek 5: Gelegenheidswerknemers in de horeca in België in voltijdsequivalenten	17

Lijst met tabellen

Tabel 1: Aantal faillissementen in alle sectoren	15
Tabel 2: Aantal faillissementen in de horecasector.....	15
Tabel 3: Voorbeeld jaarlijkse voedselaankopen van brasserie A.....	33
Tabel 4: Voorbeeld jaarlijkse drank aankopen van brasserie A	33
Tabel 5: Korf van vergelijkbare producten: voedsel	35
Tabel 6: Korf van vergelijkbare producten: drank.....	35
Tabel 7: Ingevuld voorbeeld van de korf van vergelijkbare producten	36
Tabel 8: Prijsvergelijking voedsel	38
Tabel 9: Prijsvergelijking drank.....	39
Tabel 10: Prijsverschillen bij één leverancier.....	43
Tabel 11: Klant specificaties	46
Tabel 12: Ingevulde korf van vergelijkbare producten brasserie A	64
Tabel 13: Ingevulde korf van vergelijkbare producten brasserie B	67
Tabel 14: Ingevulde korf van vergelijkbare producten brasserie C	70
Tabel 15: Ingevulde korf van vergelijkbare producten brasserie D	73
Tabel 16: Aankopen klant 1	74
Tabel 17: Aankopen klant 2	74
Tabel 18: Aankopen klant 3	75
Tabel 19: Aankopen klant 4	75
Tabel 20: Aankopen klant 5	75
Tabel 21: Aankopen klant 6	76
Tabel 22: Aankopen klant 7	76
Tabel 23: Aankopen klant 8	77
Tabel 24: Aankopen klant 9	78
Tabel 25: Aankopen klant 10	78
Tabel 26: Aankopen klant 11	79

Hoofdstuk 1: Onderzoeksplan

1.1 Probleemstelling

Het uitbaten van een horecazaak vergt diverse competenties. Zo zijn volgens de VDAB de basiscompetenties van een horeca uitbater een relatienetwerk kunnen uitbouwen, de HACCP regelgeving kennen, medewerkers opvolgen, voorraden controleren en beheren, marktanalyses uitvoeren, boekhoudkundige controles uitvoeren en prijzen bepalen. Naast deze basiscompetenties zijn er nog tal van andere zaken die een horeca uitbater moet kunnen. Ervoor zorgen dat klanten tevreden zijn is een van de belangrijkste taken, maar naast klanttevredenheid moet de horeca uitbater ook de boekhouding en personeelsadministratie correct uitvoeren en op de hoogte zijn van nieuwe wetgeving. Horeca uitbaters hebben dus als gevolg niet veel vrije tijd.

De horecasector heeft de afgelopen jaren te maken gekregen met heel wat nieuwe wetgeving. Zo is er het algemeen rookverbod, dat op 30 juni 2011 in werking is getreden (Arrest Grondwettelijk Hof van 15 maart 2011), de allergenenwetgeving, die in werking is getreden eind juni 2014 (KB 17 juli 2014) en de geregistreerde kassa, die gedeeltelijk in werking is getreden op 31 december 2015 (KB 29 januari 2015). Het bestuderen en implementeren van deze nieuwe wetgevingen kost veel tijd en ook geld. Hieronder worden deze verplichtingen kort toegelicht.

Het algemeen rookverbod zorgde ervoor dat op publieke plaatsen, de werkplek en in horecazaken niet meer gerookt mag worden. Als horeca uitbaters toch willen dat hun klanten binnen kunnen roken, moeten ze een aparte rookruimte voorzien die moet voldoen aan een aantal voorwaarden (Wet betreffende een algemene regeling voor rookvrije gesloten plaatsen toegankelijk voor het publiek en ter bescherming van werknemers tegen tabaksrook, 22 december 2009). Het maken van zo een rookruimte brengt kosten met zich mee en zorgt ervoor dat de beschikbare ruimte kleiner wordt. Deze wet zorgt ervoor dat niet-rokers heel wat voordelen ondervinden. Zo is er geen passief roken meer en niet-rokers worden niet meer geconfronteerd met sigarettengeur als ze een horecazaak bezoeken.

De allergenenwetgeving houdt in dat aan een bezoeker van een horecazaak mondeling of schriftelijk moet worden meegedeeld welke allergenen de gerechten bevatten (Horeca Vlaanderen). Het gaat over veertien verschillende allergenen waaronder de meer bekende allergieën voor gluten, schaaldieren en noten, maar er zijn ook minder bekende allergieën zoals een allergie voor zwaveldioxide en een allergie voor lupine die moeten worden meegedeeld (verordening (EU) nr. 1169/2011 van het Europees Parlement en de Raad, 25 oktober 2011). Er moet dus van ieder huisgemaakt gerecht worden uitgezocht welke allergenen ze bevatten. Dit is een tijdrovend proces. Als de horeca uitbater niet ook de kok is, wil dit zeggen dat de uitbater de kok hiervoor moet betalen.

De invoering van de geregistreerde kassa bracht heel wat moeilijkheden met zich mee voor zowel de horeca uitbaters als de overheid. In eerste instantie moesten alle horecazaken waarbij minstens 10% van de omzet wordt verworven door de verkoop van voeding een geregistreerde kassa hebben vanaf 1 januari 2016. Een aantal weken voor het einde van 2015 zijn Horeca Vlaanderen en Horeca Limburg naar de Raad van State gestapt. Volgens hen was de 10% regel ongrondwettig. In het arrest van 14 oktober 2015 werd het duidelijk dat de Raad van State hen hierin volgde. De 10% regel werd

geschrappt en nog voor Kerstmis van hetzelfde jaar was er een nieuwe regel. Volgens deze regel is een geregistreerde kassa verplicht voor alle horecazaken die €25.000 omzet halen uit voeding (KB 16 juni 2016). Vanaf 1 juli 2016 werd deze regel de officiële norm en moeten alle horecazaken die binnen deze norm vallen een geregistreerde kassa hebben. Ondanks de wettelijke verplichting, blijkt dat er begin juli 2016 nog steeds 8000 horecazaken zijn die een geregistreerde kassa zouden moeten gebruiken, maar die hier nog geen gebruik van maken (Standaard, 2016). Dit zorgt voor oneerlijke concurrentie tussen de horecazaken. De invoering van de geregistreerde kassa zorgde ook voor een aantal moeilijkheden voor de horeca uitbaters. Velen wisten door de schrapping van het KB betreffende de 10% regel niet of zij nog een geregistreerde kassa moesten aanschaffen. Dit werd dan pas duidelijk tegen het einde van 2015. Ook moesten de horeca uitbaters een zware investering doen om in orde te zijn met de wetgeving.

Om in regel te zijn met al deze wetgeving, ondergaat de horeca uitbater heel wat reguleringskosten. Dit zijn dus kosten die men moet maken om conform de wetgeving te zijn. Bij de voorbereiding zijn er o.a. informatie-, planning- en wetgevende kosten (Marneffe & Vereeck, 2010). Bij de invoering van de geregistreerde kassa zouden deze kosten hoog kunnen oplopen want er waren wat onduidelijkheden over deze wetgeving. Bij het implementeren van een regel zijn er natuurlijk ook nog heel wat andere kosten. Zo zijn er de nalevings-, operationele- en handhavingskosten. Bij het invoeren van het algemeen rookverbod liepen (voor de horeca uitbaters die een rookruimte wensten te maken voor hun klanten) deze kosten hoog op doordat ze structurele veranderingen moesten aanbrengen in hun zaak. Naast deze reguleringskosten zijn er ook nog productiekosten. De kosten van personeel kunnen sterk verschillen tussen vergelijkbare horecazaken. Ook de aankoopkosten verschillen sterk. Zo heeft het ene restaurant een kost van inkopen van 31,2% van de totale omzet en het andere vergelijkbare restaurant een inkoopkost van 57,2% van de totale omzet. De personeelskosten bij deze restaurants zijn respectievelijk 39,8% en 34,1% van de totale omzet (Bex et al, 2015). Hoe kan het dat vergelijkbare horecazaken toch zulke verschillende aankoopkosten hebben?

Er zijn ook heel wat maatregelen genomen om het gemakkelijker te maken voor de horecasector. Zo heeft de federale overheid bij de invoering van de geregistreerde kassa een horecaplan uitgewerkt. Dit horecaplan heeft ervoor gezorgd dat sinds 1 januari 2014 alle horecazaken met minder dan 50 werknemers kunnen genieten van een RSZ-korting op maximaal 5 vaste en voltijdse werknemers. De enige voorwaarde is dat men gebruik maakt van een geregistreerde kassa en dat men hierop een aanwezigheidsregister bijhoudt. Ook zorgde het horecaplan ervoor dat vanaf 1 juli 2015 het goedkoper werd om gelegenhedswerknemers in te schakelen. Als de gelegenhedswerknemer in het jaar van toepassing nog geen 50 dagen heeft gewerkt als gelegenhedsmedewerker, geniet de horeca uitbater van verminderde sociale bijdragen. Verder zijn er in het horecaplan nog andere maatregelen opgenomen zoals flexijobs en meer overuren (Horeca Vlaanderen).

Niet enkel de overheid maar ook organisaties zoals Horeca Vlaanderen, Horeca Brussel en Horeca Wallonië doen heel wat moeite om het de horecasector makkelijker te maken. Deze drie organisaties hebben samen met de Belgische Brouwers en de Federatie van Belgische drankenhandelaar (FeBeD) een gedragscode ondertekend. Eerst was het vaak zo dat er in brouwerijcontracten stond dat de

horeca uitbaters een afnameverplichting hadden van een bepaald aantal hectoliter bier. Deze afnameverplichting was vaak onrealistisch. Ook staat er in brouwerijcontracten dat de horeca uitbater exclusief bieren van de brouwerij, bepaalde frisdranken, wijn, koffie en koekjes voor bij de koffie moet afnemen. In deze gedragscode staat vermeld dat de horecafederaties een opleiding zullen aanbieden aan elke startende horeca uitbater. Het is de bedoeling dat zij deze verplicht volgen voor ze een drankafnamecontract mogen tekenen. Nadat de horeca uitbater het drankafnamecontract heeft ontvangen moet hij veertien dagen wachten alvorens het contract te tekenen. In deze veertien dagen heeft de horeca uitbater de tijd om het contract te laten evalueren. De afnameverplichting kan nog steeds worden opgenomen in het contract, maar deze afnameverplichting moet realistisch zijn. De exclusiviteit werd ook ingeperkt. Zo kan de horeca uitbater bijvoorbeeld niet meer worden verplicht om koekjes af te nemen bij een bepaalde drankhandelaar. In deze gedragscode is ook opgenomen dat bepaalde clausules verboden zijn. Zo mag er in een brouwerijcontract niets staan over privé-aankopen, openingsuren, prijzen en toekomstige uitbatingen (Horeca Vlaanderen).

Heel wat bestaande horecazaken hebben wel een drankafnamecontract waarin een onrealistische afnameverplichting in vermeld staat. Vaak geeft de brouwer of drankenhandelaar aan verschillende horecazaken verschillende kortingen en geschenken. Het kan hier gaan om een vaste korting of een bepaald aantal gratis liter bier bij de afname van een bepaalde hoeveelheid. De geschenken die horecazaken krijgen, kunnen zowel over kleine dingen, zoals menuboeken en krijtborden, als grotere zaken, zoals terras meubilair, parasols of een toog gaan. Hoe kunnen horeca uitbaters al deze voordelen vergelijken? Zoals al eerder aangehaald hebben de meeste horeca uitbaters niet veel vrije tijd en zullen ze vermoedelijk niet veel tijd hebben om uit te zoeken wat de beste deal is. Is een bepaald aantal gratis vaten en een terras optimaal? Of is een vaste korting toch beter? En hoe zit het bij de aankoop van voedsel? Worden daar ook kortingen gegeven? En hoe kunnen we deze vergelijken? Volgens Filip Vanheusden, voorzitter van Horeca Vlaanderen, zorgen de leveranciers er ook voor om de prijzen zo on-transparant mogelijk te houden. Ze doen dit door de producten in verschillende maten te produceren en deze goederen in verschillende hoeveelheden te verpakken (Bijlage 1).

1.2 Centrale onderzoeksvraag en deelvragen

De centrale onderzoeksvraag van dit onderzoek is: Hoe kan een correcte prijsvergelijkingsmodule voor aankooprijzen van voedsel en dranken tussen horecazaken in Vlaanderen ontwikkeld worden?

Om een antwoord te geven op deze centrale onderzoeksvraag zal gebruik gemaakt worden van vier deelvragen.

1. Hoe ziet de horecasector eruit in Vlaanderen?
2. Zijn er prijsvergelijkingsmodules in andere sectoren, en hoe worden deze ontwikkeld?
3. Hoe kunnen we een korf van vergelijkbare producten bepalen?
4. Is deze korf toepasbaar?

Bij de eerste deelvraag "Hoe ziet de horecasector eruit in Vlaanderen?" zal worden beschreven welke bedrijven er wel en niet tot de horecasector behoren. In dit onderzoek wordt gefocust op de subsector restaurants. Subsectoren zoals catering worden buiten beschouwing gelaten omdat deze vaak eten aan huis leveren en dus een andere soort kosten hebben dan restaurants. Ook zal er

worden gekeken, door middel van verslagen van Horeca Vlaanderen, of er bedrijven bij de sector komen of dat er juist bedrijven de sector verlaten. Moest blijken dat er heel wat bedrijven de sector hebben verlaten, zal worden gekeken of dit geen algemeen verschijnsel is. Er zal dus worden gekeken of dit in andere sectoren ook zo is. In dit onderzoek worden enkel horecazaken bestudeerd die gesitueerd zijn in Vlaanderen. Dit om o.a. de taalbarrière te vermijden.

De tweede deelvraag zal zich focussen op andere sectoren en hoe in deze sectoren prijsvergelijkingsmodules worden opgesteld. Er zal worden onderzocht hoe deze mechanismen worden opgesteld en of deze mechanismen ook toepasbaar zijn op de horecasector. Het meest bekende prijsvergelijkingsstelsel is dat van energie en gas. Organisatie zoals de VREG (Vlaamse Regulator van de Elektriciteits- en Gasmarkt), de CREG (Commissie voor de Regulering van de Elektriciteit en het Gas) en Test-Aankoop hebben zo een prijsvergelijkingsmechanisme opgesteld. Test-Aankoop heeft ook een prijsvergelijkingsmechanisme voor de goedkoopste supermarkt in de buurt. Bij dit stelsel zijn drie korven van producten opgesteld en aan de hand van deze korven kan gekeken worden welke supermarkt het voordeligste is (Test-Aankoop).

Na het bepalen van de prijsvergelijkingsmodule zal worden bepaald welke producten er allemaal in de korf zullen worden opgenomen. Dit zal gebeuren aan de hand van een de jaarlijkse aankopen van verschillende horecazaken om zo na te gaan wat de belangrijkste producten zijn. Nadat deze korf is bepaald zullen de aankooprijzen moeten worden verzameld. In eerste instantie zullen horecazaken worden gecontacteerd met de vraag of zij hun aankooprijzen en extra 'geschenken' willen geven. De namen van de horecazaken die hun gegevens vrijgeven zullen niet worden vermeld. Nadat deze gegevens verzameld zijn, zal een rekenmodule worden ontwikkeld in Excel. Met deze rekenmodule zullen de prijzen worden vergeleken en later zal worden nagegaan of deze korf toepasbaar is. Als er niet voldoende horecazaken worden gevonden die willen meewerken dan zal er gezocht worden naar een leverancier die bereid is om de verkoopprijzen en extra 'geschenken' per horecazaak te geven. Zo kan er onderzocht worden of er bij eenzelfde leverancier grote verschillen zijn in verkoopprijzen. De namen van deze drankhandelaars zullen niet worden vermeld in het onderzoek om hun concurrentiepositie niet te schaden.

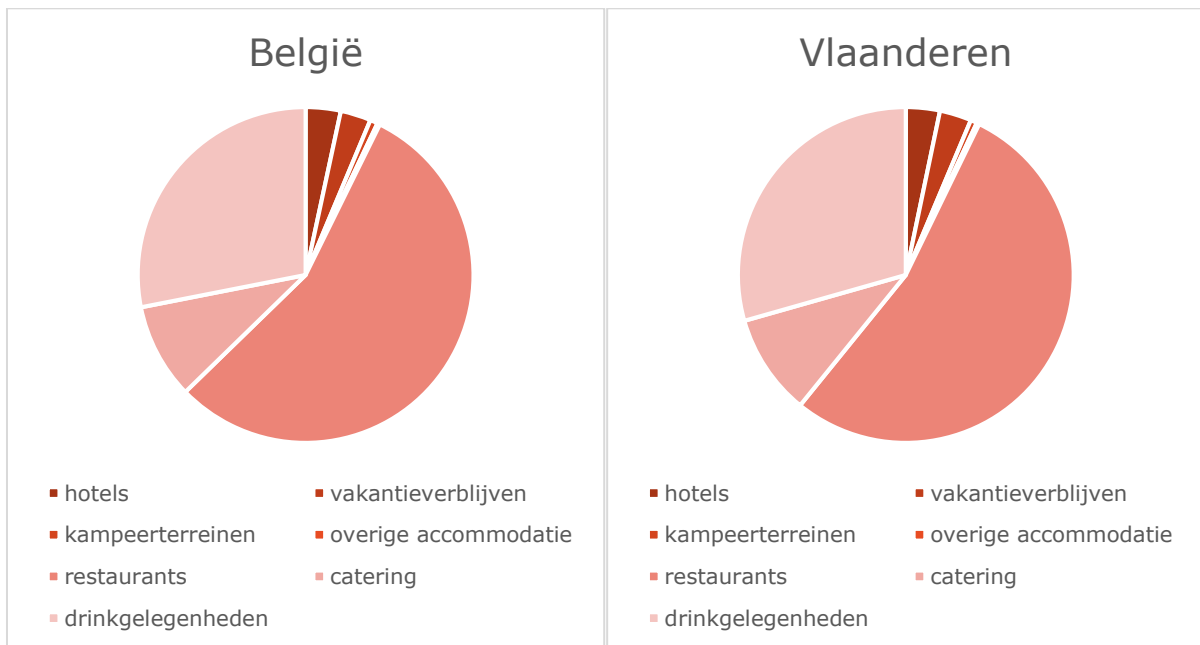
Hoofdstuk 2: Hoe ziet de horecasector eruit in Vlaanderen?

Om een antwoord te geven op de eerste deelvraag: 'Hoe ziet de horecasector eruit in Vlaanderen?' zal er eerst gekeken worden naar enkele kerncijfers omtrent de horecasector. Hiermee wordt bedoeld de omvang, de omzet, het aantal faillissementen en de werkgelegenheid in de sector. Dit zal telkens gebeuren voor België en Vlaanderen om zo te zien of de horecasector in Vlaanderen even sterk groeit/krimpt als de horecasector in heel België. Ten tweede zal er gekeken worden naar de veranderingen in de wetgevingen die betrekking hebben op de horecasector vanaf 2010 om zo te zien welke maatregelen de overheid en horecafederaties hebben genomen om de werkgever en de werknemer te beschermen. Als laatste wordt er een overzicht gegeven van de kostenstructuur van een horecazaak om een beeld te krijgen wat de grootste kostenposten van een horecazaak zijn.

2.1 De horecasector in cijfers

2.1.1 De horecasector en subsectoren

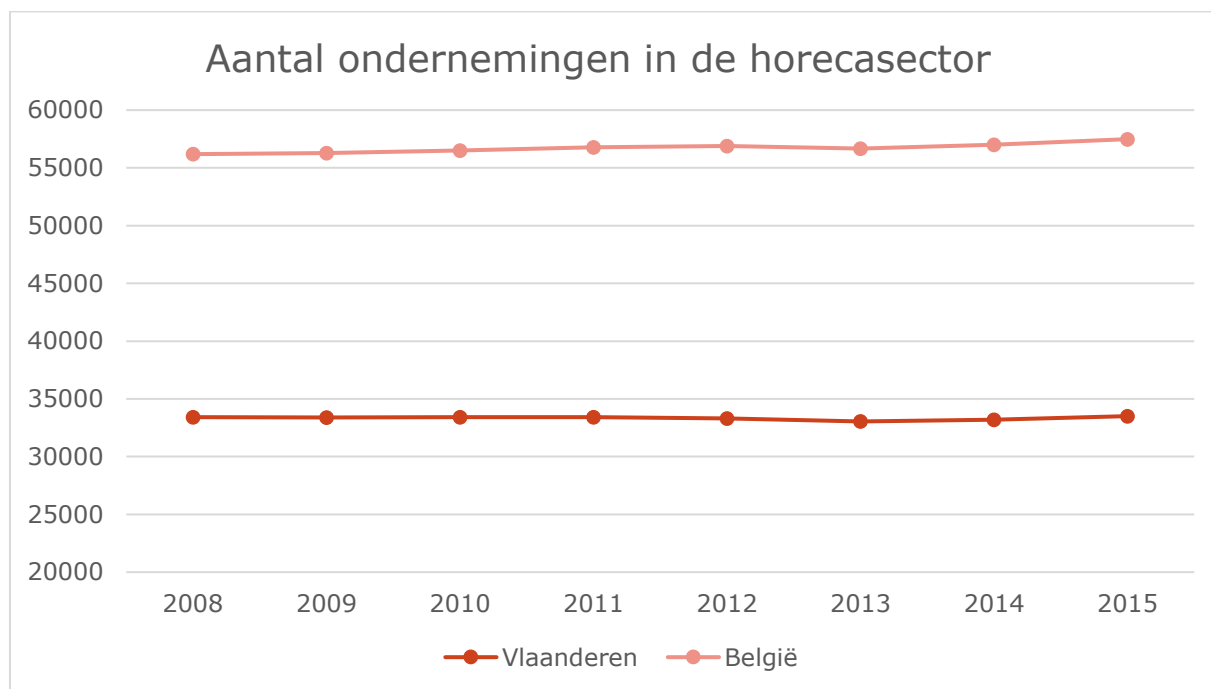
Horeca is een lettergreepwoord samengesteld uit de volgende woorden: hotel, restaurant en café (Economie, diensten). Deze sector omvat dus alle drank-, eet en logiesgelegenheden in België. In dit onderzoek zullen we ons beperken tot restaurants gelegen in Vlaanderen. Onderstaande grafiek toont aan dat de subsector restaurants de grootste subsector is binnen de horeca, met een aandeel van 56% in België en 54% in Vlaanderen. De tweede grootste subsector is de sector van de drinkgelegenheden met respectievelijk 28% en 29%. De subsector die in dit onderzoek wordt onderzocht vertegenwoordigt dus respectievelijk 56% en 54% van de totale horecasector in 2015.



Grafiek 1: Horecasector verdeling in subsectoren in België en Vlaanderen in 2015. Bron: Guidea - FOD Economie ADSEI

De horecasector was met 6,61% van alle ondernemingen de vierde grootste sector van België in 2015. De drie grotere sectoren waren: Groot- en detailhandel; reparatie van auto's en motorfietsen (20,07%), Vrije beroepen en wetenschappelijke en technische activiteiten (18,61%) en Bouwnijverheid (13,69%). In 2008 bedroeg de horecasector nog 7,44% van alle ondernemingen in

België. In onderstaande grafiek zien we het aantal horeca ondernemingen van 2008 tot en met 2015. In deze grafiek zien we een groei voor België van 2,31% en een lichte groei van 0,29% voor Vlaanderen in de periode 2008-2015. Hoewel het aantal horecaondernemingen voor België gestegen is, is het aandeel van alle horecazaken in België gedaald. De reden hiervoor is dat België over de periode 2008-2015 een stijging heeft gekend van 15,09% in het totaal aantal ondernemingen. Voor Vlaanderen was dit een stijging van 14,88%. De Horecasector groeit dus trager dan de andere sectoren in België en Vlaanderen (FOD Economie ADSEI).



Grafiek 2: Aantal ondernemingen in de horecasector. Bron: Guidea - FOD Economie ADSEI

2.1.2 Faillissementen en oprichtingen in de horecasector

In Tabel 1 is te zien dat het aantal faillissementen voor alle sectoren in een dalende trend zit de voorbije jaren. Dit zowel in België als in Vlaanderen. In 2015 was er een daling van het aantal faillissementen van 9,07% voor België en 9,76% voor Vlaanderen ten opzichte van 2014. In 2016 was dit voor België een daling van 6,06% en voor Vlaanderen een daling van 0,19% ten opzichte van 2015. In Tabel 2 zien we het aantal faillissementen in de horecasector voor België en Vlaanderen. Ook hier zien we een daling in het aantal falingen behalve in 2016 daar is een stijging in het aantal falingen te zien. Voor België was er in 2015 een daling van 8,35% en in Vlaanderen was er een daling 6,65% ten opzichte van 2014. In 2016 was dit een stijging van 5,86% voor België en een stijging van 10,58% voor Vlaanderen ten opzichte van 2015. De faillissementen in de horecasector bedroegen in 2016 21,27% van alle faillissementen in België. Er is maar één sector die een groter aandeel heeft in het aantal faillissementen in België nl. de sector groot- en detailhandel/repairatie van auto's en motorfietsen met een aandeel van 25,9%. De horecasector kent dus een zeer groot aantal faillissementen.

	2013	2014	2015	2016
België	11 740	10 736	9 762	9 170
Vlaanderen	5 742	5 285	4 769	4 760

Tabel 1: Aantal faillissementen in alle sectoren. Bron: Algemene Directie Statistiek - Statistics Belgium

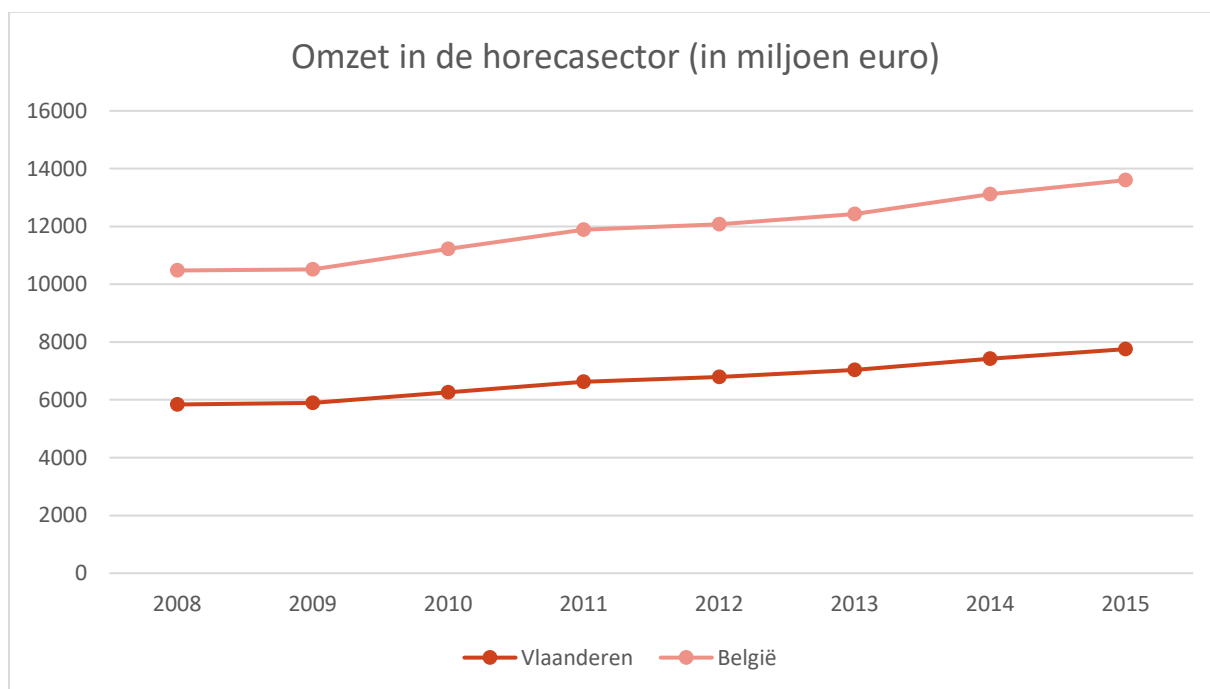
	2013	2014	2015	2016
België	2 261	2 011	1 843	1 951
Vlaanderen	1 120	992	926	1 024

Tabel 2: Aantal faillissementen in de horecasector. Bron: Guidea - FOD Economie ADSEI

In 2015 zijn er 6 076 nieuwe horecazaken opgestart, dit is 7,55% van het totaal aantal nieuwe opgerichte bedrijven in België. Dat jaar zijn er ook 5 613 bedrijven geschrapt, dit is 9,32% van het totaal aantal schrappingen (FOD Economie ADSEI).

2.1.3 Omzet in de horecasector

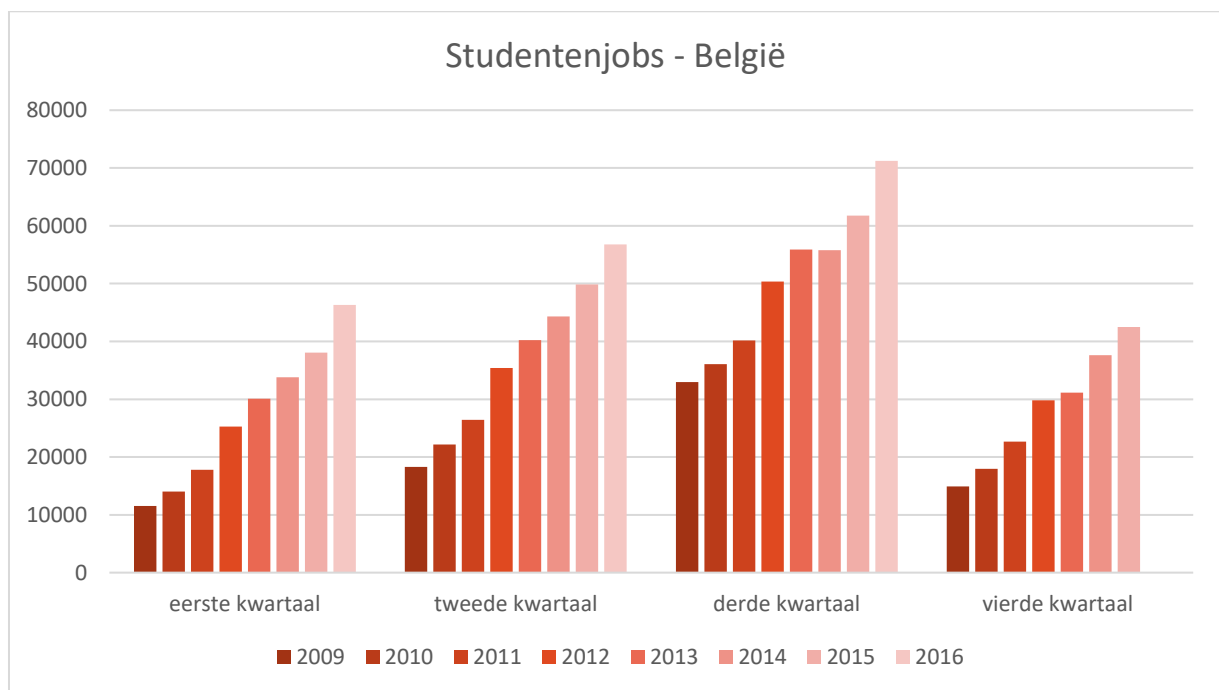
In grafiek 3 is te zien dat de omzet in de horecasector is gestegen en dit zowel voor België als voor Vlaanderen. In België was er een stijging van 21,27%, in Vlaanderen was dit 23,80% voor de periode 2010-2015. Hoewel het aantal ondernemingen licht is gestegen is de omzet toch sterk toegenomen. In de periode 2010-2015 was er in stijging van de totale omzet van alle ondernemingen in België van 15,53%. De omzet in de horeca is dus meer gegroeid dan die van de volledige economie. In 2010 bedroeg de horecasector 1,08% van de totale omzet in België, in 2015 was dit 1,13%. De horecasector is dus over een periode van vijf jaar licht gegroeid inzake de totale omzet en het aantal ondernemingen (Economie – Historiek van de omzet sinds 2005).



Grafiek 3: Omzet in de horecasector (in miljoen euro). Bron: Guidea - FOD Economie

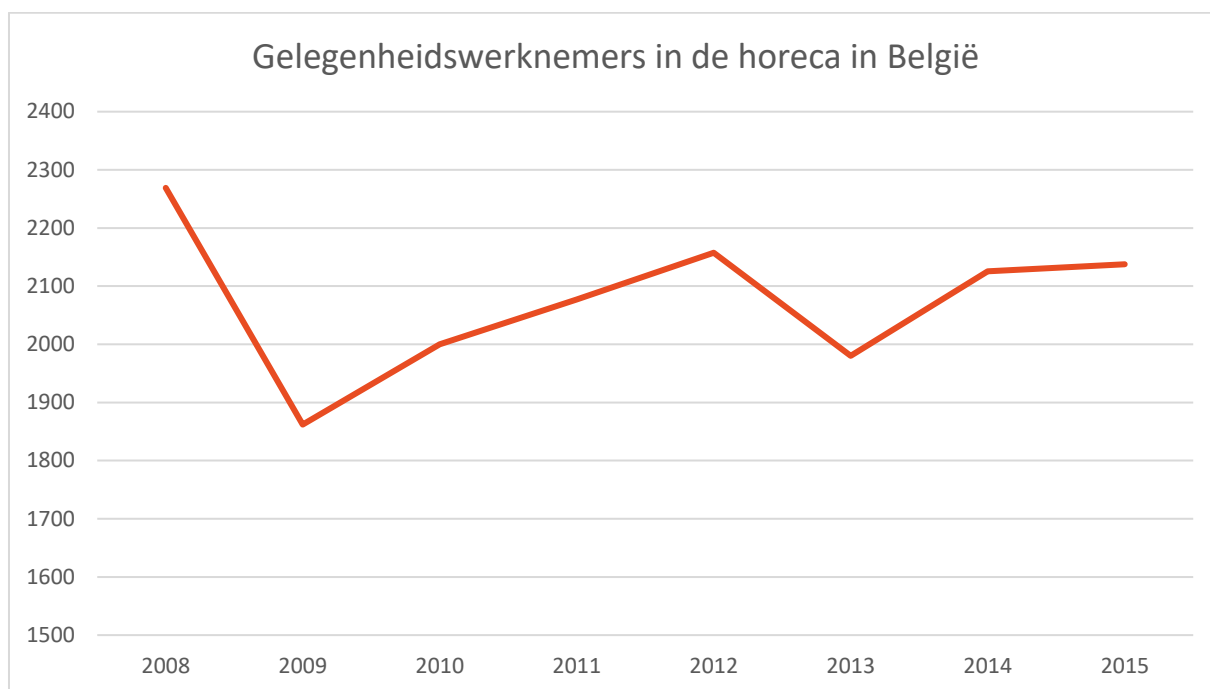
2.1.4 Werkgelegenheid in de horecasector

De horecasector is de vierde grootste sector van België. Er zijn dus veel mensen afhankelijk van deze sector. In 2015 telde de horecasector een kleine 75 000 voltijdse equivalenten in België. Over de periode 2008-2015 is dit een stijging van 8,61% voor België en een stijging van 10% voor Vlaanderen. In grafiek 4 zien we het aantal arbeidsplaatsen voor studentenjobs in België. Omdat de horecasector een sector is die seizoensgevoelig is, zijn de cijfers weergegeven per kwartaal. Het hoogste aantal arbeidsplaatsen voor studentenjobs zijn waar te nemen in het tweede en derde kwartaal en dit voor alle jaren. Voor de periode 2009-2015 zien we voor het eerste kwartaal een stijging van 231%, voor het tweede kwartaal een stijging van 172%, voor het derde kwartaal een stijging van 87% en voor het vierde kwartaal een stijging van 185%. De stijging van deze cijfers wil niet zeggen dat er werkelijk arbeidsplaatsen zijn bijgekomen. De horecasector was een sector waar er veel werd zwartgewerkt. Na het invoeren van de geregistreerde kassa is dit niet meer mogelijk. Het zou dus kunnen dat voor het invoeren van de geregistreerde kassa een aantal horecazaken jobstudenten niet meer in het zwart hebben tewerkgesteld.



Grafiek 4: Studentenjobs in België in arbeidsplaatsen. Bron: Guidea - FOD Rijksdienst voor Sociale Zekerheid

In de horecasector is er ook een mogelijkheid om een gelegenhedswerknemer, ook wel extra genoemd, in dienst te nemen. Deze mogen niet meer dan twee opeenvolgende dagen werken en niet meer dan 50 dagen per kalenderjaar. De werkgever mag niet meer dan 200 dagen per kalenderjaar een gelegenhedswerknemer in dienst hebben (Sociale zekerheid/ondernemingen - Gelegenheidsarbeid in de horeca). In grafiek 5 zien we dat het aantal gelegenhedswerknemers is gedaald. In 2008 en 2013 is het aantal gelegenhedswerknemers in voltijdsequivalenten sterk gedaald. In de andere jaren was er telkens een stijging.



Grafiek 5: Gelegenheidswerknemers in de horeca in België in voltijdsequivalenten. Bron: Guidea - FOD Rijksdienst voor Sociale Zekerheid

2.2 Horecawetgeving

2.2.1 Nieuwe wetgeving in 2010

Op 1 januari 2010 werd er voor de horecasector een nieuw btw-tarief ingevoerd. Voor de invoering van dit nieuw btw-tarief bestonden er slechts twee btw-tarieven nl. 6% en 21%. Het tarief van 6% werd gehanteerd voor de levering van maaltijden. 21% werd gehanteerd voor al de overige activiteiten, het consumeren van voedsel en drank ter plaatse. Na de invoering van dit nieuw btw-tarief bestonden er in de horecasector drie verschillende btw-tarieven nl. 6%, 12% en 21%. Het nieuw ingevoerde btw- tarief was 12% voor restaurant- en catering diensten met uitsluiting van het verschaffen van drank, voorheen was dit btw-tarief 21%. Voor drank bleef hetzelfde btw-tarief gelden als voorheen nl. 21%. Dit zowel voor de levering als voor het consumeren van drank ter plaatse. Voor het leveren van maaltijden geldt nog steeds het btw-tarief van 6%. Als er één prijs wordt aangeboden voor een menu met drank en een maaltijd, moet deze prijs gesplitst worden naar de verschillende btw-tarieven. Indien de horeca uitbater dit niet wenst te doen, moet het hoogste btw-tarief worden gehanteerd nl. 21%¹. Uit de studie van Goos en Konings (2013) blijkt dat de btw verlaging een positieve en statistisch significante invloed heeft gehad op de tewerkstelling in de horecasector. Er zouden 1 800 tot 3 200 jobs zijn bijgekomen door de verlaging van het btw-tarief.

2.2.2 Nieuwe wetgeving in 2011

Zoals reeds in het onderzoeksplan vermeld, is het algemeen rookverbod op 30 juni 2011 in werking getreden. Er mag sindsdien niet meer gerookt worden op publieke plaatsen, de werkplek en in horecazaken. Om toch binnen te kunnen roken moet er een aparte rookruimte geplaatst worden.

¹ Beslissing BTW nr. E.T.117.557 van 23 december 2009 van de federale overheidsdienst financiën

Aangezien de werkplek ook rookvrij moet zijn, mag er niet bediend worden in de rookruimte. Ook moeten alle asbakken worden verwijderd uit de niet-rook zone en het rookverbod moet duidelijk aangeduid worden. Op een terras mag er enkel gerookt worden als er minstens één wand of het plafond open is. Als dit niet zo is dan wordt dit beschouwd als een gesloten ruimte en mag er dus niet gerookt worden². De infolder van de federale overheidsdienst volksgezondheid, veiligheid van de voedselketen en leefmilieu met betrekking tot een rookvrije horeca staat vermeld dat de maximumboete voor het niet naleven van het rookverbod is opgetrokken van €1800 naar €6000. Ook kan de rechtbank vanaf 10 mei 2014 een horecazaak sluiten van één tot zes maanden voor het niet naleven van het rookverbod (bijlage 2).

2.2.3 Nieuwe wetgeving in 2013

Op 26 december 2013 zijn er door de *wet betreffende de invoering van een eenheidsstatuut tussen arbeiders en bedienden inzake de opzeggingstermijnen en de carenzdag en begeleidende maatregelen*, heel wat zaken veranderd in het arbeidsreglement. Deze wet zorgt voor overgangsmatregelen naar het eenheidsstatuut tussen arbeiders en bedienden. Er is een opzegtermijn voor ontslag ingevoerd die het zelfde is voor arbeiders en bedienden. De opzegtermijn is afhankelijk van wie het ontslag indient en de anciënniteit van de werknemer. Als de werkgever het ontslag geeft is deze termijn minimaal twee weken. Dit is minimaal één week als de werknemer ontslag neemt. Tijdens deze opzegtermijn heeft de werknemer het recht om een bepaald aantal dagen niet te gaan werken met de reden dat de werknemer dan op zoek gaat naar nieuw werk. Deze wet heeft de outplacementbegeleiding in het leven geroepen. Deze begeleiding zorgt ervoor dat werknemers waarbij de opzegtermijn voor ontslag hoger is dan dertig weken sneller een nieuwe job vinden³. Deze wet heeft voor werknemers met uitzondering van studenten de proefperiode afgeschaft. Als een werknemer arbeidsongeschikt is en het nalaat zijn werkgever onmiddellijk op de hoogte te brengen of geen geneeskundig getuigschrift voorlegt of een controle van de controle arts weigert, is het met deze wet mogelijk dat die werknemer zijn gewaarborgd loon verliest. Er zijn ook wijzigingen aangebracht om de carenzdag af te schaffen. De carenzdag is de eerste dag dat een persoon met een arbeidersstatuut ziek is en thuis blijft. Deze dag werd niet vergoed voor arbeiders maar dit werd wel vergoed voor bedienden. Nu krijgt elke werknemer een vergoeding vanaf de eerste dag dat de arbeidsongeschiktheid in gaat.

2.2.4 Nieuwe wetgeving in 2014

De federale overheid werkte in het horecaplan een aantal maatregelen uit om de invoering van de geregistreerde kassa te begeleiden. Een RSZ-korting is één van deze maatregelen. Deze maatregel ging in werking op 1 januari 2014. Zoals al eerder vermeld, moet de horecazaak minder dan 50 werknemers hebben en gebruik maken van de geregistreerde kassa. De horecazaak moet verder het volledige kwartaal gebruik maken van de geregistreerde kassa om voor dat kwartaal een korting te ontvangen op vijf vaste en voltijdse werknemers. Om van deze korting te genieten moeten van alle werknemers (ook de werknemers die de kassa niet bedienen) m.u.v. gelegenhedswerknemers en vrijwilligers, de aanwezigheid worden bijgehouden op de geregistreerde kassa. De korting bedraagt

² Wet betreffende een algemene regeling voor rookvrije gesloten plaatsen toegankelijk voor het publiek en ter bescherming van werknemers tegen tabaksrook, 22 december 2009.

³ Als het ontslag wordt gegeven door de werkgever.

€500 per kwartaal voor een vaste werknemer ouder dan zesentwintig jaar en €800 per kwartaal voor een vaste werknemer die jonger is dan zesentwintig jaar. Deze korting kan worden verkregen voor een onbeperkt aantal kwartalen. Als de onderneming geen gebruik wenst te maken van deze korting moeten enkel de werknemers die de kassa bedienen inloggen op de kassa (Horeca Vlaanderen).

In het onderzoeksplan is reeds vermeld dat de allergenen wetgeving eind juni 2014 in werking is getreden. Er moet mondeling of schriftelijk worden meegedeeld welke allergenen een gerecht bevat. Het gaat om de volgende allergenen: schaaldieren, eieren, vis, aardnoten, gluten, soja, lupine, lactose, noten, selderij, mosterd, sesamzaad, zwaveldioxide (dit zit in druiven, champignons ...) en weekdieren (of producten die gemaakt zijn op basis van een van deze allergenen). Het opstellen van zo een allergenen lijst kost niet alleen veel tijd, maar vraagt ook veel accuratesse. Het is namelijk zeer belangrijk dat deze oplisting correct gebeurt omdat bij bepaalde allergenen er ademhalingsproblemen kunnen ontstaan die bij niet tijdig ingrijpen dodelijk kunnen zijn.

2.2.5 Nieuwe wetgeving in 2015

Een werknemer kan enkel een gelegenhedswerknemer zijn als hij werkt voor een onderneming die tot het Paritair Comité voor het hotelbedrijf behoort, als de arbeidsovereenkomst voor een bepaalde duur of bepaald werk is en als deze werknemer niet meer dan twee dagen na elkaar werkt (KB 28 november 1969). In het onderzoeksplan is reeds vermeld dat sinds 1 juli 2015 het goedkoper is om gelegenhedswerkers in te schakelen. De werknemer mag per jaar maximum 50 dagen werken als gelegenhedswerknemer en de werkgever mag slechts 200 dagen per jaar gebruik maken van gelegenhedswerk. Als de werknemer nog geen 50 dagen als gelegenhedswerknemer heeft gewerkt betaalt de werkgever enkel sociale bijdrage op een fictief loon van €7,66 per uur met een maximum van €45,96 per maand aan sociale bijdrage (Horeca Vlaanderen).

De wet houdende diverse bepalingen inzake sociale zaken van 26 november 2015 heeft veranderingen aangebracht in de wettelijke bepalingen omtrent overuren. In de horeca mag een voltijdse medewerker maximum 9 uur per dag werken en 40 uur per week. Dit kan enkel als het gemiddeld jaartotaal 38 uur per week is. Alle uren die meer zijn, worden beschouwd als overuren, maar de werknemer mag dan niet meer dan 11 uur per dag werken en 50 uur per week. Deze grenzen zijn niet van toepassing voor werknemers met een leidinggevende functie of vertrouwenspost. In het KB van 10 februari 1965 staat vermeld wat deze leidinggevende of vertrouwenspost precies inhoudt⁴. Alle werknemers die een functie uitoefenen die vermeld staat in dit KB mogen meer dan 9 uur per dag en 40 uur per week werken zonder dat dit overuren zijn. Als een werknemer toch overuren heeft gemaakt heeft hij sinds 1 december 2015 de keuze om deze te laten uitbetalen of om inhaalrust te nemen. Als de werknemer kiest voor inhaalrust moet hij per uur aan gepresteerde overuren een uur betaald thuisblijven. De werknemer heeft daarboven ook recht op overloon⁵. Indien de werknemer toch opteert voor het uitbetalen van de overuren moet hij hier zelf om vragen. De wetgeving rond het uitbetalen van deze overuren is veranderd in de wet van 26 november 2015. Nu mogen er 300 overuren uitbetaald worden aan een werknemer die in een

⁴ KB tot aanwijzing van de personen die met een leidende functie of met een vertrouwenspost zijn bekleed in de particuliere sectors van 's lands bedrijfsleven, voor de toepassing van de wet betreffende de arbeidsduur van 10 februari 1965

⁵ Als de overuren werden gepresteerd op een zon- of feestdag is dit overloon 100%, voor alle andere dagen is dit 50%.

onderneming werkt zonder geregistreeerde kassa en 360 overuren voor een werknemer in een onderneming die wel werkt met een geregistreeerde kassa. Ook op deze overuren moet er een overloon worden betaald. Aan deze overuren is voor de werkgever een fiscaal voordeel verbonden van een gedeeltelijke vrijstelling van doorstorting van bedrijfsvoorheffing van 41,25%. Ook de werknemer geniet van een fiscaal voordeel van een belastingvermindering van 57,75%. Bovenvermelde regels zijn enkel van toepassing op overuren wegens buitengewone vermeerdering van werk of onvoorziene noodzakelijkheid. In geval van buitengewone vermeerdering van werk moet de werkgever de toelating hebben gekregen van de vakbondsafgevaardigde, als deze er is, en van de Algemene Directie Toezicht op Sociale Wetten. Ook moet de werkgever minstens 24 uur op voorhand het gewijzigde uurrooster aanplakken en de VDAB, FOREM of Actiris (dit zijn diensten voor arbeidsbemiddeling en dienstopleidingen) op de hoogte brengen. In het geval van onvoorziene noodzakelijkheid moet er ook toestemming gegeven worden door een vakbondsafgevaardigde en moet men de dienst Toezicht op Sociale Wetten achteraf op de hoogte brengen (Horeca Vlaanderen).

Om de loonlast te verlagen heeft de federale overheid in kader van het horecaplan de flexijobs in het leven geroepen op 1 december 2015. Vroeger waren enkel studenten en gelegenhedswerknemers - goedkope werkkrachten, nu geldt dit ook voor andere categorieën. Aan een flexijob is een aantal voorwaarden verbonden. Zo moet de werknemer de drie voorafgaande kwartalen minstens 4/5 bij een andere werkgever werken. Als de werknemer aan deze voorwaarden voldoet, kan er een raamovereenkomst worden afgesloten. In deze raamovereenkomst moet het basisloon, de omschrijving van het werk, het tijdstip en manier van oproeping en een wettelijk bepaalde clause worden vermeld. Door deze raamovereenkomst kan de arbeidsovereenkomst zowel mondeling als schriftelijk worden afgesloten. Bij een mondelinge overeenkomst moet er telkens per dag een dimona aangifte worden gedaan. Bij een schriftelijke overeenkomst is een aangifte per contract voldoende. Het minimum uurloon voor een flexijob is €8,82, hier komt nog 7,67% flexivakantiegeld bovenop omdat als de werknemer vakantie neemt hij geen loon meer ontvangt. Het loon dat de werknemer ontvangt is dus minimum €9,50, de werkgever betaald hier slecht 25% bevrijdende bijdrage op (16 november 2015, Wet houdende diverse bepalingen inzake sociale zaken, art 3-30).

In het onderzoeksplan is de geregistreeerde kassa die in werking is getreden op 1 januari 2015 reeds ruim besproken. Het implementeren van deze geregistreeerde kassa bracht een aantal problemen met zich mee, maar hoe de sector gaat reageren op deze kassa is nog niet duidelijk. Door de invoering van de geregistreeerde kassa zullen de reguleringskosten dalen. De geregistreeerde kassa zal de btw-boekhouding aanpassen op vier vlakken. Btw-bonnen moeten niet meer worden uitgeschreven maar worden vanzelf afgedrukt door de kassa. Het dagontvangstenboek wordt door de kassa bijgehouden en hoeft dus niet meer schriftelijk te worden bijgehouden. Het aanleveren van de btw-boekhouding aan de boekhouder zal minder tijd kosten voor de horeca uitbater en de btw-aangifte zelf zal minder tijd kosten. Deze veranderingen zullen ervoor zorgen dat de reguleringskosten zullen dalen met minimaal €830 en maximaal €5 970 (SIRA Consulting, 2015). Goos en Konings (2015) hebben onderzocht welke gevolgen de geregistreeerde kassa zou hebben op de horecasector. In hun studie hebben ze alle maatregelen die genomen zijn door de overheid in acht genomen. Ze zijn uitgegaan van twee scenario's. In het eerste scenario gingen ze ervan uit dat de werknemers alle wettelijke overuren (360 uren) opnamen. In het tweede scenario zouden de werknemers slechts de helft van

de wettelijke overuren opnemen. Voor het eerste scenario kwamen ze uit dat 11 132 arbeidsplaatsen zouden verdwijnen, voor het tweede scenario was dit 12 884 arbeidsplaatsen.

2.2.6 Nieuwe wetgeving in 2016

De gedragscode van de drankafnamecontracten (reeds besproken in het onderzoeksplan) geldt voor alle contracten die worden afgesloten, verlengd of gewijzigd na 1 maart 2016. Tot drankafnameovereenkomsten behoren de volgende verbintenissen: handelshuur van het pand, de huur van de infrastructuur, investeringskrediet, andere leningen of financiële of economische voordelen of tegemoetkomingen, een al dan niet exclusieve afnameverplichting in hoofde van de horeca uitbater, waarbij deze verplichtingen hiermee verbonden zijn. Al deze verbintenissen zijn tussen de brouwer en/of drankenhandelaar en de horeca uitbater. Bij het opstellen van de afnameverplichting quota moet er rekening worden gehouden met de locatie, historiek, marktsituatie, ervaring van de horecaondernemer, tijdomstandigheden en een correct rendement voor beide partijen. Jaarlijks bespreken de horecaondernemer en de brouwer en/of drankenhandelaar het al dan niet realiseren van deze quota. Hiervan wordt een verslag opgesteld waarin wordt nagegaan of er sprake is van overmacht. Als de horecaonderneming 70% of meer van de quota heeft gerealiseerd kan de termijn van de overeenkomst worden verlengd met twee jaar. De onderneming heeft dus twee jaar langer de tijd om de quota te realiseren (Horeca Vlaanderen).

2.2.7 Nieuwe wetgeving in 2017

Op 1 januari 2017 is de studentenarbeid hervormd. Eerst mochten studenten slechts 50 dagen per jaar werken. Of de student 2 uur of 8 uur per dag werkte, maakte geen verschil. Nu kan elke student 475 uur per jaar werken aan een verminderde solidariteitsbijdrage (KB 13 december 2016⁶). De Rijksdienst voor Sociale Zekerheid heeft in 2015 een website, Student At Work, opgericht waarop alle informatie voor studenten omtrent studentenarbeid vermeld staat. Op deze site is een infolder te vinden waarop de uitleg staat over de nieuwe regelgeving (bijlage 3). Studenten mogen dus 475 uren aan een verminderde solidariteitsbijdrage werken, als ze meer uren werken betalen ze een hogere solidariteitsbijdrage. Per kwartaal mogen studenten niet meer dan 240 uur werken met uitzondering van kwartaal drie, dan mogen studenten hier wel overheen gaan. Indien studenten in kwartaal één, twee of vier over dit aantal heen gaan ontvangen ze voor dat kwartaal geen kindergeld meer. Studenten betalen geen belastingen als ze minder dan €10 345,84 per jaar verdienen. Studenten zijn fiscaal ten laste van hun ouders als ze niet meer dan €6 660⁷ per jaar verdienen, zodra ze meer verdienen moeten hun ouders dus meer belastingen betalen.

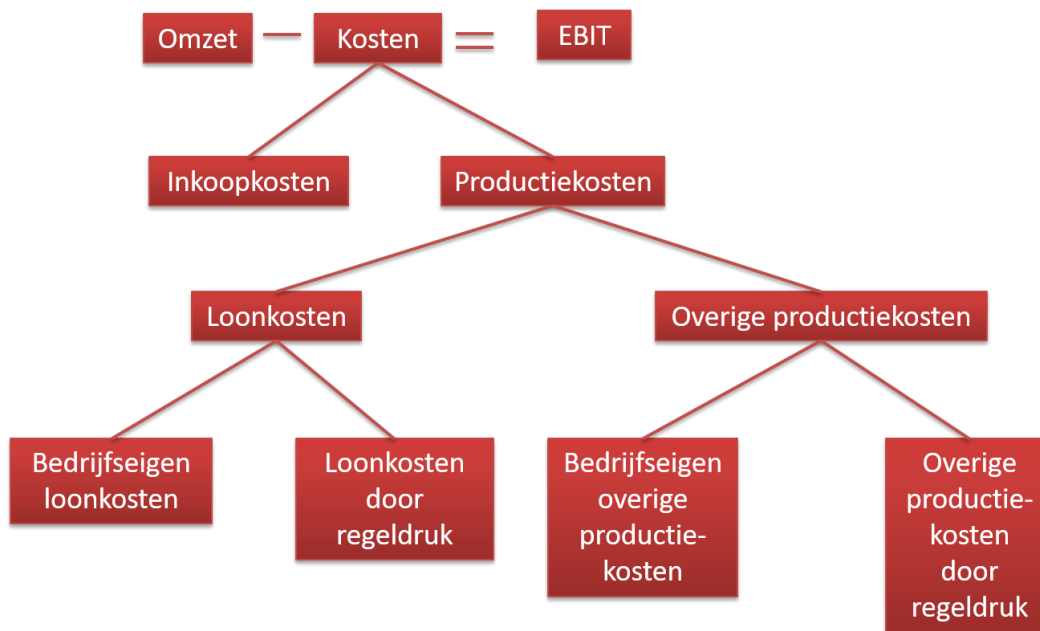
In de horecasector mag een student tot 11 uur per dag werken indien hij of zij ouder is dan 18 jaar. Studenten die in de horeca dus 50 dagen aan 11 uur werkten verliezen met deze regeling 75 werkuren aan een verminderde bijdrage (Standaard, 2016).

⁶ KB tot wijziging van artikel 17bis van het koninklijk besluit van 28 november 1969 tot uitvoering van de wet van 27 juni 1969 tot herziening van de besluitwet van 28 december 1944 betreffende de maatschappelijke zekerheid der arbeiders en tot wijziging van het koninklijk besluit van 5 november 2002 tot invoering van een onmiddellijke aangifte van tewerkstelling, met toepassing van artikel 38 van de wet van 26 juli 1996 tot modernisering van de sociale zekerheid en tot vrijwaring van de leefbaarheid van de wettelijke pensioenstelsels voor wat betreft de <studentenarbeid> en de flexi-jobs in de horecasector van 13 december 2016.

⁷ Dit bedrag geldt als de ouders van de student samen worden belast. Als de ouders van de student alleen worden belast is dit €8 435 per jaar. Als de ouders van de student alleen worden belast en de student heeft een beperking dan is dit bedrag €9 985 per jaar.

2.3 Kosten structuur van een horecazaak

'Hoe kan een correcte prijsvergelijkingsmodule voor aankooprijzen van voedsel en dranken tussen horecazaken in Vlaanderen ontwikkeld worden?' is de centrale onderzoeksvraag van dit onderzoek. Om het belang van deze onderzoeksvraag te begrijpen is het belangrijk om de kosten structuur van een horecazaak te kennen. In het onderzoeksplan is hier al kort op ingegaan. Volgens het onderzoek van SIRA Consulting (2015) zijn de kosten van een horecazaak onder te brengen in twee groepen: de inkoop en de productiekosten. Als we van de omzet deze kosten aftrekken blijft enkel de earnings before interest and tax (EBIT) over. Het is dus belangrijk dat deze kosten niet te hoog liggen. De inkoopkosten zijn zoals het woord zegt de kosten die een horecazaak heeft om zijn producten aan te kopen. In het onderzoeksplan is reeds aangehaald dat deze sterk kunnen verschillen voor vergelijkbare restaurants (nl. 31,2% en 57,2% van de totale omzet). Ook voor cafés verschillen deze; voor drie vergelijkbare cafés zijn deze inkoopkosten 29,9%, 33,3% en 43,3% van de totale omzet volgens het onderzoek van SIRA Consulting. De productiekosten zijn onder te verdelen in bedrijfseigen personeelskosten, personeelskosten door regeldruk, bedrijfseigen overige productiekosten en overige productiekosten door regeldruk. Ook hier zijn er grote verschillen te zien. Voor de cafés waren de bedrijfseigen personeelskosten respectievelijk 49,7%, 75,3% en 60,0% van de totale productiekosten. Voor de restaurants was dit 55,8% en 77,9%. De overige bedrijfseigen productiekosten waren voor de cafés 39,2%, 7,9% en 24,4% en voor de restaurants 36,7% en 1,3% van de totale productiekosten. Bij de kosten voor regeldruk waren er bij de cafés kleinere verschillen te zien, maar voor de restaurants was er toch een groot verschil merkbaar. Het ene restaurant had een kost voor regeldruk van de overige bedrijfskosten van 4,1% van de totale productiekosten en het andere vergelijkbare restaurant 16,3% van de totale productiekosten. Hoewel de verdeling van de inkoop en productiekosten voor de verschillende restaurants zo sterk verschillen hebben deze toch een gelijke EBIT nl. 1,5% en 1,4% van de totale omzet. Voor de drie cafés is het verschil groter nl. 0,9%, 1,4% en 0% van de totale omzet (SIRA Consulting, 2015). In figuur 1 wordt de kostenstructuur van een horecazaak schematisch weergegeven. Als deze horecazaken hun kosten voor inkoop zouden kunnen verlagen, houden ze een hogere EBIT over. Het is daarom belangrijk dat deze horecazaken hun aankooprijzen zouden kunnen vergelijken om zo hun inkooprijzen zo laag mogelijk te houden.



Figuur 1: De kostenstructuur van een horecazaak

2.4 Conclusie

De horecasector is met een aandeel van 6,61% in de Belgische economie een belangrijke sector die over een periode van 7 jaar gekrompen is met 0,83%. Het aantal ondernemingen in de horecasector is over diezelfde periode gestegen met 2,31%. Deze sector is intern gegroeid maar dit is niet met dezelfde grootte als de rest van de economie in België. Hoewel het aantal falingen is gedaald vindt er bijna 1/5 van alle falingen in België plaats in de horecasector. Door de interne groei in de sector is de tewerkstelling in de horeca gestegen met 8,61%. Er is vooral een grote stijging in het aantal studentenjobs.

De sector heeft het de afgelopen jaren niet makkelijk gehad dat is ook te zien aan het aantal nieuwe wetgevingen. Er zijn ook heel wat nieuwe wetgevingen bijgekomen om het de sector makkelijker te maken. Zo is er de btw verlaging die ervoor heeft gezorgd dat het aantal jobs in de horecasector is gestegen. Het is voor werknemers risicovoller geworden om onwettig afwezig te zijn omdat ze hun gewaarborgd loon kunnen verliezen. Dit is voordelig voor de werkgevers. Werkgevers kunnen genieten van een fiscaal voordeel voor overuren en een RSZ-korting. Door de invoering van flexijobs is het goedkoper om extra werkkrachten in te zetten. De hervorming van de studentenarbeid heeft er voor gezorgd dat studenten kunnen ingezet worden voor een korte periode zonder dat zij een volledige dag verliezen. De allergenen wetgeving zorgt voor betere informatie voor de consument.

Er zijn echter ook wetgevingen die als nadelig voor de horecasector kunnen worden beschouwd. Het algemeen rookverbod heeft er voor gezorgd dat sommige horecazaken extra maatregelen hebben moeten nemen. Dit verbod brengt echter ook een gezondheidsvoordeel met zich mee. Om te voldoen aan de allergenen wetgeving heeft de horeca uitbater een bepaalde kost. Overuren zijn dan wel goedkoper geworden, maar om dit voordeel te genieten moet de horeca uitbater een aantal instanties op de hoogte brengen.

De kostenstructuur is voor elke horecazaak hetzelfde, enkel de verhoudingen kunnen sterk verschillen. Een horeca uitbater heeft geen invloed op kosten die gemaakt worden om aan de regelgeving te voldoen. Loonkosten worden bepaald door wetgevingen. Hier heeft de horeca uitbater dus ook geen invloed op. De horeca uitbater kan enkel besparen op kosten van inkoop en de bedrijfseigen productie kost.

Hoofdstuk 3: Zijn er prijsvergelijkingsmodules in andere sectoren, en hoe worden deze ontwikkeld?

Het doel van deze deelvraag is om andere prijsvergelijkingsmodules te zoeken en na te gaan hoe men te werk is gegaan. Er blijkt weinig tot geen wetenschappelijk onderzoek gedaan te zijn naar prijzenvergelijking in de horecasector. Daarom zal er ook gekeken worden naar de manier waarop men in andere wetenschappelijke onderzoeken, die betrekking hebben op de horecasector, het onderzoek voert en data verzamelt. Tenslotte zal er gekeken worden naar hoe prijsvergelijkingswebsites hun gegevens voorstellen en verzamelen.

3.1 Prijsvergelijkingsonderzoeken in andere sectoren

In het onderzoek 'Cancer drugs in 16 European countries, Australia, and New Zealand: a cross-country price comparison study' van Vogler et al. (2016) werden de prijzen van kankermedicijnen in landen met een hoog inkomen vergeleken. Voor het selecteren van de deelnemende landen is men gaan kijken naar een aantal criteria. Deze landen moesten bijvoorbeeld vergelijkbaar zijn op economisch vlak en op vlak van het geneesmiddelenstelsel. Na het selecteren van de landen heeft men de medicijnen geselecteerd die ook moesten voldoen aan een aantal criteria. De deelnemende medicijnen moesten zijn goedgekeurd door de European Medicines Agency, ze moesten een vergelijkbare prestatie hebben en ze moesten beschikbaar zijn in minstens tien van de zestien landen. De prijzen van de medicijnen werden verkregen van de Pharma Price Information service van de Austrian Public Health Institute. Van elk medicijn werd er opgelijst hoeveel gram werkzame stof deze bevat en hoe groot de verpakking is. Om de prijzen te vergelijken werden alle prijzen weergegeven als aankoopprijs per eenheid.

3.2 Wetenschappelijk onderzoek in de horecasector

Om het driehoekig verband tussen interim-bureaus, de horecasector en flexibele werknemers te onderzoeken hebben Soltani et al. (2009) hun data op twee verschillende manieren verworven. Eerst werd een focusgroep interview georganiseerd. Bij deze focusgroep was er een moderator die de groep begeleidde doorheen de vragen. Een voordeel van deze techniek was dat iedereen zijn ideeën deelde en zo ontstonden er nieuwe ideeën. Deze techniek had echter ook zijn nadelen. Zo kon het zijn dat sommige deelnemers van de focusgroep hun mening en ervaring niet durfden te delen. De vooringenomenheid van de moderator zou ook de uitkomsten van het onderzoek kunnen beïnvloeden. Om zeker te zijn dat de verzamelde data correct is, werd er een tweede verzamelmethode gebruikt. Er werden ook persoonlijke interviews gehouden met de verschillende deelnemers. Omdat het in dit onderzoek ging over een driehoekig verband werd de data verzameld bij de drie betrokken groepen: de hotelmanagers, interimkantoor managers en de flexibele werknemers. Voor het selecteren van de deelnemers werden eerst alle drie tot vijf sterren hotels in de hoofdstad van Taiwan geselecteerd. Uit deze hotels werden er 13 hotels gekozen op basis van bepaalde criteria. Voordat de focusgroep werd georganiseerd werd er eerst een afspraak gemaakt met de verschillende managers. Bij een aantal van de hotels waren er partijen die niet wilden meewerken aan het onderzoek. Na het evalueren van het eerste gesprek bleven er 9 hotels over. Met deze 9 hotels werden er eerst focusgroepen georganiseerd en daarna werd er met elke partij een individueel interview afgenomen om zo de data te verzamelen.

In het onderzoek van Lai en Yik (2008) werd een benchmarking studie uitgevoerd bij tien luxe hotels met als doel de significantie en prestatie van bedrijfs- en onderhoudskosten te achterhalen. Voor het verzamelen van data werd eerst een template opgesteld. Deze template was gebaseerd op een vragenlijst die eerder was gebruikt om data te verzamelen over bedrijfs- en onderhoudskosten, interviews met hoteluitbaters en een steekproef van bedrijfs-en onderhoudscontracten. In dit onderzoek werd er gewerkt met een vaste groep van hoteluitbaters. De eerste versie van de template werd aangepast aan de opmerkingen van de groep hoteluitbaters. De hoteluitbaters die deelnamen aan het onderzoek moesten voor de data zorgen die in de uiteindelijke template was opgenomen. Na een bepaalde periode werd er een herinnering gestuurd naar de hoteluitbaters die hun data nog niet hadden doorgestuurd. Lai en Yik hebben in hun onderzoek een aantal moeilijkheden ondervonden. De verschillende hoteluitbaters vonden verschillende zaken belangrijk. Daarom ondervonden de onderzoekers moeilijkheden met het opstellen van de template. De verschillende hotels hadden voor hun kosten verschillende aanrekeningssystemen waardoor het moeilijker werd om deze te vergelijken. Nadat de data was verzameld zijn de onderzoekers deze gaan analyseren. Eerst werd de steekproef beschreven. Zo werd er gekeken naar het aantal gastenkamers, de oppervlakte, Na het beschrijven van de steekproef werden de kosten bestudeerd in functie van hun onderzoek.

3.3 Prijsvergelijkingswebsites

Voor consumenten bestaan er op het internet tal van prijsvergelijkingswebsites. Op de website www.vergelijk.be kan de consument van ongeveer alle producten die men kan bedenken de prijzen vergelijken en zo de goedkoopste aanbieder vinden. Als de consument op zoek is naar een tablet kan hij bepaalde criteria ingeven en dan wordt hij geleid naar de website van de goedkoopste aanbieder. Deze website vergelijkt enkel webshops. Hier worden de gegevens dus van het internet gehaald.

Zoals reeds in het onderzoeksplan vermeld, bestaan er heel wat prijsvergelijkingsystemen voor energie en gas. Op de site van de VREG kunnen consumenten een V-test uitvoeren. Dit is een test die alle energieleveranciers in Vlaanderen vergelijkt. Als men deze test uitvoert moet men eerst een aantal basisgegevens invoeren. Deze basisgegevens zijn de postcode, het product (aardgas, elektriciteit of beide) dat men wil vergelijken en of men een gezin of kmo is. Aan de hand van deze gegevens worden er nog een aantal andere vragen gesteld. In de test wordt het aangeraden dat men het verbruik kent, maar zelfs als het verbruik niet gekend is kan men deze test uitvoeren en op zoek gaan naar de goedkoopste leverancier. De test geeft niet één leverancier weer die het goedkoopste is, maar ze geven een overzicht dat gerangschikt is op de jaarlijkse kost. Bij iedere leverancier wordt er telkens vermeld hoe groen de stroom is, welke type contract men moet aangaan, of het gaat om een variabel of vast tarief en de voorwaarden van het contract. Zo kan iedere consument een leverancier zoeken die voldoet aan zijn behoeften. Als de consument heeft gekozen voor een bepaalde leverancier moet hij op aanraden van de VREG de website van de leverancier bekijken om na te gaan of het tarief nog steeds geldt (VREG).

Op de site www.energie-vergelijker.be kan men ook op zoek gaan naar de goedkoopste energieleverancier. Het invoeren van de gegevens gaat zoals bij de V-test, enkel kan men hier ook aangeven of er promoties en bepaalde dienstverleningen mee in acht moeten genomen worden. Bij

de resultaten worden ook hier meerdere leveranciers getoond en hun specificaties. De prijzenvergelijker voor energie en gas van Test-Aankoop werkt hetzelfde als de twee voorgaande prijzenvergelijkers.

Ook in de toerimesector bestaan er prijsvergelijkingswebsites. De website Trivago vergelijkt de prijzen van hotels over heel de wereld. Als men op zoek is naar een hotel kan men de plaats, datum en aantal personen ingeven. Ook kan men ingeven binnen welk prijsbereik men een hotel zoekt en welke beoordeling het hotel moet hebben. Net zoals de prijzenvergelijkers van energieleveranciers geeft Trivago niet één aanbieder maar verschillende. Als men een hotel heeft gekozen krijgt men een lijst met websites waar men de hotelkamer kan reserveren. Net zoals bij de prijzenvergelijker van producten wordt men naar de website van de aanbieder geleid. Trivago verzamelt de gegevens van de verschillende websites van aanbieders van hotelkamers (Trivago).

Zoals in het onderzoeksplan al vermeld staat heeft Test-Aankoop een prijsvergelijkingsmechanisme voor de goedkoopste supermarkt in de buurt. Hier moet de consument ingeven waar men woont, met hoeveel gezinsleden men is en men moet kiezen uit drie profielen waar telkens een korf van producten aan verbonden is. De verschillende profielen zijn: enkel merkproducten, enkel winkelmerken en een mix van winkelmerken en merkproducten. Bij ieder profiel kan men ook aanduiden of men vlees of groenten en fruit ook in de supermarkt wil kopen. Op basis van deze gegevens worden dan alle supermarkten in de buurt weergegeven. Deze supermarkten zijn gerangschikt op prijs. Er wordt aangegeven welke supermarkt het goedkoopste is en bij de andere supermarkten wordt weergegeven hoeveel deze duurder zijn per jaar. Test-Aankoop verzamelt de gegevens door langs te gaan in de winkels en de prijzen van bepaalde producten te noteren. In iedere winkel noteren ze de prijzen van dezelfde producten. Test-Aankoop heeft de korf van producten samengesteld door een aantal producten uit alle categorieën die in de supermarkt te vinden zijn te selecteren. Niet elk product weegt met hetzelfde gewicht door. Op basis van het huishoudbudgetonderzoek van de FOD economie zijn deze gewichten bepaald (Test-Aankoop).

3.4 Conclusie

In bovenstaande wetenschappelijke onderzoeken en websites zijn er verschillende onderzoeks- en verzamelmethoden gebruikt. De deelnemers werden telkens geselecteerd op basis van bepaalde criteria zodat de deelnemers vergelijkbaar zijn. Voor dit onderzoek heeft Filip Vanheusden aangeraden om grote horecazaken te selecteren omdat deze meer onderhandeld zullen hebben over hun aankooprijzen. In de wetenschappelijke onderzoeken werden interviews of focusgroepen georganiseerd om te bepalen welke producten werden opgenomen. De verzameling van de data gebeurde via databases en websites of de deelnemers moesten voor de nodige informatie zorgen. Aangezien er nog geen database bestaat waarin alle aankooprijzen zijn opgenomen zullen de deelnemers van dit onderzoek de data moeten aanleveren.

De prijsvergelijkingswebsites stelden nooit één bedrijf voor, telkens gaven ze een overzicht van verschillende bedrijven. De consument kan dan kiezen op basis van de criteria die hij belangrijk vindt. In dit onderzoek zal dan ook rekening worden gehouden met de verschillende criteria die een leverancier heeft. Net zoals bij de prijzenvergelijker van Test-Aankoop zal er hier een gewicht worden gegeven aan de producten. Het zou namelijk kunnen dat er bij een bepaalde leverancier een bepaald

product zeer goedkoop is, maar horecazaken gebruiken dit product zeer weinig. Zonder gewichten zou deze leverancier misschien een van de goedkoopste leveranciers zijn hoewel dit niet zo is.

Hoofdstuk 4: Hoe kunnen we een korf van vergelijkbare producten bepalen?

In het vorige hoofdstuk werd beschreven hoe prijzen worden vergeleken in wetenschappelijk onderzoek en hoe prijsvergelijkingswebsites dit doen. In dit hoofdstuk zal er worden nagegaan hoe een korf van vergelijkbare producten kan worden bepaald en hoe een prijzenvergelijker voor de horecasector kan worden ontwikkeld. Dit zal gebeuren in een aantal stappen die eerst theoretisch zullen worden uitgelegd en daarna zullen deze stappen in praktijk worden omgezet. Nadat deze stappen in praktijk zijn omgezet zal er worden nagegaan of de korf van producten toepasbaar is. Aangezien er slechts een beperkt aantal horecazaken hebben meegewerkt aan het onderzoek zal er ook worden nagegaan of klanten van één leverancier verschillende prijzen betalen voor hun producten.

4.1 Een prijzenvergelijker ontwikkelen in theorie

Een prijsvergelijkingsmodule ontwikkelen voor alle producten in de volledige horecasector vraagt veel tijd en middelen aangezien horecazaken heel divers zijn. Iedere horecazaak heeft een andere menukaart en gebruikt andere producten. Zo zal een horecazaak die gespecialiseerd is in Italiaanse gerechten veel pasta aankopen en een horecazaak die gespecialiseerd is in Arabische gerechten zal eerder veel couscous aankopen. Als men een prijzenvergelijker zou willen ontwikkelen voor alle horecazaken zou deze dus productspecifiek moeten zijn. De horeca uitbater zou voor ieder product apart moeten kunnen nagaan waar ze dit product het goedkoopste kunnen aankopen. Het nadeel hiervan is dat het veel tijd zal kosten om van elke leverancier de prijzen te laten verzamelen van al hun producten. Voor de leveranciers die een online bestelmodule hebben is het makkelijker om de prijzen te verzamelen, maar de prijzen vermeld op deze online bestelmodule zijn vaak niet de prijzen die de horecazaken effectief betalen aangezien ze vaak kortingen en geschenken krijgen. Als men wil weten welke prijs er werkelijk wordt betaald door de horecazaak moet deze worden gevraagd aan de horeca uitbater. Een ander nadeel van dit type van prijsvergelijkingsmodule is dat de horeca uitbater geen overzicht heeft bij welke leverancier hij het goedkoopste een groot deel van zijn producten kan aankopen. Hij weet dit enkel voor ieder product apart. Het kan dus ook zijn dat de horeca uitbater zijn producten bij veel verschillende leveranciers zal moeten aankopen wat dan weer veel tijd kan kosten.

De prijzenvergelijker ontwikkelen die in de vorige paragraaf beschreven staat is haast onmogelijk aangezien er duizenden verschillende producten zullen moeten worden opgenomen waarvan de prijzen zullen veranderen in de tijd. Het is daarom aangeraden om een korf van producten te bepalen waarvan de prijzen zullen worden vergeleken. Men kan één korf ontwikkelen voor de volledige horecasector met daarin basisproducten die de meeste horecazaken zullen aankopen, maar verschillende types van horecazaken hebben verschillende aankoopbehoeften. Als men ook de gespecialiseerde producten wil vergelijken is het aangeraden om de horecasector in te delen in specialisaties en per specialiteit kan men een korf van vergelijkbare producten bepalen. Zo zou men één korf kunnen ontwikkelen voor Belgische brasseries, één voor Italiaanse brasseries,.... Zo kan iedere horecazaak een korf kiezen die nauw aansluit bij zijn aankoopbehoeften. De prijzenvergelijker van Test-Aankoop voor het vergelijken van supermarkten gebruikt deze methode van meerdere

korven ook. De consument krijgt hier de keuze uit verschillende korven omdat iedere consument verschillende aankoopbehoeften heeft.

4.1.1 Stap 1: De jaarlijkse aankopen verzamelen

Er moet dus voor één of meerdere korven van vergelijkbare producten bepaald worden welke producten er in zullen worden opgenomen. Om deze producten te bepalen moet men de producten kennen die frequent worden aangekocht door horecazaken. Om dit te bepalen moet men de aankopen van een volledig jaar voor voedsel en drank van een aantal horecazaken verzamelen. Als men één korf wil ontwikkelen voor de volledige horecasector moet men de aankoopgegevens van horecazaken uit alle specialiteiten verzamelen om er zo voor te zorgen dat alle producten die frequent worden aangekocht hierin zijn opgenomen. Bij het ontwikkelen van meerdere korven moeten de jaarlijkse aankopen van een aantal horecazaken verzameld worden per specialiteit. In de lijst van jaarlijkse aankopen moet worden opgenomen hoeveel de horecazaak van een bepaald product aankoopt, wat hij hiervoor betaalt, hoeveel korting hij hiervoor krijgt, welke leverancier het product verkoopt, wat de leverwijze is en hoe vaak de horecazaak producten aankoopt bij deze leverancier. De prijzen opgenomen in deze lijst moeten exclusief btw, exclusief korting en exclusief accijnzen zijn.

4.1.2 Stap 2: De korf van vergelijkbare producten bepalen

Als al deze gegevens van de verschillende horecazaken verzameld zijn kunnen de producten die niet frequent aangekocht worden, geschrapt worden uit de lijst. Zo kan men bijvoorbeeld alle producten schrappen die minder dan vijf keer per jaar worden aangekocht, ook kan men de producten schrappen waarvan de totale jaarlijkse kost minder is dan €75. Men heeft dan van een bepaald aantal horecazaken een uitgebreide lijst van producten. Om te bepalen welke producten er door al deze horecazaken frequent worden aangekocht moeten dezelfde producten aan elkaar gelinkt worden. Als men eerst de producten onderverdeelt in categorieën dan is het makkelijker om per categorie de producten aan elkaar te linken. Als deze producten gelinkt zijn aan elkaar dan moet men de gemiddelde werkelijke kost berekenen voor ieder product. In deze kost is de korting die de horecazaak krijgt op dit product reeds verrekend. De gemiddelde kost moet ook worden berekend voor producten die niet in alle horecazaken voorkomen omdat de gemiddelde kost van deze producten toch een groot aandeel kan hebben. Als men van ieder product de gemiddelde kost heeft bepaald kan men de producten sorteren op de hoogste gemiddelde kost. Als men een korf wil bepalen van 40 producten voor voedsel en 40 producten voor drank dan kiest men telkens de 40 producten die de hoogste gemiddelde kost hebben. Deze producten zullen dan de korf van vergelijkbare producten bepalen.

4.1.3 Stap 3: Een gewicht toekennen aan ieder product

In de prijzenvergelijkingsmodule van Test-Aankoop is aan alle producten een bepaald gewicht toegekend omdat sommige producten vaker worden aangekocht dan andere. Voor deze korf is dit ook aan te raden. Als er geen gewichten zouden worden toegekend zou het kunnen dat een bepaalde leverancier als goedkoopste naar voor wordt geschoven omdat deze leverancier bepaalde producten, die niet frequent worden aangekocht, goedkoper verkoopt. Er moet dus aan ieder product een gewicht worden toegekend. Aangezien drank en voedsel vaak bij verschillende leveranciers wordt

aangekocht kan dit worden beschouwd als twee aparte korven. De gemiddelde kost van de producten in deze korven zijn gekend, we weten dus wat de verschillende horecazaken gemiddeld uitgeven aan ieder product. Als we deze gemiddelde kost van alle product in de korf optellen kennen we de totale gemiddelde kost van iedere korf. Elk product neemt een bepaald percentage in, in de totale gemiddelde kost. Dit percentage zal het gewicht zijn dat aan het product zal worden toegekend.

4.1.4 Stap 4: Data verzamelen

Nadat deze korf en de gewichten zijn bepaald moet er data worden verzameld van de vergelijkbare producten. Aangezien er geen data bestaat over de aankooprijzen zal deze data moeten worden verkregen via horecazaken. Men zal van de korf van vergelijkbare producten een invulformulier moeten maken waarin de horecazaken de eenheid van het product, de prijs per eenheid, de korting, de leverancier, de frequentie van de aankopen en de leverwijze moeten invullen. In dit invul formulier moet er ook worden gevraagd welke geschenken de horeca uitbaters krijgen van hun leveranciers. Als men één korf ontwikkelt voor de volledige horecasector zal een formulier moeten worden ingevuld door horecazaken uit alle specialiteiten. Indien er meerdere korven worden gemaakt zal dit invulformulier moeten worden ingevuld door een groot aantal horecazaken die dezelfde specialisatie hebben als bedoeld in de korf.

4.1.5 Stap 5: Prijzen vergelijken

Als de data is verzameld heeft men een overzicht van de eenheidsprijzen van ieder product bij verschillende leveranciers. Men kan de eenheidsprijs van iedere product vermenigvuldigen met het gewicht van dat product. De eenheidsprijzen van de producten moeten bij iedere horecazaak worden uitgedrukt in dezelfde eenheid zodat deze vergelijkbaar zijn. Zo kan dit voor dranken in liter zijn en voor voedsel kan dit in kilogram zijn. Zo zal bijvoorbeeld de prijs van één liter bier worden vermenigvuldigd met het gewicht van bier en dit voor iedere horecazaak die een invul formulier heeft ingevuld. Zo kent men de totale prijs van de korf voor iedere horecazaak en weet men dus welke horecazaak het minst uitgeeft aan deze korf. Om na te gaan welke leverancier het goedkoopste is kan men gaan kijken naar de leveranciers van de horecazaak die het minste uitgeeft aan de korf. Als hier één leverancier staat weet men duidelijk welke leverancier het goedkoopste is, maar hierin zijn de geschenken die een horecazaak krijgt niet opgenomen. Voor sommige horeca uitbaters is dit zeer belangrijk voor andere is dit minder belangrijk. Indien er in de lijst van de horecazaak met de laagste kost meer leveranciers staan zal er verder moeten worden uitgezocht welke leverancier het goedkoopste is. Men kan voor ieder product nagaan bij welke leverancier dit het goedkoopste wordt aangekocht.

4.2 Een prijzenvergelijker ontwikkelen in praktijk

In dit deel zal er een voorbeeld van een prijzenvergelijker in de horecasector worden ontwikkeld. Aangezien dit onderzoek beperkt is in tijd zal hier een prijzenvergelijker worden ontwikkeld voor één specialisatie.

4.2.1 Stap 1: De jaarlijkse aankopen verzamelen

Om een korf van vergelijkbare producten te bepalen moeten de jaarlijkse aankopen van een aantal verschillende horecazaken met dezelfde specialisatie worden verzameld. In dit onderzoek is er toegang gekregen tot de aankopen van een Spaanse en een Italiaanse brasserie. De specialisatie

waarop hier gefocust wordt zal dus zuiderse horecazaken zijn. De jaarlijkse aankopen werden van iedere leverancier apart ontvangen. Deze moeten worden omgezet in dezelfde indeling zodat er een overzicht is van alle aankopen per brasserie. De aankopen van voedsel en drank worden in twee lijsten ingedeeld zodat hier twee aparte korven van gemaakt kunnen worden. In tabel 3 wordt er een voorbeeld gegeven van de indeling van deze lijst voor voedsel en in tabel 4 wordt dit weergegeven voor drank.

In de eerste kolom staat de merknaam van het product vermeld. Daarna wordt de verpakkingsgrootte van het product vermeld en hoe vaak deze werd aangekocht voor het jaar 2016. In de kolom daaropvolgend is berekend wat de totale hoeveelheid in kilogram, liter of per stuk is. De totale prijs die wordt weergegeven is zonder btw, zonder accijnzen en zonder korting. De korting wordt procentueel weergegeven in de volgende kolom. Bij de werkelijk betaalde prijs is de korting afgetrokken van de totale prijs. Voor de eenheidsprijs is de prijs per kilogram, liter of stuk berekend. In de laatste drie kolommen wordt weergegeven bij welke leverancier de producten worden aangekocht, hoe vaak deze worden aangekocht en hoe deze geleverd worden.

Product	Verpakings grootte	Frequentie	Totale hoeveelheid		Totale prijs (Excl. btw & Excl. accijnzen)	Korting	Betaalde prijs	Eenheidsprijs (gemiddeld) prijs/hoeveel heid		Leverancier	Leverwijze	Aantal leveringen per jaar
Friet Original Mc Cain	2,5KG	224	560	KG	€826,56	2%	€810,03	€1,45	KG	Leverancier A	Huis	52
Aardbeien	500G	49	24,5	KG	€128,90	/	€128,9	€5,26	KG	Leverancier C	Huis	52
Basilicum grootblad pot	1st	167	167	st.	€309,00	/	€309,00	€1,85	St.	Leverancier C	Huis	52
De Cecco Linguine	3KG	54	162	KG	€623,43	/	€623,43	€3,85	KG	Leverancier B	Huis	52
Dunne Lende	320G	135	43,2	KG	€693,02	/	€693,02	€16,04	KG	Leverancier D	Huis	52

Tabel 3: Voorbeeld jaarlijkse voedselaankopen van brasserie A

Product	Verpakings grootte	Frequentie	Totale hoeveelheid		Totale prijs (Excl. Btw & Excl. Accijnzen)	Korting	Betaalde prijs	Eenheidsprijs (gemiddeld) prijs/hoeveel heid		Leverancier	Leverwijze	Aantal leveringen per jaar
Rombouts Espresso Royal	1KG	379	379	KG	€8 493,39	/	€8 493,39	22,41	KG	Leverancier E	Huis	52
Cristal Alken	24x25cl	38	228	L	€490,45	20%	€431,48	1,89	L	Leverancier E	Huis	52
Coca Cola	24x20cl	389	1 867	L	€5 240,84	20%	€4 300,52	2,30	L	Leverancier E	Huis	52
Amaretto Di Saronno	1L	20	20	L	€409,75	/	€409,75	20,48	L	Leverancier E	Huis	52
Lipton Yellow thee	100st	8	800	st.	€69,20	/	€69,20	0,09	st.	Leverancier E	Huis	52

Tabel 4: Voorbeeld jaarlijkse drank aankopen van brasserie A

4.2.2 Stap 2: De korf van vergelijkbare producten bepalen

In de lijst van aangekochte producten zijn heel wat producten opgenomen; voor brasserie A waren dit 327 producten voor voedsel en 130 voor drank, voor brasserie B waren dit respectievelijk 436 en 84 producten. In deze lijst zijn een aantal producten dubbel opgenomen; de reden hiervoor is dat hetzelfde product van verschillende merken werd aangekocht. Deze producten werden gegroepeerd en de kosten van de verschillende merken werden opgeteld om zo te weten hoeveel er jaarlijks wordt aangekocht van een bepaald product. Om de korf te bepalen kunnen de producten die niet frequent voorkomen worden geschrapt. In eerste instantie zijn de producten waarvan de jaarlijkse kost lager was dan €15 geschrapt alsook de producten die minder dan vijf keer per jaar werden aangekocht. Na deze schrappingen bleven er voor brasserie A 156 producten voor voedsel en 81 voor drank over. Voor brasserie B waren dit respectievelijk 201 en 47 producten. Aangezien er nog steeds een grote lijst van producten overbleef zijn ook alle producten die een jaarlijkse kost hadden die lager is dan €75 geschrapt. Na de tweede schrapping bleven er voor brasserie A 111 producten voor voedsel en 75 voor drank over. Voor brasserie B waren dit respectievelijk 136 en 44 producten.

De volgende stap om de korf van vergelijkbare producten te bepalen was het aan elkaar linken van de producten van beide horecazaken. Eerst werd er aan elk product een categorie toegevoegd zoals pasta, vlees, frisdrank,.... Dezelfde producten in beide lijsten hadden verschillende namen waardoor het moeilijk was om deze via een formule in Excel deze aan elkaar te linken. Daarom werd er manueel nagegaan welke producten hetzelfde waren. Om dit makkelijk en snel te laten verlopen werd dit per categorie gedaan. Daarna werd er van alle producten de gemiddelde kost berekend. Om te bepalen welke producten er werden opgenomen in de korf van vergelijkbare producten werden de producten gesorteerd op hoogste gemiddelde kost. De veertig eerste producten voor voedsel en de eerste veertig producten voor drank zouden in de korf van vergelijkbare producten zitten, maar bij deze veertig producten zaten van een bepaald merk verschillende varianten. Dit was zo bij Coca Cola, Chaudefontaine en Grimbergen. Er zaten drie varianten van Coca Cola in de korf en deze varianten hadden dezelfde aankoopprijs. Als deze per variant in de korf van vergelijkbare producten zouden vermeld staan zou er drie keer hetzelfde worden gevraagd aan de horecazaken. Daarom werden deze varianten opgeteld en vermeld als één product. Zo konden er ook twee nieuwe producten worden toegevoegd aan de korf van vergelijkbare producten. Dit werd ook gedaan voor Chaudefontaine en Grimbergen.

De producten die opgenomen zijn in de korf van vergelijkbare producten werden eerst benoemd met hun merknaam. Als men deze merknamen zou hanteren in de korf zou dit ervoor kunnen zorgen dat er een aantal horecazaken deze korf niet kunnen invullen. Deze naam werd daarom merkloos gemaakt om zo de korf toegankelijk te maken voor veel zuiderse horecazaken. De korf van vergelijkbare producten is terug te vinden in tabel 5 en tabel 6.

	<i>Producten</i>	<i>Gewicht</i>	
<i>Vlees</i>	Kippenfilet Dubbel	4,37%	
	Kogel (steak)	4,14%	
	Prosciutto	3,74%	
	Dunne Lende	2,53%	
	Spare Ribs	2,44%	
	Kippenvleugels	2,31%	
	Varkens- rundsgehakt	2,30%	
	Chorizo	2,28%	
	Varkenshaasje	2,23%	
	Stoofvlees	2,01%	
	Gesneden spek	1,67%	
	Hotelschouder gekookt	1,57%	
	Menatti Coppa	1,44%	
	Mix Grill	1,34%	
	<i>Vis</i>	Tijgergarnalen	8,69%
Scampi		3,77%	
Kabeljauwhaasje		3,69%	
Inktvistuben		3,18%	
Zalm Filet		1,70%	
Grote mosselen		1,65%	
Zeevruchtencocktail		1,64%	
Gepelde grijzen garnalen		1,47%	
<i>Zuivel</i>		Room culinair	4,23%
		Blok jonge kaas	2,49%
	Bak & Braad boter	1,89%	
	Rigatello kaas	1,71%	
	Slagroom	1,64%	
	Mascarpone	1,59%	
	Koffiemelk geproportioneerde	1,33%	
<i>Pasta</i>	Tortellini ricotta spinazie	2,94%	
	Ravioli ricotta basilicum	1,93%	
	Linguine	1,48%	
	<i>Groenten</i>	Tomatenblokjes	1,56%
<i>Aardappelen</i>	Diepvries frieten	3,33%	
<i>Brood</i>	Half stokbrood	4,17%	
	Kaiserbroodjes grijs	1,54%	
<i>Olie</i>	Frituurolie	2,12%	
<i>Overige</i>	Mini koffiekoeken (diepvries)	2,99%	
	Eieren	1,61%	
	Nootjes mix	1,28%	

Tabel 5: Korf van vergelijkbare producten: voedsel

	<i>Producten</i>	<i>Gewicht</i>	
<i>Bier</i>	Grimbergen Blond en Donker	10,57%	
	Pils	6,16%	
	Duvel	5,53%	
	Sezoens	5,08%	
	Westmalle tripple	3,19%	
	Duvel Trippel Hop	1,60%	
	La Chouffe	1,44%	
	Cirstal Alken	1,12%	
	Omer	1,10%	
	Kriek	1,08%	
	Westmalle dubbel	1,05%	
	Watney scotch	0,98%	
	Carlsberg	0,83%	
	Vedett	0,71%	
	Mc Chouffe	0,56%	
	<i>Frisdrank</i>	Coca Cola (alle varianten)	14,57%
		Water plat en bruis	5,55%
Nestea		2,09%	
Fanta		1,73%	
Tonisteiner citroen		1,37%	
Tonic		1,24%	
Gini		1,15%	
Tonisteiner vruchtenkorf		1,07%	
Chocomelk		1,01%	
Agrum		0,84%	
Tonisteiner orange		0,74%	
Red bull	0,65%		
Sprite	0,61%		
Tonisteiner Naranja	0,59%		
Finley pompelmoes	0,48%		
<i>Koffie</i>	Koffie bonen	14,64%	
	Koffie bonen deca	1,65%	
<i>Wijn/Prosecco</i>	Witte huiswijn	3,14%	
	Rode huiswijn	1,56%	
	Prosecco	1,01%	
	Rosé huiswijn	0,48%	
<i>Sterke drank</i>	Amaretto	1,06%	
	Chivas	0,71%	
	J&B	0,57%	
	Hendrick's Gin	0,52%	

Tabel 6: Korf van vergelijkbare producten: drank

4.2.3 Stap 3: Een gewicht toekennen aan ieder product

Nadat de korf is bepaald moet er aan ieder product in deze korf een gewicht worden toegekend om te voorkomen dat producten die minder frequent worden aangekocht de prijs van de korf beïnvloeden. De totale gemiddelde kost van de korf van voedsel is €42 008,05 en voor drank is dit €38 676,88. De gewichten voor voedsel en drank worden bepaald als twee aparte korven. Om te weten welk aandeel ieder product heeft in de korf werd de gemiddelde kost van het product gedeeld door de totale gemiddelde kost van de korf. De gewichten van de producten in de korf van vergelijkbare producten is terug te vinden in tabel 5 en tabel 6.

4.2.4 Stap 4: Data verzamelen

Voor het verzamelen van de data is er een Excel Sheet ontwikkeld waarin de respondenten hun aankooprijzen van de producten kunnen ingeven. Hierin is ook een toelichting opgenomen waarin uitleg staat over het invullen van iedere kolom. Er is ook een aantal voorbeelden opgenomen om duidelijk te maken hoe het document moet worden ingevuld. Deze voorbeelden zijn terug te vinden in tabel 7. Aan de horeca uitbaters wordt ook gevraagd om de naam van hun zaak in te vullen. Op het einde van de productenlijst wordt er gevraagd welke geschenken de horecazaken krijgen van hun leveranciers.

Categorie	Product	Merk	Verpakingsgrootte	Prijs per eenheid	Korting	Naam leverancier	Leverwijze	Aantal leveringen per jaar	
Frisdrank	Cola (alle varianten)	Coca Cola	24x20cl	13,5	24x20cl	2%	A	Huis	52
Vlees	Kippenfilet	Onbekend	5 KG	6	5 KG	0	B	Winkel	26
Frisdrank	Finley Pompelmoes	XXX							

Tabel 7: Ingevuld voorbeeld van de korf van vergelijkbare producten

De horeca uitbaters moeten een aantal kolommen invullen, zo moeten ze bij merk het merk van het product invullen. Ook moeten ze de verpakkingsgrootte waarin zij het product aankopen en de prijs voor deze verpakking invullen. Deze eenheidsprijs is zonder btw, zonder accijnzen en zonder korting. Deze korting moet door de horeca uitbaters worden ingevuld in de volgende kolom. In de laatste drie kolommen moeten ze algemene informatie over de leverancier van het product invullen.

Het was zeer moeilijk om horecazaken te vinden die wilden meewerken aan dit onderzoek. Er werden een 80-tal zuiderse horecazaken gecontacteerd. Van deze horecazaken waren er slechts twee die wilden meewerken. Er kunnen dus slechts prijzen worden vergeleken van vier horecazaken, twee horecazaken waarop de korf van vergelijkbare producten is gebaseerd en twee nieuwe horecazaken.

Na het controleren van de ingevulde korven is gebleken dat niet alle producten worden aangekocht door de twee nieuwe brasseries. Brasserie C kocht 49 van de 80 producten aan en brasserie D 34 van de 80 producten. Ook is gebleken dat een deel van de prijzen ingevuld door brasserie D inclusief kortingen zijn. Het is hier dus niet voor alle producten duidelijk hoeveel korting zij krijgen. Er is voor brasserie D een vermoeden dat niet alle prijzen van de producten die zij aankopen ingevuld zijn aangezien de prijs van een standaard product zoals water niet ingevuld is. Aangezien de korf is gebaseerd op de jaarlijkse aankopen van brasserie A en brasserie B, kochten zij meer producten uit de korf van vergelijkbare producten aan. Voor brasserie A was dit 76 van de 80 producten en voor brasserie B was dit 73 van de 80 producten.

4.2.5 Stap 5: Prijzen vergelijken

Om de prijzen van ieder product van de verschillende brasseries te kunnen vergelijken moeten deze worden weergegeven in dezelfde eenheid. De prijzen van dranken worden weergegeven per liter en de meeste prijzen van voedsel worden weergegeven per kilogram. De prijs van ieder product zal worden vermenigvuldigd met het gewicht van dat product. De ingevulde korven van de vier brasseries en de prijzen per vergelijkbare eenheid zijn terug te vinden in bijlage 4 tot en met bijlage 7.

Twee van de vier horecazaken kopen slechts een klein aantal producten van de korf aan. Het is daarom moeilijk om na te gaan hoeveel de verschillende horecazaken betalen voor de volledige korf. In tabel 8 en tabel 9 is voor ieder product de hoogste en laagste prijs opgenomen met het gewicht van ieder product in rekenschap genomen. Er wordt ook telkens vermeld bij welke leveranciers het product wordt aangekocht en door welke brasserie dit gebeurt. De prijzen in de tabel vermeld zijn relatief klein, dit komt doordat het gewicht, wat een percentage is, is toegekend aan het product. We zien dat het totaal van de minimumprijzen voor de korf van voedsel €9,93 is. Het maximum hiervoor is €11,77. De maximumprijzen liggen 18,53% hoger dan de minimumprijzen. Voor de korf van drank is het totaal van de minimumprijzen € 4,34 en het totaal van de maximumprijzen is €7,03. Hier liggen de maximumprijzen 61,98% hoger.

Product	Minimumprijs met gewicht	Leverancier	Brasserie	Maximumprijs met gewicht	Leverancier	Brasserie	Prijsverschil met gewicht
Kippenfilet Dubbel	0,2543	B	B	0,3299	B	C	0,0756
Kogel (steak)	0,6968	D	A	0,7233	D	B	0,0265
Prosciutto	0,3317	B	B	0,7121	B	C	0,3804
Dunne Lende	0,4058	D	A	0,4094	D	C	0,0035
Spare Ribs	0,2128	D	A & B	0,2759	G	D	0,0631
Kippenvleugels	0,0765	B	B	0,1539	B	D	0,0775
Varkens-rundsgehakt	0,1042	B	A & B	0,1387	B	D	0,0345
Chorizo	0,1596	B	D	0,1701	B	B	0,0105
Varkenshaasje	0,1574	B	B	0,1574	B	B	0,0000
Stoofvlees	0,1475	D	A & B	0,1475	D	A & B	0,0000
Gesneden spek	0,1774	B	A	0,1804	B	B	0,0030
Hotelschouder gekookt	0,0867	B	A	0,0961	B	C	0,0094
Menatti Coppa	0,2068	B	A	0,2068	B	A & B	0,0000
Mix Grill	0,1474	D	A	0,1475	D	B	0,0001
Tijgergarnalen	1,3217	B	A & B	1,8125	B	C	0,4907
Scampi	0,4241	B	A	0,4324	B	B	0,0083
Kabeljauwhaasje	2,2627	B	A & B	2,2627	B	A & B	0,0000
Inktvistuben	0,2474	B	A & B	0,2982	B	D	0,0508
Zalm Filet	0,2686	B	A & B	0,2686	B	A & B	0,0000
Grote mosselen	0,0870	B	D	0,2633	B	C	0,1763
Zeevruchtencocktail	0,1433	B	B	0,1501	B	A & B	0,0067
Gepelde grijzen garnalen	0,5323	B	B	0,5762	B	C	0,0440
Room culinair	0,1129	A	A	0,1351	B	C	0,0221
Blok jonge kaas	0,1098	B	C	0,1340	B	B	0,0242
Bak & Braad boter	0,0792	A	B	0,1187	B	C	0,0395
Rigatello kaas	0,1402	B	A	0,2556	B	D	0,1154
Slagroom	0,0205	B	C	0,1043	A	A	0,0838
Mascarpone	0,0696	B	D	0,1237	B	A & B	0,0541
Koffiemelk geproportioneerd	0,0002	B	A & B	0,0003	G	B & C	0,0001
Tortellini ricotta spinazie	0,1764	A	A	0,1764	A	A	0,0000
Ravioli ricotta basilicum	0,2389	B	B	0,2416	B	A	0,0027
Linguine	0,0570	B	A	0,0570	B	A	0,0000
Tomatenblokjes	0,0147	B	A & B	0,0241	B	C	0,0094
Diepvries frieten	0,0483	A	A	0,0486	A	B	0,0003
Half stokbrood	0,0646	G	D	0,0805	A	A & B	0,0158
Kaiserbroodjes grijs	0,0021	B	C	0,0023	A	A & B	0,0002
Frituurolie	0,0443	A	A & B	0,0443	A	A & B	0,0000
Mini koffiekoeken (diepvries)	0,2201	A	A	0,2201	A	A	0,0000
Eieren	0,0016	A	C	0,0089	B	B	0,0072
Nootjes mix	0,0768	B	A & B	0,0768	B	A & B	0,0000
Totaal	9,93			11,77			1,84

Tabel 8: Prijsvergelijking voedsel

Product	Minimumprijs met gewicht	Leverancier	Brasserie	Maximumprijs met gewicht	Leverancier	Brasserie	Prijsverschil met gewicht
Grimbergen Blond en donker	0,2727	E	A & B	0,4545	E	C	0,1818
Pils	0,0899	E	A & B	0,1152	H	D	0,0253
Duvel	0,1535	H	D	0,2024	E	C	0,0489
Sezoens	0,1575	E	A	0,1575	E	A	0,0000
Westmalle tripple	0,0890	H	D	0,1266	E	C	0,0375
Duvel Trippel Hop	0,0624	E	A	0,0624	E	A	0,0000
La Chouffe	0,0461	E	A & B	0,0576	E	C	0,0115
Cirstal Alken	0,0214	E	A & B	0,0214	E	A & B	0,0000
Omer	0,0327	E	A & B	0,0414	E	C	0,0088
Kriek	0,0279	H	D	0,0390	E	C	0,0111
Westmalle dubbel	0,0252	E	A & B	0,0326	E	C	0,0074
Watney scotch	0,0343	E	A & B	0,0343	E	A & B	0,0000
Carlsberg	0,0239	E	A & B	0,0299	E	C	0,0060
Vedett	0,0155	E	A & B	0,0200	E	C	0,0045
Mc Chouffe	0,0179	E	A & B	0,0179	E	A & B	0,0000
Coca Cola (alle varianten)	0,2272	H	D	0,3385	E	C	0,1113
Water plat en bruis	0,0672	E	A & B	0,0770	E	C	0,0098
Nestea	0,0467	H	A	0,0495	E	C	0,0028
Fanta	0,0398	E	A & B	0,0462	H	D	0,0064
Tonissteiner citroen	0,0282	H	D	0,0288	E	C	0,0007
Tonic	0,0319	E	A & B	0,0404	H	D	0,0085
Gini	0,0368	E	A & B	0,0374	H	D	0,0006
Tonissteiner vruchtenkorf	0,0295	E	A & B	0,0428	E	C	0,0133
Chocomelk	0,0161	E	A & B	0,0348	E	C	0,0188
Agrum	0,0218	E	A & B	0,0273	E	C	0,0055
Tonissteiner orange	0,0153	E	A & B	0,0156	E	C	0,0003
Red bull	0,0247	E	A & B	0,0247	E	A & B	0,0000
Sprite	0,0071	B	D	0,0142	E	C	0,0071
Tonissteiner Naranja	0,0142	E	A & B	0,0177	E	C	0,0035
Finley pompelmoes	0,0125	E	A & B	0,0156	E	C	0,0031
Koffie bonen	1,5504	B	D	3,2808	E	A & B & C	1,7304
Koffie bonen deca	0,1604	G	D	0,3501	E	A & B & C	0,1898
Witte huiswijn	0,0744	B	A & B	0,1369	I	D	0,0625
Rode huiswijn	0,0266	B	C	0,1300	I	D	0,1034
Rosé huiswijn	0,0175	B	C	0,0619	J	D	0,0444
Prosecco	0,0275	B	C	0,0518	E	A & B	0,0244
Amaretto	0,2173	E	A & B & C	0,2215	B	D	0,0042
Chivas	0,2435	E	A & B & C	0,2435	E	A & B & C	0,0000
J&B	0,1248	E	A & B & C	0,1248	E	A & B & C	0,0000
Hendrick's Gin	0,2080	E	A & B	0,2080	E	A & B	0,0000
Totaal	4,34			7,03			2,69

Tabel 9: Prijsvergelijking drank

In de tabellen is te zien dat brasserie A en brasserie B vaak dezelfde aankooprijzen en leveranciers hebben. Dit komt doordat deze worden uitgebaat door dezelfde horeca uitbater. Deze brasseries zijn ook vaak de brasseries die het goedkoopst hun producten aankopen en dit vooral bij voedsel. Om na te gaan hoeveel de vier brasseries zouden kunnen besparen zal er worden nagegaan hoeveel zij betalen voor hun aangekochte producten en hoeveel er minimaal betaald wordt voor deze producten.

Brasserie A koopt een groot deel van de korf van vergelijkbare producten aan. Voor hun aankopen van voedsel betalen zij €9,26 en voor hun aankopen van drank betalen zij €6,44. De minima voor deze beide aankopen zijn respectievelijk €9,00 en €4,34. Deze brasserie zou op voedsel 2,76% kunnen besparen en op dranken zouden ze 32,60% kunnen besparen. Voor brasserie B liggen deze cijfers in dezelfde trend. Zij betalen €9,41 voor hun voedselaankopen en €6,22 voor hun drank aankopen. Het minimum betaald voor deze aankopen van voedsel is €9,13 en voor drank is dit €4,12. Zij kunnen dus 2,97% besparen op voedsel en 33,75% op drank. Brasserie C kan heel wat meer besparen. Voor hun aankopen van voedsel wordt er €4,35 betaald en het minimum hiervoor is €3,44. Hier kan dus 28,49% bespaard worden. €6,26 wordt er betaald voor hun aankopen van drank. Het minimum hiervan is €3,78. Hier kan men 26,48% besparen. Brasserie D koopt slechts een klein aantal van de producten in de korf van vergelijkbare producten aan. Voor hun inkopen van voedsel betalen zij €3,98 en voor drank €3,37. De minima hiervoor zijn €2,93 voor voedsel en €3,10 voor drank. Zij kunnen 26,44% besparen op voedsel en 8,01% op drank.

Het is duidelijk dat er heel wat bespaard kan worden door de verschillende brasseries, maar deze prijsverschillen zouden te wijten kunnen zijn aan de verschillende merken. Om na te gaan of deze verschillen te wijten zijn aan merkverschillen zal er van een aantal producten van voedsel en drank worden nagegaan wat het prijsverschil zou kunnen verklaren. Bij voedsel zou er het meeste kunnen worden bespaard bij de aankoop van tijgergarnalen. Alle vier de brasseries kopen dit product aan bij dezelfde leverancier, maar er worden twee verschillende merken aangekocht. Het huismerk wordt door drie brasseries aangekocht, dit merk is logischerwijs goedkoper. Toch is er ook bij het huismerk een verschil waar te nemen. Dit kan te verklaren zijn doordat er varianten zijn binnen dit merk. Zo verkopen ze verschillende groottes van tijgergarnalen die een verschillende prijs hebben. Een ander product waar veel op bespaard kan worden is Prosciutto. Hiervoor wordt door brasserie A €8,97 per kilogram betaald en door brasserie C is dit €19,04 per kilogram voor het huismerk. Hier is het huismerk dus duurder. Dit verschil is te wijten aan het verschil in verpakking. Brasserie C koopt Prosciutto gesneden aan in een kleine verpakking van 250 gram. Brasserie A koopt dit ongesneden aan per 6 kilogram.

Bij drank waren er grotere prijsverschillen waar te nemen. Er was een groot verschil bij koffie. Hier is het verschil wel te wijten aan merkverschillen. Brasserie D kocht de goedkoopste koffie aan maar deze kocht het huismerk van zijn leverancier waardoor er ook kwaliteit verschillen zouden kunnen zijn. Er zijn bij drank ook prijsverschillen waar te nemen bij hetzelfde merk; dit is zo bij Coca Cola. Het prijsverschil is hier te wijten aan de kortingen die horeca uitbaters krijgen van hun leverancier.

Aan de horeca uitbaters werd er gevraagd welke geschenken zij kregen van hun leveranciers. Van de leveranciers van voedsel had geen van de vier horecazaken geschenken gekregen. Van hun drank

leveranciers kregen alle vier de brasseries gratis glazen van hun drankleverancier. Brasserie C en brasserie D kregen verder niets van hun drankenleverancier. Brasserie A en brasserie B kregen heel wat meer geschenken van hun leverancier. Zo kreeg brasserie A 80 menuboeken van Coca Cola, een koelkast van Coca Cola, gepersonaliseerde reclameborden van hun drankenleverancier en terrastafels van hun drankenleverancier. Brasserie B kreeg gepersonaliseerde reclameborden van hun drankenleverancier.

4.3 Is deze korf van vergelijkbare producten toepasbaar?

Aangezien er slechts een klein aantal horecazaken hun prijzen van de producten in de korf hebben doorgegeven is het moeilijk om na te gaan of deze korf toepasbaar is voor alle zuiderse horecazaken. De korf is gebaseerd op aankopen van twee brasseries die dezelfde uitbater hebben. Het zou kunnen dat deze uitbater producten frequent aankoopt die andere brasseries niet frequent aankopen. De twee andere brasseries die hebben deelgenomen aan het onderzoek kochten ongeveer de helft van de producten aan die werden opgenomen in de korf van vergelijkbare producten. Op basis van deze brasseries zou er gezegd kunnen worden dat deze korf niet toepasbaar is voor alle zuiderse horecazaken, maar hiervoor zouden er meer gegevens beschikbaar moeten zijn over de aankopen van meer zuiderse horecazaken.

4.4 Prijsverschillen bij één leverancier

Om na te gaan of er prijsverschillen zijn bij één leverancier van zuiderse producten zal er worden vergeleken welke kortingen horecazaken krijgen. Er was één leverancier die hieraan wilde meewerken. Zij hebben de aankoopgegevens van elf horecazaken verschaft voor de periode van 1 januari 2017 tot en met 30 april 2017. In totaal werden er door deze horecazaken 84 verschillende producten aangekocht. Een aantal van deze producten werden niet aangekocht door meerdere horecazaken, deze producten zullen worden weggelaten uit de lijst. Er bleven 29 producten over die door meerdere horecazaken worden aangekocht en waarvan de prijs vergeleken kan worden. In tabel 10 worden van alle producten, die door minimaal twee verschillende horecazaken worden aangekocht, de prijzen weergegeven. In de bovenste rij staat telkens het klantnummer van de horecazaak met daaronder de prijs exclusief btw en inclusief korting die zij betalen. In de laatste drie kolommen staan de minimumprijs, de maximumprijs en het verschil tussen deze twee. De prijzen zijn telkens per eenheid van het product weergegeven.

Product	Klant 1	Klant 2	Klant 3	Klant 4	Klant 5	Klant 6	Klant 7	Klant 8	Klant 9	Klant 10	Klant 11	Minimum-prijs	Maximum-prijs	Prijs-verschil
Koffiebonen 1 kg	19,69							21,88			23,59	19,69	23,59	3,90
Melkchocolade 300st								21,97			22,35	21,97	22,35	0,38
Suikersticks 1000st	17,76							17,76			17,76	17,76	17,76	0,00
Prosecco Brut melkcupjes 240 stuks		8,78	8,95					8,75				8,75	8,95	0,20
Rode wijn 1 75cl					8,55	8,44						8,44	8,55	0,11
Olijfolie 2 1L							7,11				5,62	5,62	7,11	1,50
Rode wijn 2 75cl					8,09	7,19						7,19	8,09	0,91
Witte wijn 1 75cl					8,09	7,19						7,19	8,09	0,91
Melanzane fette 1kg								4,80	5,12			4,80	5,12	0,32
Zucchini fette 1kg								4,47	4,77			4,47	4,77	0,30
Peperoni 1kg								4,66	4,97			4,66	4,97	0,31
Witte wijn 2 75cl						4,28		4,41				4,28	4,41	0,14
Rode wijn 3 75cl					5,16	4,28		4,41				4,28	5,16	0,88
Funghi misti - 1 kg								5,58	5,58			5,58	5,58	0,00
Stacchiotti Olive Ascolane Surg. 3 kg		44,30									44,30	44,30	44,30	0,00
Passata di pomodoro 3kg				21,70				19,99				19,99	21,70	1,71
Grigliatissima di verdure 1 kg			5,56						5,56			5,56	5,56	0,00
Poretti 4 originale 5.5° - 0.33 cl	0,91							0,91				0,91	0,91	0,00

Product	Klant 1	Klant 2	Klant 3	Klant 4	Klant 5	Klant 6	Klant 7	Klant 8	Klant 9	Klant 10	Klant 11	Minimum-prijs	Maximum-prijs	Prijsverschil
Thee Green tea MUNT 48 stuks					20,55			20,55		20,55	20,55	20,55	20,55	0,00
Thee Green tea Lemongrass 48 stuks x 1,8 gr										19,01	19,01	19,01	19,01	0,00
Thee Earl Grey 48 stuks								19,69		19,69	19,69	19,69	19,69	0,00
Thee Engelsch Breakfast 48 st			18,29							18,29	18,29	18,29	18,29	0,00
Thee Kamille bloesems 48 st			21,56		21,42			21,42		21,42	21,42	21,42	21,56	0,14
Thee Rosebottel Hibiscus 48 st								21,56		21,56	21,56	21,56	21,56	0,00
Thee Green tea Champagne 48st			21,56							21,56	21,56	21,56	21,56	0,00
Thee Spicy Orient 48 st										19,62	19,62	19,62	19,62	0,00
Ricottina fragola di bosco 8 st	20,20								19,94			19,94	20,20	0,27
Barozzino 8	20,20								19,94			19,94	20,20	0,27

Tabel 10: Prijsverschillen bij één leverancier

De producten die iedere klant heeft aangekocht, de prijs die ze hiervoor hebben betaald en de korting die ze op deze producten hebben gekregen staan vermeld in bijlage 8. Hierbij staat ook vermeld hoeveel leveringen ze hebben gehad in de periode 1 januari 2017 tot en met 30 april 2017. In tabel 10 is duidelijk te zien dat er prijsverschillen zijn binnen één leverancier. Er zijn slechts 13 van de 29 producten waarvoor verschillende horecazaken dezelfde prijs betalen. Van deze 13 producten geldt er voor 4 producten een korting die voor de verschillende horecazaken hetzelfde is. Op de overige producten wordt er geen korting gegeven.

Voor de 17 overige producten geldt er wel een prijsverschil dat te wijten is aan verschillende kortingen. Voor alle producten is er een standaard prijs waarop dan een korting geldt. In de tabellen in bijlage 8 is te zien dat er twee kortingen zijn. Korting 1 wordt gegeven op de standaard prijs. Korting 2 kan gezien worden als een extra korting die wordt toegekend op het bedrag waarvan korting 1 reeds afgetrokken is. Als er voor het product waar er het grootste prijsverschil is, koffie bonen, wordt nagegaan welke kortingen er gelden voor de horecazaken zien we dat er een korting van 10% geldt voor klant 1 en dat er geen korting geldt voor klant 8 en klant 11. Toch is er ook een prijsverschil tussen de klanten waarvoor er geen korting geldt. Deze klanten betalen beide een andere standaard prijs. Het zou kunnen dat klant 11 koffie heeft besteld nadat er een prijsstijging heeft plaats gevonden en dat daarom deze prijs hoger ligt.

Het tweede grootste prijsverschil geldt voor tomatenpuree. Hier geldt er voor de twee horecazaken die dit aankopen een verschillende korting. Klant 4 krijgt een korting van 20% plus een korting van 5%, klant 8 krijgt een korting van 30%. Hoe het komt dat deze kortingen verschillend zijn zal later worden uitgelegd. Voor olijfolie is er het derde grootste prijsverschil. Ook op dit product worden er verschillende kortingen toegekend voor verschillende klanten. Klant 7 krijgt een korting van 20% plus een korting van 5% en klant 11 krijgt een korting van 40%.

Het is duidelijk dat de prijsverschillen in de meeste gevallen worden veroorzaakt door verschillen in kortingen. Dit komt doordat er aan verschillende types van klanten verschillende kortingen worden toegekend. Een medewerker van de leverancier heeft toegelicht hoe zij kortingen toekennen en waarom ze dit doen (bijlage 9). Het toekennen van kortingen is een ingewikkelde zaak. Bij deze leveranciers kan een korting klant gebonden, volume gebonden, product gebonden, service gebonden en betaling gebonden zijn. Deze vijf types van kortingen zijn vaak met elkaar verbonden en overlappen elkaar.

Een korting is klant gebonden als deze wordt toegekend aan een klant die zij zien als reclame. De medewerker haalde een voorbeeld aan om dit te verduidelijken. Stel zij willen hun producten op de grote markt van Amsterdam verkopen dan gaan zij op zoek naar de beste klant en doen zij hen een voorstel dat ze niet kunnen weigeren. Deze nieuwe klant zal dan hun producten verkopen waardoor andere horecazaken dit product zullen leren kennen.

Een volume gebonden korting wordt toekend als een klant in grote hoeveelheden aankoopt. Bij het aankopen van een pallet moet de leverancier maar één keer leveren en bespaart deze leverancier heel wat kosten. Per bestelling moeten er een aantal handelingen gebeuren. Zo wordt de bestelling telefonisch

doorgegeven, deze moet dan worden klaar gezet en worden geleverd. Als de klant in grote hoeveelheden bestelt zal deze kost lager zijn waardoor de klant een grotere korting krijgt. Indien klanten iedere week een levering wensen maar ze bestellen grote hoeveelheden dan kunnen zij ook een hoeveelheidskorting krijgen.

Deze leverancier is van origine een koffiebrander en theeproducent. Op basis van deze producten wordt er een onderscheid gemaakt tussen de product gebonden kortingen. Als een klant enkel koffie en thee afneemt krijgen ze een korting op deze producten. Deze korting is afhankelijk van een aantal zaken. Als de leverancier geen onderhoud doet aan het koffietoestel, zij geen koffiekopjes voorzien en als zij geen investeringen moeten doen in materiaal dan krijgt de klant een maximale korting. Als de leverancier wel investeert in een koffietoestel of er moet onderhoud gebeuren of ze moeten koffiekopjes voorzien dan zal er een lagere korting zijn dan de maximale korting. Hierbij is het wel mogelijk dat de klant op het einde van het jaar een eindejaarskorting krijgt. Deze korting is afhankelijk van het de totale aangekochte hoeveelheid van dat jaar. Wanneer een klant koffie, thee en voedingsproducten afneemt is de toekenning van de korting op koffie en thee hetzelfde als hierboven. Op voedingsproducten kunnen ze dan ook een bepaalde korting krijgen. Indien een klant enkel voedingsproducten afneemt zal deze waarschijnlijk geen korting krijgen. Klanten kunnen hierop wel een korting krijgen maar deze zal afhangen van hoeveel producten men afneemt en de hoeveelheid die men afneemt. Door deze kortingspolitiek toe te passen hoopt de leverancier vooral koffie en theeklanten aan te trekken.

Het kortingstype is service gebonden. Volgens de medewerker vergeten hun klanten vaak dat de leverancier heel wat service doet voor hen. Zo worden de goederen geleverd en als de klant dit wenst worden deze in het rek geplaatst. Deze handeling kost tijd van de chauffeur en kost dus geld voor de leverancier. Een klant waarbij de goederen op de stoep mogen worden afgeleverd zal een hogere korting krijgen dan een klant waarbij alles naar binnen moet worden gedragen. Naast deze kost is er ook een logistieke kost. De routes moeten worden uitgestippeld en de goederen moeten worden klaar gezet. Volgens de medewerker is een levering pas rendabel als dit een levering is van €450. Horecazaken nemen niet vaak grote hoeveelheden af waardoor hier de kortingen niet zo hoog zullen liggen.

Als een klant contant betaalt bij levering kan deze een extra korting krijgen voor contante betaling. Dit doen ze omdat ze dan zeker zijn dat zij het geld ontvangen. Als een klant het geld moet storten dan moet er worden nagegaan of dit is gebeurd en indien dit niet gestort is moeten er herinneringen worden gestuurd en in het ergste geval krijgt de leverancier het geld niet. Bij contante betaling bespaart de leverancier dus administratieve kosten waarvoor zij een korting toekennen.

Volgens de medewerker van de leverancier worden er vooral product gebonden kortingen toegekend. Deze korting is vaak gerelateerd aan de service gebonden korting en volume gebonden korting. Een koffie klant die geen koffietoestel, koffiekopjes of onderhoud nodig heeft, die één grote levering per maand plaatst en waar de goederen op de stoep mogen worden afgezet kan rekenen op een hoge korting. De medewerker benadrukt dat er ook klanten zijn die geen kortingen krijgen. Als een klant niet vraagt naar een korting zal hij deze ook niet krijgen.

In tabel 11 wordt er per klant weergegeven hoeveel bestellingen zij hebben geplaatst in de periode 1 januari 2017 tot 30 april 2017. Hier wordt er ook weergegeven of zij een koffie klant zijn en of zij voedselproducten aankopen.

Klant	Aantal leveringen	Koffie en thee?	Voedsel?
1	6	Ja	Ja
2	5	Nee	Ja
3	1	Ja	Ja
4	3	Nee	Ja
5	2	Ja	Ja
6	14	Nee	Ja
7	5	Nee	Ja
8	18	Ja	Ja
9	10	Nee	Ja
10	8	Ja	Nee
11	4	Ja	Ja

Tabel 11: Klant specificaties

Aan de hand van deze gegevens zouden klant 1, 3, 5, 8 en 11 een korting moeten krijgen op koffie en op voedsel. Klant 8 zou de hoogste kortingen moeten krijgen aangezien hij de meeste bestellingen heeft geplaatst. Dit geldt echter enkel voor klant 1, deze krijgt een korting op koffie en thee en op voedsel. De andere klanten krijgen enkel korting op voedsel. Deze kortingen liggen tussen 20% en 40%. Klant 8 is niet de klant die de hoogste kortingen krijgt. Klant 11 die ook heel wat bestellingen plaatst krijgt een hogere korting. Het zou kunnen dat dit verschil er is doordat bij klant 11 de goederen op de stoep mogen geleverd worden.

Klant 2, 4, 6, 7 en 9 kopen enkel voedingsproducten aan. Zij zouden dus waarschijnlijk geen korting krijgen op deze producten. Dit geldt voor geen enkele klant. Alle klanten krijgen een korting tussen 20% en 60%. Klant 10 is de enige klant die enkel koffie afneemt en deze zou hier dan korting op moeten krijgen, maar deze klant krijgt hierop geen korting. Een verklaring hiervoor zou kunnen zijn dat de klant niet heeft gevraagd om kortingen hierop.

4.5 Conclusie

Het ontwikkelen van een prijzenvergelijker vergt veel tijd. Zo moet men heel wat horecazaken overtuigen om mee te werken wat niet altijd even gemakkelijk is. In dit onderzoek waren er slechts vier horeca en één leverancier die wilden mee werken. In de eerste stap moeten de jaarlijkse aankopen van verschillende horecazaken worden verzameld waarna dit zal dienen om de korf van vergelijkbare producten te bepalen. Deze aankopen zullen ook de maat zijn van het gewicht dat in stap drie zal worden toegekend. Het is dus zeer belangrijk dat deze aankopen representatief zullen zijn voor alle horecazaken. Aangezien er in dit onderzoek de aankopen van twee horecazaken zijn gebruikt die dezelfde uitbater

hebben is het niet zeker dat deze aankopen representatief zijn. Dit was ook moeilijk na te gaan aangezien er slechts twee andere horecazaken waren die hebben meegewerkt. Na het vergelijken van de prijzen is het duidelijk geworden dat de horecazaken in dit onderzoek heel wat kunnen besparen op de aankopen van hun producten. De grootste prijsverschillen waren waar te nemen bij de aankopen van drank. Er was voor de korf van drank een prijsverschil van 61,98%. Voor de korf van voedsel was dit prijsverschil 18,53%.

Vermits er maar vier horecazaken hebben meegewerkt aan het onderzoek is er nagegaan of er bij één leverancier prijsverschillen gelden. Bij deze leverancier gelden er wel degelijk prijsverschillen die in de meeste gevallen te wijten zijn aan verschillende kortingen. De leverancier heeft zelf toegelicht wat de reden is dat er verschillende kortingen gelden. Zo hangt dit bijvoorbeeld af van de hoeveelheid die men aankoopt en welke producten men aankoopt. Het toekennen van deze kortingen is zeer ingewikkeld aangezien de verschillende types van kortingen met elkaar verbonden zijn.

Hoofdstuk 5: Hoe kan een prijsvergelijkingsmodule effectief worden ontwikkeld voor alle horecazaken?

In het vorige hoofdstuk is het duidelijk geworden dat het niet simpel is om een prijzenvergelijker te ontwikkelen. Er werd beschreven welke stappen er in theorie zouden moeten worden gemaakt waarna deze werden omgezet in de praktijk. Bij de omzetting in praktijk werden er een aantal moeilijkheden ondervonden die in dit hoofdstuk mee in rekening zullen worden gebracht. In dit hoofdstuk zal er een stappenplan worden gegeven om een prijsvergelijkingsmodule te ontwikkelen voor alle horecazaken.

5.1 Stap 1: De jaarlijkse aankopen verzamelen

Om de korf van vergelijkbare producten te kunnen bepalen moet men weten welke producten er vaak worden aangekocht door horecazaken. In dit onderzoek werd dit gedaan aan de hand van de jaarlijkse aankopen van twee horecazaken. Dit is niet voldoende om een duidelijk beeld te krijgen van de aankopen van alle horecazaken. Om een correcte prijsvergelijkingsmodule te ontwikkelen voor alle horecazaken zou men de jaarlijkse aankopen van een twintig tot dertig horecazaken moeten onderzoeken. Deze horecazaken moeten zo divers mogelijk zijn. Zo moeten er kleine en grote horecazaken worden opgenomen, maar ook zo veel mogelijk verschillende specialisaties.

Van deze aankopen moeten heel wat gegevens verzameld worden zoals in dit onderzoek is gebeurd. Het is ook belangrijk om bij het verzamelen van deze gegevens dezelfde producten dezelfde naam te geven zodat deze later makkelijk gelinkt aan elkaar kunnen worden. Men kan dit doen door ieder product een identiek nummer te geven of door het een identieke naam te geven. In dit onderzoek werd er geen rekening gehouden met merken, wat men beter wel zou doen aangezien andere horecazaken andere aankoop behoeften hebben.

5.2 Stap 2: De korf van vergelijkbare producten bepalen

Nadat al de jaarlijkse aankopen zijn verzameld moet men de producten linken aan elkaar wat makkelijk kan door de identieke naam. Van deze producten moet dan de gemiddelde jaarlijkse kost worden berekend. Met het bepalen van de grootte van de korf moet men er rekening mee houden dat het redelijk veel tijd kost voor horeca uitbaters om deze prijzen op te zoeken en dat er weinig horecazaken zullen zijn die willen meewerken.

Als men een uiteindelijke korf van veertig producten voor voedsel en veertig producten voor drank wil bepalen is het aangeraden om de vijftig producten die de hoogste aankoopkost hebben van voedsel te selecteren. Dit geldt ook voor drank.

5.3 Stap 3: Is deze korf van vergelijkbare producten toepasbaar?

In dit onderzoek werd deze stap niet uitgevoerd wat er voor zorgde dat een aantal producten die opgenomen werden in de korf niet werden aangekocht door een aantal horecazaken. Om te testen of deze producten worden aangekocht door alle horecazaken kan men een vragenlijst uitsturen naar een aantal horecazaken. In deze vragenlijst moet er dan door de horeca uitbaters worden aangeduid of ze

het product wel of niet aankopen. Als een 100 tot 150 horecazaken hebben ingevuld welke producten zij aankopen kan de korf worden aangepast aan deze gegevens. Zo kan men de veertig producten voor voedsel en de veertig producten voor drank die door de meeste horecazaken worden aangekocht in de korf opnemen.

5.4 Stap 4: Een gewicht toekennen aan ieder product

Nadat de uiteindelijke korf van vergelijkbare producten is bepaald moet aan ieder product een gewicht worden toegekend. In dit onderzoek was dit gewicht het percentage dat het product inneemt in de totale gemiddelde kost van de horecazaken die hun jaarlijkse aankopen hadden doorgegeven. Doordat dit een percentage is wordt de totale kost van de korf zeer klein wat een vertekend beeld zou kunnen geven. Een andere mogelijkheid om een gewicht toe te kennen zou op basis van aankoop hoeveelheden kunnen zijn. Van de horecazaken zijn de jaarlijkse aankoophoeveelheden van iedere zaak bekend. Van ieder product kan de gemiddelde hoeveelheid worden berekend. Dit gemiddelde zal dan het gewicht zijn van dat product. Dit kan bijvoorbeeld voor wijn 300 liter zijn. De prijs van een liter wijn, die later zal worden verzameld, wordt dan maal 300 liter gedaan waardoor we de totale jaarlijkse kost van wijn kennen.

5.5 Stap 5: Data verzamelen

Om de prijzen te verzamelen van de verschillende horecazaken moet er een gebruiksvriendelijk invul formulier worden ontwikkeld. Bij de ontwikkeling van dit formulier moet er rekening mee worden gehouden dat de prijzen in dezelfde eenheid moeten worden vergeleken. In dit onderzoek konden de horeca uitbaters zelf de eenheid invullen, maar voor producten zoals Coca Cola is er slechts een beperkt aantal mogelijkheden. Het is daarom aangeraden om de horeca uitbaters te laten kiezen uit een aantal mogelijkheden voor de hoeveelheid zodat de prijs per liter door het programma kan worden berekend. Voor hoeveelheid van voedsel ligt dit moeilijker aangezien er geen standaard hoeveelheid is. Hier moeten de horeca uitbaters de keuze krijgen uit een aantal eenheden waarna ze de hoeveelheid zelf moeten invullen.

In dit onderzoek is gebleken dat het zeer moeilijk was om voldoende respons te krijgen. Om voldoende respons te krijgen moet men ervoor zorgen dat de horeca uitbaters een voordeel ondervinden aan het invullen van dit formulier. Men kan de horeca uitbaters na de ontwikkeling van de prijsvergelijkingmodule een gepersonaliseerde prijsvergelijking opsturen of men kan na het invullen van het formulier een geschenk geven.

5.6 Stap 6: Prijzen vergelijken

Om de prijzen te vergelijken moet er per leverancier worden weergegeven hoeveel het kost om de producten bij deze leverancier aan te kopen en hoeveel duurder of goedkoper dit is in vergelijking met de goedkoopste leverancier. Nadat de data is verzameld moeten de prijzen per liter of per kilogram worden vermenigvuldigd met het gewicht van het product. Als men voor percentages heeft gekozen is het aangeraden om het prijsverschil weer te geven in een percentage. Als het gewicht de jaarlijkse aankoophoeveelheid is dan kan men het prijsverschil in euro weergeven zodat de jaarlijkse besparing weergegeven wordt.

Lijst geraadpleegde werken:

Algemene Directie Statistiek - Statistics Belgium

Allergenen. (z.d.). Opgevraagd op 5 oktober, 2016, via
<https://www.horecavlaanderen.be/cms/showpage.aspx?id=408>

Arrest Grondwettelijk Hof van 15 maart 2011 In zake : de beroepen tot gehele of gedeeltelijke vernietiging van de wet van 22 december 2009 betreffende een algemene regeling voor rookvrije gesloten plaatsen toegankelijk voor het publiek en ter bescherming van werknemers tegen tabaksrook, ingesteld door de bvba « ADS » en anderen en door de vzw « Vlaamse Liga tegen Kanker » en Leo Leys.

Beslissing BTW nr. E.T.117.557 van 23 december 2009 van de federale overheidsdienst financiën inzake Restaurant- en cateringdiensten. Btw-tarief van 12 pct. vanaf 1 januari 2010.

Bex, P., van der Heijden, J., Winerlak, G., & Marneffe, W. (2015). Concrete oplossingen om de regeldruk voor horecabedrijven aan te pakken. SIRA Consulting.

Bex, P., van der Heijden, J., Winerlak, G., & Marneffe, W. (2015). Meting van de gevolgen van regelgeving bij Belgische horecabedrijven. SIRA Consulting.

Brouwerijcontracten. (z.d.). Opgevraagd op 6 oktober, 2016, via
<https://www.horecavlaanderen.be/cms/showpage.aspx?id=410>

De wet houdende diverse bepalingen inzake sociale zaken van 26 november 2015.

Economie - Diensten. (z.d.). Opgevraagd op 11 november, 2016, via
http://economie.fgov.be/nl/ondernemingen/specifieke_domeinen/Diensten/#.WA8kMfmLSM8

Economie - Historiek van de omzet sinds 2005 (z.d.). Opgevraagd op 25 oktober, 2016, via
http://statbel.fgov.be/nl/statistieken/cijfers/economie/ondernemingen/omzet_en_investeringen/omzet/historiek/.

Een rookvrije horeca – FOD volksgezondheid, veiligheid van de voedselketen en leefmilieu (z.d.). opgevraagd op 12 november, 2016, via <http://www.health.belgium.be/nl/gezondheid/zorg-voor-jezelf/alcohol-tabak/tabaksproducten-en-rookverbod/rookverbod>.

FOD Economie ADSEI

Guidea - FOD Economie ADSEI

Guidea - FOD Rijksdienst voor Sociale Zekerheid

Horecaplan. (z.d.). Opgevraagd op 6 oktober, 2016, via
<https://www.horecavlaanderen.be/cms/showpage.aspx?id=406>

Konings, J., & Goos, M. (2013). Een economische analyse van arbeidsintensieve sectoren.

Konings, J., & Goos, M. (2015). Verlaging van de lasten op arbeid in de diensteneconomie: de horeca case.

Koninklijk besluit tot aanwijzing van de personen die met een leidende functie of met een vertrouwenspost zijn bekleed in de particuliere sectors van 's lands bedrijfsleven, voor de toepassing van de wet betreffende de arbeidsduur van 10 februari 1965.

Koninklijk besluit tot vaststelling van de bepalingen inzake de mededeling van bepaalde stoffen en producten die allergieën of intoleranties veroorzaken voor niet-voorverpakte levensmiddelen van 17 juli 2014

Koninklijk besluit tot wijziging van het koninklijk besluit nr. 1 van 29 december 1992 met betrekking tot de regeling voor de voldoening van de belasting over de toegevoegde waarde wat betreft de uitreiking van een kasticket door middel van een geregistreerd kassasysteem in de horecasector van 16 juni 2016

Koninklijk besluit tot wijziging van het koninklijk besluit van 30 december 2009 tot het bepalen van de definitie en de voorwaarden waaraan een geregistreerd kassasysteem in de horecasector moet voldoen van 29 januari 2015

Koninklijk besluit tot wijziging van artikel 17bis van het koninklijk besluit van 28 november 1969 tot uitvoering van de wet van 27 juni 1969 tot herziening van de besluitwet van 28 december 1944 betreffende de maatschappelijke zekerheid der arbeiders en tot wijziging van het koninklijk besluit van 5 november 2002 tot invoering van een onmiddellijke aangifte van tewerkstelling, met toepassing van artikel 38 van de wet van 26 juli 1996 tot modernisering van de sociale zekerheid en tot vrijwaring van de leefbaarheid van de wettelijke pensioenstelsels voor wat betreft de <studentenarbeid> en de flexi-jobs in de horecasector van 13 december 2016

Lai, J.H.K. & Yik, F.W.H. (2008). Benchmarking operation and maintenance costs of luxury hotels. *Journal of Facilities Management*, 279-289.

Marneffe, W., & Vereeck, L. (2010). The meaning of regulatory costs. *European Journal of Law and Economics*, 32, 341-356.

NSZ: '8.000 restaurants zonder witte kassa'. (2016). Opgevraagd op 6 oktober, 2016, via http://www.standaard.be/cnt/dmf20160711_02380247

Studenten mogen vanaf volgend jaar 475 uren werken. (2016) Opgevraagd op 20 oktober, 2016 via http://www.standaard.be/cnt/dmf20160707_02375030

Prijzen vergelijk (V-test). (z.d) Opgevraagd op 20 november 2016, via <http://www.vreg.be/nl/prijzen-vergelijken-v-test>.

Sociale zekerheid/ondernemingen - Gelegenheidsarbeid in de horeca (z.d.). Opgevraagd op 11 november 2016. via https://www.socialsecurity.be/employer/instructions/dmfa/nl/latest/instructions/socialsecuritycontributions/calculationbase/occasionals_horeca.html

Soltani, E., Lai, P., Phillips, P. & Liao, Y. (2009). The triangular supply chain relationship : labour dispatch agencies, hospitality sector, and flexible workers : the Taiwan experience. *The service Industries Journal*, 29, 1317-1339.

Uitbater van een café, bar, taverne. (z.d.). Opgevraagd op 5 oktober, 2016, via <https://cobra.vdab.be/cobra/cobra?event=algemeneFiche&clusterBeroep=579>

Vergelijk de elektriciteits- en aardgasaanbiedingen van alle leveranciers in België. (z.d.). Opgevraagd op 20 november 2016, via <http://www.energie-vergelijker.be>.

Vergelijk.be. (z.d.). Opgevraagd op 20 november 2016, via <https://www.vergelijk.be>.

VERORDENING (EU) Nr. 1169/2011 VAN HET EUROPEES PARLEMENT EN DE RAAD van 25 oktober 2011 betreffende de verstrekking van voedselinformatie aan consumenten, tot wijziging van Verordeningen (EG) nr. 1924/2006 en (EG) nr. 1925/2006 van het Europees Parlement en de Raad en tot intrekking van Richtlijn 87/250/EEG van de Commissie, Richtlijn 90/496/EEG van de Raad, Richtlijn 1999/10/EG van de Commissie, Richtlijn 2000/13/EG van het Europees Parlement en de Raad, Richtlijnen 2002/67/EG en 2008/5/EG van de Commissie, en Verordening (EG) nr. 608/2004 van de Commissie.

Vind je ideale hotel voor de beste prijs. (z.d.).Opgevraagd op 20 november 2016, via <http://www.trivago.be>.

Vogler, S., Vitry, A., Baber, Z. (2016). Cancer drugs in 16 European countries, Australia, and New Zealand: a cross-country price comparison study. *Lancet Oncol*, 17, 39-47.

Welke supermarkt in uw buurt in het goedkoopst?. (z.d.). Opgevraagd op 6 oktober, 2016, via <http://www.test-aankoop.be/familie-privé/supermarkten/bereken-zelf/welke-supermarkt-in-uw-buurt-is-het-goedkoopst?ssAction=Input>

Wet betreffende de invoering van een eenheidsstatuut tussen arbeiders en bedienden inzake de opzeggingstermijnen en de carenzdag en begeleidende maatregelen heel wat zaken verandert in het arbeidsreglement van 23 december 2013.

Wet betreffende een algemene regeling voor rookvrije gesloten plaatsen toegankelijk voor het publiek en ter bescherming van werknemers tegen tabaksrook, 22 december 2009.

Wet betreffende een algemene regeling voor rookvrije gesloten plaatsen toegankelijk voor het publiek en ter bescherming van werknemers tegen tabaksrook van 22 december 2009

Wet houdende diverse bepalingen inzake sociale zaken van 16 november 2015, art 3-30

Bijlagen

Bijlage 1: Interview met Filip Vanheusden, voorzitter Horeca Vlaanderen

Een probleem in de horecasector is dat er geen transparantie is in aankooprijzen. Dit is niet enkel voor prijzen van voedsel en drank maar ook voor de prijzen van onderhoudsproducten. Horecazaken zijn vaak gebonden aan afnamecontracten waardoor zij geen onderhandelingspositie meer hebben. Voor bieren krijgen horecazaken vaak een korting van gemiddeld 40%. Dit krijgen horecazaken enkel als ze een contract hebben met hun brouwer. Horecazaken die geen contract hebben zullen waarschijnlijk ook geen korting krijgen. Bij prijzen van voeding is de problematiek dat de sector probeert om deze prijzen zo on-transparant mogelijk te houden. Zo worden bijvoorbeeld afbakbroodjes in verschillende gewichten geproduceerd en deze worden ook in verschillende hoeveelheden verpakt. Daarom is het voor deze producten zeer moeilijk om dit te vergelijken. Een andere methode om de prijzen zo on-transparant mogelijk te houden zijn promoties en acties. Zo zijn er vaak eindejaarskortingen of tien kopen twee gratis acties. Meneer Vanheusden heeft zelf geprobeerd om voor zijn eigen zaak de prijzen in kaart te brengen en te vergelijken over de jaren heen. Hij is tot de conclusie gekomen dat dit zeer moeilijk is. Dat is de reden waarom ze binnen Horeca Vlaanderen bezig zijn met het ontwikkelen van software die de prijzen van voeding en drank in kaart brengt. Zo willen ze inbreken op de huidige on-transparantie.

Welke scope kan het onderzoek volgens u het beste aannemen? Kunnen we het beste de focus leggen op restaurants of op cafés? Bij restaurants zijn er veel verschillende producten en dus ook veel verschillende soorten aankooprijzen. Bij voedsel is het dan ook belangrijk om de kwaliteit mee in acht te nemen, ook het seizoen wanneer de producten gekocht zijn is hier belangrijk. Bij cafés kunnen er cafés zijn met wurgcontracten. Of is het, het beste om enkel de prijzen van dranken te vergelijken en dit van zowel cafés als restaurants?

Om diepgang te geven aan het onderzoek kan best zowel de prijzen van voedsel en als de prijzen van drank vergeleken worden. Er zijn ook restaurants die gebonden zijn aan een afname contract van een voedselleverancier. Het beste is dat je eerst gaat kijken welke types van zaak je wilt gebruiken en hier dan een steekproef van neemt. Grote horecazaken zijn vaak professioneler en gaan dus meer onderhandeld hebben over hun kortingen. Ik raad aan om zaken te gebruiken die een grote afname hebben.

Bij voeding is kwaliteit de moeilijkheidsgraad. Bij convenience goods speelt de kwaliteit in mindere mate een belangrijke rol. Als de kwaliteit belangrijker wordt zullen er productgroepen moeten worden gemaakt. De prijzen van merkproducten kunnen met elkaar vergeleken worden over de verschillende leveranciers heen. Producten van het huismerk moeten worden vergeleken met de huismerken van de andere leveranciers. Droge- en diepvriesvoeding zijn redelijk makkelijk te vergelijken, maar als we gaan werken met verse producten dan het is moeilijker te vergelijken want hier wordt er gebruik gemaakt van dagprijzen.

Welke producten kunnen volgens u het best opgenomen worden in het onderzoek?

Om de korf van vergelijkbare producten te bepalen raad meneer Vanheusden aan om horecazaken een lijst te laten maken met de producten die ze het meest gebruiken en waarop er dus ook het meest op bespaard kan worden.

Veel horecazaken krijgen vaak 'cadeaus' van de brouwers zoals een terras, krijtborden, menuboeken,... krijgen alle horecazaken deze of zijn er ook horecazaken die dit niet krijgen? Zijn deze echt gratis of wordt er bijvoorbeeld bij een terras een contract afgesloten dat de horecazaak een bepaalde tijd drank moet afnemen of dat deze horecazaak eerst een korting kreeg die hij nu niet meer krijgt.

Brouwers gebruiken deze 'cadeaus' vaak als bindmiddel. Er zijn slecht 25 à 30% van de horecazaken vrij van een afname overeenkomst. Brouwers geven deze cadeaus op voorwaarde dat er een afnamecontract wordt getekend, maar de verhouding tussen het contract en het 'cadeau' klopt nooit. Het is belangrijk om de waarde van dit 'cadeau' mee te nemen in de prijsvergelijkingmodule.

Welke betaalmogelijkheden zijn er en zijn hier kortingen aan verbonden? Zoals bijv. bij de korting voor contante betaling.

De betaalmogelijkheden verschillen bij het type onderneming. Als de onderneming groter en professioneler is dan is er vaker de mogelijkheid om te werken met domiciliëring. Bij kleinere ondernemingen zullen de goederen contant worden betaald bij de levering.

Hoe worden de kortingen verrekend? Wij krijgen zowel een procentuele korting als een hoeveelheidskorting. De procentuele kortingen krijgen we per half jaar via een creditnota op onze rekening gestort. De gratis vaten worden (zodra de brouwerij dit aan de drankenhandelaar heeft doorgegeven) op een factuur gezet met een nul prijs. Is dit bij alle horecazaken zo of zijn er hier verschillen in?

De procentuele korting wordt vaak één keer per jaar verrekend. De korting wordt bijna nooit rechtstreeks op de factuur verrekend. Dit gebeurt enkel bij de zeer grote spelers zoals Center Parcs.

Zijn er volgens u nog andere belangrijke zaken die leveranciers doen voor hun klanten die belangrijk zijn voor het vergelijken van leveranciers die we moeten meenemen in het onderzoek? Er zijn bijvoorbeeld een aantal leveranciers die ons een inkomkaart geven voor de horecabeurs of die speciale avonden organiseren voor hun klanten waar ze dan hun nieuwste producten voorstellen.

De inkomkaarten zijn ook een soort van bindmiddel maar deze zijn meer om de klantrelaties te onderhouden.

Bijlage 2: Infolder rookvrije horeca van federale overheidsdienst volksgezondheid, veiligheid van de voedselketen en leefmilieu



STRENGERE CONTROLE EN BESTRAFFING SINDS 10 MEI 2014

Sinds 10 mei 2014 zijn belangrijke nieuwe maatregelen van kracht:

- De maximumboetes voor de overtreding van het rookverbod zijn verhoogd van 1.800 euro naar 6.000 euro. (rekening houdend met de opdecimen die op 10 mei 2014 van toepassing zijn)
- De rechtbank kan een horecazaak voor een periode van één tot zes maanden sluiten.
- De tabakscontroledienst kan een tabaksautomaat verzegelen als die niet voldoet aan de wet.

CONTACT- GEGEVENS

Vragen over het rookverbod en de controles:

Controledienst Tabak en Alcohol van de FOD Volksgezondheid, Veiligheid van de Voedselketen en Leefmilieu
www.roken-horeca.be
Tel. 02 524 97 97
roken-horeca@gezondheid.belgie.be

Vragen over de e-sigaret:
www.esigaret-info.be

Verantwoordelijke uitgever: Dirk Cuyppers
Victor Hartapuilein 40, bus 10, 1060 Brussel

NIET VERGETEN...

Het rookverbod in de horeca geldt altijd, ook tijdens privéfeestjes of buiten de openingsuren. Als uitbater bent u te allen tijde aansprakelijk voor overtredingen in uw zaak. Ook de roker blijft verantwoordelijk. Verzet tegen een controle en agressie tegen de controleurs kunnen een straf verzwaren. Deze feiten kunnen ook gerechtelijk worden vervolgd.



EEN ROOKVRIJE HORECA

ZÓ MOET HET



WELKE VERPLICHTINGEN

HOUDT HET ROOKVERBOD IN DE HORECA VOOR MIJ ALS UITBATER IN?

- Sinds 1 juli 2011 geldt het rookverbod in alle horecazaken, dus ook in cafés, discotheken, privé-clubs, waterpijpbars, ...
- Een tabaksautomaat is nog toegelaten, maar die moet vergrendeld zijn om de verkoop van tabaksproducten aan min-zestienjarigen te vermijden en mag niet in de rookkamer staan.
- Aan de ingang van de zaak en in de ruimste zelf moeten er duidelijk zichtbare rookverbodstekens worden aangebracht.
- Alle elementen die kunnen aanzetten tot roken, zoals tabaksreclame en asbakken, zijn verboden.

BELANGRIJK

Als uitbater hebt u het recht om aan jongeren een bewijs van hun leeftijd te vragen. Bij weigering of twijfel ziet u best van de verkoop af.



WAAR MAG WEL NOG WORDEN GEROOKT?

HET TERRAS

Als het terras van uw zaak aan één zijde volledig open is, dan mag hier worden gerookt. Het spreekt voor zich dat een terras in een gesloten publieke ruimte zoals een winkelcentrum onder het rookverbod valt.

DE ROOKKAMER

Deze moet aan bepaalde voorwaarden voldoen:

- De ruimte is afgesloten met wanden en een deur, die altijd dicht moet zijn. (kies voor uw gemak voor een deur die vanzelf sluit)
- De grootte is maximaal 25% van de totale oppervlakte van de zaak.

- Er moet een rookafzuig-systeem voorzien zijn. (minimaal debiet: opp. rookkamer x 15 m³/uur)
- Er mag geen voedsel of drank worden geserveerd. De klant mag zijn eigen drankje wel meenemen. Het personeel mag enkel schoonmaken en opruimen.
- Er mogen geen diensten worden aangeboden, bv. een televisie, kanospel, verdeelautomaat, ...
- De rookkamer mag geen doorgang naar een andere publieke ruimte of naar de wc's zijn.

NIEUWE TRENDS IN ROOKWAREN:

WAT ZEGT DE WET?

DE WATERPIJP

De wetgeving is heel duidelijk: alle tabaks- en soortgelijke producten vallen onder het rookverbod en mogen dus enkel in de rookkamer of in open lucht worden gerookt.

De laatste jaren duiken veel waterpijpbars op, wat de indruk zou kunnen wekken dat dit product niet onder het rookverbod valt. Dit klopt niet: zowel de roker als de uitbater kunnen worden vervolgd voor het roken van een waterpijp in een horecazaak of gesloten publieke ruimte. Waterpijprokers krijgen trouwens meer schadelijke stoffen binnen dan sigarettrovers, onder meer omdat ze langer en dieper inhaleren.

ELEKTRONISCHE, E-SIGARET OF SISHA-PEN

De e-sigaret wint aan populariteit. Los van het feit of deze enkel aroma's of ook nicotine of tabak bevat, mag ze niet in gesloten publieke ruimtes zoals horecazaken worden gerookt. Zien roken kan immers aanzetten tot roken. Geen enkele e-sigaret is helemaal onschadelijk voor de gezondheid.



JOBSTUDENT?

4 DINGEN OM IN DE GATEN TE HOUDEN !



1 SOCIALE BIJDRAGEN

MAXIMAAL
475 uur
per jaar

waarin je werkgever en jij minder sociale bijdragen betalen.

Je kunt je dagen **vrij kiezen**, het hele jaar door. Op studentatwork.be kun je checken hoeveel dagen je nog over hebt. Of gebruik **onze app** !

WAT ALS IK HIEROVERHEEN GA ?

Vanaf het **476^{ste} uur** gelden er **hogere sociale bijdragen**.

2 KINDERBIJSLAG

MAXIMAAL
240 uur
per kwartaal

In de **zomer** mag je meer werken, behalve in de laatste zomervakantie van je studie.

WAT ALS IK HIEROVERHEEN GA ?

Je krijgt **geen kinderbijslag** voor dat kwartaal.

475 UUR

3 JE EIGEN BELASTINGEN

MAXIMAAL
€10.345,84*
per jaar

Vul **altijd** je belastingaangifte in !

WAT ALS IK HIEROVERHEEN GA ?

Je betaalt **zelf belastingen**.

4 DE BELASTINGEN VAN JE OUDERS

Als je bruto meer verdient dan deze bedragen, ben je niet meer fiscaal ten laste van je ouders :

€ 6.660** als je ouders samen worden belast

€ 8.435** als je ouders alleen worden belast

€ 9.985** als je ouders alleen worden belast en jij een handicap hebt

WAT ALS IK HIEROVERHEEN GA ?

Als je niet meer fiscaal ten laste bent, **betalen je ouders meer belastingen**.

* Brutobedrag, na afhouding van sociale bijdragen, geldig voor het inkomstenjaar 2017.

** Brutobedragen, na afhouding van sociale bijdragen, geldig voor het inkomstenjaar 2017. De bedragen gelden alleen als je geen andere bestaansmiddelen hebt dan het loon uit studentenarbeid én als je geen werkelijke beroepskosten aangeeft.



Bijlage 4: Ingevulde korf van vergelijkbare producten brasserie A

Product	Merk	Eenheid	Eenheidsprijs*	Korting	Leverancier	leverwijze	Aantal leveringen per jaar	Prijs incl. korting	Prijs per vergelijkbare eenheid	Prijs x gewicht	
Kippenfilet Dubbel	onbekend	5,96	1 KG		B	huis	52	5,96	5,96	KG	0,2605
Kogel (steak)	onbekend	16,83	1 KG		D	huis	52	16,83	16,83	KG	0,6968
Prosciutto	Ferri	8,97	1 KG		B	huis	52	8,97	8,97	KG	0,3355
Dunne Lende	onbekend	16,04	1 KG		D	huis	52	16,04	16,04	KG	0,4058
Spare Ribs	onbekend	8,72	1 KG		D	huis	52	8,72	8,72	KG	0,2128
Kippenvleugels	xxx										0,0000
Varkens-rundsgehakt	onbekend	4,53	1 KG		B	huis	52	4,53	4,53	KG	0,1042
Chorizo	xxx										0,0000
Varkenshaasje	xxx										0,0000
Stoofvlees	onbekend	7,34	1 KG		D	huis	52	7,34	7,34	KG	0,1475
Gesneden spek	HS	10,62	1 KG		B	huis	52	10,62	10,62	KG	0,1774
Hotelschouder gekookt	HS	5,52	1 KG		B	huis	52	5,52	5,52	KG	0,0867
Menatti Coppa		14,36	1KG		B	huis	52	14,36	14,36	KG	0,2068
Mix Grill	onbekend	11	1 KG		D	huis	52	11	11	KG	0,1474
Tijgergarnalen	HS	15,21	1 KG		B	huis	52	15,21	15,21	KG	1,3217
Scampi	Interfrost	11,25	1 KG		B	huis	52	11,25	11,25	KG	0,4241
Kabeljauwhaasje	HS	61,32	4,5KG		B	huis	52	61,32	61,32	KG	2,2627
Inktvistube	OP	7,78	1 KG		B	huis	52	7,78	7,78	KG	0,2474
Zalm Filet	HS	15,8	1 KG		B	huis	52	15,8	15,8	KG	0,2686
Grote mosselen	Fern Ride	9,22	1 KG		B	huis	52	9,22	9,22	KG	0,1521
Zeevruchtencocktail	HS	9,15	1 KG		B	huis	52	9,15	9,15	KG	0,1501
Gepelde grijzen garnalen	xxx										0,0000
Room culinair	Debic	2,67	1 L	2%	A	huis	52	2,67	2,67	L	0,1129
Blok jonge kaas	HS	4,91	1 KG		B	huis	52	4,91	4,91	KG	0,1223
Bak & Braad boter	Debic	4,26	1 KG	2%	A	huis	52	4,26	4,26	KG	0,0805
Rigatello kaas		8,2	1KG		B	huis	52	8,2	8,2	KG	0,1402
Slagroom	Debic	6,36	1 L	2%	A	huis	52	6,36	6,36	L	0,1043
Mascarpone	Galbani	7,78	1 KG		B	huis	52	7,78	7,78	KG	0,1237
Koffiemelk geproportioneerd	rioba	3,15	240x7,5G		B	huis	52	3,15	0,01	stuk	0,0002

Product	Merk	Eenheidsprijs*		Korting	Leverancier	leverwijze	Aantal leveringen per jaar	Prijs incl. korting	Prijs per vergelijkbare eenheid	Prijs x gewicht	
Tortellini ricotta spinazie	Hilcona	6	1KG	2%	A	huis	52	6	6	KG	0,1764
Ravioli ricotta basilicum	HS	12,52	1 KG		B	huis	52	12,52	12,52	KG	0,2416
Linguine	Cecco	3,85	1Kg		B	huis	52	3,85	3,85	KG	0,0570
Tomatenblokjes	HS	0,94	1 KG		B	huis	52	0,94	0,94	KG	0,0147
Diepvries frieten	onbekend	1,45	1 KG	2%	A	huis	52	1,45	1,45	KG	0,0483
Half stokbrood	Interfrost	1,93	1 KG	2%	A	huis	52	1,93	1,93	KG	0,0805
Kaiserbroodjes grijs	Pastridor	3,02	20 stuks	2%	A	huis	52	3,02	0,151	stuk	0,0023
Frituurolie	Risso	2,09	1L	2%	A	huis	52	2,09	2,09	KG	0,0443
Mini koffiekoeken (diepvries)	Pastridor	7,36	1KG	2%	A	huis	52	7,36	7,36	KG	0,2201
Eieren	Maasland	0,1	1 st	2%	A	huis	52	0,1	0,1	stuk	0,0016
Nootjes mix	HS	6	1 KG		B	huis	52	6	6	KG	0,0768
Grimbergen Blond en donker		2,58	1L	40%	E	huis	52	2,58	2,58	L	0,2727
Pils	Martens	1,46	1L	40%	E	huis	52	1,46	1,46	L	0,0899
Duvel		2,93	1L	20%	E	huis	52	2,93	2,93	L	0,1620
Sezoens		3,1	1L	20%	E	huis	52	3,1	3,1	L	0,1575
Westmalle tripple		3,11	1L	20%	E	huis	52	3,11	3,11	L	0,0992
Duvel Trippel Hop		3,9	1L	20%	E	huis	52	3,9	3,9	L	0,0624
La Chouffe		3,2	1L	20%	E	huis	52	3,2	3,2	L	0,0461
Cirstal Alken		1,91	1L	20%	E	huis	52	1,91	1,91	L	0,0214
Omer		2,97	1L	20%	E	huis	52	2,97	2,97	L	0,0327
Kriek		2,89	1L	20%	E	huis	52	2,89	2,89	L	0,0312
Westmalle dubbel		2,4	1L	20%	E	huis	52	2,4	2,4	L	0,0252
Watney scotch		3,5	1L	20%	E	huis	52	3,5	3,5	L	0,0343
Carlsberg		2,88	1L	20%	E	huis	52	2,88	2,88	L	0,0239
Vedett		2,18	1L	20%	E	huis	52	2,18	2,18	L	0,0155
Mc Chouffe		3,2	1L	20%	E	huis	52	3,2	3,2	L	0,0179
Coca Cola (alle varianten)		2,3	1 L	20%	E	huis	52	2,3	2,3	L	0,3351
Water plat en bruis	Chaudefontaine	1,21	1L	30%	E	huis	52	1,21	1,21	L	0,0672
Nestea		2,33	1L	20%	E	huis	52	2,33	2,33	L	0,0487

Product	Merk	Eenheidsprijs*		Korting	Leverancier	leverwijze	Aantal leveringen per jaar	Prijs incl. korting	Prijs per vergelijkbare eenheid	Prijs x gewicht	
Fanta		2,3	1L	20%	E	huis	52	2,3	2,3	L	0,0398
Tonissteiner citroen		2,07	1L	20%	E	huis	52	2,07	2,07	L	0,0284
Tonic	Nordic	2,57	1L	20%	E	huis	52	2,57	2,57	L	0,0319
Gini		3,2	1L	20%	E	huis	52	3,2	3,2	L	0,0368
Tonissteiner vruchtenkorf		2,76	1L	20%	E	huis	52	2,76	2,76	L	0,0295
Chocomelk	cécemel	1,59	1L	20%	E	huis	52	1,59	1,59	L	0,0161
Agrum	Nordic	2,6	1L	20%	E	huis	52	2,6	2,6	L	0,0218
Tonissteiner orange		2,07	1L	20%	E	huis	52	2,07	2,07	L	0,0153
Red bull		3,8	1L	20%	E	huis	52	3,8	3,8	L	0,0247
Sprite		2,31	1L	20%	E	huis	52	2,31	2,31	L	0,0141
Tonissteiner Naranja		2,4	1L	20%	E	huis	52	2,4	2,4	L	0,0142
Finley pompelmoes		2,6	1L	20%	E	huis	52	2,6	2,6	L	0,0125
Koffie bonen	Rombouts	22,41	1 KG		E	huis	52	22,41	22,41	KG	3,2808
Koffie bonen deca	Rombouts	21,22	1 KG		E	huis	52	21,22	21,22	KG	0,3501
Witte huiswijn	Trebbiano	2,37	1L		B	huis	52	2,37	2,37	L	0,0744
Rode huiswijn	Sangoivese	2,27	1L		B	huis	52	2,27	2,27	L	0,0354
Rosé huiswijn	D'italia	2,31	1L		B	huis	52	2,31	2,31	L	0,0233
Prosecco	Dei Pronol	10,8	1L		E	huis	52	10,8	10,8	L	0,0518
Amaretto		20,5	1L		E	huis	52	20,5	20,5	L	0,2173
Chivas		34,3	1L		E	huis	52	34,3	34,3	L	0,2435
J&B		21,9	1L		E	huis	52	21,9	21,9	L	0,1248
Hendrick's Gin		40	1L		E	huis	52	40	40	L	0,2080

Tabel 12: Ingevulde korf van vergelijkbare producten brasserie A

* De eenheidsprijs is reeds inclusief korting.

Bijlage 5: Ingevulde korf van vergelijkbare producten brasserie B

Product	Merk	Eenheid	Eenheidsprijs*	Korting	Leverancier	leverwijze	Aantal leveringen per jaar	Prijs incl. korting	Prijs per vergelijkbare eenheid	Prijs x gewicht	
Kippenfilet Dubbel	onbekend	5,82	1 KG		B	huis	52	5,82	5,82	KG	0,2543
Kogel (steak)	onbekend	17,47	1 KG		D	huis	52	17,47	17,47	KG	0,7233
Prosciutto	Ferri	8,87	1 KG		B	huis	52	8,87	8,87	KG	0,3317
Dunne Lende	onbekend	16,18	1 KG		D	huis	52	16,18	16,18	KG	0,4094
Spare Ribs	onbekend	8,72	1 KG		D	huis	52	8,72	8,72	KG	0,2128
Kippenvleugels	onbekend	3,31	1 KG		B	huis	52	3,31	3,31	KG	0,0765
Varkens-rundsgehakt	onbekend	4,53	1 KG		B	huis	52	4,53	4,53	KG	0,1042
Chorizo	onbekend	7,46	1 KG		B	huis	52	7,46	7,46	KG	0,1701
Varkenshaasje	onbekend	7,06	1 KG		B	huis	52	7,06	7,06	KG	0,1574
Stoofvlees	onbekend	7,34	1 KG		D	huis	52	7,34	7,34	KG	0,1475
Gesneden spek	HS	10,8	1 KG		B	huis	52	10,8	10,8	KG	0,1804
Hotelschouder gekookt	HS	6,11	1 KG		B	huis	52	6,11	6,11	KG	0,0959
Menatti Coppa	XXX										
Mix Grill	onbekend	11,01	1 KG		D	huis	52	11,01	11,01	KG	0,1475
Tijgergarnalen	HS	15,21	1 KG		B	huis	52	15,21	15,21	KG	1,3217
Scampi	Interfrost	11,47	1 KG		B	huis	52	11,47	11,47	KG	0,4324
Kabeljauwhaasje	HS	61,32	4,5KG		B	huis	52	61,32	61,32	KG	2,2627
Inktvis tube	OP	7,78	1 KG		B	huis	52	7,78	7,78	KG	0,2474
Zalm Filet	HS	15,8	1 KG		B	huis	52	15,8	15,8	KG	0,2686
Grote mosselen	Fern Ride	9,22	1 KG		B	huis	52	9,22	9,22	KG	0,1521
Zeevruchtencocktail	HS	8,74	1 KG		B	huis	52	8,74	8,74	KG	0,1433
Gepelde grijzen garnalen	HS	36,21	1 KG		B	huis	52	36,21	36,21	KG	0,5323
Room culinair	Debic	2,77	1 L	2%	A	huis	52	2,77	2,77	L	0,1172
Blok jonge kaas	HS	5,38	1 KG		B	huis	52	5,38	5,38	KG	0,1340
Bak & Braad boter	onbekend	4,19	1 KG	2%	A	huis	52	4,19	4,19	KG	0,0792
Rigatello kaas	XXX										
Slagroom	Debic	4,19	1 L	2%	A	huis	52	4,19	4,19	L	0,0687
Mascarpone	Galbani	7,78	1 KG		B	huis	52	7,78	7,78	KG	0,1237
Koffiemelk geproportioneerd	rioba	2,94	240x7,5G		B	huis	52	2,94	0,01	stuk	0,0002

Product	Merk	Eenheidsprijs*	Korting	Leverancier	leverwijze	Aantal leveringen per jaar	Prijs incl. korting	Prijs per vergelijkbare eenheid	Prijs x gewicht
Tortellini ricotta spinazie	XXX								
Ravioli ricotta basilicum	HS	12,38	1 KG		B huis	52	12,38	12,38	KG 0,2389
Linguine	XXX		0				0		KG 0,0000
Tomatenblokjes	HS	0,94	1 KG		B huis	52	0,94	0,94	KG 0,0147
Diepvries frieten	onbekend	1,46	1 KG	2%	A huis	52	1,46	1,46	KG 0,0486
Half stokbrood	Interfrost	1,93	1 KG	2%	A huis	52	1,93	1,93	KG 0,0805
Kaiserbroodjes grijs	Pastridor	3,02	20 stuks	2%	A huis	52	3,02	0,151	stuk 0,0023
Frituurolie	Risso	2,09	1L	2%	A huis	52	2,09	2,09	KG 0,0443
Mini koffiekoeken (diepvries)	XXX								
Eieren	Eggies	0,55	1 st		B huis	52	0,55	0,55	stuk 0,0089
Nootjes mix	HS	6	1 KG		B huis	52	6	6	KG 0,0768
Grimbergen Blond en donker		2,58	1L	40%	E huis	52	2,58	2,58	L 0,2727
Pils	Martens	1,46	1L	40%	E huis	52	1,46	1,46	L 0,0899
Duvel		2,93	1L	20%	E huis	52	2,93	2,93	L 0,1620
Sezoens	xxx								
Westmalle tripple		3,11	1L	20%	E huis	52	3,11	3,11	L 0,0992
Duvel Trippel Hop	xxx								
La Chouffe		3,2	1L	20%	E huis	52	3,2	3,2	L 0,0461
Cirstal Alken		1,91	1L	20%	E huis	52	1,91	1,91	L 0,0214
Omer		2,97	1L	20%	E huis	52	2,97	2,97	L 0,0327
Kriek	Liefmans	2,89	1L	20%	E huis	52	2,89	2,89	L 0,0312
Westmalle dubbel		2,4	1L	20%	E huis	52	2,4	2,4	L 0,0252
Watney scotch		3,5	1L	20%	E huis	52	3,5	3,5	L 0,0343
Carlsberg		2,88	1L	20%	E huis	52	2,88	2,88	L 0,0239
Vedett		2,18	1L	20%	E huis	52	2,18	2,18	L 0,0155
Mc Chouffe		3,2	1L	20%	E huis	52	3,2	3,2	L 0,0179
Coca Cola (alle varianten)		2,3	1 L	20%	E huis	52	2,3	2,3	L 0,3351
Water plat en bruis	Chaudefontaine	1,21	1L	30%	E huis	52	1,21	1,21	L 0,0672
Nestea		2,33	1L	20%	E huis	52	2,33	2,33	L 0,0487

Product	Merk	Eenheidsprijs*		Korting	Leverancier	leverwijze	Aantal leveringen per jaar	Prijs incl. korting	Prijs per vergelijkbare eenheid	Prijs x gewicht	
Fanta		2,3	1L	20%	E	huis	52	2,3	2,3	L	0,0398
Tonissteiner citroen		2,07	1L	20%	E	huis	52	2,07	2,07	L	0,0284
Tonic	Nordic	2,57	1L	20%	E	huis	52	2,57	2,57	L	0,0319
Gini		3,2	1L	20%	E	huis	52	3,2	3,2	L	0,0368
Tonissteiner vruchtenkorf		2,76	1L	20%	E	huis	52	2,76	2,76	L	0,0295
Chocomelk	cécemel	1,59	1L	20%	E	huis	52	1,59	1,59	L	0,0161
Agrum	Nordic	2,6	1L	20%	E	huis	52	2,6	2,6	L	0,0218
Tonissteiner orange		2,07	1L	20%	E	huis	52	2,07	2,07	L	0,0153
Red bull		3,8	1L	20%	E	huis	52	3,8	3,8	L	0,0247
Sprite		2,31	1L	20%	E	huis	52	2,31	2,31	L	0,0141
Tonissteiner Naranja		2,4	1L	20%	E	huis	52	2,4	2,4	L	0,0142
Finley pompelmoes		2,6	1L	20%	E	huis	52	2,6	2,6	L	0,0125
Koffie bonen	Rombouts	22,41	1 KG		E	huis	52	22,41	22,41	KG	3,2808
Koffie bonen deca	Rombouts	21,22	1 KG		E	huis	52	21,22	21,22	KG	0,3501
Witte huiswijn	Trebbiano	2,37	1L		B	huis	52	2,37	2,37	L	0,0744
Rode huiswijn	Sangoivese	2,27	1L		B	huis	52	2,27	2,27	L	0,0354
Rosé huiswijn	D'italia	2,31	1L		B	huis	52	2,31	2,31	L	0,0233
Prosecco	Dei Pronol	10,8	1L		E	huis	52	10,8	10,8	L	0,0518
Amaretto		20,5	1L		E	huis	52	20,5	20,5	L	0,2173
Chivas		34,3	1L		E	huis	52	34,3	34,3	L	0,2435
J&B		21,9	1L		E	huis	52	21,9	21,9	L	0,1248
Hendrick's Gin		40	1L		E	huis	52	40	40	L	0,2080

Tabel 13: Ingevulde korf van vergelijkbare producten brasserie B

* De eenheidsprijs is reeds inclusief korting.

Bijlage 6: Ingevulde korf van vergelijkbare producten brasserie C

Product	Merk	Eenheidsprijs	Korting	Leverancier	leverwijze	Aantal leveringen per jaar	Prijs incl. korting	Prijs per vergelijkbare eenheid	Prijs x gewicht	
Kippenfilet Dubbel	Onbekend	7,55	1 KG	B	winkel	104	7,55	7,55	KG	0,3299
Kogel (steak)	xxx									
Prosciutto	HS	9,52	2x250G	B	winkel	104	9,52	19,04	KG	0,7121
Dunne Lende	xxx									
Spare Ribs	xxx									
Kippenvleugels	xxx									
Varkens-rundsgehakt	Onbekend	11,51	2,5 KG	B	winkel	104	11,51	4,60	KG	0,1059
Chorizo	xxx									
Varkenshaasje	xxx									
Stoofvlees	xxx									
Gesneden spek	xxx									
Hotelschouder gekookt	HS	6,12	1 KG	B	winkel	104	6,12	6,12	KG	0,0961
Menatti Coppa	xxx									
Mix Grill	xxx									
Tijgergarnalen	PB	8,76	420 G	B	winkel	104	8,76	20,86	KG	1,8125
Scampi	xxx									
Kabeljauwhaasje	xxx									
Inktvis tube	xxx									
Zalm Filet	xxx									
Grote mosselen	Onbekend	15,96	1 KG	B	winkel	104	15,96	15,96	KG	0,2633
Zeevruchtencocktail	xxx									
Gepelde grijzen garnalen	Fine food	9,8	250 G	B	winkel	104	9,80	39,20	KG	0,5762
Room culinair	HS	4,79	1,5L	B	winkel	104	4,79	3,19	L	0,1351
Blok jonge kaas	HS	11,02	2,5 KG	B	winkel	104	11,02	4,41	KG	0,1098
Bak & Braad boter	HS	6,28	1KG	B	winkel	104	6,28	6,28	KG	0,1187
Rigatello kaas	xxx									
Slagroom	HS	2,5	0,5L	B	winkel	104	2,50	1,25	L	0,0205
Mascarpone	xxx									
Koffiemelk geproportioneerd	Rioba	6,76	300x7,5G				6,76	0,02	stuk	0,0003

Product	Merk	Eenheidsprijs		Korting	Leverancier	leverwijze	Aantal leveringen per jaar	Prijs incl. korting	Prijs per vergelijkbare eenheid	Prijs x gewicht
Tortellini ricotta spinazie	xxx									
Ravioli ricotta basilicum	xxx									
Linguine	xxx									
Tomatenblokjes	Elvea	3,86	2,5KG		B	winkel	104	3,86	1,54	KG 0,0241
Diepvries frieten	Xxx									
Half stokbrood	HS	10,63	170gx40		B	winkel	104	10,63	1,56	KG 0,0652
Kaiserbroodjes grijs	HS	3,44	25 st		B	winkel	104	3,44	0,14	stuk 0,0021
Frituurolie	Xxx									
Mini koffiekoeken (diepvries)	Xxx									
Eieren	Aro	1,52	15		B	winkel	104	1,52	0,10	stuk 0,0016
Nootjes mix	Xxx									
Grimbergen Blond en donker		107,5	25L		E	huis	52	107,5	4,30	L 0,4545
Pils	Martens	75,97	30L	35%	E	huis	52	49,38	1,65	L 0,1014
Duvel		28,99	24x33cl		E	huis	52	28,99	3,66	L 0,2024
Sezoens	xxx									0,0000
Westmalle tripple		31,42	24x33cl		E	huis	52	31,42	3,97	L 0,1266
Duvel Trippel Hop	xxx									0,0000
La Chouffe		31,69	24x33cl		E	huis	52	31,69	4,00	L 0,0576
Cirstal Alken	xxx									0,0000
Omer		29,83	24x33cl		E	huis	52	29,83	3,77	L 0,0414
Kriek	Liefmans	21,66	24x25cl		E	huis	52	21,66	3,61	L 0,0390
Westmalle dubbel		24,58	24x33cl		E	huis	52	24,58	3,10	L 0,0326
Watney scotch	xxx									0,0000
Carlsberg		21,60	24x25cl		E	huis	52	21,60	3,60	L 0,0299
Vedett		22,26	24x33cl		E	huis	52	22,26	2,81	L 0,0200
Mc Chouffe	xxx									0,0000
Coca Cola (alle varianten)		13,94	24x20cl	20%	E	huis	52	11,15	2,32	L 0,3385
Water plat en bruis	Chaudefontaine	10,40	24x25cl	20%	E	huis	52	8,32	1,39	L 0,0770
Nestea		14,22	24x20cl	20%	E	huis	52	11,38	2,37	L 0,0495

Product	Merk	Eenheidsprijs	Korting	Leverancier	leverwijze	Aantal leveringen per jaar	Prijs incl. korting	Prijs per vergelijkbare eenheid	Prijs x gewicht		
Fanta		13,94	24x20cl	20%	E	huis	52	11,15	2,32	L	0,0402
Tonissteiner citroen		13,15	20x25cl	20%	E	huis	52	10,52	2,10	L	0,0288
Tonic	Nordic	15,68	24x20cl	20%	E	huis	52	12,54	2,61	L	0,0324
Gini	xxx										0,0000
Tonissteiner vruchtenkorf		20,00	20x25cl		E	huis	52	20,00	4,00	L	0,0428
Chocomelk		20,70	24x25cl		E	huis	52	20,70	3,45	L	0,0348
Agrum	cécemel	19,50	24x25cl		E	huis	52	19,50	3,25	L	0,0273
Tonissteiner orange		13,15	20x25cl	20%	E	huis	52	10,52	2,10	L	0,0156
Red bull	xxx										0,0000
Sprite		13,94	24x20cl	20%	E	huis	52	11,15	2,32	L	0,0142
Tonissteiner Naranja		15,00	20x25cl		E	huis	52	15,00	3,00	L	0,0177
Finley pompelmoes		19,50	24x25cl		E	huis	52	19,50	3,25	L	0,0156
Koffie bonen	Rombouts	22,41	1 KG		E	huis	52	22,41	22,41	KG	3,2808
Koffie bonen deca	Rombouts	21,22	1 KG		E	huis	52	21,22	21,22	KG	0,3501
Witte huiswijn	Chili los pagos	18,24	6x75cl		B	winkel	104	18,24	4,05	L	0,1273
Rode huiswijn	Sangoivese	1,70	0,75L		B	winkel	52	1,70	1,70	L	0,0266
Rosé huiswijn	D'italia	1,73	0,75L		B	winkel	52	1,73	1,73	L	0,0175
Prosecco	La Rosca	25,74	6x 75cl		B	winkel	104	25,74	5,72	L	0,0275
Amaretto		20,50	1L		E	huis	52	20,50	20,50	L	0,2173
Chivas		34,30	1L		E	huis	52	34,30	34,30	L	0,2435
J&B		21,90	1L		E	huis	52	21,90	21,90	L	0,1248
Hendrick's Gin	xxx										

Tabel 14: Ingevulde korf van vergelijkbare producten brasserie C

Bijlage 7: Ingevulde korf van vergelijkbare producten brasserie D

Product	Merk	Eenheidsprijs	Korting	Leverancier	leverwijze	Aantal leveringen per jaar	Prijs incl. korting	Prijs per vergelijkbare eenheid	Prijs x gewicht	
Kippenfilet Dubbel	XXX									
Kogel (steak)	XXX									
Prosciutto	LA FINOJOSA	13,95	900 G	F	huis	52	13,95	15,50	KG	0,5797
Dunne Lende	XXX									
Spare Ribs	Tacu	8,48	750 G	G	winkel	52	8,48	11,31	KG	0,2759
Kippenvleugels	Horeca Select	19,99	3000 G	B	winkel	52	19,99	6,66	KG	0,1539
Varkens-rundsgehakt	onbekend	6,03	1000 G	B	winkel	52	6,03	6,03	KG	0,1387
Chorizo	onbekend	7,00	1000 G	B	winkel	52	7,00	7,00	KG	0,1596
Varkenshaasje	XXX									
Stoofvlees	XXX									
Gesneden spek	XXX									
Hotelschouder gekookt	XXX									
Menatti Coppa	XXX									
Mix Grill	XXX									
Tijgergarnalen	Horeca Select	15,82	800 G	B	winkel	52	15,82	19,78	KG	1,7184
Scampi	XXX									
Kabeljauwhaasje	XXX									
Inktvis tube	Horeca Select	8,44	900 G	B	winkel	52	8,44	9,38	KG	0,2982
Zalm Filet	XXX									
Grote mosselen	Quali	10,55	2000 G	B	winkel	52	10,55	5,28	KG	0,0870
Zeevruchtencocktail	XXX									
Gepelde grijzen garnalen	XXX									
Room culinair	XXX									
Blok jonge kaas	XXX									
Bak & Braad boter	Aro	1,26	250 G	B	winkel	52	1,26	5,04	KG	0,0953
Rigatello kaas	Manchego	14,95	1 KG	B	winkel	52	14,95	14,95	KG	0,2556
Slagroom	Debi	3,74	1 L	G	winkel	52	3,74	3,74	L	0,0613
Mascarpone	Horeca Select	2,19	500 G	B	winkel	52	2,19	4,38	KG	0,0696
Koffiemelk geproportioneerd	Mondiano	4,56	200	G	winkel	52	4,56	0,02	stuk	0,0003

Product	Merk	Eenheidsprijs	Korting	Leverancier	leverwijze	Aantal leveringen per jaar	Prijs incl. korting	Prijs per vergelijkbare eenheid	Prijs x gewicht
Tortellini ricotta spinazie	XXX								
Ravioli ricotta basilicum	XXX								
Linguine	XXX								
Tomatenblokjes	Hanos	8,96	6000 G	G	winkel	52	8,96	1,49 KG	0,0233
Diepvries frieten	XXX								
Half stokbrood	Hanos	14,26	9200 G	G	winkel	52	14,26	1,55 KG	0,0646
Kaiserbroodjes grijs	XXX								
Frituurolie	XXX								
Mini koffiekoeken (diepvries)	XXX								
Eieren	Aro	1,61	15 st	B	winkel	52	1,61	0,11 stuk	0,0017
Nootjes mix	XXX								
Grimbergen Blond en donker	Lefte	21,50	24x33cl	B	winkel	52	21,50	2,71 L	0,2869
Pils	jupilair	14,96	24x25cl	25% 26,2 4%	H huis	52	11,22	1,87 L	0,1152
Duvel	duvel	29,81	24x33cl	H	huis	52	21,99	2,78 L	0,1535
Sezoens	XXX								
Westmalle tripple	Karmeliet trippel	26,93	24x33cl	17,9 3%	H huis	52	22,10	2,79 L	0,0890
Duvel Trippel Hop	XXX								
La Chouffe	XXX								
Cirstal Alken	XXX								
Omer	XXX								
Kriek	Lindemans	21,12	24x25cl	26,6 6%	H huis	52	15,49	2,58 L	0,0279
Westmalle dubbel	XXX								
Watney scotch	XXX								
Carlsberg	XXX								
Vedett	XXX								
Mc Chouffe	XXX								

Product	Merk	Eenheidsprijs	Korting	Leverancier	leverwijze	Aantal leveringen per jaar	Prijs incl. korting	Prijs per vergelijkbare eenheid	Prijs x gewicht		
Coca Cola (alle varianten)	Coca Cola	12,48	24x20cl	40%	H	huis	52	7,49	1,56	L	0,2272
Water plat en bruis	XXX										
Nestea	Lipton	13,41	6 L		H	huis	52	13,41	2,24	L	0,0467
Fanta	Orangina	21,79	24x25cl	26,5 %	H	huis	52	16,01	2,67	L	0,0462
Tonissteiner citroen		12,31	20x25cl	16,5 2%	H	huis	52	10,28	2,06	L	0,0282
Tonic	Schwepps	19,44	24x20cl	19,5 8%	H	huis	52	15,63	3,26	L	0,0404
Gini		19,43	24x20cl	19,5 8%	H	huis	52	15,63	3,26	L	0,0374
Tonissteiner vruchtenkorf	XXX										
Chocomelk	XXX										
Agrum	XXX										
Tonissteiner orange	XXX										
Red bull	XXX										
Sprite		7,00	6 L		B	winkel	52	7,00	1,17	L	0,0071
Tonissteiner Naranja	XXX										
Finley pompelmoes	XXX										
Koffie bonen	Robia	10,59	1 KG		B	winkel	52	10,59	10,59	KG	1,5504
Koffie bonen deca	Mondiano	9,72	1000 G		G	winkel	52	9,72	9,72	KG	0,1604
Witte huiswijn	Cal y canto blanco	3,27	0,75L		I	huis	52	3,27	4,36	L	0,1369
Rode huiswijn	Via terra garnacha tinto	6,25	0,75 L		I	huis	52	6,25	8,33	L	0,1300
Rosé huiswijn	Sinfo Rosado	4,60	0,75L		J	winkel	52	4,60	6,13	L	0,0619
Prosecco	XXX										
Amaretto	Disaronno	20,90	1 L		B	winkel	52	20,90	20,90	L	0,2215
Chivas	XXX										
J&B	XXX										
Hendrick's Gin	XXX										

Tabel 15: Ingevulde korf van vergelijkbare producten brasserie D

Bijlage 8: Aankopen leverancier

Klant 1

Aantal leveringen van 01-01-2017 tot en met 30-04-2017: 6

Product	Standaard prijs (in €)	Korting 1	Korting 2	Betaalde prijs (in €)
Koffiebonen 1 kg	21,88	10%	0%	19,69
Suikersticks 1000st	17,76	0%	0%	17,76
Pasta Penne Rigate 500 gr	1,50	30%	0%	1,05
Pasta Spaghetti Cod.118 500gr	1,50	30%	0%	1,05
Poretta 4 originale 5.5° - 0.33 cl	1,37	30%	5%	0,91
Dessert zuccotto ciocc/zabazione 8 st	26,84	20%	5%	20,40
Dessert ricottina fragola di bosco 8 st	26,58	20%	5%	20,20
Dessert barozino 8st	26,58	20%	5%	20,20

Tabel 16: Aankopen klant 1

Klant 2

Aantal leveringen van 01-01-2017 tot en met 30-04-2017: 5

Product	Standaard prijs (in €)	Korting 1	Korting 2	Betaalde prijs (in €)
Pizza margh – 15cm 32st	43,95	60%	0%	17,58
Prosecco Brut 0.75 cl	13,46	35%	0%	8,78
Stacchiotti Olive Ascolane Surg. 3 kg	58,29	20%	5%	44,30
Calzoncini mignon 5 kg	72,82	20%	5%	55,34
Frittelle melanzane ed zucchini (7kg)	121,81	20%	5%	92,58
Tartufo NERO 20 st	64,38	20%	5%	48,93
Tartufo amarena AMARENA 30 st	107,31	20%	5%	81,56
Baccala bocconcini 5 kg	148,50	20%	5%	112,86
Parmiggiana Melanzane	14,30	20%	5%	10,87

Tabel 17: Aankopen klant 2

Klant 3

Aantal leveringen van 01-01-2017 tot en met 30-04-2017: 1

Product	Standaard prijs (in €)	Korting 1	Korting 2	Betaalde prijs (in €)
Koffiebonen 250gr	5,220	0%	0%	5,22
Prosecco Brut 0.75 cl	13,460	30%	5%	8,95
Olijfolie 1 75 cl	11,250	30%	0%	7,88
Balsamico 250ml	18,710	20%	5%	14,22
Pomodorini 400 gr x 12	18,410	30%	5%	12,24
Burro al tartufo 70 gr	6,590	20%	5%	5,01
Grigliatissima di verdure 1 kg	7,310	20%	5%	5,56
Tortello al tartufo nero 1kg	17,850	20%	5%	13,57
Thee English Breakfast 48 stuks x 1,8 gr	18,290	0%	0%	18,29
Thee Rosebottel Hibiscus 48 stuks x 2.0 gr	21,560	0%	0%	21,56
Thee Green tea Champagne 48 stuks	21,560	0%	0%	21,56
Dessert Torroncino 12 st	26,260	20%	5%	19,96
Dessert Delizia al limone 6 st.	20,490	20%	5%	15,57

Tabel 18: Aankopen klant 3

Klant 4

Aantal leveringen van 01-01-2017 tot en met 30-04-2017: 3

Product	Standaard prijs (in €)	Korting 1	Korting 2	Betaalde prijs (in €)
Pizza Margh 28cm - 12st	39,81	20%	5%	30,26
Passata di pomodoro 3kg X 6	28,55	20%	5%	21,70
Pasta modena spaghetti 200 grX30	42,51	20%	5%	32,31
Pasta modena spaghetti 300 gr x20 st	37,78	20%	5%	28,71

Tabel 19: Aankopen klant 4

Klant 5

Aantal leveringen van 01-01-2017 tot en met 30-04-2017: 2

Product	Standaard prijs (in €)	Korting 1	Korting 2	Betaalde prijs (in €)
Rode wijn 1	11,25	20%	5%	8,55
Rode wijn 2 75cl	10,65	20%	5%	8,09
Witte wijn 1 75cl	10,65	20%	5%	8,09
Rosé wijn 1 75cl	10,65	20%	5%	8,09
Rode wijn 3 75cl	6,79	20%	5%	5,16
Thee Green tea MUNT 48 stuks x 1,8 gr	20,55	0%	0%	20,55
Thee Kamille bloesems 48 stuks x 1,25 gr	21,42	0%	0%	21,42

Tabel 20: Aankopen klant 5

Klant 6

Aantal leveringen van 01-01-2017 tot en met 30-04-2017: 14

Product	Standaard prijs (in €)	Korting 1	Korting 2	Betaalde prijs (in €)
Rode wijn 4 75cl	16,16	30%	0%	11,31
Rode wijn 1 75cl	12,05	30%	0%	8,44
Rode wijn 2 75cl	10,27	30%	0%	7,19
Witte wijn 1 75cl	10,27	30%	0%	7,19
Witte wijn 2 75cl	6,79	37%	0%	4,28
Rode wijn 3 75cl	6,79	37%	0%	4,28
Pasta Linguine 500 gr	1,50	40%	0%	0,90
Poretti 7 non filtrata 33cl - 7°	1,94	30%	0%	1,36

Tabel 21: Aankopen klant 6

Klant 7

Aantal leveringen van 01-01-2017 tot en met 30-04-2017: 5

Product	Standaard prijs (in €)	Korting 1	Korting 2	Betaalde prijs (in €)
Olijfolie 2 1L	9,36	20%	5%	7,11
Tomaten gepeld 6 x 3 kg	28,42	20%	5%	21,60
Pomella Gocubex Crumble - gorgonzola - 1kg	21,05	20%	5%	16,00
Pasta cannelloni di carne 3 kg	33,24	20%	5%	25,26
Pasta cannelloni di ricotta e spinaci 3 kg	32,65	20%	5%	24,81
Tartufo 500 gr	25,79	20%	5%	19,60
FIL. ACCIUGHE OLIO SEMI V.V. 720 gr	18,65	20%	5%	14,17
Olive riv denoc olio extra vergine 1.7 kg	33,02	20%	5%	25,10
carciofi spaccati olio v.v. 1700	25,13	20%	0%	20,10
Tartuffata crema TARTUFO NERO 350 gr	18,18	20%	0%	14,54
Bloemkool/calvolfiore in tempura 6 kg	137,70	20%	5%	104,65

Tabel 22: Aankopen klant 7

Klant 8

Aantal leveringen van 01-01-2017 tot en met 30-04-2017: 18

Product	Standaard prijs (in €)	Korting 1	Korting 2	Betaalde prijs (in €)
Koffiebonen 1 kg	21,88	0%	0%	21,88
Melkchocolade 300st	21,97	0%	0%	21,97
Suikersticks 1000st	17,76	0%	0%	17,76
Prosecco Brut 0.75 cl	13,46	35%	0%	8,75
Melkcupjes 240 stuks	13,99	0%	0%	13,99
Melanzane fette 1Kg	6,74	25%	5%	4,80
Zucchini fette 1kg	6,28	25%	5%	4,47
Peperoni 1kg	6,54	25%	5%	4,66
Zuppa fattoria legumi e cereali pronta	3,59	25%	5%	2,56
Witte wijn 2 75cl	6,79	35%	0%	4,41
Rode wijn 3 75cl	6,79	35%	0%	4,41
Rosé wijn 2 75cl	6,79	35%	0%	4,41
Pomodori metà 10kg	35,60	20%	5%	27,06
Funghi Misti - 1 kg	7,34	20%	5%	5,58
Carciofi Spicchi (schijfjes) - 1 kg	8,10	20%	5%	6,16
Pizza Margh 30 CM - 12st - cod.	43,17	40%	0%	25,90
pasta Riso cotto 3 kg	20,92	20%	5%	15,90
Cannolo siciliano 110 gr - 10 st	22,32	20%	5%	16,96
Passata di pomodoro 3kg X 6	28,55	30%	0%	19,99
Poretti 5 bock chiara 33cl - 6.5°	1,65	30%	5%	1,10
Poretti 4 originale 5.5° - 0.33 cl	1,37	30%	5%	0,91
Rode wijn 5 1,5L	10,86	35%	0%	7,06
Witte wijn 3 1,5L	10,86	35%	0%	7,06
Thee Green tea MUNT 48 stuks x 1,8 gr	20,55	0%	0%	20,55
Thee Earl Grey 48 stuks x 1,8 gr	19,69	0%	0%	19,69
Thee Kamille bloesems 48 stuks x 1,25 gr	21,42	0%	0%	21,42
Thee Rosebottel Hibiscus 48 stuks x 2.0 gr	21,56	0%	0%	21,56
Rosé wijn 3 1,5L	10,86	35%	0%	7,06

Tabel 23: Aankopen klant 8

Klant 9

Aantal leveringen van 01-01-2017 tot en met 30-04-2017: 10

Product	Standaard prijs (in €)	Korting 1	Korting 2	Betaalde prijs (in €)
Melanzane fette 1Kg	6,74	20%	5%	5,12
Zucchini fette 1kg	6,28	20%	5%	4,77
Peperoni	6,54	20%	5%	4,97
Funghi Porcini Fettini -(schijfjes) 1kg	22,89	20%	5%	17,40
Funghi Misti - 1 kg	7,34	20%	5%	5,58
Grigliatissima di verdure 1 kg	7,31	20%	5%	5,56
Ricottina fragola di bosco 8 st	26,58	25%	0%	19,94
Barozinno 8st	26,58	25%	0%	19,94

Tabel 24: Aankopen klant 9

Klant 10

Aantal leveringen van 01-01-2017 tot en met 30-04-2017: 8

Product	Standaard prijs (in €)	Korting 1	Korting 2	Betaalde prijs (in €)
Thee Green tea MUNT 48 stuks x 1,8 gr	20,55	0%	0%	20,55
Thee Green tea Lemongrass 48 stuks x1,8 gr	19,01	0%	0%	19,01
Thee Earl Grey 48 stuks x 1,8 gr	19,69	0%	0%	19,69
Thee Englisch Breakfast 48 stuks x 1,8 gr	18,29	0%	0%	18,29
Thee Kamille bloesems 48 stuks x 1,25 gr	21,42	0%	0%	21,42
Thee Rosebottel Hibiscus 48 stuks x 2.0 gr	21,56	0%	0%	21,56
Thee Green tea Champagne 48 stuks	21,56	0%	0%	21,56
Thee Spicy Orient 48 stuks x 1.8 gr	19,62	0%	0%	19,62
Thee Gift - Retail box 4 x 6 pcs - type 1 - groen	12,97	10%	0%	11,67
Thee Gift - Retail box 4 x 6 pcs - type 2 - oranje	12,97	10%	0%	11,67
Tea theekaarten geplastificeerd	0,60	0%	0%	0,60

Tabel 25: Aankopen klant 10

Klant 11

Aantal leveringen van 01-01-2017 tot en met 30-04-2017: 4

Product	Standaard prijs (in €)	Korting 1	Korting 2	Betaalde prijs (in €)
Koffiebonen 1 kg	23,59	0%	0%	23,59
CANDEREL 500st	12,55	0%	0%	12,55
ONDERHOUDSPRODUCT POULICAF	12,10	0%	0%	12,10
Melkchocolade 300st	22,35	0%	0%	22,35
Suikersticks 1000st	17,76	0%	0%	17,76
Pods deca 120 stuks	44,98	0%	0%	44,98
melcupjes 240 stuks	13,99	0%	0%	13,99
Olijfolie 2 1L	9,36	40%	0%	5,62
Stacchiotti Olive Ascolane Surg. 3 kg	58,29	20%	5%	44,30
Glazen Macchiato	1,52	20%	5%	1,16
Nutroma opschuimmelk 1.5 lt	2,15	0%	0%	2,15
Thee Green tea MUNT 48 stuks x 1,8 gr	20,55	0%	0%	20,55
Thee Green tea Lemongrass 48 stuks x1,8 gr	19,01	0%	0%	19,01
Thee Earl Grey 48 stuks x 1,8 gr	19,69	0%	0%	19,69
Thee Englisch Breakfast 48 stuks x 1,8 gr	18,29	0%	0%	18,29
Thee Kamille bloesems 48 stuks x 1,25 gr	21,42	0%	0%	21,42
Thee Rosebottel Hibiscus 48 stuks x 2.0 gr	21,56	0%	0%	21,56
Thee suikerklontjes 1.071 stuks	18,38	0%	0%	18,38
Thee Green tea Champagne 48 stuks	21,56	0%	0%	21,56
Thee Spicy Orient 48 stuks x 1.8 gr	19,62	0%	0%	19,62

Tabel 26: Aankopen klant 11

Bijlage 9: Interview medewerker leverancier

Zijn er volgens u prijsverschillen?

Ja, dit is ook te zien in de prijzen die wij hanteren. Dit is trouwens zo bij veel grote leveranciers.

Hoe worden kortingen toegekend?

De toekenning van een korting is zeer ingewikkeld. Bij grote leveranciers gebeurt dit aan de hand van een vragenlijst die wordt ingevuld met de klant. Elk antwoord heeft een bepaalde score en men telt al deze scores op. Dit totaal zal de korting bepalen die een klant zal krijgen. Wij zijn kleiner en hanteren een soortgelijk systeem. We hebben geen vragenlijst maar de kortingen worden toegekend op basis van een aantal criteria. Onze core business is koffie en thee. Deze klanten krijgen meer kortingen op de andere producten in ons assortiment. Het toekennen van de kortingen die worden toegekend zijn klant gebonden, volume gebonden, artikel gebonden, service gevonden en betalingswijze gebonden.

Klant gebonden:

Men kan klanten ook zien als reclame. Als ik bijvoorbeeld in Amsterdam op de grote markt mijn koffie wil verkopen dan ga ik opzoek daar de beste klant en deze doen ik dan een voorstel dat ze niet kunnen weerstaan. Zo zal er reclame zijn zonder dat wij extra moeten investeren in advertenties.

Volume gebonden:

Koopt de klant een pallet één keer per maand? Of moet ik hier iedere week gaan leveren voor €100? Dit speelt allemaal mee in het toekennen van de kortingen. Als men een pallet aankoopt dan moet hier maar één keer per maand een handeling voor worden gedaan. Voor iedere bestelling die er geplaatst wordt moeten er drie mensen een handeling doen. De bestelling wordt telefonisch aangenomen, deze moet worden klaar gezet en deze moet worden geleverd. Het is logisch dat het ons minder kost als de klant minder bestellingen doet en hun producten in één keer besteld.

Artikel gebonden

Ons paradepaardje is koffie en thee. Op basis van deze producten zullen de kortingen worden toegekend.

- Enkel koffie en thee:
 - Geen onderhoud voor de koffiemachine, geen koffiekopjes en geen investeringen in een toestel → maximale korting
 - Als er wel moet worden geïnvesteerd in een koffiemachine of er moet onderhoud gebeuren of er moeten wel koffiekopjes voorzien worden → lagere korting
 - Hier is het wel mogelijk dat men op het einde van het jaar een eindejaarskorting krijgt. Deze korting hangt af van hoeveel men in het jaar aankoopt.

- Als er moet worden geïnvesteerd in een koffietoestel en de klant sluit zelf een onderhoudscontract af dan ligt de korting hoger dan als wij het onderhoud moeten doen want dan hebben wij geen kosten van het onderhoud.
- De korting hangt ook af van het volume dat men afneemt. Hoe meer men draait, hoe meer onderhandelingsmarge men heeft.
- Koffie, thee en voedingsproducten:
 - De toekenning van de kortingen voor de koffie is hetzelfde als hierboven.
- Enkel voedingsproducten:
 - Hier wordt niet vaak een korting gegeven. Het kan zijn dat ze hier een kleine korting krijgen.
 - De korting is afhankelijk van het aantal producten dat men afneemt

Service gebonden:

Wij doen heel wat service voor de klanten. De goederen worden geleverd bij de klant en als de klant dit wenst worden deze bij hun in het rek geplaatst, maar als we de producten bij hun in het rek moeten plaatsten kost ons dit geld en moeten we hen een lagere korting geven. Zo hebben we een klant waar de producten op het 3^{de} verdiep moeten worden geleverd. Onze chauffeur is soms 3 uur bezig met het leveren bij die klant. We kunnen hem dus geen hoge korting geven.

De grootste kost die wij hebben zijn de transport en logistieke kosten. Een levering zou pas rendabel zijn als deze ongeveer €450 is per keer. In de horeca zijn er vaak geen grote afnames waardoor de kortingen soms niet hoog liggen. Iedere keer als mijn chauffeur moet stoppen kost mij dit tussen de €40 en €50. Het is dus voor ons belangrijk dat er grote afnames zijn en daarom dat de kortingen hoger zijn als men meer afneemt.

De kortingen hangen dus af van de kost die wij hebben voor de levering. Hier zit ook de logistieke kost bij. De routes van de chauffeurs moeten worden bepaald. Er moet rekening worden gehouden met de openingsuren van deze zaken. Veel horecazaken willen niet dat er geleverd wordt tussen 12-14 uur, mijn chauffeur zit dan soms niets te doen. Er moet ook rekening worden gehouden met straten die worden afgesloten na bepaalde uren.

Betaling gebonden

Als een klant contant betaald bij de levering dan zijn we zeker van de betaling en moeten we dus geen herinnering sturen of een incasso bureau inschakelen om ons geld te krijgen. We kunnen hier dus een kost besparen waardoor we klanten korting geven.

Welke types toekenning van kortingen komen vaker voor?

Wij proberen zo veel mogelijk koffie klanten te hebben en ik denk dat dit type van korting toekenning het meest voorkomt.

Zijn er ook klanten die geen korting krijgen?

Ja, degene die niet vragen naar een korting krijgen ook geen korting. Degene die geen koffie afnemen krijgen meestal geen korting. Tenzij ze in grote hoeveelheden afnemen.

Auteursrechtelijke overeenkomst

Ik/wij verlenen het wereldwijde auteursrecht voor de ingediende eindverhandeling:
Hoe kan een correcte prijsvergelijkingsmodule voor aankooprijzen van voedsel en dranken tussen horecazaken in Vlaanderen ontwikkeld worden?

Richting: **master in de toegepaste economische wetenschappen-beleidsmanagement**
Jaar: **2017**

in alle mogelijke mediaformaten, - bestaande en in de toekomst te ontwikkelen - , aan de Universiteit Hasselt.

Niet tegenstaand deze toekenning van het auteursrecht aan de Universiteit Hasselt behoud ik als auteur het recht om de eindverhandeling, - in zijn geheel of gedeeltelijk -, vrij te reproduceren, (her)publiceren of distribueren zonder de toelating te moeten verkrijgen van de Universiteit Hasselt.

Ik bevestig dat de eindverhandeling mijn origineel werk is, en dat ik het recht heb om de rechten te verlenen die in deze overeenkomst worden beschreven. Ik verklaar tevens dat de eindverhandeling, naar mijn weten, het auteursrecht van anderen niet overtreedt.

Ik verklaar tevens dat ik voor het materiaal in de eindverhandeling dat beschermd wordt door het auteursrecht, de nodige toelatingen heb verkregen zodat ik deze ook aan de Universiteit Hasselt kan overdragen en dat dit duidelijk in de tekst en inhoud van de eindverhandeling werd genotificeerd.

Universiteit Hasselt zal mij als auteur(s) van de eindverhandeling identificeren en zal geen wijzigingen aanbrengen aan de eindverhandeling, uitgezonderd deze toegelaten door deze overeenkomst.

Voor akkoord,

Trobbiani, Silvana

Datum: **30/05/2017**