

Embargo 1/m 4 juli 06.00u

Stand van de Leisure

...Cijfers, grafieken en duidingen uit de Leisure-sector

Sonny Duijn
Selma van der Graaf

Sectoreconoom
Sectoranalist



INHOUDSOPGAVE



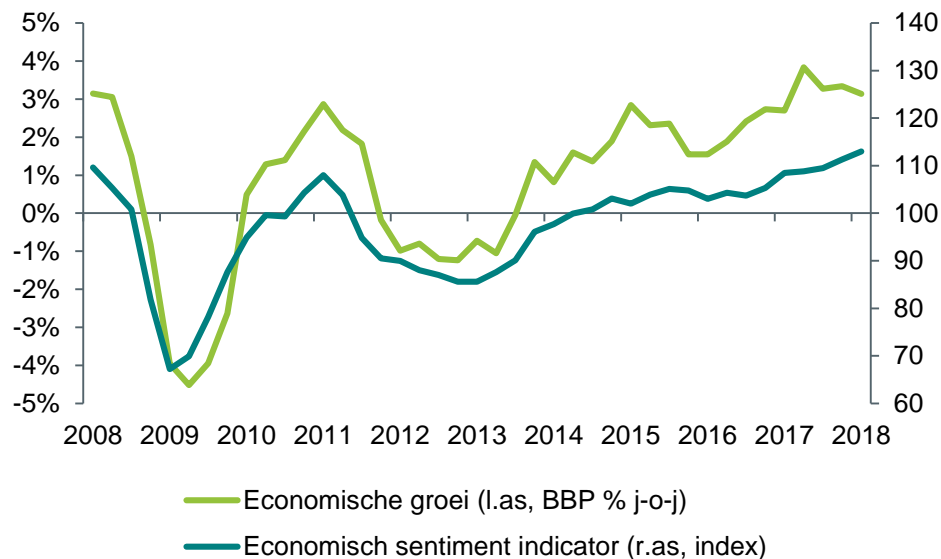
Deze maand in uitgelicht: Hoe verhoog je herhaalbezoek op campings en vakantieparken?

1	Macro-economie	▶ Lagere groeiverwachting Nederlandse economie	3
2	Vertrouwen en bestedingen	▶ Consumentenvertrouwen houdt stand in mei	4
3	Overige macro-indicatoren	▶ Daling faillissementen	5
4	Sectorbeeld	▶ Horeca groeit flink in eerste kwartaal	6
5	Uitgelicht	▶ Hoe verhoog je herhaalbezoek op de camping?	7
6	Actualiteit	▶ In het nieuws	8
7	Insights	▶ Laatste berichten op Insights	10
	Appendix	▶ Contactgegevens, disclaimer en extra informatie	11

1) Macro-economie

Hoogconjunctuur iets minder 'hoog' voor Nederlandse economie

	2016	2017	2018	2019
BBP	2,1	3,0	2,9	2,5
Particuliere consumptie	1,5	1,9	2,8	2,3
Overheidsconsumptie	1,1	1,1	3,0	2,3
Investeringen	5,2	6,2	6,2	4,2
Uitvoer	4,1	5,6	3,2	4,3
Invoer	3,9	5,1	4,1	4,7
Consumentenprijzen (CPI)	0,3	1,4	1,6	2,5
Lonen particuliere sector	1,6	1,6	2,2	3,0



▶ Nederlandse economie groeit iets minder hard

Wij verlagen onze groeiverwachting voor de Nederlandse economie voor het huidige jaar iets: waar we eerder uitgingen van een bbp-groei van 3,3% in 2018, gaan we nu uit van 2,9% groei. Dit heeft te maken met de tragere groei in de eurozone dan eerder verwacht en het iets tegenvallende eerste kwartaal.

▶ Wereldhandel is vertraagd

De groei van de wereldhandel is in het eerste kwartaal flink vertraagd. In lijn daarmee kromp de Nederlandse export ten opzichte van het kwartaal ervoor, wat de groei van het bbp drukt.

▶ Internationale sentimentsindicatoren wat gedaald

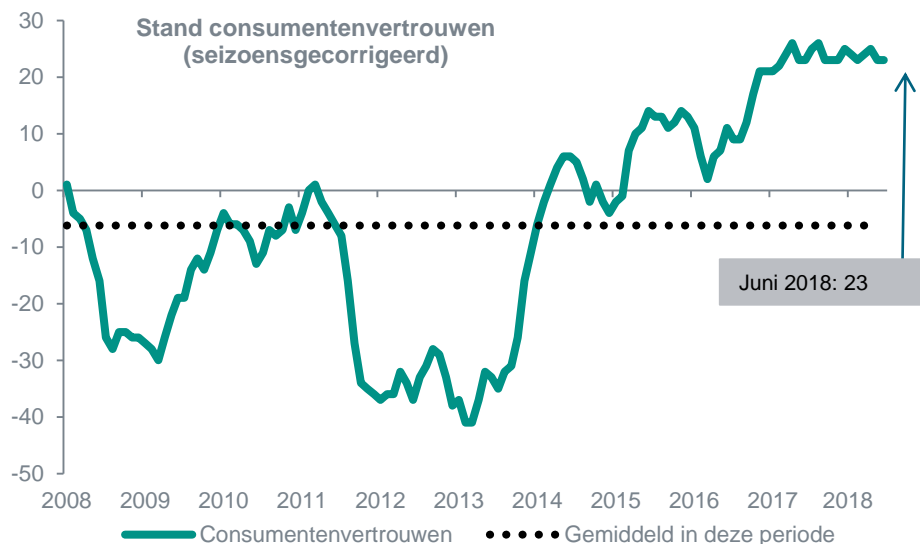
Er was ook sprake van een daling van internationale sentimentsindicatoren. Hierbij kunnen meerdere factoren een rol spelen: denk aan het internationale handelsconflict, de politieke situatie in Italië (die de Italiaanse overheidsfinanciën kunnen doen verslechteren), het winterweer, de griepgolf en de stakingen.

▶ Maar: consumptie stijgt

Ondertussen stijgt de binnenlandse consumptie fier door, geholpen door het hogere beschikbaar inkomen van de consument. Hierbij helpt de groei van het aantal banen. De consumptieprognose is dus niet gedaald. Sterker nog: onze prognose voor de particuliere consumptiegroei in 2018 is iets gestegen, naar 2,8%.

2) Vertrouwen en bestedingen

Vertrouwen consument hoog

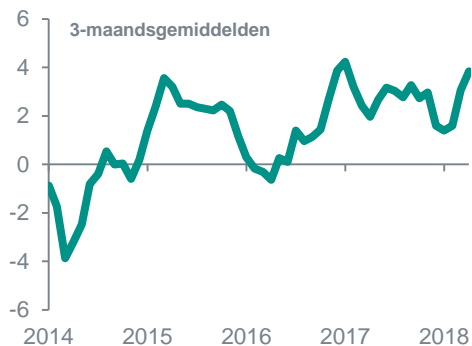


- ▶ Het consumentenvertrouwen bleef ook in de maand juni hoog, waarmee het nog altijd rond het hoogste punt sinds 2001 staat. Daarmee staat het consumentenvertrouwen nog altijd ruim boven het gemiddelde in de afgelopen maanden.
- ▶ Consumenten blijven positief over hun economische situatie en positief over hun financiële situatie in de komende tijd. Over de indicator 'gunstige tijd voor grote aankoop' werden ze een fractie minder positief, maar deze blijft op hoog niveau.
- ▶ De consumptie steeg in de maand april duidelijk, vooral aan duurzame goederen. Bijvoorbeeld kleding, schoenen auto's en woninginrichting vallen hieronder. Ook de uitgaven aan diensten (waaronder bijvoorbeeld horeca-uitgaven en verzekeringen vallen) stegen duidelijk.

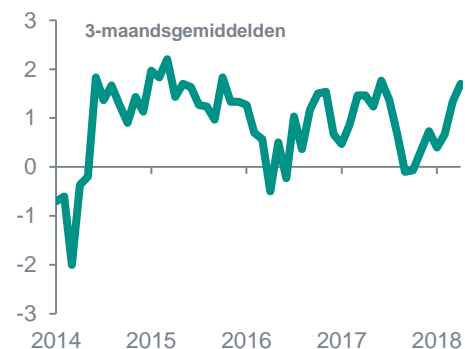
Consumentenbestedingen totaal



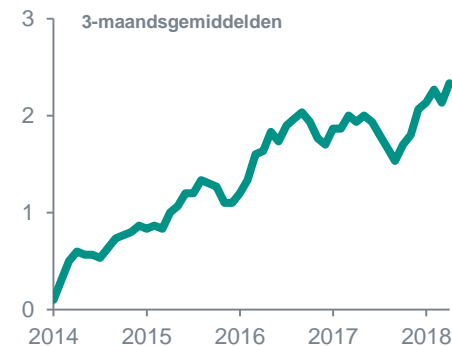
Bestedingen aan producten



Uitgaven aan voeding

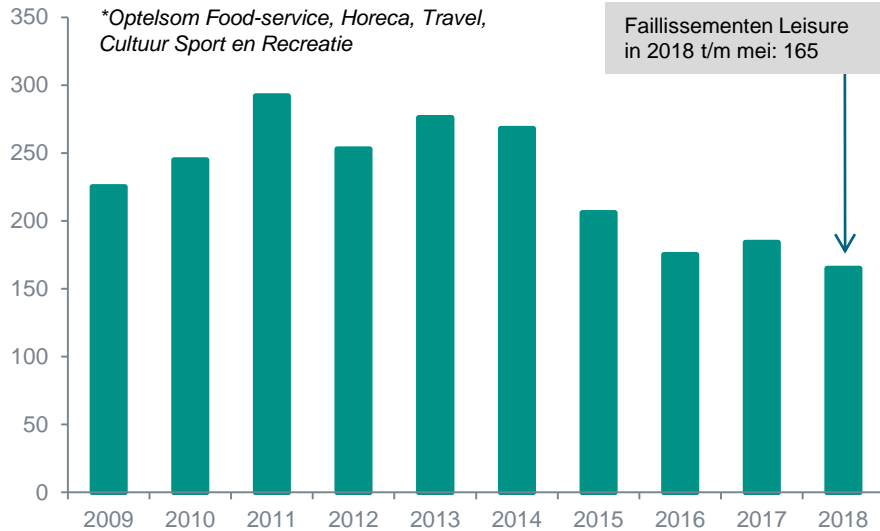


Bestedingen aan diensten



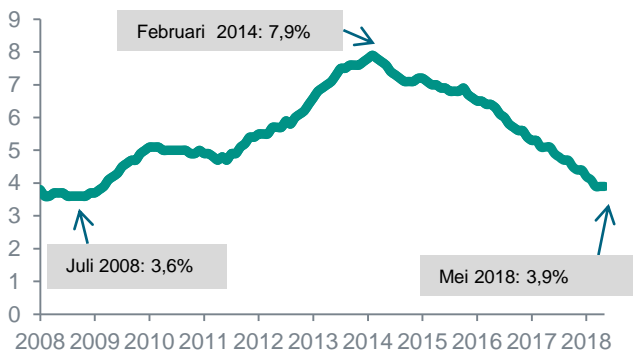
3) Overige macro indicatoren

Aantal faillissementen 10% gedaald in 2018 t/m mei



- ▶ Tot en met mei ligt het aantal faillissementen in de sector Leisure 10% lager dan in dezelfde periode een jaar eerder. De positieve economische omstandigheden en daarbinnen de groei van de buitenshuisconsumptie helpen daar bij.
- ▶ Bijvoorbeeld bij restaurants, cafés, reisondernemingen en hotels was sprake van een daling in faillissementen. Bij Sport en Recreatie was wel sprake van een stijging van het aantal faillissementen.
- ▶ Het aantal transacties op de Nederlandse woningmarkt daalde in de maand mei opnieuw – mede door het opdrogen van het aanbod – maar de prijzen stijgen in deze markt wel. De werkloosheid bleef staan op 3,9%. Wij verwachten dat de werkloosheid verder daalt naar 3,5% in 2019.

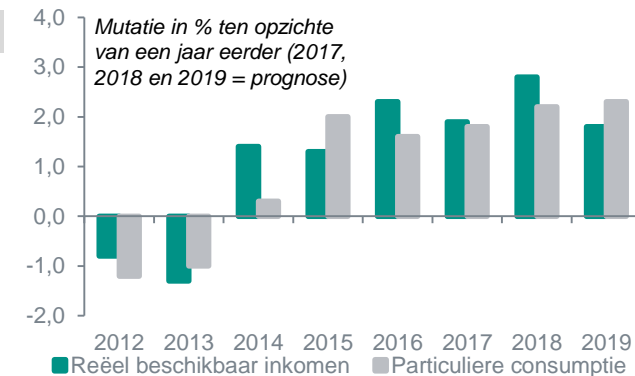
Werkloosheid op 3,9%



Daling transacties in woningmarkt



Besteedbaar inkomen hoger



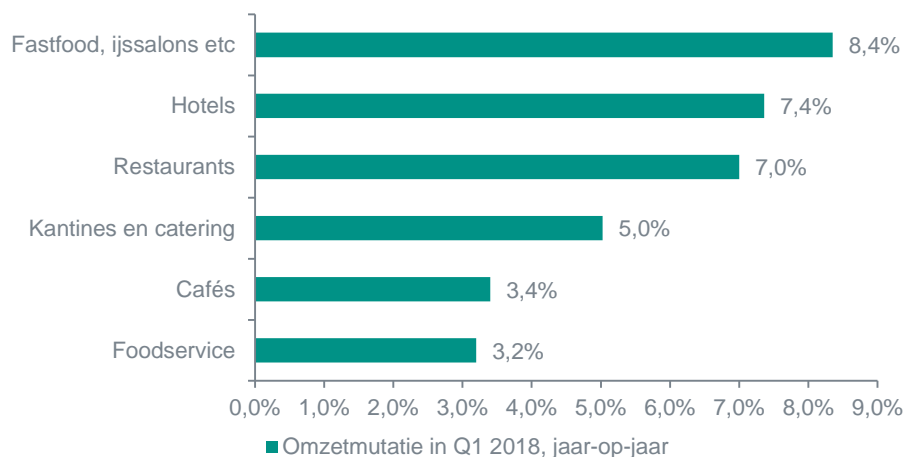
4 Sectorbeeld

Sterkste stijging toerisme in Zeeland

Stijging toerisme in meeste provincies

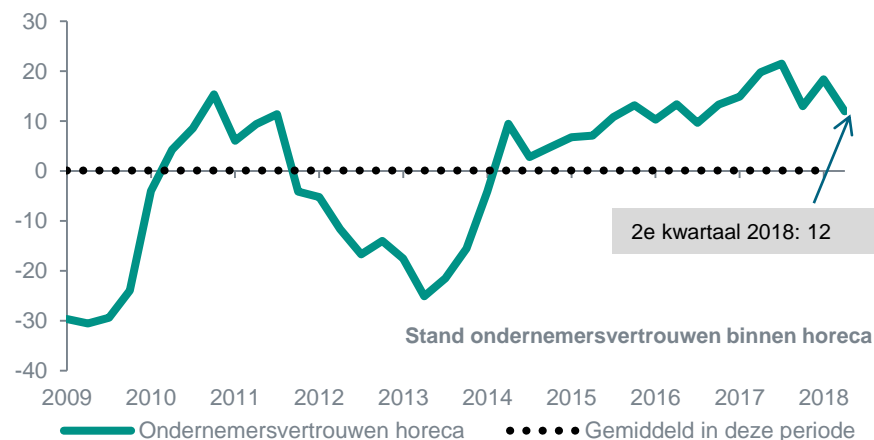
Provincie	Stijging overnachtingen in logiesaccommodaties in 2018 t/m maart, in vergelijking met dezelfde periode een jaar eerder
Nederland totaal	10%
Noord-Holland	10%
Zuid-Holland	11%
Utrecht	2%
Groningen	12%
Friesland	-4%
Zeeland	24%
Flevoland	-15%
Gelderland	16%
Limburg	9%
Noord-Brabant	10%
Overijssel	9%
Drenthe	16%

Omzet Leisure-branches in de lift*



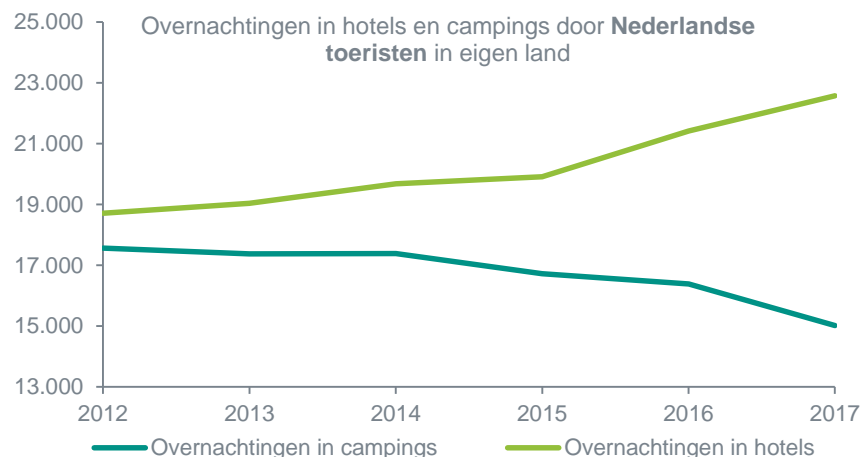
- Nu de nieuwe cijfers over het toerisme bekend zijn, kunnen na het eerste kwartaal de balans hierover opmaken. Er waren ruim 10% meer overnachtingen in logiesaccommodaties dan in hetzelfde kwartaal een jaar eerder. Hierbij waren er wel verschillen per provincie. In Zeeland, Gelderland en Drenthe was sprake van een sterke stijging. In deze drie provincies waren er bijvoorbeeld sterke stijgingen vanuit Duitsland en België.
- De Leisure-sector profiteert van het positieve economische klimaat. In het eerste kwartaal van 2018 waren sterke groeipercentages te zien. Zo steeg de omzet van de fastfood-branch (definitie CBS, dus inclusief ijssalons etc.) met meer dan 8%, waarbij de verkoopvolumes 5,7% stegen. Net als restaurants (omzet +7% in het eerste kwartaal) profiteren fastfood-bedrijven van consumptiegroei.

Vertrouwen horeca positief, maar gedaald in 2e kwartaal



5) Uitgelicht: campings en vakantieparken

Hoe verhoog je het herhaalbezoek?



Sterke groei in bezoek vanuit het buitenland

Aantal overnachtingen (x1000) in verblijfsrecreatie (campings, huisjesparken en groepsaccommodaties) uit de volgende herkomstlanden:

	2012	2017	%-mutatie
Nederland	44632	45188	1%
Duitsland	7971	12647	59%
België	2452	3305	35%
Verenigd Koninkrijk	379	582	54%
Frankrijk	293	275	-6%
Azië	38	169	345%

- ▶ Vakantiegangers willen op vakantie meer luxe dan thuis. Waar hotels floreren, dreigen sommige campings buitenspel gezet te worden. Voor 2018 verwacht ABN AMRO een stijging van ruim 7% van het aantal overnachtingen in hotels uit binnen- en buitenland, maar een daling van 3% van het aantal overnachting op campings. Hoe verhoog je herhaalbezoek en profiteer je van de groei vanuit het buitenland?
- ▶ Ondernemers die boekingsgegevens van hun gasten verzamelen en analyseren kunnen herhaalbezoek stimuleren. Door deze analyses kunnen we een aantal generieke observaties doen, bijvoorbeeld over het sterk gegroeide bezoek uit het buitenland. Zo blijken **Duitse gasten** duurzaamheid belangrijk te vinden. Wie zonnepanelen plaatst op huisjes of boven parkeerplekken, laadpalen beschikbaar stelt en waterbesparende maatregelen neemt, heeft op hen een streepje voor. Zij zijn geneigd bij tevredenheid naar dezelfde locatie terug te keren. **Belgische gasten** lunchen graag uitgebreid (bijvoorbeeld met een tweegangsmenu) en zoeken een luxe menukaart voor het diner. Wanneer het aantal Belgische gasten groeit, kun je in het restaurant hogere marges maken door slim in te kopen. **Britse gasten** ontvangen graag informatie over een stadswandeling.
- ▶ Naast generieke informatie is het van belang om gasten persoonlijker te benaderen op basis van micro-informatie. Denk bijvoorbeeld aan het sturen van een handgeschreven kaartje op iemands verjaardag. Ook dit kan het herhaalbezoek vergroten. Ook is het goed om gasten met kleine nieuwe dingen te verrassen; denk aan het bieden van een nieuwe activiteit, wellness of een stadswandeling dankzij een samenwerking met een taxibedrijf.
- ▶ Als we kijken naar de geboekte vakanties van Nederlanders in binnen- en buitenland voor 2018, dan zien we dat het aantal zomerboekingen in de maanden december vorig jaar en januari met 5% steeg op jaarbasis (ANVR/GFK). Bij deze toename van vroegboekingen speelt het hoge consumentenvertrouwen een rol. Stimuleren tot herhaalbezoek moet daarmee gemakkelijker worden. Maar om de binding met vroegboekers te houden, is ook de online vindbaarheid en presentatie van belang.
- ▶ Niet alleen personalisatie en verrassing leiden tot een hoger herhaalbezoek, ook de gastvrijheid van een onderneming. De verblijfsrecreatie kan aandacht besteden aan de persoonlijke ontwikkeling van personeel. Dit kan door sessies te organiseren om hierover te praten. Door een goede werkomgeving te creëren, wordt het voor gasten ook prettiger en komen ze sneller terug. Een hotelondernemer in de markt ving dit in een mooie term: ontwikkel de sociale organisatie 2.0.

6 Actualiteit

Een greep uit het nieuws van de afgelopen maand

Hotel-index voor Nederlandse steden



Groei buitenlands toerisme in Groningen



Uit praktijk: wat kun je als camping leren van festivals?



Van der Valk-ondernemer bezorgt thuis



6 Actualiteit

Een greep uit het nieuws van de afgelopen maand

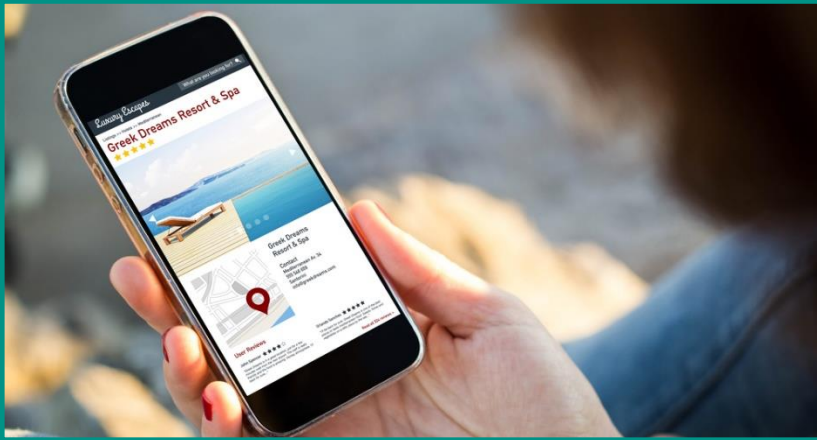
Online, op locatie activiteiten boeken uitdaging Travel!



Deliveroo zoekt samenwerking en schaal op



Reviews hebben grote invloed op uitgaven toerisme

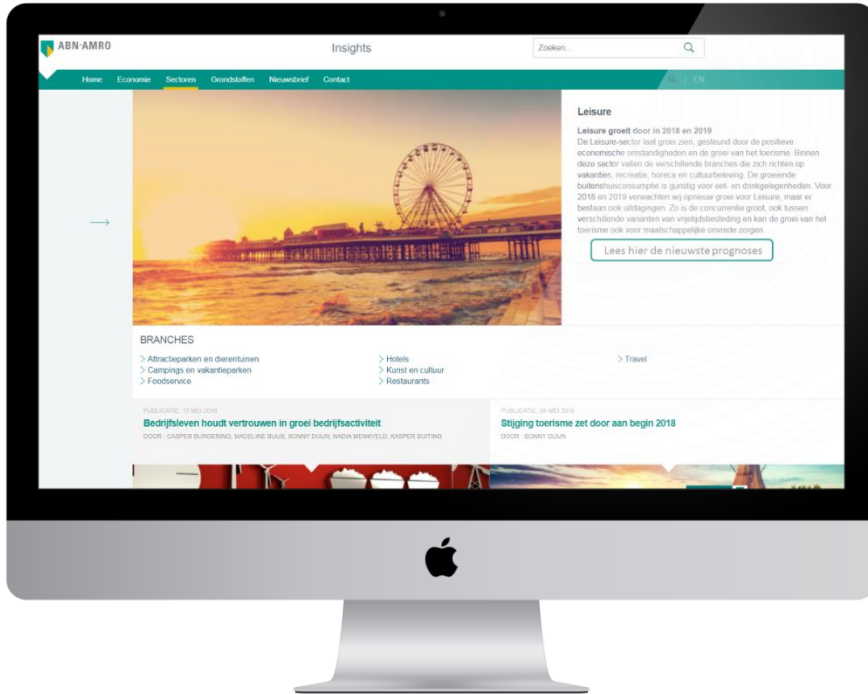


Consument krijgt meer recht bij pakketreizen



6) Insights

Laatste Leisure-berichten op abnamro.nl/leisure



- ▶ [Een op 3 vakantieparken heeft last van personeelstekort](#)
- ▶ [Bedrijfsleven houdt vertrouwen in groei bedrijfsactiviteit](#)
- ▶ [Stijging toerisme zet door aan begin 2018](#)
- ▶ [Verveling als kans voor Retail & Leisure](#)
- ▶ [Musea: kans op verhogen omzet uit eten en drinken](#)
- ▶ [Zet maatschappelijke onvrede rem op toerisme?](#)
- ▶ [Voice zet de toon bij hotelovernachtingen](#)
- ▶ [Nederlandse arbeidsproductiviteit bovengemiddeld](#)
- ▶ [Fastfood-branche groeit door in 2018](#)
- ▶ [Vijftig tinten grijs op reis](#)
- ▶ [Bezoek aan museum, bioscoop en dierentuin groeit](#)

Appendix Contactgegevens, disclaimer en extra informatie

ABN AMRO Sector Advisory

	Sander van Wijk	<i>Hoofd Sector Advisory</i>	sander.van.wijk@nl.abnamro.com				
	Franka Rolvink-Couzy	<i>Hoofd Sector Research</i>	franka.rolvink@nl.abnamro.com				
	Rishma Hoeba	<i>Secretaresse</i>	rishma.hoeba@nl.abnamro.com				
Agrarisch	Pierre Berntsen	<i>Sector Banker</i>	pj.berntsen@nl.abnamro.com	Industrie	David Kemps	<i>Sector Banker</i>	david.kemps@nl.abnamro.com
	Jan de Ruyter	<i>Sector Banker</i>	jan.de.ruyter@nl.abnamro.com		Casper Burgering	<i>Sector Econoom</i>	casper.burgering@nl.abnamro.com
	Nadia Menkveld	<i>Sector Econoom</i>	nadia.menkveld@nl.abnamro.com		Alexander Goense	<i>Sector Analist</i>	alexander.goense@nl.abnamro.com
	Martijn Leguijt	<i>Sector Analist</i>	martijn.leguijt@nl.abnamro.com				
Food	Rob Morren	<i>Sector Banker</i>	rob.morren@nl.abnamro.com	Bouw	Petran van Heel	<i>Sector Banker</i>	petran.van.heel@nl.abnamro.com
	Nadia Menkveld	<i>Sector Econoom</i>	nadia.menkveld@nl.abnamro.com		Madeline Buijs	<i>Sector Econoom</i>	madeline.buijs@nl.abnamro.com
	Martijn Leguit	<i>Sector Analist</i>	martijn.leguit@nl.abnamro.com		Bram van Amerongen	<i>Sector Analist</i>	bram.van.amerongen@nl.abnamro.com
TMT	Steven Peters	<i>Sector Banker</i>	steven.peters@nl.abnamro.com	Transport & Logistiek	Bart Banning	<i>Sector Banker</i>	bart.banning@nl.abnamro.com
	Kasper Buiting	<i>Sector Econoom</i>	kasper.buiting@nl.abnamro.com		Madeline Buijs	<i>Sector Econoom</i>	madeline.buijs@nl.abnamro.com
	Justine Vijver	<i>Sector Analist</i>	justine.vijver@nl.abnamro.com		Bram van Amerongen	<i>Sector Analist</i>	bram.van.amerongen@nl.abnamro.com
Zakelijke diensten	Han Mesters	<i>Sector Banker</i>	han.mesters@nl.abnamro.com	Healthcare	Anja van Balen	<i>Sector Banker</i>	anja.van.balen@nl.abnamro.com
	Kasper Buiting	<i>Sector Econoom</i>	kasper.buiting@nl.abnamro.com		Laura Kranenburg	<i>Sector Analist</i>	laura.kranenburg@nl.abnamro.com
	Justine Vijver	<i>Sector Analist</i>	justine.vijver@nl.abnamro.com				
Retail	Henk Hofstede	<i>Sector Banker</i>	henk.hofstede@nl.abnamro.com	Onderwijs	Eric Zwaard	<i>Sector Banker</i>	eric.zwaard@nl.abnamro.com
	Sonny Duijn	<i>Sector Econoom</i>	sonny.duijn@nl.abnamro.com		Laura Kranenburg	<i>Sector Analist</i>	laura.kranenburg@nl.abnamro.com
	Selma van der Graaf	<i>Sector Analist</i>	selma.van.der.graaf@nl.abnamro.com				
Leisure	Stef Driessen	<i>Sector Banker</i>	stef.driessen@nl.abnamro.com	Grondstoffen:			
	Sonny Duijn	<i>Sector Econoom</i>	sonny.duijn@nl.abnamro.com	- Industriële Metalen	Casper Burgering	<i>Sector Econoom</i>	casper.burgering@nl.abnamro.com
	Selma van der Graaf	<i>Sector Analist</i>	selma.van.der.graaf@nl.abnamro.com	- Agricommodities	Nadia Menkveld	<i>Sector Econoom</i>	nadia.menkveld@nl.abnamro.com

Disclaimer

De in deze publicatie neergelegde opvattingen zijn gebaseerd op door ABN AMRO betrouwbaar geachte gegevens en informatie, die op zorgvuldige wijze in onze analyses en prognoses zijn verwerkt. Noch ABN AMRO, noch functionarissen van de bank kunnen aansprakelijk worden gesteld voor in deze publicatie eventueel aanwezige onjuistheden. De weergegeven opvattingen en prognoses houden niet meer in dan onze eigen visie en kunnen zonder nadere aankondiging worden gewijzigd.

Teksten zijn afgesloten op 28 februari 2018.

© ABN AMRO, januari 2018

Deze publicatie is alleen bedoeld voor eigen gebruik. Het gebruik van tekstdelen en/of cijfers is toegestaan mits de bron duidelijk wordt vermeld. Verveelvoudiging en/of openbaarmaking van deze publicatie is niet toegestaan, behalve indien hiervoor schriftelijk toestemming is gekregen van ABN AMRO.

25 november 2017